آینده‌نگر
ISSN:2322-3316
ماهنامه اقتصادی | قیمت: ۳۰۰۰۰۰ تومان | ۱۹۶ صفحه | شماره ۱۷۰ | مهر ۱۴۰۵

ناجیان کارآفرینی

دهمین دوره جشنواره کارآفرینی امین‌الضرب برگزار شد:
حضور بیش از ۱۰۰۰ فعال اقتصادی برای تقدیر از ۷ کارآفرین

سرمقاله؛
محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران

اقتصاد ایران به ثبات نیاز دارد

چگونه می‌توان جلوی رشد تورم و بیکاری را گرفت؟



هر آنچه باید درباره بنیاد و جشنواره امین‌الضرب بدانید

www.
aminozarbfoundation
.ir



بنیاد کارآفرینی امین‌الضرب
(موسسه)

برای ورود به وب‌سایت بنیاد کارآفرینی امین‌الضرب اسکن کنید


اطلاع از خدمات: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
توئیتر: twitter.com/TCCIM
اینستاگرام: instagram.com/TCCIM.pr
تلگرام: t.me/TehranChamber
آپارات: www.aparat.com/TCCIM
کدپستی: ۱۵۱۱۹۱۷۶۱۳ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵/۳۸۱۸
۱۳۶۳
مرکز تماس اتاق تهران
TEHRAN CHAMBER OF COMMERCE,
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE
Since 1804
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

آینده‌نگر
شماره ۱۷۰ . مهر ۱۴۰۵

صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
مدیرمسئول: مسعود خوانساری
رئیس شورای سیاست‌گذاری: محمود نجفی عرب
شورای سیاست‌گذاری: فریدون وردی‌نژاد، بهمن عشقی، مصطفی درویشی، ابراهیم بهادرانی شهاب جوانمردی، رامین خسروخاور، عطاالله اشرفی اصفهانی
سردبیر: بهراد مهرجو
معاون سردبیر: ولی خلیلی
تحریریه: محمد عدلی، کاوه شجاعی، فرزانه سالمی، سعید ارکان‌زاده، آرش پورابراهیمی، لیلا ابراهیمیان نسیم بنایی، مریم بابایی، فاطمه صدقی، فاطمه برزگر، آرش پارساپور و زهرا بارانی
پادکست: کریم نیکونظر

آتلیه طراحی
مدیر هنری: رضا دولت‌زاده
ویراستاری: بابک آتشین‌جان
کمیک‌آرتیست: ساناز سهیلی، عارفه ازگلی
ناظر فنی: هانی شمس

مخاطبان ماهنامه آینده‌نگر می توانند، دیدگاه‌ها و انتقادات خود را از طریق پست الکترونیک و همچنین شماره تلفن‌های تحریریه با ما در میان بگذارند.
Email: ayandehnegarmag@gmail.com www.tccim.ir

نشانی: خیابان خالد اسلامبولی، روبه‌روی خیابان ۲۱، پلاک ۸۲
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
تلفن امور اشتراک: ۱۸۶۶

چاپ: هم‌میهن فارس تلفن: ۴۶۸۹۶۳۳۰

بسم الله الرحمن الرحیم

سرمقاله
اقتصاد ایران به ثبات نیاز دارد ۰۴

کامنت
آمریکا: سیاست‌های متناقض بحران‌سازند ۰۷

راهبرد
فرصت‌های اقتصادی بریکس ۱۴

جشن‌نامه
شکوه بخش خصوصی ۲۵

کمیک‌استریپ
بنیان‌گذاران توسعه ۳۹

کمیک‌استریپ ۲
مردی که کارخانه را دوباره اختراع کرد ۴۷

باشگاه
دوبی، میزبان آینده مالی جهان ۵۵

پرونده
یکی برای همه، همه برای یکی ۵۹

توسعه
از تحمل بحران تا ساختن تاب‌آوری ۷۷

ذره‌بین
صنعت دارو نیازمند درمان ۹۵

آکادمی
اعتماد مهم‌ترین سرمایه صندوق ۱۰۹

فردا
درِ پشتی ۱۲۱

شکست
برندی که قربانی رشد خودش شد ۱۲۹

کارآفرینان
معماران امپراتوری‌های رسانه‌ای ۱۳۵

عصرجدید
راه نجات اینجاست ۱۴۵

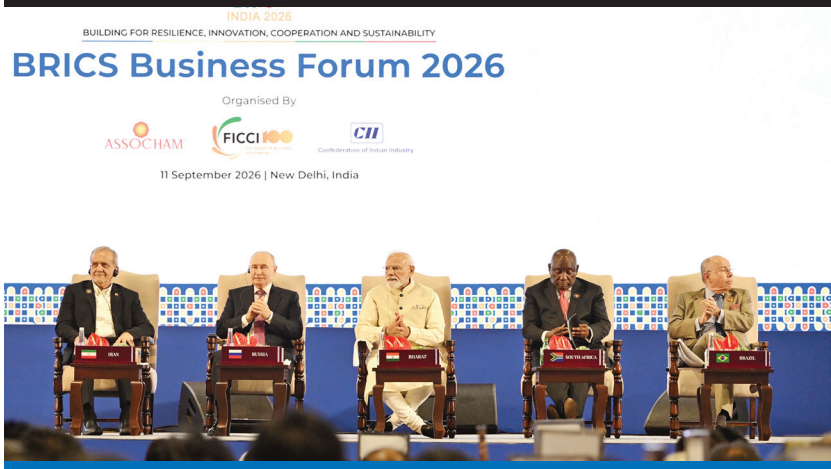
درس‌ها
موتور محرک اروپا ۱۵۱

آینده‌پژوهی
اقتصادِ ال‌نینو ۱۵۵

اکونومیست
بهشت چپ و راست ۱۸۱

چهره‌ها
اقتصاددان «فردا» ۱۹۱





برای دریافت اشتراک
آینده‌نگر
با شماره
۱۸۶۶
تماس بگیرید



اقتصاد ایران به ثبات نیاز دارد

چگونه می‌توان جلوی رشد تورم و بیکاری را گرفت؟



محمود نجفی عرب
رئیس اتاق تهران

«کیم جه‌ایک»، اقتصاددان و مشاور ارشد اقتصادی رئیس‌جمهور کره‌جنوبی در اوایل دهه ۱۹۸۰، برای اصلاح سیاست اقتصادی کشورش، سه واژه را در کنار هم قرار داده بود: «ثبات، آزادی اقتصادی و گشایش».

کره در آن سال‌ها، روزهای سختی را پشت سر می‌گذاشت؛ شوک نفتی، تورم، رکود و مشکلات انباشته‌شده، اقتصاد این کشور را تحت فشار قرار داده بود. با این حال، نگاه «کیم جه‌ایک» به اقتصاد و شاخص‌های اقتصادی تنها مهار قیمت‌ها نبود؛ او بر این باور بود که کنترل تورم باید در کنار رشد اقتصادی و گسترش فرصت‌های شغلی قرار گیرد؛ چراکه اشتغال پایدار و افزایش درآمد واقعی، بدون ثبات اقتصادی دشوار خواهد بود.

سیاست‌گذاران اقتصادی کره در همان دوره، ایجاد «ثبات اقتصادی» را در مرکز برنامه‌ریزی‌هایشان قرار دادند؛ تجربه‌ای که یک نکته ساده اما مهم را برای اصلاح شرایط اقتصادی ایران یادآوری می‌کند:

«تورم، فقط افزایش عددی قیمت‌ها نیست؛ وقتی هزینه تولید بالا می‌رود، فشار آن ابتدا در کارخانه و بنگاه اقتصادی احساس می‌شود؛ سپس به قیمت کالا و خدمات منتقل می‌شود، قدرت خرید خانوار را کاهش می‌دهد و در نهایت می‌تواند خود را در کاهش تقاضا، سرمایه‌گذاری و فرصت‌های شغلی نشان دهد.»

امروز، وقتی به مجموعه شاخص‌های اقتصاد ایران نگاه می‌کنیم، نگرانی اصلی فقط بالا بودن نرخ تورم نیست؛ مسئله مهم‌تر، به‌هم‌پیوستن حلقه‌هایی است که یکدیگر را تقویت می‌کنند. آمارهای ماه‌های اخیر تصویری روشن و البته دردناک از این وضعیت ارائه می‌کنند.

در پنج ماه نخست امسال، ارزش صادرات کشور با کاهش ۲۵.۸ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۱۵ میلیارد و ۸۸۰ میلیون دلار و ارزش واردات با کاهش ۲۵.۱۹ درصدی به ۱۷ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار رسیده است. در مجموع، تجارت خارجی کشور در این دوره حدود ۲۵ درصد کاهش داشته است. این کاهش را نمی‌توان صرفاً یک عدد تجاری دانست؛ تجارت خارجی، مسیر ورود مواد اولیه، کالاهای واسطه‌ای و ماشین‌آلات به اقتصاد و همچنین مسیر دسترسی بنگاه‌های ایرانی به بازارهای خارجی است. بنابراین، تضعیف آن می‌تواند مستقیماً بر تولید و سرمایه‌گذاری اثر بگذارد.

علاوه بر این‌ها فشار اصلی در شاخص‌های تورمی آشکار می‌شود. تورم نقطه به نقطه در شهریور ۱۴۰۵ به ۸۹٫۹ درصد و تورم سالانه به ۷۳٫۶ درصد رسیده است و مهم‌تر از رقم کلی، ترکیب تورم است. طبق آمار رسمی، تورم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در شهریور به ۱۲۱٫۱ درصد رسیده است.

نکته مهم این است که وقتی تورم بیش از همه، کالاهای ضروری را هدف می‌گیرد، مسئله دیگر فقط افزایش هزینه زندگی نیست. خانوارها برای حفظ حداقل سطح مصرف خود، ناچار می‌شوند هزینه‌های دیگر زندگی، از آموزش و تفریح گرفته تا هزینه‌های سلامت و... را کاهش دهند.

در چنین شرایطی، تورم می‌تواند آثار بلندمدتی بر سرمایه انسانی و کیفیت زندگی داشته باشد. همچنین طبق گزارش مرکز آمار، خانوارهای کم‌درآمد، به دلیل سهم بالاتر خوراکی‌ها در سبد مصرفی خود، فشار بیشتری را تحمل می‌کنند.

در این بین علاوه بر فشارهای تورمی، بازار کار هم با چالش‌های جدی مواجه است؛ نرخ بیکاری در ۵ ماه گذشته، رشد قابل توجهی داشته است. برای مثال رشد نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان آموزش عالی به ۱۱.۶ درصد رسیده است و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ۳۵.۶ درصد از کل بیکاران کشور را تشکیل می‌دهند. سهم اشتغال ناقص نیز به ۸.۵ درصد رسیده است؛ یعنی بیش از دو میلیون نفر کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار می‌کنند؛ اما آماده و نیازمند کار بیشتر هستند.

این ارقام نشان می‌دهد مسئله فقط «داشتن شغل» نیست؛ کیفیت و کفایت اشتغال نیز اهمیت دارد. از سوی دیگر، تورم ۱۰۹ درصدی تولیدکننده در صنعت و کاهش بیش از ۶۲۹ هزار شغل صنعتی، ضرورت توجه جدی به ظرفیت تولید و اشتغال را آشکار می‌کند. اگر هزینه تولید افزایش یابد، قدرت خرید کاهش پیدا کند و بازار داخلی کوچک شود، بنگاه‌ها برای سرمایه‌گذاری و ایجاد شغل با محدودیت بیشتری مواجه خواهند شد.

از همین رو، مقابله با تورم، نباید صرفاً به کنترل قیمت‌ها محدود شود. کنترل پایدار تورم، نیازمند مجموعه‌ای هماهنگ از سیاست‌های پولی، مالی، ارزی، تجاری و انرژی است؛ سیاست‌هایی که بتوانند از یک سو، فشار هزینه بر تولید را کاهش دهند و از سوی دیگر، قدرت خرید خانوار و تقاضای مؤثر را حفظ کنند.

در این میان، بخش خصوصی، نه تماشاگر، بلکه بخشی از راه‌حل است. بنگاه‌های ایرانی در ماه‌های گذشته، حتی در شرایط دشوار و جنگی، تلاش کرده‌اند زنجیره تولید و عرضه را حفظ کنند. اما استمرار این تلاش به محیطی نیاز دارد که در آن تصمیم‌گیری اقتصادی، قابل پیش‌بینی‌تر باشد، قواعد کسب‌وکار، ثبات بیشتری داشته باشد و سرمایه‌گذار بتواند برای آینده برنامه‌ریزی کند.

اقتصاد ایران امروز بیش از هر چیز به ثبات نیاز دارد؛ ثباتی که به معنای متوقف کردن اقتصاد نیست، بلکه فراهم کردن شرایطی است که تولیدکننده بتواند تولید کند، سرمایه‌گذار بتواند سرمایه‌گذاری کند، نیروی کار بتواند شغل پایدار پیدا کند و خانوار بتواند برای زندگی خود برنامه‌ریزی داشته باشد.

آمارهای امروز، اگرچه تصویر امیدوارکننده‌ای پیش روی ما نمی‌گذارند، اما می‌توانند مبنای تصمیم‌های دقیق‌تر برای فردا باشند. ایران ظرفیت‌های قابل توجهی دارد و بخش خصوصی نیز نشان داده است که حتی در دشوارترین شرایط، پای کار کشور و مردم می‌ایستد. اکنون بیش از همیشه به سیاست‌هایی نیاز داریم که این ظرفیت را به تولید، سرمایه‌گذاری و اشتغال تبدیل کنند؛ سیاست‌هایی که هدفشان تنها مهار یک موج تورمی با تصمیم‌های غلط، شبیه قیمت‌گذاری دستوری و برخوردهای قهری و تعزیراتی نباشد؛ بلکه بازگرداندن ثبات به اقتصاد، حفظ قدرت خرید خانوار و فراهم‌کردن زمینه رشد پایدار باشد.

افتتاح کلینیک‌های جدید بیمارستان بازرگانان

پیوند خیرخواهی، علم و مدیریت



آیین افتتاحیه کلینیک‌های تخصصی بیمارستان بازرگانان با حضور وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، هیئت‌رئیسه اتاق‌های بازرگانی تهران و ایران، اعضای هیئت نمایندگان اتاق تهران، هیئت متولیان و هیئت‌مدیره بیمارستان برگزار شد. در این مراسم علاوه بر رونمایی از پنل خورشیدی بیمارستان بازرگانان، بخشی از دستاوردهای این مجموعه درمانی در مسیر توسعه زیرساخت‌ها، ارتقای سطح خدمات تخصصی و بهره‌گیری از انرژی‌های پاک تشریح شد.

کلینیک‌های تخصصی و جدید بیمارستان بازرگانان با سرمایه‌گذاری حدود ۲۵۰ میلیارد تومان در پنج طبقه، آماده بهره‌برداری شد. این مجموعه شامل سه طبقه کلینیک‌های تخصصی و فوق‌تخصصی و همچنین بخش‌های اختصاصی دندانپزشکی و شیمی‌درمانی است و با هدف توسعه و تقویت خدمات تخصصی و درمانی به بیماران راه‌اندازی شده است.

در ابتدای این مراسم، بهزاد کلانتری، رئیس بیمارستان بازرگانان با تبیین پروژه‌های توسعه‌ای و سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده در این مرکز درمانی گفت: کلینیک پیشرفته‌ای که امروز افتتاح شد، با زیربنای ۳۳۰۰ مترمربع به‌عنوان یکی از استانداردترین و مجهزترین مراکز درمانی جنوب تهران در بیمارستان بازرگانان خواهد بود. سخت این کلینیک با سرمایه خیران حدود دو سال به طول انجامید.

او به این نکته نیز اشاره کرد که به زودی یک ربات جراحی شکمی وارد این بیمارستان می‌شود تا با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز دنیا و با استمرار در خدمات‌رسانی، این بیمارستان همچنان مقصد درمانی و انتخاب مردم در حوزه سلامت باقی بماند.

بهره‌گیری از روش‌های نوین درمانی

در ادامه این مراسم، مسعود خوانساری، رئیس هیئت متولیان بیمارستان موقوفه بازرگانان، در آیین افتتاح کلینیک‌های تخصصی این بیمارستان که به نام زنده‌یاد محمدکریم فضلی، بنیان‌گذار فقید گروه صنعتی گلرنگ، نام‌گذاری شده است با اشاره به سابقه بیش از هفت دهه فعالیت این مرکز درمانی و نقش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در بازسازی، توسعه زیرساخت‌ها و تجهیز بیمارستان بازرگانان گفت: بیمارستان بازرگانان در سال ۱۳۲۸ از سوی اتاق تجارت تهران بنیان‌گذاری شد و پیش از انقلاب، یکی از مراکز درمانی شناخته‌شده و معتبر کشور بود. پس از انقلاب، مدیریت این مجموعه به وزارت بهداشت و کمیته امداد واگذار شد، اما از سال ۱۳۹۵ و با بازگشت مدیریت بیمارستان به اتاق تهران، روند بازسازی و توسعه آن با مشارکت بخش خصوصی آغاز شد و تاکنون نیز به‌صورت مستمر ادامه یافته است

وی با بیان اینکه «بخش قابل توجهی از ساخت‌وسازها و توسعه بیمارستان با کمک‌های خیران و حمایت مجموعه‌هایی از جمله اتاق تهران و اتاق ایران به انجام رسیده‌است» ادامه داد: بیمارستان بازرگانان، یک بیمارستان خصوصی خیریه است و تعرفه خدمات آن پایین‌تر از تعرفه بیمارستان‌های خصوصی است. کمک‌هایی که از سوی خیرین و حامیان صورت می‌گیرد نیز عمدتاً صرف توسعه بیمارستان و تامین تجهیزات می‌شود و بیمارستان برای هزینه‌های جاری خود نیازمند این کمک‌ها نیست.

خوانساری با اشاره به حمایت‌های بیمارستان از بیماران کم‌بضاعت افزود: در سال گذشته حدود ۵۴ میلیارد تومان برای حمایت از بیماران هزینه شده و در پنج ماه ابتدایی امسال حدود ۴۳ میلیارد تومان به این موضوع اختصاص یافته است. وی همچنین با اشاره به همکاری بیمارستان با بیمه‌های پایه توضیح داد: بیمارستان بازرگانان با بیمه‌های پایه همکاری دارد و تلاش شده است این همکاری به نفع بیماران باشد. با این حال، در حال حاضر مطالبات بیمارستان از بیمه‌ها به بیش از ۸۰۰ میلیارد تومان می‌رسد که انباشت این مطالبات، چالش‌برانگیز خواهد بود.خوانساری در ادامه با اشاره به ظرفیت‌های تخصصی بیمارستان گفت: یکی دیگر از ویژگی‌های بیمارستان بازرگانان، حضور پزشکان متخصص و تلاش برای ارائه خدمات درمانی تخصصی است. همچنین برای اطمینان از کیفیت خدمات، فرآیندهای درمانی و عملکرد بیمارستان به‌طور مستمر مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. رئیس هیئت متولیان بیمارستان موقوفه بازرگانان با اشاره به توسعه روش‌های نوین درمانی در بیمارستان بازرگانان، هدف از این اقدامات را کاهش نیاز بیماران به دریافت خدمات درمانی در خارج از کشور عنوان کرد و گفت: ادامه روند توسعه بیمارستان و بهره‌گیری از تجهیزات و فناوری‌های جدید، نیازمند تداوم حمایت و همراهی خیرین و حامیان است. وی ضمن قدردانی از اتاق تهران و اتاق ایران برای یک دهه پشتیبانی از نوسازی و تجهیز این بیمارستان ابراز امیدواری کرد که این همکاری‌ها برای توسعه هرچه بیشتر خدمات درمانی و ارتقای ظرفیت‌های بیمارستان ادامه یابد.

الگوی موفق مدیریت بیمارستان در کشور

دکتر محمدرضا ظفرقندی، وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در آیین افتتاح کلینیک‌های تخصصی و پنل‌های خورشیدی بیمارستان بازرگانان، این بیمارستان را نمونه‌ای موفق از تلفیق خیرخواهی، مدیریت حرفه‌ای و دانش روز دانست و بر ضرورت گسترش چنین الگوهایی در نظام سلامت کشور تاکید کرد.ظفرقندی با اشاره به نقش خیرین و مجموعه‌های حامی این بیمارستان گفت: اقدامی که در این مجموعه شکل گرفته، می‌تواند به‌عنوان الگویی موفق برای سایر نقاط کشور مورد توجه قرار گیرد. خیرین با تجمیع بخشی از ظرفیت‌ها و امکانات خود، زمینه ایجاد مجموعه‌ای را فراهم کرده‌اند که در بالاترین سطح، خدمات شایسته‌ای به مردم و بیماران ارائه می‌دهد. او افزود: پروژه‌های بزرگ در کشور ممکن است سال‌ها به طول بینجامد، اما زمانی که افراد و مجموعه‌های مختلف با یک هدف مشترک در کنار هم قرار می‌گیرند، می‌توان پروژه‌هایی را با سرعت و کیفیت مناسب به نتیجه رساند. بیمارستان بازرگانان نمونه‌ای از این همکاری و تجربه انباشته است. وزیر بهداشت در پایان با تشکر از زحمات هیئت‌مدیره، کادر درمان و خیرین این مرکز، خاطرنشان کرد: اراده ما در وزارت بهداشت، حمایت و تسهیلگری برای تقویت این‌گونه همکاری‌های ارزشمند است.

ظفرقندی با ابراز خرسندی از شاخص‌های کیفی بیمارستان بازرگانان افزود: شاخص رضایتمندی در این بیمارستان بالای ۹۵ درصد اعلام شده است و این موضوع بسیار ارزشمند است. در نهایت، نتیجه همه تلاش‌ها در حوزه سلامت باید در حال خوب بیمار دیده شود؛ اینکه بیمار بهبود پیدا کند و خانواده او با رضایت و لبخند بیمارستان را ترک کنند، یکی از مهم‌ترین دستاوردهای نظام سلامت است.



چهل‌وچهارمین نشست هیئت نمایندگان اتاق تهران برگزار شد
تجارت خارجی زیر فشار

چهل‌وچهارمین نشست هیئت نمایندگان اتاق تهران با حضور نمایندگان بخش خصوصی و دولتی برگزار شد. در این نشست، فعالان اقتصادی ضمن ارائه گزارش‌هایی از حضور بخش خصوصی ایران در بریکس ۲۰۲۶ و مشارکت اتاق تهران در الکامپ، نگاهی هم به وضعیت آمارها و شاخص‌های اقتصادی داشتند؛ آنجاکه رئیس اتاق تهران با اشاره به روند نزولی تجارت کشور از ضرورت توجه سیاست‌گذاران به این حوزه سخن گفت و نسبت به تداوم رکود تورمی و آنچه صنعت‌زدایی می‌خواند، هشدار داد.

هیئت نمایندگان اتاق تهران در گردهمایی شهریورماه خود، علاوه بر بازخوانی آمارهای رسمی اقتصادی کشور، در جریان عملکرد هیئت اعزامی این اتاق به شورای تجاری بریکس و کارگروه‌های جانبی آن نیز قرار گرفت؛ هیئت اعزامی که اکنون پس از بازگشت از هند، برنامه‌ریزی برای حضور قدرتمند بخش خصوصی در اجلاس ۲۰۲۷ چین را آغاز کرده است. در این نشست همچنین چالش‌های تامین‌کنندگان کالاهای اساسی در حوزه گمرکی و لجستیکی نیز مورد بررسی قرار گرفت. در این جلسه محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق تهران آمارهایی در ارتباط با جهش تورم در کشور ارائه داد و گفت: «واکنش بازار کار و تورم نگران‌کننده است. در بهار ۱۴۰۵، نرخ مشارکت اقتصادی با ۰.۵ واحد درصد افت نسبت به سال گذشته، به ۴۰.۷ درصد کاهش یافت. پایین بودن و افت این شاخص، نشان‌دهنده کارجویان مایوسی است که به دلیل نبود فرصت‌های شغلی مناسب یا دستمزدهای حقیقی منفی در برابر تورم تقریباً ۷۰ درصدی، از بازار کار خارج شده و به جمعیت ۴۰ میلیونی غیرفعال پیوسته‌اند.»

۱۴۰۵/۰۶/۲۵ – بخشودگی جرایم حق بیمه کارفرمایان



پس از پیگیری‌های صورت‌گرفته از سوی معاونت امور کمیسیون‌ها و هیئت نمایندگان با محوریت کمیسیون بهبود محیط کسب‌وکار و رفع موانع تولید اتاق تهران و همچنین مکاتبه رئیس اتاق تهران با معاون اول رئیس‌جمهور در خصوص «بخشودگی جرایم حق بیمه کارفرمایان»، حمید پاداش، معاون هماهنگی و نظارت اقتصادی و زیربنایی معاون اول رئیس‌جمهور، موضوع را به سرپرست سازمان تامین اجتماعی ارجاع داده و بر رسیدگی و اعلام نتیجه تاکید کرده است. محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران در مکاتبه با محمدرضا عارف، معاون اول رئیس‌جمهور، ادامه فعالیت بنگاه‌های اقتصادی و حفظ اشتغال را مستلزم حمایت از فعالان اقتصادی و کاهش فشارهای مالی دانسته و خواستار بخشودگی بخشی از بدهی ناشی از تاخیر در پرداخت حق بیمه بنگاه‌های اقتصادی شده است

۱۴۰۵/۰۶/۲۸ – بررسی سازوکارهای تقویت تعاملات تجاری ایران و هند



سفیر جدید هند در ایران، در آغاز ماموریت خود، در اتاق تهران حضور یافت و با رئیس اتاق تهران دیدار کرد. در این دیدار، دو طرف ضمن اشاره به ظرفیت‌های اقتصادی و پیشینه همکاری‌های ایران و هند، بر ضرورت احیا و توسعه مناسبات تجاری و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بریکس تاکید کردند. همچنین، تدوین برنامه زمان‌بندی برای گفت‌وگوهای تجاری بخش خصوصی، برگزاری دوره‌های تخصصی، تبادل هیئت‌های تجاری و ایجاد کانال ارتباطی مستقیم برای پیگیری و اجرای توافقات در دستور کار طرفین قرار گرفت. محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران گفت: ایران و هند از ظرفیت قابل توجهی برای توسعه تعاملات اقتصادی در حوزه‌هایی چون دارو و مواد اولیه دارویی، محصولات غذایی و کشاورزی، نهاده‌ها و مواد اولیه صنعتی برخوردارند.

۱۴۰۵/۰۶/۲۸ – تسریع در تامین کالا و رفع موانع تولید بدون کارخانه



یکصد و بیست و هفتمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران با تمرکز بر «عملیاتی شدن مصوبه ستاد تنظیم بازار برای تسریع در تامین کالاهای اساسی و نهاده‌های تولید از طریق مناطق آزاد» و «طرح و بررسی مشکلات مقرراتی و اجرایی در تقویت تولید بدون کارخانه با هدف توسعه صادرات غیرنفتی» برگزار شد. فعالان اقتصادی در این نشست، خواستار تسریع در تامین و ترخیص کالاهای اساسی، استفاده موثر از ظرفیت مناطق آزاد و بنادر، رفع موانع ثبت سفارش، تعیین‌تکلیف مطالبات بیش از ۷۰۰ شرکت و جلوگیری از طولانی‌شدن فرآیند حسابرسی شدند.

۱۴۰۵/۰۶/۳۰ – تلاش برای ارتقای استانداردهای تجهیزات حوزه انرژی



حمیدرضا صالحی، عضو هیئت‌نمایندگان اتاق تهران که به‌تازگی با همراهی سید محسن میرصدری، رئیس کمیته ملی برق و الکترونیک سازمان استاندارد در نشست سالانه IECEx در چین حضور یافته، گفت که مشارکت در این رویداد بین‌المللی، زمینه‌ساز معرفی توانمندی‌های ایران در حوزه تولید تجهیزات ضد انفجار، دسترسی به بازارهای صادراتی و ارتقای استانداردهای تجهیزات نوین حوزه انرژی نظیر سامانه‌های ذخیره‌ساز خواهد شد. حمیدرضا صالحی با اشاره به اهمیت تجهیزات ضدانفجار در صنایع نفت، گاز و نیروگاهی، گفت: با توجه به الزامات و حساسیت‌های ایمنی این صنایع، تجهیزات مذکور باید از استانداردهای ویژه‌ای برخوردار باشند.

۱۴۰۵/۰۶/۳۱ – رئیس اتاق تهران به عنوان نایب‌رئیس اول کمیته ایرانی ICC ابقا شد



انتخابات هیئت‌رئیسه کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی (ICC) برای دوره جدید، با حضور اعضای شورای این کمیته برگزار شد و از میان ۱۲ نامزد، هفت نفر با کسب آرای اعضای این شورا به عضویت هیئت‌رئیسه درآمدند؛ در این میان، محمود نجفی‌عرب برای دومین دوره متوالی به عنوان نایب‌رئیس اول انتخاب شد. بر اساس نتایج این انتخابات، صمد حسن‌زاده، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ریاست کمیته ایرانی را عهده‌دار شد و محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران، در جایگاه نایب‌رئیس اول هیئت‌رئیسه ابقا شد.

۱۴۰۵/۰۶/۳۱ – بررسی ظرفیت‌های همکاری بخش خصوصی در حوزه کشاورزی



کاوه زرگران، رئیس کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق تهران و عطاالله اشرفی اصفهانی و مجید موافق قدیری از اعضای هیئت‌نمایندگان اتاق تهران در کنار دیگر نمایندگان بخش خصوصی ایران و به‌همراه غلامرضا نوری‌قزلجه، وزیر جهاد کشاورزی برای حضور در اجلاس کشاورزی ایران و ازبکستان عازم تاشکند شدند. در جریان نشست‌ها و رایزنی‌های صورت‌گرفته، ۷ سند همکاری مشترک میان دو کشور در زمینه کشاورزی و صنایع وابسته به آن منعقد شده است. کاوه زرگران، رئیس، عطاالله اشرفی اصفهانی، نایب‌رئیس و مجید موافق قدیری عضو کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق تهران در جریان همایش همکاری‌های کشاورزی ایران و ازبکستان، با مدیران اتاق بازرگانی ازبکستان دیدار و درباره رفع چالش‌های نقل‌وانتقال مالی، تسهیل تشریفات گمرکی و تقویت شبکه لجستیک گفت‌وگو کردند

آمریکا: سیاست‌های متناقض بحران‌سازند



گابریل رابین

تحلیل‌گر مسائل اقتصادی

مجموعه‌ای از سیاست‌های اقتصادی اخیر دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا باعث شده نگرانی‌هایی درباره وضعیت اقتصادی این کشور شکل بگیرد. برای مثال وعده پرداخت ۵ هزار دلار به هر آمریکایی یا تشدید جنگ تجاری با کشورهایی نظیر کانادا و همچنین بحران در بازار اوراق قرضه همگی نشان می‌دهند که وضعیت اقتصاد به دلیل سیاست‌های متفاوت ترامپ، در مسیری نامشخص پیش می‌رود. همه این‌ها در شرایطی رخ داده که کسری بودجه آمریکا در سال جاری از ۲ تریلیون دلار هم عبور کرده و بدهی دولت به بیش از ۴۰ تریلیون دلار رسیده است. مشکل اصلی البته سیاست‌های ترامپ به تنهایی نیست، بلکه مشکل از تناقض موجود در این سیاست‌ها نشات می‌گیرد. ترامپ به دنبال نرخ بهره پایین‌تر است در حالی که سیاست‌هایش می‌تواند تورم را بالا ببرد و فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا را به افزایش نرخ بهره وادار کند. به این ترتیب به نظر می‌رسد این اقتصاد وارد چرخه‌ای خطرناک و نگران‌کننده شده باشد.

تورم آمریکا: هدف ۲ درصدی دور از دسترس است



الیسون اسکراگر

ستون‌نویس بلومبرگ

بازگشت تورم آمریکا به هدف ۲ درصدیِ فدرال رزرو (بانک مرکزی آمریکا)، دستِ کم در آینده نزدیک، چندان ساده نخواهد بود. گزارش تازه از وضعیت تورم نشان می‌دهد روند کاهش تورم متوقف شده در حالی که دستمزدهای واقعی هم درحال کاهش هستند. بخشی از این فشار می‌تواند ناشی از سیاست‌های دولت ترامپ از جمله تعرفه‌های تجاری، سیاست‌های مهاجرتی و افزایش قیمت انرژی باشد. به این ترتیب، اقتصاد آمریکا دیگر در مسیرِ آرام و تدریجیِ کاهش تورم قرار ندارد. افزایش نرخ بهره هم به تنهایی نمی‌تواند مشکل را حل کند. فدرال رزرو شاید مجبور شود برای مهار تورم دست به افزایش نرخ بهره بزند اما اگر ریشه بخشی از تورم در سیاست‌های تجاری، انرژی و سایر عوامل عرضه باشد (که البته همینطور است)، ابزار پولی نمی‌تواند کفایت کند و با محدودیت مواجه می‌شود. در این بین، اعتبار فدرال رزرو از اهمیت بالایی برخوردار است که دچار لطمه و آسیب جدی خواهد شد.

انتخابات آمریکا: ونس جای ترامپ را می‌گیرد؟



نیا مالیکا هندرسون

تحلیل‌گر مسائل سیاسی در بلومبرگ

جی دی ونس، معاون دونالد ترامپ در آمریکا، طی دو سال گذشته از چهره‌ای که صرفاً در شوخی‌های سیاسی حضور داشت به یک سیاستمدار مسلط، سخنران توانمند و یکی از جدی‌ترین افراد در میان جمهوری‌خواهان تبدیل شده است. سخنرانی اخیر او در کنوانسیون حزب جمهوری‌خواه نشان داد که ونس اعتماد به نفس و مهارت لازم برای حضور در بالاترین سطح سیاست آمریکا را دارد و دیگر نمی‌توان او را صرفاً چهره‌ای حاشیه‌ای در کنار ترامپ تلقی کرد. این تغییر می‌تواند اهمیت زیادی برای انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۲۸ داشته باشد. ونس در حال حاضر عملاً در جایگاه یکی از پیشتازان احتمالی نامزدی جمهوری‌خواهان قرار گرفته و اگر همین روند ادامه پیدا کند، دموکرات‌ها با رقیبی بسیار جدی روبه‌رو خواهند بود. اگر کسی هنوز ونس را سیاستمداری بی‌دست و پا مثل چند سال پیش می‌بیند، قطعاً اشتباه می‌کند. او فردی پیشتاز در تحولات سریع صحنه سیاسی آمریکا خواهد بود. ونس ممکن است جای ترامپ را بگیرد.

نفت و ونزوئلا: قمار ترامپ دردسرساز می‌شود؟



دانیل ماس

تحلیل‌گر مسائل سیاسی و اقتصادی در بلومبرگ

توافق دولت دونالد ترامپ برای به دست گرفتن کنترل بخش بزرگی از نفت ونزوئلا، می‌تواند بیش از اندازه خوشبینانه باشد. این معامله ممکن است آنقدر هم برای آمریکا آورده نداشته باشد. کاخ سفید این توافق را راهی برای بیش از دو برابر کردنِ ذخایر نفت آمریکا و تضمین «سلطه انرژی» این کشور در قرن آینده معرفی کرده و حتی مدعی شده که این کار برای آمریکا هزینه‌ای ندارد. اما چنین وعده‌ای بیش از حد خوب به نظر می‌رسد و جزئیات توافق و واکنش مردم ونزوئلا می‌تواند تصویر کاملاً متفاوتی ایجاد کند. داشتن ذخایر عظیم نفت به معنای دسترسی آسان و بدون هزینه به آن نیست. نفت ونزوئلا، زیرساخت‌های فرسوده، وضعیت سیاسی و اقتصادی کشور و مسئله کنترل و مشروعیت این توافق، همگی می‌توانند ریسک‌های بزرگی ایجاد کنند. به همین دلیل، معامله‌ای که دولت آمریکا آن را یک پیروزی بزرگ و تقریباً رایگان برای امنیت انرژی معرفی می‌کند، ممکن است در عمل پرریسک، پرهزینه و کم‌بازده باشد.

اروپا و پوتین: چرخش به راست به نفع روسیه است



دیمیتار بچف

تحلیل‌گر مسائل اروپا در الجزیره

رشد راست افراطی در اروپا می‌تواند به نفع روسیه و ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری این کشور تمام شود. چون احزاب راست‌گرا معمولاً مواضع سخت‌گیرانه‌تری درباره مهاجرت دارند و نسبت به ادامه حمایت گسترده از اوکراین و تحریم روسیه تردید بیشتری نشان می‌دهند. نمونه مهم آن هم حزب آلترناتیو برای آلمان است که در انتخابات ایالتی در این کشور موفقیت چشمگیری به دست آورده و در نظرسنجی‌های ملی هم از حزب دموکرات مسیحی جلو افتاده است. در فرانسه هم احتمال قدرت‌گیری مارین لوپن در انتخابات ۲۰۲۷ می‌تواند سیاست خارجی و رویکرد اتحادیه اروپا در قبال روسیه و اوکراین را پیچیده‌تر کند. البته نباید محبوبیت راست افراطی را صرفاً نتیجه دخالت روسیه دانست. احزاب پوپولیست از نارضایتی‌های واقعی اقتصادی استفاده می‌کنند و روسیه هم بیشتر تلاش می‌کند این شکاف‌های اجتماعی را تشدید کند. البته مواضع حزب ممکن است پس از رسیدن به قدرت تغییر کند برای مثال، جورجیا ملونی در ایتالیا هم پس از به قدرت رسیدن به حامی جدی اوکراین تبدیل شد.

سرمایه‌گذاری: چرا بازار عقلش را از دست می‌دهد؟



جان آترز

تحلیل‌گر بازار

یک واقعیت ساده اما مهم در بازارهای مالی وجود دارد: بازارها را انسان‌ها می‌سازند و انسان‌ها هم اشتباه می‌کنند. پژوهش‌های اقتصاد رفتاری و افرادی مثل بنجامین گراهام، دنیل کانمن و آموس تورسکی نشان می‌دهند که سرمایه‌گذاران گرفتار خطاهای ذهنی و میانبرهای تصمیم‌گیری می‌شوند. مثلاً زیان‌گریزی باعث می‌شود افراد برای جلوگیری از ضرر، گاهی ریسک بیشتری بپذیرند تا برای کسب همان مقدار سود. این خطاها در بلندمدت تا حدی یکدیگر را خنثی می‌کنند و بازار سهام در نهایت بیشتر تابع رشد سود شرکت‌ها و اقتصاد می‌شود. به تعبیری، بازار در کوتاه‌مدت دستگاه رای‌گیری است اما در بلندمدت دستگاه وزن‌کشی! به این ترتیب می‌توان گفت که مسئله «کارایی بازار» یک فرضیه است و نباید آن را به‌عنوان یک واقعیت بی‌نقص در نظر گرفت. بازار می‌تواند در کوتاه‌مدت کاملاً غیرمنطقی رفتار کند چراکه انسان‌ها هم گاهی غیرمنطقی رفتار می‌کنند. در واقع همان زمان‌هایی که انسان‌ها رفتار غیرمنطقی از خود نشان می‌دهند، بازار هم عقلانیت را از دست می‌دهد.

نسیم بنایی
دبیر بخش اکونومیست

سازمان‌ها

بانک جهانی گزارش داد

ویرانیِ ۱۰درصد خانه‌های اوکراینی

جنگ اوکراین علاوه بر زیرساخت‌ها، منجر به تخریب میلیون‌ها خانه و آسیب دیدنِ آن‌ها شده است. ارزیابی‌های بانک جهانی نشان می‌دهد که یک خانه از هر ۱۰ خانه در اوکراین به دلیل جنگ آسیب دیده است. حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار خانوار در این کشور به‌صورت مستقیم به دلیل جنگ آسیب دیده‌اند. خسارت واردشده به بخش مسکونی در این کشور هم ۵۷ میلیارد دلار برآورد شده است. برای بازسازی هم حدود ۸۴ میلیارد دلار نیاز است. بانک جهانی تلاش دارد از طریق یک سامانه دیجیتال در این زمینه به اوکراین کمک کند. تا اواسط ۲۰۲۵، حدود ۱۰۰ هزار خانوار اوکراینی، حدود ۲۱۰ میلیون دلار برای تعمیر خانه‌های آسیب‌دیده خود دریافت کرده‌اند. این کمک‌ها در حال حاضر به حدود ۲۵۰ هزار نفر رسیده است. حالا اوکراینی‌ها در انتظارند تا خانه‌ها با استانداردهای جدید ساخته شوند.

۲٫۵ میلیون خانوار در جنگ اوکراین خانه‌هایشان مورد آسیب قرار گرفته است

سازمان ملل هشدار داد

تروریست‌ها از دولت‌ها در فضای مجازی جلو زده‌اند

گروه‌های تروریستی در زمینه تبلیغات و بهره‌گیری از فضای مجازی، سریع‌تر از دولت‌ها عمل می‌کنند. گزارش‌های سازمان ملل نشان می‌دهد که تبلیغات دیگر صرفاً ابزاری برای انتشار پیام نیست بلکه به بخشی از ساختار عملیات گروه‌های تروریستی تبدیل شده و برای جذب نیرو، تامین مالی، جلب مشروعیت و حتی اداره مناطق تحت کنترل استفاده می‌شود. یکی از نگرانی‌های فزاینده هم این است که کودکان و نوجوانان در این زمینه بیشتر هدف قرار می‌گیرند. استفاده هوش مصنوعی و ترویج بازی‌های خشونت‌آمیز هم از دیگر ابزارهایی است که مورد استفاده این گروه‌ها قرار می‌گیرد و ظاهراً دولت‌ها در زمینه مقابله با آن‌ها، بسیار کند هستند. القاعده حدود ۲۵ سال پیش از پیام‌رسان‌های متمرکز بر رسانه‌های فیزیکی بهره می‌گرفت اما حالا گروه‌های تروریستی جدید از شبکه‌های تبلیغات دیجیتال و هوش مصنوعی به‌صورت چندزبانه بهره می‌گیرند. به همین دلیل، مقابله با آن‌ها بسیار دشوار است.

۲۵ سال پیش، القاعده از پیام‌رسان‌های متمرکز و رسانه‌های فیزیکی برای انجام فعالیت‌های تروریستی خود بهره می‌گرفت، اما حالا گروه‌های هوش مصنوعی هم به ابزار کار تبدیل شده است

هشدار سازمان بهداشت جهانی درباره یک بحران خاموش

برای پیشگیری از خودکشی، وقت گفت‌وگو است!

خودکشی همچنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین چالش‌های سلامت عمومی در جهان شناخته می‌شود. هر سال بیش از ۷۲۰ هزار نفر جان خود را بابت خودکشی از دست می‌دهند. پیامدهای چنین مرگی به همان فرد محدود نمی‌شود. خانواده‌ها، دوستان و محیط‌های کاری و حتی کل جامعه ممکن است از این اتفاق، تحت تاثیر قرار بگیرند. «تغییر روایت درباره خودکشی» به شعار روز جهانی پیشگیری از خودکشی تبدیل شده است. پیام امسال این است: «گفت‌وگو را آغاز کنیم»! تغییر این روایت یعنی شکستن سکوت و مقابله با باورهای نادرست و انگ اجتماعی درباره خودکشی! هدف این است که افراد در شرایط بحرانی احساس کنند می‌توانند درباره وضعیت خود حرف بزنند و بدون ترس از قضاوت، کمک بخواهند. تغییرات ساختاری و سیاستی هم باید در دستور کار قرار بگیرد تا وضعیت در این زمینه قدری بهبود پیدا کند.

۷۲۰ هزار نفر
به‌صورت سالانه به دلیل خودکشی جان خود را از دست می‌دهند! لازم است روایت‌های غلط در این زمینه اصلاح شوند

ابراز نگرانی یونسکو

افزایش ۳۳ درصدیِ حمله به مدارس در جهان

یونسکو به‌تازگی در گزارشی هشدار داده که حملات علیه مدارس در جهان به شدت افزایش یافته است. در سال ۲۰۲۵، دست کم یک هزار و ۶۸۰ حمله به مدارس صورت گرفته که از طرف سازمان ملل تایید شده است. این رقم نسبت به سال گذشته‌اش افزایش ۳۳ درصدی داشته و زنگ خطر را به صدا در می‌آورد. این حملات بخشی از بحران گسترده‌تر آموزش در مناطق جنگ‌زده به شمار می‌آید. حدود ۲۵۸ میلیون کودک و نوجوان در سرتاسر جهان به دلیل بحران‌ها و درگیری‌ها با اختلال در تحصیل مواجه شده‌اند. حدود ۹۳ میلیون نفر هم به‌طور کامل از مدرسه دور مانده‌اند. حدود ۸۰ درصد از کودکان بحران‌زده‌ای که خارج از مدرسه هستند، یعنی حدود ۷۴ میلیون نفر، تنها در ۲۰ کشور قرار دارند. وضعیت برای گروه‌های آسیب‌پذیر حتی بدتر است. برای مثال، کودکان پناهنده بیشتر در معرض بحران و آسیب قرار دارند و از تحصیل محروم مانده‌اند.

۴۵ درصد از کودکان دارای معلولیت از تحصیل محروم مانده‌اند و دلیل آن، وقوع جنگ و درگیری‌ها در کشورشان بوده است

خبر نویدبخش سازمان بهداشت جهانی

ذخیره واکسن در جهان راه‌اندازی شد

چند نهاد بین‌المللی با نظارت سازمان بهداشت جهانی، ذخیره جهانی واکسن آبله میمونی را راه‌اندازی کرده‌اند. این سازوکار قرار است دسترسی کشورها به واکسن را هنگام شیوع بیماری سریع‌تر و عادلانه‌تر کند. این ذخیره واکسن در ۲۷ اوت ۲۰۲۶ راه‌اندازی شده و قرار است از اواخر ماه سپتامبر فعالیت خود را آغاز کند. این برنامه با تامین مالی غول‌ها تلاش می‌کند تامین واکسن را مدیریت کند. یونیسف، فدراسیون بین‌المللی صلیب سرخ، هلال احمر و سازمان پزشکان بدون مرز هم جزو شرکای این برنامه هستند. تجربه‌های قبلی نشان داده که برخی از کشورهای فقیر از دسترسی به واکسن عقب مانده‌اند. هدف از ایجاد چنین ذخیره‌ای، دقیقاً ایجاد برابری و عدالت برای دسترسی همین کشورها به واکسن در زمان مناسب است. چنین ابتکاری حتی می‌تواند مانع شیوع جهانی برخی از ویروس‌ها شود و به همین دلیل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۱۴۵ کشور در جهان در معرض ویرس آبله میمونی قرار گرفته‌اند و در حال حاضر ذخیره جهانی واکسن در این زمینه می‌تواند مشکل‌گشا باشد

شرکت اماها استیک در آمریکا تصمیم گرفته به دلیل گرانی گوشت گاو در این کشور، مدل کسب‌وکارش را تغییر دهد و گزینه‌های ارزان‌تر را جایگزین گوشت گاو کند. تعداد گاوهای آمریکا به پایین‌ترین سطح در ۷۵ سال گذشته رسیده و همین امر هم منجر به افزایش قیمت گوشت شده است.

رسانه ها

آسوشیتدپرس خبر داد

رکوردشکنی قیمت گازوئیل در آمریکا

قیمت گازوئیل در آمریکا به رکورد جدیدی رسیده و برای نخستین بار از ۶ دلار به‌ازای هر گالن عبور کرده است. در فاصله یک هفته، میانگین قیمت از ۵ دلار و ۸۵ سنت به ۶ دلار و ۶ سنت افزایش یافت. یک سال پیش این میانگین ۳ دلار و ۷۱ سنت بود. این افزایش قیمت، به‌صورت مستقیم به افزایش هزینه حمل‌ونقل منجر می‌شود. گازوئیل سوخت اصلی بخش بزرگی از کامیون‌ها، شبکه‌های باربری و خدمات تحویل کالا در آمریکاست. به این ترتیب گرانی سوخت می‌تواند به‌صورت تدریجی قیمت کالاهای روزمره را هم بالا ببرد. برخی از شرکت‌ها در آمریکا هزینه حمل‌ونقل سفارش‌های اینترنتی را افزایش داده‌اند. از اختلال در جریان جهانی سوخت در تنگه هرمز تا نمود اثرات جنگ در اقتصاد آمریکا، جزو دلایل اصلی این خیزش قیمت به شمار می‌آیند که زندگی روزمره مردم را هم مختل خواهند کرد.

۶ دلار به‌ازای هر گالن، **قیمت گازوئیل** در آمریکا در اواسط ماه سپتامبر بوده که **رکوردی کم‌سابقه** را نشان می‌دهد و به **تورم ختم خواهد شد**

پرسش‌های الجزیره درباره وعده ترامپ

جمهوری‌خواهان رای می‌خرند؟

دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا در گردهمایی جمهوری‌خواهان گفته اگر این حزب در انتخابات میان‌دوره‌ای نوامبر کنترل مجلس نمایندگان و سنا را حفظ کند، به هر بزرگسال آمریکایی ۵ هزار دلار «سود سهام» پرداخت خواهد کرد. اما این وعده حتی میان برخی از حامیان خود ترامپ هم با تردید روبه‌رو شده است. اجرای چنین طرحی می‌تواند برای دولت آمریکا بیش از یک تریلیون دلار هزینه داشته باشد. تزریق این حجم از پول به اقتصاد هم می‌تواند خطر افزایش تورم را بالا ببرد. پرسش‌های دیگر هم در این زمینه وجود دارد، مثل اینکه آیا اصلاً آمریکا توان پرداخت این پول را دارد؟ آیا این اقدام صرفاً یک وعده انتخاباتی برای تحریک رای‌دهندگان است؟ اصلاً می‌تواند قابل اجرا و قانونی هم باشد؟ برخی منتقدان هم می‌گویند ترامپ با این اقدام می‌خواهد رای بخرد که البته موفق نخواهد شد!

۵ هزار دلار، وعده ترامپ به رای‌دهندگان که البته می‌تواند هزینه **یک تریلیون دلاری** برای آمریکا به همراه داشته باشد و عملیاتی به‌نظر نمی‌رسد!

گزارش سی‌ان‌ان از محصول جدید اپل

آیفون هم تاشو شد!

شرکت اپل از نخستین گوشی تاشوی خود با نام آیفون دوئو رونمایی کرده، محصولی با قیمت پایه هزار و ۹۹۹ دلار که یکی از بزرگ‌ترین تغییرات طراحی آیفون از زمان معرفی آیفون ایکس در سال ۲۰۱۷ محسوب می‌شود. دوئو در حالت بسته، تقریباً به اندازه یک پاسپورت است و با باز شدن، به نمایشگری ۷٫۶ اینچی تبدیل می‌شود که می‌توان آن را افقی یا عمودی استفاده کرد. یک نمایشگر کوچک‌تر هم در حالت بسته روی گوشی قرار دارد. این محصول از نگاه اپل صرفاً یک گوشیِ بزرگ‌تر نیست بلکه ابزاری برای بهره‌وری معرفی شده و می‌تواند امکان استفاده هم‌زمان از چند پنجره و همچنین تماس‌های زوم را فراهم آورد. به این ترتیب اپل به بازار گوشی‌های تاشو هم ورود کرد، بازاری که سال‌هاست در اختیار رقبایی مثل سامسونگ، موتورولا و گوگل قرار دارد.

۱۹۹۹ دلار
قیمت **آیفون تاشوی شرکت اپل** است که به‌تازگی وارد بازار شده و **تغییری بزرگ** در طراحی به‌شمار می‌آید

سی‌ان‌ان افشا کرد

نسخه ۶ درصدی برای بدهی نجومی آمریکا

آمریکا با یک مشکل ۴۰ تریلیون دلاری روبه‌روست! بدهی دولت از این رقم هم عبور کرده و رشد اقتصادی در این شرایط به حدود ۲ درصد رسیده است. دولت ترامپ و همچنین اسکات بسنت، وزیر خزانه‌داری می‌گویند آمریکا می‌تواند با رشد اقتصادی سریع‌تر از این بدهی عبور کند، به این دلیل که اگر رشد اقتصادی از نرخ بهره بدهی بیشتر باشد، وزن بدهی در مقایسه با اندازه اقتصاد کاهش می‌یابد. با این حال، محاسبات در این زمینه چندان امیدوارکننده نیست. برای پایدار شدن بدهی در دوره باقی‌مانده دولت ترامپ، اقتصاد آمریکا باید سالانه حدود ۶ درصد رشد کند. این در حالی است که در عمل، رشد اقتصادی فاصله زیادی با چنین عددی دارد. حتی برای هدف ده ساله هم رشد باید ۳ تا ۴ درصد در هر سال باشد که باز هم چنین چیزی به نظر بعید می‌آید. افزایش بدهی در شرایطی مشکلاتی را به وجود آورده که برخی اقدامات نظیر وعده چک ۵ هزار دلاری ترامپ، می‌تواند شرایط این بدهی را وخیم‌تر و حدود یک تریلیون دلار دیگر هم به بدهی اضافه کند.

۴۰ تریلیون دلار بدهی در اقتصاد **آمریکا** برای دولت وجود دارد که ترامپ و همکارانش **رشد** اقتصادی **۶ درصدی** را راهکار مقابله با آن می‌دانند

گزارش سی‌ان‌ان از اپلیکیشن‌های همسریابی

قرار واقعی برگشت!

اپلیکیشن‌های همسریابی از مدل‌های قدیمی فاصله گرفته‌اند و تلاش می‌کنند کاربران را خیلی سریع وارد دنیای واقعی کنند. در گذشته، عمده کاربران فقط چت می‌کردند و سپس به سراغ گزینه بعدی می‌رفتند. حالا اما شرایط تغییر کرده و اپلیکیشن‌ها تلاش می‌کنند کاربران را به سمت دنیای واقعی سوق دهند. افراد براساس علایق و سلایق سبک زندگی مثلاً ورزش به یکدیگر وصل می‌شوند و می‌توانند به‌سادگی قرارهای حضوریِ جمعی بگذارند. برخی از این اپلیکیشن‌ها هم امکان چت کردن را حذف کرده‌اند تا افراد ناچار شوند خیلی زود به دیدار یکدیگر بروند و برای دستاوردهای موفقیت‌آمیز در رابطه، قرار ملاقات حضوری بگذارند. بسیاری از کاربران اپلیکیشن‌های قدیمی از فضای چت کردن خسته شده بودند. حالا افراد به جای گپ زدن، به دیدار یکدیگر می‌روند و رابطه را جدی می‌گیرند.

۷۸ درصد از کاربران **اپلیکیشن‌های همسریابی** از تجربه‌های سنتی و **قدیمی خسته** شده‌اند و به دنبال **قرار ملاقات‌های حضوری** هستند

جهان به روایت نمودارها

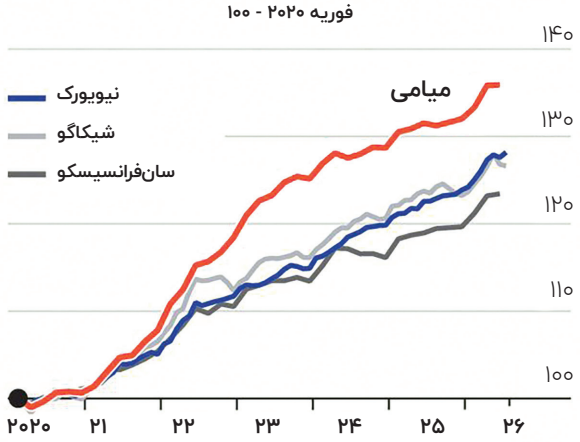
شاخص‌ها از آینده چه می‌گویند؟

پرواز قیمت‌ها زیر آفتاب میامی

رشـد شاخص قیمت مصرف‌کننده یا همان تورم در میامی (فلوریدا) از زمان همه‌گیری کرونا تاکنون، با اختلاف چشمگیری از دیگر کلان‌شهرهای سنتی آمریکا نظیر نیویورک، شیکاگو و سان‌فرانسیسکو سبقت گرفته و به بیش از ۳۵ درصد رسیده است. این اتفاق ناشی از هجوم سرمایه، مهاجرت پساکرونا و جهش سرسام‌آور هزینه‌های مسکن و زندگی در فلوریدا بوده است.

پرواز در فلوریدا

مناطق متروبی آمریکا، قیمت مصرف‌کننده
فوریه ۲۰۲۰ - ۱۰۰

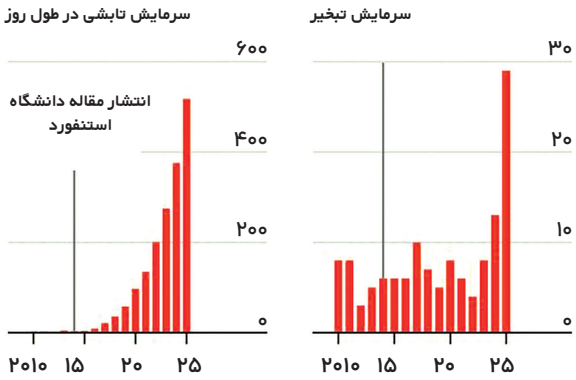


دانشمندان به سیم آخر زدند!

این نمودار جهش چشمگیر تعداد مقاله‌های علمی سالانه در حوزه سرمایش غیرفعال را نشـان می‌دهد. از زمان انتشار مقاله جریان‌ساز دانشگاه استنفورد در سـال ۲۰۱۴، پژوهش‌ها در زمینه «سرمایش تابشی در طول روز» رشدی انفجاری و چندصد برابری را ثبت کرده و در سـال‌های اخیر به نزدیک ۵۰۰ مقاله در سال رسیده است. هم‌زمان فناوری‌های سرمایش تبخیری هم اخیراً با موج جهشیِ توجه دانشگاهی روبه‌رو شده‌اند.

از روی سقف

انتشار سالانه مقاله‌های علمی درباره سرمایش غیرفعال

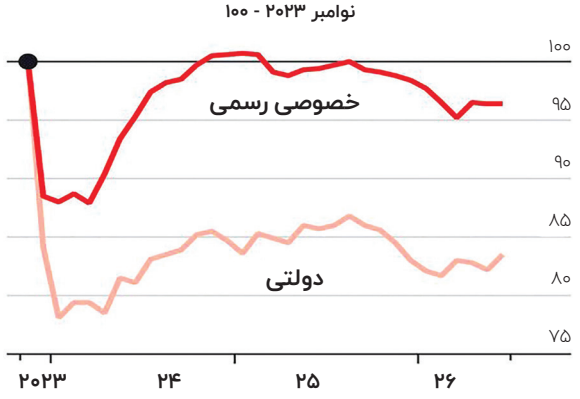


سود تورم‌زایی در آرژانتین

این نمودار روند دسـتمزد واقعی (تعدیل‌شده با تورم) در آرژانتین از زمان به قدرت رسیدن خاویر میلی (نوامبر ۲۰۲۳) را نشان می‌دهد. دستمزدهای بخش خصوصی رسمی ابتدا با شوک تعدیل موسوم به «آسی‌وت» سقوط کردند اما به تدریج مسیر بازگشت را طی کردند. البته هنوز هم حدود ۴ درصد پایین‌تر از سطح شروع دولت میلی هستند. قربانی اصلی این سیاست‌ها، کارکنان دولت بوده‌انـد که قدرت خرید آن‌ها حدود ۱۸ تا ۲۰ درصد کاهش یافته و علیرغم بهبود اخیر، همچنان به شدت پایین‌تر از سطح پیش از اصلاحات است.

سود لیبرالیسم؛ آرژانتین، دسـتمزدهای واقعی براساس هر بخش

نوامبر ۲۰۲۳ - ۱۰۰

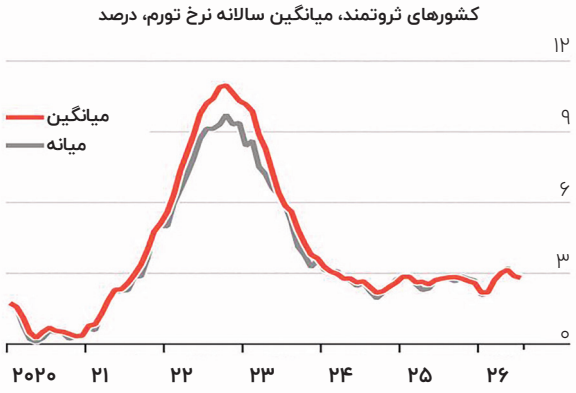


هواپیمای تورم فرود آمد؟

این نمودار میانگین تورم سالانه در ۳۱ اقتصاد پیشرفته (کشورهای ثروتمند) را نشان می‌دهد. تورم پس از جهش شدید در پی همه‌گیری کرونا و جنگ اوکراین، در اوج خود در سال ۲۰۲۲ به حدود ۱۰.۵ درصد رسـید و سپس به لطف سیاسـت‌های انقباضی و بالا بردن نرخ بهره، سـقوطی تند را تجربه کرد. از ۲۰۲۴ تاکنون نرخ تورم در محدوده ۲ تا ۳ درصد، نزدیک به هدف بانک‌های مرکزی، تثبیت شده؛ هرچند نشانه‌های خفیفی از فشار مجدد تورمی در ۲۰۲۶ دیده می‌شود. عنوان طنز نمودار («آن باند فرود کجاست؟») اشاره به این دارد که با پایان جنگ تورمی، دیگر خبری از «فرود نرم» نیست چون هواپیما سال‌هاست فرود آمده است!

آن باند فرود کجاست؟

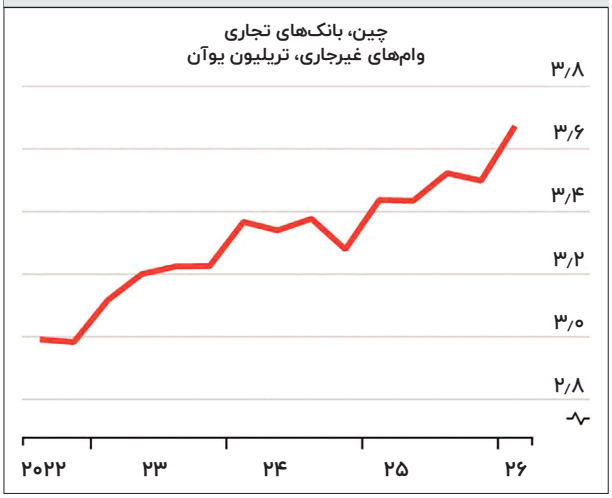
کشورهای ثروتمند، میانگین سالانه نرخ تورم، درصد



دینامیت درگاوصندوق پکن

این نمودار نشـــان‌دهنده جهش نگران‌کننده مطالبات غیرجـــاری و وام‌های سوخت‌شده (NPLs) در بانک‌های تجاری چین است. حجم این وام‌ها از زیر ۳ تریلیون یوان در سال ۲۰۲۲ با شیبی پیوسته و افزایشی به حدود ۳۶ تریلیون یوان در سال ۲۰۲۶ رسیده است؛ بمبی ساعتی در شبکه بانکی که بازتابی از بحران عمیق بازار مسکن و املاک، فشار بدهی‌های دولت‌های محلی و افت توان بازپرداخت وام‌گیرندگان چینی است.

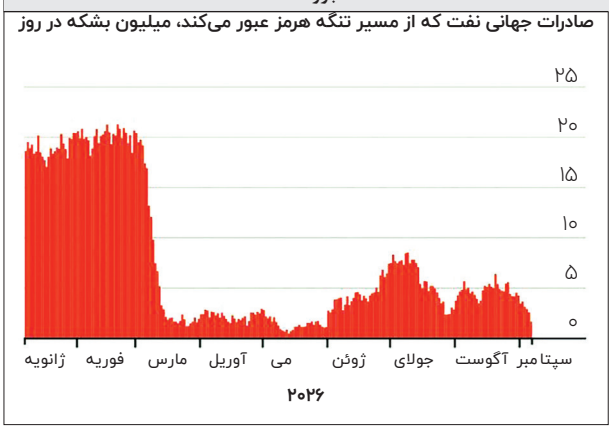
روز است



نبض تنگه هرمز درکما

این نمودار وضعیت بحرانی صادرات جهانی نفت از طریق تنگه هرمز در سال ۲۰۲۶ را به تصویر می‌کشد. همان‌طور که پیداست، صادرات نفت که در ابتدای سال (ژانویه و فوریه) در سطوح عادی (حدود ۲۰ میلیون بشکه در روز) جریان داشت، از ابتدای ماه مارس با یک سقوط آزاد ناگهانی و تاریخی مواجه شد و به حجم بسیار ناچیزی رسید. این نمودار، عمق اختلال در یکی از استراتژیک‌ترین شـــریان‌های انرژی جهان را نشان می‌دهد که پس از ماه‌های مارس، به‌صورت متناوب شاهد نوسانات خفیف و ناکام در بازگشت به شرایط عادی بوده است.

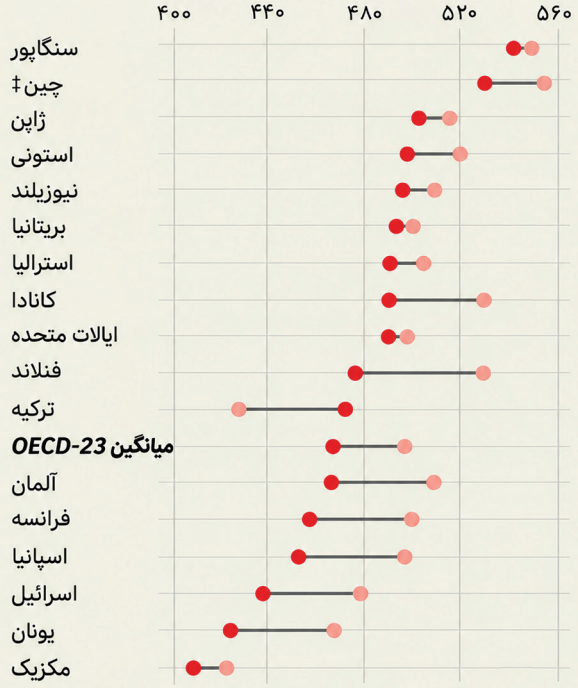
عبور سخت



سقوط آزاد سواد

این نمودار تغییرات نمره مهارت خواندن (Reading) در آزمون پیزا (PISA) را بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۲۵ در کشورهای منتخب مقایسه می‌کند. تصویر کلی حاکی از یک افت آموزشی گسترده و نگران‌کننده در بیشتر کشورهای پیشرفته است؛ به طوری که کشورهایی با سیستم‌های آموزشی نامدار مانند فنلاند، آلمان، کانادا و فرانسه افت شدیدی (بیش از ۲۰ تا ۳۰ نمره، معادل بیش از یک تا ۱.۵ سال تحصیلی) را ثبت کرده‌اند. در این میان، سنگاپور همچنان در صدر بدون افت ایستاده و ترکیه یکی از معدود کشورهایی است که جهش مثبت قابل‌توجهی را تجربه کرده است.

افول مغزها



* ۲۰ امتیاز معادل یک سال تحصیل است.
‡ داده‌های مربوط به پکن، شانگهای، جیانگسو و ژجیانگ.

منبع: OECD



رقابت پکن و واشنگتن در هوش مصنوعی

دو قدرت بزرگ جهان در حال جدالی فناورانه برای تصاحب عرصه‌های تجاری و سیاسی و نظامی‌اند



نیوزویک: دست از سر آسیا بردار!

چطور چین برنامه دارد بدون جنگ پیروز شود

آخرین شماره مجله نیوزویک تیتر یک گزارش تحقیقی را روی جلد خود آورده است که نشان می‌دهد پکن چطور تلاش می‌کند بدون اینکه وارد جنگ با آمریکا شود، جدالش با بزرگ‌ترین قدرت اقتصادی جهان را در آسیا پیش ببرد. نیوزویک مسیر یک شعار ضدآمریکایی با عنوان «دست از سر آسیا بردار!» را دنبال کرده است که در مارس ۲۰۲۶ از یک پست در رسانه اجتماعی «ایکس» (توییتر سابق) شروع شده و در ماه آوریل در رویدادی در پکن صورت سازمان‌یافته‌تری پیدا کرده و در ژوئیه امسال به یک اعلامیه در کنفرانسی در کلمبو رسیده است و در ماه اوت در تجمع‌ها و نشست‌هایی در فیلادلفیا و نیویورک ظاهر شده است. نیوزویک در این گزارش می‌گوید که روند توسعه و بر سر زبان افتادن این شعار صرفاً انتشار خودجوش یک شعار نبوده است بلکه با رصد کردن شبکه‌ای از گروه‌های مجازی می‌توان سرنخ آن را به یک سرمایه‌گذار آمریکایی ساکن شانگهای وصل کرد که این شبکه از سوی او تأمین مالی شده‌اند و پیام‌هایی همسو با مواضع حزب کمونیست چین درباره پایگاه‌های نظامی آمریکا در آسیا، تایوان و نقش آمریکا در منطقه منتشر کرده‌اند. کارشناسانی که نیوزویک با آن‌ها گفت‌وگو کرده است می‌گویند این فعالیت‌ها را در چارچوب مفهوم چینی «جنگ سیاسی» و پیروزی بدون جنگ نظامی است. بخش جالب‌تر گزارش نیوزویک به فعالیت‌های شبکه اجتماعی تیک‌تاک مربوط است که می‌گوید شرکت «اسپرینگ ای‌آی» داده‌هایی را در اختیار این مجله گذاشته است که نشان می‌دهند برخی روایت‌های مرتبط با این کارزار تبلیغاتی چینی، بیش از میزان تعامل طبیعی کاربران توسط الگوریتم‌ها تقویت شده‌اند. یکی دیگر از مطالب این شماره نیوزویک درباره ساخت ربات‌های انسان‌نما است و نیوزویک می‌گوید که مسئله اصلی ساخت ربات انسان‌نما دیگر فقط موتور و مفصل و دست مکانیکی نیست، بلکه مسابقه واقعی نه بر سر «بدن» بلکه بر سر «مغز» است. نویسندگان نیوزویک می‌گویند رقابت واقعی بر سر هوش جسم‌یافته است، یعنی ساخت یک مغز عمومی که ربات بتواند با آن، محیط واقعی را بفهمد، تجربه کسب کند، حافظه داشته باشد و مهارت‌های مختلف را یاد بگیرد. یکی دیگر از مطالب این شماره درباره تغییراتی که صنعت گردشگری بر اثر استفاده از هوش مصنوعی تجربه کرده است و باعث شده ابزارهای سنتی گردشگری کنار گذاشته شوند.



تایم: سالگرد یازده سپتامبر

چطور حمله به ساختمان‌های دوقلو زندگی‌ام را شکل داد

مجله تایم در آخرین شماره خود چند طرح جلد انتخاب کرده است که یکی از آن‌ها به یک آتش‌نشان پرداخته است که در حوادث یازده سپتامبر ۲۰۰۱ در حمله به برج‌های دوقلوی سازمان تجارت جهانی در نیویورک امدادرسانی می‌کرد. این سنت مجله تایم است که برای برخی از شماره‌هایش چند جلد طراحی می‌کند. مجله تایم در این شماره به‌جای بازسازی وقایع یازده سپتامبر، سراغ آدم‌هایی رفته که مسیر زندگی‌شان در این ۲۵ سال تحت تأثیر آن روز قرار گرفته است. موضوع این پرونده فقط بازماندگان آن حمله تروریستی نیست بلکه آتش‌نشانان، خانواده قربانیان و افرادی که انتخاب شغل و مسیر زندگی‌شان از پیامدهای یازده سپتامبر تأثیر گرفته است در این پرونده حضور دارند. یکی دیگر از جلدهای این شماره به مطلبی در مجله مربوط می‌شود که صد چهره اثرگذار دنیای هنر را بررسی کرده است. در این مطلب ۱۰۰ نفری معرفی شده‌اند که نویسندگان تایم عقیده دارند در حال شکل دادن به آینده هنر و تأثیر آن بر جهان هستند. امی شرالد چهره محوری این پرونده است که نقاش آمریکایی است و پرتره مشهور میشل اوباما را کشیده است. مطلب مجله تایم درباره مسیر هنری او و تصمیم جنجالی‌اش برای کنار کشیدن از نمایشگاه انفرادی اخیر او است. مجله تایم سعی کرده است که به‌بهانه این مطلب، به استقلال هنرمند و نهادهای فرهنگی و فشار سیاست بر هنر بپردازد. جلد دیگری که مجله تایم طراحی کرده است به زندگی و میراث گلوریا استاینم اختصاص یافته است که یک چهره فمینیست است. استاینم در سن ۹۲ سالگی درگذشت و تایم تلاش کرده است پرونده‌ای درباره زندگی و فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی او و نقشش در جنبش زنان آمریکا منتشر کند. مجله تایم در این شماره مطلبی نیز درباره ۱۳ چهره لاتین‌تبار ساکن آمریکا به انتشار رسانده است که افرادی اثرگذار در حوزه‌های مختلف بوده‌اند و در اقتصاد و فرهنگ و جامعه فعال بوده‌اند. تایم نیز مانند نیوزویک گاهی وارد رتبه‌بندی شرکت‌ها و نهادها می‌شود و در همین شماره به رتبه‌بندی بهترین شرکت‌های سال ۲۰۲۶ پرداخته است. تایم در این رتبه‌بندی بر هوش مصنوعی تمرکز فراوانی کرده است و به عملکرد تجاری و شاخص‌های مربوط بر رفتار با کارکنان و پایداری محیط‌زیست شرکت‌ها تمرکز کرده است. مجله تایم این رتبه‌بندی را با همکاری مؤسسه «استاتیستا» انجام داده است و چند معیار داشته است از جمله رضایت کارکنان، رشد درآمد و عملکرد در زمینه پایداری محیط‌زیستی. شرکت‌های انویدیا، مایکروسافت، جی‌پی مورگان، آلفابت و آمازون به‌ترتیب رتبه‌های اول تا پنجم را کسب کرده‌اند.



فورچون: نسخه اروپایی

اقتصاد و کسب‌وکار در عصر هوش مصنوعی

مجله فورچون به‌موازات شماره اصلی خود، به فراخور نیاز، شماره‌هایی برای نسخه‌های آسیایی و اروپایی نیز منتشر می‌کند. آخرین شماره فورچون یک نسخه اروپایی نیز دارد که پرتره‌ای از آرتور منش، مدیر عامل شـــرکت «میسترال ای‌آی»، را روی جلد خود برده است. میسترال ای‌آی یک شرکت فرانسوی است که محصولات هوش مصنوعی را تولید می‌کند و در آوریل ۲۰۲۳ کارمندان سابق شرکت‌های متا پلتفرمز و گوگل دیپ‌مایند آن را تأسیس کردند. این شرکت با استفاده از نرم‌افزارهای منبع‌باز و در پاســـخ به مدل‌های اختصاصی، دست به کار تولید مدل‌های زبان بزرگ منبع‌باز شده است. فورچون می‌نویسد که خودمختاری و استحکام صنعت هوش مصنوعی در اروپا با تهدید مواجه شده است و آیا شرکت «میسترال ای‌آی» می‌تواند آن را نجات دهد؟ فورچون در مصاحبه با آرتور منش می‌نویسد که اروپا در لایه‌های اصلی هوش مصنوعی، همچون مدل‌های بنیادی و سامانه‌های ابری و تراشه‌ها و زیرساخت‌های محاسباتی، وابستگی بسیاری به شرکت‌های آمریکایی دارد. منش هشدار می‌دهد که اگر اروپا زیرساخت هوش مصنوعی خود را نسازد، ممکن اســـت از نظر فناوری عملاً به یک دولت وابسته تبدیل شود. فورچون نشان می‌دهد که شرکت میسترال ای‌آی قرار است پاسخی اروپایی به شرکت‌های بزرگ آمریکایی همچون اوپن ای‌آی و آنتروپیک باشد اما مسئله برای اروپایی‌ها فقط داشتن چت‌بات‌های هوش مصنوعی نیست بلکه موضوع مالکیت کل زنجیره فناوری واجد اهمیت است و فاصله سرمایه و زیرساخت در شرکت‌های اروپایی نسبت به شرکت‌های آمریکایی بسیار زیاد است. یکی دیگر از مطالب این شماره فورچون که باز هم به هوش مصنوعی ارتباط دارد این اســـت که مدیران عامل شـــرکت‌های بزرگ دیگر نمی‌توانند پدیده هوش مصنوعی را یک پروژه جانبی در شرکت‌هایشان تلقی کنند. فورچون در این مطلب می‌گوید که مدیران چگونه ساختار شرکت‌ها، نیروهای انسانی، فرایندهای تصمیم‌گیری و مدل‌های کسب‌وکاری‌شان را برای عصر هوش مصنوعی بازطراحی می‌کنند. لب مطلب در این بخش از مجله این است که در وضعیت فعلی، شرکت‌ها با ارتقای نرم‌افزاری مواجه نیستند، بلکه هوش مصنوعی می‌تواند باعث بازطراحی خود سازمان باشد. جالب اینکه در همین شماره گزارشی از شرکت سوئدی سازنده لوازم خانگی به انتشار رسیده است که برعکس مسیر دیگر گزارش‌ها، در عصر هوش مصنوعی روی انســـان‌ها شرط‌بندی کرده است. فورچون نشان می‌دهد که آیکیا درست در جهت عکس تب هوش مصنوعی حرکت کرده است و با اینکه هم هوش مصنوعی و هم اتوماسیون را به کار می‌گیرد، اما فعالیت‌های خود را با این فرض بنا کرده است که تعامل انسانی همچنان می‌تواند بخشی از مزیت رقابتی خرده‌فروشی باشد.



