اقتصاد ایران
نگاهی به منابع انرژی دریای خزر . . ۱۲

بورس
دور باطل فرش ۱۳

اقتصاد جهان
همه برای لبنان ۱۴

اقتصاد جهان
اقتصاد دبی در دست سلطان احمد ۱۴

گزارشی درباره استراتژی ادغام شرکت‌های تجاری

ادغام، رقابت یا انحصار

سیدحمزه حسینی

دنیایی را تصور کنید که تنها تعداد محدودی از شرکت‌های تجاری در آن حضور دارند. نام‌های بی‌شمار هنگام خرید شما را سردرگم نخواهد کرد. دیگر تعداد زیاد انتخاب، قدرت انتخاب را از شما نخواهد گرفت و تکلیف شما برای مبادلات اقتصادی از قبل مشخص شده است. چرا که شرکت‌های بزرگ و کوچک از پیش تصمیم گرفته‌اند با یکدیگر ادغام شوند. پدید آمدن چنین دنیایی آنقدر که فکر می‌کنید دور از انتظار نیست. طی شش ماهه اول سال ۲۰۰۶، ادغام شرکت‌های تجاری جهان به رکوردی تازه دست یافت.

طی این مدت میزان جابه‌جایی دارایی و سرمایه ناشی از ادغام شرکت‌های سطوح میانی بازار به رقم ۱۰۹ میلیارد دلار رسید. این گزارش را موسسه تحقیقاتی مالی تامسون منتشر کرده است و براساس آن طی شش ماهه اول سال جاری میلادی در حدود ۱۵ هزار و ۶۰۰ ادغام در سطح جهان صورت گرفته است که در نتیجه آن بیش از ۱۰۹ میلیارد دلار دارایی شرکت‌ها جابه‌جا شده است و این در حالی است که در مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۵ هزار و ۲۰۰ ادغام به ارزش ۱۰۵ میلیارد دلار صورت گرفته بود. حال سئوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که ادغام شرکت‌های ریز و درشت چه پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت و اثر آن بر زندگی ساکنان کره خاکی و به خصوص مصرف‌کنندگان چیست.

در این رابطه دو دیدگاه وجود دارد. عده‌ای معتقدند این ادغام‌ها منجر به انحصار شده و موجبات ایجاد قیمت‌های غیررقابتی را فراهم می‌کند و در نهایت منجر به کاهش رفاه مصرف‌کننده می‌شود.

از این دسته می‌توان به «باران» و «سوئیزی» اشاره کرد. به نظر آنها سرمایه‌داری رقابتی جای خود را در بیشتر موارد به سرمایه‌داری انحصاری داده است. سرمایه‌داری انحصاری به این معنا است که یک یا چند سرمایه‌دار نظارت بر بخش معینی از اقتصاد را به دست می‌آورند. در سرمایه‌داری رقابتی سازمان‌ها بر مبنای قیمت با یکدیگر رقابت می‌کنند. اما در سرمایه‌داری انحصاری شرکت‌ها دیگر نیازی ندارند که به چنین شیوه‌ای با هم رقابت کنند و رقابت از قلمرو قیمت‌ها به عرصه فروش انتقال می‌یابد. تبلیغات بسته‌بندی و روش‌های دیگر جلب مصرف‌کنندگان احتمالی تنها قلمروهای رقابت به شمار می‌آیند.

به هر حال در برابر این نظرات، عده‌ای دیگر پیامدهای مثبتی را برای ادغام‌ها برمی‌شمرند که کاهش هزینه‌های تولید و به وجود آمدن امکان نوآوری از جمله این اثرات مثبت است. طرفداران ادغام شرکت‌ها معتقدند با وجود بنگاه‌های کوچک نوآوری‌ها محدود خواهند شد چرا که رقابت بنگاه‌های کوچک بر سر قیمت است و این موضوع باعث می‌شود به نوآوری و خلاقیت اهمیت چندانی داده نشود.

■ ادغام در نگاه طرفداران و منتقدین

دکتر احمد میدری استاد دانشگاه علامه طباطبایی در رابطه با رکورد ۱۰۹ میلیارد دلاری ادغام شرکت‌های تجاری می‌گوید: روند ادغام‌ها یک پدیده تازه نیست و سال‌ها است که در جهان مورد توجه قرار گرفته است.

