



فصلنامه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی

توسعه اقتصادی^۴



آنچه در این شماره میخوانید:

پدیده فرار مغزها و جوانب آن

اقتصاد مقاومتی

بررسی دیپلماسی اقتصاد کشورهای همسایه در دولت های

یازدهم و دوازدهم

معرفی نوبلیتهای اقتصاد سال ۲۰۲۰

(خام فروشی) معضلی برای اقتصاد ایران

تأثیر کرونا بر اقتصاد

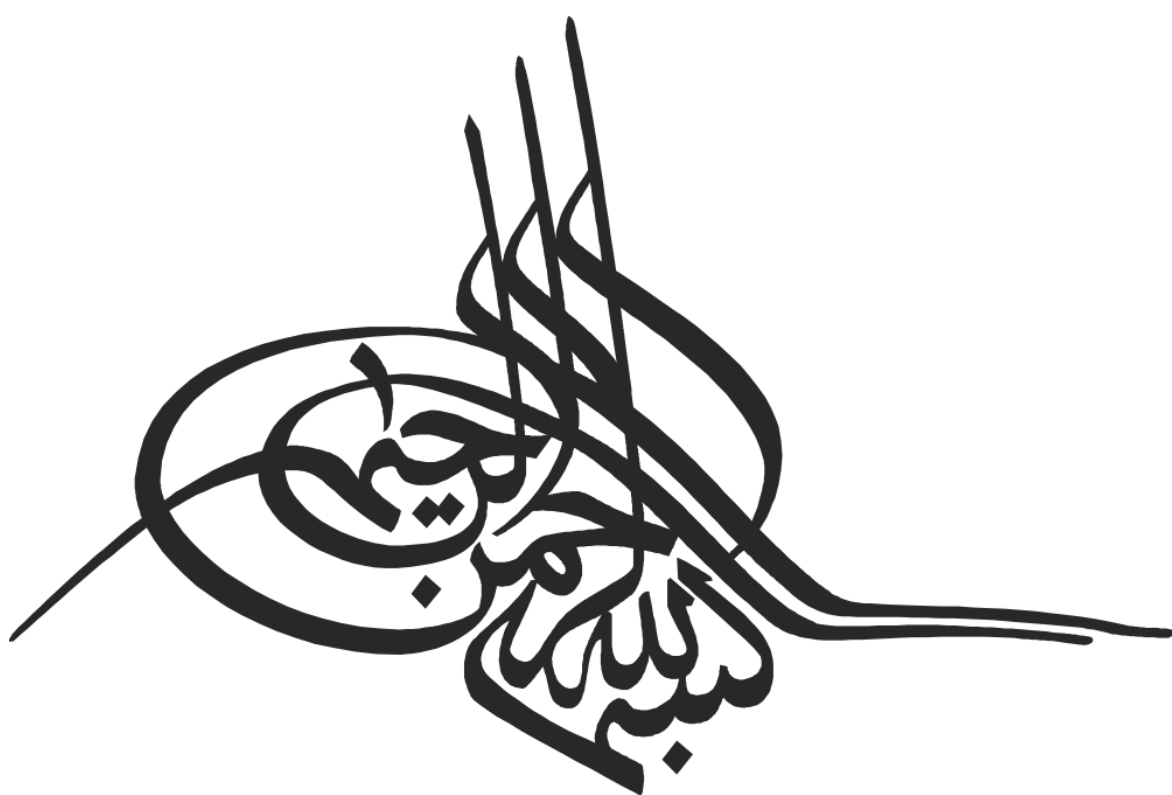
مولدسازی دارایی های دولت

رانت (سدی بر سر راه توسعه اقتصادی)

آزاد سازی واردات خورده

اقتصاد کشاورزی و چالشهای پیشروی آن

بازار سرمایه و آشنایی با انواع بازارها



فصلنامه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی

توسعه اقتصادی



عنوان: توسعه اقتصادی

زمینه انتشار: فصلنامه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی

ترتیب انتشار: فصلنامه

شماره انتشار: ۴

صاحب امتیاز: انجمن علمی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

مدیر مسئول: بابک جعفری

سردبیر: مریم جاوید اصل

ناظر علمی: دکتر عبدالرحیم هاشمی دیزج

تاریخ و شماره مجوز: ۹۷/۰۳/۳۰ | ۲۸۸۲/ف/م

تاریخ و شماره آخرین تغییرات: ۹۹/۰۸/۲۵ | ۳۶۸۴/ف/م

تاریخ انتشار: زمستان ۱۳۹۹

هیأت تحریر: بابک جعفری - مریم جاوید - قدرت مرادی ثانی - محمد خضرو - حامد سلیمانی

پارسا حمداله پور - فاطمه زهرا زالی

طراح جلد و صفحه‌آرایی: امیر شایعی

راه‌های ارتباطی با ما:

@eco_mohaghegh

Babakjaafari79@gmail.com





فهرست مطالب

۷	معرفی اعضای اصلی و فعال انجمن علمی اقتصاد.....
۸	تاثیر کرونا بر اقتصاد.....
۹	مولدسازی.....
۱۰	رانت (رانت سدی بر راه توسعه اقتصادی).....
۱۲	آزادسازی خودرو.....
۱۳	اقتصاد کشاورزی (اقتصاد کشاورزی و چالش‌های پیش روی کشاورزی ایران).....
۱۵	بازار سرمایه.....
۱۹	پدیده فرار مغزها.....
۲۱	اقتصاد مقاومتی.....
۲۲	بررسی دیپلماسی اقتصادی کشورهای همسایه در دولت‌های یازدهم و دوازدهم.....
۲۵	خام فروشی (خام فروشی نفت و آسیب‌های اقتصادی آن).....
۲۷	معرفی (معرفی نوبلیست‌های اقتصاد سال ۲۰۲۰).....
۲۹	معرفی کتاب (خلاصه کتاب خلق مدل کسب و کار).....
۳۲	اشتغال جوانان.....





سخن آغازین

در حال حاضر کشور ما با چالشهای عمده ای روبه روست. پائین بودن رشد اقتصادی، رکود اقتصادی، بیکاری، مسائل زیست محیطی، کمبود آب، فقر، مشکلات بانکی، پائین بودن بهره وری نیروی کار، سرمایه و انرژی و... رفع این مسائل مستلزم انجام پژوهشهای دقیق، علمی و کاربردی است که بتواند سیاستهای لازم را جهت پاسخگویی به این مسائل پیشنهاد دهد.

به همین منظور نشریه توسعه اقتصادی ضمن تمرکز بر مباحث اقتصاد ایران، در تلاش هست تا راهکارهای را در این خصوص، با توجه به مطالعات و تحقیقات میدانی ارائه نماید.

ما در این نوشتار برآنیم تا دستی در همه‌ی حوزه‌های تاثیرگذار در اقتصاد ببریم. و مخاطب خود را نه تنها دانشجویان رشته‌ی اقتصاد که همه دانشجویان طالب علم می‌دانیم، پس سعی خواهیم کرد تا در شماره‌های آتی از ارتباط بین علوم مختلف از فنی و مهندسی و ارتباط صنعت با اقتصاد گرفته تا حوزه‌ی علوم انسانی و خود پزشکی در ارتباط با اقتصاد سخن به میان آوریم. و دراین راستا از شما دانشجویان و فرهیختگان عزیز تقاضا داریم تا با مطالعه این شماره از نشریه، با ارائه نکته نظرات خود ما را در هرچه بهتر بودن در این حوزه یاری فرمائید.

در پایان بر خود لازم می‌دانیم از معاونت فرهنگی دانشگاه محقق اردبیلی، کارشناس انجمن‌های علمی جناب مهندس سعید بوداقي و همه عزیزانی که در تهیه و تدوین، این شماره با ما همکاری کردند، نهایت تشکر و سپاس را بجا بیاوریم.

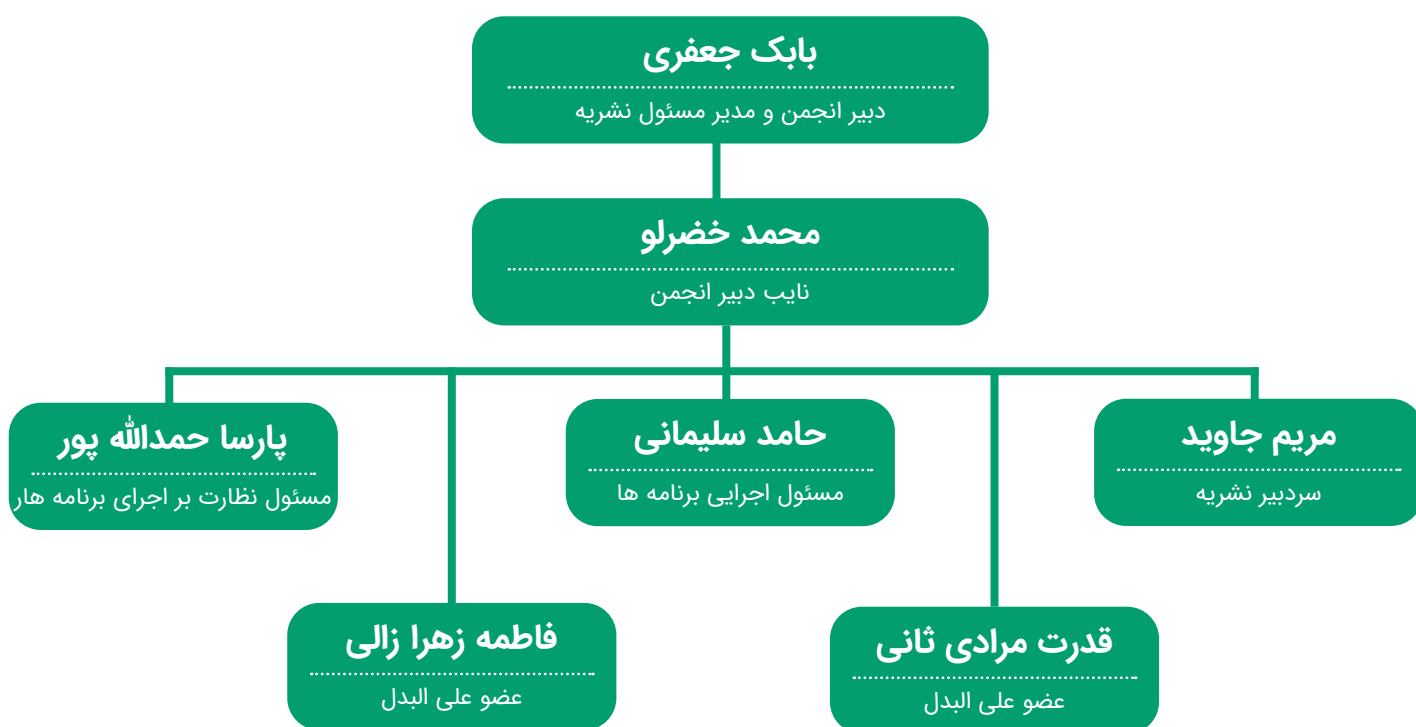
با آرزوی موفقیت

سردبیر : مریم جاوید

مدیر مسئول : بابک جعفری



معرفی اعضای اصلی و فعال انجمن علمی اقتصاد





تاثیر کرونا بر اقتصاد

گردآورنده : قدرت مرادی ثانی

دانش آموخته جمعیت شناسی دانشگاه علامه
دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق

اولین نشانه‌های کرونا در سال ۲۰۱۹ در کشور چین مشاهده شد و در حال حاضر تمام جهان را تحت تاثیر قرار داده است. ویروس کرونا تاثیر مخربی بر حوزه‌های مختلف اجتماعی، آموزشی، اقتصادی و... گذاشته است؛ اولین نشانه‌های کرونا در ایران در نزدیکی عیدباستان ایرانیان مشاهده شد در این ایام برخی مشاغل با توجه به فصلی بودن آن، بیشترین ضرر را متحمل شدند که از آثار کوتاه مدت ویروس کرونا بر مشاغل در ایران بوده است؛ در بازه میان مدت و بلندمدت نیز، بیشترین بخش‌های آسیب پذیر فعالیت‌های عمده فروش و خرده فروش بوده است؛ علاوه بر این خدمات گردشگری از جمله رستوران، هتل و مشاغل خدماتی زیان بیشتری را متحمل شدند. بسته شدن مرزها در برخی از ماه‌های سال نیز باعث کاهش مبادلات جهانی گردید هر چند در ایران این مورد با توجه به وجود تحریم‌ها، کمتر نمایان گردید. به صورت کلی در بخش عرضه، شرکت‌ها با مشکلات فراوانی در زنجیره تامین مواد اولیه، کاهش فروش و کاهش بهره‌وری مواجه شدند در بخش تقاضا نیز، بخش‌های خدماتی بیشترین تاثیر منفی را داشته‌اند؛ این در حالی است که کسب و کارهای اینترنتی در این دوران بیشترین میزان تقاضا را داشته‌اند.





مولدسازی

گردآورنده: قدرت مرادی ثانی

دانش آموخته جمعیت شناسی دانشگاه علامه
دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه محقق

مولد سازی دارایی‌های دولت: گامی برای شفاف سازی و توسعه اقتصادی

مولد سازی به زبان ساده به معنای مدیریت دارایی‌های دولت می‌باشد که در این کار بخشی از دارایی‌های خود را مدیریت کند و یا با جابه جایی بخشی از اموال خود بتواند درآمد خوبی بدست آورد. همچنین می‌تواند بخشی از دارایی‌های مازاد خود را بهینه کند؛ مولد سازی دارای مزایایی می‌باشد؛ مهمترین مزیت مولد سازی افزایش درآمد و بودجه دولت می‌باشد همچنین از طریق مولد سازی می‌توان بخشی از هزینه‌های یک کشور را کاهش داد. از دیگر مزایای مولدسازی افزایش شفاف سازی دارایی‌های دولت و حکومت می‌باشد؛ همچنین دولت از این طریق می‌تواند بخشی از نقدینگی را جذب کند و توانمندی خوبی به بخش خصوصی اقتصاد دهد. همچنین از این طریق می‌توان ارزش دارایی‌های دولت نیز تشخیص داده شود.

تجربه کشورهای مختلف نشانگر اهم مولدسازی می‌باشد؛ در آمریکا دولت اموال مازاد خود را از طریق سیستم هاو سایت‌های الکترونیکی برای عموم مردم به مزایده گذاشته می‌شود؛ امریکا توانسته از طریق مولدسازی در حدود ۶۰۰ میلیون دلار در هزینه‌های ساختمانی کشور خود صرفه جویی داشته باشد؛ در فرانسه هر وزارت خانه مسئول مدیریت اموال خود می‌باشد؛ وزارت دارایی فرانسه چارچوب اساسی برای مدیریت اموال و مولد سازی در هفت گام تدوین کرده است؛ در کشور کانادا نیز، دولت از طریق مولدسازی دارایی‌های خود که از سال ۱۹۵۰ شروع کرده سالیانه حداقل ۴۶۰ میلیون دلار درآمدزایی کرده است. در انگلیس نیز این کار از سال ۲۰۱۰ صورت گرفته است که از این طریق توانسته‌اند درآمد هنگفتی بدست آورند.