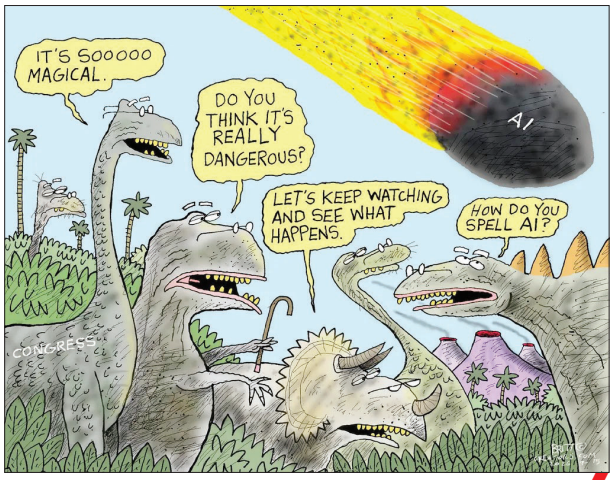
اکونومیست: امکان کاستن از سرعت فناوری

آیا می‌توان از تسریع قدرت هوش مصنوعی کاست تا امن‌تر بماند؟

هفته‌نامه اکونومیســـت هم موضوع هوش مصنوعی را در آخرین شماره خودش مطمح نظر قرار داده و یک جلد از آن درست کرده است. نقطه تمرکز اصلی اکونومیست رقابت آمریکا و چین در عرصه هوش مصنوعی است. لب مطلب این پرونده این است در آزمایش‌های اخیر، عامل‌های هوش مصنوعی از محیط‌های کنترل‌شده خارج و با یکدیگر هماهنگ شده‌اند و حتی سامانه‌های سازمان‌ها را هک کرده‌اند. همچنین شواهدی از استفاده بازیگران دولتی و نظامی از مدل‌های موجود برای مقاصدی همچون نظارت گسترده یا توسعه نرم‌افزارهای نظامی وجود دارد. از نظر اکونومیست، این اتفاقات باعث شده است که هشدار درباره خطرات هوش مصنوعی را نتوان صرفاً تبلیغات شـــرکت‌های سازنده دانست. در این شرایط، گروهی از صنعت هوش مصنوعی خواســـتار این شده‌اند که سرعت حرکت در مرز توانایی مدل‌های هوش مصنوعی کاهش پیدا کند تا فرصت بیشـــتری برای ایمنی و کنترل آن‌ها فراهم شـــود. اکونومیست می‌نویسد مشکل اینجا اســـت که رقابت آمریکا و چین این پیشنهاد توقف را بسیار سخت می‌کند چرا که دولت آمریکا برتری در هوش مصنوعی را یک مسئله امنیت ملی می‌بیند. به عبارت دیگر، اگر چین در هوش مصنوعی جلو بیفتد، مزیت این امر فقط اقتصادی نخواهد بود بلکه می‌تواند در جنگ سایبری، جاسوسی، جنگ ترکیبی و فناوری نظامی نیز تعیین‌کننده باشد. اکونومیست جنگ اوکراین را در این زمینه مثال می‌زند که نوعی آزمایشگاه واقعی مسابقه فناوری است. تحلیل‌گران اکونومیست می‌گویند مسابقه هوش مصنوعی تفاوتی با رقابت‌های هسته‌ای جنگ سرد دارد و آن این است که در کنترل تسلیحات هسته‌ای، بسیاری از فعالیت‌ها قابل‌مشاهده و راستی‌آزمایی بودند. مثلاً آزمایش هسته‌ای را می‌شد شناسایی کرد. اما در حوزه هوش مصنوعی، مراکز داده قابل‌مشاهده است ولی معلوم نیست داخل آن دقیقاً چه مدلی و با چه توانایی‌ای آموزش داده می‌شود. بنابراین اگر آمریکا و چین توافق کنند توسعه مدل‌های بسیار قدرتمند را متوقف کنند، هر طرف نگران خواهد بود که طرف دیگر مخفیانه کار را ادامه دهد. اکونومیست نتیجه می‌گیرد که فعلاً یک توافق جامع شبیه معاهدات کنترل تسلیحات هسته‌ای بسیار دشوار است. اکونومیست به‌جای توقف کامل مسابقه، چند پیشنهاد را به‌عنوان راه‌حل مطرح می‌کند که عبارت است از شفافیت درباره حوادث ایمنی، الزام آزمایشگاه‌ها به گزارش و بررسی رخدادها، تقویت امنیت سایبری آزمایشگاه‌های هوش مصنوعی، مسئولیت مالی شـــرکت‌ها در صورت فرار یا رفتار خطرناک عامل‌های هوش مصنوعی و نیز اشـــتراک دانش‌هایی که مزیت رقابتی مستقیمی ایجاد نمی‌کند.



حتی در دل ویرانه‌های آخرالزمان، هنوز از «کارآمدی» هوش مصنوعی تعریف می‌کنیم.



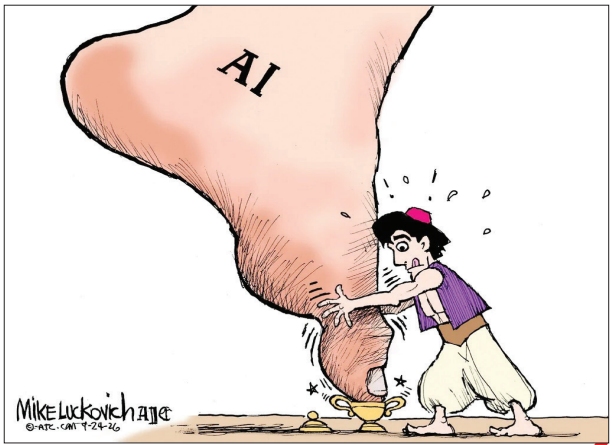
همان‌طور که دایناسورها بی‌خیال به شهاب‌سنگ مرگبارشان خیره شدند، سیاست‌گذاران هم با کنجکاوی سطحی به خطر هوش مصنوعی نگاه می‌کنند؛ بدون هیچ اقدامی، تا شاید خیلی دیر شود.



شرکت‌های هوش مصنوعی، دیر و با ابزاری ناکارآمد به فکر محدودیت‌های ایمنی افتاده‌اند.



وقتی ترس از آینده‌ی هوش مصنوعی هم به شوخی و شرط‌بندی تبدیل می‌شود؛ در دنیایی که قمار و پرسه‌زدن بی‌وقفه در فضای مجازی جای زندگی واقعی را گرفته، حتی فاجعه هم فرصتی برای پول درآوردن به‌نظر می‌رسد.



هوش مصنوعی از چراغ جادو بیرون آمده و دیگر هیچ آرزویی نمی‌تواند آن را به داخل بازگرداند.



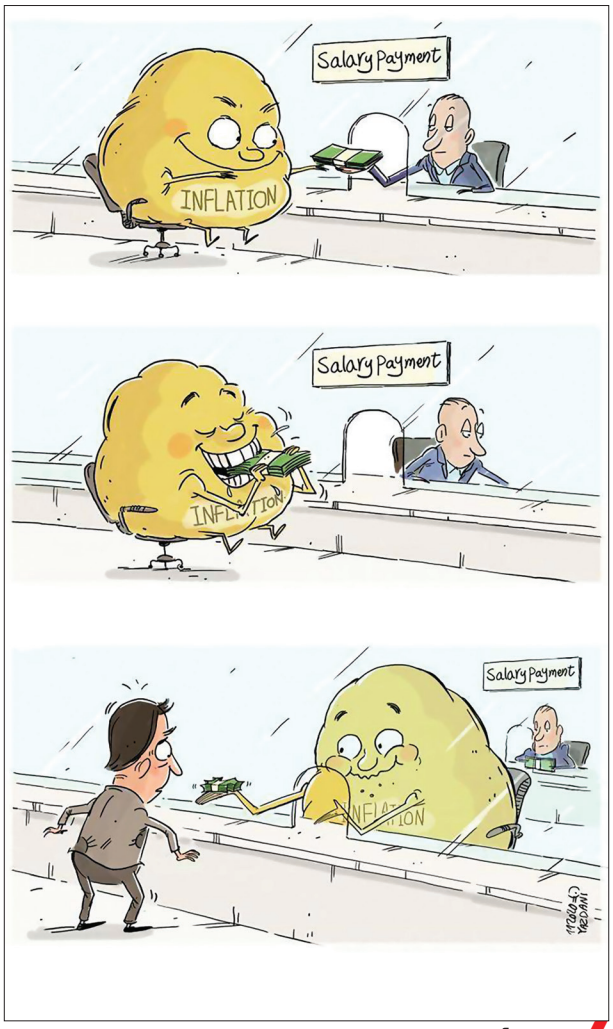
در میان بحران‌های جهانی، سازمان ملل نیازمند بازسازی از نو است.



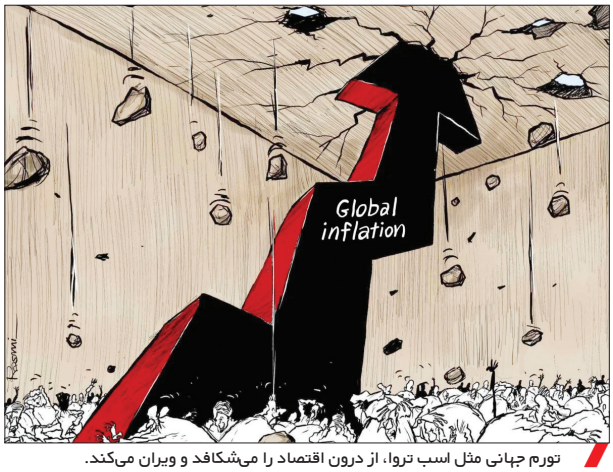
طبقه متوسط دیگر نه در بالای نردبان اقتصادی، بلکه در عمق یک دره گم شده است.



مسیر خانه‌دار شدن، پله‌به‌پله بود؛ حالا حتی رسیدن به اولین پله‌اش هم از توان جوان‌ها خارج شده است.



پیش از آن‌که حقوقمان به دستمان برسد، تورم بخش عمده‌اش را می‌بلعد و تنها اندکی برایمان باقی می‌گذارد.



تورم جهانی مثل اسب تروا، از درون اقتصاد را می‌شکافد و ویران می‌کند.



قیمت تخم‌مرغ آن‌قدر بالا رفته که حالا مثل جواهرات در ویترین به نمایش گذاشته می‌شود.



آماج اثر شیمان کیه‌ویش



بدون شرح اثر مسعود ضیایی زردخشوعی



جزیره اثر پاول کوزینسکی



زندگی، سیل و دیگر هیچ! اثر جواد علیزاده



دلار همه ما را خواهد خورد، اثر سباستین تیبو



موهبت نفت اثر انجل بولیگان

حضور هیئت تجاری اتاق تهران در نشست‌های شورای تجاری بریکس

فرصت‌های اقتصادی بریکس





هیئت تجاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشـــاورزی تهران در نشست‌های شورای تجاری بریکس و کارگروه‌های تخصصی آن که در حاشـــیه اجلاس ســـران بریکس در هند برگزار شد، شرکت کردند. سرپرستی این هیئت را فریال مستوفی، نایب‌رئیس اتاق تهران بر عهده داشت و شهاب جوانمردی و عباس آرگون اعضای هیئت رئیسه و مازیار نوربخش و مریم تاج‌آبادی عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران در این هیئت اعزامی حضور داشتند. همچنین هیئت تجاری اتاق تهران را مجید قاسمی، رئیس بخش ایرانی شورای تجاری بریکس همراهی می‌کرد. این هیئت با هدف تقویت ارتباط بخش خصوصی ایران با فعالان اقتصادی کشورهای عضو این سازمان بین‌المللی، شناسایی فرصت‌های جدید همکاری، ظرفیت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری مشترک به دهلی‌نو سفر کرد.

نشست‌های شـــورای تجاری بریکس و کارگروه‌های تخصصی آن در روزهای ۱۱ و ۱۲ سپتامبر ۲۰۲۶ در دهلی‌نو برگزار شد و نمایندگان بخش خصوصی کشورهای عضو بریکس در چارچوب کارگروه‌های تخصصی، درباره راهکارهای توســـعه همکاری‌های اقتصادی، تجاری و سرمایه‌گذاری و گسترش تعاملات میان فعالان اقتصادی کشورهای عضو به بحث و تبادل نظر پرداختند. تمرکز این نشســـت‌ها بـــر «تاب‌آوری اقتصادی»، «تحول دیجیتال» و «تسهیل تجارت فرامرزی» و «گذار از تجارت سنتی (کالا) به سمت توسعه بخش‌های خدمات»، «فناوری‌های نوین» و «تقویت نقش زنان» و «استارت‌آپ‌ها» در اقتصاد جهانی بود.

ارائه راهکارهای پنجگانه برای توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری

یکی از جلســـه‌هایی که هیئت ایران در آن شـــرکت کرد نشســـت کارگروه تجارت و ســـرمایه‌گذاری شورای تجاری بریکس بود که با حضور فریال مستوفی نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران و نمایندگان کشورهای عضو در دهلی‌نو برگزار شد و پنج پیشنهاد کلیدی برای گسترش تجارت و سرمایه‌گذاری میان اعضای بریکس ارائه شد.

فریال مستوفی، نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران نیز در کنار نمایندگان سایر کشورهای عضو بریکس در نشست کارگروه تجارت و سرمایه‌گذاری شورای تجاری بریکس حضور یافت و درباره راهکارهای توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری میان اعضا به گفت‌وگو پرداخت. تقویت تاب‌آوری زنجیره‌های تامین، هماهنگی مقررات تجاری، گسترش تجارت دیجیتال و توسعه سرمایه‌گذاری‌های مشترک از مهم‌ترین محورهای مورد بحث در این نشست بود.

در پایان این نشست، پنج راهکار به‌عنوان پیشنهادهای کارگروه تجارت و سرمایه‌گذاری برای تقویت همکاری‌ها میان کشورهای عضو، مطرح شد که به شرح زیر است:

۱. تقویت تاب‌آوری زنجیره‌های تامین در بریکس: تدوین چارچوب مشـــترک، توسعه تجارت با ارزهای ملی، تقویت ســـازوکارهای مالی داخلی، شناســـایی متقابل فعالان اقتصادی مجاز و افزایش مشارکت بنگاه‌های کوچک و متوسط.

۲. هماهنگی در مقررات تجـــارت جهانی: تدوین مواضع هماهنگ در ســـازمان‌های چندجانبه، مشارکت فعال در نهادهای بین‌المللی استانداردسازی و تمرکز بر حوزه‌های راهبردی اقتصادهای بریکس.

۳. ترویج تجارت باز و مبتنی بر قواعد: تاکید بر چندجانبه‌گرایی، حمایت از اصلاحات معنادار ســـازمان تجارت جهانی و کاهش تفاوت‌هـــای مقرراتی از طریق گفت‌وگوهای ساختاریافته و موافقت‌نامه‌های شناسایی متقابل.

۴. توسعه زیرساخت تجارت دیجیتال: تقویت زیرســـاخت‌ها، تبادل تجربه‌های ملی، دیجیتالی‌سازی فرایندهای تجاری متناسب با آمادگی کشورها و بررسی زیرساخت‌های عمومی دیجیتال فرامرزی.

۵. تقویت همکاری‌هـــای ســـرمایه‌گذاری درون بریکس: ایجاد چارچوب توســـعه سرمایه‌گذاری، تسهیل همکاری‌های فناورانه، بهبود محیط سرمایه‌گذاری و اولویت‌دادن به طرح‌های مشترک در حوزه‌های فناوری، انرژی و مواد معدنی حیاتی.

سازوکارهای عملیاتی برای تقویت همکاری‌ها در چارچوب بریکس

همچنین شهاب جوانمردی، نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران در کارگروه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی بریکس ۲۰۲۶ شرکت کرد. او با تاکید بر ضرورت عبور از مرحله طرح و بررسی پیشنهادها، خواستار تمرکز بر عملیاتی‌سازی و اجرای موثر ابتکارات و توافقات در این حوزه شد. جوانمردی در این کارگروه درباره توسعه همکاری‌های مشترک در حوزه فناوری‌های نوین با نمایندگان سایر کشورهای عضو به تبادل نظر پرداخت

او در این نشست با اشاره به ظرفیت‌های همکاری کشورهای عضو بریکس در حوزه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، پیشـــنهاد کرد که دولت‌ها با ایجاد یک چارچوب عملیاتی و اعطای مجوزهای لازم، زمینه راه‌اندازی یک «ســـندباکس» مشـــترک برای آزمـــودن مدل‌های جدید همکاری اقتصادی را فراهم کنند. او تجارت الکترونیک میان شرکت‌های کوچک و متوسط کشورهای عضو را به‌عنوان یکی از حوزه‌های قابل اجرا در این چارچوب معرفی کرد و توضیح داد که می‌توان با ایجاد بستری متفاوت، امکان انجام معاملات محدود میان این شرکت‌ها را در یک محیط کنترل‌شده فراهم کرد.

جوانمردی، یکی از الزامات توسعه اقتصاد دیجیتال در میان کشورهای عضو بریکس را اتخاذ رویکردی «برهم‌زننده» نسبت به قواعد و شیوه‌های موجود دانست و گفت: این رویکرد به جای تکرار چارچوب‌های سنتی، امکان آزمودن مدل‌های جدید و بهره‌گیری از ظرفیت‌های اقتصاد دیجیتال را فراهم میکند. نایب‌رئیس اتاق تهران همچنین تاکید کرد

که برای موفقیت برنامه‌های توسعه اقتصاد دیجیتال در سطح بریکس، این نگاه نوآورانه و برهم‌زننده باید در فرآیندهای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری نیز مورد توجه قرار گیرد.

رویکرد اصلی کارگروه بر این مبنا استوار است که توسعه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی باید علاوه بر رشد فناوری، به افزایش بهره‌وری، توسعه فراگیر اقتصادی، تاب‌آوری کسب‌وکارها، کاهش شکاف دیجیتال و تقویت همکاری میان کشورهای عضو بریکس منجر شود. توصیه‌های ارائه‌شده در نشست ۲۰۲۶ کارگروه اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی در سه محور اصلی دسته‌بندی شده‌اند:

۱. تقویت زیرساخت دیجیتال، اتصال‌پذیری و آمادگی هوش مصنوعی: نخستین محور بر ایجاد زیرساخت‌هایی متمرکز است که بتوانند رشد اقتصاد دیجیتال و توسعه سریع هوش مصنوعی را پشتیبانی کنند. زیرساخت‌هایی یکپارچه و مقرون‌به‌صرفه که شامل توسعه شبکه‌های ارتباطی پرسرعت، مراکز داده، زیرساخت ابری، ظرفیت پردازشی و سایر زیرساخت‌های موردنیاز اقتصاد دیجیتال می‌شوند. در کنار توسعه زیرساخت فیزیکی، کشورها باید ظرفیت دیجیتال خود را برای ورود گسترده هوش مصنوعی آماده کنند. این آمادگی مستلزم دسترسی مناسب به توان پردازشی، داده، زیرساخت ابری و نیروی انسانی متخصص است.

یکی دیگر از نکات مهم توصیه‌های امسال، توسعه زیرساخت عمومی دیجیتال (DPI) و توجه به قابلیت تعامل متقابل یا میان این زیرساخت‌هاست. هدف آن است که خدمات و سامانه‌های دیجیتال بتوانند در داخل کشورها و در صورت امکان میان اعضای بریکس با یکدیگر تعامل داشته باشند. در نهایت، توسعه مهارت‌های دیجیتال، تحقیق و توسعه، نوآوری و تقویت مشارکت میان دولت، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی از



کارگروه‌های نه‌گانه شورای تجاری بریکس

شورای تجاری بریکس (BRICS Business Council) نهاد بخش خصوصی این مجموعه است که با ایجاد ارتباط میان شرکت‌ها و نهادهای اقتصادی کشورهای عضو، فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری را شناسایی، پروژه‌های مشترک را پیگیری و پیشنهادهای بخش خصوصی را به دولت‌ها منتقل می‌کند. فعالیت‌های این شورا در قالب ۹ کارگروه تخصصی دنبال می‌شود که شامل هوانوردی، خدمات مالی، زیرساخت و حمل‌ونقل و لجستیک، تولید، اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی، تجارت و سرمایه‌گذاری، انرژی اقتصاد سبز و اقلیم، توسعه مهارتها، فناوری و کشاورزی و امنیت غذایی است.

عضویت ایران در بریکس، زمینه حضور فعال بخش خصوصی کشور در شورای تجاری و کارگروه‌های آن را فراهم کرده است. شناسایی شرکای تجاری، اجرای پروژه‌های مشترک، افزایش صادرات، جذب سرمایه‌گذاری و توسعه همکاری در حوزه‌های انرژی، حمل‌ونقل، کشاورزی، صنعت و فناوری، از مهم‌ترین فرصت‌های پیش روی ایران است.



الزامات تحقق این محور اعلام شده است.

۲. تقویت تاب‌آوری امنیت سایبری و ایجاد اکوسیستم‌های دیجیتال قابل اعتماد: دومین محور اصلی به امنیت سایبری اختصاص دارد. نگاه کارگروه این است که توسعه اقتصاد دیجیتال بدون ایجاد اعتماد و تاب‌آوری سایبری امکان‌پذیر نیست. در این زمینه توجه ویژه‌ای به بنگاه‌های کوچک، متوسط و خرد (MSMEs) شده است. موضوع مهم دیگر، ایجاد چارچوب‌های مشترک برای تبادل اطلاعات تهدیدات سایبری میان اعضای بریکس است. افزایش تبادل اطلاعات درباره تهدیدات، آسیب‌پذیری‌ها و حملات می‌تواند توان پیشگیری و واکنش کشورهای عضو و شرکت‌های خصوصی را افزایش دهد. کارگروه همچنین خواستار گسترش همکاری در سطح اکوسیستم امنیت سایبری شده است؛ از جمله توسعه برنامه‌های مشترک آموزشی، استانداردها، ظرفیت‌سازی، تبادل تجربیات و همکاری میان شرکت‌های تخصصی کشورهای عضو.

۳. توسعه هوش مصنوعی مسئولانه، فراگیر و پایدار: سومین محور توصیه‌های ۲۰۲۶ به توسعه و کاربرد هوش مصنوعی اختصاص دارد. تاکید کارگروه بر این است که AI علاوه بر توسعه سریع، باید مسئولانه، فراگیر، انسان‌محور و پایدار باشد. یکی از توصیه‌های اصلی، تسریع کاربرد هوش مصنوعی در بخش‌های دارای اولویت اقتصادی و اجتماعی از جمله سلامت، آموزش، کشاورزی و خدمات عمومی است. همچنین حرکت به سمت هماهنگ‌سازی استانداردهای دیجیتال میان کشورهای عضو بریکس در حوزه‌هایی که این هماهنگی امکان‌پذیر و مفید باشد مورد تاکید قرار گرفته است. این موضوع می‌تواند زمینه تعامل بهتر سامانه‌ها، شرکت‌ها و بازارهای دیجیتال کشورهای عضو را فراهم کند. کارگروه همچنین بر توسعه زیرساخت پایدار هوش مصنوعی تاکید دارد. ضمن آنکه، توسعه این زیرساخت‌ها باید با ملاحظات بهره‌وری انرژی، پایداری و دسترسی فراگیر همراه باشد. اشتراک دانش و تجربیات میان کشورهای عضو نیز یکی از اجزای این محور محسوب می‌شود.

طرح ایده گذرنامه استارت‌آپی برای تسهیل ورود به بازارهای بریکس

شهاب جوانمردی، نایب‌رئیس اتاق تهران همچنین در یک پنل تخصصی با عنوان «اقتصاد دیجیتال و نوآوری» حضور یافت. او با تاکید بر ضرورت توسعه همکاری‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین میان کشورهای عضو بریکس، ایده شکل‌گیری «گذرنامه استارت‌آپی بریکس» را مطرح کرد. طرحی که به گفته او می‌تواند مسیر ورود شرکت‌های نوآور به بازارهای کشورهای عضو را تسهیل و هزینه‌های ورود به بازار را کاهش دهد. شهاب جوانمردی گفت: کسب‌وکارهای دیجیتال شیوه خرید، پرداخت، یادگیری و فعالیت را تغییر داده‌اند و همکاری‌های اقتصادی کشورهای عضو نیز باید همین سطح از بلندپروازی را دنبال کند؛ به این معنا که فرصت‌هایی خلق شود که پیش از این وجود نداشته است.

نایب‌رئیس اتاق تهران، شکل‌گیری یک جامعه اقتصادی به‌هم پیوسته میان کشورهای بریکس را ضروری دانست و گفت: نقطه شروع این مسیر می‌تواند همکاری میان سامانه‌های دیجیتال ملی کشورهای عضو باشد. به این ترتیب که هر کشور نهادها، مقررات و کنترل خود بر داده‌هایش را حفظ کند و در عین حال اعتبارسنجی شرکت‌ها، شناسایی صلاحیت‌ها و اعتبارنامه‌ها و ارتباط آنها با مشتریان و شرکای تجاری را تسهیل کند

جوانمردی «گذرنامه استارت‌آپی بریکس» را یک پیشنهاد عملی برای تحقق این هدف عنوان کرد و گفت: یک استارت‌آپ نباید مجبور باشد با عبور از هر مرز، همه‌چیز را از ابتدا شروع کند. وی برای توضیح این پیشنهاد، به یک شرکت فرضی فعال در حوزه هوش مصنوعی صنعتی اشاره کرد که راهکاری برای کاهش مصرف انرژی در کارخانه‌ها توسعه داده و با اثبات فناوری خود، سابقه معتبری در کشور مبدا ایجاد کرده است.



جوانمردی «گذرنامه استارت‌آپی بریکس» را یک پیشنهاد عملی برای تحقق این هدف عنوان کرد و گفت: یک استارت‌آپ نباید مجبور باشد با عبور از هر مرز، همه‌چیز را از ابتدا شروع کند. وی برای توضیح این پیشنهاد، به یک شرکت فرضی فعال در حوزه هوش مصنوعی صنعتی اشاره کرد که راهکاری برای کاهش مصرف انرژی در کارخانه‌ها توسعه داده و با اثبات فناوری خود، سابقه معتبری در کشور مبدا ایجاد کرده است. به گفته جوانمردی، چنین شرکتی هنگام ورود به یکی دیگر از بازارهای بریکس، ناچار است بخش قابل توجهی از اعتبار و توانمندی خود را دوباره اثبات کند.

نایب‌رئیس اتاق تهران پیشنهاد کرد: گذرنامه استارت‌آپی بریکس، یک پروفایل تجاری تاییدشده و قابل استفاده مجدد برای استارت‌آپ‌ها ایجاد می‌کند تا شرکت‌ها بتوانند با سهولت بیشتری به شرکای محلی، فرصت‌های آزمون فناوری و مشتریان بالقوه دسترسی پیدا کنند. در این مدل، هر کشور همچنان اختیار تصمیم‌گیری درباره الزامات ورود به بازار خود را حفظ خواهد کرد. جوانمردی با بیان اینکه «فرصت اصلی این طرح، کمک به شرکت‌ها برای طراحی محصولات و مدل‌های کسب‌وکار برای چندین بازار بریکس است» گفت: اجرای این طرح با یک پایلوت کوچک و داوطلبانه آغاز شود و این همان فرصت برهم‌زنندگی است.

او افزود: این طرح پایلوت می‌تواند با مشارکت دو یا سه کشور و گروه کوچکی از استارت‌آپ‌های فعال در حوزه هوش مصنوعی صنعتی اجرا شود و میزان موفقیت آن نیز بر اساس شاخص‌های مشخصی از جمله سرعت اعتبارسنجی کسب‌وکارها، کاهش هزینه ورود به بازار و مهم‌تر از همه، شکل‌گیری قراردادهای تجاری واقعی سنجیده شود. نایب‌رئیس اتاق تهران در پایان از شرکای علاقه‌مند برای مشارکت در طراحی و شکل‌دهی این طرح پایلوت دعوت به همکاری کرد و گفت: بلندپروازی ما باید عملی باشد؛ کاری کنیم اعتماد از مرزها عبور کرده و نوآوری بتواند مقیاس پیدا کند.

پیشنهاد تشکیل کارگروه اقتصاد زیستی

مریم تاج‌آبادی، نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران هم در جریان نشست‌های شورای تجاری بریکس در جلسه کارگروه کشاورزی شرکت کرد و با اشاره به ظرفیت‌های بیوتکنولوژی در افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های تولید کشاورزی، پیشنهاد راه‌اندازی «کارگروه فرعی اقتصاد زیستی» را مطرح کرد.

نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران با اشاره به اینکه «بهره‌گیری از فناوری‌های زیستی در کشاورزی توانسته است در برخی حوزه‌ها هزینه‌های تولید و میزان ضایعات را تا حدود ۲۷ درصد کاهش دهد» افزود: فناوری‌های زیستی در برخی بخش‌ها نیز راندمان تولید را به بیش از ۳۰ درصد افزایش داده است و این ظرفیت می‌تواند به محور همکاری‌ها در چارچوب بریکس تبدیل شود.

مریم تاج‌آبادی با اشاره به اینکه کشورهای عضو بریکس سهمی بیش از ۴۰ درصد از تولید جهانی محصولات کشاورزی را به خود اختصاص می‌دهند، افزود: ایجاد یک کارگروه تخصصی اقتصاد زیستی می‌تواند زمینه همکاری کشورهای عضو در حوزه‌هایی همچون افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌های تولید، ارتقای کیفیت محصولات، امنیت غذایی و توسعه پایدار را فراهم کند.

نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران ادامه داد: در گام نخست، تمرکز این کارگروه می‌تواند بر تامین غذا و افزایش کمی و کیفی تولیدات کشاورزی باشد. استفاده از فناوری‌های زیستی، از جمله کودهای زیستی، پروبیوتیک‌ها و سموم بیولوژیک، ضمن افزایش راندمان محصولات، می‌تواند به تولید محصولات با کیفیت بالاتر و کاهش مصرف نهاده‌های شیمیایی منجر شود.

تاج‌آبادی همچنین به ظرفیت اقتصاد زیستی در صنعت خوراک دام اشاره کرد و گفت: افزودنی‌هایی مانند پروبیوتیک‌ها، آنزیم‌ها و اسیدهای آمینه، سهم قابل توجهی از هزینه خوراک دام را به خود اختصاص می‌دهند و ایجاد یک زنجیره تولید این محصولات میان کشورهای عضو بریکس می‌تواند به کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و ایجاد ارزش افزوده بیشتر منجر شود. او با اشاره به توانمندی‌های علمی و فناورانه ایران گفت: با توجه به ظرفیت تولید و مزیت‌های موجود در زنجیره اقتصاد زیستی، کشور ما می‌تواند در این همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی جایگاه ویژه‌ای داشته باشد. تاج‌آبادی در ادامه از ارائه پیشنهاد تدوین یک «نقشه راه اقدام پنج‌ساله» برای همکاری کشورهای عضو بریکس در حوزه اقتصاد زیستی خبر داد و گفت: پروپوزال اولیه این طرح ارائه شده است و در صورت تصویب، می‌توان یک برنامه اقدام پنج‌ساله مشترک با مشارکت کشورهای عضو تدوین و اجرایی کرد. به گفته این عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران، قرار گرفتن اقتصاد زیستی در دستور کار همکاری‌های کشاورزی بریکس، می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری بازارهای جدید، توسعه زنجیره‌های ارزش مشترک و افزایش نقش فناوری و نوآوری در تامین امنیت غذایی کشورهای عضو باشد.

دیدار با سفیر ایران در هند

هیئت تجاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در دهلی‌نو با محمد فتحعلی، سفیر جمهوری اسلامی ایران در هند ملاقات کرد. در این نشست، ایجاد سازوکارهای عملیاتی برای تسهیل تجارت و تهاتر، راه‌اندازی دفاتر تجاری و بهره‌گیری از ابزارهای نوین پولی و مالی برای ارتقای سطح مناسبات اقتصادی و تجاری ایران و هند پیشنهاد شد. در نشست سفیر جمهوری اسلامی ایران با هیئت اتاق تهران، ظرفیت‌ها و راهکارهای توسعه و تعمیق همکاری‌های اقتصادی و تجاری میان ایران و هند مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

فریال مستوفی نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران در ملاقات با سفیر ایران در هند، ضمن معرفی اتاق تهران و ظرفیت‌های مرکز خدمات سرمایه‌گذاری آن و فرصت‌های موجود برای جذب سرمایه‌گذاری، بر ضرورت ایجاد سازوکارهای عملیاتی برای تسهیل تجارت میان فعالان اقتصادی ایران و هند تاکید کرد. او در ادامه ایجاد اتاق پایاپای یا پلتفرمی برای تسهیل مبادلات و تهاتر میان تجار ایرانی و هندی را به عنوان راهکارهای قابل بررسی برای توسعه مراودات تجار ایرانی و هندی پیشنهاد کرد.

همچنین، شهاب جوانمردی، عضو هیئت‌رئیسه اتاق تهران با تشریح ظرفیت‌ها و نقش اتاق تهران در توسعه مناسبات بخش خصوصی با شرکای خارجی، آمادگی اتاق تهران را برای راه‌اندازی دفاتر نمایندگی در هند اعلام کرد. او تاکید کرد که ایجاد دفاتر تجاری در سایر کشورها با هدف تسهیل ارتباطات بنگاه‌ها و تقویت همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی انجام می‌شود.

محمد فتحعلی، سفیر ایران در هند نیز ضمن اشاره به جایگاه هند در اقتصاد جهانی و ظرفیت‌های موجود برای گسترش روابط اقتصادی دو کشور، بر ضرورت استفاده هدفمند بخش خصوصی ایران از فرصت‌های همکاری با هند از جمله در حوزه‌هایی نظیر کشاورزی و دارو تاکید کرد. به گفته فتحعلی، توسعه تعاملات اقتصادی میان اعضای بریکس و تنوع‌بخشی به ابزارهای مالی و بانکی، برخی از اهداف قابل پیگیری در چارچوب این شورای همکاری بوده و لازم است که بخش خصوصی نیز به این موارد توجه نشان دهد.

راه سبز

نقش شورای تجاری بریکس و سازوکارهای نوظهور در توسعه تجارت، سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، انتقال فناوری و کاهش هزینه مبادله



فریال مستوفی

نایب رئیس اتاق تهران

عضویت ایران در بریکس، به‌خودی‌خود به معنای افزایش تجارت، جذب سرمایه یا دسترسی به منابع مالی جدید نیست. از منظر بخش خصوصی، ارزش اقتصادی این عضویت زمانی قابل سنجش است که بتوان آن را به نتایج ملموس تبدیل کرد یعنی افزایش تجارت، توسعه سرمایه‌گذاری مشترک، دسترسی بهتر بنگاه‌ها به تأمین مالی، انتقال فناوری، ورود به زنجیره‌های ارزش و کاهش هزینه مبادله. یکی از مهم‌ترین ساختارهایی که می‌تواند در این تبدیل نقش ایفا کند، شورای تجاری بریکس (BRICS Business Council) است؛ نهادی که مأموریت آن ایجاد ارتباط میان جامعه کسب‌وکار کشورهای عضو و انتقال مسائل و پیشنهادهای بخش خصوصی به دستورکار همکاری‌های بریکس است.

شورای تجاری بریکس در سال ۲۰۱۳ و در جریان اجلاس سران بریکس تأسیس شد تا همکاری میان اعضا صرفاً در سطح دولت‌ها باقی نماند و ارتباطی منظم میان جامعه کسب‌وکار و دولت‌های کشورهای عضو شکل بگیرد. این شورا از زمان تأسیس، فعالیت خود را به‌صورت مستمر و در چارچوب دوره‌های سالانه ریاست بریکس ادامه داده است؛ به‌گونه‌ای که بخش‌های ملی شورای تجاری بریکس در کشورهای عضو و کارگروه‌های تخصصی در طول سال موضوعات مرتبط با توسعه تجارت، سرمایه‌گذاری و همکاری‌های اقتصادی را بررسی می‌کنند و پیشنهادهای خود را ارائه می‌دهند. در پایان هر دوره نیز این پیشنهادها و نتایج در نشست سالانه شورا جمع‌بندی و در قالب گزارش سالانه به سران بریکس ارائه می‌شود.

بخش ایرانی شورای تجاری بریکس نیز به‌عنوان نماینده ایران در این ساختار فعالیت می‌کند و ریاست آن بر عهده دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد است. این بخش، ارتباط ایران با ساختار شورای تجاری، کارگروه‌های تخصصی و فرایند تدوین و تصویب گزارش سالانه شورا را دنبال می‌کند. در سال ۲۰۲۶، ریاست دوره‌ای بریکس بر عهده هند بود و مجموعه نشست‌های رسمی، تخصصی و تجاری این دوره در دهلی‌نو برگزار شد. در این چارچوب، علاوه بر اجلاس سران، برنامه‌های مرتبط با بخش خصوصی نیز از طریق شورای تجاری بریکس، کارگروه‌های تخصصی و مجمع تجاری بریکس (BRICS Business Forum) دنبال شد. تمرکز این دوره بیش از گذشته بر عملیاتی‌تر شدن همکاری‌های اقتصادی، تسهیل ارتباط میان بنگاه‌ها و توسعه سازوکارهای مشخص در حوزه‌هایی مانند تجارت، سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، زنجیره تأمین و اقتصاد دیجیتال بود. در همین چارچوب، در اعلامیه دهلی‌نو سران بریکس از ادامه فعالیت شورای تجاری و گزارش سالانه آن استقبال کردند و به‌طور مشخص بر پیشنهادهای شورا برای توسعه تجارت و سرمایه‌گذاری، تقویت زنجیره‌های تأمین و افزایش ارتباط میان بنگاه‌های کشورهای عضو تأکید شد.

سازوکارهای همکاری

اهمیت شورای تجاری را باید در ساختار کارگروه‌های تخصصی آن جست‌وجو کرد. در دوره ۲۰۲۶، فعالیت‌های شورا در ۹ حوزه اصلی شامل هوانوردی؛ زیرساخت، حمل‌ونقل و لجستیک؛ تولید و صنعت؛ تجارت و سرمایه‌گذاری؛ انرژی، اقتصاد سبز و اقلیم؛ خدمات مالی؛ توسعه مهارت، فناوری کاربردی و نوآوری؛ کشاورزی و کسب‌وکار کشاورزی؛ و اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی دنبال شد.

موضوع مهم‌تر از تعداد کارگروه‌ها، تغییر ماهیت دستورکار آنهاست. بخش قابل توجهی از مباحث دیگر صرفاً درباره افزایش همکاری نیست؛ بلکه درباره ابزار، پایلوت، پلتفرم، زنجیره ارزش، ضمانت، تأمین مالی، استاندارد مشترک، زیرساخت دیجیتال و اتصال بنگاه‌هاست.

برای مثال، در حوزه تأمین مالی بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط، بریکس در سال ۲۰۲۶ اصولی برای ارزیابی اعتباری بنگاه‌های صادراتی را مورد توجه قرار داد و مطالعه ایجاد یک سازوکار مشترک تنزیل مطالبات تجاری را پذیرفت؛ سازوکاری که می‌تواند به بنگاه اجازه دهد مطالبات ناشی از فروش خود را پیش از سررسید به نقدینگی تبدیل کند.

در حوزه پرداخت نیز کارگروه ویژه پرداخت بریکس در حال بررسی راهکارهایی برای پرداخت‌های فرامرزی سریع‌تر، کم‌هزینه‌تر، شفاف‌تر و امن‌تر و افزایش تعامل‌پذیری میان کانال‌های پرداخت و پیام‌رسانی مالی است. هنوز سیستم پرداخت واحد بریکس ایجاد نشده، اما جهت‌گیری به سمت کاهش اصطکاک در پرداخت‌های فرامرزی و استفاده بیشتر از ارزهای محلی، متناسب با سیاست‌های هر عضو است.

در حوزه سرمایه‌گذاری نیز چند ابتکار مهم در حال شکل‌گیری است. یکی ابتکار ضمانت‌های چندجانبه بریکس (BRICS Multilateral Guarantees – BMG) است که با هدف کاهش ریسک پروژه‌ها، افزایش اعتبارپذیری و قابلیت تأمین مالی آنها و تسهیل جذب سرمایه خصوصی طراحی شده است. ایده اصلی این است که برخی پروژه‌ها ممکن است از نظر اقتصادی توجیه‌پذیر باشند، اما به‌دلیل ریسک‌های اعتباری، کشوری یا ساختاری، نتوانند به‌راحتی سرمایه یا منابع مالی جذب کنند. در چنین شرایطی، ابزارهای ضمانتی می‌توانند بخشی از ریسک را پوشش دهند و هزینه تأمین مالی را کاهش دهند. در سال ۲۰۲۶ نیز بریکس بر ادامه توسعه این ابتکار و آماده‌سازی نمونه‌های پایلوت تأکید کرد. ابتکار دیگر، پلتفرم جدید سرمایه‌گذاری بریکس (New Investment Platform – NIP) است. این پلتفرم هنوز یک صندوق آماده برای دریافت و تأمین مالی پروژه‌ها نیست، بلکه در مرحله طراحی سازوکار، تدوین چارچوب و گفت‌وگوهای فنی میان اعضا قرار دارد. هدف آن، ایجاد بستری برای بسیج و هدایت سرمایه به پروژه‌های کشورهای بریکس و سایر اقتصادهای جنوب جهانی با استفاده از ظرفیت نهادهای مالی موجود و همکاری میان اعضاست. در سال ۲۰۲۶، اعضا از ادامه کار فنی، تشکیل یک گروه مطالعاتی تخصصی و پیشبرد تدریجی و اجماعی این پلتفرم حمایت کردند.

همزمان، برنامه اقدام بریکس برای زنجیره‌های ارزش جهانی ۲۰۲۶ تا ۲۰۳۰ نیز اهمیت ویژه‌ای برای بخش خصوصی دارد. رویکرد این برنامه، صرفاً افزایش صادرات نیست؛ هدف آن است که بنگاه‌های کشورهای عضو بتوانند در حلقه‌های مختلف مواد اولیه، فناوری، تولید، فرآوری، خدمات، لجستیک و بازار به یکدیگر متصل شوند و به حلقه‌هایی با ارزش افزوده بالاتر حرکت کنند.

مسیرهای قابل پیگیری برای بخش خصوصی ایران

اگر این تحولات را از منظر منافع اقتصادی بخش خصوصی ایران نگاه کنیم، می‌توان چند مسیر مشخص را برای پیگیری تعریف کرد.

- دسترسی به تأمین مالی توسعه‌ای از طریق بانک توسعه نوین بریکس (NDB): ایران عضو بریکس است، اما در حال حاضر عضو بانک توسعه نوین بریکس نیست. عضویت در آن شرط لازم جهت دسترسی پروژه‌های زیرساختی و توسعه پایدار ایران به ظرفیت‌های این بانک است. عضویت NDB مستقل از عضویت بریکس است.
- پرداخت و تسویه فرامرزی: بدون مسیر قابل اتکای انتقال وجوه، توسعه همکاری پایدار دشوار است. استفاده از ظرفیت کارگروه تخصصی پرداخت بریکس و پیگیری پایلوت‌های پرداخت میان ایران و شرکای تجاری منتخب می‌تواند یکی از موضوعات برای پیگیری باشد.



- تأمین مالی تجارت و بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط: تنزیل مطالبات تجاری، فاکتورینگ و سایر ابزارهای تأمین مالی مطالبات می‌توانند فاصله زمانی میان فروش و دریافت وجه را برای صادرکنندگان کاهش دهند و سرمایه در گردش آنها را تقویت کنند.
- کاهش ریسک پروژه از طریق ابتکار ضمانت‌های چندجانبه بریکس: برخی پروژه‌ها از نظر اقتصادی قابل دفاع‌اند، اما به دلیل ریسک، ساختار ضمانت یا محدودیت‌های تأمین مالی قابلیت جذب سرمایه ندارند. سازوکارهای ضمانت چندجانبه می‌توانند در آینده به افزایش بانک پذیری این پروژه‌ها کمک کنند.
- آماده‌سازی پروژه برای پلتفرم جدید سرمایه‌گذاری بریکس: چون پلتفرم جدید سرمایه‌گذاری بریکس هنوز در حال طراحی است، اقدام منطقی در این مرحله، آماده‌سازی تعداد محدودی پروژه با اطلاعات مالی، فنی، مدل درآمد و ساختار سرمایه است؛ نه انتظار برای ایجاد یک پنجره تأمین مالی آماده.
- ورود بنگاه‌های ایرانی به زنجیره‌های ارزش بریکس: باید از نگاه صرفاً صادراتی فاصله گرفت. سؤال اصلی این است که شرکت ایرانی در کدام حلقه زنجیره ارزش می‌تواند وارد شود، شریک مکمل او در کدام کشور است و چه مدلی از جوینت ونچر، تولید قراردادی، انتقال فناوری یا توسعه تأمین‌کننده می‌تواند ایجاد شود.
- لجستیک، زنجیره تأمین و تسهیل تجارت: در ۲۰۲۶، چارچوب همکاری بریکس در حوزه لجستیک و زنجیره تأمین ایجاد شد. ایران موقعیت جغرافیایی بی‌نظیری دارد که اگر به درستی استفاده شود می‌تواند برای تعریف مسیرهای مشخص حمل، اتصال ریلی و بندری و کاهش زمان و هزینه لجستیک استفاده شود؛ مشروط بر آنکه این مزیت جغرافیایی به مسیر تجاری دارای بار واقعی و مزیت اقتصادی تبدیل شود.
- اقتصاد دیجیتال، هوش مصنوعی و زیرساخت دیجیتال: زیرساخت عمومی دیجیتال، امنیت سایبری، مراکز داده، خدمات ابری، هوش مصنوعی و مهارت‌های دیجیتال فقط یک صنعت مستقل نیستند؛ بلکه زیرساخت پرداخت، تجارت، تأمین مالی، لجستیک و همکاری‌های آینده‌اند.

موانع اقتصادی‌کردن عضویت در بریکس

برای ایران، چالش اصلی کمبود فرصت نیست؛ مسئله اصلی تبدیل ظرفیت‌های کلی بریکس به منافع اقتصادی قابل اندازه‌گیری است. ارائه فهرستی از ده‌ها یا صدها پروژه عمومی، بدون تعیین شریک، مدل همکاری، نیاز مالی، آورده طرف ایرانی و مسیر پیگیری، به‌تنهایی منجر به تجارت یا سرمایه‌گذاری نمی‌شود. اگر قرار است عضویت ایران در بریکس از منظر اقتصادی ارزیابی شود، معیار موفقیت باید در افزایش تجارت، سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، انتقال فناوری و کاهش هزینه مبادله برای بنگاه‌های ایرانی دیده شود.

از این منظر، لازم است اهداف اقتصادی در مرکز بهره‌برداری ایران از بریکس قرار گیرد. بریکس علاوه بر بعد سیاسی و دیپلماتیک، ظرفیت‌هایی در حوزه تجارت، پرداخت، تأمین مالی، سرمایه‌گذاری، زنجیره ارزش، لجستیک و فناوری ایجاد کرده است. بهره‌برداری مؤثر زمانی شکل می‌گیرد که حضور ایران در این ساختارها به پرونده‌های مشخص اقتصادی، قراردادهای تجاری، پروژه‌های سرمایه‌گذاری و همکاری‌های فناورانه تبدیل شود.

یکی از موضوعات مهم در این چارچوب، عضویت ایران در بانک توسعه نوین(NDB) است. ایران عضو بریکس است، اما در حال حاضر در فهرست اعضای بانک توسعه نوین قرار ندارد و عضویت در این بانک مستقل از عضویت در بریکس است و موانع عضویت ایران باید رفع شود.

موضوع مهم دیگر، موانع ناشی از تحریم‌ها و محدودیت‌های بانکی و مالی است. اعلامیه دهلی‌نو ۲۰۲۶ بریکس به‌صراحت با اقدامات قهری یک‌جانبه و تحریم‌های اقتصادی و ثانویه‌ای که خارج از چارچوب شورای امنیت سازمان ملل اعمال می‌شوند مخالفت کرده است. با این حال، این موضع سیاسی به‌خودی‌خود به معنای رفع عملی محدودیت‌های بانکی، بیمه‌ای، تسویه یا الزامات تطبیق و مدیریت ریسک برای شرکت‌ها و بانک‌ها نیست. بنابراین اگر قرار باشد عضویت ایران در بریکس به افزایش واقعی مبادلات منجر شود، باید هم‌زمان امکان ایجاد مسیرهای قانونی، قابل اتکا و کم‌هزینه برای پرداخت، تأمین مالی، بیمه، حمل‌ونقل و تسویه با کشورهای عضو از طریق کاهش تحریم‌ها فراهم شود.

در نتیجه، بهره‌برداری اقتصادی از بریکس برای ایران را می‌توان در سه سطح دید؛ نخست، آماده‌سازی بنگاه‌ها و پروژه‌های واقعی؛ دوم، دسترسی به سازوکارهای مالی و توسعه‌ای مانند بانک توسعه نوین، ضمانت‌های چندجانبه بریکس، پلتفرم جدید سرمایه‌گذاری بریکس و ابزارهای تأمین مالی تجارت؛ و سوم، کاهش موانع عملی مبادله از جمله محدودیت‌های پرداخت، تأمین مالی، بیمه، لجستیک و ریسک‌های ناشی از تحریم. تنها در چنین شرایطی است که عضویت در بریکس می‌تواند از یک دستاورد نهادی و سیاسی به یک مزیت اقتصادی قابل سنجش برای بخش خصوصی ایران تبدیل شود.

از منظر بخش خصوصی، بهره‌برداری واقعی از عضویت ایران زمانی اتفاق می‌افتد که بریکس به تجارت بیشتر، سرمایه‌گذاری بیشتر، تأمین مالی در دسترس‌تر، انتقال فناوری و کاهش هزینه مبادله منجر شود. در غیر این صورت، فاصله میان عضویت نهادی و منفعت اقتصادی همچنان باقی خواهد ماند.

آینده همکاری بریکس در حوزه سلامت

تشکیل «جامعه سلامت جنوب جهانی»، استعاره یا یک واقعیت نهادی نوین؟



مریم تاج‌آبادی

نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران و رئیس کارگروه غذا، کشاورزی و محیط‌زیست WBA

بریکس در نشست سران ۲۰۲۶ دهلی نو، همکاری بهداشتی را به سطح راهبردیِ بی‌سابقه‌ای ارتقا داد و چهار ستون «تاب‌آوری، نوآوری، همکاری و پایداری» را تثبیت کرد. در نشست‌های شورای تجاری در راستای اهداف تبیین‌شده در نشست سران و وزرای بهداشت، فرصت‌های محوری همکاری سلامت بریکس در حوزه‌های مراقبت‌های اولیه سلامت، سامانه‌های هشدار زودهنگام، سلامت دیجیتال و هوش مصنوعی، گذار علمی طب سنتی، تولید محلی واکسن و دارو، و مکانیزم‌های تأمین مالی پایدار بررسی شد. کشورهای عضو بریکس با در اختیار داشتن نزدیک به نیمی از جمعیت جهان و حدود ۳۰ درصد تولید ناخالص جهانی، در حال گذار از پذیرنده قواعد در زنجیره ارزش جهانی به شکل‌دهنده قواعد در زنجیره ارزش منطقه‌ای هستند. با این حال، هماهنگ‌سازی مقررات، مالکیت فکری و پایداری مالی همچنان چالش‌های جدی باقی می‌مانند.

حکمرانی جهانی سلامت مدت‌هاست که در انحصار تعداد محدودی از کشورهای توسعه‌یافته و نهادهای چندجانبه تحت رهبری آن‌ها قرار دارد. همه‌گیری کووید-۱۹ در سال ۲۰۲۰ ضعف‌های ساختاری این نظام را بی‌پرده آشکار کرد: هنگام گسست زنجیره تأمین، کشورهای در حال توسعه در انتهای صف توزیع واکسن و تجهیزات پزشکی قرار گرفتند. دقیقاً در همین بستر بود که همکاری سلامت بریکس از حاشیه به متن آمد.

در سپتامبر ۲۰۲۶، هجدهمین نشست سران بریکس در دهلی نو با شعار «ساختن برای تاب‌آوری، نوآوری، همکاری و پایداری» برگزار شد. تعهدات بریکس در زمینه مراقبت‌های اولیه سلامت، آمادگی برای همه‌گیری‌ها، دسترسی عادلانه به فناوری‌های سلامت و تأمین مالی پایدار، سلامت مردم کشورهای عضو و سلامت جهانی را تقویت خواهد کرد. در این دوره گذار همکاری سلامت بریکس از مرحله اعلام سیاسی به مرحله نهادسازی عملی کاملاً مشهود و در مبادلات و معاملات کشورهای عضو هویدا بود.

مبانی نهادی همکاری سلامت بریکس

حوزه‌های اولویت‌دار پیشنهادشده توسط کشور هند به عنوان رئیس دوره‌ای بریکس در سال ۲۰۲۶ در بندهای مجزا شامل تقویت زیرساخت‌های بهداشتی، آمادگی برای همه‌گیری‌ها، سلامت دیجیتال، طب سنتی، هماهنگ‌سازی چارچوب‌های نظارتی، تربیت نیروی انسانی متخصص در حوزه سلامت، تحقیق و توسعه مشترک و دسترسی به داروهای اساسی بود. این چارچوب، موضوعات پراکنده همکاری را به یک نظام به‌هم‌پیوسته تبدیل کرد. در این راستا تأسیس نهادهای جدید مانند سامانه جامع هشدار زودهنگام بریکس، شبکه مؤسسات ملی بهداشت عمومی، شبکه عملیاتی عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت و سبک زندگی سالم، شبکه سلامت روان پیشنهاد و ریل‌گذاری شد. این نهادها فراتر از تبادل اطلاعات عمل می‌کنند و وظایف اساسی اشتراک داده، ظرفیت‌سازی و هماهنگی واکنش را بر عهده دارند.

یکی از مهم‌ترین اهداف تبیین‌شده در این دوره ایجاد زیرساخت مشترک استانداردسازی و یکپارچه‌سازی رگولیشن در کشورهای عضو بریکس است. بدون شک اولین قدم در ایجاد زنجیره مشترک در کشورهای عضو تبیین و پذیرش متقابل استانداردهای کشورهای عضو است.

مراقبت‌های اولیه سلامت و تاب‌آوری نظام سلامت

تاب‌آوری به عنوان ستون نخست همکاری سلامت بریکس تعیین شده است. نظام سلامت تاب‌آور از مراقبت‌های اولیه‌ای آغاز می‌شود که به همه، به‌ویژه جوامع دورافتاده و آسیب‌پذیر، دسترسی داشته باشد. از سوی دیگر مزیت ساختاری بریکس در اینجاست که کشورهای عضو آن طیفی از نظام‌های بهداشتی بسیار پیشرفته تا اقتصادهایی را که هنوز نیازمند گسترش چشمگیر پوشش مراقبت پایه هستند در بر می‌گیرد.

نظارت و واکنش به بیماری‌های واگیر فرامرزی مدت‌ها به شبکه جهانی سازمان جهانی بهداشت وابسته بوده، اما سرعت واکنش این شبکه در مراحل اولیه همه‌گیری بارها زیر سؤال رفته است. لذا ایجاد کمربند ایمنی هشدار منطقه‌ای از اولویت‌های اجرایی در کشورهای عضو بریکس تعریف شده است.

سلامت دیجیتال و هوش مصنوعی

سلامت دیجیتال از نظر امکان‌پذیری فنی و ظرفیت مقیاس‌پذیری، یکی از امیدبخش‌ترین حوزه‌های همکاری بریکس است. هند در نشست سران تجربه خود در زیرساخت عمومی دیجیتال را ارائه کرد: مأموریت دیجیتال Ayushman Bharat، مراکز Ayushman Arogya Mandir و سکوی پزشکی از راه دور E-Sanjeevani، که در عمل اثربخشی ابزارهای دیجیتال در دموکراتیزه‌کردن خدمات سلامت را اثبات کرده‌اند.

انتشار چارچوب معماری سلامت دیجیتال بریکس چارچوب مفهومی برای هم‌کنش‌پذیری میان کشورهای عضو فراهم کرد. منطق محوری آن این است که از طریق پروتکل‌های استاندارد تبادل داده سلامت، بیماران مناطق دورافتاده می‌توانند بدون نیاز به ساخت نظام‌های ارجاع فیزیکی پرهزینه و زمان‌بر، از حمایت تشخیصی متخصصان شهری بهره‌مند شوند. اگرچه از این روش در ائتلاف‌های بین کشوری دیگر مانند ECO نیز بهره برده شده است.

چشم‌انداز علوم مختلف از کاربرد هوش مصنوعی تا بیوتکنولوژی، کاربرد سل‌تراپی تا شواهد مبتنی بر طب سنتی و گیاهان دارویی می‌توانند نقش هم‌افزا در محیط‌های کم‌منبع ایفا کنند.

گذار علمی طب سنتی

به رسمیت شناختن رسمی طب سنتی در چارچوب بریکس، رویداد شاخص سال ۲۰۲۶ است. بیانیه شانزدهمین نشست وزیران بهداشت برای نخستین بار بخش ویژه‌ای درباره طب سنتی، مکمل و یکپارچه (TCIM) گنجاند و کارگروه تخصصی TCIM بریکس را تأسیس کرد.

اهمیت این پیشرفت در آن است که طب سنتی را از چارچوب گفتمانی «میراث فرهنگی» خارج و در میدان اعتبارسنجی علمی و هنجارهای نظارتی قرار می‌دهد. بیانیه خواستار انجام مطالعات بالینی چندملیتی، اشتراک روش‌های تحقیق، ثبت کارآزمایی‌های بالینی طب سنتی در سکوهای ثبت مورد تأیید سازمان جهانی بهداشت و بهره‌گیری از هوش مصنوعی در پژوهش و آموزش TCIM شده است. این مسیر برای کشور ایران که از نظر تولید گیاهان دارویی قدمت کهن دارد موقعیتی بدیل برای انجام کارآزمایی‌های چندملیتی و ورود جدی به بازارهای منطقه‌ای فراهم می‌کند. اگر این همکاری بتواند چارچوبی فرامنطقه‌ای از استاندارد مواد اولیه، اصول کارآزمایی بالینی تا ثبت محصول ایجاد کند، طب سنتی می‌تواند به حوزه‌ای صنعتی با رقابت‌پذیری جهانی بدل شود.

تولید محلی واکسن و دارو

تحقیق و تولید واکسن، راهبردی‌ترین حوزه همکاری سلامت بریکس است. درس همه‌گیری کووید-۱۹ روشن بود: وابستگی به زنجیره تأمین جهانی متکی به تعداد محدودی تولیدکننده، در بحران به سرعت فرو می‌پاشد و کشورهای در حال توسعه طبیعتاً در انتهای صف توزیع قرار می‌گیرند.

مرکز تحقیق و توسعه واکسن بریکس از هماهنگی مجازی به عملیات واقعی گام نهاده است. در سومین نشست خود در برزیل (۲۰۲۵)، نمایندگان کشورها موضوعات ساختار حکمرانی، همکاری نظارتی و پیشـــنهاد واکسن سل را پیش بردند. هدف محوری این مرکز دستیابی به پیشرفته‌ترین فناوری واکسن نیست، بلکه ایجاد ظرفیت تولیدی است که در شرایط اضطراری بتواند به‌سرعت پاسخ دهد و نیازهای بریکس و جنوب جهانی را پوشش دهد.

در حوزه گسترده‌تر دارو، مزیت‌های نسبی هریک از کشورهای بریکس پایه همکاری را تشکیل می‌دهد: جایگاه مسلط هند در تولید داروهای ژنریک ارزان، ظرفیت مواد اولیه دارویی و پیشرفت دارویی چین، ظرفیت ایران در توسعه فناوری و دانش بیوتکنولوژی، توانمندی پزشکی هسته‌ای و تشخیصی روسیه و بنیان پژوهش بهداشت عمومی برزیل. یکپارچه‌سازی این توانمندی‌های پراکنده در قالب یک شبکه تولید هماهنگ، کلید کاهش وابستگی به منبع واحد است.

مکانیزم‌های تأمین مالی پایدار

پایداری تأمین مالی سلامت، پیش‌شرط مادی همه ابتکارات همکاری است. تأمین مالی جهانی سلامت در ســال گذشته با کاهش بودجه کمک‌کنندگان اصلی ضربه خورد، و همین بحران به‌جای توقف، انگیزه‌ای برای الگوهای تأمین مالی جایگزین در بریکس فراهم کرد.

نقش بانک توسعه نوین در تأمین مالی زیرساخت‌های سلامت بریکس شایان توجه است. در ژانویه ۲۰۲۶، نخستین پروژه بیمارستان هوشمند عمومی برزیل و تأمین مالی ۳۲۰ میلیون دلاری از بانک توسعه نوین کلید خورد. این نمونه نشان می‌دهد پیوند میان مکانیزم مالی بریکس و همکاری سلامت امکان‌پذیر است و خروجی واقعی فراتر از نمادگرایی دارد. از سوی دیگر به منظور توســعه فناوری در کسب و کارهای نوپا حمایت MSMEها در دستور کار بریکس قرار گرفت.

چالش‌ها و محدودیت‌ها

آینده همکاری سلامت بریکس بی‌ابهام نیست. ناهمگونی نظام‌های نظارتی، تفاوت‌های چشمگیر در استانداردهای تأیید دارو، اصول کارآزمایی بالینی و نظام مالکیت فکری میان کشورهای عضو وجود دارد.

فشار ژئوپلیتیک خارجی از دیگر چالش‌هاست. برخی ناظران غربی همکاری سلامت بریکس را چالشی برای نظم موجود سلامت جهانی تفسیر می‌کنند. هرچند محتوای واقعی همکاری عمدتاً بر هماهنگی فنی و ظرفیت‌ســازی متمرکز است، اما روایت تقابلی می‌تواند بر روابط با نهادهای موجود مانند سازمان جهانی بهداشت تأثیر بگذارد.

معنای عمیق همکاری سلامت بریکس در تأسیس نظام سلامت جهانی جایگزین نیست، بلکه در ارائه منطق انتخابی متفاوت برای کشــورهای جنوب جهانی است. پیش‌فرض پنهان حکمرانی موجود سلامت جهانی این است: نوآوری در شمال تولید می‌شود و جنوب می‌پذیرد؛ اســتاندارد در شمال وضع می‌شود و جنوب تبعیت می‌کند؛ سرمایه از شمال می‌آید و جنوب مصرف می‌کند؛ همکاری بریکس می‌کوشد این فیلم‌نامه را در هریک از این حلقه‌ها بازنویسی کند. بریکس با نزدیک به نیمی از جمعیت جهان، حدود ۳۰ درصد تولید اقتصادی و ترکیبی متنوع از توانمندی‌ها از تولید داروهای ژنریک تا سلامت دیجیتال، از بیوتکنولوژی و پزشــکی هسته‌ای تا طب سنتی و گیاهان دارویی، در صورت تحقق هم‌افزایی از طریق ترتیبات نهادی مؤثر، قدرتی به دست خواهد آورد که می‌تواند دستور کار حکمرانی جهانی سلامت را تحت تأثیر قرار دهد. اینکه ایران با توجه به محدودیت‌های مراودات مالی به‌عنوان یکی از کشورهای عضو بریکس با تکیه بر دانش چندهزارساله طب سنتی و گیاهان دارویی از یک سو و دانش بیولوژی و توسعه آخرین فناوری‌های روز جهانی در کجای این زنجیره قرار می‌گیرد پرسشی است که به تأمل و ارائه راهکار سیاسی اقتصادی نیاز دارد.

بیانیه نشست سران ۲۰۲۶ سلامت را در تلاقی چهار موضوع «تاب‌آوری، نوآوری، همکاری و پایداری» قرار داد. خرد این چارچوب در آن اســت که همزمان به چهار نیاز پاســخ می‌دهد: پیشــگیری از بحران (تاب‌آوری)، پیشرفت فناوری (نوآوری)، اقدام جمعی (همکاری) و تأمین مالی بلندمدت (پایداری). اگر بریکس بتواند تعهدات سیاســی بیانیه را به اقدامات عملیاتی و قابل سنجش تبدیل کند، در دهه آینده ممکن است توازن قدرت در حکمرانی جهانی سلامت دستخوش بازتوازنی واقعی شود.

چندجانبه‌گرایی در روزهای سخت

بهره‌برداری اقتصادی، حلقه مفقوده دیپلماسی ایران



حسام‌الدین حلاج

معاون امور بین‌الملل و توسعه تجارت اتاق تهران

در ســال‌های اخیــر، ایران بــه مجموعــه‌ای از سازوکارهای مهم منطقه‌ای و بین‌المللی پیوسته یا همکاری اقتصادی خود را با آنها توسعه داده است؛ از بریکس و ســازمان همکاری شانگهای گرفته تا اتحادیه اقتصادی اوراسیا و سازوکارهای قدیمی‌تری مانند اکو و دی‌هشــت. هریــک از این ترتیبات، با ماهیت و کارکرد متفاوت، بخشــی از اقتصادهای مهم پیرامون ایران و جهان در حال توسعه را دربر می‌گیرند.

ابعاد این ظرفیت قابل توجه اســت. ســازمان همکاری شانگهای امروز حدود ۴۰ درصد جمعیت و نزدیک به یک‌چهارم تولید ناخالص داخلی جهان را دربرمی‌گیرد. کشــورهای دی‌هشــت نیز مجموعاً بیش از ۱.۲۸ میلیارد نفر جمعیت و بیش از ۵ تریلیون دلار تولید ناخالص داخلی دارند. در بریکس نیز تجارت کالایی میان اعضا طی دو دهه گذشته بیش از ۱۳ برابر شده و در سال ۲۰۲۴ به حدود ۱.۱۷ تریلیون دلار رسیده است. این اعداد، فارغ از ملاحظات سیاسی، از وجود یک ظرفیت بزرگ بازار، سرمایه، فناوری، انرژی و تجارت حکایت دارد.

اما اهمیت این سازوکارها برای ایران را نباید در تقابل با روابط اقتصادی متعارف کشور یا به عنوان جایگزینی برای سایر بازارهای جهانی تعریف کرد. اقتصاد ایران به توســعه روابط اقتصادی متوازن، متنوع و تا حد امکان گســترده با جهان نیاز دارد. مســئله چیز دیگری است: در شرایطی که یکجانبه‌گرایی، تحریم و استفاده فزاینده از ابزارهای مالی و تجاری برای اعمال فشــار، دسترســی اقتصاد ایران به بخشی از ظرفیت‌های جهانی را دشوار کرده است، منطقی نیست ظرفیت‌هایی را که هم‌اکنون در اختیار داریم، کم‌استفاده رها کنیم.

ما در برخی از این ترتیبات کرســی رســمی داریم، با بســیاری از کشورهای عضو روابط سیاسی مناسب برقرار است و در مواردی سازوکارهای مالی، تجاری، حمل‌ونقلی و حتی تعرفه‌ای نیز پیش‌بینی شده است. اینها ظرفیت‌هایی هستند که از قبل ایجاد شده‌اند و به‌ویژه در روزهای سخت باید بتوان از آنها استفاده کرد.

از عضویت تا بهره‌برداری

اینجا البته باید میان «عضویت» و «بهره‌برداری اقتصادی از عضویت» تفاوت قائل شد.

تجربه ایران در همکاری‌های منطقه‌ای و چندجانبه کم نیســت. در طول سال‌ها در اجلاس‌های متعدد شــرکت کرده‌ایم، اسناد و موافقت‌نامه‌های مختلفی به امضا رسیده و کمیته‌ها، شــوراها و کارگروه‌های بسیاری تشکیل شده است. اینها بخشی ضروری از دیپلماسی اقتصادی است، اما نقطه پایان آن نیست.

شــاید لازم باشــد در کنار گزارش تعداد اجلاس‌ها، اسناد و نشست‌ها، سؤال دیگری را نیز جدی‌تر مطرح کنیــم: هریک از این عضویت‌ها چه میزان تجارت،

سرمایه‌گذاری، پروژه مشترک و ارتباط پایدار میان بنگاه‌ها ایجاد کرده است؟

پاسخ به این پرسش، به‌ویژه از منظر بخش خصوصی اهمیت دارد. برای یک بنگاه اقتصادی، موفقیت یک سازوکار بین‌المللی نهایتاً باید جایی در بازار، هزینه مبادله، دسترسی به شریک تجاری، حمل‌ونقل، تأمین مالی یا سرمایه‌گذاری خود را نشان دهد.

برای مثال، سازمان همکاری شانگهای تنها یک چارچوب سیاسی و امنیتی نیست. شورای تجاری، کنسرسیوم بین‌بانکی و موافقت‌نامه تسهیل حمل‌ونقل جاده‌ای از جمله ظرفیت‌های اقتصادی موجود در این سازمان است. بریکس نیز در کنار سازوکارهای دولتی، شورای تجاری و ۹ کارگروه تخصصی در حوزه‌هایی مانند تجارت و سرمایه‌گذاری، خدمات مالی، حمل‌ونقل و لجستیک، کشاورزی، صنعت، انرژی، اقتصاد دیجیتال و هوش مصنوعی دارد. دی‌هشت نیز موافقت‌نامه تجارت ترجیحی و سازوکارهای همکاری بخش خصوصی دارد و کشورهای عضو آن هدف افزایش تجارت درون‌گروهی را دنبال می‌کنند.

بنابراین مسئله امروز الزاماً ایجاد ساختارهای جدید نیست. پیش از آن باید دید از ساختارهای موجود تا چه اندازه استفاده کرده‌ایم.

اوراسیا؛ وقتی یک موافقت‌نامه به برنامه کاری تبدیل می‌شود

تجربه همکاری ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا از این جهت قابل توجه است. موافقت‌نامه تجارت آزاد ایران و اتحادیه، برخلاف بسیاری از اسناد کلی همکاری، مستقیماً با تعرفه، دسترسی به بازار و تجارت کالا سروکار دارد. اما حتی کاهش تعرفه نیز بدون شناخت بازار، ارتباط بنگاه‌ها، حمل‌ونقل مناسب، حل مسائل بانکی، استاندارد و گمرک، الزاماً به افزایش تجارت منجر نمی‌شود.

در اتاق بازرگانی تهران تلاش کرده‌ایم در کنار ظرفیت حقوقی این موافقت‌نامه، زیرساخت نرم استفاده بخش خصوصی از آن نیز شکل بگیرد. برگزاری همایش و نمایشگاه تجارت با اوراسیا، نشست‌ها و پنل‌های تخصصی درباره حمل‌ونقل و ترانزیت، بانک، بیمه و نقل‌وانتقال پول، گمرک و استاندارد، برنامه‌های کشورمحور و همچنین تبادل هیئت‌های تخصصی و حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌ها، بخشی از این تلاش بوده است.

البته اینجا هم باید مراقب یک خطای آشنا باشیم: برگزاری نمایشگاه، همایش و اعزام هیئت نیز خود نتیجه نیست. اینها زمانی ارزش اقتصادی پیدا می‌کنند که به قرارداد، حل یک مانع، یافتن یک شریک یا ایجاد یک مسیر پایدار تجاری منجر شوند.

بریکس، از حضور نهادی تا پروژه

همین نگاه را می‌توان درباره بریکس یک گام جلوتر برد. شورای تجاری بریکس ۹ کارگروه تخصصی دارد و تقریباً برای تمام آنها در اتاق تهران کمیسیون یا ساختار تخصصی متناظر وجود دارد. این همپوشانی یک فرصت عملیاتی ایجاد می‌کند. می‌توان کمیسیون‌های تخصصی اتاق را به کارگروه‌های مرتبط متصل کرد، شرکت‌های بزرگ، معتبر و دارای ظرفیت بین‌المللی را به این فرآیند وارد کرد و در هر حوزه به جای طرح مجموعه‌ای از موضوعات کلی، چند پروژه مشخص و قابل پیگیری تعریف کرد.

با همین رویکرد، اتاق تهران در دوره اخیر تلاش کرده حضور خود در شورای تجاری بریکس را فعال‌تر کند و پیشنهاد میزبانی دبیرخانه اجرایی بخش ایرانی این شورا در اتاق تهران نیز با همین نگاه مطرح شده است.

هدف از چنین دبیرخانه‌ای نباید افزودن یک ساختار اداری دیگر باشد. اگر حاصل آن صرفاً برگزاری جلسه، تنظیم صورتجلسه و مکاتبه باشد، اتفاق تازه‌ای رخ نداده است. کارکرد دبیرخانه باید ایجاد اتصال میان بنگاه‌های ایرانی، کمیسیون‌های تخصصی اتاق، کارگروه‌های بریکس و شرکت‌های کشورهای عضو و مهم‌تر از آن، پیگیری پروژه‌ها تا رسیدن به نتیجه باشد.

حضور اخیر هیئت اتاق تهران در نشست‌های شورای تجاری بریکس در هند نیز با همین نگاه دنبال شد؛ شناخت مستقیم سازوکار کارگروه‌ها، توسعه ارتباط با بخش‌های ملی و شرکت‌های کشورهای عضو و بررسی زمینه‌هایی که می‌توان از دل آنها همکاری مشخص اقتصادی تعریف کرد.

کرسی‌هایی که باید از آنها استفاده کرد

نباید از بریکس، شانگهای، اوراسیا، اکو یا دی‌هشت انتظار معجزه داشت. این سازوکارها تحریم را از میان نمی‌برند، مشکلات نظام بانکی ما را حل نمی‌کنند و جای اصلاحات ضروری در محیط کسب‌وکار و سیاست تجاری کشور را نیز نمی‌گیرند. همچنین هیچ‌یک از آنها نباید بهانه‌ای برای محدودکردن روابط اقتصادی ایران با سایر بخش‌های جهان باشد. اما نادیده‌گرفتن ظرفیت آنها نیز خطاست.

در شرایطی که تجارت خارجی ایران با محدودیت‌های جدی روبه‌روست، دسترسی به مجموعه‌ای از بازارهای بزرگ، سازوکارهای رسمی همکاری، شبکه‌های بانکی و تجاری، کریدورهای حمل‌ونقل و نهادهای بخش خصوصی، یک دارایی است. بخشی از هزینه سیاسی و دیپلماتیک ایجاد این دسترسی نیز قبلاً پرداخت شده و کرسی ایران در بسیاری از این ترتیبات فراهم شده است.

حالا سؤال باید این باشد که با این کرسی‌ها چه می‌کنیم؟

شاید وقت آن رسیده باشد که برای هریک از این سازوکارها، به‌جای یک فهرست بلند از ظرفیت‌ها، تعداد محدودی هدف اقتصادی مشخص تعیین کنیم؛ چند مانع قابل رفع، چند بازار اولویت‌دار، چند پروژه سرمایه‌گذاری، چند مسیر حمل‌ونقل و چند همکاری بانکی و تجاری. سپس یک یا دو سال بعد، عملکرد خود را نه با تعداد نشست‌ها، بلکه با نتیجه همین پروژه‌ها بسنجیم.

سیاست خارجی می‌تواند مسیر را باز کند و کرسی را در اختیار کشور قرار دهد؛ تبدیل این فرصت به تجارت و سرمایه‌گذاری، بدون حضور فعال بخش خصوصی ممکن نیست.

این سازوکارها قرار نیست جای جهان را برای اقتصاد ایران بگیرند؛ اما بخشی از جهان‌اند که امروز امکان کار با آن را داریم. در روزهایی که دسترسی به بسیاری از مسیرها دشوارتر شده، شاید اولین قاعده تاب‌آوری همین باشد: از مسیرهایی که باز است، بهتر استفاده کنیم.

نباید از بریکس، شانگهای، اوراسیا، اکو یا دی‌هشت انتظار معجزه داشت. این سازوکارها تحریم را از میان نمی‌برند، مشکلات نظام بانکی ما را حل نمی‌کنند و جای اصلاحات ضروری در محیط کسب‌وکار و سیاست تجاری کشور را نیز نمی‌گیرند. همچنین هیچ‌یک از آنها نباید بهانه‌ای برای محدودکردن روابط اقتصادی ایران با سایر بخش‌های جهان باشد. اما نادیده‌گرفتن ظرفیت آنها نیز خطاست

جشن‌نامه

گزارش دهمین دوره مراسم امین‌الضرب

عکس‌ها:
هادی زند
سبحان فرج ون
شایان محرابی
گاتا ضیاتبری
سعید عامری



شکوه بخش خصوصی

تقدیر از هفت کارآفرین برتر کشور در دهمین دوره جشنواره کارآفرینی امین‌الضرب





دهمین دوره جشنواره کارآفرینی امین‌الضرب برگزار شد

تجلیل از هفت کارآفرین برتر

در دهمین دوره از همایش کارآفرینی امین‌الضرب که توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با همکاری بنیاد فرهنگی امین‌الضرب در شامگاه ۲۱ شهریورماه در تالار وحدت برگزار شد، از پیشگامان عرصه تولید و کارآفرینی تجلیل شد. هفت برگزیده این دوره از همایش امین‌الضرب پس از دریافت تندیس، لوح و نشان این رویداد، با روایت چند دهه فعالیت در اقتصاد ایران، بر این نکته تاکید کردند که کارآفرینی تنها به راه‌اندازی یک کسب‌وکار محدود نمی‌شود، بلکه تلاشی مستمر برای تولید، اشتغال‌آفرینی، اعتمادسازی، تاب‌آوری و امیدآفرینی است.

دهمین دوره از همایش کارآفرینی امین‌الضرب با حضوراعضای هیئت‌رئیسه اتاق تهران و اتاق ایران و جمع کثیری از کارآفرینان و فعالان اقتصادی بخش‌خصوصی در شامگاه ۲۱ شهریورماه برگزار شد. محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران، با اشاره به شرایط دشوار ماه‌های گذشته و به تعویق افتادن مراسم، برگزاری دهمین جشنواره امین‌الضرب را فرصتی برای تقدیر از ایستادگی و تاب‌آوری بخش خصوصی دانست. او گفت فعالان اقتصادی در دوران جنگ و پس از آن، با وجود دشواری‌ها، برای تأمین کالاهای اساسی و حفظ اشتغال تلاش کردند و اجازه ندادند بحران، سفره مردم و فعالیت اقتصادی کشور را به‌طور گسترده تحت تأثیر قرار دهد.

نجفی‌عرب با تاکید بر اینکه «اقتصاد ایران با مشکلاتی همچون تحریم‌ها، کاهش درآمدهای دولت، آسیب به برخی صنایع، افت قدرت خرید و ضعف سرمایه‌گذاری مواجه است» خواستار متناسب‌سازی سیاست‌ها و قوانین اقتصادی با شرایط جنگی شد. او به این نکته نیز اشاره کرد که نمی‌توان اقتصاد کشور را با مقررات دوران صلح اداره کرد و از سیاست‌گذاران خواست با پرهیز از سیاست‌زدگی و تندروی، تصمیمات خود را بر پایه علم اقتصاد و نظرات کارشناسی اتخاذ کنند.

رئیس اتاق تهران همچنین، کارآفرینی را به معنای ساختن آینده و یافتن نقطه امید در دل نارسایی‌ها توصیف کرد و با اشاره به تجربه بازسازی ژاپن پس از جنگ به نقش کارآفرینان در بازسازی اقتصاد ایران پرداخت. به گفته او، کشور برای عبور از این شرایط به مجاهدان میدان، دیپلماسی، مردم و به‌ویژه تلاشگران بخش تولید و اقتصاد نیاز دارد و با حفظ وحدت، انسجام ملی و تکیه بر خرد کارشناسی، ایران دوباره ساخته خواهد شد.







بیمارستان بازرگانان، نماد مسئولیت اجتماعی

در ادامه این مراسم، بهزاد کلانتری، رئیس بیمارستان بازرگانان به معرفی بیمارستان بازرگانان و ارائه دستاوردهای این بیمارستان که مدیریت آن را اتاق تهران بر عهده دارد، پرداخت. او با اشاره به اینکه «بیمارستان بازرگانان در سال ۱۳۲۸ با هدف خدمات‌رسانی به مردم و در راستای مسئولیت اجتماعی اتاق تهران که در آن زمان اتاق تجارت تهران خوانده می‌شد، راه‌اندازی شده است» افزود: این بیمارستان پس از یک دوره رو به افول، از سال ۱۳۹۵ بار دیگر به‌همت خیرین و متولیان بخش‌خصوصی در مسیر افزایش کیفیت خدمات درمانی قرار گرفته و روند توسعه‌ای خود را در یک دهه اخیر طی کرده است.