میدری که معتقد است کشورهای نظام سرمایه‌داری به دو الگو تقسیم می‌شود، در این‌باره می‌گوید: اصولاً می‌توان کشورهایی را که نظام سرمایه‌داری بر آنها حاکم است در دو دسته تقسیم‌بندی کرد؛ گروه اول آمریکا و انگلیس هستند که در آنها ادغام به وفور انجام می‌شود و شرکت‌های بزرگ با انتخاب خودشان ادغام می‌شوند و گروه دیگر شامل کشورهایی مانند ژاپن و اروپای قاره‌ای است که در آنها اساساً شرکت‌ها از ابتدا به صورت شبه‌انحصاری عمل می‌کنند و میزان رقابت محدود است.

میدری در این رابطه به مثال ژاپن اشاره می‌کند و براساس تحقیقاتی که در پایان‌نامه دکترای او موجود است، شش بنگاه بزرگ به نام کرتسو در ژاپن ۱۵ درصد انباشت سرمایه را در اختیار دارند و بعضی از این شرکت‌ها بیش از ۲۰۰ سال قدمت دارند. این استاد دانشگاه در پاسخ به این پرسش که ادغام‌ها چه اثری بر فرآیند انتخاب و کنش‌های اقتصادی می‌گذارند، به نظرات مختلفی در این رابطه اشاره کرده و می‌گوید: طرفداران سرمایه‌داری اعتقاد دارند که با وجود اینکه ادغام‌ها زیاد شده است اما امکان ورود شرکت‌های جدید افزایش یافته و بازار رقابتی‌تر می‌شود چرا که شرکت‌های حاضر در بازار مجبورند قیمت‌ها را در سطح پایین نگه دارند و با این وجود منتقدین نظام سرمایه‌داری همچنان معتقدند که فرآیند ادغام منجر به انحصار می‌شود. او در رابطه با ادعای طرفداران نظام سرمایه‌داری و ادغام معتقد است که امکان ورود شرکت‌های جدید به بازار کاهش می‌یابد.

میدری در پاسخ به این پرسش که روند فعلی ادغام‌ها به کجا می‌انجامد و آینده این فرآیند چیست، می‌گوید: نمی‌توان به صورت کلی در مورد این قضیه اظهارنظر کرد و باید به صورت موردی فعالیت‌های مختلف را بررسی کرد. در ابتدای قرن بیستم ۸۰ خودروساز در جهان وجود داشت در حالی که الان ۱۳ شرکت خودروسازی ۸۵ درصد بازار خودرو را از آن خود کرده‌اند و مثال‌های بسیاری از این قبیل وجود دارد.

میدری در رابطه با فرآیند ادغام به مسئله حضور دولت‌ها اشاره کرده و معتقد است با وجود اینکه دولت‌ها تلاش‌هایی را جهت از بین بردن انحصار و جلوگیری از آن انجام می‌دهند اما با پدید آمدن شرکت‌های چندملیتی و ادغام‌های پی در پی دولت‌ها در اجرای این وظیفه و در ضمن اقتصادشان دچار مشکل شده‌اند چرا که یک شرکت به راحتی می‌تواند با انتقال خط تولید خود و جابه‌جایی منابع مالی‌اش به راحتی برای یک کشور بحران ایجاد کند و این امر موجب ضعف دولت‌ها در برابر شرکت‌های غول‌پیکر شده است.

در برابر نظرات احمد میدری، دکتر موسی غنی‌نژاد معتقد است ادغام‌ها موجب انحصار نمی‌شود. این استاد دانشگاه صنعت نفت عقیده دارد ادغام‌ها یک جریان طبیعی است و از ابتدای قرن بیستم روند ادغام‌ها تشدید شده است.

