

---

## اقتصاد به زبان خودمان

چرا نباید به حرف اقتصاددانان اعتماد کرد

۳. سرمایه‌داری به منزله‌ی نظام

---

جیم استنفورد

---

ترجمه‌ی آرش حسینیان



نشر پژواک

## فهرست

۷	فصل اول: رقابت
۷	یا بکش یا کشته می شوی
۹	شناسایی رقابت: شرکت الف در مقابل شرکت ب
۱۲	«رقابت تام» و رقابت در جهان واقعی
۲۱	پیامدهای رقابت
۲۷	جنبه‌های سیاسی رقابت
۳۱	فصل دوم: سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی
۳۱	سرمایه‌گذاری و دلیل اهمیتش
۳۷	چه چیز تعیین می‌کند که سرمایه‌گذاری صورت بگیرد یا نه؟
۴۲	محل سرمایه‌گذاری
۴۷	سرمایه‌گذاری در دوران نولیبرالیسم
۵۳	فصل سوم: بیکاری و اشتغال
۵۳	عرضه و تقاضا؟
۵۸	بیکاری: از نوع «طبیعی» یا از نوعی دیگر
۶۳	دستمزدها و میزان اشتغال
۷۱	مسئله‌ی جمعیت و عرضه‌ی نیروی کار
۷۵	فصل چهارم: تقسیم کیک
۷۵	توزیع در میان عوامل
۷۷	نحوه‌ی توزیع در میان افراد
۷۹	نابرابری و حصارهای داخلی در بازار نیروی کار
۸۵	فقر

- فصل پنجم: نظام سرمایه‌داری و محیط‌زیست..... ۹۳
- طبیعت و نظام اقتصادی..... ۹۳
- نابرابری زیست‌محیطی..... ۱۰۱
- بازار و مسئله‌ی محیط‌زیست..... ۱۰۲
- آیا باید رشد اقتصادی را مقصر دانست؟..... ۱۰۸
- اعلام جنگ با مسئله‌ی آلودگی..... ۱۱۵

---

## فصل اول

### رقابت

---

#### یا بگش یا کشته می شوی

در جلد دوم این مجموعه به بررسی جریان‌ها و روابط بنیادی شکل‌دهنده‌ی نظام سرمایه‌داری پرداختیم: از رابطه‌ای گفتیم که بین صاحبان شرکت‌های خصوصی (که به امید کسب سود سرمایه‌گذاری می‌کنند)، و کارگران که (در ازای دستمزد و حقوق) اکثر کار تولیدی این شرکت‌ها را انجام می‌دهند، وجود دارد. «چرخه‌ی کوچک»ی که در فصل آخر کتاب دوم این مجموعه ترسیم کردیم بیانگر چرخه‌ای از تولید، درآمد و مخارج است که یک واحد اقتصادی خاص، صاحبان و کارگانش را به هم مرتبط می‌کند.

با وجود این، برخلاف آنچه در «چرخه»ی فصل آخر کتاب دوم دیدیم، در جهان واقعی فقط یک شرکت خصوصی وجود ندارد. بلکه هزاران مورد از این شرکت‌ها حضور دارند و آنها نمی‌توانند فقط به فکر قانع کردن کارگران خود باشند و با پرداخت حداقل دستمزد آنها را به حداکثر کار ممکن واداشته و آنگاه مطمئن باشند که کسب و کارشان کارآمد و سودآور است. این شرکت‌ها علاوه بر این دغدغه‌ها، باید نگران تهدیدهای اقتصادی‌ای باشند که واحدهای اقتصادی رقیب — که هدف آنها هم به حداکثر رساندن سود خودشان است — بر پیکرشان وارد می‌آورند.

طماعند، بلکه همچنین به این دلیل که می‌خواهند در عرصه‌ی کسب‌وکار باقی بمانند. بنابراین، رقابت نیروی نظم‌دهنده‌ای است که شرکت‌ها را وامی‌دارد تا به اشکال خاصی عمل کنند و همین‌طور تضمین می‌کند که کل نظام هم به اشکال خاصی رفتار کند.