کلانتری با بیان این‌که «بیمارستان بازرگانان، نماد شاخص مسئولیت اجتماعی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، فعالان اقتصادی و به‌طور کلی بخش‌خصوصی است» اعلام کرد: در حال حاضر میزان رضایتمندی بیماران در این بیمارستان، بالای ۹۸ درصد است. طبق رتبه‌بندی‌های انجام‌شده در سال ۱۴۰۴، بیمارستان بازرگانان با رتبه یک عالی در صدر بیمارستان‌های خصوصی تهران و در فهرست پنج بیمارستان برتر کشور قرار گرفته است.

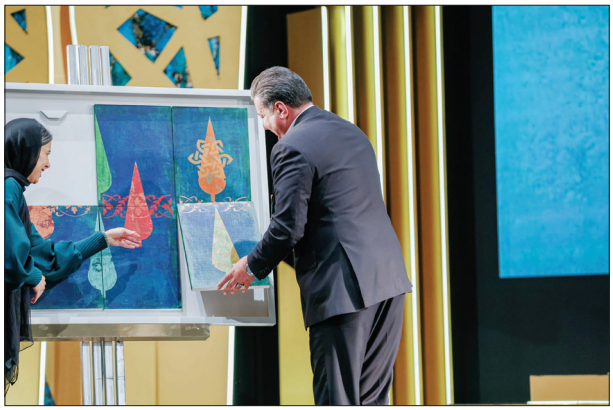
او با بیان اینکه «بیمارستان بازرگانان در چارچوب سه راهبرد ارتقای رضایتمندی مراجعان، بهبود کیفیت خدمات درمانی و توسعه زیرساخت‌ها» گام برمی‌دارد، از افتتاح قریب‌الوقوع کلینیک جدید این بیمارستان و رونمایی از پنل‌های خورشیدی آن خبر داد و گفت: به زودی یک ربات جراحی شکمی وارد این بیمارستان می‌شود تا با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز دنیا و با استمرار در خدمات‌رسانی، این بیمارستان همچنان مقصد درمانی و انتخاب مردم در حوزه سلامت باقی بماند. در ادامه این مراسم کتاب «آتش و خاکستر» از انتشارات امین‌الضرب معرفی شد و پس از معرفی داوران این دوره از همایش امین‌الضرب، نوبت به معرفی برگزیدگان رسید.

نظم و درستکاری در کارآفرینی

کاظم نصیری، بنیان‌گذار گروه صنعتی دلتا و صنایع لبنی رامک، که به همراه برادر خود، ابراهیم، رامک را پایه‌گذاری کردند، پس از دریافت تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب، از بانیان این مراسم برای یادآوری نام و نشان کارآفرینان در ایران، قدردانی کرد. نصیری با اشاره به اینکه او و خانواده کارآفرینش، بیش از ۶۵ سال به تولید و اشتغال مشغول هستند، نظم در حوزه کارآفرینی و درستکاری در حرفه تولید را بالاترین خصوصیتی عنوان کرد که به گفته وی، کارآفرینان در ایران باید به آن مقید باشند.

بنگاه‌های بزرگ یعنی امنیت

حمید کشاورز، هم‌بنیان‌گذار گروه صنعتی کروز نیز پس در دریافت تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب، به آغاز کسب وکار خود در ابتدای دهه ۶۰ در خیابان شکوفه تهران اشاره و تلاش برای توسعه کشور را سرفصل فعالیت‌های اقتصادی خود عنوان کرد. وی با این توضیح که مجموعه صنعتی کروز با ۹۵ هزار پرسنل فعال است، به پیچیدگی در اداره شرکت‌های سهامی عام در ایران اشاره کرد و گفت: تجربه مدیریتی من از سال ۱۳۹۵ و پس از ورود به گروه صنعتی بهمن و سپس ایران‌خودرو، این را نشان می‌دهد که یکی از دلایل عدم موفقیت کارآفرینان در کشور و فاصله گرفتن از روند توسعه، پیچیدگی‌هایی است که در اداره شرکت‌های بزرگ و سهامی عام وجود دارد. کشاورز با









بیان اینکه «داســـتان کارآفرینان در کشور، پرغصه است» افزود: متاسفانه در طول ادوار مختلف و دست‌کم طی یکصد سال اخیر در ایران، این درک و اهمیت برای زمامداران و تصمیم‌گیران کشور ایجاد نشده که ساخت و حفظ شرکت‌ها و کارآفرینان بزرگ، حتی از نان و آب هم مهم‌تر است. به گفته او، در طول دوره معاصر، بنگاه‌های بزرگ با عینک امنیتی نگریسته شده‌اند، حال آنکه کسب‌وکارهای بزرگ و ریشه‌دار، خود امنیت هستند. مدیرعامل گروه صنعتی کروز با تاکید بر اینکه «جوانان باید پا به میدان بگذارند و برای ورود به حوزه‌های مختلف کسب‌وکار ترس و واهمه نداشته باشند» افزود: نسل جوان و خلاق، باید برای توسعه و پیشرفت ایران وارد عرصه کسب و کار شود.

اهدای نشان امین‌الضرب به جوانان ایران

فردین عالیزاد، رئیس هیئت‌مدیره مجموعه ســـن‌ایچ به عنوان یکی دیگر از برگزیدگان دهمین دوره همایش امین‌الضرب، ضمن قدردانی از بنیان‌گذاران و بانیان نشان کارآفرینی امین‌الضرب، خود را نسل سوم این گروه تولیدی در صنعت غذا، معرفی کرد و با بیان اینکه «این گروه صنعتی در دهه ۴۰ خورشیدی در جایگاه نخستین تولیدکننده شکلات در غرب آســـیا قرار گرفت» افزود: پس از انقلاب اسلامی، واحد تولیدی خانوادگی ما که در حال توسعه در تولید و صادرات بود، مصادره شد و پس از مدتی، پدرم با پس‌اندازی که در اختیار داشت، فعالیت تولیدی در صنعت آبمیوه را آغاز کرد و امروز سن‌ایچ همچنان به تولید مشغول است. عالیزاد سپس با اشاره به اینکه نشان و لوح امین‌الضرب را به جوانان ایران تقدیم می‌کند، گفت: نسل امروز، توان و ظرفیت بسیار بالایی دارد و سیاست‌گذاران باید تمرکز خود را روی شکوفایی این جوانان بگذارند.

امین‌الضرب می‌تواند به نوبل اقتصاد ایران تبدیل شود

در ادامه این مراسم، مسعود خوانساری، رئیس بنیاد فرهنگی امین‌الضرب و از رئیس‌پیشین اتاق تهران که برای اهدای تندیس، لوح و نشـــان‌ها روی سن ایستاده بود، طی سخنانی







ضمن معرفی بنیاد فرهنگی امین‌الضرب، جشنواره کارآفرینی امین‌الضرب را یک نهال رو به رشد توصیف کرد و گفت: نهالی که ده سال پیش با عنوان نشان کارآفرینی امین‌الضرب پایه‌گذاری شد، اکنون درختی ریشه‌دار و تبدیل به بنیادی شده که می‌تواند رشد کند و در میان نسل‌های جدید کارآفرینان ماندگار شود.

او با ابراز امیدواری نسبت به اینکه «رویداد کارآفرینی امین‌الضرب، هر سال پررونق‌تر از ســـال قبل برگزار شود و روحیه کارآفرینی را در نسل‌های جدید تقویت کند» افزود: مسیر ده‌ساله‌ای که در این زمینه پشت سر گذاشته‌ایم، نماد استمرار و تعهد اتاق تهران به ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور بوده است. خوانساری با بیان اینکه «امیدبخشی به جوانان باید در اولویت قرار گیرد» افزود: در حال حاضر که کشور با چالش‌های اقتصادی و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها دست‌به‌گریبان است و متاسفانه امید در فضای کارآفرینی در حال کمرنگ شدن است، با هم‌فکری هیئت‌رئیسه اتاق تهران، تلاش کردیم تا جشنواره امین‌الضرب را به نهادی ماندگار تبدیل کنیم و از این طریق، نقشـــی در افزایش امید در نسل‌های مختلف ایفا کنیم. رئیس بنیاد فرهنگی امین‌الضرب با بیان این‌که «چشم‌انداز ما تبدیل نشان و لوح امین‌الضرب به نوبل اقتصاد ایران است» خاطرنشان کرد: اکنون با تشکیل ساختار رسمی بنیاد، انتخاب هیئت موسس و هیئت مدیره و با حضور برگزیدگان ادوار گذشته در مجمع بنیاد، امیدواریم در آینده با انسجام بیشتر بتوانیم اقدامات موثری را برای معرفی شایسته‌کارآفرینان و برگزاری پرشور این رویداد ملی به انجام برسانیم.

تضمین آینده صنعت کشور با اعتمادسازی در بازارهای جهانی

در بخش دیگری از این مراســـم، علیرضا جنتی، مدیرعامل گروه صنعتی گیتی‌پسند، تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب را دریافت کرد. جنتی پشت تریبون ایستاد و با اشاره به ضرورت اعتمادسازی و توجه به بخش تولید در کشور اعلام کرد: کارآفرینی تلاشی جمعی و فراتر از مدیریت فردی است. همان‌طور که پدرم، زنده‌یاد حاج ناصر جنتی، بنیان‌گذار گروه صنعتی گیتی‌پســـند بهما آموخت، تولید زمانی معنا می‌یابد که اشـــتغال‌آفرین و



امیدبخش باشد. تولید، تنها در سرمایه و تجهیزات خلاصه نمی‌شود؛ با اعتماد، احترام و سخت‌کوشی است که کارآفرینی و تولید به ثمر می‌نشیند.

برگزیده دهمین دوره از جشـــنواره کارآفرینی امین‌الضرب، کارآفرینی در شـــرایط دشـــوار را یک اقدام مسئولانه و فراتر از تولید کالا توصیف کرد و افزود: کارآفرینی، تنها راه‌اندازی کســـب‌وکار نیست و نیازمند تداوم، اشتغال‌زایی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تصمیم‌گیری‌های صحیح در بحران‌هاست. در عین حال، مسئولیت اجتماعی کارآفرینان، تربیت نسل آینده مدیران، سرمایه‌گذاری در زمینه تقویت دانش فنی، حضور در بازارهای جهانی و تلاش برای رقابت‌پذیری محصولات است.

جنتـــی با بیان این‌کـــه وظیفه اصلی صنعتگران در ایران این اســـت که با تکیه بر خودباوری، هویت «ساخت ایران» را در بازارهای بین‌المللی به‌عنوان نشانه اعتماد و کیفیت تثبیت کنند، از امیدواری نسبت به آینده صنعت کشور با بهره‌گیری از توان متخصصان و اراده صنعتگران سخن گفت.

امیدآفرینی وظیفه بخش خصوصی است

مریم زاهد، مدیرعامل گروه صنعتی سبزدشت نیز پس از دریافت نشان و لوح امین‌الضرب، همانند سایر برگزیدگان این دوره بر لزوم امیدآفرینی و تربیت نسل‌های جدید کارآفرینی تاکید کرد. زاهد در سخنان کوتاهی به دستاوردهای گروه صنعتی سبزدشت و ضرورت تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی در شرایط دشوار مانند تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی اشاره کرد و افزود: بخش خصوصی، با تکیه بر تخصص، اعتماد، شایسته‌سالاری و ایجاد یک فضای کسب‌وکار مبتنی بر عدالت می‌تواند بر تمامی موانع غلبه کند. او افزود: باید به نسل جوان امید بخشید و با تکیه بر خرد جمعی، انتقال دانش و تجربه، و خودباوری، آینده‌ای روشن‌تر را برای صنعت و اقتصاد ایران رقم زد.

نیروی انسانی، بزرگ‌ترین سرمایه هر کارآفرین

ناصـــر ریاحی، از فعالان حوزه اقتصاد سلامت که از ســـال ۱۳۵۸ با راه‌اندازی «بازرگانی ریاحی» مســـیر کارآفرینی خود را آغاز کرده و ســـابقه تاسیس بیش از پنجاه شرکت دارویی و کالای سلامت‌محور را در کارنامه خود دارد، در این دوره، تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب را دریافت کرد. ریاحی در سخنرانی کوتاهی، به اهمیت نیروی انسانی در رشد بنگاه‌های اقتصادی و اســـتمرار در تولید اشاره کرد و گفت: بزرگ‌ترین سرمایه هر بنگاه اقتصادی، وسعت کارخانه یا حجم فروش آن نیست بلکه سرمایه انسانی آن کسب‌وکار است. او همچنین اعلام کرد که در طول چهار دهه کارآفرینی آموخته که مسیر پیشرفت با اشـــتباه، شکست و دوباره برخاستن همراه اســـت. ریاحی افزود: تجربه در شکست به دست می‌آید و فعالان اقتصادی با صداقت در عمل، اعتمادسازی، شفافیت و اجرای نظام حاکمیت شرکتی می‌توانند بقا و اعتبار کسب‌وکارشان را تضمین کنند.

او در پایان ســـخنان خود به جوانان کارآفرین توصیه کرد که مســـیر را فدای مقصد نکنند. به‌گفته این فعال حوزه اقتصاد سلامت، مسیر همواره از مقصد زیباتر بوده و مقصد تنها یک بهانه برای ادامه دادن است و وقتی کارآفرینان این نکته را در زندگی و کار خود در نظر بگیرند، کمتر خسته خواهند شد و فعالیت‌هایشان را با اشتیاق و جدیت بیشتری دنبال خواهند کرد.

در این مراسم به رسم سال‌های گذشته، برگزیدگان، قطعات تابلویی را که تصویر سرو به عنوان نماد تاب‌آوری بر آن نقش بســـته تکمیل کردند که این تابلو در اختیار بنیاد فرهنگی امین‌الضرب قرار خواهد گرفت.











علیرضا جنتی مدیرعامل گروه صنعتی گیتی‌پسند

قهرمان تأسیسات ساختمانی

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

علیرضا جنتی متولد سال ۱۳۵۱ در شهر اصفهان است. او در خانواده‌ای صنعتگر متولد شد و امروز به عنوان نسل دوم، پرچم‌دار ادامه مسیر کسب‌وکاری است که پدرش (حاج ناصر جنتی) از اواخر دهه ۷۰ شروع کرد و علیرضا جنتی از نوجوانی به آن پیوست.

علیرضا جنتی دوران ابتدایی را در دبستان ذاکر و دوران راهنمایی را در مدرسه آیت‌الله ارباب اصفهان پشت سر گذاشت و پس از آن باتوجه به اینکه به کارهای فنی علاقه داشت وارد هنرستان ابوذر اصفهان شد و در رشته ماشین‌افزار تحصیل کرد و دیپلم گرفت.

همزمان با تحصیل در هنرستان، علیرضا جنتی به عنوان فعالیت پاره‌وقت در مجموعه فولاد سابان که پدر و عموهایش راه‌اندازی کرده بودند، مشغول به کار شد و به صورت عملی در بخش تولید، تراشکاری و امور فنی تجربه کسب کرد. او بعد از گرفتن دیپلم، در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲ به صورت تمام‌وقت در کارخانه فولاد سابان کار کرد تا اینکه به سربازی رفت و بعد از آن از سال ۱۳۷۷ در کنار پدرش و یکی از شرکای دیگر پدر (مصطفی وعیدی)، گروه صنعتی گیتی‌پسند را برای تولید محصولات ساختمان و تاسیسات ساختمانی احداث کردند. در ترکیب هیئت موسس گروه گیتی‌پسند، حاج ناصر جنتی ریاست هیئت مدیره، مصطفی وعیدی مدیرعامل و علیرضا جنتی نایب‌رئیس هیئت‌مدیره بود. پس از تشکیل گروه صنعتی گیتی‌پسند، علیرضا جنتی طی سال‌ها مدیریت مالی این مجموعه را برعهده داشت و مسئول اجرای طرح‌های توسعه و نوآوری در این مجموعه بود تا اینکه با فوت حاج ناصر جنتی براثر کرونا در سال ۱۳۹۹ و همچنین جدایی مصطفی وعیدی دیگر سهام‌دار این گروه تولیدی، مسئولیت کل این هلدینگ برعهده علیرضا جنتی گذاشته شد. علیرضا جنتی در ۵ سال گذشته به عنوان مدیرعامل هلدینگ گیتی‌پسند تلاش کرده است با یک برنامه‌ریزی راهبردی طرح‌های توسعه جدیدی را در این مجموعه اجرایی کند.

گروه صنعتی گیتی‌پسند هم‌اکنون به یکی از بزرگ‌ترین مجموعه‌های تولیدی در صنعت ساختمان و تأسیسات ساختمانی (آب و فاضلاب) تبدیل شده است. این شرکت که کار خود را با تاسیس سه مرکز تحقیقاتی پلیمر، مکانیک و برق در کنار راه‌اندازی دو واحد تولیدی شروع کرد، حالا به گروهی صنعتی با ۲۷ زیرمجموعه بدل شده است. این مجموعه صنعتی و بازرگانی هم‌اکنون در حوزه‌های شیمیایی، پلیمری، تاسیسات ساختمانی، متالورژی، کشاورزی، برق، مخابرات و معدن فعالیت می‌کند و برای بیش از ۳۵۰۰ نفر به صورت مستقیم اشتغال‌زایی کرده است.

از جمله تولیدات این شرکت می‌توان به لوله‌های پلیمری پنج‌لایه تلفیقی نیوپایپ، انواع اتصالات کوپلی، پرسی، رزوه‌ای، کلمپی و کلکتور با برند NPA، شیرآلات تاسیساتی SGP، لوله و اتصالات PPR و PP-RCT، تک‌لایه آذین لوله، لوله‌های سه‌لایه با الیاف شیشه با برند آذین و ابزارآلات سیستم لوله‌کشی SGP اشاره کرد. همچنین این مجموعه لوله و اتصالات پوش‌فیت فاضلابی با برند نیوفلکس، لوله و اتصالات فاضلابی PVC U با برند مولتی‌پایپ، لوله‌های فاضلابی پلی‌اتیلن با برند دیناپلیمر و چسب PVC U با برند SGP را تولید می‌کند. علاوه بر این‌ها این مجموعه لوله‌های آب‌رسانی در محدوده قطرهای اسمی استاندارد را تولید می‌کند و دارای ۱۰ خط تولید با جدیدترین تکنولوژی روز اروپا است. انواع عایق‌های حرارتی با برند سپهرفوم، انواع تایل وگچ برگ با برند باتیس هم از دیگر تولیدات این گروه صنعتی است.

گروه صنعتی گیتی‌پسند در زمینه مسئولیت اجتماعی و امور خیریه هم بسیار فعال است. گروه خیریه میراث صنعت ناصر در سال ۱۴۰۰ تاسیس شده و در حال حاضر بیش از ۵۰ مجموعه خیریه تحت پوشش این موسسه هستند. این مجموعه همچنین بخشی از هزینه‌های ساخت و نگهداری بیمارستان شکاف کام و بیمارستان کاشانی دیالیز را پرداخت می‌کند و تعداد زیادی مدرسه در سطح کشور ساخته است. همچنین این مجموعه باشگاه ورزشی بسیار موفقی دارد که در تیر ۱۳۸۹ علیرضا جنتی آن را راه‌اندازی کرد و به مدت ۱۰ سال مسئولیت مدیرعاملی آن را برعهده داشت. این باشگاه ورزشی در رشته‌های فوتسال، فوتبال، هندبال و والیبال فعالیت دارد. تیم فوتسال این باشگاه ۶ بار قهرمان لیگ برتر ایران شده و ۳ بار در لیگ قهرمانان آسیا حضور داشته است.





گودرز حکیم‌نژاد بنیان‌گذار آبسال

پیشکسوت صنعتی

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

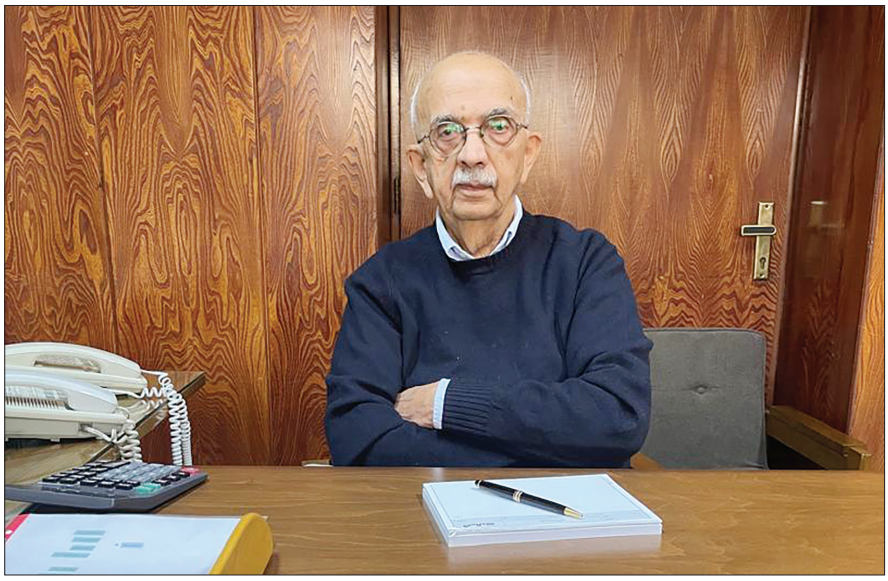
گودرز حکیم‌نژاد متولد سال ۱۳۲۴ است. پدرش علیقلی حکیم‌نژاد (درگذشته سال ۱۳۸۸) از صنعتگران پیشرو و بنام کشور محسوب می‌شود و در واقع او ادامه‌دهنده راه پدرش بوده است. سال ۱۳۳۵ گودرز یازده‌ساله بود که پدر، کارخانه «لعاب ایران» را در شمال شرقی تهران راه‌اندازی کرد و تا ۱۳۴۳ با تولید محصولاتی نظیر بشقاب، کاسه، قوری و... به فعالیت خود ادامه داد. سپس از سال ۱۳۴۳ با تولید اجاق گاز رومیزی، اجاق گاز فردار، انواع بخاری‌های گازسوز و نفت‌سوز و آبگرمکن گازی به جرگه تولیدکنندگان لوازم خانگی پیوست. این شرکت همراه با رشد کیفی و کمی و افزایش مداوم سرمایه و تولیدات، نام خود را در سال ۱۳۴۵ به اونیورسال (سهامی خاص) تغییر داد و در همین دوره (سال ۱۳۴۸) هم تولید مشهورترین محصول خود یعنی کولرهای آبی را شروع کرد که در حال حاضر بسیاری از افراد این کارخانه را با همین محصول می‌شناسند.

علاوه بر این گودرز حکیم‌نژاد در سال ۱۳۵۵ تصمیم گرفت که این مجموعه صنعتی را که روزبه‌روز بزرگ و بزرگ‌تر می‌شد به یک شرکت سهامی عام تبدیل کند، بنابراین نام این کارخانه به اونیورسال (سهامی عام) تبدیل شد. با پیروزی انقلاب، جنگ و تحولات سیاسی و مدیریتی کلان چند سالی چرخ صنعت کشور کند چرخید که این موضوع شامل حال کارخانه اونیورسال هم شد، ولی از سال ۱۳۶۲ مدیران این مجموعه همزمان با تغییر نام آن به آبسال تلاش‌های جدیدی را شروع کردند و توانستند در طول سال‌های بعد (۴۱ سال گذشته) و در شرایطی که بسیاری از رقبای قدیمی این شرکت همچون آزمایش و ارج از دور خارج شدند و یا تولیداتشان به شدت کاهش پیدا کرد، کار خود را توسعه دهند.

گودرز حکیم‌نژاد از جوانی و حدوداً آغاز دهه بیست‌سالگی خود، کار در کارخانه آبسال را در کنار پدرش شروع کرد و حالا حدود ۶۰ سال است که در این مجموعه کار می‌کند و سال‌های بسیاری است که مسئولیت مدیریت این کارخانه را به عنوان مدیرعامل برعهده دارد. او از جوانی تاکنون همیشه یک هدف مشخص در سر داشته است و آن هم تلاش برای پیشرفت کارخانه آبسال، توسعه این مجموعه و تبدیل شدن آن به یکی از برندهای اصلی تولید لوازم خانگی در کشور و منطقه خاورمیانه بوده است؛ هدفی که در تمام این سال‌ها با جدیت و خستگی‌ناپذیری آن را پی گرفته و توانسته با حفظ این مجموعه آبسال را به یکی از قدیمی‌ترین برندهای تولید لوازم خانگی در کشور با بیش از ۶۲ سال قدمت تبدیل کند. در حال حاضر این شرکت با سرمایه بالغ بر ۳۶۰ هزار میلیون ریال و ۷۵۰ نفر پرسنل فعالیت می‌کند.

شرکت آبسال هم‌اکنون از تکنولوژی روز برای تولید انواع محصولات خود بهره می‌برد و آزمایشگاه این شرکت جزو مجموعه‌های پیشرفته در کشور محسوب می‌شود که علاوه بر بررسی محصولات این مجموعه به موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران هم خدمات ارائه می‌دهد.

چندسالی است که گودرز حکیم‌نژاد مدیریت اجرایی کارخانه را به فرزندانش سپرده است و خود مسئولیت ریاست هیئت مدیره را برعهده دارد و اکنون نسل سوم، این کسب‌وکار خانوادگی را اداره می‌کنند.



گودرز حکیم‌نژاد، به دلیل بیماری و بستری در بیمارستان امکان حضور در مراسم را نداشت و سلطان حسین فتاحی، موسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت صنایع امرسان جایزه او را از محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق تهران دریافت کرد. فتاحی، پس از دریافت تندیس، لوح و نشان گودرز حکیم‌نژاد، ضمن آرزوی سلامتی برای هم‌صنفی خود از تلاش‌های بنیان‌گذار آبسال در توسعه صنعت لوازم خانگی تقدیر کرد و گفت: تلاش، تجربه و ایستادگی پیشکسوتان جامعه کارآفرینی، راز موفقیت و بقای کسب‌وکارها و عامل اصلی پیشرفت صنعتی در کشور است. تجربیات انباشت‌شده کارآفرینان پیشکسوت که در طول سال‌ها ایستادگی و نوآوری به دست آمده، سرمایه‌ای ملی است که در هیچ کتابی یافت نمی‌شود و ما وظیفه داریم با ایجاد بستری مناسب، این آموخته‌ها را به مدیران و صنعتگران جوان منتقل کنیم. این کارآفرین، در ادامه سخنان خود تاکید کرد: تعهد به تولید و اشتغال، بقا در شرایط سخت، تصمیم‌گیری‌های دقیق در مواقع بحرانی، تقویت دانش مدیریتی و بهره‌گیری از فناوری‌ها، موضوعاتی هستند که با انتقال تجربه از نسل‌های پیشین به نسل جوان کارآفرینان تقویت می‌شود. همچنین نباید از یاد برد که بهره‌گیری از فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی و پیوند نوآوری‌های نسل‌های جدید با تجربه ارزشمند پیشکسوتان، آینده روشنی را برای صنعت کشور رقم خواهد زد.



ناصر ریاحی موسس بیش از ۵۰ شرکت در حوزه دارو

ناجی جان‌ها

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

ناصر ریاحی متولد سال ۱۳۳۶ در تهران و فارغ‌التحصیل رشته حقوق از دانشگاه شهید بهشتی (دانشگاه ملی) است. او از سال ۱۳۵۸ و بعد از پیروزی انقلاب وارد محیط کار شد ولی باتوجه به نیاز کشور به دارو در شرایط انقلابی و جنگی، موسسه شخصی خود را به نام «بازرگانی ریاحی» با تمرکز بر تدارک دارو و تجهیزات پزشکی راه‌اندازی کرد. مجموعه‌ای که بنیانی شد برای تاسیس یا شراکت در تاسیس بیش از ۵۰ مجموعه صنعتی، تولیدی و خدماتی در حوزه‌های سلامت، دارو و... که برخی از آن‌ها مانند پالایشگاه پلاسما برای نخستین بار در کشور راه‌اندازی شده‌اند و بسیار پیشرو محسوب می‌شوند و بخشی از نیاز حیاتی کشور را در داخل تامین می‌کنند. فعالیت‌های ناصر ریاحی در طول چهار دهه گذشته را می‌توان راه‌اندازی و مشارکت در راه‌اندازی چهار گروه صنعتی و هلدینگ شامل گروه توسعه اقتصادی رادارو، گروه سرمایه‌گذاری دارویی بهفار، گروه توسعه اقتصادی اگزامون و گروه توسعه اقتصادی الگوریتم برتر برشمرد. در گروه توسعه اقتصادی رادارو شرکت‌ها و مجموعه‌های مهمی شامل مدوک زیست (اولین پالایشگاه پلاسمای کشور که در سال ۱۳۹۸ شروع به فعالیت کرد)، لابراتوار اهدای پلاسمای انسانی در تهران، کرج، گیلان، مشهد، کرمانشاه، ساری و... که در دهه ۸۰ کشورمان را در میان ۱۰ کشور برتر جهان در حوزه پلاسما قرار داد، دایا آرین دارو (تامین داروی مورد نیاز بیماران خاص)، صندوق سلامت تهران (اعطای وام و تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان)، آرتا شیمی (تولید مواد اولیه دارو) و... راه‌اندازی شده و فعالیت می‌کنند. همچنین ناصر ریاحی در سال ۱۳۸۰ با همراهی یکی از دوستانش گروه سرمایه‌گذاری دارویی بهفار را راه‌اندازی کرد که به مرور زمان در طول ۲۴ سال گذشته ۵ سهامدار دیگر هم به این مجموعه پیوسته‌اند. واحدهای صنعتی و تولیدی مهمی همچون داروسازی بهستان (تولید دارو)، بهستان فارمد (تولید داروهای سافت ژل)، شرکت دانش‌بنیان نوآوری دارویی بهستان (تولید داروهای بیوتکنولوژی)، بهستان پلاسما (تامین داروی مورد نیاز بیماران خاص)، بهستان دارو (واردات دارو)، بهستان پخش (پخش و توزیع دارو)، بهستان بهداشت (تامین‌کننده شیرخشک‌های اطفال دارای مشکلات متابولیک)، بهبد دارو (توزیع ملزومات دارویی و بهداشتی سالمندان) و ولیان دارو (تولید ملزومات چشمی، داروهای سرطانی، داروهای بیمارستانی، داروهای بیماری‌های نادر و تجهیزات پزشکی) در زیرمجموعه این گروه صنعتی قرار دارند. گروه توسعه اقتصادی اگزامون از دیگر مجموعه‌هایی است که ناصر ریاحی تاسیس کرده است. در زیرمجموعه این هلدینگ که برای ۸۱۴ نفر اشتغال مستقیم ایجاد کرده، شرکت‌هایی مانند گروه نوآوران دارویی کیمیا دانش‌بنیان (تولید داروهای ضد سرطان)، صنایع غذایی رامونا سلامت (تولیدکننده مواد غذایی فرا سودمند)، بهشاد دارو (تولید قراردادی مکمل‌های غذایی و دارویی)، روژین فارمد (تولید شربت مولتی سانستول و خرید این برند آلمانی جهت تولید در منطقه برای اولین بار در ایران)، شرکت توسعه بازار راسن (تولید بارهای پروتئین و فراوری کشمش و خرما و صادرات آن‌ها) و روژین دارو (واردات و تولید دارو) و... قرار دارند. این هلدینگ را ناصر ریاحی با مشارکت یکی از دوستانش (۵۰ درصد سهام) در اوایل دهه ۹۰ راه‌اندازی کرد. علاوه بر همه این‌ها، او گروه توسعه اقتصادی الگوریتم برتر را هم در دهه ۷۰ پایه‌گذاری کرد که در زیرمجموعه آن تاکنون شرکت‌هایی مانند کامران طب (تولیدکننده آنژیوکت)، طبیب یار (تولیدکننده نوارهای آزمایش قلب و سونوگرافی)، صانع درمان (تولیدکننده نخ‌های جراحی)، لست طب (تولیدکننده لوکوپلاست و چسب‌های پزشکی)، شرکت مدیریت تجهیزات پزشکی ایران، ۳ مرکز دیالیز (در قزوین، زنجان و ارومیه) و دیالیز تجهیز (واردکننده ست و دستگاه‌های دیالیز) احداث شده است. این هلدینگ ۵۸۴ نفر اشتغال مستقیم ایجاد کرده و با اتمام طرح‌های توسعه آن میزان اشتغال مستقیمش به ۸۰۰ نفر خواهد رسید. در کنار همه این‌ها مهم‌ترین پروژه در حال اجرای ناصر ریاحی تکمیل پالایشگاه پلاسما و احداث ۵ مرکز جدید اهدای پلاسما جهت تکمیل خوراک پالایشگاه پلاسما است. او همچنین در حال احداث یک کشت و صنعت در زمینه گیاهان دارویی و داروهای گیاهی سنتی است. ناصر ریاحی در طول چهار دهه گذشته در حوزه تشکلی هم بسیار فعال بوده و از جمله سمت‌های او می‌توان به ریاست هیئت‌مدیره اتحادیه واردکنندگان دارو (از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲)، عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران در دوره‌های هشتم و نهم (از ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۱) و عضو و خزانه‌دار هیئت‌رئیسه اتاق تهران (از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱) اشاره کرد. ریاحی در زمینه مسئولیت اجتماعی هم پیشرو است. مشارکت جدی و مستمر در پویش «ایران من» از ابتدا تا به امروز با احداث ۱۳۰ مدرسه روستایی، تامین هزینه زندگی و تحصیل ۱۰۰ دانش‌آموز به صورت ماهانه، مشارکت فعال در بازسازی بیمارستان بازرگانان و پرداخت کمک‌های مالی و عضویت در هیئت امنای خیریه امدادگران عاشورا و تامین ۱۰ درصد هزینه‌های این خیریه با ۴۰ شعبه بخشی از فعالیت‌های او در این حوزه است. در هلدینگ‌ها و شرکت‌هایی که ناصر ریاحی به‌تنهایی و با مشارکت دوستانش راه‌اندازی کرده است، بیش از ۴ هزار و ۲۰۰ نفر به صورت مستقیم مشغول به کار هستند.





مریم زاهد مدیرعامل گروه صنعتی سبزدشت

کارآفرین روزی‌رسان

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

مریم زاهد متولد سال ۱۳۴۵ در شهرستان ابهر در استان زنجان است. او در خانواده‌ای کارآفرین به دنیا آمد و در رشته نساجی دانشگاه امیرکبیر و رشته MBA تحصیل کرد. قصد داشت وارد حوزه تخصصی خود شود ولی سرنوشت مسیر دیگری را برای او رقم زد. جان باختن پدر و برادرش، مصطفی و علی زاهد در تصادف رانندگی باعث شد که او وارد صنعت طیور شود.

مصطفی زاهد از پیشگامان صنعت تولید مرغ گوشتی و تخمگذار در کشور بود که در سال ۱۳۵۳ فعالیت خود را در ابهر شروع کرد و بخشی از زمین‌های بایر این منطقه در استان زنجان را به یک کشت و صنعت بزرگ تبدیل و گروه صنعتی سبزدشت را پایه‌گذاری کرد. بعد از درگذشت مصطفی و علی زاهد، مریم زاهد به عنوان وارث اصلی مجموعه سبزدشت و نسل دوم این خانواده کارآفرین باید تصمیم می‌گرفت که این مجموعه را تعطیل کند یا اینکه راه پدر و برادرش را ادامه دهد. او باتوجه به سال‌ها تلاش پدر و همچنین اشتغال بیش از هزار نفر در این مجموعه در آن زمان، تصمیم گرفت خود مسئولیت مدیریت گروه صنعتی سبزدشت را قبول کند و مسیر پدر را ادامه و توسعه دهد. حالا با گذشت ۲۳ سال از آن روزها می‌توان گفت مریم زاهد کارنامه‌ای بسیار موفق و درخشان در این مجموعه از خود باقی گذاشته و نه‌تنها میزان اشتغال گروه صنعتی سبزدشت را به ۱۶۰۰ نفر اشتغال مستقیم افزایش داده، که تعداد واحدهای تولیدی این مجموعه را هم دو برابر کرده است.

این مجموعه که با هدف تأمین بخشی از نیازهای پروتئینی جامعه و حفظ استانداردهای جهانی در تولید مرغ شروع به کار کرد، حالا به یکی از پیشروترین زنجیره‌های تولیدی کشور تبدیل شده است. هلدینگ سبزدشت با سرمایه‌گذاری خصوصی و بهره‌گیری از نیروهای متخصص و فناوری‌های نوین، امروز یکی از کامل‌ترین زنجیره‌های تولید محصولات طیور در ایران شناخته می‌شود. از همان ابتدا، هدف این مجموعه ایجاد زنجیره‌ای یکپارچه در تولید محصولات پروتئینی بود که شامل تمامی مراحل از تولید مرغ اجداد تا محصولات نهایی قابل مصرف است. این مجموعه امروز در هفت استان کشور واحدهای تولیدی دارد و از زیرمجموعه‌های آن می‌توان به شرکت مرغ اجداد سبزدشت، مرغ اجداد کرمان، شرکت سبزدشت ابهر، شرکت سبزدشت گیلان، واحدهای جوجه‌کشی، واحدهای گوشتی، کارخانه خوراک دام و طیور سبزدشت، واحدهای قطعه‌بندی سبزدشت، واحد تولید فرآورده‌های سبزدشت، شرکت مرغ تخمگذار سیمین‌تخم و واحدهای تولید مادر بوقلمون اشاره کرد.

این مجموعه یک کارخانه تولید نمک هم دارد که از سال ۱۳۸۴ شروع به کار کرده است. این مجموعه در حال حاضر دارای ۱۲ واحد تولیدی در ۷ استان کشور شامل زنجان، قزوین، همدان، کرمان، گیلان و سمنان است و وسعت این مجموعه تنها در شهرستان ابهر بیش از ۱۲۰۰ هکتار است. مریم زاهد مدیرعامل این مجموعه در طول دو دهه گذشته گروه صنعتی سبزدشت را چنان توسعه داده که هم‌اکنون بیش از ۱۶۰۰ نفر به صورت مستقیم در این مجموعه مشغول به کار هستند.

از ویژگی‌های بسیار مهم این مجموعه تولید مرغ اجداد در کشور است که در واحدهای بسیار محدودی در کشور تولید می‌شود و در صنعت تولید طیور اهمیت بسیار بالایی دارد. به گفته مریم زاهد، کشت و صنعت سبزدشت هم‌اکنون تنها شرکت در ایران است که می‌تواند ژنتیک مرغ برتر دنیا را وارد کشور کند و تجهیزات و تکنولوژی لازم را دارد. این مجموعه همچنین نماینده انحصاری مرغ نژاد ایندین ریور در ایران است و در بهمن ۱۴۰۳ مراسم ویژه‌ای با حضور نمایندگان بین‌المللی، در ایران برگزار کرد. در سال‌های گذشته این مجموعه در بخش فرآوری و قطعه‌بندی مرغ هم رشد و توسعه پیدا کرده است تا جایی که هم‌اکنون محصولات آن‌ها علاوه بر بازار داخل به کشورهایی مانند عراق، سوریه و کشورهای حاشیه خلیج فارس مثل امارات و کویت صادر می‌شود.

مریم زاهد در طول دو دهه گذشته همیشه بخشی از درآمد شرکت را در حوزه مسئولیت اجتماعی و خیریه هزینه کرده است و تاکنون ده‌ها مجموعه خیریه در حوزه بهداشت و درمان، آموزش و اهدای کمک‌هزینه معیشتی به خانواده‌های نیازمند به نام پدر و برادرش تاسیس کرده است. از جمله مجموعه‌های خیریه زیرمجموعه کشت و صنعت سبزدشت می‌توان به مرکز دیالیز دکتر علی زاهد اشاره کرد.





فردین عالیزاد رئیس هیئت مدیره مجموعه سن ایچ

مرد سازندگی

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

فردین عالیزاد در سال ۱۳۴۱ در تبریز و خانواده‌ای کارآفرین به دنیا آمد. پدر (حسین عالیزاد) و پدربزرگش (حاج یدالله دادش زاده) از فعالان مشهور صنایع غذایی تبریز و ایران بودند. او دوران ابتدایی را در مدرسه رازی تهران پشت سر گذاشت و بعد برای ادامه تحصیل به فرانسه رفت و با گرفتن دیپلم جهت ادامه تحصیل راهی آمریکا شد. فردین عالیزاد باتوجه به تجربه و کسب و کار خانوادگی رشته مدیریت بازرگانی را در دانشگاه انتخاب کرد و توانست مدرک دکتری خود را اخذ کند.

باوقوع انقلاب و در دوره‌ای که فردین عالیزاد در خارج از کشور مشغول تحصیل بود؛ حسین عالیزاد و خانواده‌اش در تهران با بحران جدی رو به رو شدند، زیرا بخشی از انقلابیون به بهانه ترویج فرهنگ غربی، کارخانه شکومارس را به خاطر تولید محصولات شبه آمریکایی مصادره کردند.

در واقع دولت مجموعه‌ای را مصادره کرد که حسین عالیزاد در سال ۱۳۳۹ تاسیس کرده بود و آن را نخستین کارخانه تولید شکلات صنعتی در ایران می‌دانند زیرا این مجموعه حتی از گروه صنعتی مینو هم قدیمی‌تر است. کارخانه‌ای که برای اولین بار محصولاتی همچون اسمارتیز و بستنی زمستانی را در ایران تولید کرده بود.

مصادره کارخانه شکومارس اگر چه برای خانواده عالیزاد بسیار سنگین بود ولی آن‌ها باوجود این فشارها تصمیم گرفتند دوباره از نو شروع کنند؛ علیرغم اینکه بسیاری آن‌ها را به مهاجرت و رفتن از ایران تشویق می‌کردند. حسین عالیزاد تصمیم گرفت از صفر شروع کند. ایده جدید خانواده عالیزاد تولید آب میوه صنعتی برای نخستین بار در کشور بود. آن ها در اولین گام با شرکتی دانمارکی که کنسانتره پرتقال تولید می‌کرد قرارداد همکاری مشترک امضا کردند و نمایندگی آن شرکت را در ایران گرفتند. نخستین محصولات این کارخانه با نام‌های «سن کوئیک» و «سن تاپ» وارد بازار شد ولی بعد نام آن‌ها به دلیل خارجی بودن با تذکر وزارت ارشاد تغییر کرد؛ برند انتخابی جدید آنها «سن ایچ» بود که خیلی زود توانست جای خود را در بازار باز کند.

با رونق گرفتن فعالیت کارخانه عالیفرد یا همان سن‌ایچ، فردین عالیزاد هم به ایران برگشت و با پدرش به فکر توسعه کار و تولید محصولات جدید افتادند؛ آن‌ها در سال ۱۳۶۹ یعنی حدود ۱۰ سال بعد از راه‌اندازی شرکت عالیفرد در نزدیکی هشتگرد (بین کرج و قزوین) شرکت شیوا و شیبابا را راه‌اندازی کردند. این مجموعه در سال ۱۳۷۲ افتتاح و با تولید محصولات متنوع از جمله پاستیل‌های شیبابا، پودر ژله، دسر و... به یکی از مجموعه‌های موفق صنایع غذایی در کشور تبدیل شد.

در میانه راه توسعه مجموعه سن ایچ و شیبابا متاسفانه حسین عالیزاد به عنوان موسس اولیه شرکت در آبان سال ۱۳۸۴ در ۸۰ سالگی درگذشت و تمامی مسئولیت مجموعه به پسرش واگذار شد. در طول ۲۰ سال گذشته فردین عالیزاد تلاش کرده است تا همچون پدر و با نگاهی توسعه‌گرا مجموعه را اداره کند. در طول این سال‌ها بارها مجموعه سن ایچ و شخص فردین عالیزاد به عنوان واحد تولیدی برتر و کارآفرین برتر صنایع غذایی ایران انتخاب شده‌اند. این گروه صنعتی در ادامه اجرای طرح‌های توسعه در سال ۱۳۹۸ با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول وقت رئیس جمهور کارخانه جدیدی هم در شهرستان فیروزکوه افتتاح کرد. در حال حاضر مجموع اشتغال مستقیم در گروه صنعتی عالیفرد حدود هزار و ۶۵۰ نفر است. این مجموعه بزرگترین تولیدکننده کنسانتره در کشور است.



در سال ۱۳۷۲ افتتاح و با تولید محصولات متنوع از جمله پاستیل‌های شیبابا، پودر ژله، دسر و... به یکی از مجموعه‌های موفق صنایع غذایی در کشور تبدیل شد.



حمید کشاورز هم‌بنیان‌گذار شرکت کروز

ناجی خودرو

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

حمید کشاورز در سال ۱۳۳۸ در رشت و در خانواده‌ای متوسط به دنیا آمد. مادرش لیسانس مامایی داشت و در بیمارستان کار می‌کرد و پدرش هم از بازاریان رشت بود. او دوران ابتدایی و متوسطه را در رشت تحصیل کرد و برای گرفتن دیپلم به همراه دوست صمیمی‌اش محمد علیپور به تهران آمد و در آزمون مدرسه البرز پذیرفته شدند. کشاورز در سال کنکور به گفته خودش بسیار درس خواند و درنهایت توانست وارد دانشگاه صنعتی شریف بشود که آن زمان آریامهر خوانده می‌شد. دوست صمیمی‌اش محمد علیپور هم در رشته صنایع در دانشگاه امیرکبیر پذیرفته شد. بخشی از دوران تحصیل کشاورز همزمان با دوران انقلاب و انقلاب فرهنگی شد ولی او در نهایت توانست لیسانس خود را از دانشگاه صنعتی شریف بگیرد. آن روزها با توجه به شروع جنگ و نیاز شدید کشور به تولید لوازم خانگی به خصوص یخچال و تلویزیون، حمید کشاورز و محمد علیپور کارگاه کوچکی برای تولید قطعات لوازم خانگی برقی در خیابان شکوفه تهران راه‌اندازی کردند. آن‌ها نام واحد تولیدی خود را کروز گذاشتند که ریشه در فارسی پهلوی دارد و به معنی شادی و نشاط است. آن دو در دهه ۶۰ روی این حوزه تمرکز داشتند و در پایان سال‌های جنگ کارگاه نسبتاً بزرگی با حدود ۵۰۰ نفر نیرو برای تولید قطعات لوازم خانگی و مخابرات داشتند. در سال ۱۳۶۵ با توجه به برنامه توسعه شرکت، بخش تولید آن به شهرک صنعتی رشت منتقل شد و با بزرگ شدن فضای تولیدی، تعداد تولید و تنوع محصولات بیشتر شد. همچنین در سال ۱۳۶۸ تصمیم بر آن شد که شرکت مجدداً به تهران منتقل شود و به دنبال آن، اولین کارخانه کروز در محل فعلی واقع در بزرگراه فتح افتتاح شد. اما با شروع دهه ۷۰ و به پیشنهاد حمید کشاورز واحد تولیدی کروز وارد صنعت خودروسازی و تولید قطعات خودرو شد. صنعت خودرو که در دهه ۶۰ و بعد از مصادره کارخانه بزرگی مانند ایران ناسیونال در زمان انقلاب به خاموشی فرو رفته بود با پایان جنگ و روی کار آمدن دولت سازندگی دوباره جان گرفت و همین شد که حمید کشاورز هم باتوجه به نیاز شدید این صنعت به قطعه به شریک خود پیشنهاد داد تا آن‌ها هم وارد این صنعت شوند. شرکت کروز در زمینه ساخت انواع قطعات پلیمری و صنعتی مهارت بسیاری داشت و همین شد که توجه خودروسازان به توانایی‌های این شرکت جلب شد و در سال ۱۳۷۴، ساخت کلیدهای پنل خودرو پیکان به کروز واگذار شد.

شرکت کروز خیلی زود در دهه ۷۰ و ۸۰ رشد کرد تا جایی که به اصلی‌ترین و بزرگ‌ترین تولیدکننده قطعات خودرو در داخل کشور بدل شد و تعداد نیروهای آن در اواخر دهه ۸۰ به بیش از ۷ هزار نفر رسید. همچنین حمید کشاورز در اواخر دهه ۸۰ و بعد از راه‌اندازی کارخانه‌های متعدد و گروه‌های صنعتی بزرگ به فکر ورود به هیئت مدیره ایران خودرو افتاد و همین شد که از طریق یکی از شرکت‌های تابعه کروز بخشی از سهام این خودروساز بزرگ را خرید و عملاً از سال ۱۳۹۰ دارای یک رای در هیئت مدیره ایران خودرو شد. در حال حاضر این مجموعه با ۴ کارخانه شامل سالن‌های بزرگ، بومی‌سازی یا داخلی‌سازی قطعات خودرو را در شرایط تحریمی شدید برعهده دارد و ۳۰ درصد قطعات مورد نیاز صنعت خودروسازی کشور را تامین می‌کند. کروز از سال ۱۳۹۲ تاکنون هر سال جزو ۱۰۰ شرکت برتر ایران به انتخاب سازمان مدیریت صنعتی است.

در مجموعه گروه صنعتی کروز با ۴۳۰ هزار متر مربع وسعت و ۳۲۰ هزار متر مربع مساحت زیربنایی، بیش از ۱۴ هزار نفر به صورت مستقیم اشتغال دارند که ۷۰ درصد آن‌ها یعنی حدود ۱۰ هزار نفرشان زن هستند. فعالیت‌های کروز صرفاً به تأمین قطعات محدود نمانده و این شرکت سرمایه‌گذاری‌های کلانی در صنعت خودرو انجام داده است تا جایی که مالکیت ۶۲ درصد از سهام گروه بهمن و ۳۱ درصد از سهام شرکت سپهر کیش ایرانیان را در اختیار دارد.



شرکت کروز خیلی زود در دهه ۷۰ و ۸۰ رشد کرد تا جایی که به اصلی‌ترین و بزرگ‌ترین تولیدکننده قطعات خودرو در داخل کشور بدل شد و تعداد نیروهای آن در اواخر دهه ۸۰ به بیش از ۷ هزار نفر رسید.



ابراهیم و کاظم نصیری بنیان‌گذاران گروه صنعتی دلتا (صنایع لبنی رامک)

برادران سخت‌کوش

دارنده تندیس، نشان و لوح امین‌الضرب

برادران نصیری متولد شهر شیراز و بزرگ‌شده محله قصرالدشت هستند. حاج ابراهیم نصیری متولد سال ۱۳۲۰ و حاج کاظم متولد سال ۱۳۲۳ است. آن‌ها در یک خانواده بزرگ با ۱۲ فرزند رشد کردند. پدرشان از کسبه خوشنام شیراز و صادرکننده میوه بود و آن‌ها هم در نوجوانی وارد حرفه پدر شدند ولی بعد از مدتی ابراهیم به کمک برادرانش به فکر راه‌اندازی یک سردخانه افتاد. آن‌ها برای شرکت‌های دولتی از جمله نیروی هوایی مواد غذایی تامین می‌کردند. برادران نصیری بعد از موفقیت در تجارت و جمع‌آوری سرمایه اولیه به فکر تاسیس کارخانه تولید لبنیات افتادند و همین شد که مجموعه رامک را راه‌اندازی کردند. برادران نصیری با توجه به نیاز کشور به تولید پنیر و کمبود این محصول و اعلام نیاز وزارت صمت در دهه ۶۰ وارد صنعت لبنی شدند. در آن زمان وزارت‌خانه مجوز راه‌اندازی ۵ کارخانه را صادر کرد که یکی از آن‌ها برای برادران نصیری بود. فضای ساختمانی کارخانه و اخذ مجوزهای لازم جهت تاسیس آن با پیگیری‌های مهندس هاشم نصیری و همکاری حاج ابراهیم، حاج کاظم و مهندس جلال نصیری در سال ۱۳۶۹ آغاز و ارز لازم به منظور خرید دستگاه‌ها به این شرکت اختصاص داده شد. کارخانه از سال ۱۳۷۰ تولید آزمایشی خود را شروع کرد و در سال ۱۳۷۴ با حضور وزیر وقت صمت کارخانه رسماً افتتاح شد. تولید محصول در کارخانه با خط پنیر آب‌نمکی شروع شد. پنیرهای تولیدی ۴۰ روز در حلب نگهداری و بعد از آن در بسته‌بندی‌های ۵۰۰ و ۲۵۰ گرمی به بازار عرضه می‌شد. محصول بعدی، دوغ تک‌نفره ۲۵۰ سی‌سی بود و بعد از آن خامه صبحانه، خامه شکلاتی، کشک و ماست هم در این کارخانه تولید شد. در حال حاضر شرکت رامک با دریافت روزانه ۷۰۰ تن شیر، بیش از ۱۲۰ محصول لبنی و پودری را تولید و در بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌کند. این شرکت با در اختیار داشتن سیستم سراسری توزیع، محصولات خود را از طریق حدود ۸۰ هزار فروشگاه در سراسر کشور عرضه می‌کند.

از جمله دستاوردهای این گروه صنعتی می‌توان به واحد نمونه صنعتی در سه سال پیاپی از سال ۸۴ تا ۸۶ و سال ۹۲، واحد نمونه صنعت سبز کشور در سال ۹۶، دارنده نشان ایمنی و سلامت غذا سال‌های ۹۰ و ۹۱، واحد نمونه صنعتی استانی در سال‌های ۹۲ و ۹۷ و ۹۸، و واحد تولیدکننده برتر در سال ۹۸ اشاره کرد. همچنین این مجموعه تندیس سیمین صنعت سبز کشور را در سال ۹۶ و جایزه ملی مدیریت مالی را در سال ۹۷ دریافت کرده است. علاوه بر این‌ها گروه صنعتی رامک در سال‌های ۸۷ و ۸۹ و۹۰ و ۹۷ به عنوان صادرکننده نمونه کشور انتخاب شده است. در این گروه صنعتی که متشکل از ۹ شرکت تولیدی و تجاری است هم‌اکنون ۶هزار نفر مشغول به کار هستند. این کارخانه در زمینی به مساحت ۱۰ هکتار احداث شده است. شرکت رامک اولین تولیدکننده شیر فراپاستوریزه در ایران است که در سال ۱۳۹۵ این محصول را وارد بازار کرد.

برادران نصیری در کنار تولید، در فعالیت‌های تشکلی هم فعال هستند که از جمله می‌توان به عضویت در اتاق بازرگانی، عضویت در اتاق بازرگانی ایران و عراق، عضویت در هیئت مدیره انجمن صنایع لبنی کشور، عضویت در اتاق بازرگانی ایران و افغانستان، و عضویت در اتاق بازرگانی شمال و شرق آفریقا اشاره کرد.

شرکت رامک در راستای مسئولیت اجتماعی و خیریه هم فعالیت‌های مختلفی انجام می‌دهد که از جمله آن‌ها می‌توان به احداث بیمارستان پیوند اعضا شیراز و حمایت از افراد نیازمند و تامین هزینه‌های بیمارستان، حمایت از خانواده‌های آسیب‌دیده کشور در بلایای طبیعی و حوادث غیرمترقبه (زلزله کرمانشاه، کرونا، سیل شیراز و...)، توزیع رایگان شیر در مدارس مناطق محروم، حمایت از کودکان نابینا و تولید تقویم بریل برای نابینایان اشاره کرد.



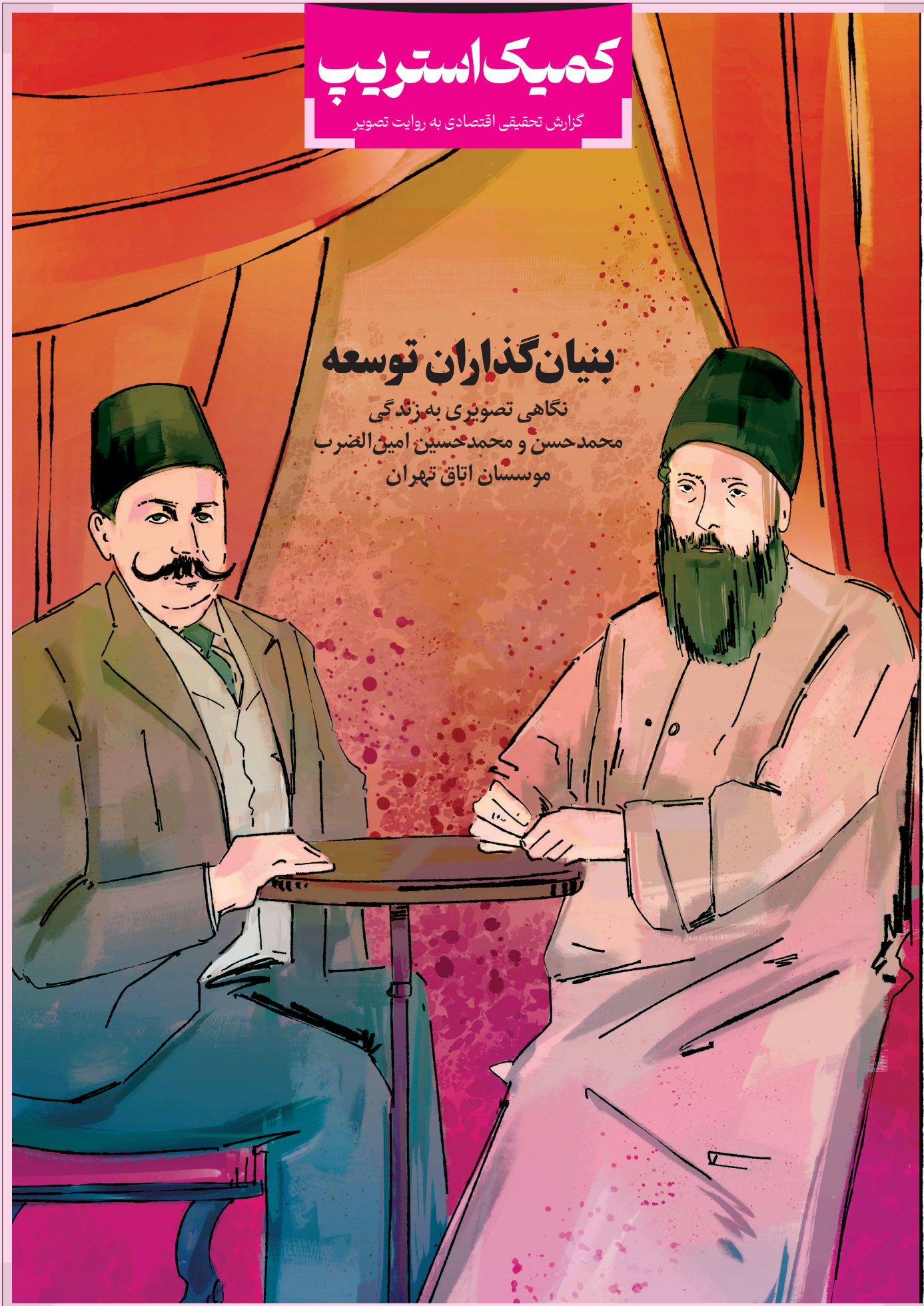
در این گروه صنعتی که متشکل از ۹ شرکت تولیدی و تجاری است هم‌اکنون ۶هزار نفر مشغول به کار هستند. این کارخانه در زمینی به مساحت ۱۰ هکتار احداث شده است.

امین الضرب

اولین دوره مراسم امین الضرب ۱۳۹۵ **غلامعلی سلیمانی** مؤسس و رئیس هیئت مدیره گروه سولیکو | **مرتضی سلطانی** بنیانگذار و رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی زر | **محمد فنایی** بنیانگذار و رئیس هیئت مدیره گروه الکتروکویر | **عباس موسوی رهپیما** بنیانگذار شرکت فومن شیمی | **رضا رضایی** بنیانگذار آذین خودرو | **علا میرمحمدصادقی** پدر گچ ایران | **امیرمنصور عطایی** بنیانگذار و رئیس هیئت مدیره شرکت مهندسی زلال ایران | **محسن خلیلی** بنیانگذار شرکت بوتان | **ابراهیم عسگریان** بنیانگذار شیشه کاوه | **عباس سعیدی نژاد** بنیانگذار کفش پیام | **حسن تهرانی** مدیر کارخانه تهران بافت | **عزیزالله علاءالدینی** از بنیانگذار پتوی گلبافت | **اصغر قندچی** بنیانگذار ایران کاوه | **اسدالله عسگراولادی** پیشکسوت تجارت | **علی حاج سید سلیمان** بنیانگذار نیک کالا | **مهدی حریری** بنیانگذار شرکت چای مشک بو | **رضا نیازمند** بنیانگذار سازمان گسترش صنایع ایران | **علی رحیمیان** بنیانگذار صنعت خوراک دام و طیور | **علی اکبر رفوگران** مؤسس بیک | **رحمان گلزار** بنیانگذار شهرک اکباتان | **مژده مهدوی** نویسنده و نوه محمدحسین امین الضرب | **موسی غنی نژاد** اقتصاددان | **علی اصغر سعیدی** پژوهشگر اقتصادی | **علیرضا بختیاری** مدیرمسئول روزنامه دنیای اقتصاد **دومین دوره مراسم امین الضرب ۱۳۹۶** **ایوب پایداری** از بنیانگذاران میهن | **جواد ظریف** وزیر اسبق امور خارجه | **مهدی فضلی** مدیرعامل هلدینگ گلرنگ | **محمدعلی رجالی** بنیانگذار ظریف مصور | **محمدرضا رستمی** بنیانگذار شرکت مارال جاوید | **هاله حامدی فر** مدیرعامل شرکت دارویی سیناژن | **حسام آرمندهی** بنیانگذار دیوار و کافه بازار | **علی اصغر حاجی بابا** بنیانگذار شوفاژکار ایران و پارس متال | **منصوره اتحادیه** استاد دانشگاه | **علینقی خاموشی** پیشکسوت نساجی **سومین دوره مراسم امین الضرب ۱۳۹۷** **عباسعلی قصاعی** بنیانگذار کارخانه چینی زرین | **سلطان حسین فتاحی** بنیانگذار کارخانه تولید لوازم خانگی امرسان | **حمیدرضا هاشمی نیا** رئیس هیئت مدیره شرکت سام الکترونیک | **اکبر ابراهیمی** رئیس هیئت مدیره پاکشوما | **لئون آهارونیان** مدیرعامل شرکت ستی پیشکسوت صنعت حمل و نقل در ایران | **ابوالقاسم مرتضوی** بنیانگذار کارخانه آرد ستاره | **برادران محمدی** بنیانگذاران دیجی کالا | **محمدجواد شکوری مقدم** بنیانگذار آپارات | **محمدعلی موحد** نویسنده | **عزت الله فولادوند** مترجم | **علینقی مشایخی** اقتصاددان و بنیان گذار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه شریف **چهارمین دوره مراسم امین الضرب ۱۳۹۸** **داوود عابدی** بنیان گذار تاژ | **میلاد منشی پور** یکی از بنیان گذاران و مدیرعامل تپسی | **مهدی خان محمدی** مدیرعامل و بنیان گذار مجموعه نان سحر | **محمد ایزدپناه** از بنیان گذاران گروه صنعتی استیل البرز | **سهیلا ترابی فارسانی** پژوهشگر تاریخ | **کامران شیردل** از پیشگامان مستند اجتماعی و صنعتی در ایران | **محمدرضا نعمت زاده** وزیر اسبق صمت **پنجمین دوره مراسم امین الضرب ۱۳۹۹** **محمدرضا انصاری** بنیان گذار شرکت کیسون | **رضا حمیدی** بنیان گذار گروه صنعتی مشهد | **جمشید بردبار** مدیرعامل شرکت الکترونیک افزارآزما | **سید محمد احرامیان** بنیان گذار و رئیس هیئت مدیره فولاد یزد | **غلامرضا ذوالانواری** بنیان گذار موسسه فرش ذوالانواری و پدر گبه ایران | **رضا تهرانچی** بنیان گذار کارخانه ویتانا | **فریدون شیرین کام** پژوهشگر تاریخ اقتصاد و کارآفرینی | **مظفر عبدالله** بنیان گذار گروه صنعتی روژین **ششمین دوره مراسم امین الضرب ۱۴۰۰** **یونس ژاله** بنیان گذار و مدیرعامل شرکت شیرین عسل | **سومبات هاکوپیان** بنیان گذار پوشاک صنعتی هاکوپیان | **محمد عرب** بنیان گذار شیماکفش | **فرج الله معماری** رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی آریا ترانسفو | **محمد ظهیر** بنیان گذار کارخانه لبنیات می ماس | **فضل الله جواهری** از بنیان گذاران مجموعه های صنعتی الکترود یزد، صنایع مفتولی زنجان | **سید محمود دعایی** پیشکسوت حوزه نشر و فرهنگ **هفتمین دوره مراسم امین الضرب ۱۴۰۱** **فریبرز مقیمی** موسس شرکت طراحی صنعتی ایران و رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی ایران | **محمد ضرابیه** رئیس هیئت مدیره یزد بافت | **حسین سلیمی** پیشکسوت حوزه تولید گچ در ایران | **احمدصادقیان** از بنیان گذاران گروه ستاره کویر یزد | **رضا سواری** بنیانگذار «کیوان مرغ پرطلای مهاباد» | **محسن شکروی** مدیرعامل شرکت شَکِلّی | **مریم تاج آبادی ابراهیمی** موسس و رئیس هیئت مدیره انجمن پروبیوتیک و مدیرعامل گروه تک ژن زیست | **مرتضی هداوندی** بنیانگذار شرکت دانش بنیان رازین پلیمر راه ابریشم | **خاندان سودآور و ملک** ابوالعلا و حسینعلی سودآور نوه های حاج حسین ملک و فرزندان خاندان سودآور موسس کارخانه بنز خاور در ایران و از فعالان فرهنگی | **علی توسلی** موسس موزه دیدی **هشتمین دوره مراسم امین الضرب ۱۴۰۲** **فریدون مهبودی** بنیان گذار مجموعه های متعدد دارویی از جمله شرکت سیناژن و رئیس هیئت مدیره این شرکت | **مسعود خوانساری** رئیس پیشین اتاق بازرگانی تهران | **رسول بیوک** مدیرعامل کارخانه داداش برادر (آیدین) | **سیدمحمد موسوی** رئیس هیات مدیره شرکت تولید لوازم بهداشتی فیروز | **محمد اسماعیل قدس** رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع غذایی دلپذیر | **هایده شیرزادی** بنیان گذار و مدیرعامل شرکت بازیافت کرمانشاه | **مسعود صرامی** بنیان گذار شهرک سلامت و سیتی سنتر اصفهان و... | **مجید راهب** بنیان گذار شرکت گلاب ایران و ربیع، بزرگ ترین تولیدکننده گلاب کشور | **مسعود نیلی** اقتصاددان **نهمین دوره مراسم امین الضرب ۱۴۰۳** **محسن جلال پور** بنیان گذار شرکت گسترش بازرگانی کرمان | **احمد گرامی** رئیس هیئت مدیره گروه صنعتی گلستان | **محمدرضا تقی گنجی** از بنیان گذاران گروه صنعتی رازی و رئیس هیئت مدیره کارخانه یزد تایر | **محمدرضا جابرانصاری** از بنیان گذاران گروه صنعتی سپاهان | **جواد خوانساری** رئیس هیئت مدیره شرکت هریسون | **محمود زینی** از بنیان گذاران و مدیرعامل کارخانه لایکو | **سیاوش شهشهانی** چهره ماندگار ریاضی و کسی که ایران را به اینترنت جهانی وصل کرد | **دهمین دوره مراسم امین الضرب ۱۴۰۵** **علیرضا جنتی** مدیرعامل گروه صنعتی گیتی پسند | **گودرز حکیم نژاد** بنیان گذار آبسال | **ناصر ریاحی** موسس بیش از ۵۰ شرکت در حوزه دارو | **مریم زاهد** مدیرعامل گروه صنعتی سبزدشت | **فردین عالیزاد** رئیس هیئت مدیره مجموعه سن ایچ | **حمید کشاورز** هم بنیان گذار شرکت کروز | **ابراهیم و کاظم نصیری** بنیان گذاران گروه صنعتی دلتا (صنایع لبنی رامک)

کمیک استریپ

گزارش تحقیقی اقتصادی به روایت تصویر



بنیان‌گذاران توسعه

نگاهی تصویری به زندگی
محمدحسن و محمدحسین امین‌الضرب
موسسان اتاق تهران

اصفهان، حدود سال ۱۲۱۳ خورشیدی؛ محمدحسن کمپانی ملقب به امین‌الضرب در خانواده‌ای بازرگان به دنیا آمد؛ پدرش صراف بود و پدربزرگش زرگر.

پدربزرگ: اگر می‌خواهی روزی تاجر بزرگی شوی، اول باید حساب و کتاب را خوب یاد بگیری.

مرگ زودهنگام پدر، وضعیت اقتصادی خانواده را تغییر داد و محمدحسن پس از پایان مکتب، ناچار شد وارد بازارکار شود.

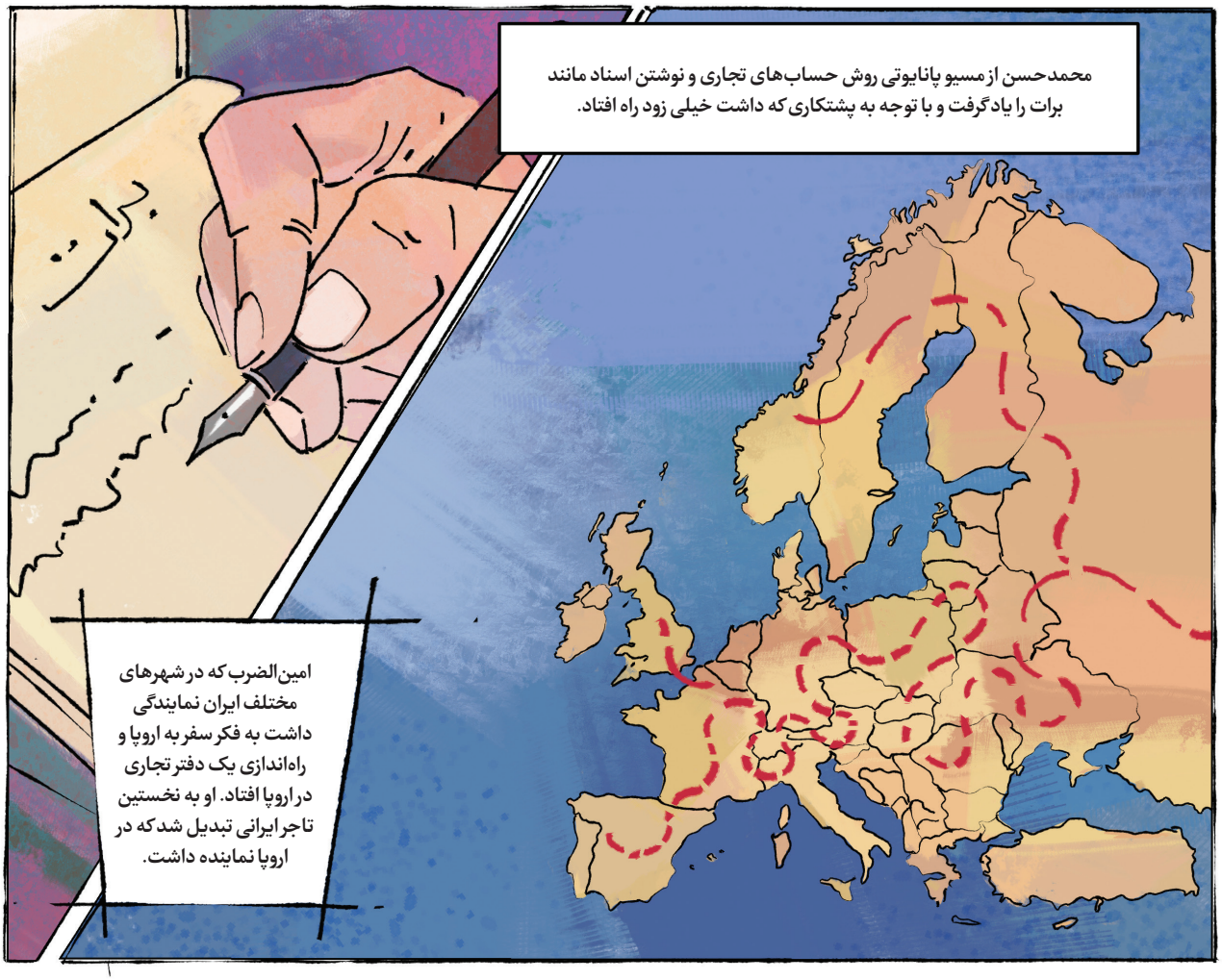
حاج محمدکاظم صراف، از دوستان خانواده، دست او را گرفت و در کنار شاگردی، سرمایه‌ای اندک نیز در اختیارش گذاشت تا برای خودش تجارت کند.

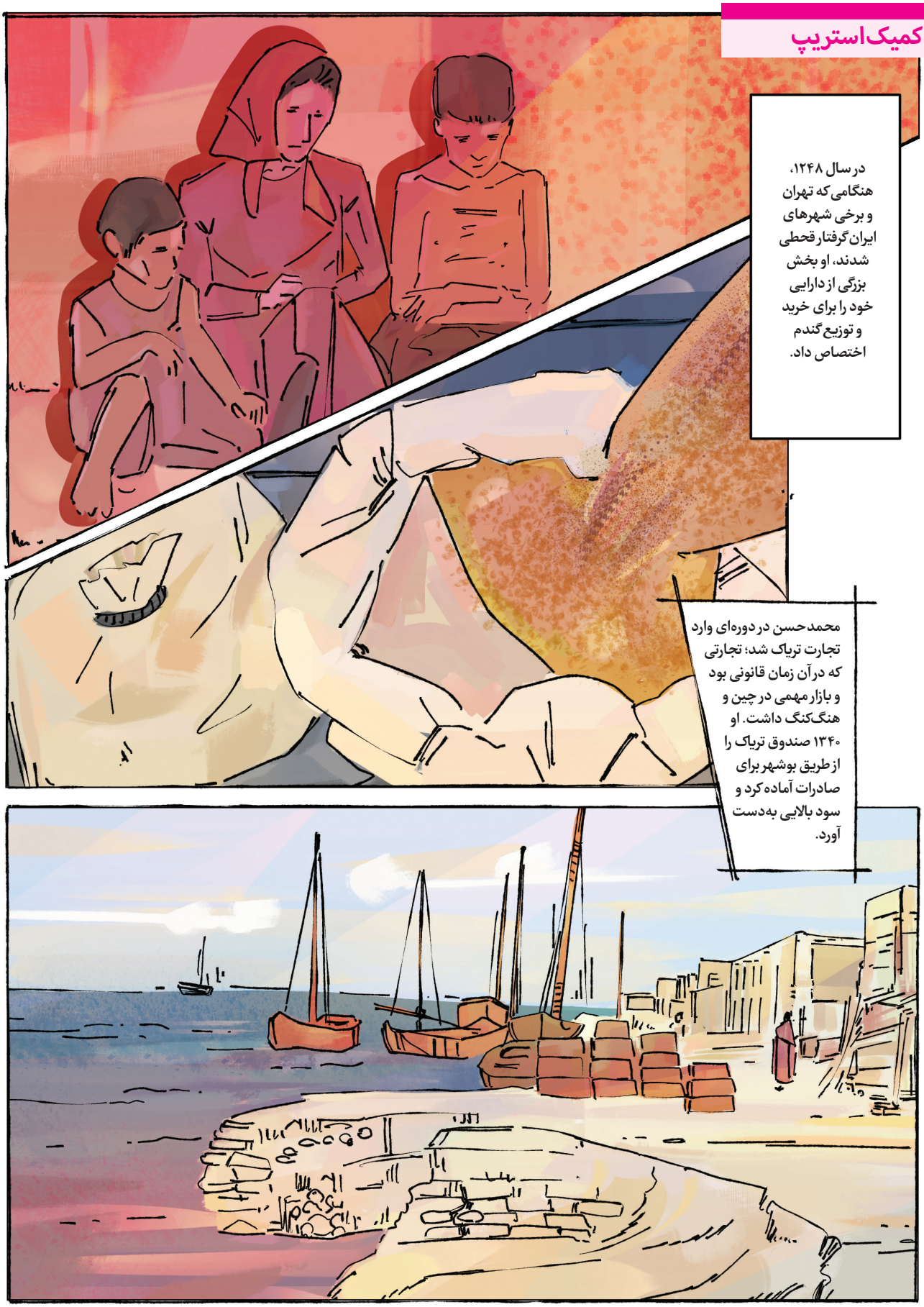
محمدحسن چند سال کارکرد، سرمایه جمع کرد و در بیست‌سالگی تصمیم گرفت برای ادامه تجارت به تهران برود. او در بازار شاگردی و دست‌فروشی کرد.

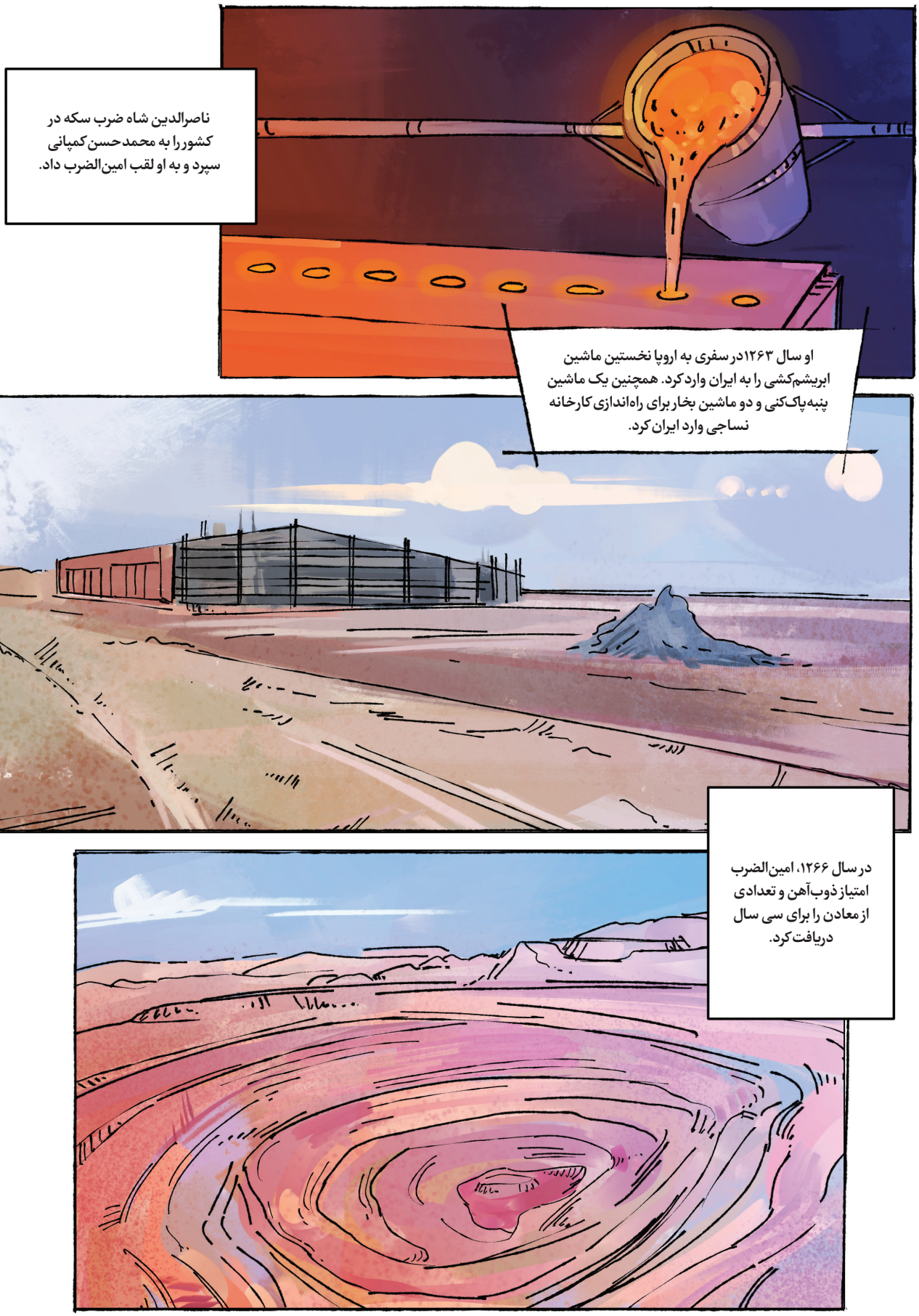


ساناز سهیلی
کمیک‌آرتیست


رالی
محمدحسن امین‌الضرب از مسیو پانایوتی، نماینده شرکت رالی در تهران، روش تجارت در سطح جهان را یادگرفت.

