



تودال عمیقاً تار آفرینا

علی دهقان *

است و اگر در نگاهی خوش بینانه بپذیریم که هنوز این اقتصاد برنامه پذیر است، دور از واقعیت نیست که بگوییم شعارها در نخستین قدم خاصیتی جز پوشش فقر اندیشه در برنامه ریزی اقتصادی ندارند. تصویر اقتصاد ایرانی هر از گاهی این گمان را ایجاد می کند که شعارپردازان اقتصادی و یا همان برنامه نویسان و تدوین کنندگان راهبردهای گوناگون یا پای در زمین اقتصاد کشور ندارند و یا در خیالی جدا شده از بدنه اقتصاد ایرانی به تجویز نسخه هایی همت

برخی از مفاهیم گریخت؛ مفاهیمی که راه یافته اند به اقتصاد ایرانی و فقط به دلیل زیبایی مفهوم یا بزرگی کلام شعار گونه، در الگوی اقتصادی کشور صدر نشین شده اند؛ فارغ از این که آیا ظرف، ماهیت و محتوای اقتصاد ایران گنجایش این پدیده ها و مفاهیم را دارد و یا ماهیت این اقتصاد به گونه ای شکل گرفته است که چنین مفاهیمی در روندی معکوس موجب تعطل جریان توسعه می شوند. در کلامی کوتاه اما باید گفت که اقتصاد ایرانی دچار شعار زدگی شده

اقتصاد ایران را باید از دور نگاه کرد؛ از جایی که بتوان به وضوح پستی و بلندی آن را به تماشا نشست. وقتی به اقتصاد ایران نزدیک می شوی، بریدگی و جدا افتادگی از مفاهیم اصلی آنقدر زیاد است که یا سرگیجه نصیب تحلیل ها می شود و یا فرو رفتن در باتلاق تعارفات و سخنوری هایی با خصلت نمایشی تنها پیامد این همسایه شدن یا نزدیک شدن را به رخ می کشد. پس هر از گاهی بهتر آن است که کمی دور شد و در جایی آن سوتر ایستاد. این گونه شاید بتوان از تله باب شدن

گمارده‌اند. ماجرای کارآفرین و یا تب تبلیغ کارآفرینی در تحلیل این ادعا می‌تواند مثال خوبی باشد. کارآفرین در مفهوم البته مولفه مناسبی برای ساماندهی بازار کار محسوب می‌شود. در ماهیت معنایی بدون شک نمی‌توان کارآفرین و کارآفرینی را خارج از محدوده قرار داد اما در اقتصاد ایران با چالهایی که مشخصه اقتصاد ایرانی است کارآفرینان به نیروهایی تبدیل می‌شوند که از یک سو باید دایره ورشکستگی را بزرگ تر کنند و از سوی دیگر نیز نئون‌های تبلیغاتی سرمایه‌داری دولتی را با تزئین بیششتری همراه سازند. این ادعا یک واقعیت است و به خوبی می‌توان رد عینی آن را در چارچوب اقتصاد کشور تماشا کرد. البته در اینجا ویترین مد مفاهیم زیادی را در حوزه اقتصاد به نمایش گذاشته است. یعنی کارآفرینی تنها یکی از این پدیده‌ها را شامل می‌شود که در گذر مدگرایی اقتصاد ایران گل انداخته است. برای درک بهتر ماجرا می‌توان از خصوصی سازی نیز یاد کرد و آن را در کنار کارآفرینی قرار داد. اکنون برنامه ریزان دولتی اقتصاد ایران به صورت دوره‌ای خصوصی سازی را در بوق می‌کنند و در رقابتی نفس گیر هر کدام سعی بر آن دارند تا ارقام مربوط به واگذاری‌ها را افزایش دهند. این تب در واقع تب فراگیر نسلی شده است و از دولتی تا دولت دیگر دست به دست می‌شود. به طور حتم اما مردمی کردن اقتصاد و بالا بردن سهم نیروهای غیردولتی در اقتصاد بسیار مفید است ولی با توجه به شاکله اقتصاد ایران هنوز به این پرسش پاسخ داده نشده است که آیا با سهم کردن مردم در زیان دولتی و یا از سوی دیگر با افزایش ضریب واگذاری‌ها در شرایطی که محیط کسب و کار بدترین دقایق خود را سپری می‌کند، می‌توان مدعی خصوصی سازی شد و از اقتصاد مردمی دم زد؟ پاسخ این پرسش را البته همه فعالان اقتصادی می‌دانند. اینجا خصوصی سازی به طنزی تلخ تبدیل شده است. بنگاه‌های دولتی ضخامتی بزرگ از کمیت فیزیکی هستند و بدون سهم سالانه در درآمدهای نفتی

