

فهرست مطالب

۹ - مقدمه مترجمان.....

فصل اول: کوچک شماری: کوچک چگونه می تواند زیبا باشد

۳۱ - کوچک شماری: کوچک چگونه می تواند زیبا باشد.....

فصل دوم: چرا کسب و کارها بزرگ تر شدند: تاریخچه ای مختصر

۵۳ - چرا کسب و کارها بزرگ تر شدند : تاریخچه ای مختصر.....

۵۸ - کسب و کارها چگونه بزرگ شدند.....

۶۴ - ماشین آلات و رشد کسب و کارهای بزرگ.....

۶۸ - چرخه نوآوری و اندازه شرکت.....

فصل سوم: فهم اندازه شرکت و پویایی ها در آمریکا

۷۹ - فهم اندازه شرکت و پویایی ها در آمریکا.....

۸۲ - روندها در اندازه های موسسه ای و شرکتی.....

۸۴ - کوچک شدن تولیدکننده ها.....

۸۶ - شرکت های غیر تولیدی بزرگ تر شدند.....

۸۹ - چرا نرخ های استارت آپ شرکت جدید رو به کاهش رفته است.....

۱۰۰ - چه نوعی از شرکت ها شروع به فعالیت می کنند؟.....

۱۰۳ - چرخه های فناورانه و استارت آپ های با رشد بالا.....

فصل چهارم: هر چه بزرگ تر بهتر: جنبه های اقتصادی اندازه شرکت

۱۰۹ - هر چه بزرگ تر بهتر: جنبه های اقتصادی اندازه شرکت.....

۱۱۲ - عوامل اقتصادی.....

۱۱۹ - عوامل اجتماعی.....

فصل پنجم: اشتغال‌زایی کسب و کارهای کوچک: افسانه یا واقعیت

- اشتغال‌زایی کسب و کارهای کوچک: افسانه یا واقعیت..... ۱۳۳
- سرآغاز افسانه اشتغال‌زایی کسب و کارهای کوچک..... ۱۳۵
- چرا کسب و کارهای کوچک منبع اصلی شغل‌ها نیست..... ۱۳۶
- افسانه شغل‌های استارت‌آپی..... ۱۴۱
- اغلب شرکت‌های کوچک وابسته به شرکت‌های بزرگ هستند..... ۱۴۶

فصل ششم: افسانه نبوغ در گاراژ: نوآوری بزرگ

- افسانه نبوغ در گاراژ: نوآوری بزرگ..... ۱۵۱
- از آلتو به مکینتاش اپل..... ۱۵۴
- اندازه شرکت و نوآوری..... ۱۵۹
- فراز و نشیب آزمایشگاه تحقیق شرکتی..... ۱۶۲
- افول و سقوط آزمایشگاه‌های تحقیقات شرکتی..... ۱۶۶
- عصر جدید کارآفرین فردی..... ۱۶۸

فصل هفتم: کسب و کارهای کوچک در جهانی بزرگ

- کسب و کارهای کوچک در جهانی بزرگ..... ۱۸۱
- اندازه بنگاه در اقصی نقاط دنیا..... ۱۸۶
- در اقصی نقاط دنیا بنگاه‌های کوچک کمتر بهره‌ور هستند..... ۱۸۸
- تبیین تفاوت‌های اندازه بنگاه میان ملل مختلف..... ۱۹۱
- سیاست‌های کوچک نگاه‌داشتن کسب و کارها..... ۱۹۴

فصل هشتم: یک جمهوری، اگر بتوانید آن را حفظ کنید:

کسب و کارهای بزرگ و دموکراسی

- یک جمهوری، اگر بتوانید آن را حفظ کنید: کسب و کارهای بزرگ و دموکراسی..... ۲۰۳

- ریشه‌های جمهوری خواهی تولیدکننده..... ۲۰۸
- سنت بنیادگرایان بازار..... ۲۲۰

فصل نهم: سرگذشت عجیب ضد تراست

- سرگذشت عجیب ضد تراست..... ۲۲۹
- حمایت‌گرایی از تولیدکننده کوچک..... ۲۳۲
- مصلحان و تراست‌ها..... ۲۳۸
- از جنگ جهانی اول تا نیودیل: پیروزی انجمن‌گرایی..... ۲۴۸
- رایت پاتمن و جنگ‌های فروشگاه زنجیره‌ای..... ۲۵۱
- ضد انحصار و جنوب..... ۲۵۶

فصل دهم: براندیس برگشته است: افول و اوج سنت ضد انحصارگری

- براندیس برگشته است: افول و اوج سنت ضد انحصارگری..... ۲۶۱
- تورمن آرنولد و سیاست ضد تراست..... ۲۶۴
- ضد تراست و اقتصاددانان پس از ۱۹۴۵..... ۲۶۸
- براندیس برگشته است..... ۲۸۱

فصل یازدهم: آیا کسب و کارهای بزرگ، زیادی بزرگ شده‌اند

- آیا کسب و کارهای بزرگ، زیادی بزرگ شده‌اند..... ۲۸۹
- روندهای تاریخی تمرکز..... ۲۹۱
- موردی برای تمرکز..... ۲۹۹

فصل دوازدهم: رفاقت‌گرایی کسب و کارهای کوچک: سیاست‌هایی که به نفع کسب و کارهای کوچک هستند

- رفاقت‌گرایی کسب و کارهای کوچک: سیاست‌هایی که به نفع کسب و کارهای کوچک هستند..... ۳۱۹
- تاریخچه طرفداری از کسب و کارهای کوچک..... ۳۲۲

- گستره سیاست طرفداری از کسب و کارهای کوچک..... ۳۲۷
- توجیهاتی برای رفاقت‌گرایی کسب و کارهای کوچک..... ۳۲۷
- دستور کار سیاستی برای خنثی بودن اندازه..... ۳۴۵