او می‌گوید مسئله ادغام به خودی خود نه مثبت است و نه منفی. آنچه مهم است، این است که این ادغام‌ها علت اقتصادی داشته و برای صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید صورت می‌گیرد و اگر روزی ادغام‌ها نتیجه‌ای غیر از آنچه مدنظر است را دربرداشته باشند دیگر انجام نمی‌شود. غنی‌نژاد با صراحت می‌گوید: این تصور ساده‌لوحانه که می‌گوید ادغام موجب انحصار می‌شود درست نیست و انحصار زمانی ایجاد می‌شود که امکان حضور رقبا از بین برود. او معتقد است هنگامی که به صورت بالقوه شرایط برای حضور رقبا فراهم است دیگر نمی‌توان از انحصار حرفی زد. موسی غنی‌نژاد در پاسخ به این پرسش که با توجه به سخنان او چه توجیهی برای تصویب قوانین ضدتراست وجود دارد، می‌گوید: در مورد این قوانین دو دیدگاه وجود دارد. عده‌ای می‌گویند این قوانین موجب تسلط دولت بر اقتصاد می‌شود و نتیجه مثبتی دارد و بعضی دیگر می‌گویند برای تشویق رقابت است اما این قوانین کارایی چندانی نداشته و بیشتر باعث تسلط دولت شده است. غنی‌نژاد به چنین قوانینی اعتقاد نداشته می‌گوید: عده‌ای می‌گویند چون این قانون در آمریکا اجرا می‌شود چیز خوبی است اما این دلیل نمی‌شود. بسیاری چیزها در آمریکا هست که خوب نیست. دکتر موسی غنی‌نژاد در پاسخ به این سئوال که روند فعلی ادغام‌ها به کجا می‌انجامد، می‌گوید: ادغام یک منطق روشن اقتصادی دارد و تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که کارایی داشته باشد. او که از طرفداران اقتصاد آزاد است در رابطه با مسئله ادغام در کشورهای در حال توسعه می‌گوید: مسئله کشورهایی مثل ما اقتصاد دولتی است. مشکل ما عدم رقابت است و علت آن خود دولت است.

خلاصه گزارش

۱- میدری: ادغام‌ها امکان ورود شرکت‌های جدید به بازار را کاهش می‌دهد.
۲- غنی‌نژاد: ادغام موجب انحصار نمی‌شود.
۳- قوانین ضدتراست از سال ۱۸۹۰ در آمریکا به تصویب رسید و تا به امروز تحولات زیادی در این قوانین ایجاد شده است.
۴- طی شش ماهه اول سال ۲۰۰۶، ادغام شرکت‌های تجاری جهان به رکوردی تازه دست یافت و میزان جابه‌جایی دارایی و سرمایه ناشی از ادغام شرکت‌های سطوح میانی بازار به رقم ۱۰۹ میلیارد دلار رسید.

■ زمینه‌های نظری ادغام و انحصار

علم اقتصاد با نام آدام اسمیت گره خورده است. از همان ابتدا که او مشغول نوشتن ثروت ملل بود و بر وجود دست نامرئی تاکید می‌کرد، مسئله انحصار ذهن او را تا حد زیادی به خود مشغول کرده بود و در نهایت اسمیت برای حل این مشکل بر وجود دولت تاکید کرد. قیمت و تولید در دنیای واقعی شدیداً تحت‌تاثیر ساختار بازار است. ساختار بازار به وضعیت رقابتی‌ای که در آن خریداران و فروشندگان محصول عمل می‌کنند، اطلاق می‌شود. معمولاً چهار نوع متفاوت ساختار بازار شناسایی می‌شود. رقابت کامل و انحصار کامل دو ساختار حدی بازار هستند و رقابت انحصاری و انحصار چندجانبه مابین این دو قرار دارد.

رقابت کامل شکلی از بازار است که در آن تعداد زیادی از خریداران و فروشندگان محصولی وجود دارد و هرکدام به اندازه‌ای کوچک هستند که تاثیری بر قیمت محصول نداشته و در آن تحرک کامل منابع وجود دارد. از سوی دیگر در این ساختار عاملین اقتصادی از شرایط بازار اطلاع کامل دارند. انحصار کامل هم شکل دیگری از ساختار بازار است که در آن یک فروشنده وجود دارد و برای کالاهای این فروشنده جانشین نزدیکی وجود ندارد. رقابت انحصاری هم شکلی دیگر از بازار است که در آن فروشندگان زیادی برای محصول ناهمگنی وجود دارد و ورود و خروج به صنعت در بلندمدت نسبتاً آسان است و در آخر انحصار چندجانبه به حالتی اطلاق می‌شود که در آن چند فروشنده محصول همگن یا ناهمگن وجود دارد. گرچه ورود به صنعت امکان‌پذیر است ولی آسان نیست. چرا که تعداد واحدهای تولیدی در صنعت کم است و انحصار چندجانبه معمول‌ترین شکل بازار در بخش صنعتی کشورهای صنعتی از جمله ایالات متحده آمریکا است و در واقع نتیجه بسیاری از ادغام‌های موجود، ایجاد ساختار انحصار چندجانبه است و بر این اساس مدل‌های زیادی از این نوع انحصار شناسایی شده است و البته این تقسیم‌بندی‌ها بر مبنای رفتار خاص رقبا شکل گرفته و می‌گیرد که از آنها می‌توان به مدل منحنی تقاضای شکسته، کارتل مرکزی و رهبری قیمت به وسیله واحد تولیدی مسلط اشاره کرد.