در ایران نیز زمره‌هایی در این مورد طی سالیان گذشته به گوش رسیده است؛ ایران می‌تواند از طریق مولدسازی از بخشی از هزینه‌های خود را کاهش دهد؛ همچنین از این طریق ایران درآمد زیادی را بدست می‌آورد که می‌تواند بخش زیادی از بودجه خود را بدست آورد؛ علاوه بر مزیت‌های فوق، ایران می‌تواند از طریق شفاف سازی با فساد سیاسی نیز مبارزه کند و زمینه ای باشد برای شروع شفاف سازی و در نهایت منبع خوب درآمدی برای دولت.

ایران می‌تواند به صورت کلان و به دور از سیاسیون، از طریق مدیریت دارایی‌های خود، به اهداف ذکرشده برسد، ایران می‌تواند دارایی‌های دولت را در چهارچوب یک صندوق دارایی ملی قرار بدهد؛ به صورتی که شفاف باشد و شاخص هاو استانداردهای شفافیت مثل شاخص ROA داشته باشد.

به‌طور مشخص، موضوع مولدسازی دارایی‌های دولت، پیش از این نیز مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گرفته بود و در قوانین بودجه سال‌های گذشته نیز درج شده بود؛ اما در عمل اتفاق خاصی روی نداده است. در این خصوص بسترسازی‌های زیادی صورت گرفته است. گام اول که شناسایی دارایی‌ها است، تا حد قابل پذیرشی انجام شده است. وزارت اقتصاد، از سال‌های گذشته سامانه‌ای را تحت عنوان سادا (سامانه جامع اموال دستگاه‌های اجرایی) راه‌اندازی کرده که اطلاعات بخش قابل توجهی از دارایی‌های دولت در این سامانه درج شده است. اما تاکنون آن ماحصلی که باید در این خصوص اجرا شود، به نظر می‌رسد رخ نداده است



رانت (رانت سدی بر راه توسعه اقتصادی)

گردآورنده: بابک جعفری

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

معضل رانت یکی از مشکلات مهم و اساسی که باعث هدر رفتن انگیزه ها و تلاش فعالان اقتصادی و کند شدن موتور محرکه رشد اقتصادی شده و کشورها به ویژه کشورهای کمتر توسعه یافته با آن مواجه هستند، می باشد.

رانت؛ با توجه به شرایط کنونی درآمد باد آورده ای است که بدون کار و تلاش تولیدی و ریسک و خطر حاصل می شود.

عواملی مانند نبود نظارت دقیق، موقعیت های انحصاری، واگذاری اموال، مجوزهای غیر قانونی (شامل ساخت و ساز و...) سهمیه های وارداتی صدور کالا، فروش اطلاعات مالی ارز ارزان قیمت، اعتبارات بانکی (دریافت اعتبارات بانکی برای یکسری افرادی که رانت دارند از جمله دریافت وام های کلان و غیره) و قاچاق کالا از کانال رانت خواری منجر به کسب سودهای بادآورده شده و هزینه های اجتماعی جبرانناپذیری را بر جای می گذارد.

به عنوان مثال در بحث سیاست های بازرگانی انواعی تعرفه وجود دارد که یکی از آنها تعرفه مؤر برای واردات می باشد که در نتیجه آن اضافه رفاه مصرف کننده به تولیدکننده انتقال می یابد و در نتیجه افزایش قیمت هامنجر به انباشت سودهای کلان می شود که اگر در بخش های غیر مولد (مثلا عدم تخصیص آن در تولید کالا) به کار گرفته شود باعث هزینه های اجتماعی و رانتجویی می شود.

به عقیده بسیاری از اقتصاددانان، منابع موجود در یک کشور، لزوماً موجب رشد توسعه آن کشور نمی شود بلکه نحوه مدیریت این منابع است که در نهایت مشخص می کند چه کشوری به سرمنزل مقصود می رسد و در زمره کشورهای توسعه یافته قرار می گیرد. در این میان یکی از فرایندهای مهمی که مدیریت منابع و آثار توزیع آن را تحت تاثیر قرار می دهد رانت و رانتجویی است.

اینگونه می توان بیان کرد که رانت و هزینه هایی که متعاقباً به اقتصاد وارد می کند، می تواند بخشی بزرگی از پاسخ این معما باشد که چرا برخی کشورها در مسیر توسعه گام های بزرگی برداشته اند اما برخی دیگر خیر؟

اگر مدیریت منابع یک کشور به هر دلیلی درست و اصولی نباشد، رفاه مردم آن کشور به خطر می افتد و کیفیت زندگی شان پایین می آید.

رانت از دیدگاه اقتصاددانان کلاسیک

مفهوم رانت را اقتصاددان های همچون ریکاردو و آدام اسمیت در اقتصاد مطرح کردند. آدام اسمیت بیان کرد که درآمد حاصل از یک فعالیت به سه دسته سود، دستمزد، رانت تقسیم می شود.

اسمیت معتقد بود که سود به صاحب به سرمایه می رسد. چرا که سرمایه اش را به مخاطره انداخته است. دستمزد نیز نصیب نیروی کار می شود، به دلیل این که نقش پررنگی در پروسه تولید و عرضه کالا یا خدمت ایفا می کند. به عقیده آدام اسمیت در نهایت چیزی که بعد از پرداخت دستمزد و سود باقی می ماند، رانت به حساب می آید.

همانطور که می دانیم مدیریت منابع کشورها اکثراً توسط دولت انجام می گیرد. اما آیا دولت های توانمند این مسئولیت سنگین را به درستی و در راستای افزایش رفاه و رشد شاخص های توسعه یافتگی انجام دهند؟



اقتصاددانان کلاسیک اینگونه فرض میکنند که هدف دولت ها، رساندن جامعه به اهدافش است. همچنین به عقیده آنها دولت به صورت شایسته نفع عمومی را تأمین می‌کند و ناتوانی‌های بازار را مرتفع می‌سازد. رانت‌های اقتصاد بیشتر به دلیل کمیابی‌های طبیعی هستند. به عبارتی اگر مازادی در اقتصاد به وجود بیاید، توسط سازوکار بازار از بین می‌رود. آنها مدیریت صحیح مازاد ناشی از انحصارهای طبیعی را نیز وظیفه دولت می‌دانستند.

چگونه ساختار بد مجموعه نظام دولت باعث رانت اقتصادی می‌شود؟

با ذکر مثالی این موضوع را تشریح می‌کنیم:

فرض کنید دوست شخص الف در مرکز آمار مشغول به کار است. شخص الف و شخصی ب هر دو به یک صورت سرمایه گذاری کنند و با توجه به روند قیمتی آن، تصمیم می‌گیرند سرمایه ای یکسان با عنوان A، بطور هم زمان روی آن کالا یا طرح بیاورند.

فرد الف پیش از تصمیم به سرمایه گذاری، از دوستش کمک می‌گیرد و از او می‌خواهد که اطلاعات قیمتی این کالا را در اختیارش بگذارد. در این حالت شخص الف به دلیل داشتن رانت اطلاعات، سرمایه گذاری موفق تری نسبت به شخص ب خواهد داشت.

رانت و رانتجویی در کشورهای توسعه یافته سطح پایین تری نسبت به کشورهای در حال توسعه دارند. بسیاری از اقتصاددانان این موضوع را ناشی از حق مالکیت می‌دانند.

رانت چگونه رفاه و توسعه اقتصادی را نابود می‌کند؟

جدای از زیان‌های رفاهی و هزینه ای رانت، این پدیده آثار غیرمستقیمی نیز در اقتصاد دارد. بطور مثال زمانی که رانتجویی گسترش می‌یابد. انگیزه خلاقیت و نوآوری افراد جامعه از بین می‌رود. از سوی دیگر، قوانین موردی فراگیر می‌شوند. رشوه دهی و رشوه گیری برای پیشبرد امور بیشتر شده و ادامه روند باعث فرار سرمایه انسانی (در ادامه نشریه با موضوع پدیده فرار مغزها بیشتر توضیح می‌دهیم) و فیزیکی می‌شود و رفاه





آزادسازی خودرو

■ گردآورنده: بابک جعفری

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

آزاد سازی واردات خودرو و تبدیل شدن آن، به وسیله ای برای سرمایه گذاری

سرمایه گذاری، یکی از راه‌های مهم و اساسی برای تبدیل وجوه مالی به یک یا چند نوع دارایی که برای مدتی در زمان آتی نگهداری می‌شود، هست هدف از سرمایه گذاری معمولاً رشد و توسعه سرمایه خود و بهره مندی از منافع آن در آینده می‌باشد. سرمایه گذاری می‌تواند در هریک از موارد ذیل صورت گیرد.

- املاک و مستغلات

- کالاهای فیزیکی

- سهام اوراق بدهی

- سپرده بانکی

- سرمایه گذاری در انواع صندوق‌های سرمایه گذاری و...

در کشور ما خودرو مدت زیادی است که تبدیل به یکی از حیاتی ترین بازارهای داخلی شده است.

امروزه افراد زیادی سعی در آن دارند که قسمتی از وجوه خود را وارد این بازار بکنند.

طبق مطالعات در اوایل دهه هشتاد و بهبود نسبی روابط دیپلماتیک ایران با کشورهای نوظهور مانند کره جنوبی، واردات خودروهای این کشورها از سوی ایران صورت گرفت.

در واقع قسمت تقاضای بازار خودرو در ایران به دو قسمت خودروهای داخلی و وارداتی تقسیم میشد. در سال ۹۸ طبق ابلاغیه رسمی وزارت صنعت، معدن و تجارت ورود خودروهای خارجی به کشور ممنوع اعلام شد. هدف از اجرای این قانون در وهله اول حمایت از تولیدکنندگان داخلی و کاهش خروج ارز ناشی از ثبت سفارش برای واردات خودرو هابود. اما متأسفانه اجرای این قانون نه تنها در سال ۹۸ پیامدهای منفی به دنبال داشت در سال ۹۹ نیز شاهد این پیامدها بودیم. مشکلاتی اعم از عدم تعادل در عرضه و تقاضای خودروهای وارداتی و سیاستگذاریهای نادرست خودروسازهای داخلی از جمله پیامدهای اجرای قانون ممنوعیت خودروهای خارجی بود. فی الحال با مراجعه به قیمت‌های نجومی خودروهای داخلی می‌توانیم متوجه این بحث باشیم در مباحثات تجارت بین الملل بحثی به عنوان تعرفه موثر و تعرفه اسمی وجود دارد که بر اساس آن بر روی کالاهای وارداتی تعرفه ای جهت حمایت از تولیدکننده داخلی بسته می‌شود. که اصطلاحاً به آن درآمد تعرفه‌های دولت گفته می‌شود. با ممنوعیت واردات خودروهای خارجی دست دولت از این درآمد خالی ماند. علاوه بر آن خودروهای خارجی که کالای مصرفی به شمار می‌رفتند به کالاهای سرمایه ای تبدیل شدند. که این باعث نا اطمینانی مردم از شرایط اقتصاد کشور در آینده و شکل گیری انتظارات تورمی بالا و باز شدن دست دلالان و سفته بازان بازارخودرو می‌شود.

در آخر بایستی اشاره کرد که این طرح یعنی ممنوعیت واردات خودروهای خارجی با توجه به وضعیت کنونی اقتصاد از معقولیت و پشتوانه اقتصادی ضعیفی برخوردار بوده و زیر ساخت‌های لازم به درستی تامین نشده بود.

امید است با تدبیر و سیاستگذاریهای دقیق وزارت صمت، صنعت خودروسازی در کشور از حالت انحصاری به سمت رقابتی سوق پیدا کرده و تعدیلی در قیمت‌های داخلی و بویژه در کیفیت محصولات خودروسازان صورت گیرد.



اقتصاد کشاورزی (اقتصاد کشاورزی و چالش‌های پیش روی کشاورزی ایران)

■ گردآورنده: حامد سلیمانی

اقتصاد کشاورزی، بخشی کاربردی از علم اقتصاد است که به بکارگیری نظریه‌های مختلف اقتصادی برای بهینه کردن تولید و توزیع غذا و مواد خوراکی می‌پردازد.

اقتصاد کشاورزی امروزه رشته‌ها و زمینه‌های کاربردی متنوعی را شامل می‌شود و همپوشانی قابل توجهی با اقتصاد متعارف دارد.

اقتصاد کشاورزی مشارکتهای بسیاری را برای تحقیق در رشته‌های اقتصاد، اقتصاد سنجی، اقتصاد توسعه و اقتصاد محیط زیست به عمل رسانده است. از گذشته تا جهان امروز یکی از مشکلات اساسی بشر تأمین نیازهای غذایی است، به گونه‌ای که امنیت غذایی به عنوان یکی از اهداف مهم در صدر برنامه‌های دولت ها قرار گرفته است. بدون شک به منظور نیل به امنیت غذایی علاوه بر اتخاذ سیاستهای مطلوب و برخورداری از منابع کافی، تولید کشاورزی باید به گونه‌ای باشد که تمامی نیازهای جامعه را برآورده کند.

تولید کشاورزی بهینه نیازمند دو گروه عوامل تولیدی است:

عوامل فیزیکی تولید: زمین، بذر، آب، نیروی کار و... که وجود آنها از نظر کمی و کیفی شرط لازم تولید است.

عوامل غیر فیزیکی (که متاثر از نیروی کار متخصص می‌باشد) تولید، که ریشه در مدیریت اقتصاد کشاورزی دارند.

با توجه به اهمیت و ضرورت مدیریت و اقتصاد کشاورزی، این عامل به عنوان شرط کافی تولید تلقی می‌گردد؛ بنابراین به منظور تولید کشاورزی مطلوب و بهینه، وجود عوامل فیزیکی و غیر فیزیکی تولید در کنار یکدیگر لازم و ملزوم هم می‌باشند. در همین راستا چنانچه انجمنی بین کشاورزان هر منطقه ایجاد شود، محیطی برای ارتباط و همکاری میان کشاورزان شکل می‌گیرد که برای تسهیل در بهتر بودن انجمن و وجود افراد خبره می‌توان به اعضای انجمن، خدماتی مثل اعطای کارت کشاورز رایگان، واکسیناسیون دام و تبادل بذر و... ارائه داد. در چنین انجمنی با قرار دادن برنامه‌های آموزشی برای اعضا و ایده‌های جدید کسب و کار می‌توان صمیمیت و اراده و امید بیشتری میان کشاورزان به وجود آورد.