فصل سیزدهم: زندگی با غول‌ها

- زندگی با غول‌ها..... ۳۴۷
- آیا ما هرگز می‌توانیم کسب و کارهای بزرگ را دوست بداریم؟..... ۳۵۹
- دستور کار توسعه‌گرایی ملی..... ۳۶۵
- اتخاذ سیاست رقابتی درست..... ۳۶۸
- سیاست صحیح کسب و کارهای کوچک..... ۳۷۵
- زندگی با غول‌ها..... ۳۸۰
- پی‌نوشت‌ها ۳۸۴

مقدمه مترجمان

وقتی شوماخر، اقتصاددان آلمانی، کتاب کوچک زیباست را در سال ۱۹۶۸ نوشت بسیار مورد تحسین قرار گرفت. شوماخر در آن کتاب استدلال کرده بود که یک اقتصاد متشکل از کسب و کار کوچک، اقتصادی انسانی است و در آن توانمندسازی انسان مهم ترین عنصری است که اقتصاد جهانی شده پس از بحران انرژی ۱۹۷۳ آن را نادیده گرفته بود. مطابق نظرسنجی صورت گرفته توسط مجله تایمز در سال ۱۹۹۵، کتاب کوچک زیباست یکی از ۱۰۰ کتاب تأثیرگذار پس از جنگ جهانی دوم شناخته شده است.

در مقابل، نویسندگان کتاب حاضر استدلال می کنند که کسب و کارهای کوچک بسیاری از کارکردهایی که مدتهاست تبلیغ می نمایند را ندارند. در واقع کسب و کارهای کوچک نه عامل رفاه هستند، نه مبنای دموکراسی، نه مولد شغل فراوان و نه تأثیر چندانی بر نوآوری و در نهایت نه بهره‌وری مناسبی دارند. آنها با تکیه بر شواهد آماری در اقصی نقاط دنیا بیان می دارند:

چه چیزی می تواند همبستگی قابل توجه میان پنج عامل به ظاهر غیر مرتبط در میان کشورها یعنی نرخ‌های خوداشتغالی، درآمد سرانه، ترکیب و نوع صادرات، نابرابری درآمدی و نرخ‌های استارت آپ را توضیح دهد؟ جواب کسب و کار بزرگ است - یا به بیانی دقیق تر، شرکت‌های غول پیکر، تا شرکت‌های متوسط، در صناعی که با بازده فزاینده نسبت به مقیاس شناخته می شوند. در حالی که کشورهای فقیر و توسعه نیافته بیشتر از کشاورزان، تولیدکنندگان و دست‌فروشان خرد و اغلب در بخش‌های غیر رسمی بهره می برند، در کشورهای پیشرفته از نظر

فناوری مانند آمریکای شمالی، اروپا و شرق آسیا، شرکت‌های بزرگ مسئول تولید و اشتغال هستند.

اتکینسون و لیند برای اثبات ادعای خود به شواهد آماری از اقصای نقاط دنیا به ویژه امریکا اشاره می‌نمایند. به عنوان مثال آنها در زمینه اثر کسب و کارهای کوچک که عموماً خوداشتغال نیز هستند بیان می‌دارند:

هرچه کشور فقیرتر باشد، درصد بیشتری از مردم آن خود اشتغال هستند. در سال ۲۰۱۶، ۶،۴ درصد از مردم آمریکا، خود اشتغال بودند. در کشور برون‌دی، سهم افراد خود اشتغال و یا مشغول در کسب و کارهای خانوادگی ۸۹،۹ درصد است. در سال ۲۰۱۶، درآمد سرانه برون‌دی ۸۰۰ دلار بود و این مقدار در ایالات متحده به ۵۷،۳۰۰ دلار می‌رسید.

اتکینسون و لیند به دنبال انکار نقش بنگاه‌های کوچک در اقتصاد نیستند و معتقد نیستند که در تمام صنایع باید بنگاه‌های بزرگ ایجاد کرد. آنها به این نکته اشاره می‌نمایند که بعضی از صنایع ذاتاً کوچک هستند که از جمله آنها می‌توان مواردی مانند ماهیگیری، شکار و تله گذاری، ساخت و ساز، املاک و یا آرایشگاه‌ها، خشک‌شویی‌ها، مشاورین املاک و مکانیکی‌های خودرو اشاره کرد. در واقع کوچک بودن در این بخش‌ها امری طبیعی و مزیت است و به‌عنوان مثال، یک شرکت عکاسی بازرگانی و تبلیغاتی با ۱۰۰۰ کارمند که از تکنیک‌های مشابه استفاده می‌کند نسبت به یک شرکت عکاسی با اندازه متوسط و سه کارگر بازده کمتری دارد.

در مقابل برخی صنایع هستند که در آنها مقیاس بسیار مهم است. اتکینسون و لیند به لیستی از صنایع با اندازه متوسط بیش از ۴۰۰ کارمند اشاره می‌کنند که از تولید موشک و کاوشگر فضایی تا پرورش ماکیان و تولید اتومبیل و هواپیما را شامل می‌شود. اثری که این بنگاه‌ها در اقتصاد می‌گذارند بسیار حائز اهمیت است. در آمریکا صنایع بزرگ مقیاس اغلب در خارج از کشور خروجه‌های خود را به فروش می‌رسانند؛ این کار در بخش‌های مبادله‌ای و دادوستدی رخ می‌دهد. در بین حدود ۱۰۰ صنعت با اندازه متوسط شرکتی بیش از ۱۷۵ کارمند، سهم شغل‌ها در صنایع مبادله‌ای و تجاری حدود ۶۰ درصد است. این‌ها شامل صنایعی مانند ساخت هواپیماها، لاستیک‌سازی، وسایل نقلیه و موشک‌های هدایت‌شونده

است. شرکت‌های کوچک ۴۹ درصد از اشتغال ایالات متحده را به خود اختصاص داده‌اند، تنها سهم ۱۶ درصدی از هزینه‌های بخش تحقیق و توسعه کسب و کار را داشته‌اند؛ اما شرکت‌های بزرگ از ۲۵۰۰۰ کارمند سهمی ۳۶ درصدی از هزینه‌ها دارند.