#### شناسایی رقابت: شرکت الف در مقابل شرکت ب

نمودار ۱.۱ شبیه به چرخه‌ی کوچکی است که در فصل آخر کتاب دوم این مجموعه نشان دادیم. اما این‌بار، به جای یک شرکت، دو شرکت وجود دارد که به‌صورت شانه‌به‌شانه در مرکز دایره عمل می‌کنند. شرکت الف و شرکت ب محصول یکسانی تولید می‌کنند — فرض کنید هر دو سازنده‌ی تلویزیون‌اند — و هر دو محصول‌شان را در بازار یکسانی می‌فروشند (در بازار خانوارهایی که به دنبال خرید تلویزیون‌های جدید اند). به همین ترتیب، هر دو واحد اقتصادی کارگزارانشان را از خانوارهای کارگری یکسانی استخدام می‌کنند. هر یک از این دو واحد اقتصادی مالک سرمایه‌دار مربوط به خودش را دارد، یعنی شخصی که به دنبال موفقیت واحد اقتصادی خویش و شکست واحدهای اقتصادی دیگر است. علاوه بر این، هر سرمایه‌دار میزان سودی را که عاید شرکتش می‌شود می‌سنجد و آن را با نرخ کلی سود شرکت‌های دیگر (سایر کارخانه‌های تلویزیون‌سازی) مقایسه می‌کند.

نمودار ۱.۱، موضوع رویارویی این دو شرکت با هم را از سه جنبه بررسی می‌کند. مهم‌ترین جنبه، بازار تلویزیون‌های جدید یا آن چیزی است که اقتصاددان‌ها «بازار محصول» می‌نامند. در این بازار، هر شرکت باید خریداران را قانع کند که تلویزیون‌هایش قیمتی پایین‌تر و کیفیتی بالاتر دارند. وگرنه، نمی‌تواند تلویزیون‌هایی را که

رقابت — آن هم رقابتی بی‌رحم، بی‌گذشت و تا سر حد مرگ و نابودی — مشخصه‌ی اساسی نظام سرمایه‌داری است. رقابت برای تمام واحدهای اقتصادی فرصت‌های تازه‌ای فراهم می‌کند: آنها می‌توانند با درآوردن بازار فروش از چنگ رقیبان، محصولات بیشتری بفروشند و سود و درآمدشان را افزایش دهند. اما رقابت، علاوه بر این، چالش‌های جدیدی را هم به همراه دارد، چرا که سایر شرکت‌ها نیز برای دستیابی به هدفی مشابه در تلاشند. در واقع، آنها هم به دنبال دستیابی به سهم بیشتری از بازار به بهای ضررکردن رقیبان‌اند. به این ترتیب، این فقط حرص و طمع نیست که به شرکت‌ها انگیزه‌ی تلاش برای به حداقل رساندن هزینه‌ها و به حداکثر رساندن سودشان را می‌دهد؛ بلکه ترس نیز هست؛ ترس از رقیبان. اگر شرکتی در رقابت کم بیاورد، ضررش فقط محدود به این نیست که به اندازه‌ی سایر شرکت‌ها سود نکند، بلکه اتفاق‌های بسیار بدتری برای این شرکت می‌افتد: این شرکت در رقابت با واحدهای اقتصادی دیگر بر سر تولید محصولاتی بهتر و با هزینه‌ای پایین‌تر شکست می‌خورد و از دور خارج می‌شود.

معمولاً برای اغلب آدم‌ها «ترس»، در مقایسه با «حرص و طمع»، انگیزه‌ی قوی‌تری محسوب می‌شود. این موضوع درباره‌ی شرکت‌ها هم صادق است. در واقع، انگیزه و اجبار برای انجام اغلب رفتارهایی که در نظام اقتصادی امروزی از شرکت‌ها سر می‌زند — چه رفتارهای خوب، چه رفتارهای بد و زشت — ناشی از همین رقابت پرفشاری است که بین شرکت‌ها درمی‌گیرد، و در واقع به شرکت‌ها تحمیل می‌شود. در اثر این فشار شرکت‌ها دست به کارهایی مهیج، ابتکاری، در بسیاری موارد آسیب‌زا و حتی مخرب می‌زنند. نه فقط به این دلیل که صاحبان و مدیران این شرکت‌ها افرادی حریص و