از جمله آموزش‌هایی که پیشنهاد می‌شود نحوه صحیح استفاده از منابع می‌باشد مثلاً تولید ورمی کمپوست که هم جایگزین بهتری از نظر کیفیت و هم از منظر قیمت می‌تواند نسبت به کودهای شیمیایی به صرفه‌تر باشد و حتی منبع درآمدی برای کشاورز باشد. کشورهای مثل بنگلادش که رشد اقتصادی جالب توجهی را در سال ۲۰۲۰ از خود به نمایش گذاشت، در بخش کشاورزی با استفاده از چنبروشهایی (جایگزینی کود ورمی به جای کود شیمیایی) توانسته منابع را بهینه بکند.

راهکارهای دیگری در این باب می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- بهینه سازی شرایط آبرسانی با استفاده از شیوه‌های نوین آبیاری

- الگوی کشت مشخص با بهبود وضعیت مکانیزاسیون و...

- الگوی کشت پیشنهادی با تضمین ایجاد بازار و درآمد

- کاهش ضایعات محصولات با استفاده از آموزش تولیدکنندگان و...



چالشهای حمایتی

یکی از مباحث مهم در مورد سیاستهای حمایتی در بخش کشاورزی ایران، فقدان یک ساختار نظاممند و الگوی هدفمند برای اجرایی‌نگونه حمایتها است. روند تغییرات سیاستهای کشورهای عضو اتحادیه (OECD) (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی) در حمایت از بخش کشاورزی یکی از نمونههایی است که می‌تواند الگویی مناسب برای حمایت از این بخش ارائه دهد. برای این کشورها شاخص‌های حمایت از تولیدکنندگان (PSE) در سه مقطع زمانی ارزیابی شده، رصد صورت گرفته نشان‌دهنده آن است که همانطور که مشخص است، کشورهای این اتحادیه میزان حمایت از تولیدکنندگان خود را تقریباً ثابت نگه داشته‌اند؛ اما الگوی حمایت خود را از قیمت‌های بازاری به سمت پرداختهای مستقیم سوق داده‌اند؛ به‌طوریکه حمایت از قیمت‌های بازاری، که در سالهای ۱۹۸۶-۱۹۸۸ تقریباً ۷۷ درصد از حمایت‌های تولید را شامل میشد، در سال ۲۰۱۷-۲۰۱۵ به حدود ۴۶ درصد رسیده است. از طرف دیگر در همین دوره زمانی، میزان پرداختهای مستقیم به تولیدکنندگان کشاورزی از ۲۳ درصد به ۵۴ درصد رشد کرده است. این تغییر در الگوی حمایت در یک دوره زمانی تقریباً ۳۰ ساله قابل توجه به نظر میرسد. از سوی دیگر، اگرچه متوسط ارزش حمایتها در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۱۹۸۶ تغییرات چشمگیری نداشته است، اما ترکیب این حمایتها دچار تغییرات زیادی شده و به طور کلی، پرداختهای مستقیم جانشین حمایت از قیمت بازاری شده است.

با توجه به این گزارش می‌توان گفت امروزه می‌توان ۶ رویکرد متفاوت را در مورد سیاستهای کشاورزی اتخاذ کرد. این سیاستها که بعضاً با یکدیگر ارتباطات متقابل نیز پیدا میکنند، که شامل «تمرکز بر حمایت قیمت بازاری از طریق سیاستهای داخلی و ابزارهای تجاری»، «تاکید بر سیاستهایی که از کالاهای عمومی حمایت میکنند و کاهش اثرات بیرونی کشاورزی»، «پرداخت یارانه به نهاده‌ها»، «تمرکز بر حمایتهایی که به کاهش ریسک عملکردی یا درآمدی منجر شوند»، «پرداخت مستقیم به کشاورزان» و «تمرکز بر ایجاد یک محیط اقتصادی مناسب برای کشاورزی» است. با این شرایط می‌توان گفت اگرچه ویژگیهای کشاورزی در هر کشور متفاوت است، اما چالشهایی که این بخش با آن مواجه است، تقریباً یکسان است.

ما در این شماره از نشریه توسعه اقتصادی سعی بر آن داشتیم که خلاصه تحقیقات خود از بخش کشاورزی و راهکارهای پیشنهادی را به شرح ذیل ارائه بدهیم.

با توجه به شرایط اقلیمی ایران می‌توان گفت کشاورزی در ایران نیازمند حمایت‌های گسترده است، اقلیم خشک و نیمه خشک ایران، ضرورت حمایت را دوچندان کرده است. حمایت، بخش جدایی ناپذیر از ساختار اقتصاد کشاورزی در دنیا است و دستور کلی سیاستگذاران این بخش معطوف به انجام حمایت‌های گسترده از این بخش بوده است. اما آنچه باید مورد توجه قرار گیرد، این است که چشمانداز اتخاذ سیاستهای حمایتی از بخش کشاورزی، بهبود رفاه اجتماعی افراد یک جامعه است. از این رو تدوین این سیاستها باید به گونه ای باشد که ضمن حفظ و ارتقای امنیت غذایی، به پایداری بیشتر محیط‌زیست کشاورزی منجر شود. بنابراین ایجاد یک نظام یکپارچه برای مدیریت و سیاستگذاری در حوزه سیاستهای حمایتی مورد نیاز است. تجربه کشورهای موفق و پیشرو نیز نشان میدهد این کشورها، سیاستهای حمایت از تولید را در دستور کار خود قرار داده‌اند. در عین حال، اولین راهکار برای حمایت از تولید نیز توجه به قیمت تولیدکننده و افزایش سودآوری برای کشاورز مطرح می‌شود.



بازار سرمایه

گردآورنده: محمد خضولو

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

بازار سرمایه و انواع آن

ضرورت سرمایه گذاری برای رشد و توسعه اقتصادی هر کشور انکار ناپذیر است. برای فراهم ساختن وجوه مورد نیاز، منابعی برای تأمین سرمایه الزم خواهد بود بهترین منبع برای تأمین سرمایه، پس اندازهای مردم است. هدایت صحیح و

درست وجوه سرگردان به سمت سرمایه گذاریهای مولد، افزایش تولیدات و رشد ناخالص ملی، ایجاد اشتغال و افزایش درآمدسرانه و نهایتاً رفاه عمومی را در پی خواهد داشت. پس باید یک ساز و کار قوی، این پس اندازها را به سوی بخش

های تولیدی سوق دهد و نیاز مالی آنها را فراهم کند. در این فرآیند، بورس اوراق بهادار میتواند سهم عمده ای داشته باشد چرا که سرمایه های مردم را به سمت تولید سوق داده و از طریق شرکت های کارگزاری به مؤسسات تولیدی و بازرگانی

می سپارد. از لحاظ عرضه سرمایه نیز سرمایه گذاران باید بکوشند پس اندازهای خود را در جایی سرمایه گذاری کنند که بیشترین بازده را داشته باشد.

شناخت انواع بازارها

معمولاً بازار را به عنوان محل تالقی عرضه و تقاضا و انجام فرآیند داد و ستد می شناسند. معمولاً بازارها در یک دسته بندی کلی، به دو بخش بازار کالا و خدمات، و بازار مالی تقسیم می شوند.

بازار کالا و خدمات

این بازار، در واقع نخستین بازاری است که انسان ها برای رفع نیازهای خود ابداع نمودند. انسانها آموختند تا محل منسجم و مشخصی را برای مبادله کالاهای خود ایجاد کنند و یک سلسله مقررات و قوانین خاص بازار را تنظیم نموده و از رویه ها و

هنجارهای به وجودآمده توسط افراد موجود در آن تبعیت نمایند. در این نوع بازار ابتدا مبادله پایاپای مستقیم شکل گرفت، بدین صورت که افراد، کالاها و خدمات گوناگون را با یکدیگر مبادله می کردند و سپس دوره پول کالایی، یا مشخص نمودن یک نوع خاص از کالا به عنوان مبنای ارزش گذاری شروع شد و به وسیله آن مبادلات تهاتری یا پایاپای غیرمستقیم شکل گرفت. این کالای خاص در جوامع مختلف میتواند متفاوت باشد مانند پوست حیوانات، نمک، غلات و در مراحل پیشرفته تر نقره و طلا. سپس واحد پولی مورد پذیرش، به عنوان تسهیل کننده معاملات مورد استفاده قرار گرفت و از آن پس دوره پول اعتباری آغاز شد.

در این بازار، ارزش هر کالا یا خدمت با مبلغی پول تعریف شده و عموماً معاملات درون این بازار، تحت مکانیسم های شناخته شده ای انجام می پذیرد. عرضه در این بازار بسیار متنوع بوده و انواع کالا و خدمات



را هر چند نامشابه و غیر همگون، در آن می‌توان یافت. در بازار کالا و خدمات، واحد پولی، به عنوان واسطه معاملات می‌تواند در بخش‌های مختلف بازار به راحتی جابه‌جا شود و محدودیتی برای آن وجود ندارد. در واقع ما می‌توانیم نقدینگی موجود خود را در بخش‌های مختلف بازار و تحت قوانین و اصول آن به گردش دریاوریم.

دو رکن اصلی این بازار تولید کنندگان کالا و خدمات به عنوان عرضه کنندگان و مصرف کنندگان به عنوان تقاضا کنندگان می‌باشند.

تعادل در این دو رکن، تعادل کل بازار را به ارمغان آورده و در حالت معمول، از رکود یا تورم جلوگیری می‌نماید.

بازار مالی

بازار رسمی و سازمان یافته‌ای است که در آن انتقال وجوه از افراد و واحدهای که با مازاد منابع مالی مواجه هستند به افراد و واحدهای متقاضی وجوه (منابع) صورت می‌گیرد. در این بازارها اکثریت وام‌دهندگان را خانوارها و اکثریت متقاضیان وجوه را بنگاه‌های اقتصادی و دولت تشکیل می‌دهند.

انواع بازارهای مالی

انواع مختلفی از بازارهای مالی، با تنوعی از سرمایه‌گذاریها و مشارکت کنندگان وجود دارد. بازارهای مالی را بر حسب انواع سرمایه‌گذاریها، سررسید سرمایه‌گذاریها، انواع وام‌دهندگان و وام‌گیرندگان، محل بازار و انواع مبادالت دسته‌بندی می‌نمایند.

بازار مالی از نظر سررسید ابزار مورد معامله به دو دسته بازار پول و سرمایه تقسیم می‌شود.

بازار پول

در این بازار ابزارهایی دادوستد می‌شوند که سررسید آنها حداکثر یک سال است. در چنین بازارها سرعت نقد شوندگی بالا است که بازار پول ابتدا به جهت نگهداری نقدینگی مردم تشکیل شد و به عنوان یک محل امن برای نگهداری و محافظت از پول در مقابل سرقت از آن تعبیر می‌شد. در ابتدا بانک در قبال نگهداری و محافظت از پول مردم از آن هامبالی را دریافت می‌کردند. اما با گسترده شدن دنیا و مناسبات اقتصادی و ایجاد دادوستدهای گسترده وظایف و مسئولیت‌های جدیدی برای بانک‌ها تعریف شده. در این زمان، دولت‌های اد گرفتند که شاید بتوان از بانک‌ها به عنوان ابزاری برای کاهش تقاضا در بازار کالا و خدمات استفاده کرد.

به همین دلیل شروع به تبلیغ برای جذب نقدینگی مازاد مردم در حساب‌های بانکی کردند، تا به این وسیله حجم نقدینگی در دست مردم را کاهش داده و کنترل نمایند و از سرازیر شدن ناگهانی این حجم عظیم نقدینگی به بازار کالا جلوگیری کنند و به این طریق، بتوانند تقاضا و نهایتاً تورم را در بازار کالا و خدمات کنترل کنند. از طرف دیگر نقدینگی جمع شده در حساب‌های بانکی خود می‌توانست به صورت وام و تسهیلات در اختیار بخش‌های تولیدی جوامع قرار گیرد و تولید را افزایش دهد.

بانک‌ها در قبال وام و تسهیلات پرداختی به شرکتها و مؤسسات بهره‌بردار می‌کردند و از طرف دیگر به سپرده‌های مردم نیز بهره‌ای را می‌پرداختند و مابه‌التفاوت این دو نرخ بهره به عنوان درآمد بانکها



شناخته می‌شد. بازار پول تا مدت ها توانست نقش تعادل آفرین بین عرضه و تقاضا در بازار کال و خدمات را بازی کند تا این که بحث کنترل نقدینگی در بازار پول به میان آمد. با ایجاد بحران ه مردم به بانک ها هجوم آوردند و نقدینگی حساب های خود را طلب می کردند و در این مقطع و زمان بود که ضعف اصلی بازار پول نمایا نگر شد. در واقع بازار پول توان الزم برای کنترل و حفظ تعادل بین عرضه و تقاضا در شرایط بحرانی را به طور کامل نداشت. پس باید راه دیگری یافته و به کار گرفته می شد.

بازار سرمایه

با بروز و شناخت ناتوانی بازار پول در ایجاد لتعاد بین عرضه و تقاضا، با هدف جلوگیری یا کنترل تورم، بازار سرمایه به عنوان گزینه ای مؤثر در جهت تعادل آفرینی مورد توجه قرار گرفت. سیاست های مالی و اعتباری در ابتدا بازارهای سرمایه را ایجاد کرد و مساله ای به نام بورس و سهام به عنوان امری تاثیرگذار جاي خود را در زندگی مردم باز کرد و مردمی که تا آن زمان مازاد نقدینگی خود را در سپرده های بانکی نگهداری می کردند، کم کم نحوه سرمایه گذاری در بورس و خرید سهام شرکت های بورسی را یاد گرفتند و به این ترتیب بازار سرمایه در جامع های انسانی هر روز شناخته تر شد.