نکته حائز اهمیت دیگر آن است که آنها تأکید می‌نمایند اهمیت بنگاه‌های بزرگ مختص آمریکا یا کشورهای توسعه یافته نیست بلکه در تمام دنیا صادق است. مطابق استدلال نویسندگان کتاب:

اینکه افزایش تعداد شرکت‌های کوچک و حتی خرد به کشورهای در حال توسعه کمک خواهد کرد که از فقر نجات یابند، به یک باور و اعتقاد در جامعه بین‌المللی توسعه تبدیل شده است؛ اما مطالعه بانک جهانی از ۷۶ کشور هیچ مدرکی را پیدا نکرد که نشان دهد حمایت از کسب و کارهای متوسط و کوچک مقیاس به کاهش فقر کمک میکند. مطالعه دیگری از ۱۰ کشور آفریقایی نشان داد که شرکت‌های کوچک و بزرگ مقادیر خالص اشتغال مشابهی ایجاد می‌کنند با این تفاوت که دستمزدها در شرکت‌های بزرگ‌تر همواره بالاتر است. این موضوع به دلیل بهر موری بیشتر شرکت‌های بزرگ در مقایسه با شرکت‌های کوچک است. در خصوص اجماع در خصوص اهمیت بنگاه‌های بزرگ برای رشد اقتصادی و توسعه کشورها می‌توان به استراتژی نوآوری سازمان توسعه و همکاری اقتصادی در سال ۲۰۱۵ اشاره کرد که در آن تأکید می‌شود باید به سمت افزایش مقیاس شرکتها حرکت کرد:

بنگاه‌های جوان نقش مهمی در نوآوری و خلق مشاغل جدید دارند به گونه‌ای که بیش از ۴۵ درصد مشاغل در سازمان توسعه و همکاری اقتصادی در یک دهه اخیر توسط این شرکتها ایجاد شده است... با این حال به طور میانگین شرکت‌های جوان در بسیاری از کشورهای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی اندازه مناسبی ندارند و اندازه کوچک آنها اثرشان بر نوآوری و متعاقب آن بر اقتصاد و جامعه را کم کرده است. بنابراین سیاست‌هایی که (به طور سهوی) رشد بنگاهها را محدود کرده است باید با دقت مورد ارزیابی قرار گیرد (سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، ۲۰۱۵، ۸).

با وجود چنین اجماعی در خصوص اهمیت بنگاه‌های بزرگ، سؤالی که

بلافاصله مطرح می‌شود آن است که اگر بنگاه‌های کوچک عامل پیشرفت، نوآوری و اشتغال نبوده‌اند پس چرا از قرن هجدهم تا کنون بسیاری از افراد و احزاب از ایده کوچک زیباست دفاع نموده‌اند؟ چرا حتی در دهه دوم قرن بیستم افراد و احزاب گوناگونی در آمریکا و سایر نقاط دنیا بر اهمیت بنگاه‌های کوچک تاکید می‌کنند؟ اتکینسون و لیند در پاسخ به این سؤال به عوامل گوناگونی اشاره می‌کنند. اگر جفرسون را حس نوستالژیک نسبت به جامعه کشاورزی به طرفداری از کوچک زیباست کشاند و آلوین تافلر در کتاب موج سوم تصویری غلط از تحولات اقتصادی-صنعتی ارائه نمود، در مقابل برخی نخبگان در پس ایده کوچک زیباست و قوانین ضدانحصار، منافع شخصی خود را دنبال می‌کردند. نویسندگان کتاب نشان می‌دهند در مقطعی از تاریخ آمریکا، نخبگان محلی پشت شعار ضدانحصار سنگر می‌گرفتند تا کارگران و کشاورزان را استثمار کنند:

جنبش جمهوری خواهان تولیدکننده قرن بیستم چیزی جز یک جنبشی پوپولیستی نیست. این جنبش در خدمت منافع نخبگان محلی جنوب و خردفروشان و بانکداران غرب میانه است در حالی که دسترسی کارگران محلی و کشاورزان به کالاهای ارزان‌تر و اعتبارات بانکی ارزان‌تر را کاهش می‌دهد... قواعدی که بر اساس آن بازرگانان به کشاورزان وام می‌دادند بسیار استثمار گونه بود. قیمت نقدی که به کشاورزان پیشنهاد می‌شد تا به صورت نقدی پرداخت شود بسیار کمتر از پرداخت اعتباری بود و گاهی اوقات با نرخ بهره ۴۰ تا ۶۰ درصدی تبدیل می‌شد. بازرگانان مناطق روستایی جنوب در حالی که کشاورزان محلی و کارگران را سرکیسه می‌کردند، اقتصاد جنوب را نیز ویران می‌کردند. تجار به بدهکاران خود فشار می‌آوردند تا کتان بیشتری بکارند و میزان کمتری از انواع محصولات دیگر کشت نمایند که در نتیجه تنوع اقتصاد کشاورزی جنوب کاهش می‌یافت.

در نهایت نویسندگان کتاب به معرفی رویکردهای مختلف نسبت به نقش دولت در اقتصاد در آمریکا می‌پردازند. آنها به صراحت خودشان را حامی رویکرد توسعه‌گرای ملی معرفی می‌نمایند و در توصیف این رویکرد بیان می‌دارند:

توسعه‌گرایان به دنبال حداکثرسازی بازارهای خارجی برای صادرات با ارزش افزوده بالای آمریکا هستند. ولی آنها می‌دانند که این چالش را نمی‌توانند برنده شوند مگر اینکه یک دولت توسعه‌گرای فعالی وجود داشته باشد که با شرکت‌ها

همکاری می‌کند (اغلب با بزرگ‌ترها ولی بعضا با کوچک‌های نوآور نیز) و به آن‌ها در نوآور بودن، بهره‌ور بودن، صادرات و کلا در رقابت جهانی کمک می‌کند... برای مکتب توسعه‌گرای ملی، رشد بهره‌وری فناوری محور باید هدف اول سیاست‌های اقتصادی باشد. از شومپیتر و گالبرایت گرفته تا بامول، شاگردان اصلی نوآوری پذیرفته‌اند که نوآوری فناورانه بیشتر زمانی محتمل است که بنگاه‌ها به اندازه کافی بزرگ هستند که به مقیاس اقتصادی برسند

در نهایت آن‌ها به یکی از مهم‌ترین نکات سیاستی در خصوص تولید و اشتغال براساس نگرش دولت توسعه‌گرا اشاره می‌نمایند و بیان می‌دارند:

هدف فقط رشد اشتغال بخش قابل تجارت نیست بلکه هدف رشد صنایع با دستمزد بالا و ارتقای بهره‌وری است. نسبتا آسان است که دولت مشاغل زیادی در صنعت تولید کارخانه‌ای با دستمزد پایین و یا خدماتی چون مراکز تماس ایجاد کند. رشد مشاغل با درآمد بالا و رشد صنایع و بنگاه‌های تولیدی و خدماتی با ارزش افزوده بالا، چیز تماما متفاوتی است.