نمی‌توانند بیکاری نهفته و یا اشتغال غیر مولد شاغلان خود را حفظ کنند و از سوی دیگر خصوصی‌ها نیز اگر توان در اختیار گرفتن این سامانه‌ها (آن هم بدون مدیریت) را داشته باشند حضور در محیط آفت زده کسب و کار را به دیوانگی اقتصادی تشبیه می‌کنند. به هر حال وزن و جایگاه اقتصاد دولتی بعد از سالیان دراز دمیدن بر تنور خصوصی سازی به خوبی نشان می‌دهد که مردمی کردن اقتصاد هم چیزی جز شعار و دچار شدن به تب مد نبوده است، به نحوی که منحنی اقتصاد ایران از ۳۰ سال پیش تا امروز به سمت سرمایه‌داری دولتی حرکت کرده است و حالا دیگر سرمایه داری دولتی اجازه‌ای به رشد برنامه سازی واقعی برای جداسازی ارزش افزوده از ساختار اقتصاد دولتی را نمی‌دهد. چون خاصیت این نوع از سرمایه‌داری مبتلا ساختن پدیده‌ها و اجزاء به کلیت موجود است. همین سریال ناخوشایند اقتصادی را در مورد کارآفرینان می‌توان متصور بود. دولت نفتی بیشترین جسارت را در پرداختن شعارهایی با محوریت پول دارد. این دولت اما صاحب چاپخانه‌ای بزرگ است که به هر ضرب مدیران دولتی می‌تواند رقص چاپ پول را اجرا کند. برای همین داغ کردن تنور پروژه کارآفرینی خیلی هم نباید موجب حیرت شود. تنها همراه شدن و داغ تر شدن این تنور از سوی گروه‌های فکری اقتصاد است که تعجب برانگیز است. معمولا رسم بر آن است که صاحبان اندیشه باید راویان پرسشگری و حامیان سنت اندیشه‌ای متکی بر پرسش باشند اما موجی که در دفاع از جریان تولید کارآفرین (با اتکا به انحصار دولت بر بازار پول و حراج منابع مالی) راه افتاده است نشان می‌دهد که هنوز پرسشگری جریان کارآفرینی را با چالش مواجه نکرده است. بدون شک برای دولتی که انحصار بر بازار پول دارد ایجاد چنین راهبردهایی در اقتصاد نه سخت است و نه اتفاقی دور از ذهن محسوب می‌شود اما از سوی عقلانیت انتقادی باید مختصات جغرافیای بازار در ایران و چگونگی همراهی آن با تئوری کارآفرینی به تصویر کشیده





شود. بازاری که انحصارات سنتی در آن در اوج ایستاده است و رقابت کارآفرینان جوان با این انحصار سنتی بسان نبرد گلوله‌ای کوچک با ماشین "عظیم پیکر" جنگی می‌ماند. بدون تعارف بازار سنتی ایران با آن بستر سنتی اخلاق به سختی مجالی برای تنفس کارآفرینان باز می‌کند. بازاریان ایرانی نمونه‌ای کاملاً وطنی از فعالان اقتصادی را به رخ می‌کشند. شاید در هیچ کجای جهان به اندازه ایران، اهالی بازار در تعیین الگوی مصرف دخیل نباشند. آنها با همان تیپ و شمایل سنتی خود نیز معترفند که الگوی مصرف ایرانی زایده ایده، اندیشه و خط و سیر فعالیت آنان است. بازار در اینجا دخمه‌ای خانوادگی را نشان می‌دهد که نفوذ در آن یا ماندن در آن برد زمانی مشخصی ندارد؛ به نحوی که امروز همه شهروندان ایران با واژه ناخوشایند ورشکستگی آشنا هستند. اثبات بالا بودن ضریب ورشکستگی در اقتصاد ایران کار مشکلی نیست و در میان سلسله شغل‌های غیر مولد به خوبی می‌توان تعداد زیادی از ورشکستگان اقتصادی را یافت که شرط ادامه حیات را به اشتغال در فعالیت‌های غیر مولد وصل کرده‌اند. دولتمردان اما به عنوان صاحبان بازار پول به خوبی از شرایط حاکم بر بازار ایران آگاهند. آنها در الگوی اقتصاد ایران بیشترین رفاقت را با صاحبان بازار کالا یا همان سنت اندیشان اقتصادی حاکم بر بازار داشته‌اند.