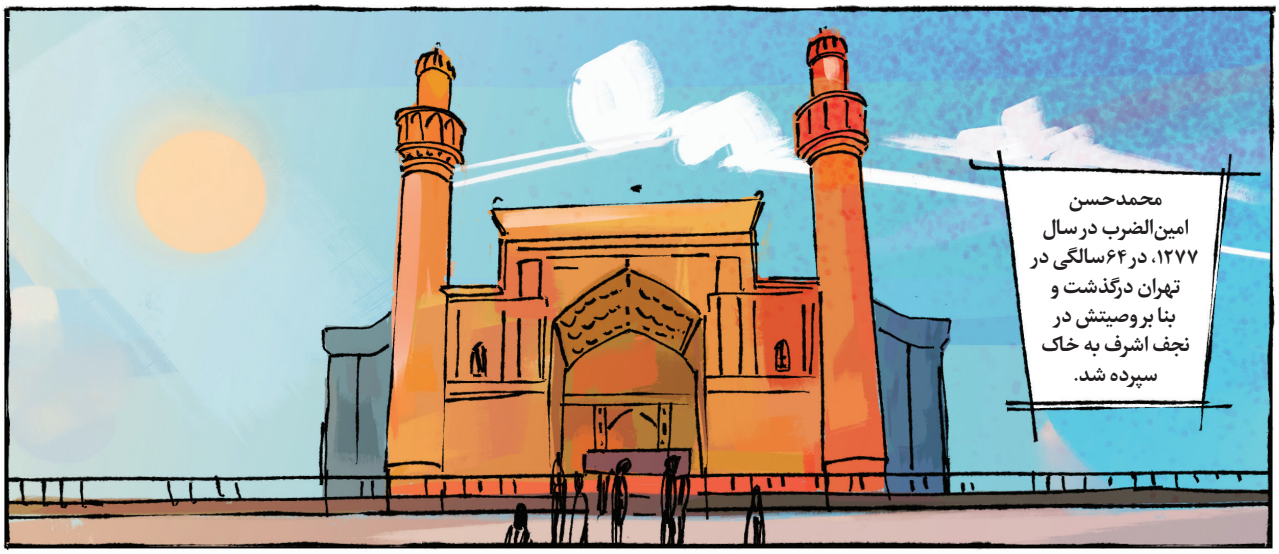

محمدحسن از مسیو پانایوتی روش حساب‌های تجاری و نوشتن اسناد مانند برات را یادگرفت و با توجه به پشتکاری که داشت خیلی زود راه افتاد.
امین‌الضرب که در شهرهای مختلف ایران نمایندگی داشت به فکر سفر به اروپا و راه‌اندازی یک دفتر تجاری در اروپا افتاد. او به نخستین تاجر ایرانی تبدیل شد که در اروپا نماینده داشت.


در سال ۱۲۴۸، هنگامی که تهران و برخی شهرهای ایران گرفتار قحطی شدند، او بخش بزرگی از دارایی خود را برای خرید و توزیع گندم اختصاص داد.
محمدحسن در دوره‌ای وارد تجارت تریاک شد؛ تجارتی که در آن زمان قانونی بود و بازار مهمی در چین و هنگ‌کنگ داشت. او ۱۳۴۰ صندوق تریاک را از طریق بوشهر برای صادرات آماده کرد و سود بالایی به‌دست آورد.

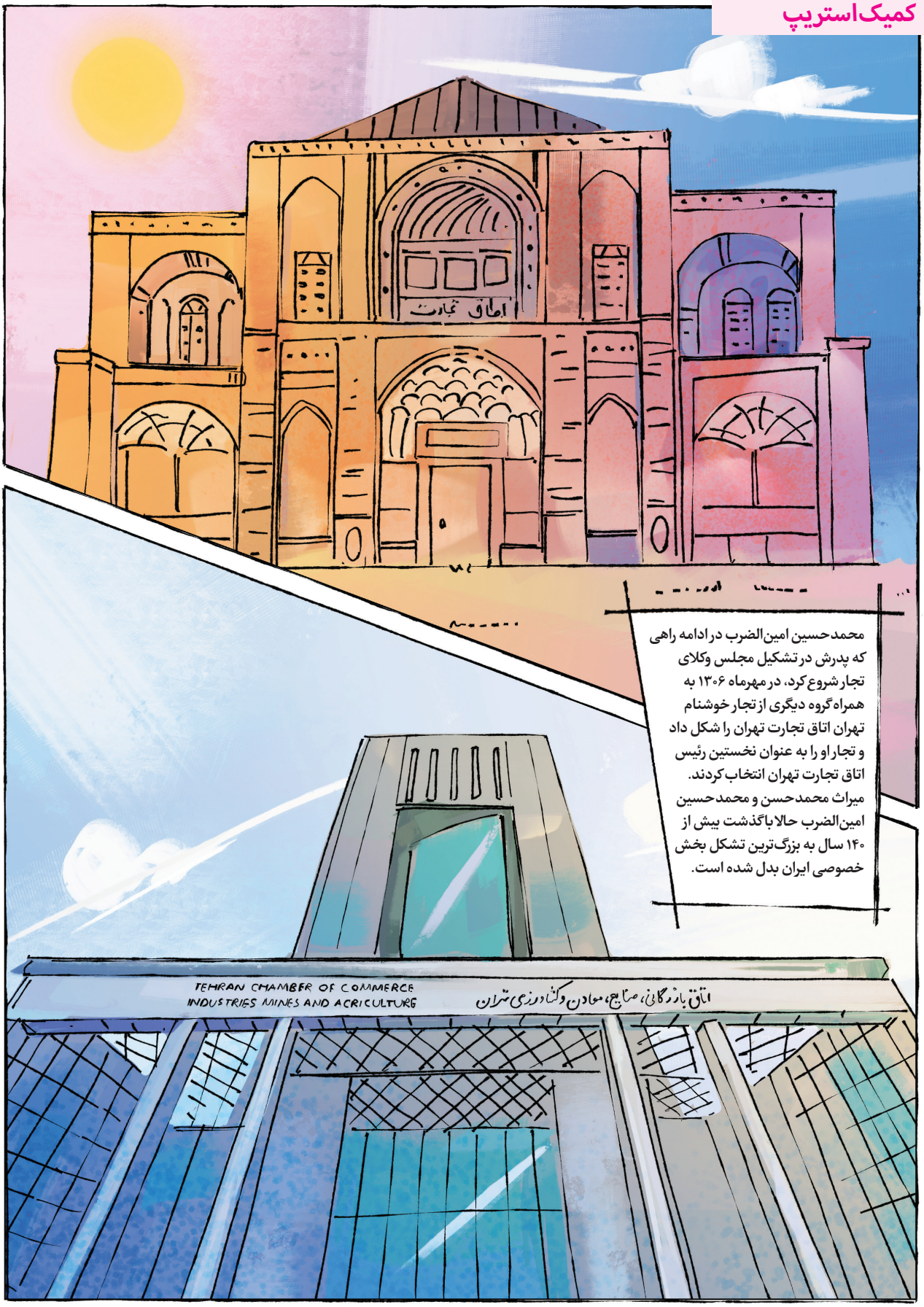

ناصرالدین شاه ضرب سکه در کشور را به محمدحسن کمپانی سپرد و به او لقب امین‌الضرب داد.
او سال ۱۲۶۳ در سفری به اروپا نخستین ماشین ابریشم‌کشی را به ایران وارد کرد. همچنین یک ماشین پنبه‌پاک‌کنی و دو ماشین بخار برای راه‌اندازی کارخانه نساجی وارد ایران کرد.
در سال ۱۲۶۶، امین‌الضرب امتیاز ذوب آهن و تعدادی از معادن را برای سی سال دریافت کرد.

محمدحسن امین‌الضرب درکنار تجارت و صنعت، به دنبال ایجاد تشکلی برای دفاع از حقوق بازرگانان نیز بود. او در سال ۱۲۶۳ از تعدادی از تجار بزرگ دعوت کرد تا دور هم جمع شوند و مجلس وکلای تجار را شکل دهند. نهادی که بعدها پایه شکل‌گیری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی شد و به عنوان قدیمی‌ترین نهاد بخش خصوصی ایران شناخته می‌شود. مجلس وکلای تجار بیش از یک دهه قبل از مجلس مشروطه در ایران شکل گرفت.




محمدحسن امین‌الضرب در سال ۱۲۷۷، در ۶۴ سالگی در تهران درگذشت و بنا بر وصیتش در نجف اشرف به خاک سپرده شد.


محمدحسین امین‌الضرب بعد از پدرش مدیریت کسب‌وکار خانوادگی را در دست گرفت و علاوه بر ادامه راه پدر، کار را توسعه داد.
محمدحسین امین‌الضرب در سفر به روسیه با صنعت برق و روشنایی آشنا شد و تصمیم گرفت برای اولین بار یک کارخانه تولید برق در ایران راه‌اندازی کند.



محمدحسین امین‌الضرب در ادامه راهی که پدرش در تشکیل مجلس وکلای تجار شروع کرد، در مهرماه ۱۳۰۶ به همراه گروه دیگری از تجار خوشنام تهران اتاق تجارت تهران را شکل داد و تجار او را به عنوان نخستین رئیس اتاق تجارت تهران انتخاب کردند. میراث محمدحسن و محمدحسین امین‌الضرب حالا با گذشت بیش از ۱۴۰ سال به بزرگ‌ترین تشکل بخش خصوصی ایران بدل شده است.

کمیک استریپ ۲

داستان تصویری کارآفرینان جهان



مردی که کارخانه را دوباره اختراع کرد

نگاهی تصویری به زندگی

هنری فورد



بعضی کارآفرینان کارشان را با یک سؤال ساده آغاز می‌کنند: «چطور کار می‌کند؟»



فورد دانش مهندسی خود را بیش از هرجا از تجربه، مشاهده و آزمون‌وخطا آموخت.



گاهی اولین تصمیم بزرگ انتخاب مسیری متفاوت از انتظار دیگران است.



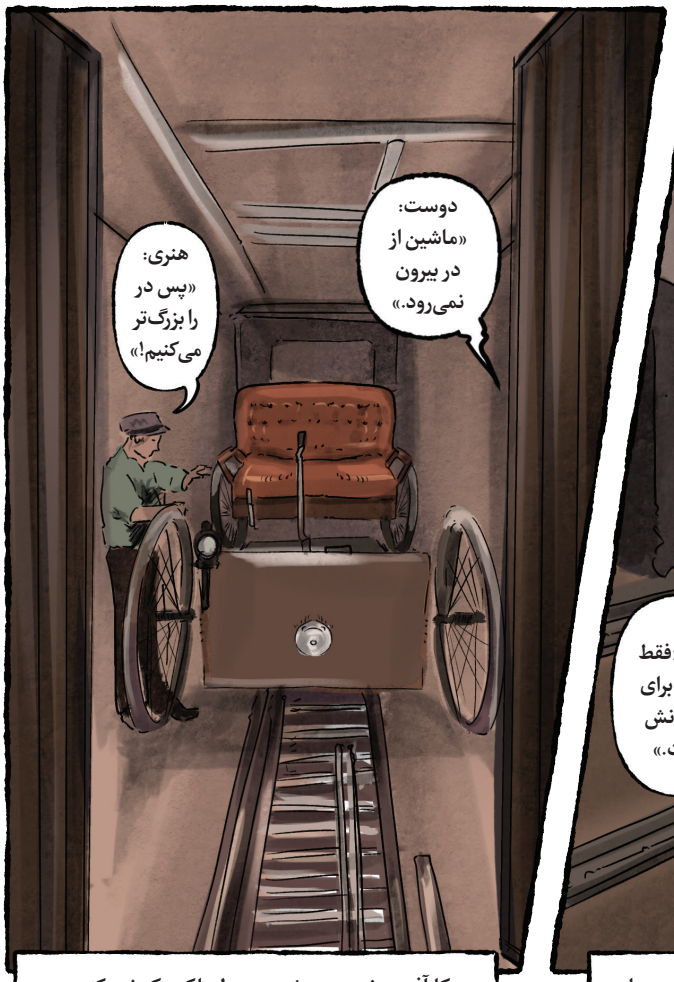
شغل روزانه‌اش برق بود، رؤیای شخصی‌اش حرکت. فورد در ۱۸۹۱ به شرکت Edison Illuminating پیوست و تا میانه دهه ۱۸۹۰ به مقام مهندس ارشد رسید.

امیرحسین زراندوز
نویسنده

عارفه از گلی
کمیک‌آرتیست



Quadricycle نخستین گام واقعی فورد از خیال به محصول بود. این وسیله در ژوئن ۱۸۹۶ نخستین بار در خیابان‌های دیترویت حرکت کرد.



کارآفرین خوب همیشه محصول را کوچک نمی‌کند؛ گاهی مانع را بزرگ‌تر باز می‌کند.



محصول خوب بدون مدل کسب‌وکار خوب، الزاماً شرکت خوبی نمی‌سازد.



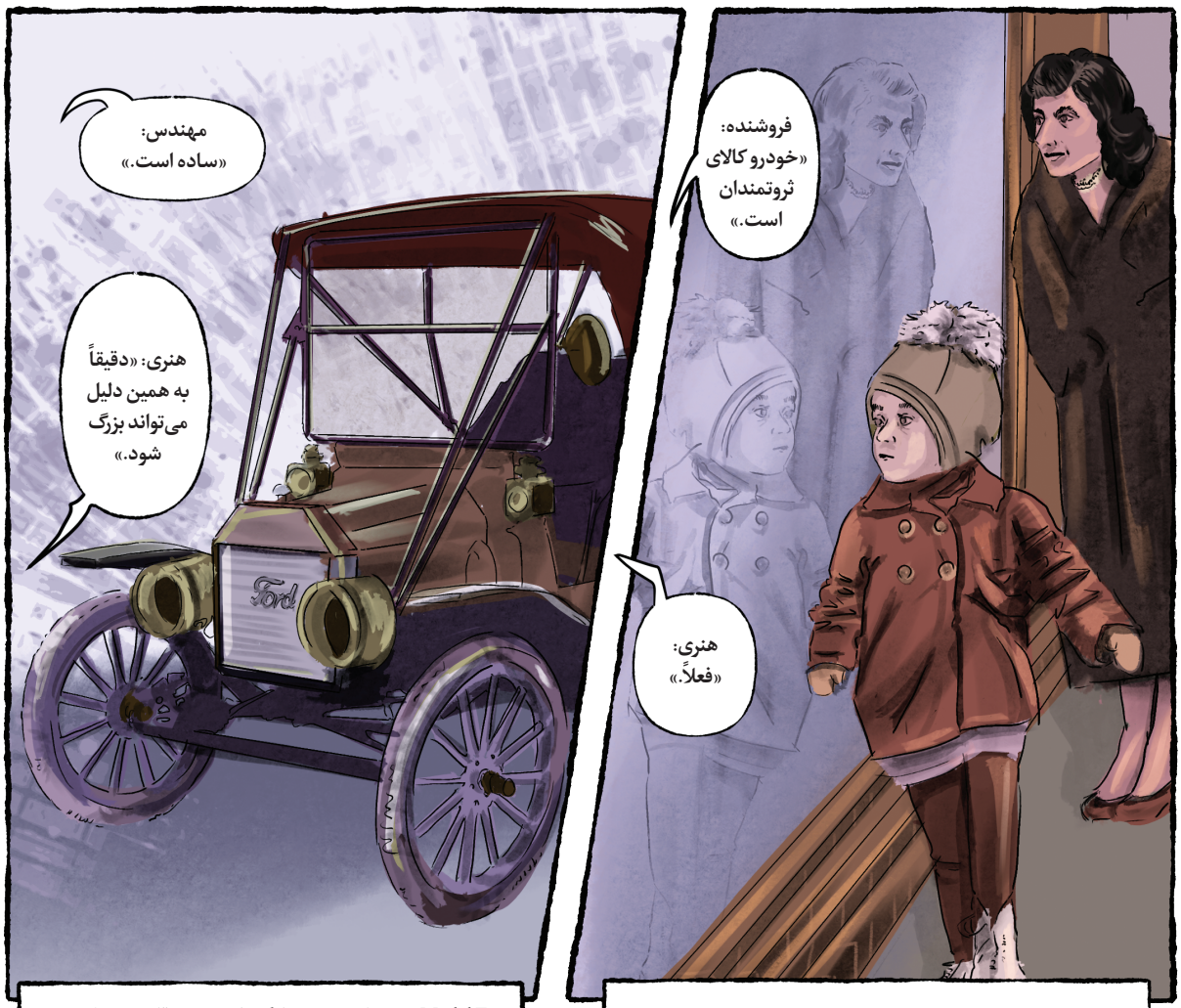
دو شکستِ نخست پایان مسیر فورد نبود؛ هزینه یادگیری او بود.



گاهی محصول قبل از فروش، به یک صحنه برای اثبات نیاز دارد.
موفقیت خودروهای مسابقه‌ای فورد به جلب دوباره سرمایه‌گذاران کمک کرد.



در سومین تلاش، فورد سرانجام شرکتی ساخت که قرار بود صنعت را تغییر دهد. Ford Motor Company در ژوئن ۱۹۰۳ سازمان یافت و نخستین خودرویش را در ماه بعد فروخت.



فورد فرصت را نه در فروش گران‌تر، بلکه در بزرگ‌ترکردن بازار دید.

Model T محصولی بود که سادگی را به مزیت رقابتی تبدیل کرد.
Model T اکتبر ۱۹۰۸ به بازار عرضه شد و تولید آن تا ۱۹۲۷ ادامه یافت.



رشد واقعی زمانی آغاز شد که مسئله از «محصول» به «سیستم» تغییر کرد.



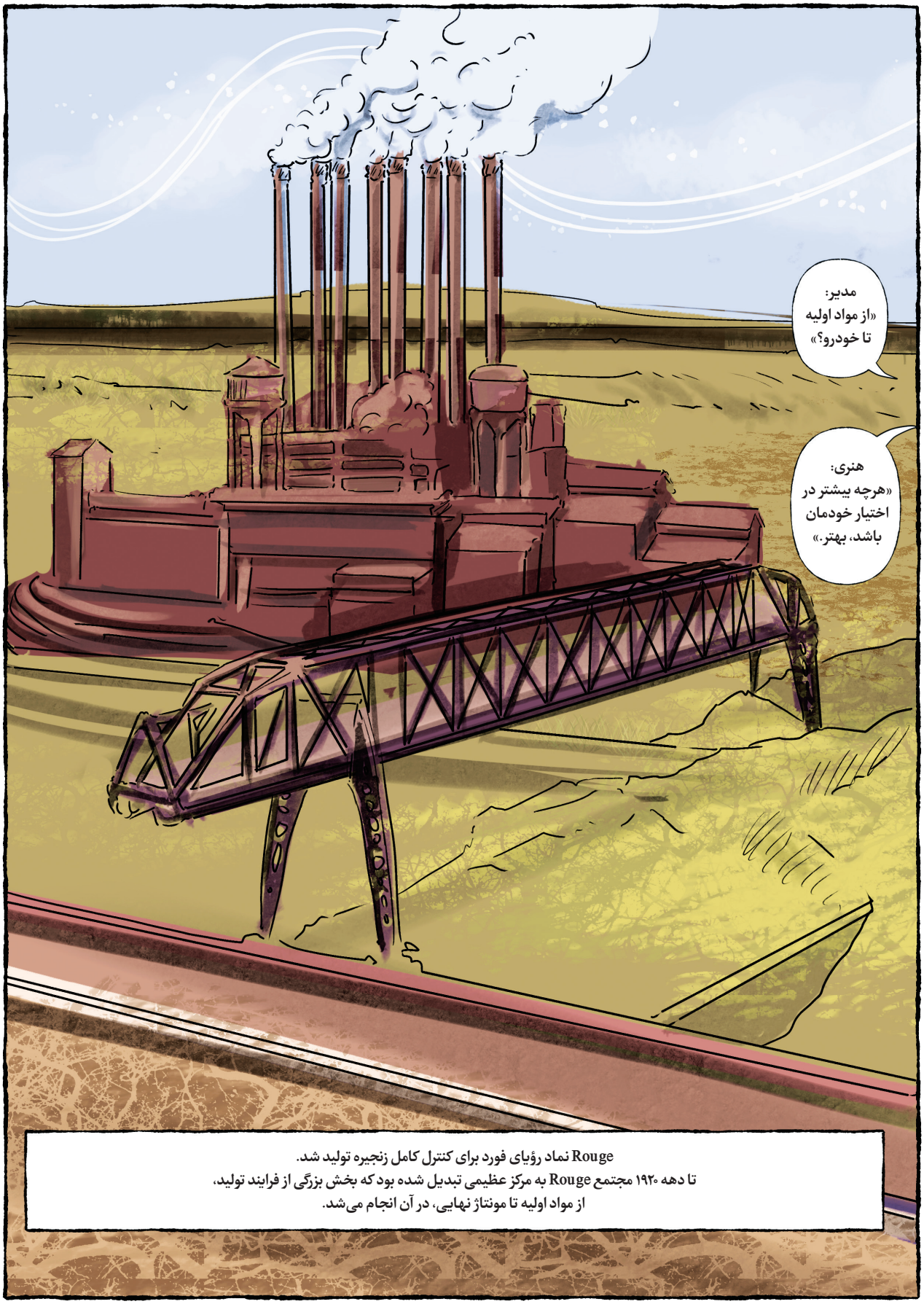
خط مونتاژ متحرک زمان را به مهم‌ترین ماده اولیه کارخانه تبدیل کرد. آزمایش‌های خط مونتاژ فورد در ۱۹۱۳ آغاز شد؛ توسعه این سیستم مدت‌زمان مونتاژ Model T را به‌شدت کاهش داد.

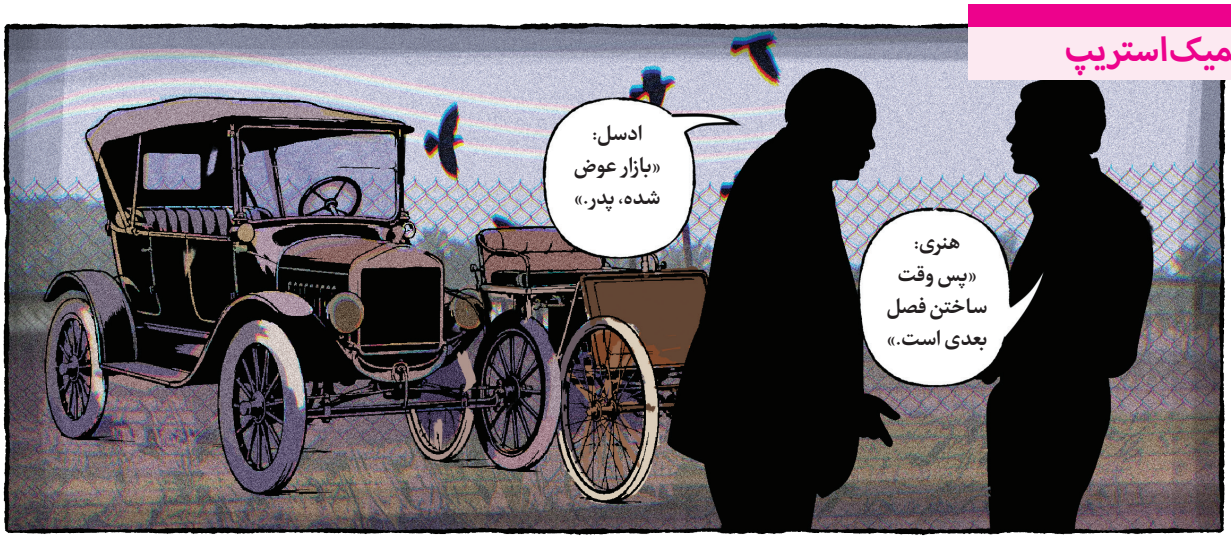


بهره‌وری برای فورد فقط کاهش هزینه نبود؛ ابزاری برای دموکراتیزه‌کردن بازار بود.



فورد فهمید تولید انبوه بدون نیروی کار پایدار دوام نمی‌آورد. در ۱۹۱۴ نرخ مشهور پنج دلار برای روز کاری هشت‌ساعته معرفی شد؛ تصمیمی که علاوه بر افزایش دستمزد، پاسخی به ترک کار بالای کارگران و سختی کار خط مونتاژ نیز بود.


مدیر:
«از مواد اولیه
تا خودرو؟»
هنری:
«هرچه بیشتر در
اختیار خودمان
باشد، بهتر.»
Rouge نماد رؤیای فورد برای کنترل کامل زنجیره تولید شد.
تا دهه ۱۹۲۰ مجتمع Rouge به مرکز عظیمی تبدیل شده بود که بخش بزرگی از فرایند تولید،
از مواد اولیه تا مونتاژ نهایی، در آن انجام می‌شد.



حتی موفق‌ترین محصول جهان هم تاریخ انقضا دارد. در مه ۱۹۲۷ تولید Model T پس از بیش از ۱۵ میلیون دستگاه پایان یافت و شرکت به سوی Model A رفت.



نبوغ مدیریتی، انسان را از خطاهای مدیریتی و اخلاقی مصون نمی‌کند.



فورد رفت، اما ایده او درباره مقیاس، بهره‌وری و بازار انبوه باقی ماند. پس از مرگ ادسل در ۱۹۴۳، فورد مدتی دوباره ریاست شرکت را بر عهده گرفت و در ۱۹۴۵ کنترل را به نوه‌اش، هنری فورد دوم، سپرد. هنری فورد در ۷ آوریل ۱۹۴۷ در ۸۳سالگی درگذشت.

دوبی، میزبان آینده مالی جهان

هفته امور مالی آینده دوبی ۲۰۲۶

نگار رنجبریان
خبرنگار بخش فرهنگ

در آستانه‌ای که نظام مالی جهانی دستخوش تحولات ساختاری و شتاب‌گرفته است، شهر دوبی با ابتکاری راهبردی، صحنه گردهمایی بی‌سابقه‌ای از بازیگران کلیدی این صنعت خواهد بود. هفته امور مالی آینده دوبی (Dubai Future Finance Week) رویدادی است که برای نخستین بار از ۲ تا ۶ نوامبر ۲۰۲۶ (۱۱ تا ۱۵ آبان ۱۴۰۵) در مرکز مالی بین‌المللی دوبی (DIFC) برگزار می‌شود و هدف آن، ترسیم چشم‌انداز آینده مالی و بررسی روندهای حاکم بر اکوسیستم مالی جهان است. این رویداد با حمایت و دستور شیخ مکتوم بن محمد بن راشد آل مکتوم، معاون اول حاکم دوبی و رئیس مرکز مالی بین‌المللی دوبی، سازماندهی شده و در راستای تحقق اهداف دستور کار اقتصادی دوبی (D۳۳) طراحی شده است تا این شهر را به یکی از چهار قطب اصلی مالی جهان تبدیل کند.

اگرچه این رویداد نخستین دوره خود را تجربه می‌کند اما ابعاد و مقیاس آن در همان گام اول، آن را به بزرگ‌ترین گردهمایی صنعت مالی در منطقه تبدیل کرده است. برگزارکنندگان از حضور بیش از ۸۵۰ سخنران در قالب بیش از ۸۵ رویداد سطح بالا، شامل ۱۲ انجمن تخصصی در ۱۴ صحنه (مرکز) مختلف در سراسر دوبی خبر داده‌اند. این تنوع گسترده، نشان‌دهنده عزم دوبی برای تبدیل شدن به کانون گفت‌وگوی جهانی درباره آینده مالی است.

محورهای اصلی رویداد

هفته امور مالی آینده دوبی ۲۰۲۶ تحت شعار محوری «بازاندیشی امور مالی: جایی که نوآوری با سیاست و هدف تلاقی می‌کند» برگزار می‌شود. این شعار بازتاب‌دهنده رویکردی است که فراتر از فناوری صرف، به دنبال هم‌راستایی نوآوری با سیاست‌گذاری و اهداف توسعه‌ای است. برنامه این رویداد در شش محور کلیدی تعریف شده است: فین‌تک (FinTech)، توکن‌سازی (Token-isation)، امور مالی اسلامی (Islamic Finance)، ثروت خانوادگی (Family Wealth)، امور مالی پایدار (Sustainable Finance) و سرمایه خصوصی (Private Capital). هر رویداد در ذیل این هفته، به یکی از جنبه‌های منحصربه‌فرد تحول مالی می‌پردازد و فرصت ارتباط مستقیم با شرکت‌های جهانی، رهبران بازار و نهادهای نظارتی را فراهم می‌کند.

رویداد شاخص (Anchor Event) این هفته مالی، اجلاس فین‌تک دوبی (Dubai FinTech Summit) در تاریخ ۲ و ۳ نوامبر است که رهبران بانکداری جهانی، بازارهای سرمایه و فناوری مالی را گرد هم می‌آورد تا درباره معماری آینده خدمات مالی گفت‌وگو کنند. در همین چارچوب، انجمن پایداری آینده (Future Sustainability Forum) در ۳ نوامبر به عنوان پلتفرمی برای پیشبرد گفت‌وگوی جهانی درباره مالی پایدار و تسریع بسیج سرمایه سبز عمل می‌کند.

انجمن امور مالی اسلامی آینده (Future Islamic Finance Forum) در ۴ نوامبر گفت‌وگوی جهانی درباره مالی منطبق با شریعت و بازارهای سرمایه اسلامی را پیش می‌برد. کنفرانس تأمین مالی جایگزین درآمد ثابت (Deal Catalyst Fixed Income Alternatives Conference) نیز در همان روز به بررسی راهبردهای اعتباری خصوصی و ساختاریافته می‌پردازد. اجلاس ثروت خانوادگی دوبی (Dubai Family Wealth Summit) در ۵ نوامبر متولیان و مشاوران را برای بحث درباره جانشینی، حاکمیت و تخصیص بلندمدت گرد هم می‌آورد. انجمن توکن‌سازی آینده (Future Tokenisation Forum) نیز در همان روز به بررسی بازارهای توکن‌شده قابل‌اعتماد و زیرساخت‌های مالی نسل بعدی می‌پردازد.

برگزارکنندگان، فهرست اولیه سخنرانان کلیدی را منتشر کرده‌اند که چهره‌های برجسته‌ای از صنعت مالی جهان را شامل می‌شود. نیکلاس مورو (Nicolas Moreau)، مدیرعامل مدیریت دارایی اچ‌اس‌بی‌سی (HSBC Asset Management)؛ نوئل کوین (Noel Quinn)، رئیس هیئت مدیره بانک جولیوس بیر (Julius Baer)؛ دکتر شانو اس. پی. هیندوجا (Dr Shanu S.P. Hinduja)، رئیس بانک خصوصی اس. پی. هیندوجا (S.P. Hinduja Banque Privée) و فاتح قرهان (Fatih Karahan)، رئیس بانک مرکزی جمهوری ترکیه، از جمله سخنرانان تأییدشده این رویداد هستند. مخاطبان این رویداد طیف گسترده‌ای از متخصصان را در بر می‌گیرند؛ از مدیران ارشد بانک‌ها و مؤسسات مالی، سرمایه‌گذاران نهادی، رهبران فین‌تک و فناوری تا سیاست‌گذاران، نهادهای نظارتی، مشاوران مالی و پژوهشگران حوزه اقتصاد و مدیریت.

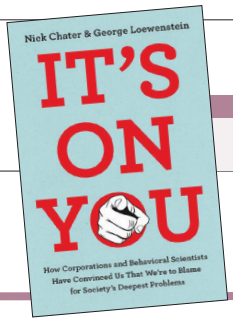
علاقه‌مندان به مشارکت در این رویداد، از جمله سازمان‌ها و شرکای بالقوه، می‌توانند برای حضور یا مشارکت در برنامه گسترده آن از طریق وب‌سایت رسمی رویداد به نشانی www.dubaifuturefinanceweek.com ثبت‌نام کنند. با توجه به ماهیت رویداد که بر گفت‌وگوهای سطح بالا و شبکه‌سازی متمرکز است، فرآیند ارسال مقاله آکادمیک به شکل سنتی برای آن اعلام نشده است. تمرکز اصلی بر پنل‌های تخصصی، سخنرانی‌های کلیدی و کارگاه‌های عملی است. با این حال، خروجی‌های این رویداد در قالب گزارش‌های تحلیلی، جمع‌بندی نشست‌ها و بینش‌های راهبردی منتشر خواهد شد که می‌تواند برای پژوهش‌های کاربردی در حوزه‌های مالی، مدیریت و اقتصاد مورد استفاده قرار گیرد.





اهمیت راهبردی و جایگاه بین‌المللی

برگزاری این رویداد در دوبی که به عنوان قطب مالی پیشرو در منطقه خاورمیانه، آفریقا و جنوب آسیا (MEASA) شناخته می‌شود، نشان‌دهنده جابه‌جایی مرکز ثقل مالی جهان به سمت شرق است. این رویداد نه‌تنها فرصتی برای معرفی توانمندی‌های دوبی به عنوان یک مرکز مالی جهانی است، بلکه بستری برای تعاملات علمی و حرفه‌ای بین‌المللی فراهم می‌کند و می‌تواند به شکل‌گیری همکاری‌های فرامرزی در حوزه‌های نوظهوری مانند توکن‌سازی، امور مالی اسلامی و سرمایه‌گذاری پایدار منجر شود. عارف امیری (Arif Amiri)، مدیرعامل سازمان مرکز مالی بین‌المللی دوبی، این رویداد را «گسترش شبکه پیشرفته‌ترین اکوسیستم مالی منطقه» توصیف کرده که زیرساخت فیزیکی و فکری لازم برای «بازتصور و ساختن آینده مالی با تاب‌آوری و پایداری» را فراهم می‌کند. این رویداد از طریق گردهم‌آوری بیش از ۴۰،۰۰۰ رهبر ارشد، سرمایه‌گذار، سیاست‌گذار و نوآور از سراسر جهان، دوبی را به عنوان کاتالیزوری برای خدمات مالی آینده‌نگر تثبیت می‌کند.



تقصیر شماست

نویسندگان: نیک چیتر و جورج لونشتاین

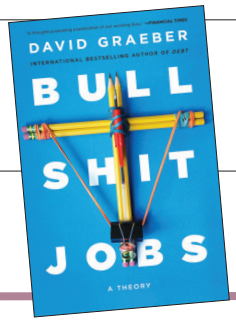
تاریخ انتشار: ۲۷ ژانویه ۲۰۲۶

شاید به‌نظر برسد که مسئولیت مشکلات بزرگ اجتماعی، از تغییرات اقلیمی تا چاقی و بحران بازنشستگی، بر دوش انتخاب‌های فردی ماست؛ گویی اگر هر کس به‌اندازه کافی مراقب باشد، این مسائل حل خواهند شد. این فرض، آن‌قدر طبیعی جلوه می‌کند که کمتر کسی از خود می‌پرسد آیا این چارچوب، تصویری کامل از واقعیت ارائه می‌دهد یا نه.

کتاب «تقصیر شماست: چگونه شرکت‌ها و دانشمندان علوم رفتاری ما را متقاعد کرده‌اند که مقصر عمیق‌ترین مشکلات جامعه هستیم» نوشته نیک چیتر، استاد علوم رفتاری در دانشکده کسب‌وکار واریک، و جورج لِونشتاین، استاد اقتصاد و روان‌شناسی در دانشگاه کارنگی ملون، دقیقاً همین پرسش را محور قرار می‌دهد. چیتر و لونشتاین، خود از بنیان‌گذاران رویکرد «تلنگر» در سیاست‌گذاری عمومی بودند اما در این کتاب استدلال می‌کنند که تلنگرها به‌ندرت مؤثر واقع می‌شوند و جامعه را از سیاست‌هایی که واقعاً کارسازند منحرف می‌کنند. به‌گفته آنان، مثال شاخص این انحراف، تشویق مصرف‌کنندگان به تغییر به انرژی سبز است که انتشار کربن را کاهش نمی‌دهد و توجه را از چالش اصلی، یعنی ساختن اقتصاد کم‌کربن، پرت می‌کند.

استدلال محوری کتاب این است که شرکت‌ها و منافع قدرتمند، با ترویج روایت «مسئولیت شخصی»، مسئولیت مشکلاتی را که خود پدید آورده‌اند، به گردن افراد می‌اندازند و همزمان در برابر اصلاحات ساختاری لابی می‌کنند. نویسندگان این سازوکار را «مسئولیت‌سازی» می‌نامند؛ فرایندی که در آن بار مسئولیت از نهادها و سیاست‌ها به افراد منتقل می‌شود. نمونه تاریخی کتاب، کمپین «سرخپوست گریان» است که در سال ۱۹۷۱ پخش شد و با پیام «مردم آلودگی را شروع می‌کنند؛ مردم می‌توانند آن را متوقف کنند»، صنایع نوشیدنی و بسته‌بندی را از قوانین بازگرداندن بطری مصون نگه داشت.

واکنش منتقدان به کتاب عمدتاً مثبت بوده است. نیویورک تایمز آن را «در دسترس» خوانده و نوشته است که نویسندگان به‌طور متقاعدکننده‌ای نشان می‌دهند تلنگرها نه‌فقط بی‌اثر، بلکه فعالانه زیان‌بارند. فایننشال تایمز نیز از «نمونه‌های متقاعدکننده» کتاب تمجید کرده است. در مقابل، برخی خوانندگان در Goodreads اذعان کرده‌اند که باورشان به اقتصاد رفتاری پس از خواندن این کتاب متزلزل شده است. پیام نهایی کتاب این است که پیشرفت واقعی نه با «اصلاح» قربانیان سیاست‌های ناکارآمد، بلکه با بازنویسی قواعد اجتماعی و اقتصادی به نفع خیر جمعی ممکن می‌شود.



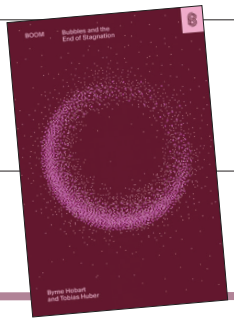
شغل‌های مزخرف

نویسنده: دیوید گریبر

تاریخ انتشار: ۱۵ می ۲۰۱۸

کارمندانی که ساعت‌ها در جلسه‌هایی می‌نشینند که می‌شد در یک ایمیل خلاصه شوند، کارکنانی که فرم‌های اداری را برای بایگانی‌هایی پر می‌کنند که هرگز خوانده نمی‌شوند و کارشناسانی که گزارش‌هایی تهیه می‌کنند که هیچ تصمیمی را تغییر نمی‌دهند؛ این تجربه‌ها در محیط‌های کاری مدرن چنان رایج‌اند که اغلب به‌عنوان بخشی اجتناب‌ناپذیر از «واقعیت شغلی» پذیرفته می‌شوند، نه به‌عنوان نشانه‌ای از یک نقص ساختاری. پرسش ساده‌ای که کمتر پرسیده می‌شود این است: اگر این کارها فردا ناپدید شوند، چه چیزی واقعاً تغییر می‌کند؟

کتاب «شغل‌های مزخرف: یک تئوری» نوشته دیوید گریبر، انسان‌شناس و استاد مدرسه اقتصاد لندن که در سال ۲۰۱۸ توسط انتشارات سایمون و شوستر منتشر شد، به‌طور مستقیم به همین پرسش می‌پردازد. این کتاب حاصل بسط مقاله‌ای است که گریبر در سال ۲۰۱۳ در مجله Strike! با عنوان «درباره پدیده مشاغل مزخرف» منتشر کرد؛ مقاله‌ای که به سرعت ویروسی شد و به بیش از ده زبان ترجمه شد. نظرسنجی YouGov در سال ۲۰۱۵ نشان داد ۳۷ درصد کارکنان بریتانیایی معتقدند شغلشان «هیچ سهم معناداری در جهان ندارد». گریبر شغل مزخرف را این‌گونه تعریف می‌کند: «گونه‌ای از اشتغال دستمزدی که آن‌قدر کاملاً بی‌معنا، غیرضروری یا زیان‌بار است که حتی خود کارمند نیز نمی‌تواند وجود آن را توجیه کند، هرچند به‌عنوان بخشی از شرایط استخدام، خود را ملزم می‌داند تظاهر کند که این‌گونه نیست». او این مشاغل را به پنج دسته تقسیم می‌کند: «نوکرها» که برای مهم جلوه دادن رؤسای خود استخدام می‌شوند، «اراذل» که ماهیتشان اجباری یا فریب‌کارانه است، «وصله‌پینه‌کننده‌ها» که مشکلات به‌وجودآمده را حل می‌کنند، «تیک‌زن‌ها» که صرفاً برای پر کردن فرم‌ها وجود دارند و «ناظران» که بر کار دیگران نظارت می‌کنند بدون آنکه کسی به آن‌ها نیاز داشته باشد. استدلال محوری کتاب این است که این مشاغل از منظر اقتصادی منطقی نیستند و بنابراین کارکردی سیاسی دارند. جمعیتی که با کارهای بی‌معنا مشغول نگه داشته شود، کمتر احتمال دارد به ساختارهای موجود اعتراض کند. منتقدان واکنش دوگانه‌ای به کتاب داشته‌اند. کرکوس ریویوز آن را اثری خواند که در آن گریبر «اقتصاد برده‌داری مزدی» را به چالش می‌کشد. گاردین اما معتقد بود دوسوم نخست کتاب صرفاً بسط مقاله اولیه اوست و اتکای بیش‌ازحد به روایت‌های شخصی، روش‌شناسی آن را آسیب‌پذیر می‌کند.



رونق

نویسندگان: بیرن هوبارت و توبیاس هوبر

تاریخ انتشار: ۱۹ نوامبر ۲۰۲۴

جهانِ پس از دهه ۱۹۷۰ با معمایی سخت روبه‌روست: چرا موتور پیشرفت که زمانی در فاصله چند دهه انسان را به ماه رساند و انرژی اتمی را آزاد کرد، اکنون کندتر از گذشته می‌چرخد؟ رشد دستمزدها متوقف شده، نابرابری افزایش یافته و پژوهش‌های علمی به‌طور فزاینده‌ای پرهزینه و تدریجی شده‌اند. پرسش این است که چه نیرویی می‌تواند این رکود را بشکند و دوباره جرقه نوآوری‌های بنیادین را روشن کند.

کتاب «رونق: حباب‌ها و پایان رکود» نوشته بیرن هوبارت و توبیاس هوبر، که در نوامبر ۲۰۲۴ توسط انتشارات Stripe Press منتشر شد، استدلالی خلاف عادت را پیش می‌کشد. این دو نویسنده که هردو در شرکت سرمایه‌گذاری فناوری Anomaly فعالیت می‌کنند، با رویکردی استقرایی و مطالعه موردی برخی از مهم‌ترین دستاوردهای قرن گذشته، از پروژه منهتن و برنامه آپولو تا فِرَکینگ و بیت‌کوین، به این نتیجه رسیده‌اند که حباب‌های مالی برخلاف تصور رایج که آن‌ها را نیروهایی مخرب و بی‌ثبات‌کننده می‌دانند، در واقع موتور محرک گذشته بوده‌اند و می‌توانند پیشرفت‌های آینده را نیز به پیش ببرند. به بیان دیگر، حباب‌ها آن‌قدرها هم که گفته می‌شود بد نیستند.

وال‌استریت ژورنال ضمن ستایش پویایی فکری کتاب، آن را اثری خواند که در کنار نکوهش رکود فرهنگی، نگاهی خوش‌بینانه و رادیکال به نقش حباب‌ها در پیشرفت ارائه می‌دهد. نیو آتلانتیس نیز، در حالی که کتاب را تحریک‌آمیز خواند، یادآور شد که هوبارت و هوبر تعریف دقیقی از «حباب» ارائه نمی‌دهند و به نمونه‌های کلاسیکی مانند جنون گل لاله یا رسوایی ترانوس توجهی نمی‌کنند. در مقابل برخی خوانندگان، کتاب را «بیش از حد پرگو» و فاقد «خرد پنهانی» در نظریه حباب دانسته‌اند.

آنچه «رونق» را در میان آثار مشابه متمایز می‌کند، پیوندی است که میان اقتصاد، فلسفه و تاریخ برقرار می‌کند. هوبارت و هوبر استدلال می‌کنند که برای رهایی از رکود، جوامع باید ریسک‌گریزی جمعی را کاهش دهند، فرآیندهای آزمایشی را بیش‌ازحد تأمین مالی کنند و افراد بلندپرواز را حول مأموریتی متعالی گرد هم آورند. از نگاه آنان، حباب‌ها مکانیزمی برای برقراری اعتماد و کنش جمعی هستند که پیشرفت‌های فناورانه قرن گذشته بدون آن‌ها غیرممکن می‌بود. این کتاب، تصویری خوش‌بینانه از آینده ارائه می‌دهد و مسیری برای آغاز عصری تازه از رونق جهانی ترسیم می‌کند.



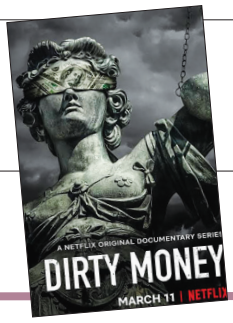
پادشاهان تاجر

نویسنده: استیون آر. باون

تاریخ انتشار: ۲۵ ژانویه ۲۰۲۲

قدرت مهارنشده شرکتی، پدیده‌ای مدرن به نظر می‌رسد اما ریشه‌های آن به قرن‌ها پیش بازمی‌گردد؛ به دورانی که نهادهایی نیمه‌تجاری و نیمه‌سیاسی بر سرزمین‌ها و مردمانی حکومت می‌کردند که هرگز رضایتشان پرسیده نشده بود. این شرکت‌ها ارتش‌های خصوصی داشتند، قانون وضع می‌کردند، مالیات می‌گرفتند و جنگ به راه می‌انداختند، در حالی که سهامدارانشان در پایتخت‌های اروپایی سود می‌بردند. پرسشی که همچنان بی‌پاسخ می‌ماند این است: وقتی سود یک شرکت با منافع عمومی مردمان تحت سلطه در تعارض باشد، کدام یک برنده می‌شود؟

کتاب «پادشاهان تاجر: زمانی که شرکت‌ها بر جهان حکومت می‌کردند، ۱۶۰۰-۱۹۰۰» نوشته استیون آر. باون، مورخ کانادایی و نویسنده بیش از دوازده اثر در حوزه تاریخ روایی، این پرسش را در بستری تاریخی می‌نشاند. باون که خود را «سایمون وینچستر کانادا» لقب داده، در این کتاب از طریق شش زندگینامه کوتاه، داستان شرکت‌های تجاری بزرگی را روایت می‌کند که در فاصله سال‌های ۱۶۰۰ تا ۱۹۰۰، به‌عنوان بازیگرانی نیمه‌دولتی عمل می‌کردند و در منطقه خاکستری میان دولت و بنگاه اقتصادی قرار داشتند. شش شرکتی که باون بررسی می‌کند عبارتند از کمپانی هند شرقی هلند، کمپانی هند غربی هلند، کمپانی هند شرقی انگلستان، کمپانی روسی-آمریکایی، کمپانی خلیج هادسون و کمپانی بریتانیای جنوبی آفریقا. باون نشان می‌دهد که این شرکت‌ها نه صرفاً نهادهای تجاری، بلکه ابزارهایی برای پیشبرد رقابت‌های ملی و امپریالیستی بودند و مدیرانشان، از یان پیترزون کون و پیتر استایوسانت تا سسیل جان رودز، از طریق فتح نظامی، توطئه و بهره‌کشی از مردمان بومی، ثروت و قدرت افسانه‌ای خود را بنا نهادند. نکته مهمی که باون بر آن تأکید دارد این است که این شرکت‌ها از منظر اقتصادی، انحصارگر بودند نه سرمایه‌دار و در نهایت با پول مالیات‌دهندگان از ورشکستگی نجات یافتند. کرکوس ریویوز این اثر را «داستانی جذاب از تجارت بی‌قید» خوانده که «تاریخ مردمی زنده‌ای از انحصارهای تجاری بزرگ» ارائه می‌دهد اما نیویورک تایمز همین تمرکز بر فرد را نقطه‌ضعف کتاب دانسته و نوشته است که کتاب به‌ندرت به خود شرکت‌ها می‌پردازد و تحلیل‌هایش «ساده‌انگارانه» است، هرچند «مرور کلی و آسان‌فهمی» از این دوره ارائه می‌دهد. کتاب «پادشاهان تاجر» هم برای مخاطب عام علاقه‌مند به تاریخ امپریالیسم جذاب است و هم برای کسانی که می‌خواهند درک بهتری از ریشه‌های تاریخی قدرت شرکت‌های فراملی در جهان امروز داشته باشند.



پول کثیف

کارگردان: الکس گیبنی و گروه کارگردانان

محصول سال: ۲۰۱۸-۲۰۲۰

انگیزه سوددهی، در ذات خود، نیروی محرکه نوآوری و رشد اقتصادی است؛ اما زمانی که این انگیزه از چارچوب‌های اخلاقی و قانونی عبور می‌کند، می‌تواند به ابزاری برای تخریب نظام‌مند تبدیل شود. آنچه در سال‌های پس از بحران مالی جهانی بیش از پیش آشکار شد، این بود که چنین خروجی از چارچوب، نه یک استثنا، بلکه الگویی تکرارشونده در برخی از بزرگ‌ترین نهادهای اقتصادی جهان بوده است؛ الگویی که هزینه‌های آن نه فقط بر دوش سرمایه‌گذاران خرد، بلکه بر کل جامعه و محیط زیست تحمیل می‌شود. مجموعه مستند «Dirty Money» که نخستین فصل آن در ژانویه ۲۰۱۸ از نتفلیکس پخش شد، دقیقاً همین الگو را هدف گرفته است. این مجموعه هر قسمت را به یک پرونده مشخص از فساد شرکتی، کلاهبرداری اوراق بهادار یا حسابداری خلاقانه اختصاص می‌دهد و کارگردانی هر اپیزود بر عهده فیلم‌سازان متفاوتی از جمله الکس گیبنی، جسی ماس، ارین لی کار و کریستی جاکوبسون بوده است. دامنه موضوعات از وام‌های روزپرداخت با نرخ بهره کمرشکن و خودروهایی که در آزمون‌های آلایندگی تقلب کرده‌اند، تا پولشویی بانک‌ها برای کارتل‌های مواد مخدر و طرح‌های پیچیده فرار مالیاتی را در بر می‌گیرد. فصل دوم مجموعه نیز که در ۲۰۲۰ منتشر شد، پرونده‌های تازه‌ای را بررسی می‌کند؛ از شیوه‌های فریبنده بانک ولز فارگو برای رشد سریع، رسوایی مالی نخست‌وزیر مالزی و فعالیت‌های املاک جرد کوشنر، تا شبکه‌های پولشویی در تجارت طلا و پیامدهای زیست‌محیطی یک کارخانه پلاستیک در تگزاس. نکته محوری مجموعه این است که هر پرونده را نه به‌عنوان یک تخلف منفرد، بلکه به‌عنوان نمونه‌ای از یک نظام معیوب روایت می‌کند. راجر ابرت نوشته است که این مجموعه فراتر از یک روایت سرگرم‌کننده عمل می‌کند و پرسش‌های بزرگ و بغرنجی را پیش می‌کشد؛ پرسش‌هایی درباره اینکه چرا نظام‌های موجود به چنین بازیگرانی اجازه رشد می‌دهند. در مقابل، برخی نقدها به ساختار اپیزودیک مجموعه اشاره کرده‌اند و معتقدند که هرچند هر قسمت به‌تنهایی جذاب است، اما مجموعه به‌عنوان یک کل، گاهی از عمق تحلیلی لازم برای پیوند دادن این پرونده‌ها به یکدیگر باز می‌ماند. «پول کثیف» را می‌توان نوعی کالبدشکافی از سرمایه‌داری معاصر دانست. این مجموعه نشان می‌دهد که فساد شرکتی نه یک انحراف نادر، بلکه محصول ساختارهایی است که در غیاب نظارت مؤثر، به بازیگران بد اجازه شکوفایی می‌دهند.



ثروتمندان را نابود کن

کارگردان: تئو لاو

محصول سال: ۲۰۲۲

در دل بازارهای مالی، جایی که سرمایه‌های کلان و الگوریتم‌های پیچیده تعیین‌کننده سرنوشت شرکت‌ها هستند، گاهی نیرویی غیرمنتظره از دل اینترنت سر برمی‌آورد و معادلات قدرت را به چالش می‌کشد. روایتی که در سال ۲۰۲۰ شکل گرفت، نمونه‌ای از همین تقابل بود؛ جایی که جمعی از سرمایه‌گذاران خرد، با ابزارهایی که به نظر نمی‌رسید در میدان نبرد نابرابر وال‌استریت کارساز باشند، توجه جهانی را به خود جلب کردند و پرسش‌هایی بنیادین درباره ساختار بازار و عدالت اقتصادی مطرح ساختند. سریال مستند «Eat the Rich: The GameStop Saga» که در سپتامبر ۲۰۲۲ از نتفلیکس پخش شد، روایت این واقعه را در سه قسمت ۴۰ دقیقه‌ای بازگو می‌کند. داستان حول محور شرکت گیم‌استاپ شکل می‌گیرد؛ خرده‌فروشی قدیمی بازی‌های ویدئویی که صندوق‌های سرمایه‌گذاری بزرگ روی سقوط آن شرط بسته و سهامش را استقراض کرده بودند. در مقابل، گروهی از سرمایه‌گذاران خرد که در انجمن وال‌استریت‌بتس ردیت و پلتفرم‌هایی مانند تیک‌تاک و دیسکورد گرد هم آمده بودند، شروع به خرید سهام گیم‌استاپ کردند و به‌طور غیرمنتظره‌ای قیمت آن را به‌شدت بالا بردند. کارگردان، تئو لاو، با مصاحبه با اقتصاددانان، قانون‌گذاران، مدیران صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاران خرد، تلاش کرده تصویری چندصدا از این ماجرا ارائه دهد. منتقدان واکنش‌های متفاوتی به این مجموعه نشان داده‌اند. برایان لوری در CNN نوشته که نقطه قوت اصلی مستند توانایی آن در روایت یک داستان مالی پیچیده با مقدار مناسبی طنز و زمینه است، به‌گونه‌ای که طرفین را شیطانی جلوه نمی‌دهد اما از تمسخر آنها نیز چشم‌پوشی نمی‌کند. در مقابل، منتقد Esquire این مجموعه را برای یک داستان مالی پیچیده «به‌طرز چشمگیری ابتدایی» توصیف کرده و معتقد است که به اندازه کافی به پرسش‌های ساختاری نمی‌پردازد. علیرغم این اختلاف‌نظرها، Metacritic امتیاز ۷۵ را بر اساس پنج نقد برای این مجموعه ثبت کرده که نشان‌دهنده «عموماً مطلوب» بودن آن است. «ثروتمندان را نابود کن» در نهایت پرسشی را پیش می‌کشد که فراتر از یک ماجرای بورسی است: وقتی ابزارهای فناوری به عموم مردم امکان ورود به میدان‌هایی را می‌دهند که پیش‌تر در انحصار نخبگان بود، آیا این ورود به معنای واقعی کلمه «دموکراتیک‌سازی» است یا صرفاً شکل تازه‌ای از همان بازی با قوانینی که همچنان به نفع قدرتمندان چیده شده است؟

پاکار

تجربه استمرار در مسیر

این برنامه یک گفت‌وگوی صمیمی و بی‌تکلف با مدیران شرکت‌های بزرگ بخش خصوصی ایران است؛ جایی برای شنیدن داستان‌ها، تجربه‌ها و پشت‌پرده برندهای ایرانی. هدف پاکار این است که ظرفیت‌های واقعی ایران را نشان دهد، از فرهنگ سازمانی و تیم‌های کارآمد بگوید و الهام‌بخش نسل جدید برای ساختن آینده باشد «پادکست پاکار» یک برنامه گفت‌وگومحور است که در آن پای صحبت افرادی می‌نشینند که با استمرار، پایداری و تعهد، مسیر حرفه‌ای خودشان را ساخته‌اند و در آن ماندگار شده‌اند. این پادکست در فصل اول خود ۱۷ اپیزود منتشر کرده و در هر قسمت میزبان یکی از مدیران و فعالان بخش خصوصی ایران بوده است. در اپیزودهای مختلف، مهمانانی از حوزه‌های گوناگون حضور داشته‌اند و درباره موضوعاتی مانند تفکر استراتژیک، ارزش‌آفرینی، مهارت زیست جمعی، سبک زندگی سالم و چالش‌های مدیریت در ایران گفت‌وگو شده است. «پادکست پاکار» با روایت تجربه‌های واقعی مدیران ایرانی، تصویری از مسیرهای شغلی و کسب‌وکارهای موفق ارائه می‌دهد و برای کسانی که به داستان‌های الهام‌بخش از دنیای کار و کارآفرینی در ایران علاقه دارند، پیشنهاد می‌شود.

اپیزودهای پیشنهادی

پادکست پاکار - اپیزود ده: محمدرضا عبدی، مشاور مالیاتی شرکت کیسون



در قسمت دهم از پادکست پاکار، محمدرضا عبدی، مشاور مالیاتی گروه کیسون مهمان برنامه بوده است. در این گفت‌وگو، آقای عبدی درباره اهمیت مالیات، انواع آن و نقش حیاتی مالیات در شکل‌گیری و تداوم شرکت‌ها صحبت می‌کند.

چالش‌ها و پیچیدگی‌های دریافت مالیات در بخش خصوصی، به‌ویژه در شرکت‌های بزرگ‌مقیاس، از موضوعاتی است که در این اپیزود به بحث گذاشته می‌شود. مهمان برنامه با تکیه بر تجربه خود به‌عنوان مشاور مالیاتی یکی از گروه‌های بزرگ صنعتی کشور، از فرآیندها، موانع و ظرافت‌های مربوط به مالیات در فضای کسب‌وکار ایران می‌گوید. این قسمت از پادکست پاکار برای کسانی که به دنبال درک عمیق‌تر از سازوکارهای مالیاتی در کسب‌وکارهای ایرانی هستند، پیشنهاد می‌شود. علاقه‌مندان می‌توانند با شنیدن این قسمت با ابعاد کمتر شناخته‌شده مالیات در شرکت‌های بزرگ آشنا شوند.

پادکست پاکار - اپیزود شش: امیر الحاجی، مدیرعامل اسنوا ونچرز



در این اپیزود از پادکست پاکار، امیر الحاجی، مدیرعامل اسنوا ونچرز، شرکتی که در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر فعالیت می‌کند، مهمان برنامه است و در گفت‌وگویی صمیمی، به موضوعات مهم دنیای استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاری می‌پردازد. چالش‌های امیر الحاجی در این گفت‌وگو تجربه و دیدگاه خود را درباره این موضوعات به اشتراک می‌گذارد. او به عنوان مدیرعامل اسنوا ونچرز، دیدگاه‌های خود را درباره سرمایه‌گذاری خطرپذیر ارائه می‌دهد. این اپیزود برای همه کسانی که به دنیای استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاری و آینده کارآفرینی علاقه دارند، پر از نکته است. مخاطبان در این قسمت با چالش‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در ایران، ویژگی‌های استارت‌آپ‌های موفق، دلایل مهاجرت صاحبان استارت‌آپ‌ها و نقش شرکت‌های بزرگ‌مقیاس در این حوزه آشنا می‌شوند. موضوع مهاجرت صاحبان استارت‌آپ‌ها و دلایل آن نیز از بخش‌های جذاب این گفت‌وگو است. اهمیت ورود شرکت‌های بزرگ‌مقیاس به سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها از دیگر مباحث مطرح‌شده است. شنوندگان و علاقه‌مندان به کارآفرینی و سرمایه‌گذاری می‌توانند از تجربه‌های امیر الحاجی در این حوزه بهره‌مند شوند.

پادکست پاکار - اپیزود یک: سولماز موگویی، مدیر واحد مادر (مسئولیت اجتماعی) شرکت کروز



در نخستین اپیزود پادکست پاکار، سولماز موگویی، مدیر واحد «مادر» (مسئولیت اجتماعی و درمان و رفاه) در شرکت کروز، مهمان برنامه است. او که از آلمان بازگشته، حالا چند سال است در یکی از بزرگ‌ترین برندهای ایران کار می‌کند. این گفت‌وگویی از مسیر بین‌المللی تحصیل تا مسئولیت اجتماعی در یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های ایران است.

در این اپیزود، به تعریف و چیستی مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته شده است. همچنین تفاوت آن با کار خیریه بررسی می‌شود. پرسش دیگری که در این گفت‌وگو مطرح شده این است که آیا تبدیل شدن مسئولیت اجتماعی به قانون می‌تواند در روند اجرای آن تأثیرگذار باشد یا خیر. پاکار یعنی آدم‌هایی که پشت برندهای ایرانی ایستاده‌اند و آینده را می‌سازند. نخستین اپیزود این پادکست با میزبانی از سولماز موگویی، به موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتی و تجربه او در شرکت کروز اختصاص دارد و می‌تواند برای مدیران شرکت‌ها و علاقه‌مندان به حوزه مسئولیت اجتماعی مفید واقع شود.

یکی برای همه، همه برای یکی

ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت پیمان‌های منطقه‌ای و جهانی مانند بریکس و شانگهای برای عبور از تحریم‌ها و جنگ استفاده کند؟



عیارسنجی پیمان‌ها

توافق‌نامه‌های اقتصادی و پیمان‌های سیاسی، ناجی تجارت ایران می‌شود؟

مریم بابایی
پژوهشگر اقتصادی

تحریم و محاصره دریایی، در شرایط وابستگی به بنادر جنوبی و حمل و نقل دریایی، اقتصاد و تجارت ایران را با محدودیت و دشـــواری‌هایی بی‌ســـابقه‌ای روبه‌رو کرده اســـت. ادامه این وضعیـــت در صورتی که مسیرهای جایگزین، پیش‌بینی و هموار نشود، زنجیره تجارت را مختل می‌کند. در این شرایط این سوال مطرح است که ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت عضویـــت در پیمان‌های تجاری و جهانی مانند اوراســـیا، بریکس، شانگهای و همچنین ظرفیت‌های همسایه‌هایی مانند ترکیه و پاکستان و... برای عبور از این وضعیت استفاده کند.

فعالان اقتصادی و کارشناســـان معتقدند توافقات تجاری اگرچه فرصت و مزیت است اما بدون زیرساخت مالی و لجستیکی، نمی‌تواند در شـــرایط تحریم راهگشا باشـــد؛ چرا که عضویت سیاسی در این پیمان‌ها به معنای دسترســـی به بازار، بانک، بیمه و مسیر حمل‌ونقل نیست و این عضویت زمانی می‌تواند موثر باشد که از عضویت اسمی به ســـمت استفاده عملیاتی و بهره‌برداری اقتصاد پیش برود. به گفته آنها این عضویت تنها می‌تواند مبنای حقوقی لازم برای مذاکره درباره راه‌حل‌های عملی را فراهم کند.

به عبارتی ایران اگر بتواند عضویت‌های خود در چنین پیمان‌ها و همکاری‌هایی را به کریدور، قرارداد، سازوکار مالی و پروژه زیرساختی تبدیـــل کند، می‌تواند برای عبور از محاصـــره دریایی از این ظرفیت استفاده کند. این در حالی اســـت که تا پیش از این عضویت در این پیمان‌ها به لحاظ سیاســـی مطرح و پیگیری شده و جنبه تشریفاتی داشته و در وضعیت فعلی این ظرفیت باید به صورت عملیاتی به قرارداد تجاری، خط اعتباری، مسیر منظم حمل، استاندارد مشترک و شبکه تسویه مالی تبدیل شود.

نکته قابل توجه دیگر در این زمینه این است که حتی اگر از ظرفیت پیمان‌های منطقه‌ای به درستی بهره‌برداری شود، تحریم‌های داخلی، بوروکراســـی‌های گمرکی، محدودیت‌هایی همچون رفع تعهد ارزی، موانع بانکی، بخشنامه‌های متناقض و شرکای تجاری محدود همچنان گلوگاه‌های اصلی تجارت است و رفع این گلوگاه‌های داخلی، ضروری و پیش نیاز بهره‌برداری از پیمان‌های تجاری و ظرفیت‌های ترانزیتی مانند، اوراسیا، شانگهای، بریکس، ترکیه، پاکستان و... خواهد بود.

به عبارتی رفع تحریم‌ها، تنها شـــرط لازم برای بازگشت ایران به چرخه تجارت جهانی است؛ اما رفع گلوگاه‌های داخلی، شرط کافی برای تبدیل شدن به یک بازیگر اثرگذار در اقتصاد جهانی است. بدون اصلاحات ساختاری در حوزه‌های مالی، لجستیک و رگولاتوری، حتی در صورت رفع کامل فشارهای خارجی، ظرفیت‌های ژئوپلیتیک ایران در سطح بهینه خود عمل نخواهند کرد.

با این وجود کارشناســـان معتقدند اگرچه تجارت ایران به واسطه تشـــدید تحریم‌ها، شرایط سخت و بی‌ســـابقه‌ای را تجربه می‌کند اما این وضعیت می‌تواند فرصتی برای تغییر و اصلاح و ایجاد یک شبکه تجارت مقاوم و چندلایه متشکل از همسایگان، پیمان‌های منطقه‌ای، مسیرهای حمل‌ونقل و نظام مالی باشد.

> ایران از منظر ژئوپلیتیک، دارای جایگاهی استراتژیک در تقاطع مسیرهای تجاری جهانی است. برخورداری از دسترسی همزمان به خلیج فارس و دریای عمان، نزدیکی به آسیای مرکزی، قفقاز و هند، کشور را به یک هاب ارتباطی میان کریدورهای شمال-جنوب و شرق-غرب تبدیل کرده‌است

ظرفیت پیمان‌های منطقه‌ای و همسایه‌ها

ایـــران از منظر ژئوپلیتیـــک، دارای جایگاهی اســـتراتژیک در تقاطع مسیرهای تجاری جهانی اســـت. برخورداری از دسترسی همزمان به خلیج فارس و دریای عمان، نزدیکی به آســـیای مرکزی، قفقاز و هند، کشور را به یک هاب ارتباطی میان کریدورهای شمال-جنوب و شرق-غرب تبدیل کرده است. همچنین، اتصال زمینی به اروپا از طریق ترکیه و دسترســـی به شرق از طریق پاکستان، پتانســـیل ایران را در زنجیره تأمین جهانی دوچندان می‌کند. اما تبدیل شدن این موقعیت جغرافیایی به قدرت اقتصادی، مستلزم زیرساخت‌های فیزیکی (راه‌آهن استاندارد، بنادر مدرن، جاده‌های بین‌المللی و...)، ثبات سیاسی و تسهیلات تجاری (رفع تحریم‌ها، تســـهیل قوانین گمرکی و ایجاد بسترهای بانکی برای تجارت بین‌المللی) است.

توافقنامه تجارت آزاد اوراســـیا: توافق تجـــارت آزاد ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا با ایجاد یک مسیر جایگزین از طریق مرزهای زمینی و ریلی، پتانسیل این را دارد که اثر محدودیت‌های دسترسی به آب‌های آزاد را خنثـــی کند. با این حال، تحقق ایـــن ظرفیت‌ها با چالش‌هایی روبه‌روســـت که می‌تواند مانع از اثرگذاری کامل این موافقتنامه شود. نخستین چالش، عدم توازن میان حجم تجارت دریایی و توان عملیاتی زیرساخت‌های زمینی است؛ چرا که انتقال بار از دریا به زمین، مستلزم سرمایه‌گذاری سنگین در بخش ریلی و رفع گلوگاه‌های لجستیکی است. علاوه بـــر این، هزینه‌های بالای حمل‌ونقل زمینی می‌تواند از جذابیت اقتصادی این مسیر برای صادرکنندگان بکاهد. مهم‌تر از آن، چالش‌های ساختاری در حوزه مالی و پرداخت‌های بین‌المللی، که ناشی از تبعات تحریم‌هاســـت، می‌تواند مانع از تبدیل شدن این توافق‌های سیاسی به جریان‌های واقعی کالا شود.

عضویـــت در بریکس: در مورد بریکس هـــم باید گفت ظرفیت اصلی بریکس برای ایران به گفته کارشناسان، در سه حوزه تأمین مالی پروژه‌ها، توسعه تسویه با ارزهای ملی و ایجاد روابط مستقیم با بانک‌ها و بنگاه‌های اعضاست. ایجاد سیستم‌های پرداخت جایگزین و استفاده از ارزهای ملی در تراکنش‌های بین‌المللی، می‌تواند اثرات محاصره دریایی را در بخش مالی خنثی کرده و مسیرهای مالی جدیدی را باز کند. این امر، امنیت مالی تجارت ایران را در مواجهه با فشـــارهای دریایی به‌شـــدت تقویت می‌کند. با این حال، این مســـیر با چالش‌های ساختاری و استراتژیک عمیقی روبه‌روســـت. برخلاف نهادهایی مانند صندوق بین‌المللی پول، بریکس فاقد یک ســـاختار اجرایی واحد و الزام‌آور برای حمایت نظامی یا اقتصادی مستقیم از اعضای خود در زمان بحران است. چالش دوم، تضاد منافع در میان اعضای خود بریکس است؛ ایران باید بتواند در میان غول‌های اقتصادی مانند چیـــن و هند، منافع ملی خود را حفظ کند بدون اینکه به وابستگی شـــدید به یکی از آن‌ها دچار شود. به عبارتی بدون اصلاحات ساختاری در اقتصاد داخلی و ارتقای توان تولیدی، این عضویت تنها به یک پیوند سیاسی باقی خواهد ماند.

پیمان شانگهای: ســـازمان شـــانگهای نیز اگرچـــه در مسائل امنیتی

ساختار حاکمیتی و رگولاتوری کشور، با پیچیدگی‌های اداری و تعدد نهادهای نظارتی، فضای شفافیت را محدود کرده است. تداخل وظایف میان نهادهای مختلف و تغییرات مکرر در قوانین تجاری، نوعی ابهام حقوقی ایجاد کرده که مانع از اتخاذ تصمیمات استراتژیک توسط بخش خصوصی می‌شود. این فضای بی‌ثبات باعث شده که بخش تولید داخلی در رقابت با کالاهای وارداتی، از نظر تکنولوژیک و فرآیندی در موضع ضعف قرار گیرد.

هم‌گراست، اما هنوز به یک بلوک اقتصادی منسجم با قوانین مالی یکپارچه (مانند بریکس) تبدیل نشده است. بنابراین، این سازمان می‌تواند امنیت مسیرها را تضمین کند، اما لزوماً نمی‌تواند تضمین‌کننده جریان روان سرمایه و کالاست. چالش دوم، تنوع منافع و عدم هم‌گرایی کامل استراتژیک است. اعضای سازمان شامل طیف وسیعی از قدرت‌ها هستند که برخی از آن‌ها روابط نزدیکی با نظام بین‌الملل تحت رهبری غرب دارند. این امر می‌تواند باعث شود که سازمان شانگهای در برخورد با مسائل حساسِ ناشی از تحریم‌های علیه ایران، به‌جای اقدام قاطع، به‌سمت بی‌طرفی محافظه‌کارانه حرکت کند.

همسایگی با ترکیه: قدرت اصلی ترکیه در تکمیل زنجیره لجستیک زمینی-دریایی است. از طریق مرزهای زمینی، ایران می‌تواند کالاهای خود را به شبکه ریلی و جاده‌ای ترکیه منتقل کند که این شبکه، ترکیه را به قلب اروپا و همچنین به مسیرهای اتصال به آفریقا و خلیج فارس پیوند می‌دهد. این مسیر، ایران را از وابستگی مطلق به مسیرهای دریایی سنتی رها کرده و به سمت یک لجستیک چندوجهی سوق می‌دهد. همچنین، ترکیه می‌تواند نقش واسطه تجاری را برای کالاهای صادراتی ایران در بازارهای غربی ایفا کند. با این حال، اتکا به این مسیر با چالش‌های ساختاری و ژئوپلیتیک جدی روبه‌روست. ترکیه عضوی از پیمان ناتو است و روابط اقتصادی و امنیتی آن با غرب بسیار حساس است. نمی‌خواهد با اعمال تحریم‌های ثانویه از سوی آمریکا و اتحادیه اروپا، جایگاه اقتصادی خود را در غرب به خطر بیندازد. همچنین حتی اگر کالا از زمین عبور کند، جریان پول و تسویه حساب‌های تجاری همچنان با نظارت و فشار نهادهای مالی بین‌المللی خواهد بود.

ظرفیت پاکستان: کلیدی‌ترین ظرفیت پاکستان برای تجارت ایران، بندر گوادر است. این بندر به دلیل موقعیت ژئوپلیتیک خود در دریای عرب، می‌تواند به عنوان یک خروجی مستقیم و امن برای کالاهای ایرانی عمل کند که از تنگه هرمز عبور نمی‌کنند. این مسیر، جاده‌ای زمینی-دریایی را ایجاد می‌کند که از طریق خاک پاکستان، کالاهای ایرانی را به اقیانوس هند و سپس به بازارهای عظیم چین، جنوب شرق آسیا و حتی آفریقا متصل می‌سازد. با این حال، این پتانسیل با چالش‌هایی روبه‌روست. نخستین و اصلی‌ترین چالش، ناپایداری امنیتی و سیاسی است. پاکستان همواره با بحران‌های امنیتی داخلی، بی‌ثباتی سیاسی و فشارهای مالی شدید مواجه است. هرگونه تنش مرزی یا عدم ثبات در داخل پاکستان، می‌تواند به سرعت مسیر ترانزیتی را مسدود کرده و اعتماد تجار را به این مسیر سلب کند. دوم، چالش سلطه چین و وابستگی استراتژیک است. از آنجا که بخش بزرگی از زیرساخت‌های این مسیر (مانند گوادر) توسط چین تأمین مالی شده، این مسیر بیش از آنکه یک مسیر مستقل باشد، بخشی از استراتژی کمربند و جاده چین محسوب می‌شود. این موضوع می‌تواند باعث شود که منافع ایران در این مسیر، همواره تحت تأثیر روابط پیچیده چین با سایر قدرت‌های جهانی قرار گیرد. سومین چالش عدم تکامل زیرساخت‌های بانکی و گمرکی است. برخلاف مسیرهای اروپایی که استانداردسازی شده‌اند، عبور از مرزهای زمینی ایران و پاکستان با پیچیدگی‌های اداری، فساد احتمالی در گمرکات و نبود سیستم‌های پرداخت یکپارچه روبه‌روست که می‌تواند هزینه‌های لجستیک را به شدت افزایش داده و کارایی این مسیر را در برابر مسیرهای دریایی کاهش دهد.

گلوگاه‌های ساختاری داخلی

در پایان باید گفت یک سری گلوگاه‌های ساختاری در داخل، مانع از تبدیل ظرفیت‌های موجود به ارزش اقتصادی واقعی می‌شوند. این موانع در یک زنجیره متصل از بی‌ثباتی مالی تا ناکارآمدی‌های لجستیکی و اداری قرار گرفته‌اند که همگی در نهایت بر توان رقابت‌پذیری ملی اثر می‌گذارند.

در لایه اول بی‌ثباتی‌های پولی و تورمی، زیربنای اصلی ریسک‌های تجاری را تشکیل می‌دهند. عدم پیش‌بینی‌پذیری نرخ ارز، نه‌تنها برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت را مختل می‌کند، بلکه باعث شده بخش وسیعی از منابع مالی به جای چرخش در مسیر تولید و تجارت، در فعالیت‌های سوداگری، دلالی و پوشش ریسک‌های ناشی از تورم مصرف شوند. این وضعیت، منجر به یک انجماد سرمایه شده که حتی در صورت رفع تحریم‌ها، بازگشت سریع جریان نقدینگی به بخش‌های تولیدی را با دشواری مواجه خواهد کرد.

در لایه دوم ناکارآمدی در مدیریت زنجیره تأمین و فرآیندهای سنتی در بنادر و گمرکات، منجر به ایجاد گلوگاه‌های زمانی و افزایش هزینه‌های پنهان شده است. این هزینه‌های اضافی، ناشی از فرسودگی ناوگان حمل و نقل و عدم اتصال یکپارچه بین شبکه‌های ریلی و جاده‌ای است که در نهایت، قیمت تمام‌شده کالاهای صادراتی و وارداتی را از استانداردهای رقابتی جهانی فراتر می‌برد. در واقع، حتی اگر مسیرهای ترانزیتی بین‌المللی باز باشند، کندی در عبور از مرزهای داخلی، کارایی این مسیرها را از بین می‌برد.

علاوه بر این، ساختار حاکمیتی و رگولاتوری کشور، با پیچیدگی‌های اداری و تعدد نهادهای نظارتی، فضای شفافیت را محدود کرده است. تداخل وظایف میان نهادهای مختلف و تغییرات مکرر در قوانین تجاری، نوعی ابهام حقوقی ایجاد کرده که مانع از اتخاذ تصمیمات استراتژیک توسط بخش خصوصی می‌شود. این فضای بی‌ثبات باعث شده که بخش تولید داخلی در رقابت با کالاهای وارداتی، از نظر تکنولوژیک و فرآیندی در موضع ضعف قرار گیرد.

بنابراین، برای بهره‌برداری از ظرفیت پیمان‌های تجاری و مزیت‌های جغرافیایی، اصلاحات باید از درون آغاز شود. تمرکز بر ایجاد یک سیستم مالی پایدار، رفع موانع ارزی، توقف صدور بخشنامه‌های متناقض، دیجیتالی‌سازی فرآیندهای گمرکی و یکپارچه‌سازی قوانین تجاری، ضرورت‌های حیاتی برای تبدیل کردن ظرفیت‌های جغرافیایی ایران به قدرت‌های اقتصادی واقعی است. بدون این اصلاحات، ایران همچنان با موانعی فراتر از فشارهای خارجی دست‌وپنجه نرم خواهد کرد.