تاکید بر لزوم نقش توسعه‌ای برای دولت در کشور توسعه یافته‌ای مانند آمریکا مسئله بسیار حائز اهمیت است. در واقع تاکنون بحث دولت‌های توسعه‌گرا برای کشورهای در حال توسعه مطرح بوده است، هر چند در عمل دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته چنین نقشی را ایفاء می‌نمودند. اما بحث در این خصوص برای کشورهای توسعه یافته مساله بسیار قابل تاملی است و نشان از رقابت بسیار شدید در اقتصاد جهانی دارد. امری که نویسندگان کتاب نیز بر آن تاکید می‌نمایند.

دلالت‌هایی برای ایران

خطوط فکری نویسندگان می‌تواند دلالت‌های بسیار مهمی برای اقتصاد ایران در پی داشته باشد؛ در حقیقت، استدلال‌های کتاب حاضر خط بطلانی بر سیاست‌هایی است که قریب دو دهه است گریبان اقتصاد ایران را گرفته است و حاصلی جز هدر رفت منابع و رشد پایین اقتصادی به همراه نداشته است. در ادامه با تکیه بر شواهد آماری به برخی دلالت‌های مهم این کتاب برای اقتصاد ایران اشاره می‌نماییم.

بزرگ در همه بخش‌ها زیبا نیست

همانطور که اشاره شد نویسندگان کتاب بر این مسأله تأکید می‌نمایند که در برخی از بخش‌های خدماتی و تولیدی، از آرایشگاه تا مشاورین املاک و ماهیگیری، بنگاه‌های کوچک عملکرد بهتری دارند. در واقع شعار بزرگ زیباست نباید به تمامی بخش‌های اقتصاد به ویژه بخش‌های غیرمولد تسری یابد. این امر به ویژه در مورد اقتصاد ایران که در آن بخش‌های غیرمولدی مانند مگامال‌ها و پاساژها در خلال دو دهه اخیر رشد قارچ‌گونه‌ای را تجربه کرده‌اند، بسیار دارای اهمیت است. رشد چنین بخش‌هایی نه تنها زیبانیست بلکه هر روز بیش از پیش، بنیه تولیدی اقتصاد کشور را تحلیل می‌برد.

برای توسعه و رشد اقتصادی پایدار وجود دولت توسعه‌گرا ضروری است

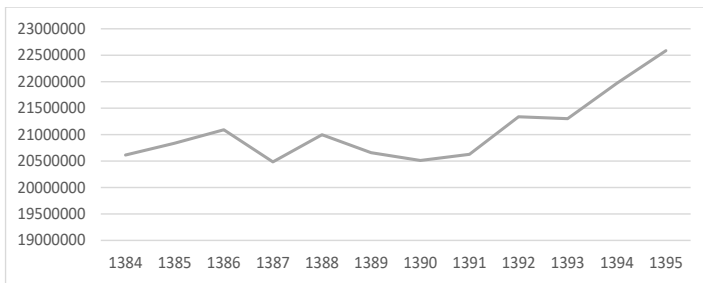
حمایت صریح نویسندگان کتاب از دولت توسعه‌گرا در آمریکا مسئله بسیار قابل تاملی است. آن‌ها در حالی از دولت توسعه‌گرا در آمریکا دفاع می‌نمایند که بنگاه‌های پیشروی بسیاری در سطح جهانی در این کشور وجود دارد. چنین نگرشی به نقش دولت در اقتصاد برای ایران دارای اهمیت فراوانی است. این مسأله پیش از این مورد تأکید اندیشمندان مختلفی قرار گرفته است که در ادامه به تفصیل به آن می‌پردازیم.

بنگاه‌های کوچک راه‌حل معضل اشتغال کشور نیست

نویسندگان کتاب تأکید فراوانی بر اهمیت بنگاه‌های بزرگ در ایجاد اشتغال پایدار دارند و اهمیت آن را با شواهد آماری نشان می‌دهند. اما در ایران در خلال دو دهه گذشته برنامه‌های مختلفی با هدف بهبود اشتغال از طریق گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط تحت عناوین مختلف اجرا شده است. اعطای وام خود اشتغالی و سپس طرح ضربتی اشتغال در اوایل دهه ۱۳۸۰، اجرای طرح بنگاه‌های زود بازده در میانه دهه ۱۳۸۰ و اوج درآمدهای نفتی و همچنین انواع اعطای وام و طرح کارورزی که در دهه ۱۳۹۰ اجرا شد از جمله اقداماتی است که در خلال این دو دهه اجراء شده است. با این حال ارزیابی‌های گوناگونی نشان می‌دهند که این

طرح‌ها موفق نبوده‌اند. شاید بهترین دلیل در خصوص عدم موفقیت این طرح‌ها، آمارهای موجود در زمینه اشتغال و بیکاری باشد. نرخ بیکاری در سال ۱۳۹۶ بیش از ۱۲ درصد بوده است و سالانه قریب به یک میلیون نیروی کار جدید وارد بازار کار می‌شود. این در حالی است که در خلال ۱۲ سال منتهی به سال ۱۳۹۵ در مجموع به‌طور خالص در حدود دو میلیون شغل ایجاد شده است که به معنای ایجاد حدود ۱۶۶ هزار شغل در سال است. این مسأله به خوبی در نمودار زیر نشان داده شده است:

نمودار ۱. تعداد افراد شاغل در ایران در خلال سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۹۵



منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶

بحث دیگر، فسادی است که در نتیجه عدم اجرای درست اعطای تسهیلات به بنگاه‌های کوچک در کشور ایجاد شد. کریمی و پری (۱۳۹۷) در این زمینه می‌نویسند: آیین‌نامه گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین در راستای سیاست‌های قانون برنامه چهارم توسعه و با اهداف توزیع عادلانه منابع در مناطق محروم، افزایش تولید، اشتغال‌زایی و افزایش فرصت‌های شغلی جدید در سال ۱۳۸۴ به تصویب هیات وزیران رسید و در آذرماه ۱۳۸۵ به اجراء درآمد. بر اساس گزارش‌هایی که به تدریج از سوی مجلس شورای اسلامی و نهادهای نظارتی منتشر شد؛ بخش بزرگی از طرح‌هایی که برای دریافت وام معرفی گردید، صوری بوده و متقاضیان تسهیلات بنگاه‌های زودبازده، اساساً اقدام به ایجاد بنگاه یا افزایش ظرفیت تولیدی نکرده و تسهیلات را در فعالیتهای سودآور دیگری هزینه کردند. بر اساس گزارش سازمان بازرسی کل کشور، به‌طور میانگین حدود ۴۰ درصد اشتغال اسمی تعهدشده در طرح‌ها تحقق پیدا کرده بود. به عبارت دیگر، حدود ۶۰ درصد انحراف

در اشتغال‌زایی اعلام شده وجود داشت (کریمی و پری، ۱۳۹۷، ۱۸۸).

بنگاه‌های کوچک و متوسط ارزش افزوده اندکی تولید می‌نمایند

در ایران تقسیم‌بندی متفاوتی از اندازه بنگاه‌ها توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه شده است و این مساله ارزیابی اندازه شرکتهای ایران با سایر کشورها را مشکل کرده است. هرچند کمبود قابل توجهی در انتشار آمار رسمی از تعداد و اندازه بنگاهها وجود دارد، مطابق آخرین آمارهای موجود (جدول ۱)، ۴ درصد صنایع کل کشور از نوع صنایع بزرگ (بیش از ۱۰۰ نفر کارکن) هستند که ۴۷ درصد اشتغال را ایجاد می‌کنند. در همان حال، سهم بنگاههای بزرگ در ایجاد ارزش افزوده در ایران در خلال ۱۰ سال اخیر در حدود ۹۰ درصد بوده است (نمودار ۲).

جدول ۱. وضعیت صنایع کشور در سال ۱۳۹۴ (درصد)

صنایع	تعداد	اشتغال
صنایع کوچک (تا ۴۹ کارکن)	۹۱	۴۱
صنایع متوسط (۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن)	۵	۱۲
صنایع بزرگ‌تر (بالای ۱۰۰ نفر)	۴	۴۷

منبع: وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۵

نمودار ۲. سهم بنگاه‌های کوچک، متوسط، بزرگ در ایجاد ارزش افزوده در ایران



منبع: وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۵

تفاوت شدید میان ارزش افزوده و میزان اشتغال در بنگاه‌های کوچک و متوسط در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ یک نکته مهم را نشان می‌دهد؛ بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران شغل‌هایی پدید می‌آورند که تأثیر چندانی در رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی ندارند. صنایع کوچک با دارا بودن ۲۴ درصد سرمایه، در مجموع ۴۱ درصد اشتغال را ایجاد می‌نمایند. اما ارزش افزوده صنایع کوچک و متوسط در خلال سال‌های ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۳ از ۱۶ درصد به ۱۱ درصد رسیده است (وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۵، ۳۷-۳۶). در واقع این بنگاه‌ها افراد زیادی را تنها شاغل نگه می‌دارند و نه دستمزد مناسبی به آنها می‌دهند و نه اثر چندانی برای رشد اقتصادی کشور دارند. همچنین، بسیاری از صنایع کوچک در اصل واحدهای خوداشتغال و آسیب‌پذیری هستند که کارکنان آنها در معرض مشکلات فراوانی قرار دارند.

توسعه گردشگری راه‌حل معضل اشتغال و توسعه کشور نیست

در حالی که در دولت‌های مختلف همواره شعار خوداشتغالی مبتنی بر توسعه توریسم مطرح شده است این کتاب اثرات وحشتناک این سیاست‌ها بر فقر و رشد اقتصادی را نشان می‌دهد. نویسندگان کتاب با تکیه بر شواهد آماری بیان می‌دارند: تمرکز و تخصص در توریسم یکی از راه‌های تضمینی به سمت فقر است. در سال ۲۰۱۵، سهم توریسم از کل صادرات آمریکا ۱۰٫۹ درصد، آلمان ۳ درصد و ژاپن ۱۰٫۹ درصد بود اما این مقادیر برای آلبانی ۵۲ درصد، جامائیکا ۵۵٫۳ درصد، مونته‌نگرو ۵۵ درصد و باهاماس ۷۳٫۴ درصد برآورد شد.

با وجود چنین شواهدی تأکید گاه و بیگاه مسئولین کشور بر گسترش صنعت توریسم جای بسی تأمل دارد. متأسفانه در سال‌های اخیر گسترش توریسم در بحث‌های آمایشی کشور نیز بسیار مورد تأکید قرار گرفته است و مسئولین استانی نیز بر این امر بسیار تأکید می‌نمایند.