در نگاه نخست بدون شک باید جواب این پرسش را در کوچک بودن ظرف سرمایه‌گذاری یافت. در اقتصاد ایران سرمایه‌گذاران واقعی به سختی تن به ایجاد سرمایه می‌دهند. در واقع ساختار اقتصاد ایران به گونه‌ای شکل گرفته است که رویارویی با عقلانیت دولتی بیش از آن که منجر به ماندن سرمایه شود زمینه‌گریز سرمایه را ایجاد می‌کند. دهیلزهای دولتی برای فعالیت اقتصادی تمایل در سرمایه‌گذاری را به بن بست کشانده است. گرفتن مجوزهای متعدد برای جلوگیری از فعالیت‌های اقتصادی و درگیر شدن با بوروکراسی پیچیده دولتی و نهایتاً، رقابت با تشکیلات نفتی میزان سرمایه‌گذاری را به کف رسانده است. قوانین موجود نیز به جای آن که در جهت توسعه‌مندی باشند، روند گیرافتادگی را تسهیل کرده‌اند. به همین دلیل همواره آگاهان بر این باور بوده‌اند که حجم موجود سرمایه‌گذاری در داخل بسیار کمتر از نیاز واقعی اقتصاد به سرمایه است. در نگاه کلی اما سرمایه‌گذاری صنعتی بدترین روزهای خود را مزمره می‌کند. بر اساس آمارهای رسمی دولت که در نماگرهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران انعکاس می‌یابد، رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص (رشد سرمایه‌گذاری بدون کسر استهلاک) در نیمه سال ۸۶ به رقم ۶ دهم درصد نزول کرده است که با توجه به رقم نسبتاً بالای استهلاک، می‌توان نتیجه گرفت در نیمه سال ۸۶ نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد واقعی سرمایه‌گذاری عددی منفی شده است.

از سوی دیگر، مقایسه آمارهای رسمی کشور نشان می‌دهد رشد سرمایه‌گذاری ناخالص (بدون کسر استهلاک) در ماشین‌آلات در سال ۸۵ (آخرین سالی که آمار رسمی این شاخص اعلام شده است) به کمترین میزان از سال ۷۸ به این سو رسیده است. بر اساس نماگرهای

شود. بازاری که انحصارات سنتی در آن در اوج ایستاده است و رقابت کارآفرینان جوان با این انحصار سنتی بسان نبرد گلوله‌ای کوچک با ماشین "عظیم پیکر" جنگی می‌ماند. بدون تعارف بازار سنتی ایران با آن بستر سنتی اخلاق به سختی مجالی برای تنفس کارآفرینان باز می‌کند. بازاریان ایرانی نمونه‌ای کاملاً وطنی از فعالان اقتصادی را به رخ می‌کشند. شاید در هیچ کجای جهان به اندازه ایران، اهالی بازار در تعیین الگوی مصرف دخیل نباشند. آنها با همان تیپ و شمایل سنتی خود نیز معترفند که الگوی مصرف ایرانی زایده ایده، اندیشه و خط و سیر فعالیت آنان است. بازار در اینجا دخمه‌ای خانوادگی را نشان می‌دهد که نفوذ در آن یا ماندن در آن برد زمانی مشخصی ندارد؛ به نحوی که امروز همه شهروندان ایران با واژه ناخوشایند ورشکستگی آشنا هستند. اثبات بالا بودن ضریب ورشکستگی در اقتصاد ایران کار مشکلی نیست و در میان سلسله شغل‌های غیر مولد به خوبی می‌توان تعداد زیادی از ورشکستگان اقتصادی را یافت که شرط ادامه حیات را به اشتغال در فعالیت‌های غیر مولد وصل کرده‌اند. دولتمردان اما به عنوان صاحبان بازار پول به خوبی از شرایط حاکم بر بازار ایران آگاهند. آنها در الگوی اقتصاد ایران بیشترین رفاقت را با صاحبان بازار کالا یا همان سنت اندیشان اقتصادی حاکم بر بازار داشته‌اند.