■ قوانین ضدتراست

مشکل ادغام و انحصارات موجب شده است تا دولت‌ها برای حل این مسئله به قوانین ضدتراست روی آورند که در این میان ایالات متحده در تصویب و تدوین این قوانین پیشرو است. در ایالات متحده قانون شرمن و چند قانون ضدتراست در سال ۱۸۹۰ برای جلوگیری از انحصار و یا تمرکز نامشروع قدرت اقتصادی به تصویب رسید. قانون شرمن انحصارگری را قدغن و تجارت بین ایالت‌ها و دول خارجی را محدود کرد. قانون ضدتراست کلی نیز در سال ۱۹۱۴ تبعیض قیمت، قراردادهای انحصاری، وابسته نگه داشتن سهام در حدی که باعث کاهش رقابت یا تمایل به ایجاد انحصار شود را قدغن کرد. پس از آن نیز قانون کمیسیون تجارت فدرال در سال ۱۹۱۴ برای تکمیل قانون ضدتراست کلی‌تون به تصویب رسید و روش‌های غیرمنصفانه رقابت را غیرقانونی اعلام کرد و دست به ایجاد کمیسیون تجارت فدرال (FTC) زد که به تعقیب متخلفین قوانین ضدتراست بپردازند. قانون روبینسون یا پتمن از جمله دیگر قوانین ضدتراست بود که در سال ۱۹۳۶ جهت حمایت از خرده‌فروشان در مقابل رقابت‌های قیمتی غیرمنصفانه فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ از تصویب گذشت و در سال ۱۹۵۰ نیز قانون ضدادغام سلر- کفاور راه گریز از قانون کلی‌تون را مسدود کرد. این قوانین اکنون به شدت در آمریکا توسط کمیسیون تجارت فدرال پیگیری می‌شود. به‌عنوان نمونه در سال ۱۹۶۱ شرکت جنرال‌الکتریک، وستینگهاوس و شرکت‌های کوچک دیگر سازنده وسایل الکتریکی به تخلف از قوانین ضدتراست محکوم شدند.

جرم آنها تثبیت قیمت و تقسیم بازار بود. این شرکت‌ها جمعاً دو میلیون دلار جریمه شدند و مجبور به پرداخت خسارت ۴۰۰ میلیون دلاری به مشتریانشان شده و هفت نفر از مدیران این شرکت‌ها به زندان افتاده و ۲۳ نفر دیگر حکم تعلیق دریافت کردند. این توطئه که بین سال‌های ۱۹۵۹-۱۹۵۶ اتفاق افتاد بدین‌شکل بود که مدیران این شرکت‌ها به‌طور مخفی یکدیگر را ملاقات می‌کردند. آنها از کلمات رمز برای ارتباط با یکدیگر بهره می‌بردند. در هتل‌ها به‌نام خود ثبت‌نام نمی‌کردند و نامه بدون آدرس برگشت ارسال می‌کردند. در اروپا نیز قوانین ضدتراست نقش مهمی را در جلوگیری از ادغام شرکت‌ها ایفا می‌کند و هیچ شرکتی نمی‌تواند بدون تایید اتحادیه اروپا با شرکت دیگری ادغام شود. از جمله آخرین مسائلی که توسط اتحادیه اروپا مورد بررسی قرار گرفت اختلاف میان اتحادیه اروپا و مایکروسافت بود. اتحادیه اروپا مایکروسافت را به‌خاطر عدم رعایت قوانین ضدتراست ۶۱۳ میلیون دلار جریمه کرد. اتحادیه اروپا خواست بخشی از کدهای سیستم عامل ویندوز را در اختیار شرکت‌های رایانه‌ای دیگر قرار دهد.