در بورس اوراق بهادار که نمود بارزی از بازار سرمایه می باشد، سهام و سرمایه شرکتها مورد معامله قرار می گیرد. این امر باعث می شود که مازاد نقدینگی افراد به جاي سرازیر شدن به بازار کالا، به شرکت ها سرازیر شده و باعث تامین مالی شرکت ها شده و رد نهایت تولید را افزایش دهد. تولید بیشتر، عرضه را متعادل تر کرده و می تواند به تقاضای فزاینده در بازار کالا و خدمات پاسخ داده و مانع تورم شود. از طرف دیگر شرکت به یک منبع ارزان قیمت تامین مالی دسترسی داشته در نتیجه، قیمت تمام شده محصولاتشان، افزایش ناگهانی نخواهد داشت. افراد قبل از خرید سهام شرکتها و در صورت عملکرد مطلوبشان، در سود (زیان) آن ها شریک می شوند و در نتیجه تقاضا برای خرید سهام شرکت های سودآور هر روز بیشتر می شود و چرخه رقابت بین شرکت ها برای کسب سود بیشتر و در نتیجه جذب نقدینگی وسیع تر و بیشتر هشد و این رقابت سالم می تواند تمامی گروه های فعال در بازار سرمایه را منتفع سازد. شرکت ها از منابع مالی ارزان قیمت، منتفع میشوند، سهامداران در سود شرکت ها شریک می گردند، شراکت این دو بخش چرخه تولید را به گردش در می آورد و تولید بیشتر شکوفایی اقتصادی را به همراه خواهد داشت. اتفاق مهم دیگری که در بازار سرمایه می افتد این است که نقدینگی به محض ورود به بازار سرمایه، به عنوان یک شریک، درگیر بازار گشته و در مواقع بحرانی، دولتها می توانند ورود و خروج نقدینگی از این بازار را کاملاً تحت سیاست های خود قرار دهند. در واقع نقدینگی وارد شده در بازار سرمایه در صورتی می تواند از این بازار خارج شود که جایگزینی داشته باشد و این مهم، جبران کننده نقص بازار پول است. چرا که نقدینگی در بازار پول، می تواند هر موقع که مایل باشد و بدون هیچ جایگزینی از بازار پول خارج شده و دولت را در اعمال سیاست های خود بر آن بازار محدود کند. در واقع نگارنده، بازار تعبیر می کند. در این زندان جذاب، نقدینگی به انتفاع از نقاط مثبت و «زندان جذاب و زیبای نقدینگی» سرمایه را به سازنده بازار می پردازد و دولت هانیز این امکان و فرصت را می یابند تا بر این حجم نقدینگی اعمال سیاست کنند و افسارگسیختگی آن را مهار نماید. کاری که شاید در بازارهای دیگر اصلاً امکان پذیر نیست و به همین دلیل است که دولت ها و مجموعه های اقتصادی وابسته، تمایل بسیار زیادی به گسترش و تعمیق بازار سرمایه دارند. در واقع بازار سرمایه نه تنها یک هوسیل، بلکه یک نیاز غیرقابل جایگزین در این مقطع از اقتصاد جهانی است.



در بازار سرمایه ابزارهایی است که سررسید آنها بیشتر از یک سال است و همچنین ابزارهای بدون سررسید دادو ستد میشوند مانند سهام.

انواع بازار سرمایه

الف) بازار اولیه

در این بازار اوراق بهادار شرکتها، برای اولین بار صادر شده و در معرض مبادله قرار می‌گیرد. به عبارتی، اوراقی که در این بازار عرضه می‌شود تماماً دست اول بوده و مستقیماً از خود شرکت ناشر یا نماینده فروش آن خریداری می‌شود.

ب) بازار ثانویه

بازار ثانویه شامل خریداران و فروشندگان سهام و دیگر اوراق بهاداری است که قبال انتشار یافته است. برای مثال اگر فردی بخواهد سهم یا ورقه قرضه ای را که پیشتر توسط ناشر آن به دیگر خریداران عرضه شده است خریداری نماید باید به بازار ثانویه مراجعه کند.

بورس اوراق بهادار مهمترین نهاد بازار ثانویه برای معاملات اوراق بهادار است. بازار ثانویه مکانی است که سهام پیشتر منتشرشده، موردخرید و فروش قرار می‌گیرد.

اوراق عرضه شده در این بازار از نوع دست دوم یا دست چندم است، تفاوت بازار ثانویه با بازار اولیه در این است که در بازار اولیه عرضه کننده، سهام را مستقیماً به سرمایه گذار می‌فروشد.





پدیده فرار مغزها

گردآورنده: محمد خضرلو

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

فرار مغزها چیست؟

فرار مغزها پدیده‌ای است که مربوط به زمان و مکان خاصی نیست و در تمام زمان‌ها کشورها با این پدیده درگیر بوده‌اند و اما عموماً فرار مغزها به انتقال منابع در قالب منابع انسانی از کشورهای در حال توسعه به کشورهای توسعه یافته تلقی می‌شود.

چرا فرار مغزها اتفاق می‌افتد؟

فرار مغزها مقوله پیچیده و چند الیه‌ای است و نباید آن را به چند علت محدود کرد

ولی می‌توان گفت که عواملی مانند وجود فرصت شغلی مناسب، چشم‌انداز مطلوب اقتصادی، چشم‌انداز از آینده امن و قابل پیش‌بینی از جمله عوامل و جاذبه‌های کشورهای مقصد هستند و عواملی مانند عدم تعادل میان امکانات و منابع انسانی، نبود فرصت شغلی مناسب، عدم حمایت مالی و معنوی، سطح پایین درآمدها و عدم شایسته‌سالاری جزء عوامل دافعه کشورهای مبدا هستند که احتمال مهاجرت افراد را افزایش می‌دهد.

اقتصاددانان معتقدند که نیروی انسانی متخصص شرط الزم برای از بین بردن عقب‌ماندگی اقتصادی و ظرفیت‌های استفاده نشده‌ی اقتصاد و ایجاد انگیزه‌های الزم برای پیشرفت است.

و کشورهای توسعه یافته این موضوع را به خوبی در یافته‌اند پس در همین راستا سعی دارند با جذاب نمودن شرایط داخل کشور خود مانع خروج متخصصین از کشور گردند و با جذب متخصصین سایر کشورها موجب رشد و شکوفایی، تسریع در انتقال فناوری و دانش فنی، افزایش تولید و کاهش فقر و تقویت ارتباطات جهانی شوند.

اگر کشورهای مبدأ نتوانند مهارت‌های تولید شده از طریق سیستم آموزشی خود را حفظ نمایند و متخصصین مورد نیاز خود را جذب کنند با فقدان در بخش‌های حساس از توانایی این کشورها در کاهش فقر و افزایش رشد اقتصادی کاسته می‌شود برآوردها نشان می‌دهد که حدود ۸۱ میلیون نفر در کشورهایی زندگی می‌کنند که در آن کشورها به دنیا نیامده‌اند. در میان این افراد نیروی‌های انسانی متخصص وجود دارند که از کشورهای در حال توسعه به کشورهای توسعه یافته مهاجرت نموده‌اند اقتصاد ایران نیز به منظور پر کردن شکاف عمیق تکنولوژی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی از یک طرف به شدت نیازمند واردات فناوری‌های نوین از کشورهای پیشرفته و از طرف دیگر نیازمند منابع انسانی غنی برای بهره‌گیری از این فناوری‌ها می‌باشد. طبیعی است که در چنین شرایطی فرار مغزها می‌تواند باعث تعمیق شکاف تکنولوژیکی بین اقتصاد ایران و اقتصادهای توسعه یافته شود و تحقق مطلوب رشد اقتصادی ایران و توسعه فعالیت‌های اقتصادی را دچار بحران کند.

کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، امروزه با مشکلاتی در زمینه سرمایه انسانی مواجه‌اند.

طبق برآورد سازمان ملل، به طور متوسط هر کشور باید حدود یک میلیون دلار هزینه کند تا یک فرد به یک متخصص تبدیل گردد و مراحل آموزش عالی را طی نماید با توجه به هزینه زیاد آموزش، خصوصاً تحصیلات دانشگاهی و عالی در کشورهای در حال توسعه، بروز پدیده فرار مغزها موجب می‌شود که علاوه بر از دست دادن سرمایه



مادی، بهترین و عالی ترین نیروی انسانی خود را نیز از دست بدهند درحالیکه کشورهای توسعه یافته بدون هیچ هزینه ای این سرمایه هارا جذب میکنند فرار سرمایه های انسانی از ایران سالیانه میلیاردها دلار می باشد.

مسئله پیش روی اقتصاد ایران، شکاف عمیق تکنولوژی با کشورهای پیشرفته است که موجب عقب ماندگی این کشور از قافله رقابت جهانی شده است. وجود نوابغ باعث می شود که حرکت های علمی - تکنیکی سریعتر صورت پذیرد و ابداعات و نوآوری شکاف موجود را کاهش دهد. اما خروج متخصصان و صاحبان اندیشه موجب می شود که این مهم تحقق پیدا نکند و در طی زمان شکاف تکنولوژیکی گسترده تر شده، عقب ماندگی و وابستگی دائمی و گرفتاری در دام فقر را سبب گردد.

با توجه به اینکه منشأ اثر منفی مهاجرت مغزها بر رشد اقتصادی ایران که عوامل گریز ناپذیر تلقی می شوند را می توان ناشی از فقدان رونق بازار تحقیق و توسعه و بازار سرمایه انسانی بدلیل اتخاذ سیاستهای ناصحیح اقتصادی از جمله تعیین دستوری نرخ بهره، نرخ ارز، نرخ تعرفه، نرخ دستمزد و... دانست.

لذا به نظرمی رسد، به منظور افزایش قدرت رقابت پذیری و افزایش جاذبه مغزها و یا کاهش دافعه مغزها در راستای بهبود رشد اقتصادی ایران پیشنهاد می شود که: به منظور اصلاح ساختار اقتصادی و حرکت تدریجی به سمت اصلاح قیمت نسبی عوامل (متناسب با فراوانی و کمیابی عوامل) با اتخاذ هدفمند سیاستهای اقتصادی عمده اقدام به انحراف قیمت نسبی عوامل به نفع عوامل تولید جدید (سرمایه انسانی و تحقیق و توسعه)، به منظور تحریک فعالان اقتصادی جهت حرکت از سمت اقتصاد منابع محور و سرمایه محور به سمت اقتصاد دانش محور و افزایش جاذبه مغزها و کاهش دافعه مغزها در کشور نمود.

همچنین با از بین بردن موانع رونق بازار تحقیق و توسعه و سرمایه انسانی، موجبات انتقال وبومی کردن دانش و فن آوری های نوین از کشورهای پیشرفته را بیش از پیش فراهم نمود. در این راستا می توان با اتخاذ سیاستهایی تعداد کشورهای توسعه یافته و صاحب فناوری های نوین رادر ترکیب شرکای تجاری ایران افزایش داد.



اقتصاد مقاومتی

■ گردآورنده : مریم جاوید

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که در شرایط بروز ناملایمات و حوادث و بحرانها و یا در مسیر اهداف بهینه منابع بدهد.

رهبر انقلاب اسلامی اقتصاد مقاومتی را معنا و مفهومی از کارآفرینی معرفی کردهاند و برای نیاز اساسی کشور به کارآفرینی دو دلیل فشار اقتصادی دشمنان و آمادگی کشور برای جهش را بیان نمودند.

برای رسیدن به اقتصاد مقاومتی ضروری است که وابستگیهای خارجی تقلیل یافته و برای افزایش تولید داخلی کشور و خوداتکایی تلاش کرد. کاهش وابستگی به نفت یکی دیگر از الزامات اقتصاد مقاومتی است.

اصول حاکم بر اقتصاد مقاومتی:

۱- درونزایی (اقتصاد مبتنی بر توانمندی داخلی)

۲- برونزایی (توانمندی داخلی. دارای تعامل با خارج)

۳- مردم محوری (نقش مردم در اقتصاد مقاومتی به صورت تامین منابع، مدیریت و اجرا باشد اما در حال حاضر بانک تنها روش حضور مردم در اقتصاد است.)

یک رکن دیگر اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی است؛ حمایت از کالای تولید داخل بخش مهمی از پازل اقتصاد مقاومتی است و بخش زیادی از اهداف اقتصاد مقاومتی را تحقق میسازد.

رهبر انقلاب در تبیین اقتصاد مقاومتی فرمودند: (در زمینه مسائل اقتصادی، اقتصاد تهاجمی را مطرح کردند، عیبی ندارد.) اینگونه نیست که اقتصاد مقاومتی به معنای حصار کشیدن دور خود و فقط انجام یک کارهای تدافعی باشد؛ بلکه، اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به یک ملت امکان میدهد و اجازه میدهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی خودشان را داشته باشند.

حوزههای اصلی اقتصاد مقاومتی: نظام مدیریت و برنامه ریزی اقتصادی کشور - نظام پولی، ارزی و بانکی کشور - حوزهی صنعت (به عنوان ستون فقرات اقتصاد مقاومتی) - حوزهی اقتصاد دانش بنیان - حوزهی کشاورزی (بخش مهم از تولید کشور) - ترانزیت - نفت و انرژی (مشکل خام فروشی نفت بدون ارزش افزوده) - تجارت خارجی، دیپلماسی - فرهنگ اقتصاد مقاومتی - مبارزه با فساد اقتصادی (ایجاد عدالت و رفع فقر) - مقابله با تحریمهای دشمنان.

رهبر انقلاب اسلامی به منظور انجام اقدامات سریع و ریشههای در کشور برای تحقق اقتصاد مقاومتی و سیاستهای کلی آن، به طوری که نتایج آن در عمل دیده شود و مردم آن را حس کنند، سال ۱۳۹۵ را به نام اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل نامگذاری و از دستگاهها و مسئولان حرکت گسترده در این زمینه را مطالبه نمودند.



بررسی دیپلماسی اقتصادی کشورهای همسایه در دولت‌های یازدهم و دوازدهم

■ گردآورنده: پارسا حمدالله پور

تحریم‌های ایالات متحده آمریکا و فرصت ایجاد شده در تجارت با کشورهای منطقه، اهمیت توجه به گسترش روابط با همسایگان و حضور در بازارهای منطقه را نسبت به قبل بیشتر کرده است. با توجه به موقعیت جغرافیایی، ایران ظرفیت بسیار بالایی در دستیابی به بازار کشورهای همسایه را دارد. به همین دلیل، دیپلماسی اقتصادی و توجه به همسایگان هدف برنامه دولت دوازدهم و وزارت امور خارجه است. این راهبرد، نقش موثری در بازدارندگی در برابر منابع بی‌ثباتی در منطقه و مقابله با آثار تحریم‌ها خواهد داشت. با این حال، بررسی اسناد نشان می‌دهد که فاصله زیادی تا دستیابی به نقطه مطلوب این هدف وجود دارد.