در میان اعضای دولت به وفور می‌توان بزرگان بازار را یافت و از سوی دیگر نیز در میان بازاریان به خوبی می‌توان دولتمردانی را پیدا کرد که مجری امور اقتصادی در بازار هستند. به عبارتی دیگر امروز کاسه دولت و بازار در بسیاری از مواقع یکی شده است تا حدی که نمایندگان بخش خصوصی در برنامه ریزی دولتی بیش از آن که سابقه حضور خصوصی در اقتصاد را داشته باشند دارای سابقه فعالیت ارشد در تشکیلات دولتی بوده‌اند. با این اوصاف باید پرسید که چرا دولتمردان با سنگین کردن طرف تقاضای پول و به تبع آن بالا بردن مصنوعی زمینه افزایش غیر واقعی نرخ‌های بهره مدام در

بانک مرکزی، رشد سرمایه‌گذاری ناخالص در ماشین‌آلات طی سالهای ۸۲ به این سوروندی کاهشی داشته و در سال ۸۵ به نرخ ۳ درصد رسیده که این نرخ رشد از سال ۱۳۷۸ به این سو بی‌سابقه بوده است.

بر خلاف نرخ رشد سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات که از سال ۸۲ روبه‌کاهش بوده است، نرخ رشد سرمایه‌گذاری در ساختمان طی این مدت با افت و خیز مواجه بوده بطوریکه در سال ۸۵ (آخرین سالی که برای این شاخص آمار رسمی اعلام شده)، نرخ سرمایه‌گذاری ناخالص در ساختمان به ۳.۹ درصد رسیده است.

این آمارها به خوبی نشان می‌دهد که خلق سرمایه‌گذار در قالب پروژه کارآفرین می‌تواند یکی از اصلی‌ترین اهداف دولت برای دمیدن در نظریه کارآفرینی باشد. در کلامی کوتاه امروز سرمایه‌گذاران مانوری در عرصه اقتصادی ندارند و شاید دولتمردان بر این باورند که می‌توانند با باز کردن شیر منابع بانکی به روی متقاضیان هم جای سرمایه‌گذاران واقعی را پرکنند و هم از سوی دیگر کابوس بیکاری را از روی سر اقتصاد ایران

پرواز دهند. غافل از این که میدان جدال نابرابر میان کارآفرینان با بازار انحصاری ایران از سویی گسترده تر می‌شود و از سوی دیگر نیز صف ورشکستگان بدهکار به نظام بانکی ایران نیز بلندی طولانی‌تری را باید تجربه کند.

شاید بهتر بود دولتمردان به جای ایجاد اشتغال پولی، راهی برای ارتباط هر چه عمیق‌تر میان صنعت و دانشگاه یا به عبارتی تجربه اندوزی فارغ التحصیلان دانشگاهی پیدا می‌کردند. در این صورت بدون شک نرخ بیکاری فارغ التحصیلان به ۳۰ درصد نمی‌رسید و از سوی دیگر نیز بدهی معوقه شبکه بانکی در مدتی کوتاه ۶۰ درصد افزایش را تجربه نمی‌کرد. باید باور کرد که کارآفرینی و تئوری خلق کارآفرین از طریق سنگین کردن طرف تقاضا در بازار پول چیزی جز یک چاله بزرگ نیست. دولتمردان اما با این ابتکار فرا تر از امروز را در اقتصاد ایران می‌بینند. آنها در سه سال گذشته بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان وام اشتغال‌زایی در اختیار بنگاه‌های زود بازده قرار داده‌اند ولی هنوز نرخ دو رقمی بیکاری روی دست اقتصاد ایران

بی‌تابی می‌کند. به طور حتم البته خرد کردن و کوچک شدن طبقه کارگر در این ایده نیز دیده شده است. کارگران در اقتصادی که بزرگترین تعقل در آن فقط با اتکا به پول و ایده خرج کردن هر چه بیشتر برای عبور از روی موانع چرخ می‌خورد و شکل می‌گیرد روی طناب نازک تورم و نابرابری حرکت می‌کنند. برای همین کوچک سازی طبقه کارگر با تئوری کارآفرینی اتفاقی است که می‌تواند برای فردا مفید باشد.

این تنها تصویری کوچک از شعارهایی است که این روزها دایره مدگرایی در اقتصاد ایران را بزرگ‌تر کرده است. آن هم بدون تازیانة خردگرایی حقوق که می‌گویند در جایی که با اقتصاد گره می‌خورد رسیدن به توسعه را تضمین می‌کند. باور کنید که کارآفرینی در اقتصاد ایرانی به جایی نمی‌رسد؛ در اقتصادی که کمترین ضریب پس انداز را تحمل می‌کند و روابیان بازار کار امروز زنده‌اند تا شرط زنده ماندن در فردایی دیگر را مهیا سازند. آیا شما مراقب هستید که در چاله کارآفرینی گرفتار نشوید؟

* نویسنده و روزنامه‌نگار