■ مشت نمونه خروار

نمونه‌های بسیاری از ادغام شرکت‌های بزرگ دنیا وجود دارد که هر کدام از آنها دلایل و توجیهات خاص خود را برای این کار دارند و همه آنها مشترکاً ادعا می‌کنند برای کاهش هزینه‌های تولید و افزایش قدرت رقابت‌شان دست به این عمل می‌زنند. با این حال ادغام‌ها امروزه شکل تازه‌ای یافته‌اند. دیگر کمتر شرکتی حاضر می‌شود به صورت کامل با شرکت دیگر ادغام شود. چرا که ادغام کامل مشکلات فراوانی را برای شرکت کوچک‌تر فراهم می‌کند. از جمله این مسائل مسئله شرکت دایملر- کرایسلر است که در واقع با ادغام این دو شرکت دایملر بنز بخش عمده‌ای از کار را بر عهده گرفت و شکایت‌هایی هم از جانب سهامداران کرایسلر علیه دایملر انجام شد که از جمله این سهامداران گرگوریان ۸۷ساله و مالک کازینو ام‌جی‌ام میراژ در لاس‌وگاس است. او که ثروتمندترین ارمنی جهان است، یورگن شرمپ رئیس دایملر- کرایسلر را به خاطر زیر پا گذاشتن قوانین ضدتراست به دادگاه کشاند اما دادگاه منطقه‌ای آمریکا ادعای او را رد کرد.

یکی دیگر از ادغام‌های مهم ماه‌های اخیر پیوستن دو شرکت بسیار بزرگ فولادسازی دنیا یعنی میتال و آرسلور است. این دو به ترتیب قدرت‌های اول و دوم فولادسازی دنیا هستند و با ادغام این دو دیگر هیچ شرکت فولادی نمی‌تواند به تولید شرکت آرسلور و میتال برسد.

از جمله دیگر موارد، ادغام شرکت ژاپنی سونی و آلمانی برتلزمن است. این شرکت‌ها برای مقابله با افت فروش محصولات خود مانند سی‌دی و نوار صوتی که تا حدودی ناشی از موج فزاینده تکثیر غیرمجاز است به تکاپو افتاده‌اند.

شرکت فنلاندی نوکیا و آلمانی زیمنس شبکه تجهیزات تلفن همراه و تلفن زمینی خود را در یکدیگر ادغام می‌کنند و به صورت یکی از بزرگترین شبکه‌های جهان درمی‌آیند. هر دو شرکت ۵۰ درصد سهام شرکت جدید را خواهند داشت که مرکز آن فنلاند خواهد بود. وال استریت ژورنال ارزش معامله را ۳۰ میلیارد دلار برآورد کرده است. ادغام این دو شرکت موجب بیکاری ۹ هزار نفر خواهد شد و آنگونه که کارشناسان می‌گویند کاهش هزینه یکی از انگیزه‌های اصلی این معامله است و به هر حال با انجام این معامله شرکت جدید که شبکه‌های نوکیا و زیمنس خوانده خواهد شد، قادر خواهد بود سالانه معادل دو میلیارد دلار صرفه‌جویی کند. شرکت هواپیمایی ملی فرانسه ایرفرانس و هلند کی‌ال‌ام نیز اخیراً برنامه‌ای را برای ادغام در یکدیگر و تشکیل یکی از بزرگترین شرکت‌های هواپیمایی جهان اعلام کرده‌اند. آنها در نظر دارند هویت جداگانه خود را همچنان حفظ کنند و با نام قبلی خود به فعالیت ادامه دهند و هدف اصلی از انجام این کار یک‌کاسه شدن امکانات و توانایی آنها است اما مسئله مهمی که در این ادغام پدید می‌آید کاهش سهم هواپیمایی ملی فرانسه به کمتر از ۵۰ درصد است.