دیپلماسی اقتصادی ایران با همسایگان (گزارش)

ضرورت و اهداف پژوهش

دیپلماسی اقتصادی راهی موثر در راستای افزایش رشد اقتصادی و مقاوم کردن اقتصاد کشور با توجه به بازگشت تحریم‌های اقتصادی است. برای رسیدن به چنین هدفی باید ایران اقتصاد قوی و اقتدار ملی داشته باشد. بنابراین دیپلماسی اقتصادی به مفهوم اهمیت یافتن مناسبات اقتصادی در روابط خارجی، یکی از ابزارهای مهم پیشبرد اهداف بلندمدت و راهبردی کشورها برای کمک به تحقق اهداف اقتصادی و در نهایت افزایش رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. به همین دلیل، اولویت دولت‌های یازدهم و دوازدهم، دیپلماسی اقتصادی و توجه به همسایگان در برنامه دولت و وزارت امور خارجه است. هدف این پژوهش، بررسی راهبرد نوین سیاست خارجی دولت دوازدهم در توجه به دیپلماسی اقتصادی و بازارهای منطقه در دوران افزایش تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی است.

آثار تقویت روابط اقتصادی با همسایگان در دولت دوازدهم

تقویت سیاست همسایگی در بازارهای منطقه‌ای، باعث افزایش نفوذ ایران در منطقه و تثبیت دامنه نفوذ اقتصادی و تجاری در اقتصاد کشورهای همسایه می‌شود. این مهم نیازمند یک سیاست خارجی پویا و تقویت دیپلماسی اقتصادی است. در این راستا، توسعه روابط همه‌جانبه و پایدار با همسایگان، از مهم‌ترین راهبردها و اولویت‌های سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دولت دوازدهم به شمار می‌رود. این راهبرد آثار زیر را به دنبال دارد:

بازدارندگی در برابر منابع بی‌ثباتی و ناامنی منطقه‌ای

تقویت منافع ملی برای سیاست خارجی کشورهای در حال توسعه ضروری است. اقتصاد قوی به محیطی امن و با ثبات در پیرامون کشورها وابسته است و امنیت و ثبات منطقه‌ای نیز نیازمند وجود رشد و رفاه اقتصادی است. بعد از خروج از برجام، فشارهای اقتصادی و سیاسی ایالات متحده آمریکا علیه منافع کشور مشکلات مختلفی را در مقابل ایران به وجود آورده است. توجه هرچه بیشتر به اقتصاد مقاومتی و دیپلماسی اقتصادی با همسایگان با توجه به موقعیت جغرافیایی ایران به چند طریق از بی‌ثباتی و ناامنی منطقه‌ای جلوگیری می‌کند و در نتیجه، موجب رسیدن به اهداف استراتژیک و توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران است.



بازدارندگی در برابر آثار تحریم ها

با تقویت دیپلماسی اقتصادی با همسایگان از طریق جلوگیری از انزوای ایران به دلیل پرهزینه کردن سیاست‌های تحریمی و همچنین جلوگیری از برگشت پذیری تحریم ها، می‌توان از چالش ها و تهدیدات ناشی از تحریم ها جلوگیری کرد. با در نظر گرفتن جمعیت چند صد میلیونی همسایگان، می‌توان به بازار همسایگان به عنوان بازار مصرف و تامینکننده مواد اولیه نگاه کرد. در واقع، با استفاده از دیپلماسی اقتصادی، بازار همسایگان می‌تواند نقش بازارهای بزرگی را برای صادرات محصولات و خدمات ایران ایفا کند. به همین دلیل تحلیل روابط تجاری با همسایگان در راستای افزایش قدرت اقتصادی ایران اهمیت زیادی دارد.

تحلیل روابط تجاری ایران با همسایگان

ایران در سال‌های اخیر کمترین تعامل اقتصادی منطقه‌ای را دارد و از مزایای آن محروم مانده است. ۱۵ کشور همسایه ایران «امارات متحده عربی، ترکیه، روسیه، عربستان، پاکستان، عراق، قطر، کویت، قزاقستان، عمان، بحرین، جمهوری آذربایجان، افغانستان، ترکمنستان و ارمنستان» با دارا بودن ۵۶۰ میلیون نفر جمعیت، با ۱/۰۲ تریلیون دلار واردات، حدود ۶/۳ درصد از حجم ۱۶ تریلیون دلاری واردات جهان را به خود اختصاص داده‌اند. درحالی که ایران با ۲۳/۲ میلیارد دلار صادرات به این ۱۵ کشور همسایه، تنها ۲/۱۳ درصد از این بازار بزرگ را در اختیار دارد. دو کشور امارات متحده عربی و ترکیه بیشترین نفوذ را در میان کشورهای منطقه ای در بازار ایران داشته‌اند و سهم سایر کشورهای منطقه کمتر از ۵/۰ درصد بوده است.

براساس این آمار در سال‌های آغاز به کار دولت یازدهم و دوازدهم، افزایش صادرات و کاهش واردات مشهود است. نقاط قوت زیادی همچون خدمات فنی و مهندسی، سرمایه گذاری در زیرساخت‌های صنعتی و خدمات حوزه سلامت برای دولت دوازدهم وجود دارد. با گسترش نفوذ ایران در بازارهای منطقه، تقویت تولید داخلی و اشتغال زایی و دست یابی به ارزش افزوده مناسب و درآمدهای ارزی برای کشور حاصل می‌شود.

راهکارهای تقویت دیپلماسی اقتصادی و توجه به بازار همسایگان در دولت دوازدهم

اگرچه اولویت دولت دوازدهم تقویت دیپلماسی اقتصادی و گسترش روابط با همسایگان بوده است، اما هنوز نواقصی در برنامه‌های عملیاتی دولت وجود دارد. به این منظور، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

ایجاد شبکه ای از روابط راهبردی با محوریت کشورهای دوست و خصوصا همسایگان با توجه به بسترهای مشترک تاریخی و فرهنگی؛

استفاده از بستر سازمانها و نهادهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در جهت ارتقاء تعامل اقتصادی با کشورهای همسایه؛ استفاده از پیمانهای دوجانبه تجاری و ارزی و ایجاد بازار بین بانکی معاملات ریالی و ارزی با کشورهای منطقه؛

دولت دوازدهم باید نگاه ائتلاف جو با در نظر گرفتن مواضع و منافع خود داشته باشد و تعاملات خود را با کشورهای قدرتمند منطقه مانند ترکیه، روسیه و هند تقویت کند؛

استفاده از ظرفیت رسانه ای و بهره مندی از شبکه‌های برون مرزی برای نشان دادن توانمندی‌های تجاری واقعی ایران به ملت‌های منطقه؛

ایجاد زمینه سرمایه گذاری‌های خارجی از طریق تبلیغ ظرفیت‌های اقتصادی ایران در کشور میزبان؛



تقویت دیپلماسی عمومی و شرکت فعال بخش خصوصی واقعی (کارآفرینان، صنعتگران و بازرگانان) در بازار کشورهای همسایه؛

تشکیل شورای هماهنگی دیپلماسی اقتصادی متشکل از وزارت صنعت، معدن و تجارت با بازوی اجرایی سازمان توسعه تجارت، وزارت امور خارجه با بازوی معاونت تازه تاسیس دیپلماسی اقتصادی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، به‌عنوان بالاترین نهاد بخش خصوصی به منظور تسریع در تصمیم‌گیری‌ها و کاهش موازی‌کاری؛ تدوین سند یکپارچه دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر مشارکت نخبگان و پژوهشگران در طراحی ادبیات دیپلماسی اقتصادی.

جمع‌بندی

برای توسعه کشور، جمهوری اسلامی ایران نیاز جدی به تعامل با اقتصاد جهانی دارد. دیپلماسی اقتصادی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای رسیدن به جایگاه اول منطقه است. واگذاری مسئولیت‌های مربوط به اقتصاد مقاومتی به وزارت امور خارجه، توجه به دیپلماسی اقتصادی بر اساس ظرفیت‌های داخلی و تعامل در روابط اقتصادی خارجی را در دولت یازدهم و هم‌اکنون در دولت دوازدهم اهمیتی دوچندان بخشیده است. با استفاده از راهکارهایی همچون ایجاد شبکه‌ای از روابط راهبردی با همسایگان، استفاده از پیمان‌های دوجانبه ارزی و تشکیل شورای هماهنگی دیپلماسی اقتصادی می‌توان نقش دیپلماسی اقتصادی را در تقویت منافع ملی و اقتدار بین‌المللی کشور افزایش داد.

منابع

www.irna.ir

www.isna.ir



خام فروشی (خام فروشی نفت و آسیب‌های اقتصادی آن)

■ گردآورنده : مریم جاوید

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

استخراج نفت یکی از صنایع پیچیده و پیشرفته است که نیازمند منابع مالی، تجهیزات پیشرفته، دانش فنی، دانش مدیریتی و نیروی کار متخصص است. با اینکه ما نفت و گاز و در تولید آن استقلال داریم، نفت نهاد انرژی است و با توجه به اینکه برای توسعه یافتن نیازمند واردات انرژی نیستیم؛ اما، نگاه غلط این است که ما به دلیل داشتن نفت وضعمان باید خیلی خوب باشد و نیاز به کارکردن نیست، در حالی که هر بشکه نفت ۱۵۹ لیتر معادل ۵۰ دلار است.

نفت برای صادرات باارزش نیست برای استقلال باارزش است. این نگاه که ما نفت را بفروشیم و پول آن را بین مردم تقسیم کنیم یک نگاه غلطی است چون وقتی که ارزشش ۵۰ میلیارد دلار است.

طبق گزارشات سال ۲۰۱۳ اداره اطلاعات انرژی آمریکا، توزیع ذخایر نفتی کشورهای دارنده نفت خام به گونهای است که رتبه چهارم در دنیا و رتبه دوم در غرب آسیا به ایران تعلق دارد.

اولین آسیب خامفروشی نفت: ۱. اقتصاد نفتی باعث کوچک ماندن اقتصاد می‌شود چون قابلیت بزرگ شدن با این میزان پول وجود ندارد. ۲. از بین بردن منابع برای درآمدی‌اندک تلاشها برای رفتن به سوی صادرات غیر نفتی منحصر است در: پتروشیمی و مواد غذایی.

دومین آسیب خامفروشی نفت: غافل شدن دولت نفتی از ارزش کار آفرینی، دلیل این غفلت این است که دولت با یک واگذاری بدون سرمایه گذاری به ازای هر بشکه ۵۰ دلار بدست می‌آورد در حالی که در صنعت با تکنولوژی بالا هر ۱۰ دلار سرمایه گذاری تبدیل به ۱۴ دلار می‌شود.

سومین آسیب خام فروشی نفت: تبدیل دولت به اصلیت‌ترین بازیگر عرضه اقتصاد و به حاشیه رفتن مردمی سازی و خصوصی سازی، وقتی دولت منابعش را از محل مالیات تأمین می‌کند یعنی یک فعالیت اقتصادی وجود داشته باشد که منجر به درآمد شده است حال یک درصد از آن درآمد به دولت رسیده است. دولت در اقتصاد مبتنی بر مالیات باید اقتصاد را توسعه بدهد در این صورت فعالیت اقتصادی افزایش پیدا می‌کند. بنگاه سود ده ایجاد می‌شود و سود زیادی به مردم می‌رسد. اما در اقتصاد مبتنی بر نفت ارتباط دولت با مردم قطع است در این صورت دولت هرچقدر نفت بفروشد منابع بیشتری به دست می‌آورد.

چهارمین آسیب خام فروشی نفت: وقتی دولت مهمترین بازیگر عرصه اقتصاد است و مردم هم خیلی در اقتصاد دخیل نیستند کسانی مزیت پیدا میکنند که ارتباطی با دولت برقرار میکنند. بنگاه برای اینکه در اقتصاد نفتی مزیت پیدا بکند باید به دولت نزدیک شود. وقتی اساسی وجود داشته باشد که افراد هرچه فساد بیشتری کنند منافع بیشتری دارند در این صورت کشور به سمت فساد می‌رود. اقتصاد نفتی شایسته سалاری را از بین میبرد و روابط را بر ضوابط حاکمی‌کند.

پنجمین آسیب خام فروشی نفت: وقتی بودجه وابسته به فروش نفت است، اگر نفت تحت تاثیر قرار بگیرد در این صورت بودجه دولت متاثر می‌شود. آنگاه دولت که مهم ترین فعال در حوزه اقتصاد بوده دچار رکود می‌شود. اگر دولت دچار رکود شود جامعه هم دچار رکود می‌شود. اقتصاد نفتی دولت اگر نفت بفروشد کارهای بزرگ عمرانی انجام می‌دهد اگر نفت نفروشد نمی‌تواند کاری انجام دهد در نتیجه پیشرفت کشور مختل می‌شود.



دولت نباید جرات کند بعنوان شعار توسعه از افزایش تولید نفت صحبت کند و این را قبیح و خجالت آور بداند چون افزایش صادرات نفت خام یعنی وابستگی.

اقتصاد دانش بنیان یعنی کشور را باید مردم بسازند و دولت فقط باید اجازه ورود به عرصه اقتصاد را بدهد. خام فروشی تلویحا یعنی همه بنشینیم دولت نفت بفروشد تا غذا بخوریم.

در مجموع سیاست افزایش صادرات فرآوردههای نفتی از نظر اقتصادی، امنیتی، مقابله با تحریمهای فعلی و دیپلماسی منطقهای حائز اهمیت است و ضروری است مسئولین اجرایی با درک صحیح اهمیت موضوع موانع پیش روی سرمایهگذاران را برداشته و زمینه را برای توسعه ظرفیت پالایشی کشور آماده نمایند.

رهبر معظم انقلاب میفرمایند: اگر تحریمها اثر گذاشته است علت آن اشکال اساسی در وابسته بودن اقتصاد کشور به نفت است و بر همین اساس باید اقتصاد بدون نفت از برنامههای اصلی و اولویتهای دولت باشد.

خام فروشی = عقب ماندگی = بدبختی





معرفی (معرفی نوبلیست‌های اقتصاد سال ۲۰۲۰)

■ گردآورنده : بابک جعفری

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

روند اعطای جایزه نوبل اقتصاد در هر سال به این ترتیب است که ابتدا متقاضیان جایزه نوبل در کمیته نوبل آکادمی علمی رویال سوئد ثبت نام میکنند و کمیته نوبل مسئول انتخاب کاندیداها از بین تمامی ثبت نام شوندگان است. برنده یا برندگان نهایی جایزه نوبل اقتصاد با رأیگیری اعضای کمیته نوبل انتخاب خواهند شد.



سال ۲۰۱۳ یکی از کاندیداهای دریافت این جایزه؛ محمد هاشم پسران اقتصاددان ایرانی مقیم آمریکا بود؛ وی برای تحقیقات در «معیارهای اقتصاد سنجی در سری زمانی» به عنوان یکی از نامزدهای دریافت این جایزه در سال جاری معرفی شده بود. جایزه علوم اقتصادی نوبل در سال ۲۰۲۰ میلادی به دو آمریکایی به نام‌های پل میلگرام و رابرت ویلسون از دانشگاه استنفورد آمریکا برای «بهبود نظریه حراج و خلق قالبهای جدید حراج» اعطا شد.