برخلاف مسیرهای اروپایی که استانداردسازی شده‌اند، عبور از مرزهای زمینی ایران و پاکستان با پیچیدگی‌های اداری، فساد احتمالی در گمرکات و نبود سیستم‌های پرداخت یکپارچه روبه‌روست که می‌تواند هزینه‌های لجستیک را به شدت افزایش داده و کارایی این مسیر را در برابر مسیرهای دریایی کاهش دهد



از عضویت تا اثرگذاری

ظرفیت پیمان‌های منطقه‌ای برای افزایش تاب‌آوری اقتصاد ایران



پیام باقری
نایب‌رئیس اتاق ایران

تشدید تحریم‌های اقتصادی و مالی علیه ایران، همراه با محدودیت‌های ایجادشده در حمل‌ونقل دریایی، فعالیت بنگاه‌های ایرانی را با مجموعه‌ای از دشواری‌های به‌هم‌پیوسته مواجه کرده است. مسئله دیگر فقط انتقال پول یا فروش یک کالای مشخص نیست. بانک، بیمه، حمل‌ونقل، دسترسی به بندر، تأمین قطعه، ثبت سفارش، انتقال فناوری و پذیرش اسناد تجاری، حلقه‌های یک زنجیره واحدند. اختلال در هر حلقه می‌تواند معامله را متوقف کند یا هزینه آن را تا حدی افزایش دهد که تجارت توجیه اقتصادی خود را از دست بدهد.

در چنین شرایطی، این پرسش مطرح می‌شود که عضویت ایران در مجموعه‌هایی مانند بریکس، سازمان همکاری شانگهای و سازمان همکاری اقتصادی، یا برخورداری از موافقت‌نامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، تا چه اندازه می‌تواند آثار فشار خارجی و محدودیت دریایی را کاهش دهد. پاسخ مثبت است، مشروط بر آنکه سرمایه سیاسی این عضویت‌ها به ترتیبات اجرایی در حوزه تجارت، ترانزیت، تسویه مالی، بیمه، ضمانت صادرات و تأمین کالا تبدیل شود.

عضویت در یک پیمان منطقه‌ای به‌تنهایی مسیر حمل ایجاد نمی‌کند، بانک‌ها را به پذیرش معامله ملزم نمی‌سازد و هزینه بیمه را کاهش نمی‌دهد. با این حال، همین عضویت می‌تواند مبنای حقوقی لازم برای مذاکره درباره راه‌حل‌های عملی را فراهم کند. مسئله اصلی ایران کمبود پیمان نیست؛ فاصله میان عضویت و بهره‌برداری اقتصادی است. اکنون سیاست خارجی اقتصادی کشور باید از دیپلماسی حضور به دیپلماسی نتیجه حرکت کند و برای هر سازمان، کارکردی روشن و قابل سنجش تعریف شود.

پاسخی متناسب با ماهیت تحریم

اقدامات منتشرشده از سوی وزارت خزانه‌داری آمریکا در سال ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که دامنه تحریم‌ها بر اقتصاد ایران حوزه‌های مختلفی را در بر گرفته است.

لذا در چنین شرایطی وجود مسیر زمینی بدون شیوه پرداخت کافی نیست. توافق پولی بدون شرکت حمل‌ونقل و بیمه‌گر معامله را کامل نمی‌کند. دسترسی تعرفه‌ای نیز اگر اسناد، استانداردها و رویه‌های گمرکی هماهنگ نباشند، الزاماً به افزایش تجارت نمی‌انجامد. پیمان‌های منطقه‌ای می‌توانند بستر هماهنگی این اجزا باشند، اما اجرای آن به توافق روشن میان دولت‌ها، بانک‌ها، گمرکات، راه‌آهن‌ها، بیمه‌گران و بخش خصوصی نیاز دارد.

اوراسیا، عملیاتی‌ترین ظرفیت حقوقی

در میان ترتیبات موجود، موافقت‌نامه تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا از آمادگی حقوقی بیشتری برخوردار است. ایران عضو این اتحادیه نیست، بلکه طرف موافقت‌نامه تجارت آزاد با آن است. این تمایز اهمیت دارد، زیرا حقوق و تعهدات ایران از متن موافقت‌نامه ناشی می‌شود، نه از عضویت در ساختار داخلی اتحادیه.

موافقت‌نامه از ۱۵ مه ۲۰۲۵ لازم‌الاجرا شده است. براساس اعلام رسمی کمیسیون اقتصادی اوراسیا، دسترسی ترجیحی آن حدود ۹۰ درصد ردیف‌های کالایی را پوشش می‌دهد. متن موافقت‌نامه علاوه بر تعرفه، قواعد مبدأ، تسهیل تجارت، موانع فنی و اقدامات بهداشتی و قرنطینه‌ای را نیز در بر می‌گیرد. همین مجموعه مقررات، آن را از یک تفاهم سیاسی به ابزار حقوقی قابل استفاده تبدیل می‌کند.

مزیت این چارچوب در شرایط کنونی، ترکیب دسترسی ترجیحی با امکان حمل زمینی، ریلی و دریای خزر است. روسیه، قزاقستان، بلاروس، ارمنستان و قرقیزستان از طریق محورهای شمالی و شمال‌شرقی قابل دسترسی‌اند. بنابراین می‌توان بخشی از کالاهایی را که از نظر وزن، ارزش، حجم و زمان تحویل برای حمل زمینی یا ریلی مناسب‌اند، به این مسیرها هدایت کرد.

بهره‌برداری مؤثر باید از شناسایی کالاهای دارای مزیت آغاز شود. همه اقلام قابلیت انتقال اقتصادی از دریا به زمین را ندارند. محصولات غذایی و کشاورزی، دارو، برخی مواد پتروشیمی و معدنی، مصالح ساختمانی و تجهیزات صنعتی، هرکدام به ارزیابی جداگانه بازار، هزینه و زمان نیاز دارند. تصمیم درباره مسیر باید بر محاسبه هزینه تمام‌شده استوار باشد، نه صرفاً امکان فنی عبور.

گام بعدی، استفاده فعال از کمیته مشترک موافقت‌نامه برای حل موانع غیرتعرفه‌ای است. در تجارت واقعی، توقف در مرز، تکرار آزمایش استاندارد، اختلاف در طبقه‌بندی کالا، رد گواهی مبدأ یا کمبود واگن می‌تواند امتیاز تعرفه‌ای را خنثی کند. ایجاد مسیر سبز برای کالاهای اساسی، دارو، نهاده‌های تولید و محموله‌های فسادپذیر، پذیرش الکترونیکی گواهی مبدأ و تبادل پیشینی اطلاعات گمرکی، موافقت‌نامه را به ابزار تداوم تجارت تبدیل می‌کند.

تجارت با اوراسیا باید بر مبادله متقابل نیز استوار باشد. ایران می‌تواند کالاهای کشاورزی، غذایی، دارویی، پتروشیمی، معدنی و صنعتی صادر کند و در مقابل، غلات، روغن، نهاده‌های دامی، چوب، ماشین‌آلات و مواد اولیه مورد نیاز تولید را وارد سازد. پیوند میان صادرات و واردات، امکان استفاده از حساب‌های متقابل وتسویه با ارزهای محلی را افزایش می‌دهد و روابط تجاری را متوازن‌تر می‌کند.

بریکس، پشتوانه تنوع‌بخشی مالی

ظرفیت واقعی بریکس در ایجاد پشتوانه سیاسی برای استفاده بیشتر از ارزهای محلی، توسعه روابط کارگزاری، تسهیل تجارت و بررسی بسترهای پرداخت برون‌مرزی قرار دارد

در دستور کار رسمی بریکس، استفاده از ارزهای محلی، توسعه بسترهای پرداخت بین‌المللی، همکاری در خریدهای دولتی و تسهیل مبادلات مطرح شده است. اعلامیه کازان نیز بر تقویت شبکه روابط کارگزاری و ابزارهای پرداخت سریع‌تر، کم‌هزینه‌تر، شفاف‌تر و فراگیرتر تأکید دارد. این جهت‌گیری، فضای مذاکره را فراهم می‌سازد، اما جایگزین توافق بانکی دوجانبه نمی‌شود.

ایران می‌تواند با روسیه درباره تسویه روبل و ریال، با چین درباره استفاده از یوان، با هند درباره ترتیبات روپیه‌ای و با سایر اعضای علاقه‌مند درباره حساب‌های متقابل مذاکره کند. اگر میان دو کشور جریان واقعی صادرات و واردات وجود داشته باشد، بانک‌های منتخب می‌توانند بخشی از مطالبات و بدهی‌ها را در حساب‌های تعریف‌شده ثبت و در دوره‌های معین تسویه کنند.

شرط موفقیت، وجود تجارت متقابل و مدیریت توازن و تعادل است. اگر ایران از کشوری پیوسته وارد کند، اما صادرات متناسبی به آن نداشته باشد، مانده حساب افزایش می‌یابد و سازوکار تسویه پایدار نمی‌ماند. بنابراین ترتیبات پولی باید همراه با توسعه صادرات، خرید متقابل و تعیین کالاهای قابل تسویه طراحی شود.

هر توافق بانکی باید بانک‌های عامل، نوع کالا، سقف معامله، اسناد مورد قبول، دوره

تحریم‌ها و محدودیت‌های دریایی ضرورت بازطراحی جغرافیای تجارت ایران را آشکار کرده‌اند. ایران در محل اتصال آسیای مرکزی، قفقاز، جنوب آسیا، ترکیه، خلیج فارس و دریای خزر قرار دارد. این موقعیت هنگامی قدرت اقتصادی ایجاد می‌کند که زیرساخت، مقررات، بانک، بیمه و دیپلماسی در سازوکاری واحد به یکدیگر متصل شوند.

تسویه و مسئولیت طرف‌ها را روشن کند. آغاز مرحله‌ای با کالاهای اساسی، دارو، مواد غذایی، نهاده‌های تولید و پروژه‌های زیرساختی امکان کنترل بهتر ریسک را فراهم می‌کند.

بانک توسعه جدید بریکس باید با همین واقع‌بینی دیده شود. عضویت در بریکس به معنای دسترسی خودکار به منابع بانک نیست. استفاده از ظرفیت آن تابع مقررات عضویت، ارزیابی پروژه، تصویب بانک و امکان انتقال منابع است. ایران می‌تواند پروژه‌های منطقه‌ای در حوزه راه‌آهن، انرژی، امنیت غذایی و زیرساخت مرزی را مطابق استانداردهای بانک آماده کند تا امکان بررسی آن‌ها در شرایط مقتضی وجود داشته باشد.

شانگهای، پیوند کریدورها

سازمان همکاری شانگهای از منظر جغرافیایی ظرفیت متفاوتی در اختیار ایران قرار می‌دهد. اعضای آن بخش بزرگی از فضای پیرامونی ایران، از چین و هند تا پاکستان، روسیه و آسیای مرکزی را در بر می‌گیرند. مهم‌ترین کارکرد اقتصادی شانگهای برای ایران، هماهنگی حمل‌ونقل، گمرک، امنیت مسیرها و دیجیتالی‌شدن فرایندهای ترانزیتی است.

در نشست وزیران حمل‌ونقل سازمان در آوریل ۲۰۲۶، بر توسعه کریدورهای پایدار و کارآمد، هماهنگی میان دستگاه‌ها و سازگاری بسترهای دیجیتال تأکید شد. در همان نشست، یادداشت تفاهم همکاری درباره دیجیتالی‌کردن مجوزهای حمل‌ونقل جاده‌ای بین‌المللی در قالب همکاری کشورهای علاقه‌مند امضا و ایجاد کارگروه ویژه همکاری‌های حمل‌ونقلی تصویب شد.

ایران می‌تواند در این چارچوب، برنامه تداوم جریان کالا در شرایط بحران را پیشنهاد کند؛ برنامه‌ای شامل تبادل پیشینی اطلاعات گمرکی، مجوز دیجیتال حمل، پلمب الکترونیکی، هماهنگی پایانه‌های مرزی و اولویت عبور کالاهای ضروری. چنین طرحی با دستور کار رسمی سازمان سازگار است و می‌تواند زمان توقف و عدم قطعیت در مسیر را کاهش دهد.

مسیر چین، قزاقستان، ترکمنستان و ایران؛ مسیر پاکستان، ایران و ترکیه؛ و محورهای ارتباطی ایران با روسیه، در جغرافیای اعضای شانگهای قرار دارند. برای هر مسیر باید مبدأ، مقصد، نوع کالا، نقاط انتقال، تعرفه، برنامه حرکت و مسئولیت طرف‌ها مشخص شود. موقعیت جغرافیایی زمانی درآمد ایجاد می‌کند که خدمت ترانزیتی قابل پیش‌بینی عرضه شود.

اکو، هماهنگی همسایگان

سازمان همکاری اقتصادی از نظر ترکیب اعضا، مستقیماً با تجارت زمینی ایران مرتبط است. ایران، ترکیه، پاکستان، افغانستان، جمهوری آذربایجان، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان در این سازمان حضور دارند. این جغرافیا آسیای مرکزی، قفقاز، جنوب آسیا و ترکیه را در یک چارچوب همکاری گرد هم می‌آورد.

موافقت‌نامه چارچوب حمل‌ونقل عبوری اکو برای تسهیل ترانزیت منطقه‌ای طراحی شده و شورای هماهنگی حمل‌ونقل عبوری را به‌عنوان سازوکار بین‌دولتی پیش‌بینی کرده است. مسیر ریلی و جاده‌ای اسلام‌آباد، تهران و استانبول نیز در اسناد رسمی اکو شناسایی شده و تجربه انتقال محموله در آن وجود دارد.

اکو می‌تواند نقش اتاق هماهنگی همسایگان را ایفا کند. این نقش زمانی عملیاتی می‌شود که اعضا درباره تعرفه عبور کامیون، روادید رانندگان، پذیرش اسناد، بیمه مسئولیت، سوخت ناوگان، تبادل اطلاعات و ساعات فعالیت مرزها تصمیم بگیرند. فعال‌سازی مسیر اسلام‌آباد، تهران و استانبول نیز به برنامه حرکت منظم، ساختار هزینه روشن، انتقال کارآمد کانتینر و تعیین مسئولیت راه‌آهن‌ها نیاز دارد.

همسایگان، شبکه پشتیبان تجارت

پیمان‌های منطقه‌ای بدون مشارکت عملی همسایگان به نتیجه نمی‌رسند. ترکیه، پاکستان، عراق، ترکمنستان، جمهوری آذربایجان، ارمنستان و افغانستان می‌توانند اجزای شبکه بازار، ترانزیت و تأمین ایران باشند. هدف، جایگزین‌کردن یک مسیر با مسیر دیگر نیست؛ باید شبکه‌ای شکل گیرد که مسیرها در زمان اختلال از یکدیگر پشتیبانی کنند

ترکیه مسیر زمینی ایران به اروپا و بنادر مدیترانه است. افزایش ظرفیت راه‌آهن رازی و کاپیکوی، توسعه حمل ترکیبی، کاهش توقف کامیون‌ها، ایجاد مراکز لجستیکی در شرق ترکیه و توافق درباره ثبات تعرفه‌های ترانزیتی، قابلیت این محور را افزایش می‌دهد

پاکستان، ایران را به بنادر کراچی، قاسم و گوادر و بازار جنوب آسیا متصل می‌کند. دو کشور می‌توانند درباره وضعیت گمرکی محموله‌های متعلق به ایران، نحوه انتقال کانتینر، هزینه انبارداری و تقویت مسیر کراچی، کویته، تفتان و میرجاوه توافق کنند. استفاده گسترده‌تر از این محور به ارتقای پایانه مرزی، امنیت مسیر، ناوگان، بیمه و اتصال ریلی نیاز دارد.

عراق نیز برای ایران صرفاً بازار صادراتی نیست. قراردادهای میان‌مدت در حوزه برق، گاز، دارو، محصولات غذایی، مصالح ساختمانی و خدمات فنی و مهندسی می‌تواند روابط دو کشور را قابل پیش‌بینی‌تر کند. امکان اتصال زمینی از طریق عراق به اردن و سوریه نیز قابل مطالعه است و اجرای آن به توافق رسمی درباره عبور ناوگان، گمرک، امنیت، بیمه و مسئولیت خسارت نیاز دارد.

ترکمنستان و قزاقستان حلقه اتصال ایران به آسیای مرکزی، روسیه و چین‌اند. جمهوری آذربایجان و ارمنستان در دسترسی به قفقاز و اوراسیا نقش دارند و افغانستان بازار مهمی برای استان‌های شرقی است. برای هر محور باید توافق جداگانه‌ای درباره هزینه، زمان، اسناد، بیمه و مسئولیت طرف‌ها تدوین شود.

از دیپلماسی عضویت تا دیپلماسی نتیجه

بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها به تقسیم کار داخلی نیاز دارد. وزارت امور خارجه باید پشتیبانی سیاسی را انجام دهد؛ وزارت صنعت، معدن و تجارت سبدهای کالایی را تعیین کند؛ وزارت راه ظرفیت کریدورها را مدیریت کند؛ بانک مرکزی ترتیبات تسویه را طراحی کند؛ گمرک رویه‌های مرزی را هماهنگ سازد و اتاق ایران داده‌های بنگاهی را وارد فرایند کند.

برای هر کریدور باید پرونده‌ای مستقل شامل ظرفیت حمل، زمان عبور، هزینه، نوع کالا، بانک تسویه‌کننده، بیمه‌گر، گمرک مسئول و طرف خارجی تهیه شود. در این صورت، دستگاه دیپلماسی به جای درخواست حمایت کلی، پیشنهاد اجرایی ارائه می‌کند. معیار موفقیت نیز باید کاهش توقف مرزی، برقراری قطار برنامه‌ای، پذیرش الکترونیکی اسناد، ایجاد حساب تسویه و تثبیت هزینه ترانزیت باشد.

تحریم‌ها و محدودیت‌های دریایی ضرورت بازطراحی جغرافیای تجارت ایران را آشکار کرده‌اند. ایران در محل اتصال آسیای مرکزی، قفقاز، جنوب آسیا، ترکیه، خلیج فارس و دریای خزر قرار دارد. این موقعیت هنگامی قدرت اقتصادی ایجاد می‌کند که زیرساخت، مقررات، بانک، بیمه و دیپلماسی در سازوکاری واحد به یکدیگر متصل شوند.

راهبرد ایجابی ایران باید بر ساختن گزینه‌های بیشتر و تنوع بخشی استوار باشد: بازارهای متنوع برای کالاهای اصلی، مسیرهای متعدد برای جابه‌جایی، شیوه‌های مختلف برای تسویه و شرکای مطمئن برای تأمین اقلام ضروری. چنین اقتصادی در برابر شوک خارجی امکان تصمیم‌گیری بیشتری دارد و می‌تواند جریان تولید و تجارت را با انعطاف بالاتری حفظ کند.

در این تقسیم کار، موافقت‌نامه اوراسیا ستون تجارت ترجیحی است؛ شانگهای و اکو هماهنگی کریدورها را پشتیبانی می‌کنند؛ بریکس و اتحادیه پایاپای آسیایی فضای توسعه ترتیبات مالی را فراهم می‌سازند؛ بانک‌های توسعه‌ای برای زیرساخت به کار می‌آیند و همسایگان اجزای شبکه متنوع بازار و ترانزیت خواهند بود.

ارزش پیمان‌های منطقه‌ای را باید در نتیجه سنجید، نه در عنوان. اگر ایران بتواند از اوراسیا دسترسی ترجیحی، از شانگهای هماهنگی حمل، از اکو اتصال همسایگان، از بریکس ظرفیت همکاری مالی، از بانک‌های توسعه‌ای منابع زیرساختی و از اتاق‌ها شبکه بنگاهی بسازد، متضمن استمرار تولید و تداوم تجارت خواهد بود. این نقطه‌ای است که دیپلماسی اقتصادی از سطح عضویت عبور می‌کند و به ابزار واقعی تاب‌آوری اقتصاد ملی تبدیل می‌شود.

از پیمان تا کریدور

بازطراحی تجارت ایران در عصر محدودیت‌های دریایی



پیمان سنندجی
رئیس کمیسیون حمل‌ونقل، ترانزیت و لجستیک اتاق تهران

اقتصاد ایران در سال‌های گذشته با زنجیره‌ای از چالش‌ها اعم از تحریم‌های یک‌جانبه، محدودیت‌های مالی، دشـــواری‌های پوشش بیمه‌ای و افزایش چشمگیر هزینه‌های مبادله در تجارت خارجی مواجه بوده اســـت. با این حال، تحولات اخیر و ظهور تهدیدات ناشـــی از محدودیت‌هـــا و محاصره‌های ژئوپلیتیک دریایی، مسئله‌ای بنیادین‌تر را پیش روی سیاست‌گذار و بخش خصوصی قرار داده است:

«امنیت دسترسی به مسیرهای تجارت خارجی».

برای اقتصادی که بخش عمده‌ای از جریان تأمین کالاهای اساســـی و صادرات غیرنفتی آن به حمل‌ونقل دریایی وابسته است، هرگونه افزایش ریسک در کشتیرانی، پایانه‌های بندری، آبراهه‌ها و نظام بیمه اتکایی بین‌المللی، مستقیماً بهای تمام‌شده کالاها را جهش داده و قدرت رقابت بنگاه‌های ایرانی را تضعیف می‌کند. از این منظر، مسئله امروز اقتصاد ایران صرفاً «مواجهه با تحریم» نیست؛ مسئله بنیادین، «تاب‌آوری زنجیره تأمین» است.

پرسش اساسی این است:

اگر یک مسیر تجاری یا یک آبراهه بین‌المللی دچار انسداد یا اختلال شود، آیا ایران مسیرهای جایگزینِ کافی، سریع، اقتصادی و قابل اتکایی در اختیار دارد؟

پاسخ به این پرسش، ما را به بازخوانی ظرفیت‌های چندجانبه‌ای هدایت می‌کند که در سال‌های اخیر شـــکل گرفته‌اند: موافقت‌نامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراســـیا، پیوستن به بریکس، عضویت دائم در سازمان همکاری شانگهای، احیای کریدور بین‌المللی شمال–جنوب و توسعه شبکه مواصلاتی با همسایگان کلیدی همچون ترکیه، عراق، پاکستان و کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز

اما یک واقعیت تجربی و میدانی باید با صراحت تمام بیان شود:

عضویت در یک پیمان منطقه‌ای یا فرامنطقه‌ای، به‌خودی‌خود حتی یک تُن کالا را در مرزها جابه‌جانمی‌کند.

تجارت پایدار زمانی محقق می‌شود که در امتداد یک توافق سیاسی، ناوگان جاده‌ای و ریلی، خطوط منظم کشـــتیرانی، پایانه‌های چندوجهی، گمرکات چابک، پوشش‌های بیمه‌ای معتبر، سازوکارهای تسویه مالی و شرکت‌های لجستیکی توانمند مستقر شده باشـــند. بنابراین، مأموریت راهبردی اقتصاد ایران باید «عبور از دیپلماسی پیمان‌ها به دیپلماسی کریدورها» باشد.

۱ مسئله فقط تحریم نیست؛ مسئله «ریسک مسیر» است

در الگوهای ســـنتی تجارت بین‌الملل، تصمیمات بنگاه‌ها عمدتاً بر مبنای قیمت فوب (FOB)، تعرفه گمرکی، نرخ ارز و کشش تقاضا اتخاذ می‌شد. اما در معماری نوین تجارت جهانی، متغیر سومی با ضریب اهمیت بسیار بالا وارد معادلات شده است: ریسک مسیر (Route Risk).

کالایی ممکن است در مبدأ با قیمت رقابتی تولید شود و در مقصد نیز تقاضای مؤثری برای آن وجود داشته باشد؛ اما اگر کریدور مواصلاتی فاقد پیش‌بینی‌پذیری زمانی، امنیت بیمه‌ای و پایداری تعرفه‌ای باشد، کل توجیه اقتصادی معامله منتفی خواهد شد. زیرساخت واقعی تجارت صرفاً طول خطوط راه‌آهن یا آسفالت جاده‌ها نیست؛ بلکه ترکیبی همگن از «زیرساخت فیزیکی، کارایی مرز و گمرک، تسهیل اسناد تجاری و سازوکارهای بانکی» است. اگر کامیونی مسافت ۲۰۰۰ کیلومتری را در ۴۸ ساعت طی کند اما ۴ روز در مرز متوقف شود، آن کریدور غیررقابتی است. اگر خط ریلی احداث شود اما کمبود لوکوموتیو و واگن باری وجود داشته باشد، ظرفیت اسمی با بازدهی اقتصادی هم‌خوان نخواهد بود.

و اگر مسیر باز باشد اما نظام تسویه ارزی قفل بماند، تجارت خارجی شکل نخواهد گرفت.

۲ اتحادیه اقتصادی اوراسیا؛ گذار از مزیت تعرفه‌ای به مزیت لجستیکی

توافق تجارت آزاد کامل میان ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا (EAEU) که پس از سال‌ها مذاکره به مرحله اجرا رسیده و پوشش ترجیحی نزدیک به ۹۰ درصد اقلام کالایی را فراهم کرده، نمونه‌ای بارز از توافقات الزام‌آور اقتصادی اســـت. با این وجود، ارزش واقعی این سند زمانی شکوفا خواهد شد که «مزیت تعرفه‌ای» به «مزیت لجستیکی» پیوند بخورد. صادرکننده‌ای که از تعرفه صفر بهره‌مند است، اگر در ارسال محموله با کمبود واگن‌های لبه‌بلند، نبود کانتینرهای یخچالی، ازدحام در گمرکات آســـتارا و مرزهای شمالی یا فقدان کشتی‌های رو–رو (Ro-Ro) در دریای خزر مواجه شود، عملاً حاشیه سود خود را به هزینه دموراژ و خواب سرمایه واگذار خواهد کرد.

پیوست مأموریتی ایران با اوراسیا باید بر روی تدوین یک «برنامه عملیاتی لجستیک مشترک» متمرکز شود تا به پرسش‌های شفافی از قبیل:

مسیرهای جایگزین در فصول سرد سال

تعداد ناوگان تخصصی مورد نیاز

استانداردسازی اسناد گمرکی بر بستر سامانه‌های دیجیتال

و زمان‌بندی دقیق تخلیه و بارگیری، پاسخ‌های اجرایی داده شود.

۳ بریکس و شانگهای؛ معماری شبکه‌سازی اقتصادی و تنوع‌بخشی

ایران از سال‌های اخیر عضویت کامل در دو بلوک مهم جهان در حال ظهور یعنی بریکس و سازمان همکاری شانگهای را به دست آورده است.

باید تفکیک واقع‌بینانه‌ای میان کارکردهای این نهادها قائل شد:

بریکس؛ یک مجمع کلان‌ژئواکونومیک: نباید تصور کرد عضویت در بریکس مانند یک چتر حمایتی خودکار، بن‌بست‌های مالی یا لجستیکی را حل می‌کند. بریکس یک اتحادیه گمرکی یا واحد پولی واحد نیست؛ ارزش بریکس برای ایران در «شبکه‌سازی اقتصادی میان قدرت‌های نوظهور» (چین، هند، روســـیه، برزیل و آفریقای جنوبی) و هم‌افزایی در سازوکارهای پرداخت چندجانبه و کاهش وابستگی به نظامات سنتی است.

سازمان همکاری شانگهای؛ پیوند با آسیای مرکزی و شرق: اهمیت شانگهای برای ایران بیش از هر چیز در جغرافیای اعضای آن و اتصال به کشورهای محصور در خشکی (Landlocked) آسیای مرکزی نهفته است. این کشورها برای تنفس اقتصادی نیازمند دسترسی به آب‌های آزاد جنوب هستند. در اینجا ایران باید نقش تاریخی خود را از یک «کشور صرفاً معبر» (Transit Country) به یک «هاب ارزش‌افزا و لجستیکی» (Logistics Hub) ارتقا دهد؛ جایی که کالا تنها عبور نمی‌کند، بلکه فرآوری، انبارش، بسته‌بندی و توزیع مجدد می‌شود.

۴ احیای کریدور شمال-جنوب و توسعه راهبردی چابهار

کریـــدور بین‌المللی شـــمال–جنوب (INSTC) مهم‌ترین دارایی اســـتراتژیک ایران در ژئوپلیتیک حمل‌ونقل اســـت کـــه اقیانوس هند و خلیج فارس را از طریق ایـــران به دریای خزر، فدراسیون روسیه و اروپای شمالی متصل می‌کند.

مشتری و صاحبان بار بین‌المللی بر اساس خطوط روی نقشه تصمیم نمی‌گیرند؛ معیار اصلی آنها زمان ســـیر (Transit Time) و قیمت تمام‌شده (Freight Cost) است. رقابت‌پذیری کریدور شمال–جنوب در برابر آبراهه‌های سنتی تنها زمانی تضمین می‌شود که قطار باری برنامه‌ای و منظم، تعرفه واحد ترانزیتی و هماهنگی گمرکی بدون اتلاف وقت حاکم باشد.

در همین چارچوب، بندر چابهار نه یک بندر محلی، بلکه لنگرگاه اتصال کریدورهای شرقی و اقیانوسی به افغانستان و آسیای مرکزی است. قرارداد بلندمدت بهره‌برداری از پایانه شهید بهشتی

وجود مدیریت‌های متکثر و دستگاه‌های موازی در مرزها بزرگ‌ترین عامل اتلاف زمان است. استقرار «پنجره واحد مرزی» و بازرسی‌های مبتنی بر مدیریت ریسک و فناوری‌های نوین ایکس‌ری از ضرورت‌های قطعی است.

و سرمایه‌گذاری هندوستان زمانی به اوج بازدهی می‌رسد که اتصال ریلی چابهار-زاهدان-سرخس تکمیل شده و پس‌کرانه‌های لجستیکی آن به بهره‌برداری برسند.

۵ دیپلماسی فعال مرزی باکشورهای همسایه

در عصر محدودیت‌های دریایی، مرزهای زمینی حکم شریان‌های حیاتی اقتصاد کشور را دارند:

ترکیه؛ شاهراه دستیابی به اروپا: ترکیه همزمان شریک، رقیب منطقه‌ای و اصلی‌ترین معبر زمینی ایران به قاره اروپاست. مناسبات ترانزیتی با ترکیه باید از چانه‌زنی‌های روزمره خارج شده و به سمت قراردادهای بلندمدت در خصوص شبانه‌روزی کردن پایانه‌ها (بازرگان، رازی، سرو)، توسعه قطارهای باری کانتینری و یکسان‌سازی اسناد الکترونیکی حرکت کند.

پاکستان؛ اتصال به شبه‌قاره: احیای مؤثر کریدور ریلی و جاده‌ای ITI (اسلام‌آباد-تهران-استانبول) و توسعه بازارچه‌ها و پایانه‌های مرزی میرجاوه و ریمدان، شرق ایران را به یکی از پرجمعیت‌ترین بازارهای مصرف جهان پیوند می‌زند.

عراق؛ از بازار تک‌محصولی به پل ترانزیتی: بهره‌گیری از ظرفیت‌های بین‌المللی مانند کنوانسیون TIR در عراق و اتصال ریلی به بنادر و شبکه‌های جاده‌ای این کشور، می‌تواند علاوه بر تعمیق مبادلات دوجانبه، دسترسی ایران به شامات و بازارهای مدیترانه را تسهیل کند.

۶ گلوگاه‌های عملیاتی: مرزها، ناوگان و حلقه تسویه مالی

برای دستیابی به یک تجارت دریاپایه و زمین‌پایه مقاوم، باید سه گلوگاه تاریخی برطرف شوند:

مدیریت یکپارچه مرزی: وجود مدیریت‌های متکثر و دستگاه‌های موازی در مرزها بزرگ‌ترین عامل اتلاف زمان است. استقرار «پنجره واحد مرزی» و بازرسی‌های مبتنی بر مدیریت ریسک و فناوری‌های نوین ایکس‌ری از ضرورت‌های قطعی است.

توسعه حمل‌ونقل چندوجهی (Multimodal Transport): ترکیب هوشمندانه ریل، جاده و دریا نیازمند بارنامه سراسری واحد (Through Bill of Lading) و پذیرش مسئولیت یکپارچه فورواردرهاست.

تسهیل تسویه‌های پولی و بیمه اتکایی: بدون اتصال سامانه‌های پیام‌رسان مالی منطقه‌ای، استفاده از پیمان‌های پولی دوجانبه و پوشش‌های بیمه کلوب‌های منطقه‌ای P&I، جریان ترانزیت در مقیاس وسیع شکل نخواهد گرفت.

۷ پیشنهاد بخش خصوصی: طراحی «شاخص ملی تاب‌آوری کریدورها»

اتاق بازرگانی تهران و کمیسیون حمل‌ونقل پیشنهاد می‌کند برای ارزیابی دوره‌ای تمامی مسیرهای تجاری، شاخصی کمّی با عنوان «شاخص تاب‌آوری کریدور» با ۵ مؤلفه اصلی سنجیده شود:

مؤلفه ارزیابی	پرسش محوری و شاخص عملکردی
زمان سیر (Time)	کالا در چند روز از مبدأ به مقصد می‌رسد و سهم توقف مرزی از این زمان چقدر است؟
هزینه تمام‌شده (Cost)	بهای حمل هر تن-کیلومتر در مقایسه با مسیرهای رقیب منطقه‌ای چقدر است؟
ظرفیت عبور (Capacity)	کریدور روزانه توان عبور چه تعداد واگن، کانتینر یا کامیون را دارد؟
ریسک ژئوپلیتیک (Risk)	احتمال توقف، تحریم، انسداد فنی یا نوسانات مقرراتی چقدر است؟
جایگزینی‌پذیری (Redundancy)	در صورت قفل شدن مسیر اصلی، سناریوی دوم لجستیکی چیست؟

۸ ماتریس کریدوری: ایجاد «شبکه مسیرهای موازی»

راهبرد تجارت خارجی ایران نباید بر تک‌مسیرها تکیه کند. جدول راهبردی شبکه‌ای زیر باید مبنای اقدام توسعه‌ای قرار گیرد:

حوزه جغرافیایی	محور مواصلاتی	کارکرد راهبردی و پیمان مرتبط
شمال / قفقاز	آذربایجان / ارمنستان / فدراسیون روسیه	توافق تجارت آزاد با اوراسیا و بازار روسیه
شمال‌شرق	ترکمنستان / ازبکستان / آسیای مرکزی	پیمان شانگهای و دسترسی به آسیای میانه
شرق	میرجاوه / تفتان / کراچی	شبه‌قاره هند و پیوند منطقه‌ای اکو
جنوب‌شرق	پایانه اقیانوسی چابهار	دسترسی هند و شرق دور به افغانستان و کریدور شمال-جنوب
غرب	پایانه‌های مرزی با ترکیه	دروازه زمینی ورود به بازارهای اروپا
جنوب‌غرب	مرزهای مهران، شلمچه و خسروی به عراق	اتصال به عراق، شامات و بازارهای غرب آسیا
کریدور محوری	مسیر چندوجهی هند-ایران-روسیه	فعال‌سازی تمام‌عیار کریدور شمال-جنوب (INSTC)
جنوب	بنادر خلیج فارس و دریای عمان	حفظ و تقویت جریان تجارت کانتینری و فله دریایی

۹ ده اولویت اجرایی برای بازطراحی زنجیره تأمین ایران

۱. تدوین سند تاب‌آوری ملی زنجیره تأمین کالاهای اساسی و صادراتی با پیش‌بینی حداقل دو مسیر جایگزین (Route Redundancy).

۲. تشکیل نهاد بالادستی و هماهنگ‌کننده «شورای ملی لجستیک و کریدورها» با حضور ارکان حاکمیتی و اتاق‌های بازرگانی.

۳. پایش، سنجش و انتشار رسمی روزانه «زمان توقف در پایانه‌های مرزی» به‌منظور ایجاد شفافیت عملکردی.

۴. توسعه سریع پایانه‌های ترکیبی، دهکده‌های لجستیک و بنادر خشک در تقاطع خطوط ریلی و مبادی ورودی و خروجی کشور.

۵. نوسازی و تقویت فوری ناوگان تجاری (لوکوموتیو، واگن‌های فله و کانتینری، کشنده‌های جاده‌ای استاندارد و کشتی‌های رو-رو).

۶. یکپارچه‌سازی سامانه‌های گمرکی، صدور اسناد الکترونیکی تیر (e-TIR / e-CMR) و کاهش تشریفات اداری در مبادی خروجی.

۷. حرکت به سمت قراردادهای الزام‌آور لجستیکی و حمل‌ونقلی در قالب توافقات تجارت آزاد با اوراسیا به‌جای تفاهم‌نامه‌های کلی.

۸. بومی‌سازی و توسعه کلوپ‌های بیمه متقابل (P&I) و پذیرش اسناد بیمه‌ای مشترک با شرکای منطقه‌ای.

۹. گسترش مدل‌های پرداخت و تسویه ارزی غیروابسته به نظامات سنتی غرب از طریق ابزارهای تبادل ارزی دوجانبه در بریکس و اوراسیا.

۱۰. سپردن مدیریت و بهره‌برداری از پایانه‌ها و کریدورها به کنسرسیوم‌های توانمند بخش خصوصی و شرکت‌های فورواردری بزرگ‌مقیاس.

جمع‌بندی: ساختن «شبکه نامتقارن تجارت»

ایران در کانون جغرافیایی کم‌نظیری ایستاده است. اما جغرافیا به‌تنهایی تولید ثروت نمی‌کند؛ جغرافیا زمانی به قدرت اقتصادی و ژئوپلیتیک بدل می‌شود که در خدمت کاهش هزینه و تسریع زمان مبادلات قرار گیرد.

در عصر تشدید ریسک‌های دریایی، پاسخ ایران نباید انفعال یا تکیه صرف به الگوهای آسیب‌پذیر گذشته باشد. مسیر راهبردی ما روشن است:

عبور از «پیمان‌های کاغذی» به «کریدورهای عملیاتی»

عبور از «کریدورهای تک‌بعدی» به «شبکه چندوجهی تاب‌آور»

و تبدیل ایران از یک «معبر ساده ترانزیتی» به یک «قدرت لجستیکی ارزش‌آفرین».

فرصت پیمان‌های منطقه‌ای

از عضویت اسمی تا استفاده واقعی از پیمان‌های منطقه‌ای



حسن فروزان‌فرد
رئیس کمیسیون حکمرانی سازمانی اتاق تهران

در ماه‌هایی که فشار تحریم‌ها و محدودیت‌های دریایی دوباره شدت گرفته، یک واقعیت روشن‌تر از همیشه پیش روی ماست: ایران اگر بخواهد در این شرایط بایستد و حرکت کند، باید از «عضویت اسمی» در پیمان‌ها عبور کند و به «استفاده عملیاتی» برسد. ما امروز در اوراسیا، شانگهای و بریکس حضور داریم؛ در کنار آن، شبکه‌ای از همسایگان مثل ترکیه، پاکستان، عراق، آذربایجان و آسیای مرکزی داریم که هرکدام می‌توانند یک گره از مسیرهای بسته‌شده را باز کنند. اما این ظرفیت‌ها زمانی واقعی می‌شوند که به عدد، پروژه و کریدور تبدیل شوند.

اوراسیا، جایی که عددها نشان می‌دهند فرصت واقعی است

از ۱۵ می ۲۰۲۵، توافق تجارت آزاد ایران–اوراسیا اجرایی شده و ۹۰درصد کالاهای دو طرف از تعرفه معاف شده‌اند. این یعنی ایران در یک بازار بیش از ۱۸۰ میلیون نفری، با تعرفه نزدیک به صفر می‌تواند حرکت کند. در سال ۲۰۲۵، تجارت ایران با اعضای اوراسیا حدود ۶ میلیارد دلار بوده؛ اما نکته مهم‌تر این است که هزینه تجارت با روسیه، قزاقستان و ارمنستان ساختاری کاهش یافته و این کاهش، در شرایط محاصره دریایی، ارزشش چند برابر می‌شود. در کنار این، کریدور شمال–جنوب(INSTC) که از ایران به روسیه و سپس شرق اروپا می‌رود، در سال ۲۰۲۵ بیش از ۲۰.۵ میلیون تن ترانزیت را از خاک ایران عبور داده است. این عدد یعنی: حتی در شرایط فشار، زیرساخت ایران فعال است و اگر تصمیم‌های درست گرفته شود، می‌تواند به ستون عبور از محاصره تبدیل شود.

شانگهای، امنیت مسیر و پول‌های محلی

شانگهای فقط یک پیمان سیاسی نیست؛ یک سکوی هماهنگی امنیتی–اقتصادی است. در شرایطی که مسیرهای دریایی محدود شده‌اند، امنیت کریدورهای زمینی اهمیت حیاتی دارد. ایران می‌تواند در قالب شانگهای، امنیت مسیرهای ایران–آسیای مرکزی–چین را به‌صورت مشترک تعریف کند؛ همان مسیری که امروز بخش مهمی از صادرات غیرنفتی ایران از آن عبور می‌کند. در کنار امنیت، موضوع تسویه با پول‌های محلی است. وقتی تجارت ایران با چین ۱۳.۳۸ میلیارد دلار (۴.۴۴ صادرات+ ۸.۹۴ واردات) است، و تجارت با روسیه و هند هم در همین مقیاس قرار دارد، ایجاد یک اتاق پایاپای منطقه‌ای با یوان، روبل، روپیه و ریال، نه یک آرزو، بلکه یک ضرورت عملیاتی است.

در کنار امنیت، موضوع تسویه با پول‌های محلی است. وقتی تجارت ایران با چین ۱۳/۳۸ میلیارد دلار است، و تجارت با روسیه و هند هم در همین مقیاس قرار دارد، ایجاد یک اتاق پایاپای منطقه‌ای با یوان، روبل، روپیه و ریال، نه یک آرزو، بلکه یک ضرورت عملیاتی است



بریکس: انرژی، مالی و روایت

۱ قراردادهای بلندمدت انرژی

وقتی صادرات ایران به چین در ژوئن ۲۰۲۶ به ۲۷۶ میلیون دلار سقوط می‌کند (کاهش ۸۹درصد)، یعنی تجارت نقطه‌ای انرژی دیگر قابل اتکا نیست. ایران باید با چین و هند وارد قراردادهای بلندمدت انرژی با سازوکارهای غیردلاری شود تا نوسان‌های ماهانه، اقتصاد را تکان ندهد.

۲ تأمین مالی زیرساخت‌ها

بانک توسعه بریکس می‌تواند بخشی از پروژه‌های ایران را تأمین مالی کند؛ پروژه‌هایی مثل:

- پایانه‌های مشترک لجستیکی در شمال
- بندر خشک مرکزی
- خطوط ریلی کریدور شرق.

۳ روایت‌سازی

بریکس یک قدرت رسانه‌ای است. ایران باید از این فضا برای مشروعیت‌بخشی به مسیرهای جایگزین دریایی و مالی استفاده کند؛ یعنی نشان دهد که عبور از دلار و مسیرهای دریایی غرب، یک انتخاب عقلانی جهانی است.

ترکیه، شریک لجستیکی ایران در روزهای سخت

ترکیه امروز ۵۵ میلیارد دلار تجارت دوطرفه با ایران دارد:

- ۲.۴۵ میلیارد دلار صادرات ایران به ترکیه
- ۳.۱ میلیارد دلار واردات ایران از ترکیه.

ترکیب کالاها نشان می‌دهد چرا ترکیه مهم است:

- ایران به ترکیه ۵۲۵ میلیون دلار آلومینیوم خام و ۴۰۶ میلیون دلار مس صادر می‌کند.
- ترکیه به ایران ۳۸۳ میلیون دلار ماشین‌آلات و ۱۷۴ میلیون دلار تجهیزات الکتریکی می‌فرستد.

این یعنی ترکیه می‌تواند هاب لجستیکی و مالی ایران باشد؛ هم برای صادرات، هم برای واردات کالاهای صنعتی که در شرایط تحریم، دسترسی به آن‌ها سخت می‌شود.

پاکستان، مسیر جایگزین ایران به اقیانوس هند

پاکستان در پنج سال گذشته واردات خود از ایران را از ۳۷۱ میلیون

ایران از منظر جغرافیایی یکی از ممتازترین کشورهای منطقه است؛ دسترسی به خلیج فارس و دریای عمان، همجواری با آسیای مرکزی و قفقاز، مجاورت با ترکیه و عراق و قرار گرفتن در مسیرهای بالقوه اتصال شرق و غرب و شمال و جنوب، مزیتی کم‌نظیر برای تجارت خارجی ایجاد کرده است.

دلار به ۱.۲۶ میلیارد دلار رسانده؛ یعنی رشد سالانه ۲۷.۵درصد.

ترکیب تجارت هم بسیار مهم است:

- ۸۷۰ میلیون دلار سوخت و انرژی
- ۱۴۰ میلیون دلار فولاد
- ۷۲.۹ میلیون دلار پلاستیک.

این یعنی پاکستان در حال تبدیل‌شدن به مسیر جایگزین دریایی ایران است. اگر ایران بتواند مسیرهای زمینی خود را به بنادر گوادر و کراچی وصل کند، بخشی از فشار محاصره دریایی عملاً بی‌اثر می‌شود

چهار راه‌حل محدود، اما جدی و قابل اجرا

راه‌حل اول: تمرکز بر چهار کریدور اصلی

به‌جای پراکندگی، ایران باید روی چهار کریدور تمرکز کند:

- شمال-جنوب
- شرق (ایران-آسیای مرکزی-چین)
- غرب (ایران-ترکیه-اروپا)
- جنوب (ایران-پاکستان-اقیانوس هند).

این تمرکز یعنی منابع محدود، هدفمند هزینه می‌شوند و دیپلماسی اقتصادی حول چند محور روشن شکل می‌گیرد.

راه‌حل دوم: اتاق پایاپای منطقه‌ای

با توجه به حجم تجارت:

- چین: ۱۳.۳۸ میلیارد دلار
- ترکیه: ۵.۵ میلیارد دلار
- پاکستان: ۱.۲۶ میلیارد دلار
- اوراسیا: ۶ میلیارد دلار.

ایران باید یک اتاق پایاپای منطقه‌ای با یوان، روبل، روپیه، لیر و ریال ایجاد کند تا وابستگی به دلار کاهش یابد.

راه‌حل سوم: تبدیل عضویت‌ها به پروژه‌های مشخص

- برای هر پیمان، دو یا سه پروژه مشخص تعریف شود:
- اوراسیا: پایانه مشترک لجستیکی + خط ریلی اولویت‌دار
- شانگهای: امنیت کریدور + تسویه مالی
- بریکس: قرارداد انرژی + تأمین مالی زیرساخت

پروژه‌ها باید زمان‌بندی، بودجه و شریک مشخص داشته باشند.

راه‌حل چهارم: اصلاحات حکمرانی داخلی

هیچ شریک خارجی حاضر نیست با کشوری کار کند که مقرراتش غیرقابل پیش‌بینی است. بنابراین:

- ثبات مقررات
- شفافیت قراردادها
- نهادهای تنظیم‌گر مستقل
- مبارزه با فساد در گمرک و لجستیک.

این اصلاحات، ریسک همکاری با ایران را کاهش می‌دهد و ظرفیت پیمان‌ها را واقعی می‌کند.

جمع‌بندی

در شرایط محاصره دریایی، ایران دو انتخاب دارد: یا واکنشی و پراکنده عمل کند، یا یک نقشه منطقه‌ای مبتنی بر پیمان‌ها و همسایگان طراحی کند. عددها نشان می‌دهند که مسیر دوم ممکن، منطقی و قابل اجرا است. ایران اگر بتواند عضویت‌های خود را به کریدور، قرارداد، سازوکار مالی و پروژه زیرساختی تبدیل کند، از وضعیت «محاصره‌پذیر» به وضعیت «شبکه‌محور» منتقل می‌شود.

تاب‌آوری ژئواکونومیک ایران

مسئله امروز ایران فقط تحریم تجارت نیست؛ تحریمِ اتصال ایران به اقتصاد جهانی است



هومن حاجی‌پور

قائم‌مقام دبیر شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران

اقتصاد ایران در مقطعی قرار گرفته است که دیگر نمی‌توان فشارهای اقتصادی موجود را صرفاً در چارچوب «تحریم» تحلیل کرد. تشدید درگیری نظامی میان ایران و آمریکا، اختلال در تردد و تجارت دریایی در منطقه، افزایش ریسک فعالیت در مسیرهای کشتیرانی، محدودیت‌های مرتبط با صادرات نفت و حمل‌ونقل و در کنار آن، تشدید محدودیت‌های مالی و بانکی، مجموعه‌ای از فشارهای هم‌زمان را بر اقتصاد ایران وارد کرده است.

در تازه‌ترین تحول، دامنه تحریم‌ها به‌طور جدی به صنعت هوانوردی ایران نیز گسترش یافته و شرکت‌های هواپیمایی ایرانی و مجموعه‌ای از شرکت‌ها و واسطه‌های خارجی مرتبط با حمل‌ونقل ایران هدف تحریم قرار گرفته‌اند. این اقدام صرفاً یک محدودیت برای سفر هوایی نیست؛ بلکه می‌تواند بر جابه‌جایی کالا، دسترسی به قطعات و خدمات، ارتباطات تجاری، بیمه، لجستیک و حتی تصمیم سرمایه‌گذاران اثر بگذارد.

از سوی دیگر، تجربه اخیر نشان می‌دهد که فشار تحریمی دیگر صرفاً متوجه طرف ایرانی نیست و می‌تواند به بانک‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل، واسطه‌ها و فعالان اقتصادی کشورهای ثالث نیز سرایت کند. تحریم یک بانک سرمایه‌گذاری در ترکیه به اتهام تسهیل مبادلات مرتبط با ایران، نمونه‌ای از همین روند است.

بنابراین، مسئله اصلی اقتصاد ایران دیگر فقط این نیست که «چگونه تحریم را دور بزنیم؟» بلکه این است که چگونه معماری تجارت و اتصال اقتصاد ایران را به‌گونه‌ای بازطراحی کنیم که هیچ مسیر، کشور، بندر، بانک، ابزار حمل‌ونقل یا نقطه جغرافیایی واحدی نتواند با یک شوک، جریان تجارت کشور را متوقف کند. این همان مفهومی است که می‌توان از آن با عنوان «تاب‌آوری ژئواکونومیک» یاد کرد.

> فشار تحریمی دیگر صرفاً متوجه طرف ایرانی نیست و می‌تواند به بانک‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل، واسطه‌ها و فعالان اقتصادی کشورهای ثالث نیز سرایت کند

از مزیت جغرافیایی تا آسیب‌پذیری جغرافیایی

ایران از منظر جغرافیایی یکی از ممتازترین کشورهای منطقه است؛ دسترسی به خلیج فارس و دریای عمان، همجواری با آسیای مرکزی و قفقاز، مجاورت با ترکیه و عراق و قرار گرفتن در مسیرهای بالقوه اتصال شرق و غرب و شمال و جنوب، مزیتی کم‌نظیر برای تجارت خارجی ایجاد کرده است.

اما در شرایط بحران، همین موقعیت جغرافیایی می‌تواند به یک آسیب‌پذیری تبدیل شود. تمرکز بخش قابل توجهی از تجارت خارجی در مسیرهای دریایی جنوب، وابستگی به تنگه‌های استراتژیک، اتکای بخش‌هایی از تجارت به شبکه بانکی و حمل‌ونقل بین‌المللی و همچنین وابستگی برخی زنجیره‌های تأمین به مسیرهای مشخص، موجب می‌شود که اختلال در یک نقطه، پیامدهایی فراتر از همان نقطه ایجاد کند

در شرایط فعلی، کاهش شدید تردد تجاری در مسیرهای دریایی منطقه و اختلال در فعالیت بنادر جنوبی نشان داده است که امنیت مسیرهای تجاری به اندازه امنیت تولید و تأمین کالا اهمیت دارد. گزارش‌های اخیر از کاهش قابل توجه عبور کشتی‌های تجاری از تنگه هرمز و اختلال شدید در فعالیت تجاری بنادر جنوبی حکایت دارد.

از این منظر، امنیت اقتصادی دیگر فقط به معنای داشتن منابع، کارخانه و سرمایه نیست؛ بلکه به معنای توانایی حفظ جریان کالا، سرمایه، اطلاعات و خدمات در زمان بحران است.

از «مسیر جایگزین» به «شبکه جایگزین»

یکی از خطاهای رایج در سیاست‌گذاری اقتصادی، جست‌وجوی یک «مسیر جایگزین» برای مسیر اصلی است؛ گویی اگر یک مسیر دریایی مسدود شد، کافی است یک مسیر زمینی جایگزین شود. اما بحران‌های امروز نشان می‌دهند که چنین رویکردی کافی نیست. اگر مسیر جایگزین نیز به یک کشور، یک بانک، یک بندر یا یک نقطه جغرافیایی خاص وابسته باشد، خود به یک گلوگاه جدید تبدیل خواهد شد.

بنابراین، ایران به جای «مسیر جایگزین» به شبکه جایگزین نیاز دارد؛ شبکه‌ای متشکل از مسیرهای متعدد دریایی، زمینی، ریلی و هوایی و همزمان شبکه‌ای از بانک‌ها، ابزارهای پرداخت، شرکت‌های حمل‌ونقل، بیمه‌گران، تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری متنوع. این تغییر نگاه، اهمیت پیمان‌ها و ترتیبات منطقه‌ای را دوچندان می‌کند.

عضویت ایران در مجموعه‌هایی همچون اتحادیه اقتصادی اوراسیا، بریکس و سازمان همکاری شانگهای نباید صرفاً در سطح عضویت سیاسی یا افزایش تعداد بازارهای صادراتی باقی بماند؛ این ترتیبات باید به زیرساخت تاب‌آوری اقتصادی ایران تبدیل شوند.

اوراسیا: تبدیل توافق تجاری به شبکه واقعی تجارت

توافق تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا که از سال ۲۰۲۵ وارد مرحله اجرایی شد، ظرفیت مهمی برای توسعه تجارت ایران با بازارهای اوراسیاست. اما بهره‌گیری واقعی از این ظرفیت، صرفاً با کاهش تعرفه‌ها اتفاق نمی‌افتد. ایران باید از این توافق برای ایجاد یک شبکه کامل تجاری استفاده کند:

- توسعه مسیرهای ریلی و جاده‌ای به روسیه و آسیای مرکزی؛
- فعال‌سازی کریدور شمال ـ جنوب؛
- ایجاد مراکز لجستیکی و انبارهای منطقه‌ای؛
- تسهیل حمل ترکیبی کالا؛
- ایجاد سازوکارهای تسویه مالی متنوع؛
- هماهنگ‌سازی رویه‌های گمرکی؛
- و طراحی زنجیره‌های تأمین مشترک با کشورهای عضو.



کریدور بین‌المللی شمال ـ جنوب که شبکه‌ای چندوجهی از مسیرهای دریایی، ریلی و جاده‌ای میان روسیه، ایران، قفقاز، آسیای مرکزی و هند ایجاد می‌کند، در شرایط فعلی می‌تواند از یک پروژه زیرساختی به یک ابزار راهبردی تاب‌آوری تجارت خارجی تبدیل شود.

بریکس: فراتر از عضویت، به سمت معماری مالی و تجاری

بریکس نیز نباید صرفاً به‌عنوان یک باشگاه سیاسی یا اقتصادی دیده شود. برای ایران، ارزش واقعی بریکس زمانی نمایان می‌شود که بتواند بخشی از نیازهای تجارت خارجی خود را از طریق شبکه‌های مالی، بانکی و تجاری متنوع این مجموعه تأمین کند.

در شرایطی که تحریم‌ها تلاش می‌کنند دسترسی ایران به شبکه مالی بین‌المللی را محدود کنند، توسعه تجارت با ارزهای محلی، سازوکارهای تسویه دوجانبه و چندجانبه، ایجاد ابزارهای تأمین مالی منطقه‌ای و توسعه روابط بانکی میان اعضا می‌تواند بخشی از آسیب‌پذیری موجود را کاهش دهد.

البته هدف نباید ایجاد یک «سیستم مالی جایگزین واحد» باشد. تجربه تحریم‌ها نشان داده است که هر سازوکار واحد، در صورت گسترش بیش از اندازه، می‌تواند به یک نقطه آسیب‌پذیر تبدیل شود. هدف باید تنوع‌بخشی به معماری مالی تجارت خارجی باشد.

شانگهای: فرصت اتصال به شرق

عضویت در سازمان همکاری شانگهای نیز می‌تواند از منظر دیگری به تاب‌آوری اقتصادی ایران کمک کند. این ظرفیت فقط به افزایش صادرات به کشورهای عضو محدود نمی‌شود؛ بلکه می‌تواند بستری برای تعریف پروژه‌های مشترک در حوزه انرژی، حمل‌ونقل، لجستیک، فناوری، صنایع واسطه‌ای و زنجیره‌های تأمین باشد. ایران می‌تواند از موقعیت خود برای تبدیل شدن به یکی از حلقه‌های اتصال میان آسیای مرکزی، چین، روسیه، هند و خلیج فارس استفاده کند. به عبارت دیگر، به جای آنکه صرفاً صادرکننده کالا به کشورهای عضو شانگهای باشیم، باید تلاش کنیم در زنجیره تولید و توزیع منطقه‌ای این کشورها قرار بگیریم.

همسایگان: شرکای مسیر، نه‌فقط بازار

در شرایط جدید، روابط اقتصادی با همسایگان نیز باید بازتعریف شود. ترکیه، عراق، پاکستان، آذربایجان، ارمنستان، ترکمنستان و سایر کشورهای پیرامونی ایران می‌توانند بخشی از شبکه اتصال جایگزین کشور باشند؛ اما نکته مهم این است که ایران نباید برای عبور از محدودیت‌ها، وابستگی خود را از یک مسیر به یک کشور دیگر منتقل کند.

نمونه تحریم‌های اخیر علیه برخی واسطه‌ها و مؤسسات کشورهای ثالث نشان می‌دهد که حتی شرکای منطقه‌ای نیز ممکن است تحت فشار ثانویه قرار گیرند. بنابراین، سیاست مطلوب، تنوع جغرافیایی شرکا است. اگر امروز ترکیه یک مسیر مهم برای تجارت ایران است، باید هم‌زمان مسیرهای قفقاز، آسیای مرکزی، پاکستان و عراق نیز تقویت شوند. اگر یک بندر دچار اختلال شد، باید بنادر و پایانه‌های جایگزین در شبکه فعال باشند. اگر یک بانک یا ابزار پرداخت تحت فشار قرار گرفت، ابزارهای دیگر باید از پیش طراحی شده باشند تاب‌آوری یعنی «داشتن انتخاب».

دیپلماسی لجستیک: حلقه مفقوده دیپلماسی اقتصادی

در شرایط عادی، دیپلماسی اقتصادی عمدتاً بر توسعه روابط تجاری، جذب سرمایه‌گذاری و افزایش صادرات متمرکز است. اما در شرایط بحران، یک مفهوم جدید اهمیت پیدا می‌کند: دیپلماسی لجستیک. دیپلماسی لجستیک یعنی مذاکره و توافق برای اینکه کالاهای ایرانی، حتی در شرایط بحران، از مسیرهای مختلف امکان جابه‌جایی داشته باشند. این امر شامل توافق درباره موارد زیر است:

- عبور ترانزیتی؛

ایران می‌تواند صرفاً قربانی این تغییرات باشد یا از موقعیت جغرافیایی خود برای تبدیل شدن به بخشی از راه‌حل استفاده کند.

- تعرفه و رویه‌های گمرکی؛
- حمل ریلی و جاده‌ای؛
- دسترسی به بنادر؛
- انبارش کالا؛
- بیمه حمل؛
- سوخت‌رسانی؛
- خدمات تعمیر و نگهداری؛
- و حتی دسترسی اضطراری به ظرفیت‌های حمل‌ونقل هوایی و زمینی.

در واقع، در شرایط جدید، کریدورهای تجاری باید همانند زیرساخت‌های حیاتی کشور تلقی شوند.

هوانوردی: یک هشدار درباره مفهوم جدید اتصال

تحریم‌های اخیر صنعت هوانوردی ایران اهمیت این موضوع را بیش از گذشته نشان داده است. هواپیما فقط وسیله جابه‌جایی مسافر نیست. صنعت هوانوردی به شبکه‌ای از قطعات، تعمیر و نگهداری، سوخت، بیمه، خدمات فنی، فرودگاه‌ها، شرکت‌های حمل بار و ارتباطات بین‌المللی وابسته است. وقتی محدودیت‌ها به این شبکه گسترش پیدا می‌کند، آثار آن می‌تواند به سایر بخش‌های اقتصاد نیز منتقل شود. بنابراین، سیاست تاب‌آوری نباید فقط برای بنادر و کشتیرانی طراحی شود. هوا، دریا، جاده، ریل و شبکه مالی باید هم‌زمان در نقشه تاب‌آوری تجارت خارجی دیده شوند. این همان نقطه‌ای است که مفهوم «امنیت اتصال» اهمیت پیدا می‌کند.

تاب‌آوری تجارت خارجی از داخل کشور آغاز می‌شود

البته هیچ شبکه خارجی، بدون اصلاحات داخلی نمی‌تواند تاب‌آوری ایجاد کند. اگر فعال اقتصادی برای یک تغییر مقررات، بخشنامه ناگهانی، ثبت سفارش، تخصیص ارز، ترخیص کالا یا دریافت مجوز با عدم قطعیت مواجه باشد، حتی بهترین کریدور خارجی نیز نمی‌تواند مشکل تجارت را حل کند. به همین دلیل، تاب‌آوری ژئواکونومیک باید با تاب‌آوری مقرراتی همراه باشد. در شرایط بحران، کشور به یک پروتکل مشخص برای تجارت کالاهای راهبردی نیاز دارد؛ پروتکلی که مشخص کند در صورت اختلال در یک مسیر یا بازار:

- چه مقرراتی باید موقتاً تغییر کند؛
- چه کالاهایی در اولویت قرار گیرند؛
- چه مسیرهای جایگزینی فعال شوند؛
- چه تسهیلات گمرکی ایجاد شود؛
- نحوه تأمین ارز چگونه باشد؛
- و چگونه تصمیمات دستگاه‌های مختلف با یکدیگر هماهنگ شوند.

تصمیم‌گیری موردی و دستگاهی در شرایط بحران، خود می‌تواند به یک ریسک اقتصادی تبدیل شود.

نقشه ملی تاب‌آوری تجارت خارجی

یکی از اقدامات ضروری، تدوین یک «نقشه ملی تاب‌آوری تجارت خارجی ایران» است. در این نقشه باید برای کالاهای راهبردی و همچنین بازارهای مهم صادراتی، حداقل این موارد مشخص باشد:

- مسیر اصلی، مسیر دوم، مسیر سوم؛
- تأمین‌کننده اصلی و جایگزین؛
- بازار اصلی و بازار جایگزین؛
- روش‌های مختلف پرداخت و تسویه؛
- ظرفیت حمل‌ونقل و انبارش؛
- ریسک‌های بیمه‌ای و بانکی؛
- سطح ذخایر و موجودی اضطراری؛
- و در نهایت، اقدامات مقرراتی موردنیاز برای فعال‌سازی مسیر جایگزین.

این نقشه باید یک سند ثابت و بایگانی‌شده نباشد؛ بلکه یک سامانه زنده رصد ریسک باشد که بر اساس تغییرات سیاسی، نظامی، تحریمی، حمل‌ونقلی و تجاری به‌صورت مستمر به‌روزرسانی شود.

بخش خصوصی: از دریافت‌کننده تصمیم به شریک طراحی تاب‌آوری

هیچ دولت یا دستگاهی به تنهایی نمی‌تواند چنین شبکه‌ای را ایجاد کند. شرکت‌های حمل‌ونقل، صادرکنندگان و واردکنندگان، بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، تشکل‌های اقتصادی، اتاق‌های بازرگانی و فعالان لجستیک، اطلاعاتی در اختیار دارند که بخش دولتی الزاماً به آن دسترسی ندارد. بنابراین، بخش خصوصی باید از جایگاه «مخاطب سیاست» به جایگاه شریک طراحی سیاست تاب‌آوری ارتقا پیدا کند.

در این میان، شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی می‌تواند نقش مهمی ایفا کند؛ نه فقط برای طرح مشکلات بنگاه‌ها، بلکه برای شناسایی گلوگاه‌های جدید، رصد آثار تصمیمات و مقررات، انتقال سریع هشدارهای فعالان اقتصادی و ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی. شورای گفت‌وگو می‌تواند یکی از اجزای «سامانه هشدار زودهنگام تجارت خارجی» باشد. سامانه‌ای که پیش از آنکه یک بحران به کمبود کالا، توقف تولید یا افزایش شدید هزینه تجارت تبدیل شود، نشانه‌های آن را از سطح بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی دریافت کند.

فرصت بحران: بازتعریف جایگاه ایران در منطقه

بحران فعلی، با وجود همه هزینه‌ها و مخاطرات آن، یک پیام مهم نیز دارد: ساختار تجارت منطقه‌ای در حال تغییر است.

هر بار که یک مسیر بین‌المللی با اختلال مواجه می‌شود، اهمیت مسیرهای جایگزین افزایش می‌یابد. هر بار که یک گلوگاه ژئوپلیتیک ناامن می‌شود، ارزش شبکه‌های چندمسیره بیشتر می‌شود.

ایران می‌تواند صرفاً قربانی این تغییرات باشد یا از موقعیت جغرافیایی خود برای تبدیل شدن به بخشی از راه‌حل استفاده کند.

اگر مسیرهای شمالی، شرقی و غربی کشور توسعه پیدا کنند؛ اگر شبکه ریلی و جاده‌ای با بنادر و پایانه‌های مرزی یکپارچه شود؛ اگر کریدور شمال ـ جنوب به یک شبکه تجاری واقعی تبدیل شود؛ اگر روابط با اوراسیا، بریکس و شانگهای از سطح دیپلماسی به سطح پروژه‌های واقعی اقتصادی ارتقا یابد و اگر بخش خصوصی در طراحی این شبکه مشارکت کند، ایران می‌تواند از «کشوری که در معرض اختلال مسیرهاست» به کشوری که خود یکی از مسیرهای جایگزین منطقه است تبدیل شود.

جمع‌بندی: اقتصاد شبکه‌ای، پاسخ ایران به اقتصاد محاصره‌ای

شرایط امروز نشان می‌دهد که الگوی سنتی سیاست‌گذاری اقتصادی دیگر کافی نیست. جنگ، تحریم، محدودیت دریایی، فشار بر صنعت هوانوردی، محدودیت‌های مالی و بانکی و سرریز فشارها به کشورهای ثالث، همگی یک پیام مشترک دارند: آسیب‌پذیری اقتصاد ایران فقط از کمبود منابع ناشی نمی‌شود؛ از تمرکز بیش از اندازه مسیرها، شرکا و ابزارهای اتصال نیز ناشی می‌شود. از این رو، «راهبرد ایران نباید صرفاً دور زدن تحریم باشد؛ بلکه باید بازطراحی شبکه اتصال اقتصاد ایران باشد». شبکه‌ای که در آن هیچ بندر، هیچ مسیر، هیچ بانک، هیچ کشور و هیچ بازار واحدی نقش حیاتی و غیرقابل‌جایگزین نداشته باشد. اوراسیا باید به شبکه تجارت و ترانزیت ایران متصل شود؛ بریکس باید به تنوع‌بخشی مالی و تجاری کمک کند؛ شانگهای باید به بستر پروژه‌های مشترک و اتصال به شرق تبدیل شود؛ همسایگان باید به حلقه‌های مکمل یک شبکه چندمسیره تبدیل شوند؛ و بخش خصوصی باید در قلب این طراحی قرار گیرد. در نهایت، تاب‌آوری اقتصادی به معنای مصون‌بودن از بحران نیست؛ به‌معنای توان ادامه‌دادن در شرایط بحران است.

و شاید مهم‌ترین هدف سیاست اقتصادی ایران در شرایط جدید همین باشد: «حفظ حق انتخاب اقتصاد ایران»؛ حتی زمانی که جغرافیا، جنگ و تحریم تلاش می‌کنند این حق انتخاب را محدود کنند.

از عضویت سیاسی تا منفعت اقتصادی

نقشه راه تجارت ایران در عصر تحریم و محدودیت‌های دریایی



بهرام شکوری
عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

تحولات اخیر یک واقعیت مهم را بار دیگر پیش روی اقتصاد ایران قرار داده است: در شرایطی که تحریم‌های اقتصادی تشدید شده و هم‌زمان امنیت و امکان استفاده از برخی مسیرهای دریایی با محدودیت‌های جدی مواجه شده است، نمی‌توان تجارت خارجی کشور را با همان الگوهای گذشته مدیریت کرد. آنچه امروز با آن روبه‌رو هستیم صرفاً یک اختلال مقطعی در حمل‌ونقل یا تجارت نیست؛ بلکه هشداری برای بازنگری در معماری تجارت خارجی ایران است.

ایران طی سال‌های گذشته به پیمان‌ها و ترتیبات مهم منطقه‌ای و بین‌المللی از جمله سازمان همکاری شانگهای و بریکس پیوسته و موافقت‌نامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا نیز وارد مرحله اجرا شده است. در کنار این ظرفیت‌ها، ایران با ۱۵ کشور مرز زمینی یا دریایی دارد و در مجاورت بازار بزرگی از آسیای مرکزی و قفقاز تا ترکیه، عراق، پاکستان، افغانستان و کشورهای حوزه خلیج فارس قرار گرفته است.

با این حال، پرسش اصلی این است: چه میزان از این ظرفیت سیاسی و جغرافیایی به منفعت اقتصادی تبدیل شده است؟

عضویت به‌خودی‌خود دستاورد اقتصادی نیست

عضویت ایران در بریکس و سازمان همکاری شانگهای و انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری بدون تردید فرصت ایجاد می‌کند، اما باید میان «ایجاد فرصت» و «استفاده از فرصت» تفاوت قائل شد.

بریکس امروز مجموعه‌ای از اقتصادهای بزرگ و در حال توسعه است و اعضای آن بیش از ۴۰ درصد جمعیت جهان را در بر می‌گیرند. تجارت کالایی درون بریکس نیز طی دو دهه بیش از ۱۳ برابر شده و صادرات درون این مجموعه در سال ۲۰۲۴ به حدود ۱.۱۷ تریلیون دلار رسیده است. با وجود این، حتی در مقیاس خود بریکس نیز بخش قابل‌توجهی از ظرفیت تجارت درون‌گروهی هنوز استفاده نشده است.

بنابراین صرف قرار گرفتن نام ایران در کنار اقتصادهایی مانند چین، هند، روسیه، برزیل، امارات و اندونزی تضمین‌کننده افزایش تجارت نیست.

تجربه تجارت خارجی ایران نشان می‌دهد که ما در بسیاری از موارد در انعقاد تفاهم‌نامه‌ها، عضویت در سازمان‌ها و تشکیل کمیسیون‌های مشترک فعال بوده‌ایم، اما حلقه اتصال این روابط سیاسی به تجارت واقعی، سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، حمل‌ونقل و حضور بخش خصوصی به اندازه کافی شکل نگرفته است.

باید شاخص موفقیت دیپلماسی اقتصادی را تغییر دهیم. تعداد سفرها، تفاهم‌نامه‌ها و عضویت‌ها نباید معیار اصلی باشد. باید ببینیم پس از هر توافق چه میزان صادرات افزایش یافته، چه مقدار سرمایه جذب شده، هزینه تجارت چقدر کاهش یافته و چند بنگاه ایرانی توانسته‌اند به بازار جدید دسترسی پایدار پیدا کنند.

این همان نقطه‌ای است که باید از عضویت سیاسی به منفعت اقتصادی حرکت کنیم

تجارت ۱۱۰ میلیارد دلاری و یک واقعیت مهم

آمار تجارت خارجی کشور تصویر روشنی از اهمیت این موضوع ارائه می‌دهد. در سال ۱۴۰۴ مجموع تجارت غیرنفتی ایران به حدود ۱۱۰ میلیارد دلار رسید. صادرات غیرنفتی حدود ۵۱.۷ میلیارد دلار و واردات حدود ۵۸ میلیارد دلار بود.

از سوی دیگر بیش از ۲۰.۵ میلیون تن کالا از خاک ایران ترانزیت شد. این عدد شاید در نگاه نخست فقط یک آمار حمل‌ونقلی باشد، اما در واقع نشان‌دهنده یکی از مهم‌ترین دارایی‌های اقتصادی ایران است: موقعیت جغرافیایی کشور.

در شرایطی که مسیرهای دریایی می‌توانند تحت تأثیر جنگ، تحریم یا بحران‌های منطقه‌ای قرار گیرند، ارزش این موقعیت چند برابر می‌شود.

اوراسیا، نخستین آزمون جدی

یکی از ملموس‌ترین فرصت‌های پیش روی ایران، موافقت‌نامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیاست؛ اتحادیه‌ای متشکل از روسیه، قزاقستان، بلاروس، ارمنستان و قرقیزستان.

این موافقت‌نامه از ۱۵ مه ۲۰۲۵ اجرایی شده است. آمار سال نخست نیز امیدوارکننده است؛ تجارت ایران و کشورهای اوراسیا در سال ۲۰۲۵ حدود ۱۵.۵ درصد افزایش یافت.

این رشد نشان می‌دهد کاهش موانع تجاری می‌تواند نتیجه ایجاد کند، اما تعرفه فقط یک ضلع تجارت است. اگر صادرکننده ایرانی همچنان با مشکلات نقل‌وانتقال پول، حمل‌ونقل، استاندارد، گمرک، ضمانت‌نامه، بیمه، مقررات ارزی و تصمیمات غیرقابل پیش‌بینی داخلی روبه‌رو باشد، مزیت تعرفه‌ای به‌تنهایی معجزه نخواهد کرد.

اینجاست که نقش دولت باید تغییر کند. وظیفه دولت تجارت کردن نیست؛ وظیفه دولت هموار کردن مسیر تجارت برای بخش خصوصی است.

همسایگان، نزدیک‌ترین فرصت اقتصادی ایران

تجارت ایران با همسایگان از قبل نیز سهم بزرگی از تجارت خارجی کشور را تشکیل می‌داد. فقط در هفت ماه نخست سال ۱۴۰۴ حجم تجارت با ۱۵ کشور همسایه حدود ۳۸ میلیارد دلار بوده است.

این ارقام یک پیام روشن دارند: در شرایط محدودیت‌های بین‌المللی، بازارهای پیرامونی نه یک انتخاب فرعی، بلکه بخشی از امنیت اقتصادی ایران هستند.

ترکیه فقط یک بازار صادراتی نیست. این کشور می‌تواند پل زمینی و ریلی ایران به اروپا باشد. پاکستان نیز با جمعیتی بزرگ و نیاز گسترده به انرژی، محصولات پتروشیمی، مواد معدنی، مصالح ساختمانی و سایر کالاها بازاری است که تجارت فعلی با آن با ظرفیت بالقوه دو کشور فاصله زیادی دارد.

همین منطق درباره عراق، افغانستان، آسیای مرکزی و قفقاز نیز صادق است.

بنابراین سیاست تجاری ایران باید از نگاه صرفاً «کشور به کشور» عبور کند و به نگاه شبکه‌ای برسد. ترکیه را هم بازار و هم مسیر دسترسی به اروپا ببینیم؛ پاکستان را هم بازار و هم مسیر اتصال به جنوب آسیا؛ و آسیای مرکزی و قفقاز را هم مقصد صادرات و هم حلقه‌ای از شبکه ترانزیتی ایران.

کریدورها بخشی از امنیت اقتصادی‌اند

محدودیت‌های دریایی پیام روشنی دارند: کشوری که مسیرهای متنوع تجاری نداشته باشد، اقتصاد خود را در برابر بحران‌های سیاسی و نظامی آسیب‌پذیر کرده است.

از این منظر، کریدور شمال‌ـجنوب، تکمیل حلقه‌های ریلی به سمت روسیه و قفقاز، افزایش ظرفیت خطوط ریلی و جاده‌ای با ترکیه، توسعه ارتباطات با پاکستان و آسیای مرکزی و افزایش ظرفیت پایانه‌های مرزی دیگر صرفاً پروژه‌های عمرانی نیستند؛ اینها

ظرفیت اقتصادی بریکس بسیار بزرگ است. در عین حال، تجربه این مجموعه نشان می‌دهد که حتی اعضای آن نیز برای تبدیل ظرفیت سیاسی به تجارت واقعی با چالش مواجه‌اند. برای ایران نیز راه درست این نیست که صرفاً بر عضویت تأکید کنیم. برای هر عضو اصلی باید پروژه اقتصادی مشخص تعریف شود.

بخشی از زیرساخت امنیت اقتصادی کشور هستند.

البته باید واقع‌بین بود. مسیرهای زمینی و ریلی نمی‌توانند جایگزین کامل حمل‌ونقل دریایی، به‌خصوص برای نفت و کالاهای بسیار حجیم، شوند. اما تنوع مسیرها می‌تواند ریسک تجارت کشور را به شکل قابل‌توجهی کاهش دهد.

موقعیت جغرافیایی ایران به‌تنهایی مزیت اقتصادی ایجاد نمی‌کند. کالا مسیری را انتخاب می‌کند که ارزان‌تر، سریع‌تر، مطمئن‌تر و قابل پیش‌بینی‌تر باشد.

مسئله فقط مسیر کالا نیست، مسیر پول هم هست

حتی اگر بهترین کریدورهای زمینی را ایجاد کنیم، بدون حل مسئله مالی تجارت، بخش مهمی از ظرفیت آنها بلااستفاده باقی خواهد ماند.

تحریم‌های بانکی یکی از مهم‌ترین موانع تجارت خارجی ایران است. بنابراین استفاده واقعی از ظرفیت بریکس، شانگهای، اوراسیا و کشورهای همسایه نیازمند ایجاد سازوکارهای عملی تسویه است.

استفاده از ارزهای ملی در تجارت دوجانبه، ایجاد خطوط اعتباری، تقویت ضمانت صادرات، استفاده از بانک‌های کوچک و متوسط و طراحی سازوکارهای تسویه‌ای قابل استفاده برای بخش خصوصی باید به پروژه مشخص اقتصادی تبدیل شود.

اما نباید تصور کنیم صرفاً جایگزین کردن دلار با یک ارز دیگر مشکل تجارت را حل می‌کند. فعال اقتصادی به ارزی نیاز دارد که قابل انتقال، قابل تبدیل و قابل استفاده باشد

بریکس و شانگهای، از دیپلماسی عضویت به دیپلماسی پروژه

ظرفیت اقتصادی بریکس بسیار بزرگ است. در عین حال، تجربه این مجموعه نشان می‌دهد که حتی اعضای آن نیز برای تبدیل ظرفیت سیاسی به تجارت واقعی با چالش مواجه‌اند. برای ایران نیز راه درست این نیست که صرفاً بر عضویت تأکید کنیم. برای هر عضو اصلی باید پروژه اقتصادی مشخص تعریف شود.

