

در دفاع از سرمایه‌داری



- یوهان نوربرگ
- ترجمه سعید نوروزی
- و طاهر نوروزی
- دنیای اقتصاد
- ۲۱۴ صفحه
- ۷۵ هزار تومان

یوهان نوربرگ در این کتاب، به طور سیستماتیک نظرات مخالفان جهانی سازی، بازارها و پیشرفت را رد می‌کند. این کتاب ابتدا در ماه می ۲۰۰۱ توسط اندیشکده سوندی تیمبرو منتشر شد. به گفته نوربرگ، گسترش سرمایه‌داری در دهه‌های گذشته نرخ فقر را کاهش داده و فرصت‌هایی را برای افراد ایجاد کرده که باعث شده استانداردهای زندگی و امید به زندگی در بیشتر نقاط به سرعت افزایش یابد.

سقوط اقتصادی ۲۰۰۸



- چگونه یک دهه
- دگرگیری با بحران‌های
- مالی جهان را تغییر داد
- آدم توز
- ترجمه پرویز اشرف
- نشر اختران
- ۷۵۶ صفحه
- ۱۷۰ هزار تومان

«سقوط اقتصادی ۲۰۰۸» مجموعه‌ای دانشنامه‌گونه درباره روند جهانی شدن اقتصاد سیاسی کشورها طی چند دهه اخیر و پیامدهای آن است. آدم توز، مدیر و استاد تاریخ در موسسه مطالعات اروپایی دانشگاه کلمبیا در نیویورک، در کتابش با نگاهی تفصیلی به زمینه‌های ایجاد بحران مالی - اقتصادی ۲۰۰۸ و سیر تکوین و اشکال بروز و رویارویی با آن در جهان غرب، روسیه، چین و اقتصادهای نوظهور می‌پردازد.

بازار دارایی‌ها در دهه ۹۰ شمسی



- دفتر اول: بازار اوراق
- بهادار
- حسین عبده تبریزی
- نشر نی
- ۳۲۳ صفحه
- ۹۸ هزار تومان

این کتاب حاصل کلاس‌های آنلاین حسین عبده تبریزی در نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۹۹-۹۸ و سخنرانی است که او برای کلاسش دعوت کرده بود. عبده تبریزی که سال ۸۲ تا ۸۴ دبیرکل بورس اوراق بهادار تهران بود در کتابش علاوه بر بررسی بازار اوراق بهادار، بازار سایر دارایی‌ها را نیز بررسی و تحلیل کرده است. این کتاب متن نوشتاری ۱۶ سخنرانی در مورد بازار سهام، شبکه‌کارگزاران و... در بازار سرمایه ایران در دهه ۹۰ است.

بامداد خمار

فراز و فرود کارنامه محمود زینی و گروه صنعتی لایکو

سیما مهدوی

روزنامه‌نگار

تازه‌ترین جلد از مجموعه «موقعیت» تجار و صاحبان صنایع ایران» نشر نی به زندگی و کارنامه محمود زینی، بنیانگذار گروه صنعتی لایکو اختصاص یافته است. زندگی و کارنامه محمود زینی به دلایل گوناگون در خور مطالعه و بارز است. نخست، این سرگذشت‌نامه آموزه‌هایی فراوان برای علاقه‌مندان به تاریخ اجتماعی و پژوهش‌گران اقتصاد و کارآفرینی بومی در بر دارد. دوم این که راوی با توصیف جزئیات زندگی شخصی و خانوادگی، چگونگی شکل‌گیری اصول اخلاقی در زندگی اجتماعی و نیز اخلاق حرفه‌ای در کسب‌وکار را، به تفصیل، شرح داده است. کتاب با نقل مصائب، مشکلات، موفقیت‌ها و شکست‌های زندگی یک کارآفرین نشان می‌دهد که فراز و فرودها و گذارهای مهم تجاری همراه با پیشینه خانوادگی و آموزشی است. این داده‌ها پهنه‌ای گسترده را برای آزمون نظریه‌های جامعه‌شناسان و تاریخ‌نگاران اقتصادی و اقتصاددانان نهادگرا، که به سرگذشت کارآفرینان اهمیت می‌دهند، پیش روی می‌نهد. این کتاب از سویی دربردارنده رهنمودهایی برای قانون‌گذاران و سیاستمداران است تا با شناخت مشکلات کارآفرینان بتوانند عقلانی‌تر سیاست‌گذاری کنند و از سوی دیگر، به خواننده فریخته فرصت می‌دهد تا تصویری واقعی از زندگی یک کارآفرین صنعتی داشته باشد.

از آبدیت تا دوپ

محمد زینی ۲۷ اردیبهشت ۱۳۲۰ در خانواده‌ای تجارت‌پیشه و پرجمعیت در مراغه متولد شد و در آستانه ۸۱ سالگی هم‌چنان بسیار فعال است و با قدرت مجموعه صنعتی لایکو را هدایت می‌کند. چند ماه پس از تولد او، متفقین کشور را اشغال کردند.