ایران نیازمند بنگاه‌های بزرگ صنعتی نوآور است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که رشد اقتصادی پایدار و به تبع آن افزایش درآمد سرانه

تنها با اتکاء به تولید متنوع و با اتکاء به یک بخش صنعتی قوی امکان پذیر است. این امر نیازمند نوآوری است و نوآوری نیز همانطور که نویسندگان این کتاب به خوبی بیان می‌دارند به میزان بسیار زیادی توسط بنگاه‌های بزرگ هدایت می‌شود. شواهد تاریخی گوناگونی اهمیت تحول ساختاری و نقش بنگاه‌های بزرگ در آن را نشان می‌دهد. به عنوان مثال لین (۲۰۱۲) با بررسی روند توسعه کشورها پس از جنگ جهانی دوم در این زمینه می‌نویسد:

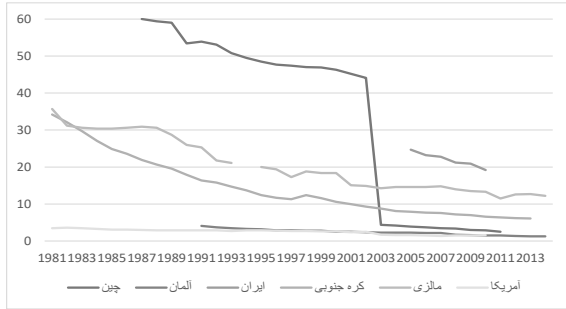
در خلال سالهای ۱۹۶۰ الی ۲۰۰۹ تنها یک سوم از کشورهای با درآمد پایین توانستند در جایگاه کشورهای با درآمد متوسط قرار گیرند. با وجود اینکه تعداد کشورهایی که در گروه با درآمد متوسط قرار دارند و حامی رشد جهانی هستند افزایش یافته است اما بسیاری از آنها در «دام درآمد متوسط» گیر افتاده‌اند. تقریباً سه چهارم کشورهایی که در سال ۱۹۶۰ در جایگاه درآمد متوسط بودند در سال ۱۹۶۰ یا وضعیتشان بدتر شده بود یا به گروه کشورهای با درآمد پایین سقوط کرده بودند.... کشورهایی که فقیر باقی ماندند آنهایی بودند که نتوانستند تغییرات ساختاری را پدید آورند یا به عبارت دیگر نتوانستند با تنوع بخشی به تولیداتشان از تولید محصولات کشاورزی و سنتی فاصله گرفته و به سمت تولید محصولات کارخانه‌ای و فعالیتهای مدرن حرکت کنند (لین، ۲۰۱۲، ۳-۲).

در خصوص اهمیت بنگاه‌های بزرگ در نوآوری علاوه بر مباحثی که نویسندگان کتاب حاضر بیان می‌دارند می‌توان به بررسی انجام شده توسط هالیت (۲۰۱۳) اشاره کرد. هالیت (۲۰۱۳) در گزارشی که در زمینه رشد اقتصادی و اقتصاد دانش بنیان برای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی نوشته است به درستی نشان می‌دهد که بنگاه‌های بیش از ۱۰۰۰ نفر بیشترین نقش را در زمینه هزینه تحقیق و توسعه انجام داده‌اند.

اما آنچه اهمیت بنگاه‌های بزرگ صنعتی نوآور را در اقتصاد ایران بیشتر می‌نماید وضعیت نامناسب ساختار اقتصادی کشور است. همانطور که در نمودار زیر قابل مشاهده است سهم اشتغال در بخش کشاورزی در اقتصاد ایران بسیار بالاست، امری که لزوم تحول ساختاری را در اقتصاد ایران آشکارتر می‌سازد.

نمودار ۳- درصد اشتغال در بخش کشاورزی در کشورهای منتخب

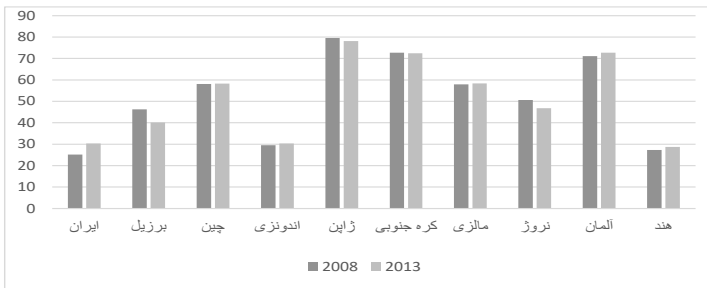
۱۹۸۰-۲۰۱۴



منبع: بانک جهانی، سال‌های مختلف

از سوی دیگر حتی در بخش‌های صنعتی موجود نیز وضعیت نوآوری مناسب نیست و اکثر محصولات تولیدی شامل تولیدات با تکنولوژی پایین هستند.

نمودار ۴- سهم صادرات محصولات تولیدات کارخانه‌ای با تکنولوژی بالا و متوسط از کل صادرات کارخانه‌ای



منبع: سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل، ۲۰۱۶، ۲۲۴

همانطور که در نمودار فوق به خوبی نمایان است کشورهای دارای درآمد سرانه بالا مانند آلمان، کره و ژاپن کشورهایی هستند که سهم صادرات محصولات تولیدات کارخانه‌ای با تکنولوژی بالا و متوسط از کل صادرات کارخانه‌ای در آنها بیش از ۷۰ درصد است. این سهم در مورد کشورهایی مانند مالزی و چین به حدود ۵۰ درصد می‌رسد و کشورهایی مانند هند و اندونزی سهمی کمتر از ۳۰

درصد دارند. در واقع اقتصاد ایران به شدت نیازمند نوآوری برای تولید محصولات باتکنولوژی بالا و صادرات است امری که بی‌شک نمی‌توان با اتکاء به بنگاه‌های کوچک به آن دست یافت.

ایجاد هر شغلی، کارآفرینی نیست

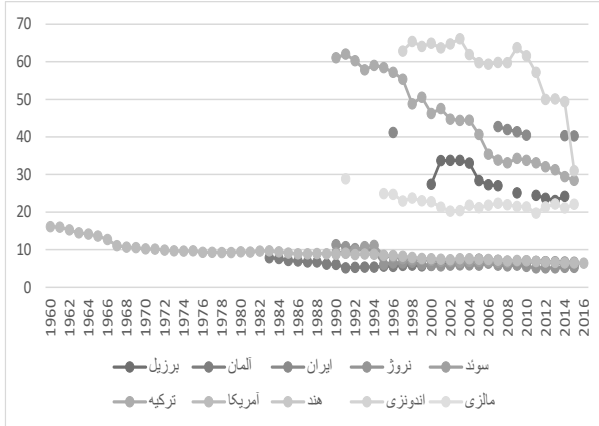
از جمله نکات کلیدی که نویسندگان این کتاب به آن اشاره می‌نمایند مفهوم کارآفرینی است. متأسفانه در ایران هر شخصی که با ایجاد یک کارگاه یا حتی مغازه، کسب و کار جدیدی را ایجاد می‌کند به عنوان کارآفرین شناخته می‌شود. اما اتکینسون و لیند در کتاب حاضر به خوبی توضیح می‌دهند که منظور شومپیتر از کارآفرین که موجب تحول اقتصادی می‌شود چنین فردی نیست.