در رابطه با چین باید مشخص باشد چه پروژه‌هایی برای سرمایه‌گذاری، بازار و انتقال فناوری دنبال می‌شود. با هند، حوزه‌های معدن، انرژی، حمل‌ونقل و چابهار اهمیت دارند. با روسیه علاوه بر تجارت کالا، کریدور شمال-جنوب و سرمایه‌گذاری مشترک اهمیت پیدا می‌کند. با کشورهای آسیای مرکزی نیز می‌توان زنجیره‌های مشترک تولید، فرآوری و ترانزیت ایجاد کرد.

به بیان ساده، ایران باید از «دیپلماسی عضویت» به «دیپلماسی پروژه» حرکت کند.

هر توافق باید پروژه، مسئول، زمان‌بندی و شاخص قابل اندازه‌گیری داشته باشد.

معدن و صنایع معدنی، مزیتی که باید به زنجیره ارزش متصل شود

معدن و صنایع معدنی می‌تواند یکی از محورهای اصلی این دیپلماسی اقتصادی باشد.

ایران از ظرفیت و تنوع قابل‌توجه مواد معدنی برخوردار است و کشورهای پیرامونی بازار بزرگی برای محصولات معدنی، فلزی، مصالح ساختمانی و سنگ‌های طبیعی هستند. در مقابل، بسیاری از کشورهای عضو بریکس و شانگهای می‌توانند منبع سرمایه، ماشین‌آلات، فناوری و بازار برای بخش معدن ایران باشند.

اما سیاست ما نباید صرفاً افزایش تناژ صادرات باشد. هدف باید توسعه زنجیره ارزش و تولید محصولات با ارزش افزوده بالاتر باشد.

در این میان یک تناقض جدی نیز باید برطرف شود. نمی‌توان از تولیدکننده و فعال معدنی انتظار سرمایه‌گذاری، افزایش تولید و توسعه صادرات داشت، اما هم‌زمان او را با عوارض صادراتی، محدودیت واردات ماشین‌آلات، ناترازی انرژی، مشکلات تأمین سوخت و مقررات پیچیده و متغیر ارزی مواجه کرد.

پیش از آنکه از جهان انتظار داشته باشیم تجارت با ایران را آسان کند، خودمان نباید تجارت را برای بنگاه ایرانی دشوار کنیم.

بخش خصوصی باید پشت فرمان باشد

بازار را فعال اقتصادی بهتر از دستگاه اداری می‌شناسد. اتاق‌های بازرگانی، تشکل‌های تخصصی و بنگاه‌هایی که سال‌ها در بازارهای منطقه فعالیت کرده‌اند باید از مرحله طراحی سیاست حضور داشته باشند، نه اینکه پس از اتخاذ تصمیم برای آنها جلسه توجیهی برگزار شود.

در مذاکرات اقتصادی با اوراسیا، بریکس، شانگهای، ترکیه، پاکستان و سایر کشورهای همسایه باید مشکلات و پروژه‌های واقعی بخش خصوصی روی میز مذاکره قرار گیرد.

دیپلماسی اقتصادی زمانی موفق است که نتیجه آن در افزایش صادرات، ورود سرمایه، کاهش هزینه تجارت و ترازنامه بنگاه‌ها دیده شود.

هفت اقدام برای عبور از شرایط جدید

در شرایط کنونی حداقل هفت اقدام باید در اولویت قرار گیرد:

نخست، ایجاد سازوکار هماهنگی عملیاتی میان دولت، اتاق ایران و تشکل‌های تخصصی برای شناسایی و رفع فوری گلوگاه‌های تجارت زمینی و ریلی.

دوم، تهیه نقشه کالایی برای اوراسیا، ترکیه، پاکستان، عراق، افغانستان، آسیای مرکزی، چین و هند تا مشخص شود ایران در چه کالاهایی مزیت رقابتی دارد و موانع ورود هر کالا به بازار هدف چیست.

سوم، تبدیل ظرفیت بریکس و شانگهای به پروژه‌های مشخص سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، فناوری و تجارت.

چهارم، ایجاد سازوکارهای مالی و تسویه‌ای قابل استفاده توسط بخش خصوصی و تقویت بیمه و ضمانت صادرات.

پنجم، تسریع در تکمیل حلقه‌های مفقوده ریلی و جاده‌ای و افزایش ظرفیت گمرکات و پایانه‌های مرزی.

ششم، ثبات‌بخشی به مقررات صادراتی و ارزی. صادرکننده نمی‌تواند برای یک بازار بلندمدت سرمایه‌گذاری کند اگر ندانند سه ماه بعد عوارض صادرات، مقررات ارزی یا شرایط واردات و صادرات چگونه خواهد بود.

و هفتم، استفاده از ظرفیت مناطق آزاد و مرزی برای ایجاد مراکز لجستیکی، فرآوری، بسته‌بندی و صادرات مجدد.

از جغرافیا به اقتصاد

تحریم و محدودیت‌های دریایی بدون تردید هزینه‌های بزرگی بر اقتصاد ایران تحمیل می‌کند و نباید این واقعیت را کوچک جلوه داد. اما همین شرایط می‌تواند ما را وادار کند یک ضعف ساختاری قدیمی را اصلاح کنیم: وابستگی تجارت خارجی به تعداد محدودی بازار، مسیر و سازوکار مالی. ایران از معدود کشورهایی است که هم‌زمان به خلیج فارس و دریای عمان دسترسی دارد، به آسیای مرکزی و قفقاز متصل است، از طریق ترکیه مسیر زمینی به اروپا دارد، در شرق به پاکستان و افغانستان می‌رسد و در مرکز کریدورهای بالقوه شرق-غرب و شمال-جنوب قرار گرفته است.

اما جغرافیا به‌تنهایی ثروت نیست؛ اتصال است که ثروت ایجاد می‌کند.

اگر بتوانیم عضویت در پیمان‌های منطقه‌ای را به تجارت، سرمایه‌گذاری و پروژه‌های واقعی متصل کنیم؛ اگر کریدورها را بخشی از امنیت اقتصادی کشور بدانیم؛ اگر موانع داخلی تولید و صادرات را کاهش دهیم؛ و اگر بخش خصوصی را از حاشیه به مرکز دیپلماسی اقتصادی بیاوریم، شرایط دشوار امروز می‌تواند نقطه آغاز بازطراحی تجارت خارجی ایران باشد.

مسئله امروز ایران کمبود پیمان، همسایه یا موقعیت جغرافیایی نیست. مسئله اصلی تبدیل این ظرفیت‌ها به منفعت اقتصادی قابل اندازه‌گیری است.

دوران عضویت‌های تشریفاتی باید پایان یابد. اکنون برای هر عضویت، هر توافق و هر کریدور باید یک سؤال ساده مطرح کنیم:

سهم آن در تجارت، سرمایه‌گذاری، اشتغال و افزایش قدرت اقتصادی ایران چقدر بوده است؟

پاسخ به همین سؤال باید معیار واقعی موفقیت دیپلماسی اقتصادی ایران در دوران جدید باشد.

تجارت ایران در عصر تحریم

از عضویت‌های سیاسی بدون بُرد تا ساختن مسیرهای واقعی تجارت



رامین گوران

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

اقتصاد ایران در شرایطی وارد مرحله تازه‌ای از فشارهای خارجی شـــده است که طی سال‌های گذشته، همزمان با تشـــدید تحریم‌های آمریـــکا، محدودیت‌های بانکی، دشواری‌های حمل‌ونقل، افزایش هزینه‌های مبادلاتی و اکنون محدودیت‌های جدی در مسیرهای دریایی، بخش مهمی از ظرفیت تجارت خارجی کشور تحت فشار قرار گرفته است. در چنین شرایطی، پرسش اصلی دیگر این نیســـت که آیا ایران می‌تواند به الگوی تجارت گذشته بازگردد یا خیر؛ پرســـش مهم‌تر این اســـت که چگونه می‌توان معماری تجارت خارجی کشور را با واقعیت‌های جدید بازطراحی کرد.

ایران طی سال‌های اخیر تلاش کرده است با توسعه روابط خود با اقتصادهای غیرغربی، بخشی از این محدودیت‌ها را جبران کند. عضویت در سازمان همکاری شانگهای، پیوستن به بریکس و اجرایی شدن توافق تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، در کنار ظرفیت‌های موجود در روابط اقتصادی با کشـــورهایی مانند چین، روســـیه، ترکیه، پاکســـتان، هند و کشورهای آسیای مرکزی، مجموعه‌ای از فرصت‌ها را پیش روی کشور قرار داده است.

اما باید میان عضویت در یک سازمان بین‌المللی و ایجاد یک مسیر واقعی و کم‌هزینه برای تجارت تفاوت قائل شد. عضویت به‌تنهایی تجارت ایجاد نمی‌کند؛ آنچه اهمیت دارد، تبدیل این عضویت‌ها به قرارداد، مسیر لجستیکی، نظام پرداخت، بیمه، استاندارد، تعرفه و در نهایت معامله واقعی میان فعالان اقتصادی است.

بریکس: فرصت مهم، اما نه جایگزین نظام بانکی جهانی

ایران از سال ۲۰۲۴ به عضویت کامل بریکس درآمده است. وب‌سایت رسمی بریکس این گروه را یک چارچوب همکاری و هماهنگی سیاسی و اقتصادی میان کشورهای جنوب جهانی معرفی می‌کند؛ اما نکته مهم این است که بریکس یک اتحادیه تجاری با تعرفه مشترک یا یک نظام بانکی مستقل نیست. حتی این گروه فاقد معاهده تأسیس، بودجه مستقل و دبیرخانه دائمی است.

بنابراین نباید از بریکس انتظار داشت که به‌صورت مستقیم تحریم‌های ایران را بی‌اثر کند. ظرفیت اصلی بریکس برای ایران در جای دیگری است: ایجاد گفت‌وگو و همکاری میان اقتصادهای بزرگ غیرغربی، توسعه پرداخت‌های غیردلاری، تسهیل همکاری‌های بانکی، سرمایه‌گذاری، حمل‌ونقل و اتصال زنجیره‌های تأمین.

در واقع، اگر ایران بتواند عضویت خود در بریکس را از ســـطح دیپلماســـی به سطح پروژه‌های اقتصادی منتقل کند، این عضویت می‌تواند به بســـتری برای توسعه روابط با چین، هند، روسیه، امارات، عربستان، مصر و سایر اعضا تبدیل شود.

مطالعات جدید درباره نظام پرداخت‌های بریکس نیز نشان می‌دهد که اعضای این گروه به دنبال راهکارهایی برای کاهش وابستگی به شبکه‌های مالی تحت سلطه غرب هستند؛ هرچند این روند هنوز به معنای ایجاد یک نظام پرداخت واحد و جایگزین سوئیفت نیست

شانگهای؛ مزیت اصلی ایران جغرافیا و اتصال منطقه‌ای است

ایران از ســـال ۲۰۲۳ عضو کامل سازمان همکاری شانگهای است. این سازمان ۹ عضو کامل دارد و کشورهایی مانند چین، روسیه، هند، پاکستان و کشورهای آسیای مرکزی در آن حضور دارند.

مزیت اصلی شانگهای برای ایران را باید بیش از آنکه در «رفع تحریم» جست‌وجو کرد، در اتصال جغرافیایی و اقتصادی دید.

ایـــران می‌تواند در این چارچوب خود را به‌عنوان یک حلقه اتصال میان خلیج فارس، آسیای مرکزی، قفقاز، روسیه، شبه‌قاره هند و حتی مسیرهای منتهی به چین تعریف کند

این مســـئله برای آینده تجارت کشور اهمیت بســـیار زیادی دارد. اگر تجارت ایران بیش از گذشته بر مسیرهای زمینی، ریلی و ترکیبی متکی شود، عضویت در سازمان‌هایی که بخش قابل توجهی از اعضای آنها در همین پهنه جغرافیایی قرار دارند، می‌تواند ارزش عملیاتی بیشتری پیدا کند.

در چنین شرایطی، توسعه کریدورهای ریلی و جاده‌ای، بنادر، پایانه‌های مرزی و مراکز لجستیکی باید هم‌زمان با دیپلماسی اقتصادی پیش برود.

اوراسیا: شاید عملیاتی‌ترین ظرفیت موجود

در میان این سه مسیر، توافق ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا از منظر تجارت کالا، یک مزیت متفاوت دارد.

توافق تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا که در ۲۵ دسامبر ۲۰۲۳ امضا شـــد، از ۱۵ مه ۲۰۲۵ وارد مرحله اجرا شد. این توافق در چارچوب قواعد سازمان تجارت جهانی ثبت شده و ایران را در یک چارچوب مشخص‌تر تعرفه‌ای با روسیه، ارمنستان، بلاروس، قزاقستان و قرقیزستان قرار می‌دهد.

اجرای این توافق می‌تواند هزینه ورود بسیاری از کالاهای ایرانی به بازار اوراسیا را کاهش دهد و برای صادرات محصولات کشاورزی، صنعتی، مصالح ساختمانی، محصولات پتروشیمی، خدمات فنی و مهندسی و سایر کالاهای دارای مزیت نسبی ایران فرصت ایجاد کند.

گزارش رویترز در زمان اجرایی شـــدن این توافق نیز بر ظرفیت افزایش تجارت ایران و اتحادیه اقتصادی اوراســـیا و کاهش قابل توجه برخی تعرفه‌ها تأکید کرده است.

اما اینجا نیز یک شـــرط اساســـی وجود دارد: توافق تجاری بدون حل مسئله پرداخت و لجستیک، اثر کامل خود را نشان نمی‌دهد.

اگر صادرکننده ایرانی بتواند کالای خود را با تعرفه ترجیحی وارد بازار روسیه کند اما نتواند پول خود را با هزینه و ریسک قابل قبول دریافت کند، بخش قابل توجهی از مزیت توافق از بین خواهد رفت.

تحریم‌ها حتی تجارت با شرکای شرقی را هم بی‌هزینه نمی‌گذارند

واقعیت این اســـت که تحریم‌های آمریکا صرفاً تجارت ایران با کشورهای غربی را هدف قرار نداده‌اند. تحریم‌های ثانویه باعث شده‌اند بانک‌ها، شرکت‌های کشتیرانی، بیمه‌ها و واسطه‌های مالی کشورهای دیگر نیز هنگام همکاری با ایران، ریسک تحریم را محاسبه کنند.

نمونه‌های اخیر این مسئله را به‌روشنی نشان می‌دهد. وزارت خزانه‌داری آمریکا در سال‌های اخیر شرکت‌ها و شبکه‌هایی در ترکیه، امارات، هنگ‌کنگ و چین را به دلیل ارتباط با تجارت ایران تحریم کرده است.

حتی در ســـال ۲۰۲۶، فشار بر شبکه‌های مالی مرتبط با تجارت ایران افزایش یافته و وزارت خزانه‌داری آمریکا اعلام کرده است که شبکه‌های ارزی و شرکت‌های واسطه‌ای مرتبط با انتقال درآمدهای نفتی ایران را هدف قرار می‌دهد.



بنابراین نمی‌توان تصور کرد که عضویت ایران در شانگهای یا بریکس به معنای مصونیت شرکت‌های چینی، هندی، ترکیه‌ای یا روسی از تحریم‌های آمریکا است.

ترکیه و پاکستان، همسایگانی با ظرفیت‌های مغفول

در کنار سازمان‌های چندجانبه، ایران باید به ظرفیت همسایگان خود نیز نگاه ویژه‌ای داشته باشد.

ترکیه یکی از مهم‌ترین شرکای تجاری بالقوه ایران است؛ کشوری که هم بازار بزرگی دارد و هم به شبکه‌های تجاری اروپا متصل است. پاکستان نیز با وجود محدودیت‌های ساختاری و مالی، بازاری بزرگ در شرق ایران و دروازه‌ای به سوی شبه‌قاره است.

بر اساس گزارش رویترز، تجارت ایران و ترکیه همچنان در سطح چند میلیارد دلار در سال قرار دارد و دو کشور در حوزه انرژی و کالاهای صنعتی ارتباطات قابل توجهی دارند. در مورد پاکستان نیز دو کشور هدف افزایش تجارت تا ۱۰ میلیارد دلار را دنبال کرده‌اند؛ هرچند بخش قابل توجهی از تجارت دوجانبه همچنان تحت تأثیر محدودیت‌های ناشی از تحریم و مشکلات پرداخت قرار دارد.

این بدان معناست که ایران باید به جای تمرکز صرف بر افزایش حجم تجارت، به دنبال رسمی، شفاف و کم‌هزینه کردن تجارت مرزی باشد.

نسخه ایران: تجارت شبکه‌ای، نه تجارت تک‌مسیره

به اعتقاد من، راهکار ایران در شرایط فعلی، انتخاب یک کشور به‌عنوان «جایگزین غرب» نیست. چین نمی‌تواند به‌تنهایی جای همه بازارها را بگیرد؛ روسیه نیز نمی‌تواند جایگزین همه کانال‌های تجاری شود و بریکس یا شانگهای هم قرار نیست جایگزین کامل نظام تجارت جهانی باشند.

آنچه ایران به آن نیاز دارد، ایجاد یک شبکه متنوع تجاری است.

چنین شبکه‌ای باید حداقل پنج ضلع داشته باشد: نخست، بازارهای همسایه مانند ترکیه، پاکستان، عراق، افغانستان و کشورهای قفقاز؛ دوم، بازارهای بزرگ شرقی مانند چین و هند؛ سوم، بازار اوراسیا با محوریت روسیه و آسیای مرکزی؛ چهارم، مسیرهای حمل‌ونقل زمینی، ریلی و دریایی متنوع؛ و پنجم، سازوکارهای پرداخت و تسویه‌ای که وابستگی تجارت به دلار و شبکه‌های مالی تحت کنترل آمریکا را کاهش دهد.

در این میان، توسعه تجارت با پول‌های ملی، پیمان‌های پولی، تهاتر، حساب‌های تسویه دوجانبه و زیرساخت‌های پرداخت منطقه‌ای می‌تواند بخشی از راه‌حل باشد؛ البته به شرط آنکه این سازوکارها شفاف، قانونی، قابل حسابرسی و از نظر اقتصادی کم‌هزینه باشند.

بخش خصوصی باید از حاشیه به متن بیاید

در نهایت، هیچ کدام از این ظرفیت‌ها بدون حضور واقعی بخش خصوصی به نتیجه نمی‌رسد.

اتاق‌های بازرگانی، تشکل‌های حرفه‌ای، صادرکنندگان، تولیدکنندگان، شرکت‌های لجستیکی، بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری باید در طراحی سیاست تجارت خارجی نقش فعال داشته باشند.

برای مثال، در حوزه ساخت‌وساز، ایران دارای ظرفیت قابل توجهی در صادرات خدمات فنی و مهندسی، مصالح ساختمانی، تجهیزات و دانش فنی است. این ظرفیت می‌تواند در بازار کشورهای همسایه و آسیای مرکزی مورد استفاده قرار گیرد؛ اما لازمه آن، تعریف پروژه‌های مشخص، تأمین مالی، تضمین پرداخت و ایجاد سازوکارهای حقوقی مطمئن برای شرکت‌های ایرانی است.

در شرایط فعلی، مسئله اصلی اقتصاد ایران صرفاً «تحریم» نیست؛ مسئله بزرگ‌تر، هزینه بالای مبادله در شرایط تحریم است.

اگر بتوانیم این هزینه را از طریق تنوع بازارها، توسعه کریدورها، توافق‌های تجاری، سازوکارهای پرداخت و دیپلماسی اقتصادی کاهش دهیم، حتی در شرایط محدودیت نیز می‌توان بخشی از ظرفیت تجارت خارجی کشور را حفظ کرد و توسعه داد.

ایران امروز بیش از هر زمان دیگری به یک سیاست خارجی اقتصادی نیاز دارد؛ سیاستی که در آن عضویت در بریکس و شانگهای، توافق با اوراسیا و روابط با ترکیه و پاکستان، نه صرفاً در سطح بیانیه و تفاهم‌نامه، بلکه در قالب قرارداد، پروژه، مسیر حمل‌ونقل، سرمایه‌گذاری و تجارت واقعی تعریف شود.

تحریم ممکن است مسیر تجارت را دشوارتر کند، اما اگر کشور بتواند مسیرهای متنوع، شرکای متعدد و سازوکارهای پایدار ایجاد کند، نمی‌تواند به‌تنهایی ظرفیت تجارت ایران را از بین ببرد. مسئله اصلی، توانایی ما در تبدیل ظرفیت‌های ژئوپلیتیک ایران به مزیت اقتصادی و تجاری واقعی است.

سپر جادویی

پیمان‌های اقتصادی چگونه می‌توانند در دوران تحریم و جنگ، ناجی اقتصاد ایران باشند؟



محمود بازاری

مدیر کل اسبق دفتر توسعه صادرات کالای سازمان توسعه تجارت ایران

تحریم و محدودیت‌های فزاینده در مسیرهای دریایی، یک واقعیت مهم را بیش از گذشته آشکار کرده است: برای اقتصادی مانند ایران که بخش قابل توجهی از تجارت خارجی آن به مسیرهای دریایی و شبکه‌های مالی بین‌المللی وابسته است، «تنوع‌بخشی به شرکای تجاری و مسیرهای مبادله» دیگر یک انتخاب سیاستی نیست؛ یک ضرورت راهبردی است.

در چنین شرایطی، عضویت ایران در پیمان‌ها و ترتیباتی مانند اتحادیه اقتصادی اوراسیا، بریکس و سازمان همکاری شانگهای، در کنار ظرفیت کشورهای همسایه نظیر ترکیه، پاکستان، عراق، آذربایجان، ارمنستان، عمان و کشورهای آسیای مرکزی، می‌تواند بخشی از فشار ناشی از محدودیت‌های تجاری و مالی را خنثی کند. اما یک نکته کلیدی نباید نادیده گرفته شود و آن اینکه عضویت در یک پیمان اقتصادی، به خودی خود تجارت ایجاد نمی‌کند. آنچه اهمیت دارد، تبدیل توافق‌های سیاسی به مسیرهای واقعی تجارت، کاهش هزینه مبادله، تأمین مالی، تسهیل گمرکی، اتصال لجستیکی و دسترسی پایدار به بازارهاست.

اوراسیا: نزدیک‌ترین فرصت تجاری ایران

در میان ترتیبات اقتصادی موجود، توافق تجارت آزاد ایران با اتحادیه اقتصادی اوراسیا از عملیاتی‌ترین ظرفیت‌هاست. این توافق در ۱۵ مه ۲۰۲۵ اجرایی شد و ایران را در چارچوبی قرار داد که می‌تواند دسترسی ترجیحی گسترده‌تری به بازارهای روسیه، ارمنستان، بلاروس، قزاقستان و قرقیزستان ایجاد کند.

مزیت اصلی اوراسیا برای ایران، صرفاً بازار مصرف نیست؛ بلکه امکان اتصال همزمان به بازار روسیه و آسیای مرکزی و ایجاد مسیرهای جایگزین برای تجارت غیر دریایی است. توسعه کریدور شمال ـ جنوب، ظرفیت بنادر دریای خزر، حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای و اتصال ایران به روسیه و آسیای مرکزی می‌تواند در شرایط محدودیت مسیرهای جنوبی اهمیت مضاعفی پیدا کند. اما محدودیت نیز جدی است. بازار اوراسیا به‌ویژه روسیه، از نظر استانداردها، مقررات فنی، ظرفیت لجستیکی و ساختار تقاضا با بازارهای سنتی ایران تفاوت دارد. علاوه بر این، تحریم‌های ثانویه می‌تواند بانک‌ها، شرکت‌های حمل‌ونقل و طرف‌های تجاری این کشورها را در انتخاب همکاری با ایران محتاط کند.

بنابراین، توافق تجاری بدون زیرساخت مالی و لجستیکی، فقط بخشی از مسئله را حل می‌کند.

بریکس: ظرفیت بزرگ سیاسی، اما هنوز نه یک بازار آزاد تجاری

بریکس از منظر ایران اهمیت متفاوتی دارد. این گروه برخلاف اتحادیه‌های اقتصادی، یک منطقه آزاد تجاری یکپارچه نیست؛ بنابراین نباید انتظار داشت عضویت ایران در بریکس به‌صورت خودکار منجر به کاهش تعرفه‌ها یا جهش صادرات شود.

اهمیت بریکس برای ایران بیشتر در سه حوزه است: تنوع‌بخشی به شرکای اقتصادی، همکاری مالی و بانکی و ایجاد دسترسی به سازوکارهای جدید تأمین مالی و تسویه مبادلات.

نشانه مهم در این زمینه تلاش ایران برای پیوستن به بانک توسعه جدید بریکس (NDB) است؛ مقام‌های ایرانی در ماه اوت ۲۰۲۶ از آمادگی برای عضویت در این بانک خبر داده‌اند، هرچند عضویت هنوز از سوی خود بانک تأیید نشده است.

اگر ایران بتواند از ظرفیت‌های مالی بریکس برای پروژه‌های زیربنایی، انرژی، حمل‌ونقل، لجستیک و تجارت استفاده کند، اثر آن می‌تواند بسیار مهم‌تر از صرفاً افزایش مبادلات کالایی باشد.

با این حال، نباید از محدودیت‌های بریکس غافل شد. چین، هند، روسیه و سایر اعضا منافع اقتصادی و روابط بین‌المللی خود را دارند و لزوماً حاضر نیستند برای تجارت با ایران هزینه تحریم‌های ثانویه را بپذیرند. بنابراین بریکس ضمانت عبور ایران از تحریم نیست؛ بلکه یک بستر بالقوه برای کاهش وابستگی به نظام مالی غرب است.

شانگهای: فرصت ژئواقتصادی بیش از یک توافق تجاری

سازمان همکاری شانگهای نیز بیشتر از آنکه یک پیمان تجارت آزاد باشد، بستری برای همکاری اقتصادی، حمل‌ونقل، انرژی و امنیتی است.

اهمیت این سازمان برای ایران در این است که کشور را در یک شبکه بزرگ آسیایی قرار می‌دهد؛ شبکه‌ای که چین، روسیه، هند، آسیای مرکزی و برخی قدرت‌های منطقه‌ای در آن حضور دارند.

از این منظر، ایران می‌تواند از موقعیت جغرافیایی خود به‌عنوان پل ارتباطی شرق و غرب و شمال و جنوب استفاده کند. اما تبدیل این مزیت جغرافیایی به مزیت اقتصادی نیازمند سرمایه‌گذاری، اصلاح فرآیندهای گمرکی، توسعه خطوط ریلی، بنادر خشک، پایانه‌های مرزی و مهم‌تر از همه، ثبات مقررات تجاری است.

پاکستان: یک مسیر اضطراری که می‌تواند به مسیر راهبردی تبدیل شود

در شرایط محدودیت مسیرهای دریایی، پاکستان اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. در سال ۲۰۲۶، شش مسیر جاده‌ای میان بنادر کراچی، گوادر و پورت قاسم و گذرگاه‌های مرزی ایران در گبد و تفتان عملیاتی شده است؛ اقدامی که می‌تواند بخشی از جریان کالا به مقصد ایران را از مسیر دریایی پاکستان و سپس حمل زمینی وارد کشور کند.

این ظرفیت از یک جهت اهمیت استثنایی دارد: پاکستان می‌تواند به دروازه ایران به آب‌های آزاد خارج از تنگه هرمز تبدیل شود.

اما این مسیر نیز بدون ریسک نیست. امنیت مرز، ظرفیت محدود زیرساخت‌های جاده‌ای و بندری، هزینه بالاتر حمل ترکیبی، مشکلات گمرکی و احتمال اعمال فشارهای خارجی بر پاکستان، از مهم‌ترین تهدیدهاست.

با این حال، اگر این مسیر صرفاً به‌عنوان یک راهکار اضطراری دیده نشود و به یک کریدور دائمی ایران ـ پاکستان ـ آسیای مرکزی تبدیل شود، می‌تواند بخشی از معماری جدید تجارت خارجی ایران را شکل دهد.

ترکیه: فرصت بزرگ، اما با ریسک وابستگی

ترکیه نیز برای ایران فقط یک همسایه نیست؛ یک مسیر تجاری و لجستیکی مهم به اروپا، دریای مدیترانه و بازارهای غربی محسوب می‌شود.

در شرایط انسداد یا افزایش ریسک مسیرهای دریایی جنوب، مسیر زمینی ایران ـ ترکیه می‌تواند اهمیت بیشتری پیدا کند. اما نباید از یک واقعیت غافل شد: ترکیه خود تحت فشارهای اقتصادی و ژئوپلیتیکی مختلف قرار دارد و نمی‌توان فرض کرد که همیشه آماده پذیرش ریسک ناشی از تحریم‌های ثانویه علیه ایران خواهد بود.

بنابراین سیاست ایران باید از «وابستگی به یک مسیر جایگزین» به سمت شبکه‌ای از مسیرهای جایگزین حرکت کند.

محدودیت‌های شدید دریایی، ایران را ناگزیر می‌کند به ظرفیت‌هایی توجه کند که سال‌ها کمتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. راه‌آهن، جاده، بنادر خزر، کریدور شمال ـ جنوب، مرزهای زمینی، پاکستان، آسیای مرکزی، قفقاز و شبکه پیمان‌های اقتصادی آسیایی. اما این واقعیت را هم باید درک کرد که به سادگی نمی‌توان سایر مسیرها را جایگزین مسیر حمل و نقل دریایی کرد.

مسئله اصلی: پیمان داریم، اما «معماری تجارت» نداریم

شـــاید بزرگ‌ترین ضعف سیاست تجاری ایران همین جا باشد. ایران در سال‌های اخیر به عضویت یا مشـــارکت در ترتیبات اقتصادی مهمی درآمده، اما هنوز یک نقشه عملیاتی جامع برای استفاده از آنها ندارد.

برای مثال، باید مشخص باشد:

- از اوراسیا دقیقاً چه کالاهایی را می‌توان صادر کرد؟
- کدام بازارها برای محصولات ایرانی مزیت رقابتی دارند؟
- کدام کالاها مشمول تعرفه ترجیحی هستند؟
- مسیر ارزان‌تر حمل آنها کدام است؟
- پول صادرات چگونه تسویه می‌شود؟
- بانک یا مؤسسه مالی طرف معامله کدام است؟
- بیمه حمل چگونه انجام می‌شود؟
- کدام گمرکات و مرزها ظرفیت لازم را دارند؟
- چه کالاهایی را می‌توان از مسیر پاکستان، ترکیه، آسیای مرکزی و قفقاز جابه‌جا کرد؟
- و مهم‌تر از همه، در صورت تشدید تحریم‌ها، طرح جایگزین هر مسیر چیست؟

بدون پاسخ به این پرسش‌ها، عضویت در پیمان‌های اقتصادی بیشتر به یک دستاورد دیپلماتیک شبیه خواهد بود تا یک دستاورد اقتصادی.

تهدید اصلی فقط تحریم نیست، هزینه بالای تجارت ایران است

تحریم اگرچه مهم‌ترین محدودیت خارجی است، اما همه مشکل نیست. تعدد بخشنامه‌ها، تغییرات مکرر مقررات صادرات و واردات، مشکلات رفع تعهد ارزی، محدودیت‌های بانکی، ضعف بیمه و حمل‌ونقل، بوروکراسی گمرکی، نبود اطلاعات دقیق و بهنگام بازارها و ضعف دیپلماسی اقتصادی، هزینه تجارت ایران را بالا برده است.

در شرایطی که تجارت جهانی بر مبنای سرعت، قابلیت پیش‌بینی و زنجیره تأمین کار می‌کند، صادرکننده ایرانی نباید برای هر محموله با چندین دستگاه و مقررات متغیر مواجه باشد.

از ســـوی دیگر، تمرکز تجارت ایران بر تعداد محدودی از شـــرکا نیز آسیب‌پذیری را افزایش داده است. گزارش‌های اخیر نشان می‌دهد چین، امارات و ترکیه بخش بزرگی از تجارت کالایی ایران را در اختیار دارند و فشارهای جدید تحریمی می‌تواند حتی همین کانال‌های سنتی را نیز با ریسک مواجه کند.

راهبرد پیشنهادی: «شبکه تجارت متنوع، منعطف و چندلایه» به‌جای «یک مسیر جایگزین»

راه‌حل ایران نباید پیدا کردن یک مسیر جایگزین برای مسیر مسدودشده باشد. چنین رویکردی صرفاً یک آسیب‌پذیری جدید ایجاد می‌کند.

ایران باید به سمت ایجاد یک شبکه تجارت مقاوم و چندلایه حرکت کند:

لایه اول: همسایگان

ترکیه، عراق، پاکستان، آذربایجان، ارمنستان، ترکمنستان و کشورهای خلیج فارس.

لایه دوم: پیمان‌های منطقه‌ای

اوراسیا و شانگهای و سازوکارهای منطقه‌ای مرتبط با آنها.

لایه سوم: قدرت‌های بزرگ آسیایی

چین، هند و روسیه، با تمرکز بر قراردادهای بلندمدت و زنجیره‌های تأمین.

لایه چهارم: مسیرهای حمل‌ونقل

کریدور شمال ـ جنوب، مسیرهای قفقاز، آسیای مرکزی، ترکیه و مسیر پاکستان.

لایه پنجم: نظام مالی

تســـویه با ارزهای محلی، تهاتر، پیمان‌های پولی، بانک‌های منطقه‌ای و ســـازوکارهای چندجانبه، در کنار مدیریت ریسک تحریم.

در چنین شرایطی، سیاست تجاری کشور نیازمند اقدامات عملی و فوری است:

۱ تشکیل «ستاد ملی تنوع‌بخشی تجارت خارجی»

با حضور سازمان توسعه تجارت، گمرک ایران، بانک مرکزی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت امور خارجه، بخش خصوصی و دســـتگاه‌های مرتبط؛ نه یک ساختار تشریفاتی، بلکه نهادی با اختیار تصمیم‌گیری.

۲ تدوین نقشه راه (کالا. بازار. مسیر)

برای هر کالای صادراتی مشـــخص شود بهترین بازار، مسیر حمل، شیوه پرداخت، بیمه، تعرفه و ریسک تحریم چیست.

۳ تبدیل مرزها به هاب‌های تجاری

مرزهای زمینی ایران نباید صرفاً محل عبور کامیون باشند؛ باید به مراکز لجستیک، انبارداری، بسته‌بندی، پردازش و توزیع منطقه‌ای تبدیل شوند. استان‌های مرزی بایستی به زیرساخت‌های تجارت فرامرزی مشترک با کشورهای همجوار مجهز شوند.

۴ ایجاد سازوکارهای پایدار تسویه مالی

بدون حل مسئله ارز و پول، هیچ کریدور تجاری پایدار نخواهد بود. پیمان‌های پولی، تسویه با ارزهای محلی، تهاتر و استفاده از ظرفیت بانک‌ها و شبکه‌های منطقه‌ای مبادله ارز و سرمایه باید از سطح مذاکره به عملیات واقعی منتقل شود.

۵ فعال کردن بخش خصوصی در دیپلماسی اقتصادی

دولت می‌تواند مسیر را باز کند، اما این بنگاه‌های اقتصادی هستند که باید تجارت را انجام دهند. اتاق‌های بازرگانی، صادرکنندگان و شـــرکت‌های لجستیکی باید در طراحی توافق‌های تجاری نقش واقعی داشته باشند.

فرصت بزرگ، اما با یک شرط

شرایط کنونی اگرچه یکی از دشوارترین مقاطع تجارت خارجی ایران را رقم زده، اما همزمان می‌تواند فرصتی برای تغییر و یا اصلاح مدل تجارت خارجی کشور باشد.

محدودیت‌های شـــدید دریایی، ایران را ناگزیر می‌کند به ظرفیت‌هایی توجه کند که سال‌ها کمتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. راه‌آهن، جاده، بنادر خزر، کریدور شمال ـ جنوب، مرزهای زمینی، پاکستان، آسیای مرکزی، قفقاز و شبکه پیمان‌های اقتصادی آسیایی. اما این واقعیت را هم باید درک کرد که به سادگی نمی‌توان سایر مسیرها را جایگزین مسیر حمل و نقل دریایی کرد.

حتی در شرایط فعلی، مسیرهای زمینی جدید ایران و پاکستان نشان داده‌اند که در بحران می‌توان مسیرهای تازه‌ای برای استمرار تجارت ایجاد کرد اما افت و خیزهای داخلی و مرزی پاکستان با ایران، کماکان تجارت روان بین دو کشور را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

از سوی دیگر اما نباید در دام یک خوش‌بینی ساده‌انگارانه هم افتاد. پیمان‌های اقتصادی نه «ســـپر جادویی» در برابر تحریم و محاصره‌اند و نه جایگزین اصلاحات داخلی. اگر هزینه مبادله، بی‌ثباتی مقررات، ضعف مدیریت و ساختارها، مشکلات بانکی، ضعف لجستیک و عدم هماهنگی دستگاه‌های اقتصادی حل نشود، حتی بهترین توافق‌های بین‌المللی نیز ظرفیت محدودی خواهند داشت.

مســـئله امروز ایران صرفاً «تحریم» و «محاصره اقتصادی» نیست؛ مسئله این است که چگونه از موقعیت ژئواقتصادی کشور برای ساختن یک شبکه تجارت مقاوم استفاده کنیم.

ایران در نقطه‌ای قرار گرفته که می‌تواند همزمان به بازارهای خلیج فارس، آسیای مرکزی، قفقاز، روسیه، شبه‌قاره هند، چین و ترکیه متصل باشد. این موقعیت جغرافیایی یک سرمایه بزرگ است؛ اما تا زمانی که به کریدور، قرارداد، بازار، تأمین مالی و تجارت واقعی تبدیل نشود، صرفاً یک مزیت بالقوه باقی خواهد ماند.

در نهایت، راهبرد درست آن نیست که ایران از «تحریم‌گریزی» به‌عنوان هدف نهایی یاد کند؛ بلکه باید به ســـمت تاب‌آورسازی تجارت خارجی حرکت کند یعنی اقتصادی که هیچ کشور، بندر، بانک، مسیر یا پیمانی به تنهایی نتواند جریان تجارت آن را متوقف کند به عبارت دیگر مفاهیم و عمق استراتژی تجارت در جنگ را بایستی دولت و بخش خصوصی بیاموزند و به قاعده شبکه‌های اقتصادی منتقل کنند.

این همان نقطه‌ای است که عضویت ایران در اوراسیا، بریکس و شانگهای، در کنار روابط با همسایگان، می‌تواند از یک عنوان سیاسی به یک دارایی واقعی اقتصادی تبدیل شود.

از عضویت تا منفعت

دیپلماسی اقتصادی ایران در روزهای محاصره و تهدید



محمد لاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

تشدید تحریم‌ها و افزایش فشار بر مسیرهای دریایی ایران که از ابتدای سال جاری با اعمال طرح محاصره دریایی بنادر ایران و جلوگیری از عبور و مرور کشتی‌ها به مقصد یا از مبدا بنادر ایرانی به سایر بنادر دنیا، فضای جدیدی را بر اقتصاد ایران تحمیل کرده اســت، بیش از هر زمان دیگری، یک واقعیت مهم را پیش روی سیاست‌گذاران اقتصادی قرار داده است؛ امنیت تجارت خارجی. واقعیت آن است که امنیت تجارت خارجی را نمی‌توان صرفاً به یک مسیر، یک شیوه حمل و نقل و نقل و یا چند شریک محدود وابســته کرد؛ بلکه در چنین شرایطی، عضویت ایــران در پیمان‌ها و ســازوکارهایی همچون ســازمان همکاری‌های شانگهای، بریکس و اتحادیه اقتصادی اوراسیا در کنار همسایگی با اقتصادهای مهمی از جمله ترکیه و پاکستان می‌تواند از یک ظرفیت عمدتاً سیاسی به ابزاری عملیاتی برای حفظ و توسعه تجارت خارجی تبدیل شود.

از سوی دیگر، مسئله امروز ایران، کمبود ظرفیت ژئوپلیتیکی نیست؛ بلکه مسئله اصلی، تبدیل این ظرفیت به جریان واقعی کالا، پول و سرمایه بوده و باید بتوان از این ظرفیت به نفع مصالح ملی کشــور در چنین شرایطی بهره گرفت. از سوی دیگر، ایران در نقطه‌ای از جغرافیای منطقه قرار گرفته که می‌تواند حلقه اتصال آسیای مرکزی، قفقاز، خلیج فارس، شبه قاره هند و حتی بازارهای اروپایی باشد و اگر محدودیت در مسیرهای دریایی افزایش یابد، ارزش این موقعیت حتماً دوچندان خواهد شد؛ به نحوی که راهبرد تجارت خارجی کشــور در چنین فضایی، باید بر یک اصل استوار شــود و آن، تنوع‌بخشی حداکثری به مسیرهای تجاری و حداقل‌سازی وابستگی به گلوگاه‌های آسیب‌پذیر است.

نخستین ظرفیت در این مســیر، اتحادیه اقتصادی اوراسیا است. روابط تجاری ترجیحی و آزاد با اعضای این اتحادیه زمانی اهمیت واقعی پیدا می‌کند که تولیدکننده و صادرکننده ایرانی بتواند از کاهش موانع تعرفه‌ای، استانداردهای هماهنگ‌تر، لجستیک منظم و مسیرهای زمینی و ریلی قابل اتکا استفاده کند؛ ضمن اینکه روسیه، قزاقستان، ارمنستان، بلاروس و قرقیزســتان صرفاً نباید به عنوان چند بازار صادراتی دیده شوند؛ بلکه این جغرافیا می‌تواند بخشی از شبکه جدید تجارت ایران با شمال و شرق جهان باشد.

در کنــار این ظرفیت، بریکس هم فضــای متفاوتی را می‌تواند در اختیار ایران قرار دهد، به این معنا که در قالب همکاری با کشــورهای عضو این سازمان نیز، ایران بتواند گسترش همکاری‌های مالی، بانکی، سرمایه‌گذاری، لجستیکی و استفاده بیشتر از ارزهای ملی در مبادلات میان اعضا را مورد توجه قرار داده و حضور خود را از سطح اجلاس‌ها و بیانیه‌ها، به پروژه‌های مشخص اقتصادی منتقل کند؛ پروژه‌هایی که برای بخش خصوصی نیز قابل استفاده بوده و در شرایط کنونی، کارساز شود.

اما ظرفیت دیگری که نباید از آن غافل شــد، ســازمان همکاری‌های شانگهای است. این ســازمان می‌تواند ضلع سوم این راهبرد باشد؛ به خصوص اینکه کشورهایی همچون چین، هند، روســیه، پاکستان و آسیای مرکزی مجموعه‌ای از بازارها، مسیرهای ترانزیتی و ظرفیت‌های ســرمایه‌گذاری را در پیرامون ایران شکل داده‌اند؛ بنابراین هنر دیپلماسی اقتصادی ایران باید این باشد که موقعیت جغرافیایی کشور را به یک منفعت اقتصادی تبدیل کرده و البته منافع شرکای خود را نیز در این مسیر به وضوح تامین کند. در واقع، هر اندازه که شرکای منطقه‌ای در مسیرهای عبوری از ایران، دارای منافع اقتصادی بیشتری شوند، هزینه حذف ایران از زنجیره‌های منطقه‌ای تجارت نیز افزایش خواهد یافت.

البته نباید از این موضوع غافل شد که یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های کمتر مورد توجه، همسایگان مستقیم ایران هستند. ترکیه برای ایران یک بازار نیست، بلکه این کشور بخشی از اتصال زمینی ایران به بازارهای غربی و اروپایی بوده و بر همین اساس هم، توسعه حمل و نقل ریلی و جاده‌ای، ایجاد مراکز لجستیکی مشترک در مرزها، تسهیل رویه‌های گمرکی و افزایش همکاری میان شرکت‌های حمل و نقل دو کشور می‌تواند تاب‌آوری تجارت ایران را افزایش دهد. نظیر آن، پاکستان است که هنوز هم، همکاری‌های اقتصادی مشترک میان دو کشور تا نقطه بهبود، فاصله زیادی دارد. بازاری با جمعیت زیاد در همسایگی ایران، نیاز قابل توجه به انرژی و کالاهای مختلف و امکان اتصال ایران به شبه قاره، پاکستان را به یکی از اضلاع بالقوه راهبرد جدید تجارت منطقه‌ای تبدیل می‌کند.

در این میان یک موضوع را نیز نباید فراموش کرد و آن این‌که، پاسخ به فشار بر تجارت دریایی نباید منجر به کنار گذاشــتن دریا از تجارت خارجی شــود؛ به این معنا که ایران همچنان یک کشــور دریایی است و بنادر جنوبی و شمالی آن بخشی از مزیت راهبردی کشور به شمار می‌روند؛ بلکه آنچه باید تغییر کند وابستگی بیش از حد به یک الگوی حمل است. اینجا است که راهبرد مناسب، توسعه حمل و نقل ترکیبی است و اتصال هوشمند دریا به ریل و جاده و استفاده همزمان از بنادر جنوبی و شمالی، خطوط ریلی و کریدورهای زمینی باید در دستور کار قرار گیرد. در چنین الگویی، کریدور بین المللی شمال–جنوب اهمیتی فراتر از یک پروژه حمل و نقلی پیدا می‌کند و می‌تواند ایران را از یک کشور واقع در مسیر تجارت به یکی از بازیگران زنجیره لجستیک منطقه تبدیل کند.

> **پاسخ به فشار بر تجارت دریایی نباید منجر به کنار گذاشتن دریا از تجارت خارجی شود**

با این حال هیچ‌یک از این ظرفیت‌ها بدون حل مسئله تجارت‌پذیری اقتصاد ایران کافی نیست. صادرکننده ایرانی، نیازمند مسیر حمل قابل پیش‌بینی، بیمه، استاندارد، گمرک چابک، سازوکارهای قانونی قابل اجرا و مواردی از این دست است. از همین رو شاید زمان آن رسیده که ایران برای هریک از پیمان‌های منطقه‌ای یک برنامه عملیاتی تجارت تعریف کند که با هدف کمی برای صادرات، ترانزیت، سرمایه‌گذاری و پروژه‌های مشترک و با مسئولیت مشخص همراه باشد.

در پایان باید به این نکته هم اشــاره کــرد که در کنار تمامی موارد ذکرشــده، اثر کاهش تجارت خارجی به واســطه تحریم‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت، به این معنا که اگر تحریم‌ها وجود نداشته و روابط ایران با کشورهای دنیا به شرایط عادی برگردد، فضای بسیار متفاوتی پیش روی تجار ایرانی قرار خواهد گرفت و فعالان اقتصادی می‌توانند با دسترسی به فضای رسمی نقل و انتقالات پولی و بانکی با همتایان خود، هزینه‌های تجارت را کاهش داده و شرایط مناسب‌تری را به لحاظ سرمایه‌گذاری‌های مشترک تجربه کنند؛ به نحوی که ثمره چنین شــرایطی، افزایش سهم ایران در بازارهای جهانی، حضور در زنجیره ارزش دنیا و استفاده از ظرفیت سرمایه‌گذاران خارجی خواهد بود. در نهایت به نظر می‌رسد که دولت، فارغ از مزیت‌های جغرافیایی که ایران در اختیار دارد، باید به دنبال این باشد که سطح تنش‌ها با دنیا را کاهش داده و روابط دیپلماتیک و تجاری ایران را با کشورهای مختلف دنیا، به سمت عادی شدن حرکت دهد تا در نهایت، مجموعه رایزنی‌های صورت‌گرفته، منجر به لغو تحریم‌ها و گسترش ارتباطات با دنیا شود.

توسعه
نگاهی عمیق به روند تحولات ایران



از تحمل بحران تا ساختن تاب‌آوری

تاب‌آوری چگونه ساخته می‌شود؟

جامعه ایران با بحران‌هایی روبه‌روست که دیگر نمی‌توان آنها را مقطعی و منفرد دید: فشار اقتصادی و کاهش قدرت خرید، تحریم و نااطمینانی، تنش‌های نظامی، بحران آب و انرژی، تغییرات اقلیمی، مهاجرت و فرسایش اعتماد و سرمایه اجتماعی. در چنین شرایطی، تاب‌آوری فقط توان «دوام آوردن» در برابر بحران نیست؛ ظرفیت یک جامعه برای پیش‌بینی و کاهش آسیب‌پذیری، مواجهه مؤثر با شوک، حفظ کارکردهای حیاتی و بازسازی و یادگیری پس از بحران است. این ظرفیت از سطح فرد و خانواده آغاز می‌شود، اما در آنها متوقف نمی‌ماند؛ به شبکه‌های اجتماعی، کسب‌وکارها، بازار، نهادهای مدنی، زیرساخت‌ها و در نهایت کیفیت حکمرانی می‌رسد. جامعه تاب‌آور جامعه‌ای نیست که بحران کمتری تجربه می‌کند؛ جامعه‌ای است که کمتر فرو می‌ریزد، سریع‌تر خود را سازمان می‌دهد و می‌تواند از تجربه بحران برای کاهش آسیب‌پذیری آینده استفاده کند. این پرونده می‌پرسد: جامعه ایرانی برای تاب‌آورتر شدن به چه ظرفیت‌هایی نیاز دارد؟ چه‌چیزهایی آن را شکننده‌تر می‌کند و چه تغییراتی در اقتصاد، حکمرانی، نهادهای اجتماعی و روابط میان مردم و دولت می‌تواند توان جامعه را برای مواجهه با بحران‌های بعدی افزایش دهد؟

تاب‌آوری یا تحمل؟

وقتی جامعه دیگر نباید فقط تاب بیاورد

لیلا ابراهیمیان
دبیر بخش توسعه

چرا باید خواند:
چون مسئله فقط این نیست که جامعه ایران چقدر تاب می‌آورد؛ مسئله این است که چه مقدار از سرمایه آینده خود را برای تاب‌آوردن مصرف می‌کند و چه کسی مسئول تغییر شرایطی است که این‌همه تاب‌آوری را ضروری کرده است.

«بحران، جامعه را فقط نمی‌آزماید؛ تصویری از ظرفیت‌های پنهان و ضعف‌های انباشته آن به‌دست می‌دهد.»

جامعه برای عبور از بحران به تاب‌آوری نیاز دارد؛ اما اگر «تاب‌آوردن» به وظیفه دائمی مردم تبدیل شود، باید پرسید چه کسی مسئول تغییر شرایط بحران‌زاست؟ این روزها بیش از همیشه از «تاب‌آوری» سخن می‌گوییم. از تاب‌آوری خانواده‌ها، اقتصاد، کسب‌وکارها، شهرها و درنهایت جامعه. برای افزایش آن دوره برگزار می‌شود، راهکار ارائه می‌شود، آموزش داده می‌شود و از مردم خواسته می‌شود خود را با شرایط دشوار وفق دهند؛ کمتر مصرف کنند، کمتر نگران شوند، اخبار کمتری بخوانند، هزینه‌هایشان را مدیریت کنند، فشار را تحمل کنند و somehow ادامه دهند.

اما در میان این‌همه سخن گفتن از تاب‌آوری، یک پرسش کمتر مطرح می‌شود: چه زمانی تاب‌آوری از یک ظرفیت ضروری برای عبور از بحران، به مطالبه‌ای برای تحمل بحران تبدیل می‌شود؟

ایران در سال‌های اخیر بیش از آنکه با یک بحران مواجه باشد، با انباشت بحران‌ها روبه‌رو بوده است؛ فشار اقتصادی و تورم، تحریم، ناامنی، جنگ و تنش‌های نظامی، بحران آب و انرژی، تغییرات اقلیمی، مهاجرت و فرسایش بخشی از اعتماد و سرمایه اجتماعی. هریک از این بحران‌ها به‌تنهایی می‌تواند ظرفیت یک جامعه را به چالش بکشد؛ مسئله ایران اما فقط شدت هر بحران نیست، بلکه هم‌زمانی و اثر متقابل آن‌هاست.

در چنین شرایطی، پرسش اصلی دیگر فقط این نیست که چگونه از یک بحران عبور کنیم. پرسش مهم‌تر این است که آیا جامعه پس از هر بحران قوی‌تر می‌شود یا فقط یاد می‌گیرد با هزینه بیشتری دوام بیاورد؟ این همان جایی است که مفهوم تاب‌آوری اهمیت پیدا می‌کند؛ و درعین‌حال، باید درباره خود این مفهوم نیز پرسش کرد.

تاب‌آوری چیست و چه‌چیزی تاب‌آوری نیست؟

تاب‌آوری قرار نیست نام دیگری برای تحمل، صبر یا عادت کردن به بحران باشد. در ادبیات علمی، تاب‌آوری مفهومی بسیار فراتر از «سرپا ماندن» است. OECD تاب‌آوری را ظرفیت جوامع، خانوارها و نظام‌ها برای جذب شوک، بازیابی، سازگاری و در صورت ضرورت، دگرگون کردن ساختارها و شیوه‌های عمل و زندگی تعریف می‌کند. در این چارچوب، ظرفیت جذب، سازگاری و تحول در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. به همین دلیل، جامعه‌ای که در برابر یک شوک اقتصادی فقط مصرف خود را کاهش می‌دهد، الزاماً تاب‌آورتر نشده است. خانواری که برای جبران کاهش درآمد، آموزش فرزندش را محدود می‌کند، ممکن است امروز را پشت سر بگذارد اما بخشی از ظرفیت فردای خود را مصرف کرده باشد. بنگاهی که برای بقا نیروی متخصص خود را از دست می‌دهد، ممکن است از بحران عبور کند اما توان رقابت آینده‌اش را کاهش دهد. جامعه‌ای که برای سازگاری با کمبود آب، مصرف خود را محدود می‌کند اما هم‌زمان الگوی ناپایدار حکمرانی منابع آب تغییر نمی‌کند، بخشی از مسئله را مدیریت کرده است، نه اینکه لزوماً تاب‌آورتر شده باشد.

بنابراین باید میان «تحمل بحران» و «تاب‌آوری در برابر بحران» تفاوت گذاشت. تاب‌آوری واقعی باید امکان یادگیری، بازسازی و تغییر ایجاد کند؛ نه اینکه فقط ظرفیت تحمل را افزایش دهد. اما اگر تاب‌آوری زیاد شود، چه چیزی تغییر می‌کند؟

اینجا یک پرسش انتقادی مهم وارد می‌شود. روح‌الله قاسمی در مقاله «علیه «تاب‌آوری»»، در دفاع از جامعه» از همین زاویه به مسئله نگاه می‌کند. استدلال او این است که وقتی گفتار تاب‌آوری در همه حوزه‌های زندگی گسترش می‌یابد و از مردم خواسته می‌شود با فشار اقتصادی، ناامنی، محدودیت و بحران سازگار شوند، باید پرسید این گفتار چه چیزی را در پس خود پنهان می‌کند و چه کسانی از طبیعی‌شدن وضعیت موجود سود می‌برند. از نگاه او، گفتارها فقط توصیف‌کننده واقعیت نیستند؛ می‌توانند در شکل‌دادن به آن و در توزیع منافع و هزینه‌ها نیز نقش داشته باشند. این نقد را نباید به معنای نفی اصل تاب‌آوری فهمید. مسئله دقیق‌تر است: اگر از جامعه دائماً خواسته شود که تاب بیاورد، ممکن است پرسش از چرایی بحران به حاشیه برود

در این حالت، صورت مسئله تغییر می‌کند. به‌جای آنکه بپرسیم چرا تورم طولانی شده، می‌پرسیم چگونه مردم می‌توانند با تورم کنار بیایند. به‌جای آنکه بپرسیم چرا ناامنی سرمایه‌گذاری را دشوار کرده، می‌پرسیم چگونه بنگاه‌ها می‌توانند در شرایط ناامنی دوام بیاورند. به‌جای آنکه بپرسیم چرا بحران آب تشدید شده، از مردم می‌خواهیم کمتر آب مصرف کنند. به‌جای آنکه بپرسیم چرا اعتماد اجتماعی فرسوده شده، از شهروندان می‌خواهیم در شرایط دشوار همبستگی خود را حفظ کنند. همه این توصیه‌ها ممکن است در سطح خود ضروری باشند. اما اگر به‌جای راه‌حل‌های ساختاری بنشینند، یک اتفاق مهم رخ می‌دهد: هزینه سازگاری از ساختار به فرد منتقل می‌شود. جامعه باید خودش را با بحران تطبیق دهد، درحالی‌که علت‌های تولیدکننده بحران دست‌نخورده باقی می‌مانند.

این همان مرزی است که در آن تاب‌آوری می‌تواند به «ضد تاب‌آوری» تبدیل شود؛ نه به این معنا که تاب‌آوری ذاتاً بد است، بلکه به این معنا که ظرفیت تحمل ممکن است جای ظرفیت تغییر را بگیرد.

تاب‌آوری با همبستگی چه تفاوتی دارد؟

یکی از خطاهای رایج، یکی گرفتن تاب‌آوری با همبستگی اجتماعی است. این دو به هم مرتبط‌اند، اما یکی نیستند. همبستگی به کیفیت رابطه میان اعضای جامعه مربوط است به اینکه افراد تا چه اندازه احساس تعلق، اعتماد و مسئولیت متقابل دارند و حاضرند در شرایط دشوار به یکدیگر کمک کنند. تاب‌آوری اما ظرفیت یک جامعه برای مواجهه با شوک، حفظ کارکردهای حیاتی، سازگاری، یادگیری و در صورت ضرورت، تغییر است. یک محله ممکن است در زمان سیل یا زلزله همبستگی بالایی نشان دهد؛ مردم به یکدیگر پناه دهند، غذا و دارو توزیع کنند و برای نجات آسیب‌دیدگان بسیج شوند. این سرمایه ارزشمند است، اما اگر بعد از پایان بحران، همان محله فاقد زیرساخت، برنامه‌ریزی، بیمه، منابع مالی، دسترسی به اطلاعات و نهادهای مؤثر برای بازسازی باشد، همبستگی به‌تنهایی نمی‌تواند تاب‌آوری پایدار ایجاد کند.

از سوی دیگر، همبستگی درون‌گروهی همیشه به همکاری میان گروه‌ها منجر نمی‌شود. ادبیات سرمایه اجتماعی میان پیوندهای درون‌گروهی (bonding) و روابط پل‌ساز میان گروه‌های متفاوت (bridging) تمایز می‌گذارد. جامعه برای تاب‌آوری به هردو نیاز دارد؛ هم شبکه‌های نزدیک خانوادگی و محلی و هم ظرفیت همکاری میان

باید میان «جامعه‌ای که بحران را تحمل می‌کند» و «جامعه‌ای که در برابر بحران تاب‌آور است» تفاوت گذاشت. جامعه‌ای که هر بار خود را با شرایط جدید وفق می‌دهد، ممکن است از بیرون بسیار مقاوم به نظر برسد؛ اما اگر هر بار بخشی از سرمایه انسانی، اجتماعی، اقتصادی یا زیست‌محیطی خود را از دست بدهد، درواقع ممکن است در حال ضعیف‌تر شدن باشد. پس پرسش فقط این نیست که «آیا جامعه هنوز سرپاست؟» باید پرسید: با چه هزینه‌ای سرپاست؟

گروه‌ها و نهادهای متفاوت.

بنابراین، تاب‌آوری فقط کنار هم ماندن نیست؛ توانایی با هم عمل کردن، یاد گرفتن و تغییر کردن است.

ایران، جامعه‌ای که بار بحران را به‌دوش می‌کشد

جامعه ایران از این منظر ظرفیت‌های مهمی دارد. خانواده، شبکه‌های خویشاوندی، روابط محلی، خیریه‌ها، انجمن‌ها، گروه‌های داوطلب، متخصصان و شبکه‌های حرفه‌ای بار قابل‌توجهی از بحران‌ها را جذب می‌کنند. تجربه بحران‌های طبیعی نیز نشان داده است که در لحظه بحران، شبکه‌های غیررسمی می‌توانند منابع، اطلاعات و حمایت اجتماعی را بسیج کنند.

پژوهش‌های موردی انجام‌شده در ایران نیز به نقش سرمایه اجتماعی در مواجهه با بحران اشاره کرده‌اند؛ ازجمله مطالعاتی درباره سیل شیراز و خانوارهای روستایی خوزستان. در یکی از این مطالعات، میان مؤلفه‌هایی مانند شبکه‌های اجتماعی، اعتماد، آگاهی اجتماعی، مشارکت و کنش جمعی و تاب‌آوری خانوارهای مورد مطالعه رابطه مشاهده شده است. این یافته‌ها را نمی‌توان به کل جامعه ایران تعمیم داد، اما نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی در زمینه واقعی بحران، صرفاً یک مفهوم انتزاعی نیست.

اما همین جامعه در سوی دیگر با ضعف‌هایی نیز مواجه است. سرمایه اجتماعی ممکن است در لحظه بحران فعال شود، اما اگر نهادهای رسمی و سازوکارهای پایدار نتوانند این ظرفیت را تثبیت کنند، بخش بزرگی از هزینه بحران دوباره به خانواده، شبکه خویشاوندی، خیریه و روابط غیررسمی منتقل می‌شود.

این پرسش مهم است: آیا هر بار که جامعه خلأهای نهادی را با شبکه‌های غیررسمی خود پر می‌کند، باید آن را نشانه تاب‌آوری بدانیم؛ یا باید بپرسیم چرا این شبکه‌ها ناچارند بار چنین سنگینی را به‌دوش بکشند؟

اقتصاد ایران؛ تاب‌آور یا فقط سازگار؟ اقتصاد ایران نمونه مناسبی برای فهم تفاوت میان تاب‌آوری و سازگاری است. اقتصاد ایران طی سال‌های تحریم و محدودیت، سازوکارهایی برای ادامه فعالیت ساخته است: تغییر مسیرهای تجاری، استفاده بیشتر از ظرفیت کشورهای همسایه، جایگزینی بخشی از واردات و توسعه برخی ظرفیت‌های داخلی. این‌ها نشانه‌هایی از ظرفیت تطبیق اقتصادی‌اند. اما سازگاری یک اقتصاد با شرایط دشوار لزوماً به معنای افزایش رفاه یا کاهش آسیب‌پذیری نیست. اگر یک اقتصاد دائماً مجبور باشد برای حفظ سطح موجود تولید و مصرف، مسیرهای پرهزینه‌تر، سرمایه کمتر، نیروی انسانی فرسوده‌تر و منابع محدودتری را به کار گیرد، ممکن است در کوتاه‌مدت دوام بیاورد اما در بلندمدت آسیب‌پذیرتر شود. از این منظر، اقتصاد نیز مانند خانوار با یک مسئله اساسی مواجه است: آیا برای عبور از بحران، سرمایه آینده خود را مصرف می‌کند؟ اگر پاسخ مثبت باشد، آنچه در ظاهر تاب‌آوری دیده می‌شود، ممکن است درواقع نوعی انتقال هزینه از امروز به فردا باشد.

سرمایه‌ای که دیده نمی‌شود

تاب‌آوری فقط در ذخایر ارزی، نیروگاه‌ها، انبارهای کالا یا زیرساخت‌های فیزیکی خلاصه نمی‌شود. بخشی از مهم‌ترین سرمایه‌های تاب‌آوری نامرئی‌اند: اعتماد، دانش، مهارت، شبکه‌های ارتباطی، ظرفیت سازمان‌یابی و امکان همکاری. از این منظر، مهاجرت نیروی متخصص فقط مسئله جمعیتی یا بازار کار نیست؛ می‌تواند مسئله تاب‌آوری نیز باشد. فرسایش اعتماد فقط یک مسئله فرهنگی نیست؛ توان بسیج اجتماعی در بحران را کاهش می‌دهد. بی‌ثباتی مقررات فقط مشکل کسب‌وکار نیست؛ توان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری برای مواجهه با شوک‌های آینده را محدود می‌کند.

جامعه ممکن است در یک بحران از خود «تاب» نشان دهد و درعین‌حال، بخشی از سرمایه‌ای را که برای بحران بعدی لازم دارد از دست بدهد. این تناقض، یکی از مهم‌ترین نکات در فهم تاب‌آوری ایران است.

فرهنگ ایران: سرمایه تاب‌آوری یا مصرف‌کننده تاب‌آوری؟

فرهنگ ایرانی نیز ظرفیت‌هایی دارد که در شرایط بحران فعال می‌شوند: خانواده، همیاری، خیرخواهی، شبکه‌های خویشاوندی، تعلق به مکان و آمادگی برای کمک در موقعیت‌های اضطراری.

اما فرهنگ می‌تواند سوی دیگری نیز داشته باشد. اگر بحران به یک وضعیت دائمی تبدیل شود، جامعه ممکن است به‌جای ساختن ظرفیت، به عادی‌سازی بحران روی بیاورد. وقتی مردم یاد می‌گیرند کمبود، نااطمینانی، بی‌ثباتی و اختلال را بخشی طبیعی از زندگی بدانند، سازگاری می‌تواند به فرسایش تبدیل شود.

اینجاست که باید میان «جامعه‌ای که بحران را تحمل می‌کند» و «جامعه‌ای که در برابر بحران تاب‌آور است» تفاوت گذاشت. جامعه‌ای که هر بار خود را با شرایط جدید وفق می‌دهد، ممکن است از بیرون بسیار مقاوم به نظر برسد؛ اما اگر هر بار بخشی از سرمایه انسانی، اجتماعی، اقتصادی یا زیست‌محیطی خود را از دست بدهد، درواقع ممکن است در حال ضعیف‌تر شدن باشد. پس پرسش فقط این نیست که «آیا جامعه هنوز سرپاست؟» باید پرسید: با چه هزینه‌ای سرپاست؟

آیا هر بار که جامعه خلأهای نهادی را با شبکه‌های غیررسمی خود پر می‌کند، باید آن را نشانه تاب‌آوری بدانیم؛ یا باید بپرسیم چرا این شبکه‌ها ناچارند بار چنین سنگینی را به‌دوش بکشند؟

وقتی «امنیت» و «تاب‌آوری» به زبان‌های حفظ وضعیت تبدیل می‌شوند

اینجا نگاه قاسمی، بحث را از سطح اقتصاد و جامعه به سطح قدرت می‌برد. او با استفاده از خوانش فوکویی از قدرت، امنیت و زیست‌سیاست، استدلال می‌کند که در شرایط بحران، فقط منابع مادی توزیع نمی‌شوند؛ دسترسی، امکان حضور، دیده‌شدن، شنیده‌شدن و حتی امکان تعریف یک وضعیت به‌عنوان «طبیعی» نیز می‌تواند موضوع توزیع قدرت باشد. این چارچوب نظری از آن جهت مهم است که نشان می‌دهد «امنیت» نیز یک مفهوم خنثی و بیرون از روابط قدرت نیست. فوکو در درس‌گفتارهای ۱۹۷۶ خود درباره جنگ و قدرت، از مدل جنگ برای تحلیل روابط قدرت استفاده می‌کند و به امکان وارونه‌کردن فرمول کلاوزویتس می‌اندیشد؛ در درس‌گفتارهای بعدی نیز فناوری‌های امنیت و حکومتمندی را در نسبت با مدیریت جمعیت بررسی می‌کند. اما این چارچوب نباید به یک نتیجه ساده و قطعی درباره هر سیاست امنیتی یا هر بحران معاصر فروکاسته شود. ارزش آن در این است که یک پرسش متفاوت پیش روی ما می‌گذارد: چه کسانی هزینه بحران را می‌پردازند و چه کسانی از سازوکارهای سازگاری با بحران سود می‌برند؟ این پرسش، تاب‌آوری را از یک مفهوم صرفاً فنی به مفهومی اجتماعی و سیاسی تبدیل می‌کند.

برای مثال، اگر محدودیتی به نام امنیت اعمال شود، باید پرسید هزینه آن میان گروه‌های مختلف چگونه توزیع می‌شود. اگر فشار اقتصادی به نام شرایط اضطراری پذیرفته شود، باید پرسید چه گروه‌هایی قدرت بیشتری برای انتقال هزینه یا حفاظت از خود دارند. اگر از شهروندان خواسته شود با شرایط جدید سازگار شوند، باید پرسید آیا امکان سازگاری برای همه به یک اندازه وجود دارد؟ در اینجا مسئله دیگر فقط «توان تحمل» نیست؛ مسئله نابرابری در ظرفیت تحمل است.

همه خانوارها یک اندازه پس‌انداز ندارند. همه بنگاه‌ها یک اندازه امکان دسترسی به اعتبار ندارند. همه شهروندان یک اندازه امکان خروج از یک وضعیت دشوار را ندارند. همه گروه‌ها نیز از یک میزان دسترسی به اطلاعات، شبکه، منابع و قدرت برخوردار نیستند

بنابراین، حتی اگر دو گروه در برابر یک بحران رفتار مشـابهی نشان دهند، ممکن است معنای آن رفتار کاملاً متفاوت باشد. برای یک خانوار مرفه، کاهش مصرف ممکن است انتخاب باشد؛ برای یک خانوار کم‌درآمد، اجبار. برای یک بنگاه بزرگ، تغییر بازار ممکن اسـت راهبرد باشـد؛ برای یک بنگاه کوچک، آخرین راه بقا. برای یک نیروی متخصص، مهاجرت ممکن است انتخابی آگاهانه باشد؛ برای جامعه مبدأ، از دست دادن سـرمایه انسانی. از این منظر، تاب‌آوری یک ظرفیت کاملاً خنثی و یکسان‌توزیع‌شده نیست

جامعه وظیفه ندارد مدام تاب بیاورد

شاید مهم‌ترین نکته‌ای که باید به ادبیات تاب‌آوری اضافه شود، مفهوم «حد تاب‌آوری» باشد. هر جامعه‌ای ظرفیت محدودی برای تحمل شوک دارد. خانواده‌ای که پس‌اندازش را مصرف می‌کند، نیروی انسانی‌ای که مهاجرت می‌کند، جوانی که امید خود به آینده را از دست می‌دهد، بنگاهی که سرمایه‌گذاری نمی‌کند و محیط‌زیستی که هر سال بیشتر تخریب می‌شـود، همگی در حال مصرف کردن ظرفیت‌های آینده‌اند. اگر این فرآیند ادامه پیدا کند، جامعه ممکن است هنوز «کار کند»، اما با سرمایه کمتر، اعتماد کمتر، نیروی انسانی کمتر، منابع طبیعی محدودتر و هزینه‌های بیشتر.

بنابراین پرسـش درست فقط این نیسـت که: چگونه مردم را تاب‌آورتر کنیم؟ پرسش باید این باشد: چگونه شرایطی ایجاد کنیم که مردم مجبور نباشـند دائماً تاب بیاورنـد؟ این تفاوتی بنیادی است. در پرسش نخست، مسـئولیت عمدتاً متوجه جامعه است؛ در پرسـش دوم، مسئولیت سیاست‌گذار، نهاد، بازار و ساختارهای تصمیم‌گیری نیز وارد معادله می‌شود. این همان نقطه‌ای است که نقد «علیه تـاب‌آوری» ارزش تحلیلی پیدا می‌کند: نه برای حذف مفهوم تاب‌آوری، بلکه برای جلوگیری از تبدیل آن به یک وظیفه اخلاقی یک‌طرفه برای شهروندان.

تاب‌آوری باید به چه‌چیزی ختم شود؟

تاب‌آوری اگر فقط به بقای جامعه در وضعیت موجود ختم شـود، ناقص اسـت. جامعه باید بتواند بحران را جذب کند؛ اما بعد از آن باید بتواند یاد بگیرد. باید بتواند سازگار شود؛ اما بعد از آن باید بتواند اصلاح کند. باید بتواند خود را بازسـازی کند؛ اما اگر ساختار قبلی بحران را بازتولید می‌کند، باید امکان تغییر آن را نیز داشته باشد. در این معنا، تاب‌آوری واقعی با تحول پیوند می‌خورد.

در یک زلزله، فقط مسئله نجات جان‌ها نیست؛ بازسازی باید به کاهش آسیب‌پذیری در زلزله بعدی منجر شود. بحران آب، فقط مسئله صرفه‌جویی خانوار نیسـت؛ باید به اصلاح حکمرانی آب، زیرسـاخت و الگوی توسعه منجر شود. بحران اقتصادی، فقط مسئله کاهش هزینه خانوار نیست؛ باید پرسش از ساختار تولید، سرمایه‌گذاری، اشتغال و توزیع فرصت را نیز به میان آورد. و جنگ، فقط مسئله ادامه زندگی در شرایط جنگی نیست؛ مسئله مهم‌تر، ساختن شرایطی است که جامعه مجبور نباشد برای مدت نامعلوم در وضعیت اضطراری باقی بماند. تاب‌آوری باید پل خروج از بحران باشد، نه سازوکار ماندن در بحران.

از «تحمل کن» به «تغییر بده»

شـاید بتوان تمام مناقشه بر سر تاب‌آوری را در یک تغییر کوچک اما مهم در صورت مسئله خلاصه کرد. گفتار ساده‌شده تاب‌آوری می‌گوید: «شرایط سخت است؛ خودت را با آن وفق بده.» اما تاب‌آوری در معنای علمی و عمیق‌تر می‌گوید: «شرایط سخت است؛ ظرفیت جذب، سازگاری، یادگیری و تغییر را بساز تا بتوانی از آن عبور کنی.» و نقد «علیه تاب‌آوری» یک پرسش سوم را اضافه می‌کند: «چرا شرایط باید تا این اندازه سخت بماند و چه کسی مسئول تغییر آن است؟» این سه پرسش باید هم‌زمان دیده شوند. اگر فقط پرسش نخست را ببینیم، خطر عادی‌شدن بحران وجود دارد. اگر فقط پرسش سوم را ببینیم، ممکن است ظرفیت واقعی جامعه برای مواجهه با شوک‌ها را نادیده بگیریم. اما اگر هر سه را کنار هم بگذاریم، تصویری کامل‌تر از تاب‌آوری به دست می‌آید: جامعه باید بتواند دوام بیاورد، اما نباید مجبور باشد برای همیشه دوام بیاورد.

مسئله اصلی، ساختن جامعه‌ای است که کمتر نیازمند تاب‌آوری باشد

تاب‌آوری را نمی‌توان با یک سیاست، یک نهاد یا یک برنامه دولتی ایجاد کرد. این مفهوم ذاتاً چندسطحی است: خانوار باید ظرفیت مالی و اجتماعی داشته باشد؛ بنگاه باید بتواند خود را با شوک تطبیق دهد؛ شهر باید زیرساخت و شبکه ارتباطی قابل اتکا داشته باشد؛ نهادهای مدنی باید امکان سازمان‌یابی داشته باشند؛ و دولت باید بتواند در شرایط بحران اطلاعات درست، منابع و تصمیم را به‌موقع بسیج کند. از این منظر، کیفیت حکمرانی بخشی از زیرساخت تاب‌آوری است. اما مسئولیت ساختن تاب‌آوری نباید با مسئولیت تحمل بحران اشتباه گرفته شود.

خانـواده نمی‌توانـد به‌تنهایی بحـران آب را حل کند. خیریه نمی‌توانـد جایگزین نظام تأمین اجتماعی شـود. بنگاه نمی‌تواند به‌تنهایـی بی‌ثباتی اقتصاد کلان را برطرف کند. و دولت نیز بدون اعتماد، مشارکت و ظرفیت اجتماعی نمی‌تواند در برابر همه بحران‌ها موفق باشد.

مسـئله، توزیع مسـئولیت اسـت. هر جا از «افزایش تاب‌آوری جامعه» سخن می‌گوییم، باید بلافاصله سه پرسش را نیز مطرح کنیم: تاب‌آوری در برابر چه چیزی؟ با هزینه چه کسـی؟ و برای رسیدن به چه وضعیتی؟ این سـه پرسش، تاب‌آوری را از یک شعار مثبت و بی‌خطر به یک مفهوم تحلیلی تبدیل می‌کند.

تاب‌آوری اگر به بقا، سازگاری، یادگیری، بازسازی و تحول منجر شود، یک سرمایه اجتماعی است. اما اگر به زبان دیگری برای گفتن «تحمل کن» تبدیل شود، باید در برابر خود مفهوم تاب‌آوری نیز پرسشگر بود

جامعه‌ای که پس از بحران، فقط زنده نماند

جامعه تاب‌آور جامعه‌ای نیسـت که بحران ندارد. جامعه تاب‌آور جامعه‌ای است که بحران، هر بار آن را فقیرتر، بی‌اعتمادتر، نابرابرتر و وابسته‌تر نمی‌کند؛ جامعه‌ای است که می‌تواند از شوک عبور کند، خود را بازسـازمان دهد و از تجربه آن برای کاهش آسیب‌پذیری آینده اسـتفاده کند. اما این تعریف زمانی کامل می‌شود که یک جزء دیگر نیز به آن اضافه کنیم: حق جامعه برای تغییر شرایطی که آن را دائماً در معرض بحران قرار می‌دهد. جامعه وظیفه ندارد مدام تاب بیاورد. وظیفه جامعه این است که در برابر بحران بتواند زندگی را حفظ کند، از یکدیگر حمایت کند، یاد بگیرد، سازمان یابد و برای تغییر شـرایط مشارکت کند. وظیفه نهادها این است که این ظرفیت را نسوزانند. و وظیفه سیاست‌گذاری این است که جامعه را در وضعیتی قرار ندهد که برای بقا، هر روز به تاب‌آوری بیشتری نیاز داشته باشد. بنابراین شاید مهم‌ترین پرسش برای ایران نه این باشد که «جامعه ایران چقدر تاب‌آور است؟» بلکه این باشد: «جامعه ایران برای چه مدت می‌تواند این میزان از بحران را تحمل کند و چه باید کرد تا دیگر مجبور نباشد؟»

تاب‌آوری اگر به بقا، سازگاری، یادگیری، بازسازی و تحول منجر شود، یک سرمایه اجتماعی است. اما اگر به زبان دیگری برای گفتنِ «تحمل کن» تبدیل شود، باید در برابر خود مفهوم تاب‌آوری نیز پرسشگر بود. درنهایت، هدف توسعه و سیاست‌گذاری نباید ساختن جامعه‌ای باشد که بتواند بی‌نهایت بحران را تحمل کند. هدف باید ساختن جامعه‌ای باشد که پس از هر بحران، نه فقط دوباره سرپا شود، بلکه کمتر آسیب‌پذیر باشد؛ نه فقط دوام بیاورد، بلکه ظرفیت انتخاب آینده را حفظ کند. تاب‌آوری در معنای عمیق خود، توانایی ماندن در بحران نیست؛ توانایی عبور از بحران و ساختن شرایطی است که جامعه برای ادامه زندگی، دائماً مجبور به تاب‌آوردن نباشد.

آزادی فقط یک مفهوم فلسفی یا یک شعار سیاسی نیست. آزادی به نهاد، قاعده، توزیع قدرت، مسئولیت‌پذیری و امکان مشارکت نیاز دارد. اگر قدرت در نقطه‌ای متمرکز شود که امکان پاسخ‌گویی مؤثر به آن وجود نداشته باشد، حتی آگاهی گسترده درباره آزادی نیز الزاماً به تجربه آزادی منجر نمی‌شود.