دوران ابتدایی و متوسطه (تا سیکل و کلاس نهم) را در مراغه پشت سر گذاشت. چالش بزرگ زندگی خیلی زود با مرگ پدرش برای او پدیدار شد. زینی به روشنی

شرح می‌دهد پیوندهای خانوادگی که بر اعتماد استوار است، چگونه با مرگ بنیان‌گذار خانواده در هم می‌پیچد. تأثیر رویدادهای پس از مرگ پدر بر محمود زینی که فرزند کوچک خانواده بود تا جایی است که به مهاجرت او و مادرش به تهران انجامید. بعد از آمدن به تهران دیپلم خود را در رشته طبیعی در دبیرستان جم قلهک دریافت کرد. زینی که علاقه بسیاری به ادامه تحصیل داشت سال ۱۳۴۱ وارد دانشگاه ملی (شهید بهشتی کنونی) شد و لیسانس خود را در رشته اقتصاد و فوق لیسانسش را در رشته مشاوران اداری به پایان رساند. زندگی در تهران، پیشینه خانوادگی و نهادینه شدن ارزش‌های کارآفرینی در خانواده، فرصت‌های بیشتر و چشم‌اندازی روشن‌تر پیش روی محمود زینی نهاد. زینی با توصیف ویژگی‌های شخصیتی دوستان و آشنایانش و آگاهی به ارزش‌های روابط اجتماعی، نشان می‌دهد که چگونه می‌توان از پیوندهای دور و نزدیک خانوادگی که سرمایه اجتماعی هر انسانی است، سرمایه اقتصادی ساخت. زینی هم‌زمان با تحصیل در دانشگاه کار می‌کرد و در زمان فوق‌لیسانس آموزشگاه حسابداری زینی را تأسیس کرد و خود نیز در آن مشغول به تدریس شد و پس از فارغ‌التحصیلی به استخدام اداره برق تهران درآمد. از همان آغاز، پی برد که به فضایی بسته پا گذاشته اما با نوآوری به ارتقای شغلی خود سرعت بخشید و بعد از مدت کوتاهی سرپرست گروه‌های تحقیق، بررسی و بازرسی شد. عشق به تولید و کار در بخش خصوصی باعث شد که قفس آهنین بوروکراسی دولتی را برنتابد و از آن خارج شود و فعالیت خود را در بخش خصوصی دنبال کند. محمود زینی پس از پایان خدمت سربازی با توجه به تجربه‌ای که از کار در اداره برق به دست آورده بود، شرکت مشاوران اقتصادی «آبدیت» را تأسیس کرد تا انجام پروژه‌های دولتی را در دست بگیرد اما وقتی این کار را ناممکن یافت، به هم‌کاری با شرکت‌های بخش خصوصی روی آورد. «آبدیت» با سرمایه اولیه ۷۵۰۰ تومان تأسیس و زینی به عنوان مدیرعامل آن انتخاب شد. این شرکت مدتی بعد از شروع به کار توانست قرارداد بزرگی با یکی از زیرمجموعه‌های سازمان برنامه و بودجه

(بخش انفورماتیک) ببندد و از طریق همین قرارداد با کارخانه تریکوتاژ که یک شرکت ورشکسته گردبافی و رنگ‌رزی بود قراردادی را برای اصلاح ساختاری این کارخانه منعقد کرد. پروژه‌ای که بعد از ۹ ماه به نتیجه رسید و محمود زینی و دوستانش کارخانه اصلاح‌شده را به صاحبانش تحویل دادند. اصلاح ساختاری کارخانه تریکوتاژ برای زینی که چند سال بعد وارد صنعت نساجی شد، تجربه‌ای بسیار گران‌بها بود. بعد از تجربه موفق شرکت آبدیت محمود زینی در اوایل دهه ۵۰ با همکاری یکی از بستگانش شرکتی به نام «دوپ» - برگرفته از دو حرف «پ» پارچه و پوشاک - را تأسیس کردند.

لایکو در اوج

زینی جهت توسعه دوپ و خرید مواد اولیه سال ۱۳۵۵ به اروپا سفر کرد. سفری که با همراهی یکی از دوستانش انجام شد و مسیر زندگی‌اش را به کلی تغییر داد. کار زینی پس از سفر به کشورهای اروپایی توسعه‌ای چشم‌گیر پیدا کرد. پس از همین سفرها بود که شرکت لایکو را تأسیس کرد. محمود زینی درباره تأسیس لایکو می‌گوید: «در یکی از سفرها به آلمان غربی دوستی پیشنهاد کرد منسوج نبافته که تا آن موقع در ایران تولید نمی‌شد وارد کنیم. بازیدی از کارخانه‌های آلمانی داشتیم و کار را پسندیدیم. پس از بازگشت به ایران با شرکا در مورد این طرح صحبت کردم و آن‌ها نیز موافقت کردند.» از زمان تصمیم‌گیری تا زمانی که کار به تولید رسید، یعنی مراحل خرید زمین، ماشین‌آلات و انجام مراحل کسب مجوز و راه‌اندازی تنها هفت ماه طول کشید. در واقع گروه لایکو فعالیت خود را از سال ۱۳۵۵ با هدف تولید انواع منسوج نبافته شروع کرد و بلافاصله تولید انواع کالای خواب (لحاف، تشک، ملحفه، بالش و...) را در دستور کار خود قرار داد. «لایکو» ترکیبی صددرصد فارسی از دو کلمه «لای» به معنی پارچه ابریشمی و «کو» مخفف کوی، به معنی کوی ابریشم است.

محمود زینی از راه‌های گوناگون آن را گسترش داد و برای فروش تولیداتش با شرکت برق لامع و فروشگاه‌های کوروش