پل رابرت میلگرام :در ۲۰ آوریل ۱۹۴۸ در آمریکا متولد شد. وی از سال ۱۹۸۷ به عنوان اقتصاددان و پروفسور علوم انسانی در دانشگاه استنفورد فعالیت می‌کند. وی کارشناس «نظریه بازی» به ویژه «نظریه حراج» و استراتژیست قیمت گذاری است. این اقتصاددان بنیان گذار چندین شرکت است که از جمله جدیدترین آنها به حراجی‌های می‌توان اشاره کرد که با فراهم کردن نرم افزار و خدمات، بازارهای کارآمدی را برای حراجها و مبادلات تجاری پیچیده ایجاد می‌کند.

رابرت باتلر ویلسون : در ۱۶ ماه می ۱۹۳۷ در آمریکا متولد شد. وی اقتصاددان و پروفسور برجسته و بازنشسته مدیریت در دانشگاه استنفورد است. وی به علت مشارکت در علوم مدیریت و اقتصاد بازرگانی مشهور است. پایان نامه دکترای وی برنامه نویسی مرحله ای (programming quadratic sequential) را معرفی کرد که به یک روش تکراری پیشرو برای برنامه نویسی غیرخطی تبدیل شد. تحقیقات وی در مورد قیمت گذاری غیرخطی بر سیاستهای شرکتهای بزرگ، به ویژه در صنعت انرژی و به خصوص در بخش برق تأثیر گذاشته است. نظریه حراج شاخه ای از نظریه بازی می‌باشد که به طور کلی یک هدف ساده دارد و آن هم این است که مکانیسم شفافی ایجاد کند تا بتوانیم منبعی کمیاب را به کسی بدهیم که بیشترین ارزشمندی را برای آن قائل است. این منبع می‌تواند یک کالا یا یک امتیاز باشد، بدین شکل



که می‌تواند یک جنس عتیقه‌های یا امتیازی مانند امتیاز بهره برداری از یک میدان نفتی یا ساخت یک پروژه دولتی باشد. نظریه حراج از یک سو از بعد نظری و از سوی دیگر از بعد کاربردی اهمیت دارد.

در روشهای پیشین و سنتی، فروشندگان کالای خود را به بالاترین قیمت ممکن به فروش می‌گذارند و خریداران نیز تلاش میکنند تا موقع خرید، قیمت حداقلی بپردازند. مثلاً حراج باز (Open Auction) که با قیمت صعودی برگزار می‌شود. یک راه دیگر هم این است که مزایده برگزار شود و در پاکت دربسته (Bid Sealed) قیمت مشخص شود. یا اینکه از قیمت بالا شروع شود و به شکل تدریجی قیمت کاهش یابد (price Descending Auction) به انتخاب یک راه از بین تمامی روشهای ممکن برای فروش یک محصول طراحی مکانیزم حراج می‌گویند. در کل باید گفت در سه دهه اخیر با افزایش توان کامپیوترها روشهای قیمتگذاری به شکل بیسابقه‌ای رشد کرده است. شرکت‌هایی که کالاها را به‌صورت آنلاین می‌فروشند همواره به دنبال آن هستند که روشهایی را برای حراج خود عرضه کنند که مشتریان بیشتری جذب آنها شوند. در طراحی مکانیزم حراج، مدلها و تئوری‌های توسعه داده شده که می‌گوید تحت چه شرایطی، چه نوع حراجی بهینه است. این تئوریه‌ها را در عمل به صورت وسیعی پیاده کرده‌اند و در برخی موارد میلیاردها دلار به درآمد حراج‌کنندگان اضافه شده است. مدل‌های حراج در طیف وسیعی از مسائل دنیای واقع، از فروش فرکانس رادیویی و موبایل تا بازار مبادله سهام به صورت بسیار گسترده استفاده می‌شود.





معرفی کتاب (خلاصه کتاب خلق مدل کسب و کار)

گردآورنده: فاطمه زهرا زالی

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

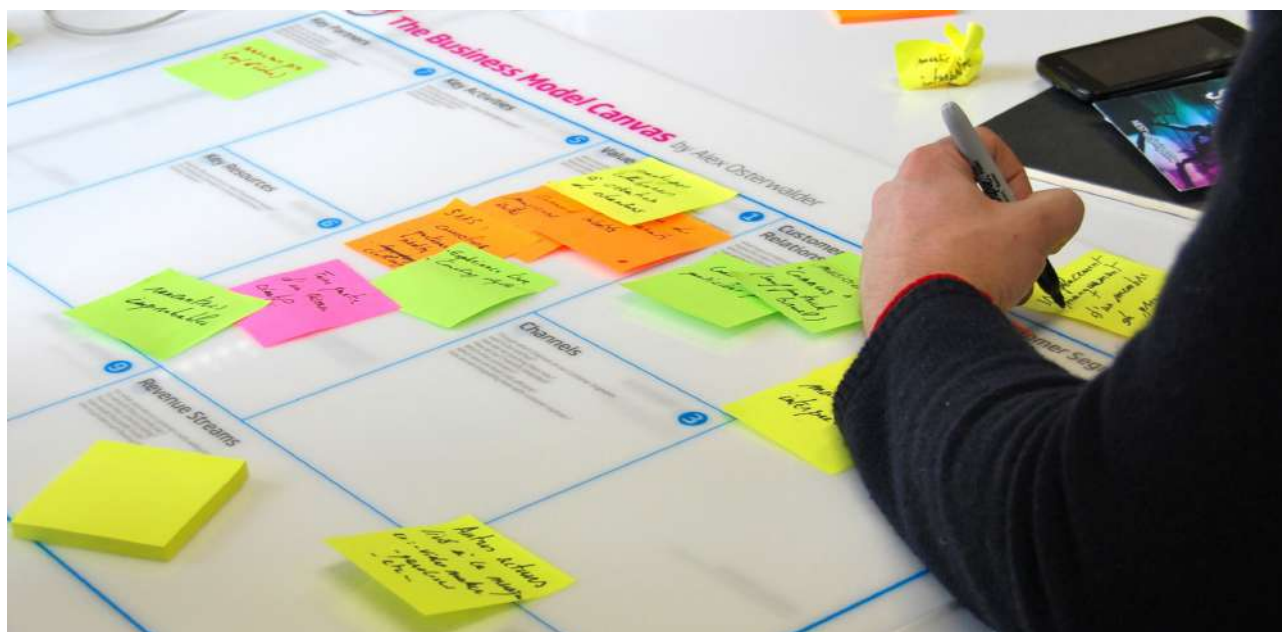
مقدمه

امروزه تعداد بی شماری از مدل‌های کسب و کار نوآورانه در حال ظهور هستند. صنایع کاملاً جدیدی در حال شکل‌گیری می‌باشند و هم‌زمان صنایع قدیمی در حال فروپاشی هستند. شرکت‌های تازه وارد، رقبای پرسابقه را که برای بقا به شدت در حال بازآفرینی خود هستند، به چالش می‌کشند.

این کتاب به دو بخش تقسیم شده است: (۱) تابلوی طراحی مدل کسب و کار: ابزاری برای توصیف، تحلیل و طراحی مدل‌های کسب و کار (۲) الگوهای مدل کسب و کار براساس مفاهیم توسعه داده شده توسط متفکران پیشرو عرصه کسب و کار (۳) تکنیک‌های کمک به طراحی مدل کسب و کار که تمامی مفاهیم، تکنیک‌ها و ابزارهای خلق مدل کسب و کار را به یکدیگر پیوند می‌دهند.

فصل اول- تابلوی طراحی:

تابلوی طراحی زبانی مشترک برای توصیف، مصورسازی، ارزیابی و تغییر مدل‌های کسب و کار است. مدل کسب و کار چیست؟ مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق، ارائه و کسب ارزش را توصیف می‌کند.



نه جزء اصلی سازنده تابلو طراحی:

(۱) بخش مشتری‌ها (۲) ارزش‌های پیشنهادی (۳) کانال‌ها (۴) ارتباط با مشتری (د) جریان‌های درآمدی (۶) منابع کلیدی (۷) فعالیت‌های کلیدی (۸) مشارکت‌های کلیدی (۹) ساختار هزینه



(۱) بخش مشتری ها:

جزء سازنده بخش های مشتری گروه های مختلفی از افراد با سازمان های تعریف می نماید که شرکت قصد دستیابی و خدمت به آنان را دارد.

مشتریان قلب هر مدل کسب و کاری را تشکیل می دهند. بدون مشتریان هیچ شرکتی نمی تواند در بلند مدت دوام آورد. به منظور برآورده کردن بهتر نیازهای مشتریان، شرکت ممکن است آنان را در بخش های جداگانه برحسب نیازهای مشترک، رفتارهای مشترک و سایر ویژگی ها گروه بندی کند.

(۲) ارزش های پیشنهادی :

جزئی سازنده ارزش های پیشنهادی پسته ای از محصولات و خدمات را توصیف می کند که برای یک بخش مشتری خاص ارزش خلق نماید. ارزش پیشنهادی دلیل ترجیح یک شرکت نسبت به سایر شرکت ها توسط مشتریان است. هر ارزش پیشنهادی متشکل از بسته ای منتخب از محصولات یا خدمات است که نیازهای یک بخش خاص از مشتریان را برآورده می نماید. ارزش پیشنهادی، ترکیب متمایز از عناصری است که نیازهای بخشی از مشتریان را برآورده کرد و از این طریق خلق ارزش می کند. ارزش ها ممکن است کمی با کیفی باشند.

(۳) کانال ها:

جزء سازنده کانال ها بیان کننده این است که شرکت به منظور ارائه ارزش پیشنهادی موردنظر به بخش های مشتریان مورد هدف خود چگونه با آن ها ارتباط برقرار کرده و به آن ها دسترسی دارد. کانال های ارتباطی، توزیع و فروش، واسط میان شرکت با مشتریان آن می باشد. کانال های نقاط تماس با مشتریان هستند و نقش مهمی را در تجربه مشتری ایفا می کنند.

(۵) جریان های درآمدی :

جزء سازنده جریان های درآمدی نشان دهنده درآمدی هست که شرکت در هر بخش مشتری کسبی کند. اگر مشتریان قلب مدل کسب و کار باشند، جریان های درآمدی جریان های آن را تشکیل می دهند. مدل کسب و کار می تواند شامل دو نوع مختلف از جریان های درآمدی باشد : (۱) درآمدهای تراکنشی که حاصل پرداخت مشتری برای یک بار خرید است. (۲) درآمدهای تکرارپذیر که حاصل پرداخت های مکرر مشتریان در قبال ارائه ارزش پیشنهادی با فراهم سازی خدمات پس از فروش برای آنهاست.

(۶) منابع کلیدی :

جزء سازنده منابع کلیدی، مهمترین دارایی های مورد نیاز برای عملکرد صحیح مدا کسب و کار را تشریح می کند. هر مدل کسب و کاری به منابع کلیدی نیاز دارد. این منابع شرکت را قادر می سازد تا ارزش پیشنهادی خود را خلق و ارائه نماید به بازارها دست یابد ارتباط با بخش های مشتری را حفظ کند و کسب درآمد نماید. بسته به نوع مدل کسب و کار منابع کلیدی مختلفی مورد نیاز است. منابع کلیدی می تواند فیزیکی، مالی، معنوی یا انسانی باشد. این منابع می توانند تحت تملک شرکت باشند توسط شرکت اجاره شوند و یا توسط شرکای کلیدی تامین شوند.

(۷) فعالیت های کلیدی :

جزء سازنده فعالیت های کلیدی، مهم ترین کارهای موردنیاز برای عملکرد صحیح مدل کسب و کار را تشریح می کند.

۸) مشارکتهای کلیدی :

جزء سازنده مشارکت‌های کلیدی شبکه ای از تامین کنندگان و شرکا توصیف می‌کند که باعث عملکرد صحیح مدل کسب و کار می‌شوند. شرکت هابه دلایل مختلفی برای خود شریک برمی‌گزینند و مشارکت‌ها، سنگ بنای بسیاری از مدل‌های کسب و کار می‌گردند.

٩) ساختار هزینه :

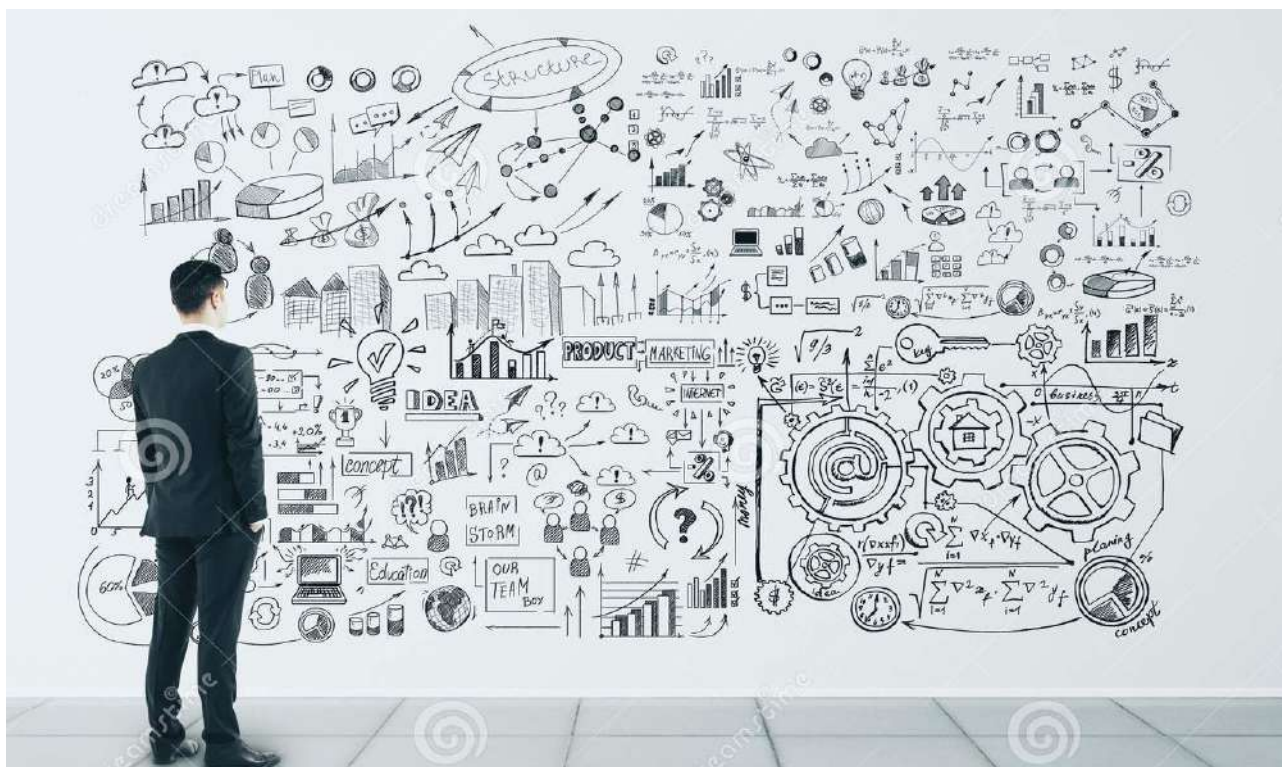
ساختار هزینه تمام هزینه‌ها را تشریح می‌کند که اجرای مدل کسب و کار با خود به همراه دارد. این جزء سازنده مهم ترین هزینه‌های را که حین اجرای یک مدل کسب و کار خاص ایجاد می‌شود را توصیف می‌کند. بدیهی است که در هر مدل کسب و کاری هزینه‌ها باید تا جایی که امکان دارد کاهش یابند.