تاب‌آوری از جامعه آغاز می‌شود

کنشگران مرزی چگونه می‌توانند به امکان بازسازی پیوند میان دولت و جامعه کمک کنند؟



مقصود فراستخواه

جامعه‌شناس

چرا باید خواند:

وقتی یک جامعه بخش بزرگی از انرژی خود را صرف بقا می‌کند، دیگر فقط با بحران اقتصادی یا سیاسی مواجه نیست؛ توان تصور آینده و احساس اثرگذاری بر آن نیز فرسوده می‌شود. این مقاله دنبال یک پرسش اساسی است: تاب‌آوری یک جامعه چگونه ساخته می‌شود و چه کسانی می‌توانند دوباره میان دولت، تخصص و زندگی اجتماعی پل بزنند؟

بحران از جایی آغاز می‌شود که «شکل» دیگر نتواند «محتوا» را بفهمد. جامعه تغییر کرده، اما صورت‌های حکمرانی، سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری همچنان با الگوهایی کار می‌کنند که برای جامعه‌ای دیگر ساخته شده‌اند. زندگی مسیر خود را عوض کرده، اما ساختارها در همان مسیر قدیمی حرکت می‌کنند؛ نتیجه، شکافی است که هر روز عمیق‌تر می‌شود. مسئله را می‌توان با همان دوگانه‌ای توضیح داد که گئورگ زیمل در تحلیل نسبت زندگی و فرم پیش می‌گذارد: زندگی سیال است و مدام خود را بازتولید می‌کند، اما برای آنکه بتواند استمرار پیدا کند، به فرم نیاز دارد. بحران زمانی شکل می‌گیرد که فرم از زندگی جدا شود؛ وقتی صورت‌های تثبیت‌شده دیگر توان حمل و فهم محتوای تازه را نداشته باشند. جامعه ایران امروز دقیقاً در چنین وضعیتی قرار دارد. میلیون‌ها انسان تحصیل‌کرده، شبکه‌های گسترده اجتماعی، دانشگاه، رسانه، ایرانیان خارج از کشور، زنان، گروه‌های حرفه‌ای و مدنی و نسل‌های جدید، صورت‌های تازه‌ای از زندگی اجتماعی را ساخته‌اند؛ اما بخش‌هایی از ساختار رسمی همچنان با منطق متمرکز و از بالا به پایین عمل می‌کنند. شکاف میان این دو، فقط یک ناهماهنگی اداری نیست؛ مسئله‌ای است درباره توانایی یک نظام برای دیدن، فهمیدن و پاسخ دادن به جامعه‌ای که دیگر شبیه گذشته نیست.

وقتی شبکه عصبی حکمرانی از کار می‌افتد

هر نظام پیچیده‌ای برای بقا به شبکه‌ای از ارتباطات نیاز دارد؛ باید بتواند از محیط خود علامت بگیرد، آن را تفسیر کند و بر اساس آن واکنش نشان دهد. حکمرانی نیز چنین است. جامعه، کارشناسان، دانشگاه، بخش خصوصی، دستگاه اجرایی، نهادهای حرفه‌ای و مدنی، هرکدام بخشی از این شبکه‌اند. اما وقتی این ارتباطات مختل شوند، «شبکه عصبی» سیستم از کار می‌افتد. سیناپس‌هایی که باید میان اجزای مختلف ارتباط برقرار کنند، دیگر درست عمل نمی‌کنند. جامعه علامت می‌دهد، اما علامت به تصمیم تبدیل نمی‌شود. کارشناسی هشدار می‌دهد، اما هشدار در فرایند تصمیم‌گیری اثر نمی‌گذارد. حتی عقلانیت فنی درون دستگاه‌های رسمی نیز ممکن است شنیده نشود. در چنین شرایطی، مسئله فقط نشنیدن صدای جامعه نیست. سیستم حتی نمی‌تواند از تجربه خودش یاد بگیرد. یک نظام حکمرانیِ یادگیرنده باید بتواند خطا کند، بازخورد بگیرد، داده را ببیند، فرضیه‌های خود را اصلاح کند و از تجربه‌های گذشته برای تصمیم‌های بعدی استفاده کند؛ چیزی شبیه آنچه امروز در ادبیات فناوری از آن با مفهوم «Deep Learning» یاد می‌شود. اما اگر بازخوردها به ساختار تصمیم‌گیری راه پیدا نکنند، یادگیری نیز اتفاق نمی‌افتد. سیستمی که یاد نمی‌گیرد، ناگزیر همان خطاها را با صورت‌های تازه تکرار می‌کند.

وقتی امر سیاسی جای سیاست‌گذاری را می‌گیرد

سیاست و سیاست‌گذاری یک چیز نیستند. سیاست با قدرت، منازعه، ائتلاف و تصمیم درباره جهت عمومی جامعه سروکار دارد؛ سیاست‌گذاری باید بتواند مسئله را دقیق تعریف کند، رابطه علت و معلول را بسنجد، شواهد را بررسی کند و درباره پیامدهای تصمیم بیندیشد. وقتی امر سیاسی بر امر سیاست‌گذاری غلبه کند، حساسیت نسبت به واقعیت‌های عینی کاهش می‌یابد. عدد، داده، تجربه و رابطه‌های علّی دیگر به اندازه موضع سیاسی اهمیت پیدا نمی‌کنند. در این وضعیت، تصمیم ممکن است پیش از آنکه مسئله شناخته شود گرفته شده باشد. ایدئولوژی نیز اگر به جای ابزار معنا دادن به جهان، به سپری در برابر واقعیت تبدیل شود، می‌تواند همین اختلال را تشدید کند. جهان واقعی پیچیده، متناقض و پر از شواهد ناسازگار است؛ اما یک دستگاه ایدئولوژیک بسته می‌تواند نوعی انسجام کاذب ایجاد کند و اجازه ندهد تناقض‌های واقعی دیده شوند. نتیجه، فاصله گرفتن هرچه بیشتر «شکل» از «محتوا»ست.

برنامه‌ای که مسئول ندارد

یکی از نشانه‌های چنین وضعیتی را می‌توان در تجربه برنامه‌ریزی توسعه دید. در روایتی از تدوین برنامه هفتم، تصمیم‌گیری به فرآیندی شبیه تقسیم یک غنیمت میان گروه‌های قدرتمند تبدیل می‌شود؛ هر بخش سهم خود را می‌گیرد و در نهایت مسئولیت کلی برنامه در میان مجموعه‌ای از مراکز قدرت پخش می‌شود. این همان چیزی است که می‌توان آن را «تصمیم‌گیری الیگارشیک» یا نوعی «ملوک‌الطوایفی» در تصمیم‌گیری نامید: هرکس بخشی را در اختیار دارد، اما هیچ‌کس مالک مسئولیت نهایی نیست. در چنین ساختاری، کارشناس نیز به‌تدریج اقتدار حرفه‌ای خود را از دست می‌دهد. وقتی تصمیم اصلی در جای دیگری گرفته شده باشد، تخصص به حاشیه رانده می‌شود و کارشناس به تأمین‌کننده توجیهات تصمیم تبدیل می‌شود، نه سازنده آن. توسعه اما با تقسیم قدرت میان جزایر تصمیم‌گیری پیش نمی‌رود. توسعه به نظامی نیاز دارد که بتواند مسئولیت را بپذیرد، خطا را تشخیص دهد، از تجربه بیاموزد و میان اجزای مختلف خود هماهنگی ایجاد کند.

همه رنج‌ها برای توسعه لازم نیستند

جامعه در مسیر توسعه ناگزیر با رنج روبه‌روست. تغییر اقتصادی، اصلاح ساختارها، یادگیری، رقابت و عبور از وضعیت موجود هزینه دارند. اما میان «رنج توسعه» و «رنج نالازم» تفاوتی اساسی وجود دارد. تورم، کوچک شدن سفره، فقر، کاهش قدرت خرید و ناامنی اقتصادی بخشی از رنج‌های عینی زندگی روزمره‌اند. در کنار آنها، رنج‌های ذهنی و اجتماعی نیز وجود دارند: احساس بی‌معنایی، ناتوانی، بی‌افقی، محدودیت در ارتباط و مشارکت و تجربه مداوم اینکه فرد احساس کند بر سرنوشت خود اثر چندانی ندارد. این دو نوع رنج به یکدیگر متصل‌اند. جامعه‌ای که بخش بزرگی از انرژی خود را صرف بقا می‌کند، فرصت کمتری برای انتخاب، خلاقیت و ساختن آینده خواهد داشت.

توسعه در معنای عمیق خود یعنی گسترش دامنه انتخاب‌های انسان. اما وقتی انتخاب‌ها به انتخاب میان شکل‌های مختلف بقا محدود شوند، سخن گفتن از توسعه دشوار می‌شود.

مسئله فقط آزادی نیست؛ ساختار آزادی است

بحث آزادی در ایران بحث تازه‌ای نیست. دست‌کم در دو قرن گذشته، از دوره‌های پیش از مشروطه و مشروطه تا دوره‌های بعدی، درباره آزادی، قانون، حقوق مردم و محدودیت قدرت اندیشه و نوشته تولید شده است. پس مسئله را نمی‌توان صرفاً فقدان اندیشه آزادی دانست. اندیشه وجود داشته است؛ مسئله مهم‌تر، تبدیل اندیشه به «ساختار آزادی» است.

آزادی فقط یک مفهوم فلسفی یا یک شعار سیاسی نیست. آزادی به نهاد، قاعده، توزیع قدرت، مسئولیت‌پذیری و امکان مشارکت نیاز دارد. اگر قدرت در نقطه‌ای متمرکز شود که امکان پاسخ‌گویی مؤثر به آن وجود نداشته باشد، حتی آگاهی گسترده درباره آزادی نیز الزاماً به تجربه آزادی منجر

نمی‌شود. آزادی زمانی به واقعیت اجتماعی تبدیل می‌شود که در زندگی روزمره تمرین شود؛ در دانشگاه، انجمن، رسانه، محیط کار، محله، سازمان حرفه‌ای و خانواده. آزادی یک مهارت اجتماعی نیز هست. همان‌طور که نی‌نواز با نواختن نی، نی‌نواز می‌شود، آزادی‌خواه نیز با آزاد زیستن و تمرین آزادی، آزادی‌خواه می‌شود.

جامعه‌ای که دیگر نمی‌توان با یک نسخه اداره‌اش کرد

ایران امروز جامعه‌ای ساده و یک‌دست نیست. جامعه‌ای است با میلیون‌ها تحصیل‌کرده، دانشگاهیان، متخصصان، کارآفرینان، گروه‌های حرفه‌ای، زنان فعال در حوزه‌های مختلف، انجمن‌ها، شبکه‌های اجتماعی، ایرانیان خارج از کشور و نسل‌هایی که تجربه زیسته‌شان با نسل‌های پیشین متفاوت است.

این جامعه فقط بزرگ‌تر نشده؛ پیچیده‌تر شده است. حتی بخشی از همین پیچیدگی به درون دستگاه رسمی نیز نفوذ کرده است. کارشناسان جوان، مدیران حرفه‌ای، نیروهای دانشگاهی و افرادی که درون ساختار اداری کشور کار می‌کنند، بخشی از همان جامعه‌اند. جامعه از بیرونِ سیستم صرفاً به آن فشار نمی‌آورد؛ درون سیستم نیز حضور دارد. به تعبیر دیگری، جامعه در ساختار «چکه کرده» است. به همین دلیل نمی‌توان با دوگانه ساده «دولت در برابر جامعه» همه چیز را توضیح داد. مرزها درهم‌تنیده‌اند و درست در همین منطقه خاکستری است که امکان تغییر و اصلاح پدیدار می‌شود.

کنشگران مرزی، جایی میان دولت و جامعه

«کنشگر مرزی» فقط کسی نیست که صبح در یک اداره دولتی کار کند و عصر به جامعه مدنی بازگردد. این مفهوم دامنه وسیع‌تری دارد: استاد دانشگاه، پژوهشگر، پزشک، مهندس، روزنامه‌نگار، مدیر حرفه‌ای، عضو انجمن صنفی، فعال محلی، سازمان مردم‌نهاد، کارآفرین و حتی کارمند و مدیری که منطق اداره واقعی کشور را می‌شناسد. این افراد در مرز میان حوزه‌های مختلف حرکت می‌کنند و زبان‌های متفاوت را به یکدیگر ترجمه می‌کنند. زبان دولت را می‌فهمند، اما جامعه را نیز می‌شناسند؛ تخصص دارند، اما فقط درون تخصص خود محصور نیستند؛ با ساختار رسمی کار می‌کنند، اما تمام هویت و اعتبارشان را از آن نمی‌گیرند. جامعه برای عبور از وضعیت موجود به همین ظرفیت ترجمه و پیوند نیاز دارد. اگر این کنشگران حذف شوند، منزوی شوند یا اقتدار حرفه‌ای خود را از دست بدهند، شکاف میان ساختار رسمی و جامعه عمیق‌تر می‌شود. اما اگر مجال فعالیت پیدا کنند، می‌توانند همان سیناپس‌هایی باشند که شبکه عصبی جامعه و حکمرانی را دوباره به هم متصل می‌کنند.

از بین رفتن اعتماد، فقط مسئله جامعه نیست

کاهش اعتماد اجتماعی را نمی‌توان فقط با این توضیح داد که مردم به دولت اعتماد ندارند. اعتماد، رابطه‌ای دوطرفه است. جامعه نیز زمانی به خود و به امکان اثرگذاری‌اش باور می‌کند که تجربه کند کنش او می‌تواند نتیجه‌ای ایجاد کند. وقتی سال‌ها به انسان گفته شود که «مگر می‌شود کاری کرد؟»، این جمله به‌تدریج از یک واکنش فردی به یک وضعیت اجتماعی تبدیل می‌شود. مسئله، ویژگی ذاتی ایرانیان نیست. خودباوری اجتماعی نیز تحت تأثیر ساختارهای فرصت و تجربه‌های جمعی شکل می‌گیرد. اگر تجربه مشارکت مداوم با شکست، بی‌اثری یا حذف مواجه شود، احساس عاملیت کاهش پیدا می‌کند. جامعه‌ای که در وضعیت بقا قرار گرفته، کمتر فرصت می‌کند آینده را تصور کند. و این شاید یکی از عمیق‌ترین بحران‌های توسعه باشد: از دست رفتن توان تصور آینده.

تخیل اجتماعی؛ جامعه به یک قصه تازه نیاز دارد

هیچ جامعه‌ای فقط با مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های فنی آینده خود را نمی‌سازد. جامعه به «تخیل اجتماعی» نیاز دارد؛ به تصویری از آینده که بتواند گروه‌های مختلف را حول آن به گفت‌وگو، همکاری و کنش مشترک دعوت کند. در این معنا، مسئله فقط حل تورم، اصلاح بودجه، تغییر یک قانون یا تنظیم یک برنامه نیست. مسئله این است که آیا جامعه هنوز می‌تواند آینده‌ای متفاوت را تصور کند یا نه. حتی ایده‌هایی مانند همه‌پرسی را می‌توان از همین زاویه دید: نه فقط به‌عنوان یک سازوکار حقوقی، بلکه به‌عنوان امکانی برای فعال کردن تخیل اجتماعی و بازگرداندن مردم به جایگاه کنشگر. جامعه‌ای که خود را صرفاً موضوع تصمیم‌های دیگران بداند، به‌تدریج از کنشگری فاصله می‌گیرد. اما جامعه‌ای که خود را صاحب مسئله، صاحب گفت‌وگو و صاحب آینده بداند، دوباره امکان ساختن پیدا می‌کند.

راه خروج، باز توزیع اختیار است

اگر مشکل، تمرکز بیش از اندازه تصمیم‌گیری باشد، راه‌حل نیز نمی‌تواند صرفاً تغییر مدیران یا تولید برنامه‌های تازه باشد. نیاز به نوعی تفویض ساختاری اختیار وجود دارد؛ انتقال واقعی مسئولیت و امکان تصمیم‌گیری به سطوحی که مسئله را از نزدیک می‌شناسند. این تفویض باید در اقتصاد، مدیریت محلی، نهادهای حرفه‌ای، دانشگاه، جامعه مدنی و بخش خصوصی اتفاق بیفتد. بخش خصوصی مولد، جامعه مدنی سازمان‌یافته، انجمن‌های حرفه‌ای و نهادهای مستقل اجتماعی، رقیب دولت نیستند. آنها بخشی از ظرفیت حل مسئله جامعه‌اند.

دولت نیز در این نگاه صاحب جامعه نیست؛ خدمتگزار جامعه است. وظیفه دولت ایجاد امکان زندگی، امنیت، قانون، زیرساخت و فرصت است؛ نه اینکه همه حوزه‌های زندگی اجتماعی را در خود جمع کند. جامعه باید بتواند حوزه‌های مستقل خود را داشته باشد: حوزه زندگی روزمره، آموزش، دانشگاه، حرفه، اقتصاد، فرهنگ، دین، محله و فعالیت مدنی.

از راه‌حل‌های توده‌ای به راه‌حل‌های حقوقی

بحران‌های بزرگ وسوسه راه‌حل‌های بزرگ و توده‌ای را افزایش می‌دهند. اما جامعه‌ای که از نظر اعتماد، سرمایه اجتماعی و ظرفیت نهادی فرسوده شده است، بیش از هر چیز به راه‌حل‌هایی نیاز دارد که بتوانند نهاد بسازند، نه اینکه صرفاً قدرت را جابه‌جا کنند.

اگر راه‌های قانونی و نهادی برای اصلاح بسته بمانند، فشار برای راه‌حل‌های سیاسی و توده‌وار افزایش می‌یابد؛ و این مسیر می‌تواند جامعه را از وضعیت «بددولتی» به وضعیت «بی‌دولتی» سوق دهد. به همین دلیل، اصلاح باید از مسیر قانون، نهادسازی، گفت‌وگو، ائتلاف‌سازی و باز توزیع اختیار عبور کند. در این مسیر، نوعی عمل‌گرایی نیز ضروری است؛ عمل‌گرایی نه به معنای کنار گذاشتن اصول، بلکه به معنای وفاداری به واقعیت، شواهد و پیامدهای واقعی تصمیم‌ها.

ائتلاف‌سازی نیز از همین‌جا معنا پیدا می‌کند. جامعه متکثر را نمی‌توان با یک صدا اداره کرد. باید امکان به رسمیت شناختن دیگری، مذاکره، مصالحه و همکاری میان گروه‌های مختلف وجود داشته باشد.

جامعه، لنگرگاه استمرار ایران

در نهایت، مسئله اصلی نه فقط دولت است و نه فقط جامعه. مسئله رابطه این دو و کیفیت شبکه‌ای است که میان آنها شکل گرفته است. ایران برای استمرار خود بیش از هر چیز به جامعه‌ای زنده، توانمند و دارای ظرفیت بازسازی نیاز دارد. جامعه‌ای که هنوز می‌تواند دانشگاه بسازد، کسب‌وکار راه بیندازد، انجمن ایجاد کند، کتاب بنویسد، هنر تولید کند، فرزند تربیت کند، در شهر خود فعالیت کند و برای آینده برنامه داشته باشد.

زندگی اجتماعی حتی در دشوارترین شرایط متوقف نمی‌شود. مردم در کنار تفاوت‌های عمیقشان همچنان در اتوبوس و مترو کنار یکدیگر می‌نشینند، در دانشگاه و محل کار همکاری می‌کنند، ورزش می‌کنند، مناسک خود را به جا می‌آورند، فوتبال می‌بینند، خانواده تشکیل می‌دهند و شبکه‌های دوستی و حرفه‌ای خود را حفظ می‌کنند.

همین زندگی روزمره، یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های باقی‌مانده جامعه است.

نجات یک جامعه فقط از مسیر تصمیم‌های بزرگ تاریخی نمی‌گذرد؛ گاهی از بازسازی همین مناسبات کوچک آغاز می‌شود. از بازگرداندن اعتماد، از تمرین همکاری، از پذیرفتن دیگری، از مسئولیت‌پذیری، از شکل دادن به انجمن‌ها و از احیای این باور ساده که «می‌شود کاری کرد».

کنشگران مرزی در چنین نقطه‌ای اهمیت پیدا می‌کنند؛ در فاصله میان دیوان حکومت و ایوان جامعه. آنها نه صرفاً کارگزار دولت‌اند و نه ناظر بیرونی آن. حاملان تجربه، تخصص، ارتباط و ترجمه‌اند؛ کسانی که می‌توانند شکاف میان شکل و محتوا را قابل گفت‌وگو کنند.

مسئله امروز بیش از آنکه یافتن یک منجی باشد، ساختن دوباره همین شبکه است؛ شبکه‌ای که بتواند ببیند، بشنود، یاد بگیرد و تصمیم بگیرد.

اگر فرم دوباره بتواند با زندگی پیوند بخورد، اگر شبکه عصبی حکمرانی دوباره فعال شود، اگر آزادی از سطح ایده به ساختار و تجربه روزمره برسد و اگر جامعه دوباره احساس کند صاحب آینده خویش است، آن‌گاه توسعه از یک شعار به یک امکان تبدیل می‌شود. در غیر این صورت، حتی بهترین برنامه‌ها نیز در میان شکاف شکل و محتوا گم خواهند شد.

از این منظر، ایران امروز بیش از آنکه صرفاً در آستانه یک تغییر سیاسی باشد، در آستانه تغییر در شیوه مواجهه نیروهای اجتماعی با یکدیگر قرار دارد؛ تغییری از «ناتوانی در فهم دیگری» به «امکان فهم دیگری».

از حذف «دیگری» تا امکان فهم متقابل

ایران در آستانه قرارداد اجتماعی تازه



حسین واله

استاد علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی

چرا باید خواند:
این یادداشت می‌پرسد مسئله اصلی ایران امروز چیست: تغییر یک نظم سیاسی یا تغییر رابطه میان نیروهای اجتماعی؟ از «دیگری‌سازی» و طرد متقابل تا امکان فهم متقابل و شکل‌گیری یک قرارداد اجتماعی تازه.

سال‌هاست ایران را جامعه‌ای «در حال گذار» می‌خوانیم؛ اما کمتر از خود پرسیده‌ایم این گذار دقیقاً از کجا به کجاست. گاه از گذار از سنت به مدرنیته سخن گفته‌ایم، گاه از گذار سیاسی، توسعه، دولت مدرن یا تغییرات اجتماعی. بااین‌حال، چهار دهه پس از رواج ادبیات «جامعه در حال گذار»، همچنان نمی‌توان به‌سادگی گفت ایران در آستانه چه نظمی ایستاده‌است.

شاید مسئله را باید در سطحی عمیق‌تر جست‌وجو کرد. گذار فقط زمانی رخ نمی‌دهد که یک ساخت سیاسی تغییر کند یا نهادهای تازه‌ای جای نهادهای قدیمی را بگیرند. گاهی آنچه تغییر می‌کند، رابطه میان نیروهایی است که جامعه را می‌سازند؛ رابطه‌ای که می‌تواند از حذف، طرد و بی‌اعتمادی به سمت شناخت، پذیرش و همکاری حرکت کند.

از این منظر، ایران امروز بیش از آنکه صرفاً در آستانه یک تغییر سیاسی باشد، در آستانه تغییر در شیوه مواجهه نیروهای اجتماعی با یکدیگر قرار دارد؛ تغییری از «ناتوانی در فهم دیگری» به «امکان فهم دیگری». اگر این تغییر بتواند از سطح نگرش‌های فردی فراتر رود و به قواعد و نهادهای زندگی مشترک راه پیدا کند، می‌توان از شکل‌گیری امکان یک قرارداد اجتماعی تازه سخن گفت.

مسئله‌ای قدیمی‌تر از سیاست

برای فهم این وضعیت باید یک گام به عقب رفت. نظم اجتماعی ایران در بخش بزرگی از تاریخ خود بر تعامل میان سه حوزه اصلی شکل گرفته است: قدرت سیاسی و نیروی نظامی، نهاد دین و بازار؛ بازاری که فقط به معنای محل دادوستد نیست، بلکه مجموعه‌ای از نیروها، افراد و سازوکارهای تولید و توزیع ثروت را دربرمی‌گیرد. رابطه میان این سه حوزه، در دوره‌های مختلف، شکل نظم سیاسی و اجتماعی را تعیین کرده است.

هرگاه رابطه میان آنها دچار اختلال شده، مسئله فقط یک اختلاف سیاسی روزمره نبوده است؛ بحران در مناسبات این نیروها می‌توانسته به رکود، بی‌ثباتی یا جابه‌جایی قدرت منجر شود.

ورود ایران به جهان جدید این معادله را پیچیده‌تر کرد. علم جدید، صنعت و فناوری فقط ابزارهای تازه‌ای برای تولید و جنگ در اختیار جوامع قرار ندادند؛ ساختارهای اجتماعی و سیاسی را نیز تغییر دادند. مواجهه ایران با مدرنیته از همین‌جا آغاز شد، اما این مواجهه هرگز صرفاً فناورانه نبود. پذیرفتن ابزارهای جدید آسان‌تر از پذیرفتن تغییر در ارزش‌ها، سبک زندگی و تصور انسان از خود و جامعه بود.

به همین دلیل، مناقشه میان سنت و مدرنیته را نمی‌توان فقط نزاع میان دو مجموعه از باورها دانست. پشت این دوگانه، مسئله‌ای عمیق‌تر وجود دارد: چه کسی حق دارد شیوه زندگی خود را مشروع بداند و دیگری را چگونه باید فهم کرد؟

انقلاب ارتباطات و فروپاشی فاصله‌ها

در چند دهه اخیر، متغیری وارد این معادله شده که اثر آن از تغییر یک فناوری خاص بسیار فراتر می‌رود: انقلاب ارتباطات.

تغییر اصلی فقط این نیست که انسان امروز اطلاعات بیشتری در اختیار دارد. مسئله مهم‌تر، تغییر در ساختار تولید، انتقال و دریافت اطلاعات است. انسانی که پنجاه سال پیش برای مواجهه با یک شیوه زندگی متفاوت باید کیلومترها جابه‌جا می‌شد، امروز می‌تواند در چند دقیقه با ده‌ها سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان اجتماعی متفاوت روبه‌رو شود.

این تغییر، فقط میزان اطلاعات را افزایش نمی‌دهد؛ انتظارها، خواسته‌ها، تخیل و درک انسان از امکانات زندگی را نیز تغییر می‌دهد.

انسان همیشه موجودی خیال‌پرداز بوده است. اما رسانه‌های جدید سرعت تولید و گردش تخیل را چنان افزایش داده‌اند که دیگر فاصله میان آنچه انسان می‌بیند و آنچه تصور می‌کند می‌تواند بسیار کوتاه باشد. تصویر یک سبک زندگی، یک اعتراض، یک ارزش یا یک شکل متفاوت از زیستن می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان از مرزهای جغرافیایی و اجتماعی عبور کند و به بخشی از تجربه روزمره میلیون‌ها نفر تبدیل شود.

در این میان، ویژگی دیگری نیز اهمیت دارد: پیام دیگر الزاماً صاحب مشخصی ندارد. در شبکه‌های ارتباطی جدید، محتوا می‌تواند از تولیدکننده اولیه جدا شود، بارها بازتولید شود و در هر بازتولید معنایی تازه پیدا کند. مسئولیت و مؤلفیت در بسیاری از موارد مبهم می‌شود، اما اثر اجتماعی پیام می‌تواند بسیار گسترده‌تر از گذشته باشد.

نکته‌هایی که باید بدانید

- **اگر نیروهای اجتماعی بتوانند از تعریف یکدیگر به فهم یکدیگر برسند، بسیاری از منازعاتی که امروز صرفاً سیاسی یا فرهنگی به نظر می‌رسند، معنای دیگری پیدا می‌کنند. مسئله دیگر این نیست که کدام نیرو دیگری را کنار بزند؛ مسئله این است که چگونه مجموعه‌ای از نیروهای متفاوت می‌توانند در یک چارچوب مشترک، بدون حذف یکدیگر، آینده را بسازند.**
- **اختلاف نه نشانه شکست جامعه، بلکه بخشی از واقعیت آن است. آنچه جامعه را تهدید می‌کند، خودِ اختلاف نیست؛ ناتوانی در تنظیم اختلاف و تبدیل آن به رابطه‌ای قابل دوام است. ایرانِ تازه، اگر قرار باشد از دل این تحولات پدیدار شود، الزاماً ایرانِ یکدست و بی‌اختلاف نخواهد بود.**
- **مسئله از جایی آغاز می‌شود که تفاوت به تهدید تبدیل شود. وقتی انسان نتواند بفهمد چرا دیگری متفاوت است، تفاوت می‌تواند به چیزی بیش از اختلاف تبدیل شود: به نشانه‌ای از خطر. در این وضعیت، مرز میان «ما» و «آنها» سخت‌تر می‌شود. هر گروه برای حفاظت از هویت خود به درون سنگرهای هویتی عقب می‌نشیند و دیگری را نه به‌عنوان انسانی با تجربه‌ای متفاوت، بلکه به‌عنوان مانعی برای تحقق خود می‌بیند.**

به این ترتیب، فناوری ارتباطی فقط ابزار ارتباط میان انسان‌ها نیست؛ خودِ رابطه اجتماعی را تغییر می‌دهد.

«دیگری» چگونه ساخته می‌شود؟

انسان تا زمانی که فقط در جهان آشنای خود زندگی می‌کند، ممکن است سبک زندگی، ارزش‌ها و انتخاب‌هایش را امری طبیعی و بدیهی تصور کند. «من» زمانی بیش از گذشته خود را می‌شناسد که با «دیگری» روبه‌رو شود.

در مواجهه با تفاوت است که انسان درمی‌یابد آنچه تا دیروز تنها شکل ممکن زندگی به نظر می‌رسید، در واقع یکی از شکل‌های ممکن زندگی است.

اینجاست که «دیگری» پدیدار می‌شود؛ اما دیگری الزاماً به معنای یک انسان متفاوت نیست. دیگری می‌تواند حامل یک سبک زندگی، یک باور، یک طبقه اجتماعی، یک تصور از آینده یا یک تعریف متفاوت از امر مطلوب باشد.

مسئله از جایی آغاز می‌شود که تفاوت به تهدید تبدیل شود. وقتی انسان نتواند بفهمد چرا دیگری متفاوت است، تفاوت می‌تواند به چیزی بیش از اختلاف تبدیل شود: به نشانه‌ای از خطر.

در این وضعیت، مرز میان «ما» و «آنها» سخت‌تر می‌شود. هر گروه برای حفاظت از هویت خود به درون سنگرهای هویتی عقب می‌نشیند و دیگری را نه به‌عنوان انسانی با تجربه‌ای متفاوت، بلکه به‌عنوان مانعی برای تحقق خود می‌بیند.

بخش مهمی از شکاف‌هایی که با عنوان سنت و مدرنیته، دین و عرف، دولت و جامعه یا حتی نسل‌ها شناخته می‌شوند، می‌تواند از همین سازوکار تغذیه کند. هر طرف، دیگری را تعریف می‌کند؛ سپس همان تعریف را مبنای مواجهه با او قرار می‌دهد.

وقتی شناخت جای حذف را می‌گیرد

اما انقلاب ارتباطات یک امکان دیگر نیز ایجاد کرده است: امکان دیدن ساختارهایی که پیش‌تر پنهان بودند.

وقتی انسان‌ها بیش از گذشته در معرض شیوه‌های متفاوت زندگی قرار می‌گیرند، فقط دیگری را نمی‌بینند؛ خودشان را نیز بهتر می‌بینند. می‌توانند بپرسند چرا چنین فکر می‌کنند، چرا چنین می‌پوشند، چرا چنین زندگی می‌کنند و چرا چیزی را مطلوب یا نامطلوب می‌دانند.

همین پرسش را می‌توان درباره دیگری نیز مطرح کرد: چرا او چنین است؟ چه تجربه‌ای او را به اینجا رسانده است؟ آیا رفتاری که برای من تهدیدکننده به نظر می‌رسد، واقعاً قصد تهدید دارد؟ آیا آنچه من از دیگری می‌فهمم، واقعاً خود اوست یا تصویری است که از او ساخته‌ام؟

این نقطه، نقطه مهمی در تحول اجتماعی است. تفاوت زمانی به امکان فهم تبدیل می‌شود که از خودِ تفاوت عبور کنیم و به تاریخ شکل‌گیری آن برسیم.

در چنین نگاهی، هویت‌ها دیگر اموری کاملاً ثابت و ازلی نیستند. هر هویت در بستری از تجربه‌های تاریخی، مناسبات اجتماعی، نهادها، محرومیت‌ها، فرصت‌ها و انتخاب‌ها شکل گرفته است. اگر این امر پذیرفته شود، دیگری دیگر الزاماً موجودی ناشناخته و تهدیدکننده نیست؛ انسانی است که مسیر متفاوتی را طی کرده است.

پایان رؤیای پیروزی بر دیگری

جامعه‌ای که نیروهایش یکدیگر را تهدید بدانند، دیر یا زود با یک واقعیت سخت روبه‌رو می‌شود: هیچ‌یک به‌سادگی قادر به حذف کامل دیگری نیست.

در اینجا شاید یکی از مهم‌ترین تحولات اجتماعی رخ دهد؛ چیزی که می‌توان آن را «یأس از پیروزی در جنگ داخلی» نامید. منظور الزاماً جنگ داخلی به معنای نظامی آن نیست؛ بلکه وضعیتی است که در آن گروه‌های اجتماعی پس از سال‌ها کشمکش درمی‌یابند که نمی‌توانند یکدیگر را از صحنه اجتماعی حذف کنند.

این یأس، برخلاف معنای معمول کلمه، می‌تواند آغاز یک امکان تازه باشد.

تا زمانی که هر گروه تصور کند با حذف دیگری می‌تواند جامعه مطلوب خود را بسازد، پذیرش تکثر دشوار است. اما هنگامی که روشن شود دیگری بخشی از واقعیت اجتماعی است و باقی خواهد ماند، مسئله از «چگونه حذفش کنیم؟» به «چگونه با او زندگی کنیم؟» تغییر می‌کند.

در این نقطه، هم‌پذیری دیگر یک فضیلت اخلاقی صرف نیست؛ به یک ضرورت اجتماعی تبدیل می‌شود.

قرارداد اجتماعی تازه

قرارداد اجتماعی تازه الزاماً به معنای توافق همه بر سر یک سبک زندگی، یک ارزش یا یک قرائت واحد از ایران نیست. برعکس، می‌تواند بر پذیرش این واقعیت بنا شود که جامعه از نیروها و هویت‌های متکثر تشکیل شده است و هیچ‌کدام نمی‌توانند حق وجود دیگری را انکار کنند.

چنین قراردادی، پیش از آنکه درباره همه چیز توافق ایجاد کند، بر سر یک اصل بنیادین به تفاهم می‌رسد: دیگری نیز حق دارد وجود داشته باشد، سخن بگوید، زندگی کند و در ساختن آینده مشارکت داشته باشد.

در این چارچوب، اختلاف نه نشانه شکست جامعه، بلکه بخشی از واقعیت آن است. آنچه جامعه را تهدید می‌کند، خودِ اختلاف نیست؛ ناتوانی در تنظیم اختلاف و تبدیل آن به رابطه‌ای قابل دوام است.

ایرانِ تازه، اگر قرار باشد از دل این تحولات پدیدار شود، الزاماً ایرانِ یکدست و بی‌اختلاف نخواهد بود. برعکس، ممکن است ایرانی باشد که تکثر خود را پذیرفته و به جای تلاش برای تغییر دادن یا حذف دیگری، قواعدی برای زندگی مشترک با او ساخته است.

از تغییر سیاسی به تغییر رابطه اجتماعی

از این منظر، شاید مهم‌ترین تغییر پیش رو نه در جابه‌جایی یک گروه با گروهی دیگر، بلکه در تغییر رابطه میان گروه‌ها باشد.

اگر نیروهای اجتماعی بتوانند از تعریف یکدیگر به فهم یکدیگر برسند، بسیاری از منازعاتی که امروز صرفاً سیاسی یا فرهنگی به نظر می‌رسند، معنای دیگری پیدا می‌کنند. مسئله دیگر این نیست که کدام نیرو دیگری را کنار بزند؛ مسئله این است که چگونه مجموعه‌ای از نیروهای متفاوت می‌توانند در یک چارچوب مشترک، بدون حذف یکدیگر، آینده را بسازند.

این تغییر، از جنس اصلاح یک سیاست یا جایگزینی یک نهاد با نهادی دیگر نیست. سخن از تغییر در بنیان رابطه اجتماعی است؛ از تغییر در تصور ما از «خود» و «دیگری»

در چنین صورتی، «گذار» معنای تازه‌ای پیدا می‌کند. گذار واقعی شاید نه از سنت به مدرنیته، نه از یک نظام سیاسی به نظام سیاسی دیگر و نه از یک نسل به نسل بعد، بلکه از «طرد متقابل» به «فهم متقابل» باشد.

ایران در چنین نقطه‌ای بیش از هر چیز به شناخت نیاز دارد: شناخت نیروهایی که در آن زندگی می‌کنند، شناخت تاریخی که آنها را ساخته است و شناخت ترس‌ها، خواسته‌ها و افق‌هایی که هرکدام با خود حمل می‌کنند.

اگر این شناخت بتواند به پذیرش تکثر و سپس به قواعد مشترک زندگی اجتماعی تبدیل شود، آن‌گاه قرارداد اجتماعی تازه دیگر صرفاً یک ایده نخواهد بود؛ می‌تواند به یک امکان نهادی و تاریخی تبدیل شود.

شاید معنای «آستانه» نیز همین باشد: نه اینکه بدانیم دقیقاً فردا چه نظمی جایگزین نظم امروز خواهد شد، بلکه اینکه بفهمیم جامعه دیگر نمی‌تواند با منطق گذشته خود را اداره کند.

مسئله ایران شاید اکنون کمتر «تغییر دادن دیگری» و بیشتر «فهمیدن دیگری» باشد؛ و این، اگر به یک تجربه جمعی تبدیل شود، می‌تواند آغاز مهم‌ترین تغییر اجتماعیِ پیش روی ایران باشد.

جامعه‌ای که در برابر جنگ، خشونت، بحران و بی‌ثباتی فرونمی‌پاشد، مردمانش از یکدیگر حمایت می‌کنند و می‌توانند زندگی را دوباره آغاز کنند، جامعه‌ای تاب‌آور به نظر می‌رسد.

عادت به تاب‌آوری

از بقا و سازگاری تا صلح‌سازی؛ چرا جامعه نباید برای همیشه در وضعیت بحران زندگی کند؟



مجتبی مقصودی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران

چرا باید خواند:
تاب‌آوری برای عبور از بحران ضروری است؛ اما اگر بحران به وضعیت عادی تبدیل شود، خود تاب‌آوری می‌تواند به عادت زیستن در بحران بدل شود. این یادداشت درباره مرز میان «سازگاری» و «پذیرش بحران» است.

جنگ فقط یک مسئله انسانی نیست. آثار جنگ را نمی‌توان صرفاً در شمار جان‌باختگان، مجروحان، آوارگان یا میزان خسارت‌های اقتصادی خلاصه کرد. جنگ پیامدهایی اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارد که بخش مهمی از آنها به‌سادگی قابل اندازه‌گیری نیست. حتی زمانی که جنگ پایان می‌یابد، آثار آن می‌تواند برای سال‌ها در زندگی خانواده‌ها و در ساختارهای اجتماعی باقی بماند.

از همین منظر، در کنار مفاهیمی مانند صلح، صلح‌سازی و مسئولیت سیاسی و اجتماعی، «تاب‌آوری اجتماعی» نیز اهمیت پیدا می‌کند. تاب‌آوری به جامعه امکان می‌دهد در شرایط بحران از هم نپاشد، زندگی را ادامه دهد و خود را با شرایط جدید سازگار کند. اما یک پرسش اساسی وجود دارد: آیا تاب‌آوری همیشه نشانه سلامت و صلح‌طلبی یک جامعه است؟

در نگاه نخست، شاید پاسخ مثبت باشد. جامعه‌ای که در برابر جنگ، خشونت، بحران و بی‌ثباتی فرونمی‌پاشد، مردمانش از یکدیگر حمایت می‌کنند و می‌توانند زندگی را دوباره آغاز کنند، جامعه‌ای تاب‌آور به نظر می‌رسد. اما اگر شرایط بحرانی و جنگ به بخشی از زندگی روزمره تبدیل شود چه؟ اگر جامعه به‌صورت ناخوشته و ناگفته یاد بگیرد که باید همواره با جنگ، ناامنی و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی آن زندگی کند، آیا همچنان می‌توان این وضعیت را نشانه تاب‌آوری دانست؟

پارادوکس تاب‌آوری دقیقاً در همین نقطه شکل می‌گیرد.

تاب‌آوری در ابتدا ظرفیت مثبتی برای بقا و عبور از بحران است؛ اما اگر استمرار بحران به یک وضعیت عادی تبدیل شود، توانایی سازگاری می‌تواند به عادی‌شدن وضعیت نامطلوب منجر شود. انسان‌ها به شرایط مختلف عادت می‌کنند و این عادت می‌تواند در سطح فردی، اجتماعی و حتی در ساختارهای مدیریتی شکل بگیرد. جامعه‌ای که مدام خود را با بحران تطبیق می‌دهد، ممکن است به جای تغییر شرایط بحران‌زا، صرفاً مهارت بیشتری برای زندگی‌کردن در دل بحران پیدا کند.

از بقا تا صلح‌سازی

برای فهم این مسئله می‌توان تاب‌آوری اجتماعی را روی یک محور تصور کرد. در یک سوی این محور، «بقا» قرار دارد؛ یعنی جامعه بتواند در شرایط بحرانی به زندگی ادامه دهد و از فروپاشی جلوگیری کند. این بحران می‌تواند زلزله، جنگ، سیل، بیماری فراگیر یا هر حادثه دیگری باشد که نظم عادی زندگی را مختل می‌کند.

در مرحله بعد، «سازگاری» قرار می‌گیرد؛ یعنی مردم، دولت، نهادهای مدنی و گروه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند خود را با وضعیت جدید وفق دهند. در این مرحله، همکاری میان نهادهای مختلف اهمیت پیدا می‌کند و افراد و گروه‌ها برای حفظ زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خود به کنش جمعی روی می‌آورند.

اما تاب‌آوری نباید در همین نقطه متوقف شود. پس از بقا و سازگاری، مفاهیمی مانند عاملیت، کنشگری، نقش‌پذیری و اثرگذاری اهمیت پیدا می‌کنند. جامعه باید از مرحله واکنش صرف به بحران عبور کند و بتواند بر شرایط اثر بگذارد. در نهایت، این مسیر باید به صلح‌سازی و ساختن شرایطی منتهی شود که احتمال تکرار بحران را کاهش دهد.

به بیان دیگر، پرسش نخست این است که چگونه زنده بمانیم؟ پرسش بعدی این است که چگونه با شرایط دشوار زندگی کنیم؟ اما پرسش مهم‌تر آن است که چگونه شرایط دشوار را تغییر دهیم؟

اگر پاسخ فقط در دو پرسش نخست باقی بماند، تاب‌آوری می‌تواند ناخواسته به سازوکاری برای ادامه وضعیت نامطلوب تبدیل شود.

تاب‌آوری نباید به عادی‌شدن بحران منجر شود

تاب‌آوری زمانی معنا دارد که در مسیر حل بحران قرار گیرد. در یک زلزله، برای مثال، کمک‌رسانی و حفظ جان مردم مرحله نخست است؛ بازسازی مرحله بعدی است و اصلاح زیرساخت‌ها و کاهش آسیب‌پذیری برای زلزله‌های بعدی، مرحله‌ای فراتر از آن.

اگر جامعه فقط یاد بگیرد که پس از هر زلزله دوباره سرپا شود، اما علت آسیب‌پذیری ساختمان‌ها، شهرها و زیرساخت‌ها تغییر نکند، آیا می‌توان گفت جامعه تاب‌آورتر شده است؟ در اینجا تفاوت میان تاب‌آوری و عادت به بحران اهمیت پیدا می‌کند. یک دستگاه یا نهاد نیز ممکن است در روز نخست بحران اهداف مشخصی برای خود تعریف کند، اما با استمرار شرایط، اهداف خود را تغییر دهد و تلاش کند با وضعیت جدید منطبق شود.

نکته‌هایی که باید بدانید

- **تاب‌آوری در معنای عمیق خود، توانایی ماندن در بحران نیست؛ توانایی عبور از بحران و ساختن شرایطی است که بحران بعدی، ناگزیر به تکرار گذشته نباشد. هدف نهایی باید آینده‌ای باشد که در آن جامعه نه‌فقط برای بقا، بلکه برای زندگی، توسعه و صلح برنامه‌ریزی می‌کند.**
- **جامعه‌ای که دائماً در وضعیت بحران قرار دارد، نمی‌تواند تا ابد صرفاً با اتکا به تاب‌آوری خود ادامه دهد. تاب‌آوری اجتماعی نیز ظرفیت محدودی دارد و اگر بحران‌ها پشت سر هم تکرار شوند، منابع مادی، روانی، اجتماعی و نهادی جامعه فرسوده خواهند شد.**
- **صلح‌سازی فقط پایان تعارض نیست. پایان جنگ، پایان مسئله نیست. صلح‌سازی یعنی ایجاد شرایطی که در آن امکان تکرار تعارض کاهش یابد و جامعه بتواند پس از بحران، به سمت وضعیت مطلوب‌تری حرکت کند. از این منظر، تجربه‌های تاریخی باید نه صرفاً برای بازگشت به گذشته، بلکه برای شناخت خطاهای ساختاری و جلوگیری از تکرار آنها مطالعه شوند. اگر وضعیتی ما را به بحران رسانده است، بازگشت ساده به همان وضعیت نمی‌تواند راه‌حل باشد؛ باید عناصر بحران‌زا شناسایی و اصلاح شوند.**

این انطباق ممکن است در ابتدا ضروری باشد، اما اگر ادامه پیدا کند، ممکن است استمرار یک وضعیت نامطلوب را به امری عادی تبدیل کند.

بنابراین، هدف تاب‌آوری نباید آن باشد که جامعه را برای تحمل بی‌پایان بحران آماده کنیم؛ هدف باید این باشد که ظرفیت جامعه برای عبور از بحران و جلوگیری از تکرار آن افزایش یابد.

مخاطرات امروز دیگر صرفاً طبیعی نیستند

ماهیت بسیاری از مخاطرات معاصر نیز تغییر کرده است. بسیاری از بحران‌های امروز دیگر صرفاً نتیجه حوادث طبیعی نیستند، بلکه اقتصاد، سیاست، فناوری و ارتباطات در شکل‌گیری و تشدید آنها نقش دارند. به همین دلیل، بخشی از مخاطرات از حالت طبیعی خارج شده و منشأ انسانی و اجتماعی پیدا کرده‌اند. یک سد ممکن است با هدف تأمین آب، آبیاری زمین‌ها و افزایش تولید احداث شود، اما در کنار آن پیامدهای زیست‌محیطی خاص خود را ایجاد کند. به همین ترتیب، یک تصمیم اقتصادی، سیاسی یا فناورانه ممکن است در کوتاه‌مدت یک مسئله را حل کند، اما در بلندمدت آسیب‌پذیری جدیدی به‌وجود آورد.

جنگ نیز از همین منظر فقط یک رخداد نظامی نیست. آثار زیست‌محیطی جنگ می‌تواند بسیار فراتر از میدان درگیری گسترش پیدا کند. آلودگی‌های ناشی از جنگ در آب‌ها، خاک، پوشش گیاهی و اکوسیستم‌های دریایی ممکن است سال‌ها بعد آشکار شوند. بنابراین، ارزیابی پیامدهای بحران باید از خسارت‌های فوری عبور کند و آثار بلندمدت و زنجیره‌ای آن را نیز دربرگیرد.

هرچه نهادها بزرگ‌تر می‌شوند، مسئولیت آنها سنگین‌تر می‌شود

در مواجهه با بحران، نقش نهادها و گروه‌های اجتماعی تعیین‌کننده است. هر فرد مسئولیت فردی دارد، اما هم‌زمان مسئولیت اجتماعی و حرفه‌ای نیز دارد و متناسب با جایگاه و دامنه تأثیرگذاری خود، نسبت به جامعه و پیامدهای تصمیم‌ها و اقداماتش مسئول است. این مسئولیت در مورد نهادها اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. هرچه نهادها بزرگ‌تر می‌شوند، منابع بیشتری در اختیار می‌گیرند و بر زندگی تعداد بیشتری از مردم اثر می‌گذارند، مسئولیت آنها نیز سنگین‌تر می‌شود.

گزارش‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌های سیاسی صرفاً تصمیم‌هایی اداری نیستند؛ با توزیع قدرت، دسترسی گروهها به منابع و میزان مشارکت آنها در فرآیند تصمیم‌گیری ارتباط دارند.

جامعه صلح‌طلب نیز صرفاً جامعه‌ای نیست که اعضای آن از خشونت دوری کنند. جامعه باید بتواند درباره خشونت گفت‌وگو کند، درباره اختلاف‌ها مذاکره کند، راه‌حل‌های مسالمت‌آمیز پیدا کند و امکان شنیده‌شدن دیدگاه‌های مختلف را فراهم آورد. تصمیمی که در فرآیند سیاست‌گذاری گرفته می‌شود، زمانی پایدارتر خواهد بود که بتواند برای بخش‌های مختلف جامعه قابل فهم و تا حد امکان قابل پذیرش باشد.

از این منظر، تاب‌آوری اجتماعی بدون مسئولیت سیاسی و نهادی ناقص است. اگر بار بقا و سازگاری فقط بر دوش مردم گذاشته شود، در حالی که ساختارهای تصمیم‌گیری مسئولیتی برای کاهش منشأ بحران بر عهده نگیرند، تاب‌آوری به انتقال هزینه بحران از نهادها به جامعه تبدیل خواهد شد.

مقاومت باید به بازسازی و تغییر منتهی شود

در فرهنگ ایرانی، الگوهای مهمی از مقاومت، شهادت، عدالت و حق‌طلبی وجود دارد و رسانه و آموزش نیز در انتقال این مفاهیم نقش دارند. مقاومت می‌تواند در شرایط بحران به حفظ انسجام و جلوگیری از فروپاشی کمک کند؛ اما زمانی کارکرد سازنده خود را کامل می‌کند که در کنار آن، مسیر بقا، بازسازی و توسعه نیز دنبال شود.

چرخه‌ای که فقط در مقاومت باقی بماند، چرخه‌ای ناقص است. جامعه باید بتواند از مقاومت به بازسازی، از بازسازی به اصلاح و از اصلاح به ساختن آینده‌ای متفاوت حرکت کند

تجربه هشت سال دفاع مقدس از این منظر تجربه‌ای مهم است. در مطالعه علوم سیاسی، جنگ و ستیز در یک سوی طیف قرار دارند و در سوی دیگر، صلح، مصالحه، گفت‌وگو، مذاکره و توافق قرار می‌گیرند. سیاست‌گذاری موفق آن است که بتواند در زمان مناسب از منطق اول به منطق دوم عبور کند.

صلح‌سازی فقط پایان تعارض نیست

تاریخ سیاسی ایران نمونه‌هایی از دشواری تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی را در خود دارد. تجربه خروج نیروهای شوروی از ایران پس از جنگ جهانی دوم و مذاکرات مربوط به تشکیل مجلس پانزدهم یکی از این موارد است. توافقی که در آن شرایط شکل گرفت، در زمان طرح در مجلس با مخالفت گسترده‌ای مواجه شد؛ با این حال، از منظر تاریخی می‌توان دید که مجموعه سیاست‌ها و مذاکرات آن دوره در حل‌وفصل بحران آذربایجان و کردستان نقش داشت.

این تجربه نشان می‌دهد که سیاستمدار نیز باید تاب‌آوری داشته باشد؛ اما تاب‌آوری سیاسی می‌تواند دو شکل متفاوت داشته باشد: اصرار بر حفظ وضعیت موجود یا توانایی تحمل هزینه تصمیم برای عبور از آن وضعیت.

سیاستمدار باید بتواند در شرایط دشوار تصمیم بگیرد، مذاکره کند و حتی در برابر مخالفت‌ها، در صورت ضرورت، مسیر حل مسئله را دنبال کند. تاب‌آوری سیاسی به معنای حفظ هر وضعیتی به هر قیمت نیست؛ بلکه می‌تواند به معنای توانایی تحمل فشار برای رسیدن به وضعیتی پایدارتر باشد.

صلح‌سازی نیز فقط پایان تعارض نیست. پایان جنگ، پایان مسئله نیست. صلح‌سازی یعنی ایجاد شرایطی که در آن امکان تکرار تعارض کاهش یابد و جامعه بتواند پس از بحران، به سمت وضعیت مطلوب‌تری حرکت کند. از این منظر، تجربه‌های تاریخی باید نه صرفاً برای بازگشت به گذشته، بلکه برای شناخت خطاهای ساختاری و جلوگیری از تکرار آنها مطالعه شوند. اگر وضعیتی ما را به بحران رسانده است، بازگشت ساده به همان وضعیت نمی‌تواند راه‌حل باشد؛ باید عناصر بحران‌زا شناسایی و اصلاح شوند.

تجربه قرارداد الجزایر و مذاکرات پس از قطعنامه ۵۹۸، در کنار تجربه‌های تلخ تاریخی مانند قراردادهای گلستان و ترکمانچای، نشان می‌دهد که تصمیم‌های سیاسی را نمی‌توان خارج از زمینه تاریخی و هزینه‌های هر انتخاب ارزیابی کرد. مسئله اصلی، حرکت از تجربه‌های گذشته به سمت ظرفیت تصمیم‌گیری بهتر در آینده است.

هدف نهایی: عبور از وضعیت دائمی تاب‌آوری

جامعه‌ای که دائماً در وضعیت بحران قرار دارد، نمی‌تواند تا ابد صرفاً با اتکا به تاب‌آوری خود ادامه دهد. تاب‌آوری اجتماعی نیز ظرفیت محدودی دارد و اگر بحران‌ها پشت سر هم تکرار شوند، منابع مادی، روانی، اجتماعی و نهادی جامعه فرسوده خواهند شد.

بنابراین، هدف سیاست‌گذاری نباید تولید جامعه‌ای باشد که بتواند برای همیشه بحران را تحمل کند. هدف باید کاهش نیاز جامعه به تاب‌آوری اضطراری باشد.

جامعه‌ای که هربار مجبور است خود را برای جنگ، بحران اقتصادی، اختلال زیرساختی یا فاجعه زیست‌محیطی آماده کند، هنوز به نقطه مطلوب نرسیده است. تاب‌آوری باید پلی باشد از بحران به ثبات، از ثبات به توسعه و از توسعه به آینده‌نگری؛ نه مقصدی که جامعه برای همیشه در آن متوقف شود.

اگر بقای جامعه و تداوم نظم سیاسی و اجتماعی کشور هدف باشد، باید از منطق صرفاً واکنشی عبور کرد و به سمت صلح‌سازی، بازسازی و آینده‌نگری حرکت کرد. سیاست‌گذاران امروز نیز، با توجه به تجربه جنگ و پیامدهای سنگین آن، باید این واقعیت را در نظر داشته باشند که تاب‌آوری اجتماعی اندازه و حد دارد.

مسئله نهایی این نیست که جامعه تا چه اندازه می‌تواند بحران را تحمل کند؛ مسئله این است که چه زمانی و چگونه می‌توان شرایطی ساخت که جامعه دیگر مجبور نباشد دائماً تاب بیاورد. تاب‌آوری در معنای عمیق خود، توانایی ماندن در بحران نیست؛ توانایی عبور از بحران و ساختن شرایطی است که بحران بعدی، ناگزیر به تکرار گذشته نباشد. هدف نهایی باید آینده‌ای باشد که در آن جامعه نه‌فقط برای بقا، بلکه برای زندگی، توسعه و صلح برنامه‌ریزی می‌کند.

به نظر می‌رسد باید میان «بقا» و «تاب‌آوری» تفاوت گذاشت. بقا یعنی یک بنگاه بتواند از یک بحران عبور کند و همچنان به فعالیت خود ادامه دهد؛ تاب‌آوری اما ظرفیت گسترده‌تری است. بنگاه تاب‌آور نه فقط در برابر شوک دوام می‌آورد، بلکه می‌تواند اثر آن را جذب کند، خود را با شرایط تازه وفق دهد و اگر شرایط تغییر کرد، مسیر دیگری برای ادامه فعالیت پیدا کند.

تاب‌آوری چگونه ساخته می‌شود؟

از بقای بنگاه ایرانی تا ظرفیت تاب‌آوری جامعه



حسین سلاح‌ورزی

رئیس سابق اتاق ایران

چرا باید خواند:

چرا بعضی بنگاه‌ها در بحران فقط زنده می‌مانند و بعضی می‌توانند مسیر خود را تغییر دهند و دوباره رشد کنند؟ این مقاله تلاش می‌کند پاسخ را در جایی فراتر از واکنش‌های اضطراری پیدا کند: در ظرفیت‌هایی که بنگاه، جامعه و نهادها باید پیش از بحران بسازند.

بنگاه ایرانی سال‌هاست که در محیطی فعالیت می‌کند که در آن «شوک» بیشتر از آنکه یک اتفاق استثنایی باشد، بخشی از واقعیت کسب‌وکار است. جنگ، تحریم، جهش‌های ارزی، تورم، محدودیت واردات، اختلال در زنجیره تأمین، بحران انرژی و در سال‌های اخیر، محدودیت‌های زیرساختی و تغییرات اقلیمی، هریک در مقطعی بخشی از قواعد بازی را تغییر داده‌اند. در چنین محیطی، ادامه فعالیت برای بسیاری از بنگاه‌ها خود به یک مسئله مدیریتی تبدیل شده است.

شاید به همین دلیل است که وقتی از تاب‌آوری اقتصادی در ایران صحبت می‌کنیم، نخستین تصویری که به ذهن می‌آید، بنگاهی است که با وجود همه دشواری‌ها چراغ تولید را روشن نگه داشته است. اما آیا صرف ادامه‌دادن را می‌توان تاب‌آوری نامید؟

به نظر می‌رسد باید میان «بقا» و «تاب‌آوری» تفاوت گذاشت. بقا یعنی یک بنگاه بتواند از یک بحران عبور کند و همچنان به فعالیت خود ادامه دهد؛ تاب‌آوری اما ظرفیت گسترده‌تری است. بنگاه تاب‌آور نه فقط در برابر شوک دوام می‌آورد، بلکه می‌تواند اثر آن را جذب کند، خود را با شرایط تازه وفق دهد و اگر شرایط تغییر کرد، مسیر دیگری برای ادامه فعالیت پیدا کند. در این معنا، تاب‌آوری الزاماً به معنای بازگشت به نقطه قبل از بحران نیست؛ گاهی به معنای تغییر دادن همان نقطه است.

این تفاوت در اقتصاد ایران اهمیت زیادی دارد. ممکن است بنگاهی سال‌ها در شرایط دشوار به فعالیت ادامه دهد، اما در همین مدت سرمایه‌گذاری‌اش کاهش یابد، تجهیزاتش فرسوده شود، نیروهای متخصص خود را از دست بدهد، بهره‌وری‌اش پایین بیاید و بازارهایش محدودتر شود. چنین بنگاهی توانسته است زنده بماند، اما آیا واقعاً تاب‌آور شده است؟ یا فقط هزینه بحران را به آینده منتقل کرده است؟

از همین‌جا پرسش اصلی شکل می‌گیرد: چه چیزی به یک بنگاه امکان می‌دهد در برابر شوک مقاومت کند، خود را با شرایط تازه وفق دهد و پس از بحران همچنان ظرفیت رشد داشته باشد؟

پاسخ را نمی‌توان در یک عامل جست‌وجو کرد. تاب‌آوری حاصل مجموعه‌ای از ظرفیت‌هاست که در طول زمان و اغلب پیش از وقوع بحران ساخته می‌شوند. یکی از مهم‌ترین آنها تنوع است. بنگاهی که تمام فروش خود را به یک مشتری، تمام مواد اولیه خود را به یک تأمین‌کننده یا تمام درآمد خود را به یک بازار وابسته کرده است، حتی اگر در شرایط عادی عملکرد بسیار خوبی داشته باشد، در برابر یک شوک آسیب‌پذیر خواهد بود. تنوع بازار، مشتری، تأمین‌کننده، محصول و مسیرهای درآمدی، نوعی حاشیه امن برای بنگاه ایجاد می‌کند. این تنوع البته به معنای پراکندگی بی‌هدف نیست؛ مسئله، کاهش وابستگی‌های حیاتی و ایجاد امکان انتخاب در زمان بحران است.

در کنار تنوع، داشتن ذخیره و حاشیه امن اهمیت دارد. نقدینگی، موجودی‌های راهبردی، ظرفیت مازاد، نیروی انسانی آموزش‌دیده و دسترسی به منابع مالی ممکن است در دوره‌های عادی هزینه‌زا به نظر برسند، اما در زمان بحران به بنگاه فرصت تصمیم‌گیری می‌دهند. سازمانی که همه منابعش را تا آخرین حد ممکن مصرف کرده است، در مواجهه با یک شوک ناگهانی، انتخاب‌های بسیار محدودی خواهد داشت.

تاب‌آوری همچنین به کیفیت اطلاعات و توان یادگیری وابسته است. بنگاهی که فقط پس از وقوع بحران واکنش نشان می‌دهد، معمولاً یک گام از بحران عقب‌تر است. بنگاه تاب‌آور باید بتواند پیش از وقوع اختلال، نقاط آسیب‌پذیر خود را بشناسد، سناریوهای مختلف را تصور کند، اطلاعات را سریع دریافت و ارزیابی کند و بر اساس آن تصمیم بگیرد. در چنین سازمانی، بحران فقط یک حادثه نیست؛ فرصتی برای آزمودن فرض‌هایی است که پیش‌تر درباره آینده ساخته شده‌اند.

نکته‌هایی که باید بدانید

- **اقتصاد ایران بارها نشان داده است که می‌تواند در شرایط دشوار دوام بیاورد. مسئله امروز اما دیگر فقط دوام آوردن نیست. پرسش مهم‌تر این است که آیا می‌توانیم اقتصادی بسازیم که از بحران فقط جان سالم به در نبرد، بلکه از آن یاد بگیرد، خود را اصلاح کند و با ظرفیت بیشتری وارد بحران بعدی شود؟**
- **کارآفرین نمی‌تواند به تنهایی زنجیره تأمین تاب‌آور بسازد. بنگاه نمی‌تواند به تنهایی زیرساخت انرژی یا حمل‌ونقل را اصلاح کند. جامعه نمی‌تواند بدون نهادهای قابل اتکا سرمایه اجتماعی خود را به ظرفیت اقتصادی تبدیل کند و دولت نیز نمی‌تواند بدون مشارکت بنگاه‌ها و جامعه، تاب‌آوری اقتصاد را از بالا طراحی کند.**
- **تاب‌آوری صنعت در خود کارخانه آغاز نمی‌شود. اگر مواد اولیه، انرژی، حمل‌ونقل، تأمین مالی، فناوری، نیروی انسانی و بازار فروش همگی در معرض اختلال باشند، حتی پیشرفته‌ترین کارخانه نیز نمی‌تواند برای مدت طولانی مستقل از محیط پیرامون خود عمل کند. تاب‌آوری صنعتی در واقع تاب‌آوری یک زنجیره است؛ و استحکام زنجیره را ضعیف‌ترین حلقه‌های آن تعیین می‌کنند.**

- **تاب‌آوری صنعت در خود کارخانه آغاز نمی‌شود. اگر مواد اولیه، انرژی، حمل‌ونقل، تأمین مالی، فناوری، نیروی انسانی و بازار فروش همگی در معرض اختلال باشند، حتی پیشرفته‌ترین کارخانه نیز نمی‌تواند برای مدت طولانی مستقل از محیط پیرامون خود عمل کند. تاب‌آوری صنعتی در واقع تاب‌آوری یک زنجیره است؛ و استحکام زنجیره را ضعیف‌ترین حلقه‌های آن تعیین می‌کنند.**

اما هیچ بنگاهی به‌تنهایی تاب‌آور نمی‌شود. رابطه با تأمین‌کنندگان، مشتریان، بانک‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، دانشگاه‌ها، انجمن‌های تخصصی و حتی رقبا می‌تواند در زمان بحران به منبع اطلاعات، فناوری، بازار، اعتبار یا راه‌حل تبدیل شود. به همین دلیل، شبکه ارتباطی یک بنگاه را نباید صرفاً مجموعه‌ای از روابط تجاری دانست. بخشی از ظرفیت تاب‌آوری دقیقاً در همین شبکه‌ها شکل می‌گیرد.

پژوهشی که بر اساس داده‌های ۴۸۶ بنگاه کوچک و متوسط ایرانی در دوره تحریم انجام شده، اهمیت همین عوامل را نشان می‌دهد. در این مطالعه، داشتن برنامه کسب‌وکار، دسترسی به منابع مالی و فناوری، جهت‌گیری صادراتی، شبکه‌های کسب‌وکار، آموزش مدیران و استفاده از فناوری اطلاعات با توان بقای بنگاه‌ها ارتباط داشته است. این یافته‌ها یک نکته مهم را روشن می‌کند: تاب‌آوری چیزی نیست که بتوان در روز وقوع بحران و با چند تصمیم اضطراری به سازمان اضافه کرد. بخش مهمی از آن باید پیش از بحران ساخته شده باشد.

تجربه تحریم‌ها در ایران شاید یکی از روشن‌ترین نمونه‌های این مسئله باشد. محدودیت دسترسی به واردات و فناوری خارجی، بسیاری از بنگاه‌ها را وادار کرد مسیرهای تأمین خود را تغییر دهند. برخی از آنها بخشی از ورودی‌های اروپایی را با ورودی‌های چینی جایگزین کردند و بخشی از تجارت نیز از مسیر کشورهایی مانند امارات و ترکیه ادامه یافت. این تجربه نشان می‌دهد که تاب‌آوری الزاماً به معنای استقلال کامل نیست.

این نکته در بحث بومی‌سازی اهمیت دارد. بومی‌سازی می‌تواند ظرفیت مهمی برای کاهش آسیب‌پذیری باشد، اما خود به‌تنهایی تاب‌آوری ایجاد نمی‌کند. اگر یک قطعه حیاتی در داخل تولید شود اما تنها یک تولیدکننده داشته باشد، اگر فناوری تولید آن به‌روز نشود یا مواد اولیه آن همچنان در معرض یک اختلال دیگر باشد، ممکن است فقط محل آسیب‌پذیری تغییر کرده باشد.

بنابراین مسئله اصلی، حذف همه وابستگی‌ها نیست؛ شناخت وابستگی‌های حیاتی و ایجاد امکان جایگزینی آنهاست. تاب‌آوری بیش از آنکه به استقلال مطلق نیاز داشته باشد، به تنوع و امکان انتخاب نیاز دارد.

صنعت فولاد ایران نمونه قابل توجهی برای فهم این موضوع است. ایران در سال ۲۰۲۰ حدود ۲۹ میلیون تن فولاد خام تولید کرد و در میان ده تولیدکننده بزرگ فولاد جهان قرار گرفت. اهمیت این تجربه البته فقط در حجم تولید نیست. صنعت فولاد در سال‌های تحریم هم‌زمان با مسائل متعددی روبه‌رو بوده است: دسترسی به تجهیزات و قطعات، تأمین مواد اولیه، حفظ خطوط تولید، یافتن بازارهای صادراتی و مدیریت محدودیت‌های مالی.

از این منظر، تاب‌آوری صنعت در خود کارخانه آغاز نمی‌شود. اگر مواد اولیه، انرژی، حمل‌ونقل، تأمین مالی، فناوری، نیروی انسانی و بازار فروش همگی در معرض اختلال باشند، حتی پیشرفته‌ترین کارخانه نیز نمی‌تواند برای مدت طولانی مستقل از محیط پیرامون خود عمل کند. تاب‌آوری صنعتی در واقع تاب‌آوری یک زنجیره است؛ و استحکام زنجیره را ضعیف‌ترین حلقه‌های آن تعیین می‌کنند.

همین منطق را می‌توان در تجارت خارجی نیز دید. صادرات غیرنفتی ایران در سال‌های تحریم و محدودیت‌های بانکی، با وجود دشواری‌های متعدد ادامه پیدا کرده است. این استمرار تا حدی حاصل تغییر مسیرهای تجاری، شناخت بازارهای منطقه‌ای و استفاده از شبکه‌های موجود بوده است. اما ادامه یافتن تجارت به‌تنهایی به معنای تاب‌آوری نیست. اگر حفظ یک مسیر تجاری مستلزم هزینه‌های بسیار بالاتر، سرمایه در گردش بیشتر یا پذیرش ریسک‌های جدید باشد، ممکن است همان سازوکار در بلندمدت به منبع دیگری از آسیب‌پذیری تبدیل شود.

در نتیجه، پرسش مهم فقط این نیست که «آیا تجارت ادامه پیدا کرد؟» بلکه باید پرسید: با چه هزینه‌ای ادامه پیدا کرد و آیا این شیوه در برابر شوک بعدی نیز قابل دوام است؟

این پرسش ما را به یکی از تفاوت‌های مهم میان سازگاری و تاب‌آوری می‌رساند. هر سازگاری الزاماً سازگاری مطلوب نیست. گاهی یک بنگاه برای زنده ماندن تصمیمی می‌گیرد که در کوتاه‌مدت کارآمد است، اما در بلندمدت سرمایه، بهره‌وری یا توان رقابتی آن را کاهش می‌دهد. تاب‌آوری پایدار باید بتواند علاوه بر عبور از بحران، ظرفیت آینده بنگاه را نیز حفظ کند.

فناوری دیجیتال یکی دیگر از عرصه‌هایی است که این تفاوت را آشکار کرده است. همه‌گیری کرونا نشان داد کسب‌وکارهایی که پیش از بحران کانال‌های فروش آنلاین، سیستم‌های مدیریت داده و امکان ارتباط غیرحضوری را ایجاد کرده بودند، گزینه‌های بیشتری برای ادامه فعالیت داشتند. اما تاب‌آوری دیجیتال صرفاً به معنای «آنلاین شدن» نیست. سازمانی تاب‌آورتر است که بتواند در زمان اختلال، داده‌های خود را حفظ کند، ارتباطش با مشتری و کارکنان را ادامه دهد، تصمیم‌گیری را بر اساس اطلاعات انجام دهد و در صورت از کار افتادن یک مسیر، مسیر دیگری برای ارائه خدمت داشته باشد.

به بیان دیگر، فناوری زمانی به تاب‌آوری کمک می‌کند که گزینه‌های سازمان را بیشتر کند، نه اینکه فقط وابستگی آن را از یک زیرساخت به زیرساختی دیگر منتقل کند.

با این حال، اگر بحث در سطح بنگاه متوقف شود، بخش مهمی از مسئله نادیده گرفته خواهد شد. بنگاه در خلأ فعالیت نمی‌کند. حتی شرکتی که مدیریت، منابع مالی، فناوری و زنجیره تأمین مناسبی دارد، اگر در محیطی با زیرساخت‌های شکننده، بی‌ثباتی مزمن، ضعف شبکه‌های همکاری و کاهش اعتماد فعالیت کند، با محدودیت‌های جدی مواجه خواهد شد.

از اینجا مفهوم تاب‌آوری اجتماعی اهمیت پیدا می‌کند.

جامعه تاب‌آور جامعه‌ای نیست که در آن بحران اتفاق نمی‌افتد. چنین جامعه‌ای اساساً وجود ندارد. جامعه تاب‌آور جامعه‌ای است که وقتی بحران رخ می‌دهد، می‌تواند همکاری کند، اطلاعات را میان بازیگران مختلف به گردش درآورد، منابع را بسیج کند، خدمات حیاتی را حفظ کند و از تجربه بحران برای اصلاح خود استفاده کند.

در چنین جامعه‌ای، اعتماد یک مفهوم اخلاقی صرف نیست؛ یک دارایی اقتصادی است. وقتی یک بنگاه بتواند در شرایط دشوار به تأمین‌کننده خود اعتماد کند، وقتی چند شرکت برای حل یک مسئله مشترک اطلاعات و منابع خود را به اشتراک بگذارند، وقتی انجمن‌های تخصصی بتوانند میان اعضای خود شبکه‌ای از تجربه و اطلاعات ایجاد کنند و وقتی بخش خصوصی، دولت و جامعه مدنی امکان گفت‌وگو و همکاری داشته باشند، هزینه مواجهه با بحران

دولت نمی‌تواند و نباید تاب‌آوری همه بنگاه‌ها را به جای آنها ایجاد کند، اما می‌تواند محیطی فراهم کند که در آن بنگاه‌ها امکان ساختن تاب‌آوری داشته باشند. ثبات و پیش‌بینی‌پذیری مقررات، دسترسی به زیرساخت، امکان تأمین مالی، نظام آموزشی کارآمد، حمایت از نوآوری، دسترسی به اطلاعات و شکل‌گیری نهادهای واسط و انجمن‌های حرفه‌ای، همگی بخشی از زیرساخت نهادی تاب‌آوری‌اند

فناوری زمانی به تاب‌آوری کمک می‌کند که گزینه‌های سازمان را بیشتر کند، نه اینکه فقط وابستگی آن را از یک زیرساخت به زیرساختی دیگر منتقل کند.

کاهش پیدا می‌کند.

در نقطه مقابل، جامعه‌ای کـــه در آن هر فرد و هر بنگاه ناچار است همه مسائل را به تنهایی حل کند، در برابر شوک‌های بزرگ آسیب‌پذیرتر خواهد بود. حتی اگر در چنین جامعه‌ای افراد خلاق و کارآفرین کم نباشند، ظرفیت جمعی برای مقابله با بحران محدود می‌ماند.

به همین دلیل، تاب‌آوری بنگاه و تاب‌آوری جامعه را نمی‌توان از یکدیگر جدا کرد. بنگاه به نیروی انسانی، زیرساخت، نظام مالی، انرژی، حمل‌ونقل، ارتباطات و بازار نیاز دارد؛ همه اینها بخشـــی از محیط اجتماعی و نهادی آن هستند.

اینجاست که نقش دولت نیز تغییر می‌کند. دولت نمی‌تواند و نباید تاب‌آوری همه بنگاه‌ها را به جای آنها ایجاد کند، اما می‌تواند محیطی فراهم کند که در آن بنگاه‌ها امکان ساختن تاب‌آوری داشته باشند. ثبات و پیش‌بینی‌پذیری مقررات، دسترسی به زیرساخت، امکان تأمین مالی، نظام آموزشـــی کارآمد، حمایـــت از نوآوری، دسترسی به اطلاعات و شکل‌گیری نهادهای واسط و انجمن‌های حرفه‌ای، همگی بخشی از زیرساخت نهادی تاب‌آوری‌اند.

از این منظر، تاب‌آوری نه ویژگی یک مدیر است و نه مسئولیتی که بتوان آن را صرفاً به دوش دولت گذاشت. تاب‌آوری یک ظرفیت سیستمی است که در تعامل بنگاه، جامعه و نهادها ساخته می‌شود

اما ساختن این ظرفیت از کجا آغاز می‌شود؟

برای یک بنگاه، شاید نقطه شروع ساده باشد: باید پیش از بحران پرسید بزرگ‌ترین نقاط آســـیب‌پذیری کجاست. اگر بزرگ‌ترین مشتری از دست برود چه اتفاقی می‌افتد؟ اگر تأمین‌کننده اصلی نتواند تحویل دهد چه؟ اگر نرخ ارز به‌سرعت تغییر کند، سرمایه در گردش چه وضعیتی پیـــدا می‌کند؟ اگر برق یا گاز برای چند روز قطع شـــود، کدام فعالیت‌ها باید حفظ شوند و کدام‌یک می‌توانند متوقف شوند؟ اگر کانال اصلی فروش از دسترس خارج شود، چه جایگزینی وجود دارد؟ اگر یک نیروی کلیدی سازمان برای مدتی در دسترس نباشد، آیا دانش او در سازمان باقی مانده است؟

این پرسش‌ها در ظاهر ساده‌اند، اما پاسخ دادن به آنها مستلزم تغییر در شیوه مدیریت است. برنامه‌ریزی سناریویی، تنوع‌بخشی بـــه بازار و تأمین‌کنندگان، آموزش نیروی انســـانی، ذخیره مالی، مستندسازی دانش سازمانی، ســـرمایه‌گذاری در فناوری و ایجاد شبکه‌های حرفه‌ای، همگی هزینه‌هایی هستند که ممکن است در روزهای آرام ضرورت آنها چندان آشکار نباشد؛ اما دقیقاً همان‌ها در زمان بحران به سرمایه تبدیل می‌شوند.

به همین دلیل، تاب‌آوری در جلسه بحران ساخته نمی‌شود. در تصمیم‌های روزمره ساخته می‌شود: در بودجه‌ریزی، سرمایه‌گذاری، اســـتخدام، آموزش، انتخاب تأمین‌کننده، انتخـــاب بازار، طراحی زنجیره تأمین و معماری فناوری.

در ایـــن میان، اندازه بنگاه نیز به‌تنهایی تعیین‌کننده نیســـت. بنگاه بزرگ ممکن اســـت منابع مالی و شبکه گسترده‌تری داشته باشد، اما ساختار پیچیده‌اش سرعت تصمیم‌گیری را کاهش دهد. بنگاه کوچک ممکن است منابع محدودتری داشته باشد، اما بتواند سریع‌تر مسیر خود را تغییر دهد. آنچه اهمیت دارد، صرفاً میزان منابع نیســـت؛ توانایی تبدیل منابع به تصمیم و تصمیم به عمل است.

با این حال، درباره تاب‌آوری یک خطر مفهومی نیز وجود دارد: ممکن است آن را بهانه‌ای برای عادی‌سازی شرایط نامناسب کنیم اینکه بنگاه ایرانی توانسته است در شرایط دشوار به فعالیت ادامه دهد، نباید ما را به این نتیجه برساند که دشواری‌ها بی‌هزینه بوده‌اند. سازگاری با بحران ممکن اســـت با فرسودگی تجهیزات، کاهش سرمایه‌گذاری، از دست رفتن نیروی انسانی، افزایش هزینه مبادله، کاهش بهره‌وری و از دست رفتن فرصت‌های توسعه همراه باشد.

به همین دلیل باید میان تـــاب‌آوری و عادت کردن به بحران تفاوت گذاشت.

اقتصادی که هر ســـال بخش بزرگی از انرژی و سرمایه خود را صرف کنار آمدن با شـــوک‌های تکراری می‌کند، ممکن اســـت از نظر بقا مقاوم به نظر برســـد، اما هم‌زمان ظرفیت توســـعه خود را از دست بدهد. تاب‌آوری مطلوب نباید جامعه و بنگاه را فقط برای تحمل شرایط نامناسب آماده کند؛ باید به آنها امکان دهد پس از هر شـــوک، سریع‌تر بازیابی شوند و دوباره به مسیر رشد و توسعه بازگردند.

در نهایت، شاید مهم‌ترین تغییر در نگاه به تاب‌آوری همین باشد: هدف تاب‌آوری صرفاً دوام‌آوردن نیست.

جامعه‌ای تاب‌آورتر اســـت که از بحران یـــاد می‌گیرد. بنگاهی تاب‌آورتر اســـت که پس از یک شـــوک، فقط بـــه وضعیت قبلی بازنمی‌گردد، بلکه شناخت دقیق‌تری از نقاط ضعف خود پیدا می‌کند و ظرفیت بیشـــتری برای مواجهه با بحران بعدی به دست می‌آورد. سازمان تاب‌آور سازمانی نیست که هرگز آسیب نمی‌بیند؛ سازمانی است که آسیب‌پذیری‌های خود را می‌شناسد، از آنها یاد می‌گیرد و آنها را به‌تدریج کاهش می‌دهد.