■ چیزهایی که به چشم نمی‌آید

با وجود قوانین ضدتراست موجود و با تمام سختگیری‌هایی که در مورد این ادغام‌ها صورت می‌گیرد، میل به ادغام همچنان در بسیاری از شرکت‌ها وجود دارد. آنها به هر صورت ممکن به یکدیگر می‌پیوندند تا هزینه‌های تولیدشان را کاهش دهند و سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیرند. با این وجود در هیچ یک از قوانین ضدتراست و انتقادهایی که به ادغام‌ها می‌شود توجهی به مشکلات عظیمی که برای کارکنان و کسانی که به نوعی منافع آنها در اثر ادغام‌ها زیر سئوال رفته است، نمی‌شود.

مدیرعامل شرکت ملی گاز:

در میان پیمانکاران داخلی برای گروه خاصی اولویت قائل نمی‌شویم

ایسنا: سالانه دو هزار و ۵۰۰ کیلومتر لوله اصلی و تا پایان برنامه چهارم ۵ هزار کیلومتر لوله استانی کار می‌گذاریم. سیدرضا کسایی‌زاده - معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران - در حاشیه مراسم آغاز عملیات جوشکاری خط انتقال گاز سرخس- کلات- لطف‌آباد- با بیان این مطلب افزود: تا پایان برنامه چهارم ۱۰ هزار کیلومتر لوله و ایستگاه‌های متعدد تقویت فشار توسط پیمانکاران داخلی احداث می‌شود. وی از طرحی مبنی بر اختصاص یارانه برای دو دهک کم مصرف گاز در جامعه و جریمه کردن ۳ دهک پر مصرف خبر داد و اضافه کرد: امیدواریم این طرح تا شهریور عملیاتی شود. وی در رابطه با استفاده از پیمانکاران داخلی برای اجرای پروژه‌ها اظهار داشت: هر جا که لازم باشد از پیمانکار خارجی استفاده شود، باید زیر چتر نیروهای داخلی عمل کند و در میان پیمانکاران داخلی نیز برای گروه خاصی اولویت قائل نمی‌شویم. مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران در رابطه با عدم برگزاری مناقصه طرح و به حاشیه رفتن شرکت‌های فعال در این زمینه گفت: به دلیل حساسیت بعضی از طرح‌ها و توانایی قرارگاه خاتم‌الانبیا، دو مورد را بدون تشریفات مناقصه به این قرارگاه واگذار کردیم و برای دیگر طرح‌ها از تمام پیمانکاران استفاده می‌کنیم. وی با اشاره به تولید ۳۸۳ متر مکعب گاز در کشور ابراز امیدواری کرد که با راه‌اندازی پالایشگاه پارسیان ظرفیت تولیدی در روز ۶۰ میلیون متر مکعب افزایش یابد و نیاز زمستان امسال تامین شود. مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران افزود: در آینده‌ای نزدیک در ایلام و پارسیان پالایشگاه احداث می‌کنیم و دو طرح پالایشگاهی در فازهای ۹ و ۱۰ برای گاز شیرین و فازهای ۶ و ۷ و ۸ برای گاز ترش توسط شرکت نفت گاز پارس جنوبی در دست اقدام است و برای ۴ فاز دیگر نیز قرارداد عقد شده است. وی در خصوص حجم صادرات و واردات گاز کشور گفت: این میزان در فصول مختلف متفاوت است و در زمینه صادرات بنا بر قرارداد و درخواست تا ۹ میلیارد متر مکعب و در حوزه واردات نیز تا ۸ میلیارد متر مکعب اجازه خروج داریم و قیمت‌ها نیز به صورت منطقه‌ای تعیین می‌شود. معاون وزیر نفت اولویت دولت را تامین نیاز داخلی کشور اعلام کرد و گفت: صادرات از سال ۱۳۹۰ با ارسال گاز به هند و پاکستان محقق می‌شود و تا آن زمان باید تولید در عسلویه را افزایش و فرهنگ مدیریت مصرف را با استفاده از فناوری برتر مصرف در صنایع و نیروگاه‌ها گسترش دهیم.

کسایی‌زاده در رابطه با طرح انتقال گاز از سرخس به درگز و کلات گفت: کارهای مهندسی این طرح از قبل شروع شده بود و پس از این که ترکمنستان گاز را قطع کرد، بلافاصله نقشه‌برداری و مسیریابی و نقشه‌کشی شروع شد و امروز مسیر کاملاً احداث شده و شاهد جوشکاری و نصب لوله هستیم و امیدواریم بهره‌برداری از این خط در زمستان سال جاری محقق شود.