فصل دوم – الگوها

الگو در معماری مفهومی است که زیربنایی ایده‌های طراحی را تشکیل می‌دهد و می‌توان به عنوان نمونه اولیه مورد استفاده مجدد قرار بگیرد.

فصل سوم - طراحی

افراد درگیر کسب و کار نه تنها باید طراحان بهتر درک کنند بلکه خود باید یک طراح شوند. کار طراح جست و جوی دائم برای خلق موضوعات جدید، کشف نایافته‌های ا دست‌یابی به کارکردهای مختلف است. وظیفه یک طراح گسترش مرزهای تفکر، ایجاد گزینه‌های جدید و در نهایت ارزش آفرینی برای کاربران است. این کار نیازمند توانایی تصور کردن چیزی است که وجود ندارد. ما به این باور رسیده ایم که ابزارها، نگرش و طرز تلقی حرفه طراحی پیش نیاز موفقیت در خلق مدل کسب و کار است.





اشتغال جوانان

■ گردآورنده: فاطمه زهرا زالی

دانشجوی کارشناسی اقتصاد دانشگاه محقق اردبیلی

جوانان و اشتغال

روند رو به رشد جمعیت در سه دهه گذشته، بیکاری درحوزه جوانان را به یکی از معضلات اساسی و ملی تبدیل نموده است. از طرفی جوانان به عنوان سرمایه ملی و نیروی اساسی تولید و رشد اقتصادی، بدون داشتن شغل مناسب و آینده‌های روشن در این زمینه، با چالشی جدی روبرو خواهند شد. گرچه دولت در سالهای اخیر قدمهای اساسی برای ایجاد فرصتهای شغلی و کاهش نرخ بیکاری و در واقع کنترل این امر داشته است اما نیاز به فرصتهای شغلی بیشتر به دلیل افزایش نرخ رشد جمعیت جوان همچنان در حال افزایش است. دسترسی به اشتغال پایدار یکی از نیازهای اساسی جوانان بوده و فراهم نمودن بستر مناسب جهت دسترسی به آن، یکی از وظایف اساسی دولت‌ها و خانواده‌ها محسوب می‌شود.

از دیدگاه‌های مختلف، تامین اشتغال پایدار و در خور شائن انسانها، یکی از رویکردهای اساسی برنامه هریزان و سیاستگذاران برای دستیابی به اهداف عدالت اجتماعی است. در ایران نیز در سالهای پس از پیروزی انقلاب اسلامی، مقوله تامین شغل همواره در زمره اولویت برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دولت‌ها بوده و گروههای هدف در فرآیند برنامه‌ریزی اشتغال، مورد توجه جدی قرار گرفته و با توجه به شرایط و مقتضیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، راهبردهای متعدد تامین شغل ارائه شده است.

اهمیت پرداختن به این امر در کشوری مانند ایران که برابر آمار رسمی، بیش از یک سوم جمعیت آن را جوانان تشکیل میدهند و دسترسی به اشتغال مناسب مهمترین دغدغه جوانان است و بعلاوه بخش عمده‌ای از آنها در آستانه ازدواج و تشکیل زندگی مستقل قرار دارند، نمود بیشتری پیدامی‌کند، چرا که برخورداری از شغل پایدار و مناسب موجب استقلال، آرامش و آسایش زندگی و کمک مهمی به هویت بخشی واستحکام نهاد خانواده است. براساس حمایت نسبی خانواده‌ها از جوانان بیکار و جوانان شاغل در سالهای اولیه اشتغال، حمایت مالی خانواده‌ها از افزایش سطح تحصیلات جوانان، اتخاذ سیاستهای اقتصادی در جهت جذب سرمایه‌های خارجی، گسترش شبکه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (IT) و (ICT) در سطح کشور بویژه به دلیل تعامل بیشتر جوانان با این فضا، اتخاذ سیاست کوچکسازی دولت و گسترش بخش خصوصی فراهم شدن زمینه گسترش زیر بخش‌های خدماتی برای ایجاد فرصت‌های شغلی، حمایت دولت از توسعه و تقویت کارورزی به منظور استفاده بهینه از قابلیت‌های جوانان در بازار کار توسعه و تقویت کارورزی به منظور استفاده بهینه از قابلیت‌های جوانان در بازار کار از جمله زحمتهایی است که با توجه به آن می‌توان در جهت اشتغال جوانان گامهای موثری برداشت. از سوی دیگر مهاجرت فارغالتحصیلان بیکار به خارج از کشور، افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی ناشی از رشد بیکاری و در نتیجه افزایش هزینه‌های اجتماعی دولت، افزایش امکان بروز تنشهای سیاسی و اجتماعی در جامعه ناشی از افزایش تراکمی تعداد جوانان بیکار، ناکارآمدی نسبی نظام تامین اجتماعی در حوزه حمایت، قوانین و مقررات دست و پاگیر ناظر بر بازار کار، پایین بودن ضریب امنیت سرمایه گذاری در ارتباط با بنگاههای اقتصادی، ایجاد پدیده دو شغلی یا چند شغلی ناشی از نظام پرداخت نامناسب، توانمندی پایین جوانان برای ورود به بازار کار (بهره وری پایین عامل کار و...) از جمله عواملی است که اشتغال جوانان را تهدید می‌کند.



با توجه به فرصتها و تهدیدهای موجود، مسئولان کشور تلاش میکنند در طول برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور با اجرای برنامه‌های خاص در جهت رفع دغدغه‌های اشتغال جوانان و به منظور کمک به ارتقاء کیفیت زندگی آنان تلاش کنند. کاهش نرخ بیکاری جوانان، افزایش سهم اشتغال جوانان از کل کشور، کاهش سهم بیکاری جوانان فارغ التحصیل دانشگاهی و کاهش نرخ بیکاری زنان و دختران جوان از جمله اهداف کمی برنامه‌های دولت برای جوانان از جمله اهداف کمی برنامه‌های دولت برای جوانان و تلاش در جهت ایجاد اخلاق کار در میان جوانان، بسترسازی جهت ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و کارآمد برای جوانان با رویکرد (IT) و (ICT) ارتقا بهره‌وری نیروی کار جوان، ایجاد شرایط ویژه برای اشتغال جوانان، تسهیل سازی قوانین و مقررات ناظر بر بازارکار، اطلاعات‌رسانی و آگاه سازی جوانان از شرایط موجود بازارکار، افزایش حضور موثرتر بخش خصوص در تولید و ایجاد اشتغال جوانان، بسترسازی مناسب برای استفاده از سرمایه گذاری خارجی در توسعه فرصت‌های شغلی جوانان، هماهنگ نمودن برنامه‌های آموزشی با نیاز بازار کار، تقویت و حمایت از کارآفرینی جوانان و گسترش دوره‌های مهارت آموزی و کارورزی خاص برای جوانان از هدفهای خاص برنامه‌های دولت برای اشتغال جوانان امعاون اول رئیس جمهور با اشاره به نرخ بالای بیکاری در سالهای گذشته در کشور، گفت: دولت نهم مصمم است برای افزایش تولید، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال جوانان تمام تلاش خود را انجام دهد.

دکتر "پرویز داوودی" عصر روز شنبه در جشن بزرگ اشتغال استان خراسان رضوی، در جمع بیش از شش هزار نفر از جوانان در سالن ورزشی شهید بهشتی مشهد، افزود: دولت برنامه ریزی‌های جامعی برای کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال جوانان، تدوین کرده است.

وی با اشاره به تدوین سند ۲۰ ساله کشور و راهکارهای ارایه شده در این سند برای ایجاد اشتغال، افزایش تولید، توسعه و پیشرفت کشور گفت: با اجرای این سند و تحقق اهداف آن، کشور ایران به الگوی کشورهای منطقه تبدیل خواهد شد.

ترکیب جمعیت جوان ایران و فقدان رشد هماهنگ بخش‌های اقتصادی با آن، موجب ایجاد مشکلات در کسب درآمد مناسب برای بخش عمده ای از قشر جوان این کشور شده است. بهبود وضعیت اشتغال این گروه سنی، یکی از اهدافی است که سازمان ملی جوانان که از اواخر سال ۱۳۷۹ آغاز به کار کرده است، در برنامه کاری خود دارد.

با توجه به رشد فراگیر جمعیت جوان در ایران و افزایش سطح توقعات و خواسته‌های آنان، در طول دهه گذشته، بیکاری و فقدان درآمد مناسب به عنوان یک مشکل اقتصادی جدی گریبان گیر بخش قابل توجهی از جوانان ایران بوده است.

بیکاری، علاوه بر ایجاد مشکلات در زمینه تامین مسکن و معاش، آسیب‌های اجتماعی جدی دیگری نظیر افزایش میزان جرم و جنایت، پناه بردن به مواد مخدر و دیگر معضلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را نیز در پی دارد.

مطالعات انجام گرفته توسط سازمان ملی جوانان ایران نشان می‌دهد که با توجه به اهمیت قشر جوان در مسیر شکل گیری وضعیت بازار کار و از سوی دیگر با توجه به این که ظرف سال‌های آینده موج جدیدی از این گروه سنی وارد بازار کار می‌شوند، در آینده نزدیک باید منتظر تحولات چشمگیری در وضعیت اشتغال در ایران بود.

رئیس سازمان ملی جوانان، به افزایش نرخ بیکاری در بین جوانان تحصیل کرده، به ویژه دختران جوان اشاره کرده و نبود بستر مناسب برای استفاده از قابلیت‌های نخبگان جوان را از ضعف‌های ساختاری کشور دانسته است. به نظر آقای عبادی مهاجرت فارغ التحصیلان بیکار به خارج کشور نیز می‌تواند به عنوان یکی از عوامل ناشی از این پدیده به شمار رود.



بر اساس مطالعات انجام گرفته از سوی این سازمان، نرخ مشارکت نیروی کار زنان نسبت به مردان، طی سال‌های اخیر بیشتر شده اما علیرغم این افزایش در نرخ مشارکت، میزان بیکاری به طور کلی در میان زنان همچنان بالاتر از مردان است.

این جمله را جوانی میگوید که ۲۸ سال سن دارد. وی معتقد است که مسئولان تنها اعلام میکنند که به جوانان تسهیلات میدهند اما این جوانان استفاده‌کننده مشخص نیستند. او از مسئولان سازمان ملی جوانان می‌خواهد که در ارائه تسهیلات، جوانان روستایی را در اولویت قرار دهند.

عنوان می‌شود بیش از ۳۵ درصد جمعیت کشور ما را جوانان ۱۴ تا ۲۹ ساله تشکیل میدهند. با توجه به این که درصد قابل توجه از ساختار سنی کشور را جوانان به خود اختصاص میدهند. توجه به جوانان مورد اهمیت است.

راه کارهای ایجاد اشتغال از منظر امام خامنه ای



راه افتادن کارخانه‌های نیمه تعطیل

مسئله اشتغال، که وابسته‌ی به همین مسئله تولید داخلی و مانند اینها است، خیلی مهم است. همینطور مدام هم می‌گوییم؛ دولتی میگوید، مجلسی میگوید، اقتصاددان آزاد روزنامه ای میگوید، که فلان درصد از کارخانه هاتعطیلند یا مثلاً کمتر از نصف ظرفیت کار میکنند. خب بالاخره چه می‌شود؟ بالاخره باید اینها راه بیفتد، باید کار بکند؛ اگر کار کرد، اشتغال به وجود خواهد آمد.

این خجلت و شرمندگی نظام از بیکاری جوان، از خجلت خود آن جوان در داخل خانه بیشتر است؛ این را شما بدانید. بنده خودم وقتی که به فکر این جوان بیکار میافتم [شرمنده میشوم]. در بعضی از شهرستانها بیکاری بالا است. البته ما نرخ یا به اصطلاح درصد بیکاری را یک مقداری معین میکنیم؛ حالا دوازده درصد یا ده درصد -همینکه حالا



گفته می‌شود- لکن این میانگین است. وقتی انسان این را میبیند شرمنده می‌شود؛ یعنی شرمندگی بندهی حقیر از ملاحظه‌ی این آمار و مطالعه‌ی این حقیقت، از شرمندگی آن جوانی که بیکار می‌رود خانه و دستش چیزی نیست، کمتر نیست، بلکه بیشتر است؛ این را باید برطرف بکنیم.

تولید فرآورده از محصولات نفتی

تولید بالای نفت در فرهنگ نفت و فروش نفت و بازار نفت یک چیز مثبتی است. تولید را بالا ببریم، صادرات نفت را هم افزایش بدهیم، چیز خوبی است، کشور هم به آن احتیاج دارد؛ در این شگّی نیست، منتها بهتر از آن، این است که ما نفت را دارای ارزش افزوده بکنیم. این نفتی که ما از چاه در می‌آوریم، می‌فرستیم بیرون، پولش را میگیریم، هیچ ارزش افزوده‌ای ندارد؛ روزبه‌روز هم نفت کم می‌شود. اگر بتوانیم ما این نفت را یا آن گاز را تبدیل کنیم به کالایی که دارای ارزش افزوده باشد برای کشور، این خوب است. سیاست را این قرار بدهید - به موازات کارهایی که برای تولید نفت و فروش نفت و کارآمد شدن چاههای نفت و امثال اینها انجام می‌گیرد- که ما بتوانیم فرآورده تولید کنیم، فرآورده صادر کنیم، بنزین صادر کنیم. چرا ما باید بنزین وارد کنیم؟ یکی از چیزهایی که انسان گاهی وقتی فکر می‌کند، پیش خودش خجالت میکشد، وارد کردن بنزین است. جمهوری اسلامی با اینهمه نفت - که دائم پُزش را می‌دهیم پیش مردم و پیش دنیا که ما نفت و گازمان بر روی هم بزرگترین منبع نفت و گاز دنیا است که واقع قضیه همین است- آن وقت بنزین وارد کنیم، یا گازوئیل وارد کنیم! [باید] کاری کنیم که نیاز به واردات گازوئیل و بنزین نداشته باشیم؛ فرآورده تولید کنیم، فرآورده را صادر کنیم. یا در زمینه‌ی گاز، این صنایع پایبندستی پتروشیمی را فعال کنیم؛ خب، قسمتهای بالادستیاش خوشبختانه خوب است، کارهای خوبی انجام گرفته است اما قسمتهای پایین دستی را فعال کنیم؛ اشتغال به وجود بیاید، کار به وجود بیاید.