مقصود از کارآفرینی، ایجاد کسب‌وکارهای درگیر با فناوری است که قابلیت رشد و بزرگ شدن دارند. نه فقط تعداد کل کسب‌وکارهای کوچک در همه زمینه‌ها، که بسیاری از آنها تنها به این دلیل شکل می‌گیرند که صاحب آن بتواند به راحتی به زندگی شخصی خود برسد.

چنین برداشت اشتباهی از کارآفرینی اثرات منفی فراوانی برای اقتصاد کشور به همراه داشته‌است. این امر باعث شده است که گروهی از دانشگاهیان و سیاستگذاران از اعطای وام‌های خرد برای ایجاد اشتغال حمایت نمایند، اقدامی که به اثرات منفی آن اشاره کردیم. از سوی دیگر رواج این نگرش و تشویق خوداشتغالی باعث شده است که اشتغال آسیب‌پذیر^۱ در ایران حتی از کشورهای فقیر نیز بیشتر باشد. در واقع افراد با دریافت وام‌های خرد، کسب و کار کوچکی راه‌اندازی می‌نمایند که یا پس از مدتی ورشکسته می‌شود یا در بسیاری از موارد چنان عایدی آن کم است که زندگی فرد به سختی می‌گذرد.

۱. اشتغال آسیب‌پذیر بر اساس تعریف شامل مشاغل و جایگاه‌های شغلی خویش‌فرما و مشارکت در مشاغل فامیلی است (سازمان جهانی کار، ۲۰۱۴، ۱۲). این مشاغل به احتمال زیاد قراردادهای شغلی رسمی ندارند و احتمال زیادی دارد که فاقد شرایط مناسب کار، بیمه اجتماعی و حق اتحادیه باشند (سازمان ملل متحد، ۲۰۱۵).

نمودار ۵- مشاغل آسیب پذیر در کشورهای منتخب جهان ۲۰۱۶-۱۹۶۰



منبع: بانک جهانی

همانطور که در نمودارهای فوق نمایان است، در سطح جهانی روند اشتغال آسیب‌پذیر روندی کاهشی بوده است و در اکثر کشورهای جهان نیز این مساله قابل مشاهده است. با این حال در مورد ایران، تغییر محسوسی ایجاد نشده است. از سوی دیگر اشتغال چندان نیز در نتیجه انواع طرح‌های حمایتی از بنگاه‌های کوچک ایجاد نشده است.

نظارت، پوپولیسیم، ظرفیت دولت

همانطور که اشاره شد نویسندگان کتاب به صراحت از دخالت دولت در اقتصاد و کمک به بنگاه‌های بزرگ اقتصادی حمایت می‌کنند. آنها این مباحث را برای کشور توسعه یافته‌ای مانند آمریکا مطرح می‌نمایند و این امر را لازمه توسعه آن کشور می‌دانند.

اما در ایران که از نظر شرایط توسعه و توانمندی بنگاه‌های اقتصادی در شرایط مناسبی به سر نمی‌برد، حمایت از ایجاد بنگاه‌های بزرگ در ایران همواره با انتقادات گوناگونی روبرو بوده است که به ویژه در حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط مطرح می‌شود. یکی از ادعاهای طرفداران بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران آن است که این بنگاه‌ها تحت نظارت هستند در حالی که بنگاه‌های بزرگ

به جهت توان لابی‌گری قدرتمند از نظارت می‌گریزند. بی‌شک بنگاه‌های بزرگ در ایران دارای نقاط ضعف گوناگونی هستند اما شواهد فوق‌نشان می‌دهد عدم نظارت‌پذیری ارتباط معناداری با اندازه بنگاه‌ها ندارد. در واقع در شرایطی که کشور فاقد بوروکراسی کارآمد است اندازه بنگاه هرچه باشد نظارت بر آن دشوار خواهد بود. ضمن آنکه بنگاه‌های بزرگ که غالباً از نوع سهامی عام هستند بیشتر در معرض نظارت عمومی قرار دارند در حالی که بنگاه‌های کوچک کمتر توجه افکار عمومی را جلب می‌کنند.

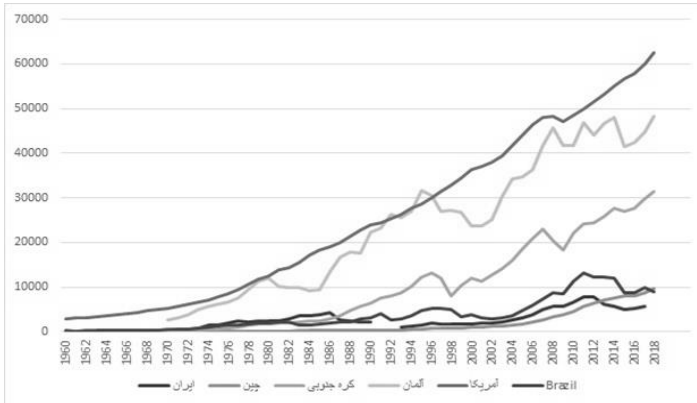
همانطور که اشاره شد، در آمریکا حس نوستالژیک، عدم درک صحیح و منافع گروهی که ذیل شعارهای پوپولیستی قرار داشت باعث پیشبرد سیاست‌های کوچک‌زیباست و ضدانحصار شد اما در اقتصاد ایران خبری از حس نوستالژیک و بحث کوچک‌زیباست به عنوان مبنای دموکراسی نبوده است و بیش از هر چیز درک اشتباه از کارآفرینی و مهم‌تر از آن پوپولیسم در اجرای سیاست‌های حمایتی از بنگاه‌های کوچک نقش داشته است.