وی ادامه داد: با احداث این خط انتقال دیگر جای هیچ‌گونه نگرانی برای گاز منطقه سرخس و کلات وجود ندارد، چرا که این انرژی از دو محل ایران و ترکمنستان تامین خواهد شد. مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران افزود: روابط ما با ترکمنستان قراردادی است و هیچ دلیلی برای قطع گاز وجود ندارد و طبق روال گذشته گاز از این کشور وارد می‌شود. کسایی‌زاده در خصوص اجرای اصل ۴۴ در شرکت ملی گاز ایران بیان داشت: در این شرکت ستادی برای شرکت‌های قابل واگذاری تشکیل شده و در حال بررسی آنها هستیم. وی تصریح کرد: یکی از عوامل مهم در خصوصی‌سازی این شرکت‌ها، قیمت خرید و فروش گاز است، چرا که گاز باید توسط این شرکت‌ها خریداری و مجدداً به مردم فروخته شود و این نرخ باید مشخص شود.

تفسیر اقتصادی

استادان وارونه‌سازی

عباس فتاح‌زاده

جنگ لبنان چندی است که پایان یافته، اما بحث‌ها و تفسیرها در مورد آن به این زودی‌ها پایان نخواهد یافت. طی جنگ‌های مهم سال‌های اخیر که عمدتاً یک طرف آنها غرب و آمریکا قرار داشته بحث تبلیغات و کمک گرفتن از شرکت‌های رسانه‌ای و حتی الگوهای رایج در اقتصاد به امری کاملاً بدیهی تبدیل شده است. بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهانی شده عملاً تمایز زیادی بین جنگیدن و فعالیت اقتصادی قائل نیستند. اصول کار یکی است. اخیراً یک نشریه اقتصادی اروپایی در این زمینه مقاله‌ای مفصل را منتشر کرد تحت عنوان «از غارتگر تا الگو». در این مقاله به مواردی از تخلفات شرکت‌ها و پرده‌پوشی‌های آنها با حربه شگردهای موسسات روابط عمومی پرداخته شده و نمونه‌هایی از مشابهات چنین کاری با عملکرد آمریکا در قبال جنگ‌ها آورده شده است. به عنوان مثال به تخلفات شرکت چیکیتا، تولیدکننده بزرگ موز، در آمریکای لاتین اشاره شده، شرکتی که اکنون به‌عنوان یک الگوی رشد و موفقیت مطرح است. نمونه‌هایی از این دست بسیارند. غول‌های بزرگ اقتصاد با حضور در سیاست و رسانه‌ها همه‌چیز را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهند. تخمین زده شده که حدود ۴۰درصد کل مطالب روزنامه‌های جهان از موسسات روابط عمومی‌ها و مراکز بازاریابی شرکت‌ها و ادارات بیرون می‌آیند. هم‌اکنون در آمریکا تعداد شاغلین در موسسات تبلیغاتی و روابط عمومی از تعداد خبرنگاران اقتصادی و سیاسی بیشتر است. شرکت آمریکایی وال‌مارت، صاحب بزرگترین مجموعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای جهان، استفاده از شرکت‌های تبلیغاتی را به‌صورتی جدی مورد استفاده قرار می‌دهد. این شرکت که بازار سالانه آن به ۳۱۲ میلیارد دلار می‌رسد در شعب مختلف خویش در سراسر دنیا با اتهاماتی روبه‌رو است. وال‌مارت اضافه‌کاری به کارکنانش پرداخت نمی‌کند، وقت استراحت ظهرگاهی ندارد و ۷۷۵ هزار نیروی پاره‌وقت خود را به هیچ‌وجه بیمه خدمات درمانی نمی‌سازد. با تمامی اینها وال‌مارت الگوی موفقیت القا می‌شود.