فراهم کردن زمینه برای سرمایه گذاری کشاورزی و صنعتی

در خصوص این منطقه [کردستان]، یکی از چیزهایی که بسیار مهم است، مسئله‌ی سرمایه‌گذاری است؛ سرمایه‌گذاریهای صنعتی و سرمایه‌گذاریهای کشاورزی که ایجاد اشتغال کند. وقتی اشتغال به قدر کافی وجود نداشته باشد، راههای صحیح باز نباشد، آن وقت جوانان ما متأسفانه متوسل میشوند به راههای غیر صحیح؛ به قاچاق و امثال اینها... این باب بایستی مسدود شود و این با سرمایه گذاریهای درست و ایجاد اشتغال در همهی مناطق کردستان، در همهی بخشهای شهرستانهای کردستان، بخصوص شهرستانهایی که نزدیک مرزند مثل مریوان، این معنا امکان پذیر است و من دیدم مسئولین کشور، خوشبختانه به این نکته توجه دارند، رو این مسئله فکر کردند. باید زمینهای فراهم شود که سرمایه‌گذاریهای خوبی انجام بگیرد تا اشتغال ایجاد شود، تا جوان بتواند معیشت خود را از راه صحیح، از راه قانونی، از راه حلال تأمین کند.

احیاء کشاورزی با توجه به شرایط آن

کشاورزی را باید در درجه‌ی اول اهمیت قرار داد؛ نه به معنای اینکه از صنعت استان فراموش کنیم؛ نه، استان صناعی هم دارد که اینها با رسیدگی و توجه و اهتمام می‌تواند اشتغال ایجاد کند، می‌تواند سوددهی فراوانی برای استان به وجود بیاورد؛ لیکن در مرتبه‌ی اول، مسئله‌ی کشاورزی است؛ که اگر توانستیم کشاورزی را با شرائطی که دارد، احیاء کنیم، هم مسئله‌ی اشتغال حل می‌شود، هم عوارض گوناگون بیکاری - این حاشیه نشینی، اعتیاد و امثال اینها - از بین خواهد رفت یا ریشههای آن تضعیف خواهد شد.



* ایجاد بنگاههای کاری و تشویق کارآفرینان

یکی از این مشکلات یقیناً وجود بیکاری و عدم اشتغال است. رونق دادن به اشتغال و تشویق کارآفرینان و ایجاد بنگاههای کاری هم یکی از این کارهای لازم است. این در منطق جمهوری اسلامی یک تلازم را نشان میدهد. در منطق کشورهای مادی اینجور نیست. در منطق کشورهای سرمایه‌داری، کارگر یک ابزار است؛ وسیله‌ای است در خدمت کارفرما.

* آموزش نیروی انسانی متناسب با نیازهای فعلی و آینده بازار کار

* ارتقاء توان کارآفرینی

* ایجاد نظام جامع اطلاعات بازار کار

* حمایت از شرکتهای تعاونی

* حمایت از تأسیس و توسعه صندوقهای شراکت در سرمایه

سیاستهای کلی اشتغال:

۲. آموزش نیروی انسانی متخصص، ماهر و کارآمد متناسب با نیازهای بازار کار (فعلی و آتی) و ارتقاء توان کارآفرینی با مسؤولیت نظام آموزشی کشور (آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه‌ای و آموزش عالی) و توأم کردن آموزش و مهارت و جلب همکاری بنگاههای اقتصادی جهت استفاده از ظرفیت آنها.

...

۴. ایجاد نظام جامع اطلاعات بازار کار.

۵. بهبود محیط کسب و کار و ارتقاء شاخصهای آن (محیط سیاسی، فرهنگی و قضایی و محیط اقتصاد کلان، بازار کار، مالیاتها و زیرساختها) و حمایت از بخشهای خصوصی و تعاونی و رقابت از راه اصلاح قوانین، مقررات و رویه‌های زیربند در چارچوب قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.

...

۱۰. حمایت از تأسیس و توسعه صندوقهای شراکت در سرمایه برای تجاری سازی ایده‌ها و پشتیبانی از شرکتهای نوپا، کوچک و نوآور.

ابلاغ سیاستهای کلی اشتغال ۲۸/۰۴/۱۳۹۰

گسترش صنایع فناوری ارتباطات

گسترش صنایع مرتبط با فناوری ارتباطات از طریق شرکتهای دانش‌بنیان، تأثیر بالایی در اشتغالزایی و تحول در اقتصاد کشور خواهد داشت.

فرصت اشتغالزایی در فناوریهای مجازی

احراز جایگاه و سهم مناسب برای اقتصاد دانش‌بنیان در فضای مجازی در چارچوب سیاستهای اقتصاد مقاومتی کشور و برنامه‌ریزی همه‌جانبه برای بهبود شرایط کسب و کار مرتبط با فناوریهای مجازی و بهره‌گیری از فرصتهای اشتغالزایی و نیز رونق محتوا، خدمات و تجارت در این عرصه.



برقراری نظام صحیح میان صنعت و دانشگاه

یکی از راههای ایجاد اشتغال برای تحصیل کردگان ما، همین مسئله ارتباط صنعت و دانشگاه است. صنعت و دانشگاه باید ارتباط پیدا کنند؛ هم برای صنعت خوب است، هم برای دانشگاه؛ برای دانشگاه، هم برای مدیریت دانشگاه خوب است، هم برای دانشجو؛ این هنوز در کشور راه نیفتاده... مثلاً در زمینه‌ی مسائل دفاعی که مستقیماً بنده آنجا وارد هستم میدانم، همکاریهای خیلی خوبی در زمینه‌ی مسائل دفاعی با دانشگاههای مختلف وجود دارد، قراردادهایی بسته‌اند، کارهای خوبی دارد انجام میگیرد، منتها اینها کافی نیست؛ بنده شنیده‌ام ندیده‌ام که در کشورهای پیشرفته، در جلسهی دفاع دانشجویها، صاحبان صنعت می‌آیند شرکت میکنند، دفاع را گوش میکنند؛ از همانجا که این [دانشجو] دارد دفاعی‌کند، با او قرارداد می‌بندند؛ یعنی اینجور دانشجوی فارغ‌التحصیل آماده‌بیهکار را می‌قاپند. صنعت ما هم بایستی به این معنا توجه بکند.

یکی از چالشهای مهم اقتصادی که جامعه ایران در حال حاضر با آن روبروست مسئله بیکاری است. برآوردها حکایت از آن دارد که حدود ۳ میلیون نفر از جمعیت فعال ۲۳ میلیونی کشور بیکار است و به عبارتی نرخ بیکاری بین ۱۲ تا ۱۴ درصد قرار دارد. با توجه به این امر ایجاد اشتغال و شکوفاکردن اقتصاد یکی از اولویتهای مهم اقتصادی کشور است. عوامل متعددی در ایجاد اشتغال مؤثر هستند که از آن جمله می‌توان به رفع موانع تولید و سرمایه‌گذاری، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری از طریق فراهم کردن امنیت بیشتر برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، آزادسازی اقتصادی و گسترش بازار کالاها و خدمات از طریق تعامل اقتصادی بیشتر با دنیای خارج و نیز فراهم کردن انگیزه بیشتر برای بکارگیری نیروی کار از طریق کاهش هزینه‌های اشتغال و همچنین تقویت ارتباط بین آموزشهای دانشگاهی و پیشاز دانشگاه با نیازهای بازار کار از طریق مهارت‌آموزی متقاضیان شغل نام برد.

علاوه بر تمام موارد فوق یکی دیگر از مهمترین راهکارهای ایجاد اشتغال شناسایی بخشهای اشتغالزا و هدایت سرمایه‌گذاریها در مسیر آن است. همه بخشهای اقتصادی کشور از میزان اشتغال زایی یکسانی برخوردار نیستند. برخی بخشها دارای اشتغالزایی بیشتر و برخی دارای اشتغال زایی کمتری هستند. مثلاً در صورتی که یک میلیون‌دلار در بخش پوشاک و پتروشیمی سرمایه گذاری شود میزان اشتغال ایجاد شده در بخش پوشاک به مراتب بیش از اشتغال ایجاد شده در بخش پتروشیمی خواهد بود. همین منطق در مورد بخش‌های اصلی اقتصادی (کشاورزی، صنعت و خدمات) نیز صادق است.

نگاهی به سهم اشتغال بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه نشان میدهد در طی چهار دهه گذشته سهم اشتغال بخش کشاورزی در این کشورها به طور قابل توجهی کاهش یافته است. اگرچه هنوز سهم اشتغال این بخش در این دسته کشورها بسیار بیشتر از کشورهای توسعه یافته است. به رغم این کاهش قابل ملاحظه در اشتغال هنوز سهم اشتغال کشاورزی در این اقتصادها به مراتب بیش از سهم ارزش افزوده کشاورزی در کل تولید ملی است، در حالی که سهم اشتغال و ارزش افزوده در کشورهای صنعتی کم و بیش به یکدیگر نزدیک است. در اکثر کشورهای در حال توسعه بویژه در کشورهای آفریقایی و جنوب آسیا سهم اشتغال در کشاورزی حداقل دو برابر سهم ارزش افزوده در تولید ملی است. این امر نشان میدهد که بهره‌وری نیروی کار در کشورهای در حال توسعه به مراتب پایین‌تر از میانگین بهره‌وری نیروی کار در سطح ملی و نیز پایین‌تر از بهره‌وری نیروی کار در مقایسه با کشورهای پیشرفته است. فقر گسترده روستایی و کشاورزی در کشورهای در حال توسعه ریشه در همین پائینتر بودن بهره‌وری نیروی کار دارد. بهره‌وری پائین نیروی کار کشاورزی ناشی از سطح پائین فناوری، محدودیت سرمایه مادی و انسانی است و به عبارت دیگر حاصل کشاورزی معیشتی غیر تجاری و روستایی است. راهبردهای توسعه چهاردهه گذشته بجای اینکه صنعتی‌شدن را به عنوان یک فرایند مورد تأکید قرار دهد توجه خود را عمدتاً معطوف به صنعتی شدن در



بخش صنعت نمود. این سیاستها موجب شد که صنعتی شدن بخش کشاورزی تا حد زیادی مورد غفلت قرار گیرد و بخش کشاورزی در اثر ست یابد. تحلیل فوق گویای این مطلب است که تناقض آشکاری بین اشتغال و صنعتی شدن در بخش کشاورزی وجود دارد. با صنعتی شدن بخش کشاورزی بهرهوری نیروی کار افزایش و سهم اشتغال در بخش کاهش می‌یابد. همین منطق است که توضیح می‌دهد چرا کشورهای بزرگ صنعتی (مانند آمریکا و کانادا) ضمن اینکه بزرگترین تولیدکننده محصولات کشاورزی هستند در عین حال سهم بسیار پائینی در اشتغال کشاورزی دارند.

بنابراین هرچه روند صنعتی شدن ادامه می‌یابد بخش کشاورزی به ماشین آلات وابسته‌تر می‌گردد و نیاز کمتری به نیروی کار یدی دارد. البته توضیح این نکته لازم است که بخش کشاورزی به معنای بخشی که تولیدکننده محصولات کشاورزی است باید از بخش توسعه روستایی تفکیک شود و بخش کشاورزی نباید به معنای کل فعالیت و تولید و حیات روستا تلقی گردد. روند توزیع جمعیت شاغل در ایران طی سالهای ۷۵-۱۳۳۵ گویای این است که کشور ما نیز از همان قاعده مندی کلی در سایر کشورها تبعیت کرده‌است. با توسعه مکانیزاسیون در بخش کشاورزی انتظار می‌رود که سهم اشتغال در این بخش به تدریج کاهش بیشتری یابد و لذا می‌توان گفت که بخش کشاورزی در آینده نمی‌تواند جوابگوی ایجاد

اشتغال برای نیروی انسانی در جستجوی کار باشد. با توجه به اینکه بخش کشاورزی و نیز صنعت هردو تا حد زیادی به بخش خدمات وابسته می‌باشند لذا جذب نیروی انسانی بیکار در گرو توسعه بخش خدمات است. گسترش زیربخشهای خدمات مانند: آموزش، بهداشت، حمل و نقل، انبارداری، بسته بندی، بیمه، مالی و بانکی، فروش و بازاریابی، توریسم، خدمات فنی-تخصصی، خدمات بازرگانی داخلی و خارجی از یک طرف با رفع موانع تولید در بخشهای صنعت و کشاورزی موجبات رشد این بخشها را فراهم خواهد کرد و از طرف دیگر با ایجاد فرصتهای شغلی جدید موجبات کاهش بیکاری را فراهم خواهد کرد.

راهکاری برای اشتغال جوانان

«اشتغال جوانان» یکی از مهم ترین مسائل و ضرورت‌های اجتماعی در کلیه جوامع از جمله جامعه ما است. رشد سریع جمعیت و سایر تحولات اجتماعی-اقتصادی پر شتاب در چند دهه گذشته، موجب بروز مسئله بیکاری جوانان در جامعه ایران شده است.

در حال حاضر علیرغم تلاش‌های گسترده ای که در سالیان گذشته صورت گرفته است، کماکان میزان بیکاری در سطح نسبتاً بالایی است و این میزان در میان جوانان شدیدتر (بالتر از ۲۰ درصد) است. بنابراین طبق آمارهای رسمی از هر پنج جوان جویای کار، حداقل یک نفر بیکار است.

بر این اساس شناسایی زمینه‌های جدید اشتغال و تحلیل راهکارهای بهره گیری از توانمندی‌های ارزشمند جوانان کشور، که از سطح تحصیلات و تخصص بالایی هم برخوردارند، ضرورتی جدی در جامعه ما است. در این راستا، بررسی مشاغل نوین و فرصت‌های شغلی جدیدی که در پرتو تحولات علمی و تکنولوژیک پدید آمده است، می‌تواند چشم‌اندازی روشن برای حل یا کاهش معضل بیکاری ترسیم نماید و راهکارهایی را برای به فعلیت رساندن استعدادهای بیکران جمعیت جوان کشور، در مسیر توسعه جامعه معرفی نماید.