علاوه بر این، منافع شخصی و پوپولیسم سیاستمداران است که اعطای انواع وام‌ها و حمایت از بنگاه‌های کوچک در ایران را در تمامی دولت‌ها جذاب نموده است. واقعیت آن است که پوپولیسم دامن بخش عمده اقتصاد ایران را فرا گرفته است به‌ویژه اینکه تأکید بر کسب و کارهای خرد و خانگی در سالهای گذشته با بهبود شرایط معیشتی مردمان رنج دیده توجیه می‌شود. در چنین شرایطی، انتظار می‌رود رفته رفته بنیه تولیدی کشور به مرور تضعیف شده و فعالیت‌های با ارزش افزوده کمتر جایگزین فعالیت‌های بیشتر ارزش‌افزا گردیده است. خصوصیتی که دهه‌هاست بر اقتصاد ایران مستولی گشته است. شاهد این نتیجه اسف‌بار آن است که مطابق آمار سال ۲۰۱۸ مجله فوربس، هیچ شرکتی از ایران در میان ۵۰۰ شرکت برتر جهان وجود ندارد. این در حالی است که حتی کشورهایی مانند لهستان، مالزی و عربستان هم حداقل یک شرکت در میان ۵۰۰ شرکت برتر جهان دارند.

در نهایت، آنچه بیش از هر چیز نشان دهنده سیاست‌های اشتباه کشور در زمینه اشتغال و تولید است وضعیت رشد اقتصادی کشور است. نمودار ۳، فاصله گرفتن معنادار درآمد سرانه آمریکا، آلمان و کره جنوبی در طی ۶ دهه گذشته با

کشورهای ایران، چین و برزیل را نشان می‌دهد.

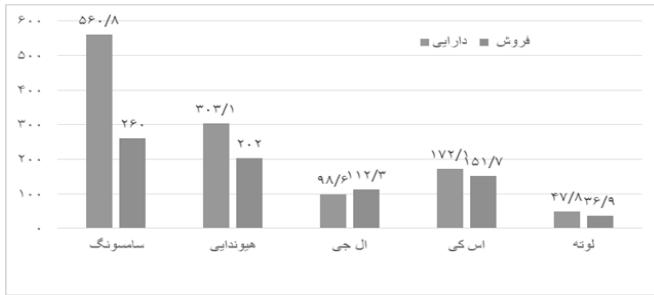
نمودار ۶. سرانه تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب



منبع: بانک جهانی، سال‌های مختلف

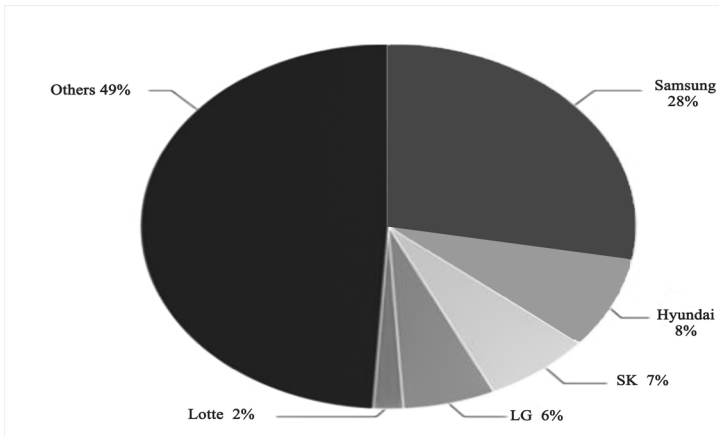
درآمد سرانه ایران در سال ۱۹۶۰ بیش از ۲۰ درصد، از کره جنوبی بیشتر بوده است و اکنون درآمد کره جنوبی ۵ برابر ایران است. این امر در حالی است که فروش ۱۰ چابول برتر کره در سال ۲۰۱۷ برابر با ۶۷٫۸ درصد تولید ناخالص ملی کره است و ثروت آنها معادل ۱۱۰ درصد تولید ناخالص ملی کره بوده است. ثروت سامسونگ به تنهایی برابر با ۴۲ درصد تولید ناخالص ملی کره بوده است (پری‌مک، ۲۰۱۷). در واقع دولت کره جنوبی از دهه ۱۹۶۰ تا کنون توانسته است با حمایت و هدایت بنگاه‌های بزرگ اقتصادی تحولی بزرگ در این کشور ایجاد نماید. در زمینه مدیریت و هدایت چابول‌ها دولت کره بسیار قاطع عمل کرد. به عنوان مثال، دولت کره در دهه ۱۹۶۰ شرکت ال جی را که در صنایع نساجی فعالیت می‌کرد برای ورود به صنعت برق تحت فشار گذاشت که این امر زمینه‌ساز ورود این شرکت به بخش الکترونیک شد. همچنین، اجبار شرکت هیوندا با تهدید به ورشکسته کردن برای ورود به صنعت کشتی‌سازی نمونه‌ای از این اقدامات بود (چانگ، ۱۳۹۲). این اقدامات در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ ادامه یافت.

نمودار ۷- میزان دارایی و فروش ۵ چابول برتر کره در سال ۲۰۱۷
(میلیارد دلار)



منبع: فوربس

نمودار ۸- ارزش سهام ۵ چابول بزرگ کره در بورس کره در سال ۲۰۱۷
(میلیارد دلار)



منبع: بلومبرگ

از سوی دیگر، اداره کردن بنگاه‌های بزرگ مقتضیات خود را دارد. به عنوان مثال، لی - پایه‌گذار شرکت سامسونگ - در نیمه دهه ۱۹۶۰ با اخراج غیرمنتظره دو پسر از سه پسرش که از مدیران سامسونگ بودند همه را دچار حیرت و شوک کرد. وی ۱۰ سال بعد به روزنامه‌نگاری گفت: « آنان مناسب به دست گرفتن