سام والتون، بنیانگذار وال‌مارت که اکنون این شرکت به فرزندانش ارث رسیده، در ظاهر اعتقاد چندانی به پروژه‌های تبلیغاتی نداشت اما در عمل رفتارش به گونه دیگری بود. اکنون وضع به گونه‌ای درآمده که در این راستا از مشاور سابق رونالد ریگان هم کمک گرفته شده است. یک نمونه دیگر از حضور شرکت‌های تبلیغاتی بحث حضور آمریکایی‌ها در خاک کویت است. وقتی در روز ۲۷ فوریه ۱۹۹۱ تانک‌های آمریکایی وارد شهر کویت شدند، صدها کویتی با پرچم‌های آمریکا و انگلیس به استقبال آنها آمدند. این نظامیان به چشم آزادیبخش نگریسته شدند. جان رندون، مدیر شرکت رندون گروپ که یک شرکت تبلیغاتی در واشینگتن است، پس از جنگ طی سخنانی در شورای امنیت ملی آمریکا، گفت: «آیا تعجب نکردید که کویتی‌ها چه‌طور پس از هفت ماه دردناک و اسارت‌بار این همه پرچم کوچک آمریکایی به دستانشان راه یافته بود؟» بعد خودش جواب داد: «شما پاسخ را می‌دانید. این یکی از شغل‌های من بود.» بنابر اسناد پنتاگون، رندون بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۴ میلادی ۳۵ قرارداد با وزارت دفاع آمریکا امضا کرد. ارزش این قراردادها مجموعاً بیش از ۵۰ میلیون دلار بود. طی ۱۷ سال گذشته هر جا سربازان آمریکایی حضور یافته‌اند، شرکت رندون نیز حاضر شده است. در پاناما حمله آمریکا با کمک رندون صورت گرفت. در جنگ افغانستان ذهن جهانیان برای بمباران‌های وسیع با کمک این شرکت آماده شد. بعضی مواقع این شرکت حتی پیش از سربازان در منطقه حاضر می‌شد- مثل سال ۱۹۹۱ در کویت به‌منظور تقسیم پرچم. اصل بزرگ شرکت چنین است: بهترین شرکت تبلیغاتی شرکتی است که به‌عنوان یک شرکت تبلیغاتی شناخته نشود و این تجارتی میلیاردی است. یک شرکت آمریکایی دیگر به‌نام هیل اندنولتون در اکتبر سال ۱۹۹۰ از سوی دولت این کشور ماموریت یافت تا افکار عمومی را برای حمایت از جنگ در خلیج فارس تحریک کند. متعاقب آن یک زن پرستار کویتی به‌نام نیره در مقابل نمایندگان کنگره حاضر شد و در حالی که می‌گریست شرح داد که چگونه سربازان عراقی در بیمارستان‌های کویت نوزادان را از گهواره‌های خود درآورده و به‌زمین می‌کوبیدند. شرکت هیل اند نولتون با کمک گروه فیلمبرداری خویش کوشید تا این صحنه‌ها تقریباً از تمام شبکه‌های تلویزیونی کشور پخش شود. جورج بوش پدر هم در آن زمان چند بار در سخنرانی‌های خود به این اتفاق اشاره کرد. اما همه‌چیز ساختگی بود. در ژانویه ۱۹۹۲ مشخص شد که نیره، دختر سفیر کویت در آمریکا بوده است. کالین پاول، وزیر خارجه سابق، بعدها در این زمینه گفت: «ما نوعی محصول با مارک آمریکا را می‌فروشیم.» در جریان اشغال عراق در سال‌های اخیر نیز چندین شرکت تبلیغاتی بزرگ حضور دارند. یک شرکت تبلیغاتی به‌نام لینکلن گروپ بابت چاپ هر مقاله «دلخواه» در روزنامه‌های عراقی تا ۲۰۰۰ دلار پاداش می‌دهد. چنین رفتارهایی بی‌کم و کاست همان عملکردی است که یک بنگاه اقتصادی بزرگ برای ارتقای وجهه خویش دارد. در آوریل سال ۲۰۰۲ سازمان دیده‌بان حقوق بشر طی گزارشی اعلام کرد که شرکت‌های چیکیتا، دل مونته و Dole در مزارعی محصولات خود را تولید می‌کنند که در آنها از کودکان بهره‌کشی می‌شود. بنابراین گزارش کودکان ۸ تا ۱۳ سال درست در زمانی که سموم دفع آفات نباتی در مزارع پخش می‌شوند، به کار واداشته می‌شوند و محصول آنها توسط سه شرکت مذکور در بازارهای جهانی به فروش می‌رسد.

ادامه در صفحه ۱۲