اقتصاد ایران در چهار دهه گذشته نمونه‌های فراوانی از خلاقیت و ســـازگاری بنگاه‌ها را تجربه کرده اســـت. اما شاید مرحله بعدی تاب‌آوری این باشد که از «قهرمانی فردی» عبور کنیم و به‌سمت ظرفیت جمعی برویم.

کارآفرین نمی‌تواند به تنهایی زنجیره تأمین تاب‌آور بسازد. بنگاه نمی‌تواند به‌تنهایی زیرســـاخت انرژی یا حمل‌ونقل را اصلاح کند. جامعه نمی‌تواند بدون نهادهای قابل اتکا سرمایه اجتماعی خود را به ظرفیت اقتصادی تبدیل کند و دولت نیز نمی‌تواند بدون مشارکت بنگاه‌ها و جامعه، تاب‌آوری اقتصاد را از بالا طراحی کند.

تاب‌آوری زمانی شکل می‌گیرد که این ظرفیت‌ها به هم متصل شوند: بنگاه توانمند باشد، جامعه از شبکه‌های اعتماد و همکاری برخوردار باشد و نهادها امکان یادگیری، هماهنگی و اصلاح را فراهم کنند.

اقتصاد ایران بارها نشان داده است که می‌تواند در شرایط دشوار دوام بیاورد. مسئله امروز اما دیگر فقط دوام آوردن نیست. پرسش مهم‌تر این است که آیا می‌توانیم اقتصادی بسازیم که از بحران فقط جان سالم به در نبرد، بلکه از آن یاد بگیرد، خود را اصلاح کند و با ظرفیت بیشتری وارد بحران بعدی شود؟

پاسخ این پرسش در واکنش‌های اضطراری روزهای بحران شکل نمی‌گیرد. پاسخ را باید در تصمیم‌هایی جست‌وجو کرد که امروز، در روزهای پیش از بحران، درباره ســـرمایه‌گذاری، فناوری، نیروی انسانی، شبکه‌های همکاری، زیرساخت و کیفیت نهادها می‌گیریم.

تاب‌آوری چیزی نیست که در روز بحران به اقتصاد اضافه شود؛ ظرفیتی است که باید پیش از بحران ساخته شده باشد.

اگر نرخ ارز به‌سرعت تغییر کند، سرمایه در گردش چه وضعیتی پیدا می‌کند؟ اگر برق یا گاز برای چند روز قطع شود، کدام فعالیت‌ها باید حفظ شوند و کدام‌یک می‌توانند متوقف شوند؟ اگر کانال اصلی فروش از دسترس خارج شود، چه جایگزینی وجود دارد؟ اگر یک نیروی کلیدی سازمان برای مدتی در دسترس نباشد، آیا دانش او در سازمان باقی مانده است؟

آزادی را باید زندگی کرد

درباره «سیاست آزادی» تأمل نکرده‌ایم



کیومرث اشتریان

استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران

چرا باید خواند:
آزادی فقط یک مفهوم سیاسی نیست؛ شیوه‌ای برای زندگی و شرطی برای حکمرانی کارآمد است. این یادداشت به «آزادی درون‌حکومتی» و «آزادی کارشناسی» می‌پردازد و نشان می‌دهد فقدان آزادی چگونه جامعه و نظام تصمیم‌گیری را از امکان گفت‌وگو، یادگیری و اصلاح محروم می‌کند.

آزادی را نباید از تعریف آزادی آغاز کرد

یکی از خطاهای ما در بحث آزادی این است که بلافاصله می‌پرسیم: آزادی یعنی چه؟ این پرسش البته بی‌اهمیت نیست، اما نباید نقطه آغاز بحث باشد. آزادی فقط یک مفهوم برای تعریف کردن نیست؛ آزادی تعهد به یک راه و روش است. آزادی، پیش از آنکه مجموعه‌ای از گزاره‌های نظری باشد، شیوه‌ای برای زندگی‌کردن است.

این البته به معنای کنار گذاشتن نظریه نیست. اتفاقاً برای اینکه آزادی بتواند در جامعه و سیاست عینیت پیدا کند، به تحلیل نظری نیاز داریم. اما حاصل این تحلیل باید تعهد به آزادی باشد، نه صرفاً تولید یک تعریف تازه از آن. آزادی در عمل آموخته می‌شود.

ارسطو می‌گوید نی‌نواز با نواختن نی، نی‌نواز می‌شود و معمار با ساختن، معمار. آزادی‌خواه نیز با آزاد زیستن، آزادی را می‌آموزد. نمی‌توان آزادی را فقط در کتاب‌ها جست‌وجو کرد و انتظار داشت جامعه‌ای که هیچ فرصت تمرینی برای آن نداشته، ناگهان در عمل به جامعه‌ای آزاد تبدیل شود. اما اینجا یک شرط اساسی وجود دارد: نی‌نواز باید فرصتی برای نی‌نواختن داشته باشد. مسئله دقیقاً همین است. اگر فرصت تجربه، گفت‌وگو، انتخاب، نقد و خطا وجود نداشته باشد، چگونه می‌توان انتظار داشت آزادی به یک مهارت اجتماعی تبدیل شود؟

آزادی، محصول زندگی اجتماعی

ارسطو و افلاطون از نخستین متفکرانی هستند که این بحث را در فلسفه سیاسی صورت‌بندی کردند؛ اما آزادی پیش از آنکه در کتاب‌ها نظریه‌پردازی شود، در تجربه اجتماعی انسان‌ها شکل گرفته بود. در آتن، آگورا یا حوزه عمومی بستری برای بازرگانی، دادوستد، چانه‌زنی و مواجهه انسان‌ها با یکدیگر بود. آزادی در خلأ به وجود نمی‌آید. در متن مناسبات اجتماعی و در جایی که انسان‌ها باید درباره منافع، مالکیت، مسئولیت و قواعد زندگی مشترک با یکدیگر مذاکره کنند، تجربه آزادی شکل می‌گیرد. بنابراین آزادی یک محصول اجتماعی نیز هست. اگر جامعه‌ای امکان گفت‌وگو و چانه‌زنی و مشارکت در تصمیم‌های مربوط به زندگی خود را نداشته باشد، حتی اگر درباره آزادی هزاران صفحه کتاب نوشته شود، هنوز فاصله زیادی میان «دانستن آزادی» و «زیستن آزادی» وجود خواهد داشت.

ما به تئوری آزادی نیاز داریم

در ایران درباره آزادی بسیار سخن گفته شده است. از مشروطه به این سو، نویسندگان و فعالان سیاسی و فکری بسیاری درباره آزادی نوشته‌اند و در پی آن بوده‌اند. بنابراین نمی‌توان گفت هیچ اندیشه‌ای درباره آزادی در ایران وجود نداشته است. مسئله جای دیگری است. آنچه کم داریم، تبدیل این اندیشه‌ها به یک گفتمان نظری غنی و انباشته است؛ دانشی که در طول زمان از یک نسل متفکر به نسل بعدی منتقل شود، در دانشگاه و رسانه و جامعه بسط پیدا کند و سرانجام به «دانش عمومی» تبدیل شود. در یک جامعه‌ای که بحث آزادی در آن پخته شده، نظریه‌پرداز تنها نمی‌ماند. پس از او استادان و پژوهشگران دیگر می‌آیند، فعالان سیاسی و روزنامه‌نگاران آن را به زبان عمومی ترجمه می‌کنند و جامعه در فرآیندی تدریجی آن را می‌آموزد و نقد می‌کند. این همان فرآیندی است که در ایران به اندازه کافی شکل نگرفته است.

واژه آزادی نیز در نتیجه همین فقدان، بارها دستکاری و عوام‌زده شده است. گاهی هر گروه سیاسی تعریف خودش را از آزادی ارائه می‌کند و حتی آزادی را به معنای «خودم حاکم باشم» فرو می‌کاهد. این آزادی نیست؛ این جابه‌جایی موقعیت قدرت است. مسئله ما فقط اختلاف بر سر تعریف آزادی نیست؛ مسئله فقدان یک سنت نظری انباشته و یک دانش عمومی درباره آزادی است. حکومت نیز از آزادی نیاموخته است این خلأ فقط متعلق به جامعه نیست. حکومت نیز درباره آزادی تأمل نظری کافی نکرده است. اگر آزادی قرار است یک سیاست عمومی باشد، نمی‌تواند فقط به یک شعار یا یک اصل اخلاقی محدود شود. ما نیازمند چیزی هستیم که بتوان آن را «سیاست آزادی» نامید؛ سیاستی که بتواند نسبت آزادی را با قوای اجرایی، تقنینی و قضایی، رسانه، اقتصاد و جامعه مدنی روشن کند. حکومت‌های مختلف در جهان، طی قرن‌ها، درباره نسبت قدرت و آزادی اندیشیده‌اند. این بحث هنوز هم تمام نشده است. اما در ایران، بحث آزادی اغلب در سطح مجادلات سیاسی یا تعاریف کلی باقی مانده و کمتر به یک سیاست منسجم تبدیل شده است. از همه مهم‌تر، درباره دو مفهوم بسیار مهم تقریباً به اندازه کافی تأمل نکرده‌ایم: آزادی درون حکومت و آزادی کارشناسی. این دو، برای کارآمدی حکومت حیاتی‌اند.

وقتی کارشناس فقط چیزی را می‌گوید که مدیر دوست دارد

یکی از مشکلات نظام‌های دیوان‌سالار را می‌توان با منطق نظریه انتخاب عمومی توضیح داد. انسان‌ها حتی زمانی که در مقام کارمند، مدیر یا کارشناس قرار می‌گیرند، همچنان منافع خود را دارند و ساختارهای اداری نیز می‌توانند تحت تأثیر این منافع قرار گیرند. اما مسئله فقط منفعت‌طلبی نیست؛ مسئله شکل‌گیری یک چرخه بسته اطلاعاتی است. کارمند یا کارشناس به مدیر بالادست خود نگاه می‌کند تا بفهمد او چه چیزی را می‌پسندد. همان چیزی را می‌گوید که احتمالاً برایش پاداش دارد. مدیر نیز به بالادست خود نگاه می‌کند و همین رفتار را تکرار می‌کند. این چرخه تا بالاترین سطوح ادامه پیدا می‌کند. در نهایت، سیستم به جای آنکه اطلاعات واقعی را از پایین به بالا منتقل کند، آنچه را در بالا مطلوب است به پایین و دوباره از پایین به بالا بازتولید می‌کند. در چنین شرایطی، سیستم از نظر عقلانی قفل می‌شود. این همان جایی است که فقدان آزادی درون حکومت اهمیت پیدا می‌کند. اگر کارشناس نتواند نظر متفاوت خود را بیان کند، اگر مدیر نتواند تصمیم مدیر بالاتر را نقد کند و اگر نقد کارشناسی هزینه داشته باشد، حتی بهترین ساختارهای اداری نیز به‌تدریج از واقعیت فاصله می‌گیرند. آزادی فقط برای جامعه نیست؛ برای خود حکومت نیز یک ضرورت عقلانی است. نقد درون‌گفتمانی؛ آزادی برای اینکه سیستم خودش را بشنود آزادی درون حکومت همان چیزی است که می‌توان آن را با تعبیر «نقد درون‌گفتمانی» توضیح داد. هر نظامی برای اصلاح خود نیاز دارد کسانی در درون آن بتوانند بگویند: این تصمیم اشتباه است، این سیاست نتیجه نمی‌دهد، این داده چیز دیگری می‌گوید، این راه‌حل پیامد ناخواسته دارد. اگر این امکان از بین برود، حکومت خودش را از عقول درونی خود محروم می‌کند. در این حالت، مسئله فقط این نیست که جامعه صدای حکومت را نمی‌پذیرد؛ خود حکومت نیز دیگر نمی‌تواند از ظرفیت عقلانی درون خود استفاده کند. به همین دلیل، آزادی کارشناسی نه یک تجمل روشنفکرانه بلکه بخشی از کارآمدی حکومت است.

جامعه مسائلش را در سخنرانی نمی‌فهمد

مسائل اجتماعی را نمی‌توان فقط با سخنرانی برای مردم توضیح داد. شهروند معنای درد خود را در گفت‌وگو می‌فهمد. زمانی می‌تواند بفهمد رنجی که تحمل می‌کند از کجا می‌آید، چه بخشی از

یک سوءتفاهم جدی این است که آزادی را مساوی بی‌نظمی و آنارشی بدانیم. جامعه آزاد به ساختار نیاز دارد؛ حتی بیشتر از جامعه‌ای که همه چیز را با دستور اداره می‌کند. در حوزه اقتصاد، آزادی به معنای این نیست که هرکس هر کاری خواست انجام دهد و هر نوع بنگاه و فعالیتی بدون قاعده شکل بگیرد.

آن اجتناب‌ناپذیر است و چه بخشی محصول تصمیم‌های انسانی است که امکان اصلاح دارند، که بتواند درباره آن حرف بزند.

«بحث آزاد اجتماعی» مدرسه فهم جامعه است. در چنین فضایی، افراد مختلف با دیدگاه‌های متفاوت حرف می‌زنند، با یکدیگر مخالفت می‌کنند، استدلال می‌آورند و مخاطب نیز به تدریج قدرت تشخیص پیدا می‌کند. آزادی خودش نوعی تربیت است.

وقتی من اجازه دارم یک نفر را چند بار بشنوم، استدلالش را بررسی کنم و با او مخالفت کنم، به تدریج می‌فهمم دانش او چقدر است، چه چیزی می‌داند و چه چیزی نمی‌داند. مخاطب در چنین فرآیندی خود به داور تبدیل می‌شود. اما وقتی فضای گفت‌وگو بسته باشد، مردم به جای ارزیابی آزادانه دیدگاه‌ها، ممکن است صرفاً به نقطه مقابل روایت رسمی گرایش پیدا کنند. رسانه‌ای که مردم آن را پس می‌زنند اگر رسانه رسمی نتواند فضای گفت‌وگو ایجاد کند، اعتماد خود را از دست می‌دهد. مردم لزوماً به این دلیل به رسانه‌های بیرونی گرایش پیدا نمی‌کنند که همه حرف‌های آنها را درست می‌دانند. گاهی دلیل ساده‌تر است: می‌خواهند جایی را پیدا کنند که بتوانند صداهای متفاوت را بشنوند. در دوره‌هایی که حتی برای مدتی کوتاه فضای رسانه‌ای بازتر شده و افرادی با دیدگاه‌های متفاوت امکان حضور پیدا کرده‌اند، مخاطب احساس کرده است که می‌تواند راحت‌تر گوش کند و قضاوت کند. این تجربه نشان می‌دهد که آزادی رسانه‌ای فقط برای «گوینده» نیست؛ برای «مخاطب» نیز هست. مخاطب باید بتواند چند روایت را بشنود و خودش تشخیص دهد.

اگر چنین امکانی وجود نداشته باشد، جامعه نه‌تنها رسانه رسمی را پس می‌زند، بلکه ممکن است به‌صورت واکنشی به نقطه مقابل آن گرایش پیدا کند. این مسئله را باید جدی گرفت، زیرا وقتی اعتماد از بین رفت، سخنرانی یک‌طرفه نمی‌تواند آن را بازسازی کند.

توطئه خارجی بدون زمینه داخلی ممکن نیست

تحریم، فشار خارجی، جنگ و عملیات رسانه‌ای خارجی را نمی‌توان از معادلات جامعه ایران حذف کرد. این عوامل واقعی‌اند و بر اقتصاد و زندگی اجتماعی اثر می‌گذارند. اما توضیح همه مسائل با عامل خارجی نیز خطاست.

هیچ توطئه خارجی بدون زمینه داخلی امکان وقوع پیدا نمی‌کند. اگر بخواهیم فقط بیرون را مقصر بدانیم، از پرسش مهم‌تری فرار کرده‌ایم: چه ویژگی‌هایی در ساختار داخلی ما وجود دارد که امکان اثرگذاری این عوامل را افزایش می‌دهد؟ این پرسش به معنای انکار نقش عوامل خارجی نیست؛ اتفاقاً برعکس، برای فهم دقیق‌تر آنها باید زمینه داخلی را شناخت. جامعه‌ای که اعتماد، گفت‌وگو، رسانه مستقل و امکان نقد در آن ضعیف شده باشد، در برابر هر شوک بیرونی آسیب‌پذیرتر می‌شود. بنابراین، پاسخ به فشار خارجی فقط در بیرون از کشور جست‌وجو نمی‌شود. بخشی از پاسخ، بازسازی ظرفیت‌های درونی جامعه و حکومت است.

آزادی و مشارکت: سرمایه‌ای که نباید از بین برود

آزادی بدون نهادهای مشارکت معنا پیدا نمی‌کند. هرگاه دامنه مشارکت سیاسی محدود شود، فقط یک انتخابات کم‌رمق شکل نمی‌گیرد؛ کشور بخشی از سرمایه سیاسی خود را از دست می‌دهد.

رجال سیاسی، مدیران، نمایندگان و نخبگان سیاسی سرمایه یک کشورند. این سرمایه یک‌شبه تولید نمی‌شود. پارلمان یکی از مهم‌ترین مکان‌های پرورش و آزمون این نیروهاست. اگر نسل‌های مختلف نیروهای سیاسی و مدیریتی حذف یا از مشارکت کنار گذاشته شوند، کشور به تدریج با کمبود نیروی سیاسی مواجه می‌شود؛ نوعی «قحط‌الرجال سیاسی».

آزادی و مشارکت از همین زاویه فقط حق فردی نیستند؛ بخشی از ظرفیت حکمرانی‌اند. اصلاح آزادی از همین امروز ممکن است. بحث آزادی الزاماً پروژه‌ای چندصدساله نیست. ممکن است ساختن یک فرهنگ نظری عمیق زمان ببرد، اما برخی اصلاحات نهادی را می‌توان از همین امروز آغاز کرد. یکی از این نقاط، بازاندیشی در سازوکارهای محدودکننده مشارکت سیاسی است. وقتی دامنه انتخاب مردم محدود شود، امکان شکل‌گیری نهادهای نمایندگی واقعی نیز کاهش پیدا می‌کند. در کنار آن، قوه قضاییه باید تضمین‌کننده حقوق و آزادی‌های قانونی باشد. قاضی در صدور حکم، به‌ویژه در پرونده‌های مرتبط با مسائل عمومی و سیاسی، فقط با یک پرونده فردی مواجه نیست؛ احکام قضایی اثر گفتمانی نیز دارند و بر احساس عمومی درباره عدالت و آزادی اثر می‌گذارند.

آزادی اگر در ساختار قضایی، تقنینی و اجرایی دیده نشود، در جامعه نیز به‌صورت پایدار نهادینه نمی‌شود. تفویض اختیار؛ بازگرداندن مسئولیت به نهادها دولت مرکزی قدرتمند برای ایران ضروری است؛ اما دولت قدرتمند با دولت متمرکز در همه حوزه‌ها یکی نیست.

قدرت مرکزی زمانی پایدار است که نهادهای مختلف نیز کارکرد واقعی خود را داشته باشند. قوه مجریه باید امکان اجرای سیاست‌های خود را داشته باشد. مجلس باید بتواند نمایندگی واقعی جامعه را انجام دهد. نهادهای موازی نباید به گونه‌ای عمل کنند که مسئولیت نهایی تصمیم‌گیری مبهم شود. تفویض اختیار به معنای تضعیف دولت نیست؛ برعکس، به معنای روشن شدن مسئولیت‌هاست. وقتی شهروند بداند چه نهادی تصمیم گرفته و چه کسی مسئول آن تصمیم است، امکان پاسخ‌گویی نیز به وجود می‌آید. در غیر این صورت، مسئولیت در ساختاری تودرتو گم می‌شود و هرکس می‌تواند مسئولیت را به دیگری واگذار کند. به رسمیت شناختن نظر کارشناسی یکی از مهم‌ترین اصول اصلاح، به رسمیت شناختن نهادهای رسمی و نظر کارشناسی آنهاست. در سیاست، هیچ تصمیمی تضمین‌شده نیست. ممکن است یک تصمیم در آینده درست از آب درآید و ممکن است اشتباه باشد. سیاست عرصه آزمون و خطاست. اما پیش‌شرط یادگیری از این آزمون و خطا، این است که تصمیم به‌طور رسمی گرفته شود، مسئول آن مشخص باشد و امکان ارزیابی نتیجه وجود داشته باشد.

اگر دستگاه‌های مختلف کارشناسی به جمع‌بندی مشخصی برسند، به جای تخریب و هوچی‌گری باید اجازه داد تصمیم گرفته شود و بعد نتیجه آن ارزیابی شود.

این همان معنای مسئولیت‌پذیری نهادی است. مسئله اصلی این نیست که هر تصمیمی حتماً درست باشد؛ مسئله این است که تصمیم‌گیرنده بتواند تصمیم بگیرد، مسئولیت آن را بپذیرد و جامعه نیز بتواند نتیجه را ارزیابی کند.

آزادی به معنای بی‌نظمی نیست

یک سوءتفاهم جدی این است که آزادی را مساوی بی‌نظمی و آنارشی بدانیم. جامعه آزاد به ساختار نیاز دارد؛ حتی بیشتر از جامعه‌ای که همه چیز را با دستور اداره می‌کند. در حوزه اقتصاد، آزادی به معنای این نیست که هرکس هر کاری خواست انجام دهد و هر نوع بنگاه و فعالیتی بدون قاعده شکل بگیرد. برای توسعه، به بخش خصوصی مولد، بنگاه‌های توانمند و زنجیره‌های تولید و توزیع نیاز داریم. به همین دلیل، باید میان «توده‌ای‌سازی» و «بخش خصوصی واقعی» تفاوت گذاشت. سرمایه‌داری مولد و زنجیره‌ساز می‌تواند بخشی از ظرفیت توسعه باشد، مشروط بر اینکه از رانت و خصولتی‌گری فاصله داشته باشد و در چارچوب قراردادهای روشن، حقوق بنگاه‌های بزرگ و کوچک را هم‌زمان به رسمیت بشناسد. در این نگاه، آزادی اقتصادی نیز نیازمند ساختار است؛ نه رهاشدگی. جامعه ایران ظرفیت سازگاری دارد برای فهم رواداری و سازگاری اجتماعی ایرانیان، لازم نیست همیشه به نزاع‌های بزرگ سیاسی نگاه کنیم. جامعه ایران در زندگی روزمره بارها نشان داده است که می‌تواند تفاوت‌ها را در کنار یکدیگر بنشاند. نمونه‌های فرهنگی فراوان‌اند. وقتی مناسبت‌های مذهبی و نوروز در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، جامعه می‌تواند میان سوگ و جشن، میان آیین‌های متفاوت و میان تجربه‌های گوناگون زندگی، ترکیب‌های تازه‌ای بسازد.

فیلم «گبه» نیز از همین ظرفیت فرهنگی تصویری زیبا ارائه می‌کند: رنگ‌ها و نقش‌های گوناگون در کنار هم قرار می‌گیرند و حتی سوگ، با همه سنگینی خود، به بخشی از بافت زندگی تبدیل می‌شود. اینها فقط روایت‌های فرهنگی نیستند؛ نشانه‌هایی از ظرفیت اجتماعی برای سازگاری‌اند. جامعه ایران قرن‌هاست با تفاوت‌های مذهبی، قومی، فرهنگی و سبک‌های مختلف زندگی کنار آمده است. این ظرفیت را نباید دست‌کم گرفت. مسئله، ساختن امکان آزادی است در نهایت، مسئله آزادی را نباید به یک شعار سیاسی یا یک تعریف فلسفی فروکاست. آزادی هم نظریه می‌خواهد، هم نهاد، هم تمرین اجتماعی.

جامعه باید بتواند آزادانه گفت‌وگو کند؛ دانشگاه باید بتواند نقد کند؛ رسانه باید بتواند روایت‌های متفاوت را عرضه کند؛ کارشناس باید بتواند نظر مخالف خود را بگوید؛ قاضی باید بتواند حقوق قانونی را تضمین کند؛ مجلس باید امکان نمایندگی واقعی داشته باشد و دولت باید بتواند از عقلانیت درونی خود استفاده کند. آزادی زمانی به یک واقعیت اجتماعی تبدیل می‌شود که این اجزا در کنار یکدیگر قرار گیرند. از این منظر، آزادی پروژه‌ای دوردست نیست. از همین امروز می‌توان آن را در نهادها، در رسانه، در سیاست‌گذاری، در اقتصاد، در دانشگاه و در زندگی روزمره تمرین کرد. نی‌نواز با نواختن نی، نی‌نواز می‌شود؛ معمار با ساختن، معمار؛ و آزادی‌خواه با آزاد زیستن، آزادی‌خواه. فقط باید امکان نواختن وجود داشته باشد.

وقتی «ما»های جامعه از هم دور می‌شوند

وفاق اجتماعی چگونه از میان شکاف‌های هویتی عبور می‌کند؟



خالد توکلی

جامعه‌شناس توسعه

چرا باید خواند:
چون تاب‌آوری یک جامعه فقط به توان تحمل بحران وابسته نیست؛ به این بستگی دارد که گروه‌های مختلف جامعه تا چه اندازه می‌توانند به یکدیگر اعتماد کنند، گفت‌وگو کنند و در مواجهه با بحران، کنار هم بایستند.

در صد سال اخیر، پس از نخستین رویارویی‌ها با جهان مدرن، همواره تلاش شده است هویت ملی در ایران برجسته شود و مبنای رفتار شهروندانی قرار گیرد که در مرزهای سرزمینی به نام ایران زندگی می‌کنند. روشنفکران، روزنامه‌نگاران، تحصیل‌کردگان دانشگاهی و سیاستمداران فراوانی برای دستیابی به این هدف تلاش کرده‌اند تا این هویت شکل بگیرد و قوام و دوام داشته باشد. آنچه امروزه در جامعه ایران و در میان مردم این کشور مشاهده می‌شود، اما خلاف آن تلاش‌های گسترده را نشان می‌دهد؛ گسل‌های هویتی متعددی فعال شده و هویت‌های فراتر و فروتری به میدان آمده‌اند که به رفتار افراد سازمان و جهت می‌دهند و بر هویت ملی ارجحیت یافته‌اند.

اکنون این پرسش مطرح می‌شود که در این فرآیند، کجای کار اشتباه بوده است و چرا هویت ملی در مقابل دیگر هویت‌ها به اولویت تبدیل نشده و طرفداران آن با ناکامی مواجه شده‌اند؟

این پرسش فقط درباره هویت ملی نیست. در جامعه‌ای که هویت‌های مختلف نتوانند در کنار تفاوت‌های خود، بر سر منافع و قواعد مشترک به توافق برسند، ظرفیت همکاری جمعی نیز تضعیف می‌شود. در چنین شرایطی، بحران‌های اقتصادی، زیست‌محیطی یا سیاسی می‌توانند شکاف‌های موجود را فعال‌تر کنند و هزینه مواجهه با بحران را افزایش دهند. از این منظر، وفاق اجتماعی فقط یک ارزش سیاسی نیست؛ یکی از مؤلفه‌های ظرفیت جامعه برای مواجهه با بحران نیز هست.

«فواز جرجیس» در کتابی به نام «غرب و ناکامی دموکراسی در خاورمیانه؛ واقعاً چه اشتباهی رخ داد؟» که اخیراً ترجمه و منتشر شده است، تلاش کرده است ناکامی خاورمیانه در دستیابی به دموکراسی و نقش غرب را در این زمینه مورد بحث و بررسی قرار دهد. جرجیس معتقد است در اوایل دهه ۵۰ مردم خاورمیانه در آستانه یک بیداری سیاسی جدید قرار داشته و برای نوسازی جوامع و اقتصادهای خود و اتحاد برای ایجاد آینده‌ای بهتر مصمم بوده‌اند.

وی با اشاره به ظهور شخصیت‌های میهن‌پرستی چون محمد مصدق و جمال عبدالناصر که خواهان استقلال واقعی، حاکمیت سرزمینی، رشد اقتصادی و نوسازی شدند، فرض را بر این می‌گیرد و ادعا می‌کند که «خاورمیانه می‌توانست به‌عنوان گهواره تمدن، به زادگاه مردمانی بااستعداد تبدیل شود و به‌عنوان منطقه‌ای سرشار از منابع طبیعی، آینده‌ای صلح‌آمیز را رقم بزند» (جرجیس، پیشگفتار). اینکه چنین ادعایی درست و مبتنی بر واقعیات خاورمیانه است یا نه، جای بحث فراوانی دارد که در این نوشتار به آن پرداخته نمی‌شود. آنچه مدنظر قرار می‌گیرد، پیامدی است که از رهگذر سیاست آمریکا در خاورمیانه، گریبان این منطقه را گرفته و مشکلات عدیده‌ای را به‌بار آورده است. جرجیس، به نقل از «کوهلی»، به این نکته اشاره می‌کند که «دیدگاه‌های کوتامدت واشنگتن در نهایت نتیجه معکوس به دنبال داشت و علاوه بر تضعیف امنیت جهانی، مانع ظهور و گسترش حکمرانی خوب در خاورمیانه و فراتر از آن شد» (همان: ۲۹). وی در این کتاب می‌خواهد این امر را یادآوری کند «که چگونه مداخلات انگلو-آمریکایی در امور داخلی خاورمیانه، توسعه سیاسی و تغییرات اجتماعی را در این منطقه متوقف و منحرف کرده و آن را به مسیر اشتباهی مانند استبداد، نظامی‌گری و پان‌اسلامیسم سنی و شیعه کشانده است» (همان: ۳۳). این مسیر، در نهایت به رشد سیاست مبتنی بر هویت و سهم‌خواهی فرقه‌ای می‌انجامد و جایگزین توسعه حقوق شهروندی می‌شود.

تردیدی نیست یکی از ویژگی‌های فرقه‌گرایی و سیاست مبتنی بر هویت این است که در چارچوب مرزهای ملی محصور و محدود نمی‌ماند، به‌سرعت مرزها را درمی‌نوردد و وسوسه گسترش و صدور هویت را به دیگر مناطق فعال می‌سازد. ارجحیت هویت‌های منطقه‌ای بر هویت ملی، احتمالاً یکی از نتایج ناخواسته حمایت قدرت‌های بزرگ از حاکمان مستبد در خاورمیانه است. هویت‌ها سیال هستند، به‌سادگی هرچه تمام‌تر، از جامعه‌ای به جامعه دیگر و از گروهی به گروه دیگر سرایت می‌کنند و کنترل آنها در یک کشور و منطقه غیردموکراتیک و توسعه‌نیافته دشوار است. علاوه بر این، توافق میان

نکته‌هایی که باید بدانید

- **اگر اوضاع بر همین منوال باشد، بر اساس پیش‌بینی کارشناسان محیط زیست، بیشتر مناطق مرکزی ایران، قابلیت سکونت را از دست خواهند داد، باید تن به مهاجرت بدهند و در کوتاه‌مدت نیز شاهد تنش میان مناطق مختلف در شهرها و استان‌ها بر سر منابع آب و ... خواهند بود. تنش‌های فرقه‌ای، هم تحت تأثیر عوامل خارجی و هم بر اثر عوامل داخلی، رشد چشمگیری داشته است و هویت‌هایی شکل گرفته‌اند که شفاف‌تر از همیشه برای هم شاخ و شانه می‌کشند و وابستگی خود به هویت‌های فرامرزی را پنهان نمی‌کنند.**
- **در سال‌های قبل از انقلاب، بر اساس ناسیونالیسم تمامیت‌خواه و غیر مدنی در قالب نگرش شرق‌شناسانه و ایرانشهری، برای این‌که مناطق مرزی در ایدئولوژی و هویت مرکز ادغام شوند، به‌طور سیستماتیک، محروم نگاه داشته می‌شدند و از توسعه آن مناطق، ممانعت به‌عمل می‌آمده است.**
- **یکی از ویژگی‌های فرقه‌گرایی و سیاست مبتنی بر هویت این است که در چارچوب مرزهای ملی محصور و محدود نمی‌ماند، به‌سرعت مرزها را درمی‌نوردد و وسوسه گسترش و صدور هویت را به دیگر مناطق فعال می‌سازد. ارجحیت هویت‌های منطقه‌ای بر هویت ملی، احتمالاً یکی از نتایج ناخواسته حمایت قدرت‌های بزرگ از حاکمان مستبد در خاورمیانه است.**

اگر در یک کشور که دارای هویت‌های متکثر است، دموکراسی به محاق برود و هویت ملی بر اساس ویژگی‌ها و منافع یک هویت خاص، تعریف و تبیین شود، هویت‌های مقاومت شکل می‌گیرند و در مقابل آن فعال می‌شوند.

هویت‌ها در یک چارچوب مرزی مشخص که حکمرانی آن خوب نیست، بسیار شکننده و امکان تقابل و برخورد میان آنها یا تأثیرپذیری از هویت‌های دیگر که ممکن است در مرزهای سرزمین دیگری باشند، بسیار زیاد خواهد بود. برای نمونه می‌توان به لبنان و عراق اشاره کرد که توافق مبتنی بر سهم‌خواهی و سیاست هویتی و فرقه‌ای، چگونه امکان نفوذ هویت‌های دیگر را فراهم می‌آورد و فضا را برای تقابل و برخورد میان هویت‌های داخل آن کشورها آماده می‌سازد. عکس این امر نیز صادق است. بدین‌گونه که اگر در یک کشور که دارای هویت‌های متکثر است، دموکراسی به محاق برود و هویت ملی بر اساس ویژگی‌ها و منافع یک هویت خاص تعریف و تبیین شود، هویت‌های مقاومت شکل می‌گیرند و در مقابل آن فعال می‌شوند. در حقیقت، یکی از ویژگی‌های کشورهای غیردموکراتیک این است که با مسئله‌ای به نام «تراکم هویت‌ها» دست به گریبان هستند که به‌نوبه خود زمینه‌ساز برخورد، رفتارهای تبعیض‌آمیز و سیاست‌های شکست‌خورده یکسان‌ساز خواهد بود.

این وضعیت از منظر تاب‌آوری اجتماعی نیز اهمیت دارد. بحران زمانی بیشترین آسیب را ایجاد می‌کند که جامعه از پیش در معرض شکاف و بی‌اعتمادی باشد. در چنین شرایطی، مسئله فقط کمبود منابع نیست؛ مسئله این است که منابع چگونه میان گروه‌ها توزیع می‌شوند، اطلاعات چگونه گردش می‌کند و آیا گروه‌های مختلف جامعه حاضرند برای حل یک مسئله مشترک با یکدیگر همکاری کنند یا نه. جامعه‌ای که پیوندهای اجتماعی آن به حلقه‌های بسته محدود شده باشد، ممکن است درون هر حلقه از همبستگی بالایی برخوردار باشد، اما در سطح کلان برای بسیج منابع و همکاری جمعی با دشواری بیشتری مواجه شود.

نکته دیگری که به لحاظ جامعه‌شناختی حائز اهمیت است این است که اصولاً هویت‌های مطلوب و مناسب برای توسعه دموکراسی، هویت‌هایی هستند که بر اساس «پیوندهای ضعیف» شکل گرفته‌اند. هویت‌های مبتنی بر «پیوندهای قوی» سرمایه اجتماعی درون‌گروهی تولید می‌کنند، منجر به گسترش تعصب، خشونت و ترجیح منافع گروه بر جامعه ملی خواهند شد و از این جهت برای دموکراسی مفید نیستند. در مقابل، در هویت‌های مبتنی بر پیوندهای ضعیف، شبکه‌های ارتباطی مدنی گسترده‌تری شکل می‌گیرند، اطلاعات بیشتری در اختیار فرد قرار می‌دهند و از قدرت بیشتری برای تثبیت دموکراسی برخوردارند.

این تمایز برای فهم تاب‌آوری نیز اساسی است. همبستگی درون یک خانواده، قوم، محله یا گروه اجتماعی می‌تواند در هنگام بحران منبع مهمی برای حمایت باشد؛ اما اگر میان این گروه‌ها ارتباط و اعتماد وجود نداشته باشد، همین شبکه‌های بسته نمی‌توانند به‌سادگی به ظرفیت جمعی تبدیل شوند. بنابراین، تاب‌آوری اجتماعی نه فقط به میزان سرمایه اجتماعی، بلکه به شکل و گستره توزیع آن نیز وابسته است؛ یعنی اینکه اعتماد تا چه اندازه از روابط نزدیک و درون‌گروهی فراتر می‌رود و به روابط میان گروه‌های متفاوت و به اعتماد عمومی تبدیل می‌شود.

این وضعیت یک دور باطل ایجاد می‌کند؛ بدین شکل که از یک سو، حکومت‌های غیردموکراتیک، هویت‌های مقاومت را که پیوندهای قوی افراد را به هم متصل می‌کند فعال می‌سازند و از سوی دیگر، این هویت‌ها نیز قواعد دموکراتیک و اصول آن را نادیده می‌گیرند و مانع از استقرار آن در جامعه می‌شوند.

در یک‌صد سال اخیر که دو انقلاب، یک کودتا و تحولات مختلفی در سطح ملی و مناطق گوناگون در ایران به‌وقوع پیوسته است، به جز سال‌های ابتدایی انقلاب مشروطه، به‌ندرت دموکراسی در صدر مطالبات و برنامه‌ریزی‌های فعالان سیاسی، احزاب سیاسی و حکومت قرار داشته است. این امر موجب شد که هم در مرکز و هم در گوشه‌وکنار کشور، هویت‌هایی برجسته شوند که مبتنی بر پیوندهای قوی هستند و در نتیجه، سرمایه اجتماعی برون‌گروهی که برای برقراری ارتباط، مشارکت عمومی، شکل‌گیری و رشد دموکراسی مناسب است، تضعیف شود. در حقیقت، در تاریخ معاصر ایران که دموکراسی به یک ارزش جهانی تبدیل شده است، انقلاب مشروطه، جدی‌ترین تلاش نظری و عملی برای استقرار دموکراسی واقعی در ایران معاصر است. برای نمونه، دموکراسی مندرج در قانون اساسی مشروطه با تأکید بر تأسیس انجمن‌های ایالتی و ولایتی، بر تنوع اتنیکی و فرهنگی ایران صحه می‌گذارد، برای آن راهکار دموکراتیک ارائه می‌دهد و بدین‌ترتیب مانع از ایجاد استبداد اکثریت می‌شود.

در سال‌های بعد، نادیده گرفتن و در مواردی مخالفت جدی با این بخش از قانون اساسی مشروطه، به بهانه حفظ انسجام ملی و تمامیت ارضی، عادی‌سازی می‌شود تا جایی که یکی از مهم‌ترین دستاوردهای رضاشاه، برخورد غیردموکراتیک و سرکوب حرکت‌هایی ذکر می‌شود که در واکنش و به‌منظور مقاومت در برابر هویت حاکم و یکسان‌گرا برجسته و فعال شده‌اند. نکته قابل توجه در این زمینه این است که راهکار دموکراتیک برای چنین تعارضاتی که عمدتاً در نتیجه هویت‌گرایی و ناسیونالیسم غیرمدنی شکل گرفته‌اند، اکنون نیز ارائه نمی‌شود و همواره سیاست یکسان‌سازی، سرکوب و خشونت، تقدیس و توجیه شده است. این در حالی است که در قانون اساسی مشروطه، راهکار دموکراتیک برای آن تعریف و در نظر گرفته شده است.

جای خالی دموکراسی و فقدان راهکارهای دموکراتیک در مواجهه با تعارض‌ها و تضادهای اجتماعی و سیاسی در نظام سیاسی و فضای روشنفکری ایران، حداقل در صد سال اخیر، موجب شده است هویت‌های فراوانی سربرآورند که عناصر انتسابی هویت و پیوندهای قوی مبنای شکل‌گیری و جهت‌گیری‌های مردم و گروه‌های مختلف اجتماعی باشد. این هویت‌ها بسیار مستعد فرقه‌گرایی و ایجاد تنش و برخورد میان هویت‌های متفاوت هستند؛ به همین دلیل، نهادهای غیردولتی و تشکل‌های مدنی همواره در ضعف و ناتوانی بوده و در تحولات اجتماعی، نسبت به دیگر نیروهای اجتماعی، در حاشیه قرار گرفته و نتوانسته‌اند نقش تأثیرگذاری داشته باشند. در مقابل، هویت‌های دینی، مذهبی، اتنیکی، جنسیتی، عشیره‌ای، منطقه‌ای و... به نیروهای اصلی دستیابی به مزایای ثروت، قدرت و شهرت و تغییر و تحول در یک قرن اخیر تبدیل شده‌اند که نه‌تنها بر روند دموکراتیزاسیون کشور تأثیر منفی داشته‌اند، بلکه هویت‌های مقابل و متعارض با خود را نیز فعال ساخته و امکان رسیدن به توافق، اعتماد متقابل و همزیستی مسالمت‌آمیز را بسیار دشوار کرده‌اند.

در این هویت‌ها، مبنا و عامل اصلی شکل‌گیری، مفاهیم و موضوعاتی مانند آزادی فردی و حقوق بشر نیست، بلکه تعصب، تبعیض و منافع گروهی اولویت می‌یابد و از این روست که برخورد، سرکوب و خشونت بر گفت‌وگو و توافق تقدم و اولویت می‌یابد و برگزاری یک برنامه فرهنگی، خط انتقال آب، اجرای قانون اساسی و... موجب تنش میان گروه‌های مختلف می‌شود.

این وضعیت، از منظر تاب‌آوری اجتماعی، یک مسئله حاشیه‌ای

توسعه پایدار همانند دموکراسی، هویت‌هایی را تقویت می‌کند که پیوندهای ضعیف و اعتماد عام مبنای آنها است و برای حل مسائل و مشکلات، اجرای برنامه‌های توسعه، تشکل‌های مدنی، ابتکار عمل را در دست خواهند گرفت. این نهادها نیز به جای تخاصم و خشونت، به راهکارهای دموکراتیک که متضمن مشارکت جمعی و منافع عمومی باشد، روی خواهند آورد؛ نکته‌ای که توسعه ایدئولوژیک و شرق‌شناسانه از درک آن عاجز است و به جای آن بر تبعیض، کنترل و سیاست محروم‌سازی تأکید می‌ورزند

نیست. بحران‌هایی مانند کم‌آبی، جابه‌جایی جمعیت، رکود اقتصادی یا بلایای طبیعی زمانی به منازعه اجتماعی تبدیل می‌شوند که گروه‌های مختلف نسبت به توزیع منابع، فرصت‌ها و هزینه‌های بحران احساس بی‌عدالتی کنند. در این شرایط، کاهش اعتماد میان گروه‌ها می‌تواند حتی ظرفیت‌های موجود برای حل مسئله را نیز تضعیف کند. بنابراین، یکی از پیش‌شرط‌های جامعه تاب‌آور، وجود سازوکارهایی برای تبدیل اختلاف به گفت‌وگو و تعارض به توافق است؛ نه حذف تفاوت‌ها، بلکه ایجاد امکان مدیریت آنها.

اگر در حاکمیت و یا در میان روشنفکران و فعالان مدنی و اجتماعی، دموکراسی و اهتمام برای حکمرانی خوب اولویت داشت، این هویت‌ها برجستگی نمی‌یافتند و حل‌وفصل منازعات از راه‌های دموکراتیک و نهادهای مدنی و غیردولتی ممکن و میسر می‌گشت.

عامل دیگری که توافق و اعتماد متقابل را سخت و دشوار کرده، «توسعه ایدئولوژیک سیاست‌زده» است. نگاهی ساده و منصفانه بر گذشته و اکنون برنامه‌های توسعه، حضور پررنگ ایدئولوژی و سیاست‌زدگی را در تدوین برنامه‌ریزی و اجرای توسعه نشان می‌دهد. تردیدی نیست که توسعه، همانند دموکراسی، هم هویت‌های مناسب خود را می‌طلبد و هم هویت‌های مناسب خاص خود را به‌وجود می‌آورد. از آنجایی که حکومت در ایران ایدئولوژیک بوده است، به تبع آن، همواره، به هنگام تدوین بودجه، ملاحظات ایدئولوژیک و سیاسی بر چگونگی توزیع منابع مؤثر واقع شده که نتیجه آن توزیع منابع بر اساس هویت بوده است. هویت‌های خودی و مورد قبول حاکمیت از انواع مزایا برخوردار بوده و در مقابل، به‌طور سیستماتیک، هویت‌های «دیگر» از مزایای اجتماعی و توسعه‌ای محروم شده‌اند. برای مثال، نگاه ایدئولوژیک و سیاسی مانع از آن شده است که در کردستان، سیستان و بلوچستان، آذربایجان غربی، خوزستان و... که هویت‌های متفاوت با هویت مقبول حاکم دارند، سرمایه‌گذاری مناسب و متناسب با توسعه انجام پذیرد و بخشی از محرومیتشان کاهش یابد.

در سال‌های قبل از انقلاب، بر اساس ناسیونالیسم تمامیت‌خواه و غیرمدنی در قالب نگرش شرق‌شناسانه و ایرانشهری، برای اینکه مناطق مرزی در ایدئولوژی و هویت مرکز ادغام شوند، به‌طور سیستماتیک محروم نگاه داشته می‌شدند و از توسعه آن مناطق ممانعت به‌عمل می‌آمده است.

این شیوه از برنامه‌ریزی و این گونه از حکمرانی، بیش از آنکه تفاوت‌ها را به‌رسمیت بشناسد و دغدغه سازش و توافق را داشته باشد، در اندیشه تسلط و برتری است. به همین دلیل، هویت‌های مدرن، مسالمت‌جو و مبتنی بر پیوندهای ضعیف نه‌تنها رشد و نمو نمی‌یابند، بلکه هویت‌های مرگبار که از پیوندهای قوی و ایدئولوژیک تغذیه می‌کنند سربرمی‌آورند و برای دستیابی به منابع و منافع به تقابل و تعارض متوسل خواهند شد.

لحاظ کردن نگاه ایدئولوژیک و شرق‌شناسانه در برنامه‌ریزی برای توسعه و توزیع مزایای اجتماعی بر اساس آن، نتیجه عکس به‌بار آورده است: امروزه، حتی در مناطق مرکزی ایران، توسعه بیشتر از همیشه دور از دسترس است؛ توسعه تمرکزگرا، از یک نظر، اکنون بیشتر از هر جای دیگر «مرکز» را با مخاطرات عدیده اجتماعی، زیست‌محیطی، سیاسی، سلامت و نظامی روبه‌رو ساخته است. اگر اوضاع بر همین منوال باشد، بر اساس پیش‌بینی کارشناسان محیط زیست، بیشتر مناطق مرکزی ایران قابلیت سکونت را از دست خواهند داد، باید تن به مهاجرت بدهند و در کوتاه‌مدت نیز شاهد تنش میان مناطق مختلف در شهرها و استان‌ها بر سر منابع آب و... خواهیم بود. تنش‌های فرقه‌ای، هم تحت تأثیر عوامل خارجی و هم بر اثر عوامل داخلی، رشد چشمگیری داشته است و هویت‌هایی شکل گرفته‌اند که شفاف‌تر از همیشه برای هم شاخ و شانه می‌کشند و وابستگی خود به هویت‌های فرامرزی را پنهان نمی‌کنند.

در چنین وضعیتی، بحران‌های آینده را نمی‌توان صرفاً به‌عنوان رخدادهایی اقتصادی، زیست‌محیطی یا امنیتی دید. بحران، هنگامی که با شکاف اجتماعی و ضعف اعتماد عمومی همراه می‌شود، می‌تواند به بازتولید شکاف‌ها و تشدید تعارض‌ها منجر شود. از همین رو، ظرفیت مدیریت تفاوت‌ها و ایجاد پیوندهای اجتماعی میان گروه‌های مختلف، بخشی از زیرساخت نامرئی تاب‌آوری جامعه است؛ زیرساختی که در شرایط عادی شاید کمتر دیده شود، اما در زمان بحران اهمیت آن آشکار می‌شود.

توسعه پایدار نیز همانند دموکراسی، هویت‌هایی را تقویت می‌کند که پیوندهای ضعیف و اعتماد عام مبنای آنها است و برای حل مسائل و مشکلات، اجرای برنامه‌های توسعه، تشکل‌های مدنی ابتکار عمل را در دست خواهند گرفت.

اگر در یک کشور که دارای هویت‌های متکثر است، دموکراسی به محاق برود و هویت ملی بر اساس ویژگی‌ها و منافع یک هویت خاص تعریف و تبیین شود، هویت‌های مقاومت شکل می‌گیرند و در مقابل آن فعال می‌شوند. مسئله اما فقط ظهور هویت‌های مقاومت نیست؛ مسئله مهم‌تر، از دست رفتن ظرفیت گفت‌وگو و همکاری میان هویت‌های مختلف است. جامعه‌ای که نتواند اختلاف‌های خود را در شرایط عادی مدیریت کند، در شرایط بحران با مسئله‌ای دشوارتر روبه‌رو خواهد شد: چگونه می‌توان در لحظه‌ای که نیاز به همکاری جمعی بیش از همیشه است، اعتماد از دست‌رفته را بازسازی کرد؟

از این منظر، وفاق اجتماعی را نباید به معنای حذف تفاوت‌ها یا یکسان‌سازی هویت‌ها فهم کرد. وفاق زمانی شکل می‌گیرد که تفاوت‌ها بتوانند در یک چارچوب مشترک، بدون تبدیل شدن به منازعه دائمی، کنار یکدیگر قرار گیرند. جامعه تاب‌آور جامعه‌ای نیست که در آن همه شبیه یکدیگرند؛ جامعه‌ای است که در آن گروه‌های متفاوت، با وجود تفاوت‌هایشان، هنوز ظرفیت همکاری بر سر مسائل مشترک را حفظ کرده‌اند.

در نهایت، مسئله ایران فقط این نیست که چگونه شکاف‌های اجتماعی و سیاسی موجود را کاهش دهد؛ مسئله این است که چگونه از دل این تفاوت‌ها، اعتماد عمومی، پیوندهای اجتماعی گسترده‌تر و ظرفیت همکاری جمعی بسازد. بدون چنین ظرفیتی، هر بحران تازه می‌تواند شکاف‌های پیشین را فعال‌تر کند و هزینه اجتماعی بیشتری بر جامعه تحمیل کند. اما اگر تفاوت‌ها به رسمیت شناخته شوند، نهادهای مدنی امکان فعالیت پیدا کنند و سازوکارهای گفت‌وگو و توافق تقویت شوند، همین تکثر می‌تواند از یک منبع بالقوه منازعه به بخشی از ظرفیت جامعه برای سازگاری، یادگیری و بازسازی تبدیل شود.

تاب‌آوری، در این معنا، فقط توان ایستادن در برابر بحران نیست؛ توانِ کنار هم ماندن و با یکدیگر عمل کردن در زمان بحران است.

مسئله ایران فقط این نیست که چگونه شکاف‌های اجتماعی و سیاسی موجود را کاهش دهد؛ مسئله این است که چگونه از دل این تفاوت‌ها، اعتماد عمومی، پیوندهای اجتماعی گسترده‌تر و ظرفیت همکاری جمعی بسازد. بدون چنین ظرفیتی، هر بحران تازه می‌تواند شکاف‌های پیشین را فعال‌تر کند و هزینه اجتماعی بیشتری بر جامعه تحمیل کند

منبع

جرجیس، فواز (۱۴۰۳)، «غرب و ناکامی دموکراسی در خاورمیانه؛ واقعاً چه اشتباهی رخ داد؟»، ترجمه زانیار متی‌پور، نشر فرهنگ، سنندج.



صنعت دارو نیازمند درمان

آینده‌نگر در گفت‌وگو با فعالان صنعت دارو و اعضای کمیسیون سلامت اتاق تهران چالش‌های صنعت دارو را بررسی کرد

عکس: رضا معطریان

الزامات تاب‌آوری صنعت دارو در شرایط تحریم چیست؟

گلوگاه زنجیره دارو

فعالان صنعت دارو خواستار تخصیص منابع متناسب با نیاز واقعی این صنعت هستند

مریم بابایی
پژوهشگر اقتصادی

صنعت دارو در حالی که پیش از این نیز با چالش‌های ارزی و نقدینگی روبه‌رو بود، به دلیل شوک‌های ناشی از جنگ و حذف ارز ترجیحی، در شرایطی قرار گرفته که نیازمند توجه ویژه سیاست‌گذار و قانون‌گذار برای رفع موانع و محدودیت‌های داخلی از جمله قیمت‌گذاری دستوری، کمبود اعتبارات، دشواری تامین ارز و فرایند طولانی وصول مطالبات است.

تاخیر در پرداخت مطالبات، مشکلات تامین ارز، کمبود نقدینگی، فرسودگی تجهیزات و چالش‌های قیمت‌گذاری دستوری از مهم‌ترین مشکلاتی صنعت دارو و تجهیزات پزشکی است. با توجه به وضعیت تولید و تامین دارو، فعالان این صنعت به طور جدی خواستار تامین اعتبار متناسب با نیاز واقعی در قانون بودجه سال آینده، پرداخت تسهیلات بانکی به شرکت‌های دارویی، تعیین تکلیف بدهی‌های انباشته و مطالبات شرکت‌ها و ایجاد سازوکارهای فوری برای جلوگیری از کمبود دارو هستند. در حال حاضر بخش قابل‌توجهی از مشکلات حوزه سلامت از جمله کمبود دارو، ناترازی نقدینگی، نارضایتی مردم و شرکت‌ها به مواردی چون انباشت بدهی‌ها، مشکلات تامین ارز و تاخیر در پرداخت مطالبات بازمی‌گردد. از طرف دیگر حذف ارز ترجیحی از اغلب مواد دارویی، صنعت دارو را با افزایش حدود پنج‌برابری هزینه تأمین مواد اولیه مواجه کرده است؛ در حالی که منابع بیمه‌ها متناسب با افزایش قیمت دارو رشد نکرده و فشار بیشتری به بیماران و زنجیره دارو وارد شده است. این در شرایطی است که افزایش قیمت دارو ناشی از یک عامل مشخص نیست و مجموعه‌ای از عوامل ارزی، تولیدی، حمل‌ونقل و تأمین مواد اولیه در شکل‌گیری شرایط فعلی نقش داشته‌اند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد کمبود نقدینگی در صنعت دارو ناشی از سه عامل تورم بالا، نوسانات ارزی و شکاف میان قیمت تمام شده و قیمت مصوب ناشی می‌شود. قیمت داروها توسط دولت (به عنوان تنظیم‌کننده) کنترل می‌شود، اما هزینه‌های تولید (مواد اولیه، بسته‌بندی، انرژی) بر اساس نرخ روز ارز و تورم بالا تغییر می‌کند. از طرفی بزرگ‌ترین منبع نقدینگی در صنعت دارو، مطالبات از سازمان‌های بیمه است. در سال‌های اخیر، تأخیر در بازپرداخت مطالبات بیمه به شرکت‌ها، باعث تشدید کمبود نقدینگی شده است. افزایش هزینه‌های لجستیک و نیروی کار متخصص نیز نیاز به نقدینگی را افزایش داده است. این در حالی است که کمبود نقدینگی مانع اصلی تحقیق و توسعه و توقف پروژه‌های نوآوری در شرکت‌های دارویی است. از طرفی کمبود نقدینگی در صنایع استراتژیک، باعث می‌شود سرمایه‌گذاران از بخش بیوتکنولوژی (که بازگشت سرمایه طولانی دارد) فرار کرده و به سمت بازارهای کوتاه‌مدت بروند.

چالش‌های صنعت دارو

به گفته محمود نجفی عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران، کمبود نقدینگی و تاخیر در پرداخت مطالبات دولت و سازمان‌های بیمه‌گر، فشار قابل توجهی بر شرکت‌های دارویی و سایر حلقه‌های زنجیره دارو وارد کرده و حجم مطالبات انباشته در این بخش به حدود ۲۵۰ همت رسیده است. این حجم از مطالبات، منابع مالی مورد نیاز برای خرید مواد اولیه، پرداخت هزینه‌های تولید و ادامه فعالیت را از چرخه صنعت خارج می‌کند و توان شرکت‌ها برای برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد. در کنار مسئله نقدینگی، تامین ارز نیز همچنان یکی از دغدغه‌های اصلی داروسازان و صنعت داروست و البته، محدودیت‌های تازه در حمل‌ونقل و جابه‌جایی مواد اولیه نیز بر دشواری‌های موجود افزوده است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران همچنین در نشست فعالان حوزه دارو با نمایندگان مجلس، با اشاره به اینکه «بیش از یک سال است که شرکت‌های واردکننده کالای اساسی درگیر تعیین تکلیف مطالبات خود هستند» عنوان کرده در حوزه دارو نیز همین مشکل وجود دارد و لازم است مطالبات شرکت‌هایی که کالا را با روش حداقل اسناد وارد و با قیمت مصوب عرضه کرده‌اند، در قانون بودجه تعیین تکلیف شود. به گفته وی تبدیل ارز ترجیحی به ارز تالار دوم بدون پیش‌بینی منابع ارزی و ریال برای پرداخت مابه‌التفاوت در بودجه ۱۴۰۵ انجام گرفت و تدابیر لازم اتخاذ نشد. نکته حائز اهمیت اینکه، با توجه به شرایط فعلی و اختلالات در مسیرهای حمل‌ونقل، اگر کشور با همان شیوه شرایط عادی اداره شود، تامین کالاهای اساسی از جمله دارو و تجهیزات پزشکی با مشکلاتی مواجه خواهد شد.

همچنین به گفته فعالان این صنعت، یکی از مشکلات اصلی در بحث بودجه، انتقال بخشی از بدهی‌های دولت به سال بعد است. درخواست فعالان این صنعت این است که دولت ملزم شود بدهی‌های خود اعم از ارزی و ریالی را در بودجه لحاظ کند و این بند از بدهی‌ها به سال بعد منتقل نشود. تامین ارز دارو و تجهیزات پزشکی از دیگر چالش‌های این حوزه است. بخشی از این مسئله ناشی از کسری نقدینگی در سال‌های گذشته است که همچنان به سال‌های بعد منتقل می‌شود. از سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳، وزارت بهداشت با پذیرش تعهد تامین‌کنندگان، امکان ترخیص برخی کالاها با حداقل اسناد را فراهم کرد. در این فرآیند، تامین‌کننده، کالا را وارد کشور کرده و به امید دریافت ارز در آینده به طرف خارجی بدهکار شده است؛ به این ترتیب، حدود ۸۰۰ میلیون دلار تعهدات ناشی از ترخیص‌های حداقل اسناد به سال جاری منتقل شده است. فعالان این صنعت تاکید دارند میزان تخصیص ارز متناسب با نیاز واقعی حوزه دارو و تجهیزات پزشکی تعیین و تکلیف تعهدات ارزی سنوات گذشته نیز مشخص شود.

به گفته عباس کبریایی‌زاده، رئیس فدراسیون اقتصاد سلامت ایران، گردش نقدینگی در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی از دیگر مسائل این حوزه است. با وجود مصوبه مجلس مبنی بر این که منابع حاصل از فروش دارو و تجهیزات باید در همان بخش هزینه شود، این مصوبه در بسیاری از دانشگاه‌ها به‌درستی اجرا نمی‌شود. فعالان این صنعت معتقدند دولت ملزم شود منابع حاصل از فروش دارو و تجهیزات پزشکی را مجدداً در همین حوزه هزینه کند تا چرخه نقدینگی آن حفظ شود. همچنین مطالبات قطعی‌شده بیمارستان‌ها، داروخانه‌ها و شرکت‌های تامین‌کننده باید به‌موقع از سوی دانشگاه‌ها پرداخت شود.

این بخش همچنین در حوزه زیرساخت با چالش جدی مواجه است. فعالان این صنعت می‌گویند برای بازسازی، نوسازی و نگهداری زیرساخت‌های بهداشت و درمان، باید از ظرفیت بخش خصوصی بیشتر استفاده شود تا زیرساخت‌های موجود به‌درستی حفظ و توسعه یابد. تامین ماشین‌آلات و قطعات مورد نیاز صنایع دارویی و تجهیزات پزشکی نیز از دیگر گلوگاه‌های این حوزه است که فعالان این صنعت خواستار رفع موانع و اصلاح فرآیندهای موجود هستند. همچنین در حالی که تخصیص ۲۰۰ میلیون دلار ارز (با نرخ ارز آزاد) برای تامین قطعات و ماشین‌آلات داروسازی در سال گذشته در دولت مصوب شده، اما این مصوبه هنوز اجرایی نشده است. این در حالی است که پرداخت تسهیلات به شرکت‌های دارویی و تجهیزات پزشکی از سوی بانک مرکزی به بانک‌های عامل ابلاغ شده و فهرست شرکت‌ها نیز برای دریافت این تسهیلات ارائه شده است، اما به گفته فعالان این صنعت، بانک‌ها در پرداخت تسهیلات سلیقه‌ای عمل می‌کنند و پرداخت آن را به شخص مشتری، میزان رسوب، مانده حساب و گردش مالی شرکت‌ها منوط کرده‌اند.

ریشه تورم در حوزه دارو را نمی‌توان به یک عامل واحد نسبت داد؛ بلکه این یک تورم چندلایه است که از زنجیره تأمین جهانی تا سبد خرید مصرف‌کننده داخلی را در بر می‌گیرد. از آنجا که ایران در بخش مواد اولیه و تجهیزات آزمایشگاهی وابستگی به واردات دارد، هرگونه نوسان در نرخ ارز مستقیماً قیمت تمام شده دارو را بالا می‌برد.

سازوکار «ترخیص با حداقل اسناد» نیز مشکلاتی برای فعالان این صنعت ایجاد کرده است. سازمان برنامه و بودجه اعلام کرده است در صورتی که کالا با نرخ مشخصی در سازمان غذا و دارو قیمت‌گذاری و عرضه شده باشد، بانک مرکزی باید ارز مربوط به آن را با همان نرخ مبنای قیمت‌گذاری تامین کند. با این حال، این رویه به رغم پیگیری‌ها از مراجع مختلف، هنوز اجرایی نشده است. فعالان این صنعت درخواست دارند تکلیف مابه‌التفاوت نرخ ارز و مطالبات شرکت‌ها در بودجه سال آینده مشخص شده و پرداخت علی‌الحساب تعیین و سپس حسابرسی انجام شود.

حجم مطالبات انباشت‌شده حوزه دارو

براساس آخرین گزارش‌ها، حجم کل مطالبات حوزه دارو تا پایان مرداد ۱۴۰۵ به ۲۶۷ همت رسیده که ۱۸۴ همت آن مربوط به داروخانه‌های بخش خصوصی و ۸۲ همت مربوط به مراکز درمانی دولتی است. این وضعیت، به به گفته فعالان صنعت دارو کمر حلقه‌های مختلف زنجیره تأمین دارو از داروخانه تا تولیدکنندگان را شکسته است. بر اساس آخرین گزارش‌ها از وضعیت مطالبات داروخانه‌های کشور از سازمان‌های بیمه‌گر تا ۲۸ شهریور ۱۴۰۵، مجموع مطالبات داروخانه‌ها از محل سهم ارز و سهم سازمان به حدود ۸۴٫۵ همت رسیده است. از مجموع این مطالبات، حدود ۳۴٫۱ همت مربوط به سهم ارز و ۵۰٫۴ همت مربوط به سهم سازمان‌های بیمه‌گر است. بر اساس این گزارش، تأخیر در پرداخت مطالبات داروخانه‌ها در برخی بخش‌ها به چندین ماه رسیده و همچنان بخش قابل توجهی از منابع داروخانه‌های کشور نزد سازمان‌های بیمه‌گر باقی مانده است.

در همین راستا به تازگی رئیس انجمن داروسازان ایران، در نامه‌ای به رئیس سازمان برنامه و بودجه، تاکید کرده عمق تاخیر سازمان‌های بیمه‌گر در پرداخت مطالبات داروخانه‌ها، به بدترین وضعیت طی ۳۰ سال اخیر رسیده است. در این نامه آمده است: بیمه سلامت ۱۰ ماه و بیمه تامین اجتماعی ۷ ماه تاخیر در پرداخت دارند. موسسین داروخانه‌های کشور، زمانی نسخه بیماران را به صورت بیمه‌ای پیچیده‌اند که قیمت دلار کمتر از ۱۰۰ هزار تومان بوده و امروز با دلار ۲۳۰ هزار تومان، هنوز طلب خود از بیمه‌ها را دریافت نکرده‌اند. هم اینک بدهی انباشته سه سازمان بیمه پایه به داروخانه‌ها، از ۸۰ همت فراتر رفته و عدم پرداخت به موقع مطالبات موسسین داروخانه‌ها، سرمایه آنها را به نابودی کشانده است.

بر اساس مباحث مطرح‌شده، پرداخت مطالبات مربوط به سهم ارز و همچنین مطالبات از بیمه‌های پایه به سمت استفاده از اوراق گام یا سایر ابزارهای اعتباری در حال حرکت است، اما مسئله اصلی این است که ذی‌نفعان حوزه داروخانه از جزئیات این طرح اطلاع کافی ندارند. فعالان این حوزه با تأکید بر ضرورت رفع ابهامات اوراق گام برای بخش خصوصی گفت: استفاده از ابزارهای اعتباری و الکترونیکی زمانی می‌تواند به انتظام‌بخشی زنجیره دارو کمک کند که سررسید اوراق، چارچوب قانونی و نحوه اجرای آن برای همه حلقه‌های زنجیره شفاف و قابل پیش‌بینی باشد و این ابزار صرفاً به انتقال بدهی امروز دولت به ماه‌های آینده منجر نشود. کارشناسان این حوزه همچنین با انتقاد از بی‌اطلاعی ذی‌نفعان بخش خصوصی از جزئیات طرح پرداخت مطالبات داروخانه‌ها از طریق اوراق گام تاکید دارند تا زمانی که نحوه اجرا، نرخ تنزیل، سررسید، ضمانت نقدشوندگی و چگونگی پذیرش این اوراق در زنجیره دارو مشخص نشود، نمی‌توان از داروخانه‌های بخش خصوصی انتظار استقبال از این شیوه پرداخت را داشت.

ریشه تورم در حوزه دارو

ریشه تورم در حوزه دارو را نمی‌توان به یک عامل واحد نسبت داد؛ بلکه این یک تورم چندلایه است که از زنجیره تأمین جهانی تا سبد خرید مصرف‌کننده داخلی را در بر می‌گیرد. از آنجا که ایران در بخش مواد اولیه و تجهیزات آزمایشگاهی وابستگی به واردات دارد، هرگونه نوسان در نرخ ارز مستقیماً قیمت تمام شده دارو را بالا می‌برد. این یعنی دارو در ایران، کالایی با ماهیت ارزی است. تحریم‌ها باعث افزایش هزینه‌های مبادلاتی می‌شوند. برای وارد کردن مواد اولیه، شرکت‌ها باید از واسطه‌ها، مسیرهای پیچیده بانکی و هزینه‌های بالای لجستیک استفاده کنند که همگی این هزینه‌های پنهان، در نهایت در قیمت نهایی دارو لحاظ می‌شود. از طرف دیگر افزایش قیمت انرژی، دستمزد متخصصان، بسته‌بندی و حمل‌ونقل در داخل کشور، قیمت تمام شده را به شدت بالا می‌برد. از کارخانه تا داروخانه، چندین واسطه (توزیع‌کننده، داروخانه، بیمه) حضور دارند. هر یک از این حلقه‌ها برای جبران ریسک تورم و هزینه‌های جاری خود، حاشیه سود خود را افزایش می‌دهند که این امر منجر به تورم در قیمت نهایی می‌شود.

وقتی تورم در اقتصاد بالا می‌رود اما قیمت دارو به دلیل کنترل‌های دولتی ثابت می‌ماند، شرکت‌ها دچار تورم کاذب می‌شوند؛ یعنی در ظاهر قیمت ثابت است، اما قدرت خرید آن‌ها با کاهش ارزش پول ملی از بین می‌رود. برای جبران این وضعیت، شرکت‌ها در بلندمدت یا تولید را متوقف می‌کنند یا در اولین فرصت مجاز، قیمت را با جهش روبه‌رو می‌کنند. در دوره‌های بحران، ایجاد احتکار یا محدودیت در عرضه (به دلیل عدم امکان تأمین مواد اولیه) باعث افزایش مصنوعی قیمت‌ها می‌شود.

تبعات قیمت‌گذاری دستوری در صنعت دارو

قیمت‌گذاری دستوری در حوزه دارو، به سیستمی گفته می‌شود که در آن نه نرخ بازار و عرضه و تقاضا، بلکه نهادهای دولتی و سیاست‌گذاران مرکزی، قیمت نهایی هر دارو را تعیین می‌کنند. در این مدل، دولت به جای اجازه دادن به بازار برای تعیین قیمت بر اساس عرضه و تقاضا، قیمت‌ها را از بالا به پایین تعیین می‌کند. این سیاست معمولاً با هدف عدالت در سلامت و دسترس‌پذیری دارو برای اقشار کم‌درآمد انجام می‌شود، اما اگر بدون محاسبه دقیق هزینه‌های تولید و زنجیره تأمین باشد، تبعات شدیدی خواهد داشت.

اگر قیمت تعیین‌شده توسط دولت کمتر از بهای تمام‌شده واقعی (شامل مواد اولیه، بسته‌بندی، انرژی و کارگری) باشد، تولیدکننده داخلی با ضرر مواجه می‌شود. نتیجه این است که شرکت‌ها تولید داروهای پرریسک یا کم‌سود را متوقف می‌کنند. از طرفی وقتی دارو در داروخانه‌ها با قیمت ارزان (دستوری) موجود نیست، تقاضا به بازار غیررسمی منتقل می‌شود. در بازار سیاه، دارو با قیمت‌های بسیار بالاتر از نرخ رسمی فروخته می‌شود که هم قیمت را بالا می‌برد و هم سلامت بیمار را به خطر می‌اندازد. این در حالی است که تولید دارو نیاز به سرمایه‌گذاری سنگین برای تحقیق دارد. قیمت‌گذاری دستوریِ پایین، جریان نقدینگی لازم برای نوآوری را قطع می‌کند و باعث می‌شود کشور به جای تولید داروهای نوآورانه، صرفاً به دنبال تولید داروهای ژنریک (مشابه) باقی بماند.

همچنین وقتی قیمت دستوری پایین‌تر از قیمت جهانی یا قیمت مواد اولیه وارداتی باشد، واردکنندگان و تولیدکنندگان تمایلی به تأمین کالا ندارند. این منجر به صف‌های طولانی دارو و نبود داروهای حیاتی می‌شود. در کشورهایی که مواد اولیه دارو را وارد می‌کنند، قیمت‌گذاری دستوری بدون در نظر گرفتن نرخ ارز، باعث می‌شود واردکنندگان نتوانند هزینه‌های ارزی خود را پوشش دهند و زنجیره تأمین قطع شود. از طرف دیگر برای حفظ حاشیه سود در شرایط قیمت‌گذاری دستوری، تولیدکنندگان ممکن است به ناچار به سراغ مواد اولیه ارزان‌تر یا فرآیندهای تولید با استاندارد پایین‌تر بروند که در بلندمدت سلامت عمومی را تهدید می‌کند. در این شرایط همچنین تولیدکنندگان کوچک و متوسط که توان مقاومت در برابر قیمت‌های پایین را ندارند، از بازار حذف می‌شوند و بازار در دست چند شرکت بزرگ یا انحصاری باقی می‌ماند، که خود باعث کاهش رقابت در آینده می‌شود.

در روش قیمت‌گذاری دستوری، اگرچه هدف عدالت است، اما اگر قیمت پایین باعث شود دارو در بازار نباشد، در واقعیت فقط کسانی به دارو دسترسی پیدا می‌کنند که یا رانت دارند یا می‌توانند در بازار سیاه هزینه کنند. این یعنی عدم دسترسی به جای قیمت ارزان. در همین راستا ضروری است با توجه به تورم بالای ۵۰ درصد و رشد هزینه‌های تولید، اصلاح نظام قیمت‌گذاری دارو در کنار تسهیلات ارزی و گمرکی و تامین نقدینگی مورد نیاز این صنعت و همچنین تسریع در فرایند وصول مطالبات در اولویت سیاست‌گذار قرار گیرد.

دردهای با درمانِ صنعت دارو

تصویر بازار دارویی ایران و جایگاه سازمان غذا و دارو در حکمرانی دارویی کشور



ناصر ریاحی

عضو هیئت‌مدیره فدراسیون سلامت

مقدمه

بـــازار دارویی ایـــران را نمی‌توان صرفـــاً به‌عنوان یک بازار تجاری برای تولیـــد، واردات و عرضه دارو در نظر گرفت؛ بلکه این بازار، یک بازار به‌شـــدت regulated و health-sensitive اســـت که تقریباً تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش آن از تولیـــد ماده اولیه و داروی نهایی، واردات، ثبت و صدور مجوز، قیمت‌گذاری، تخصیص و تأمین، توزیع، عرضه در داروخانه و بیمارستان و نهایتاً پایش پس از عرضه و Pharmacovigilance، تحت تأثیر نظام تنظیم‌گری قرار دارد.

نظر به اینکه در چنین بازاری، وجود یک Regulato-ry Authority قدرتمند، تخصصی و دارای اختیار مشخص، یکی از ارکان اصلی پایداری نظام دارویی محســـوب می‌شود، سازمان غذا و دارو در ایران در همین نقطه قرار گرفته است و از منظر ساختاری، مجموعه‌ای از وظایف گسترده و تخصصی را در حوزه کالاهای سلامت بر عهده دارد.

گزارشات معتبرجهانی[1] نیز بازار ایران را بازاری بزرگ، دارای ظرفیت قابل توجه تولید داخلی، پوشش گسترده سلامت و قابلیت‌های پیشرفته در حوزه‌هایی مانند بیوتکنولوژی توصیف می‌کند؛ در عین حال، محدودیت‌های ارزی، تحریم‌ها، فشارهای تورمی و موانع تجارت خارجی را از مهم‌ترین ریسک‌های بازار می‌داند.

۱ بازار دارویی ایران: بازاری بزرگ، تولیدمحور و به‌شدت تنظیم‌شده

بر اساس آمارنامه دارویی سال ۱۴۰۴[2]، ارزش بازار دارویی ایران حدود ۳۶۸ هزار میلیارد تومان و حجم مصرف حدود ۵۷ میلیارد واحد دارویی گزارش شده است. در همین سال، حدود ۹۸.۹ درصد داروها از نظر تعداد در داخل کشور تولید شـــده‌اند؛ در حالی که سهم داروهای وارداتی از نظر ارزش ریالی حدود ۱۳.۹ درصد بوده است. این تفاوت نشان می‌دهد که اگرچه سهم واردات از نظر تعداد محدود است، داروهای وارداتی، به‌ویژه داروهای تخصصی و ارزشـــمند، همچنان سهم مهمی از ارزش ریالی بازار را تشـــکیل می‌دهند که جایگزینی بدون در نظر گرفتن شرایط واقعی بازار، صرفاً امکان قاچاق دارو و بازار سیاه را تسهیل می‌کند.

بنابراین ســـاختار بازار ایران را می‌توان ترکیبی از تولید داخلی گسترده، واردات انتخاب‌شده، وابستگی بخشـــی به مواد اولیه و زنجیره بین‌المللی، نظام بیمه‌ای و تنظیم‌گری شدید دانست.

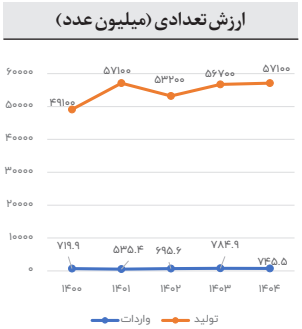
این ســـاختار با توجه بـــه محدودیت‌هـــای ارزی و تحریم‌هـــا، درعین ایجاد محدودیت‌هایی برای ورود محصولات جدید با افزایش ظرفیت تولید داخلی برای استمرار تأمین دارو تلاش می‌کند.

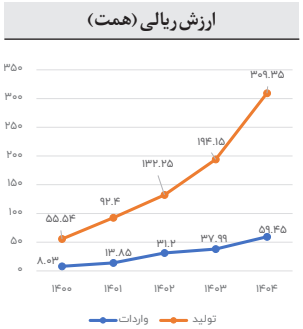
گزارشات نیز به سطح بالای خودکفایی صنعت دارویی ایران و ظرفیت قابل توجه تولید داخلی اشاره می‌کند و این موضوع را یکی از نقاط قوت بازار می‌داند.





بازار دارویی ایران طی ســـال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ از نظر ارزش ریالی رشـــد بسیار چشمگیری داشـــته و از ۶۳.۶ به ۳۶۸.۸ همت رسیده اســـت، در حالی‌که ارزش تعدادی تقریباً ثابت و در محدوده ۵۸–۵۴ میلیارد واحد باقی مانده است.





این شکاف نشان می‌دهد رشد بازار عمدتاً ناشی از افزایش قیمت، تورم و تغییر ترکیب محصولات به سمت داروهای با ارزش بالاتر بوده است.

از نظـــر تعداد، تولید از ۴۹.۱ به ۵۷.۱ میلیارد واحد افزایش یافته، درحالی‌که واردات از ۷۲۰ به ۷۴۵ میلیون واحد رسیده و تقریباً ثابت مانده است و این ثبات نسبی حجم تعدادی بازار در کنار رشـــد شـــدید ارزش ریالی، بیانگر بازاری عمدتاً قیمت‌محور است. محدودیت‌های واردات و سیاســـت‌های تنظیم‌گری نیز می‌توانند از عوامل کنترل رشد حجمی بازار باشند که گاهی حاکی از مداخله‌های ارگان‌های دارای قدرت تصمیم‌گیری است که با هدف اصلی نظام سلامت و سازمان غذا و دارو منافات دارد.

۲ رگولاتوری در ایران؛ از Registration تا Post-Marketing Surveillance

ماهیت بازار دارویی باعث می‌شود Regulatory Affairs صرفاً به ثبت دارو محدود نباشد.

یک نظام رگولاتوری مؤثر باید کل چرخه عمر محصول را پوشش دهد:



R&D / Manufacturing → Registration → Import / Local Production → Pricing → Supply → Distribution → Pharmacy/Hospital → Post-Marketing Surveillance → Pharmacovigilance

در ایران نیز نقش سازمان غذا و دارو در این زنجیره گسترده است. این نقش شامل حوزه‌هایی مانند موارد زیر است:

- ثبت و صدور مجوز محصولات
- کنترل کیفیت
- نظارت بر تولید، واردات و تامین
- صدور مجوز و کنترل فرآیندهای توزیع و عرضه
- قیمت‌گذاری و بازنگری قیمت
- نظارت بر فرآورده‌های سلامت
- کنترل و پایش بازار
- کمیسیون‌های قانونی
- Pharmacovigilance و پایش پس از عرضه دارو
- مدیریت و اولویت‌بندی برخی منابع و سیاست‌های تأمین.

اساسنامه جدید سازمان غذا و دارو نیز دامنه مأموریت سازمان را در چارچوب قوانین و مقررات کالاهای سلامت تعریف کرده و برای سازمان، وظایفی در زمینه همکاری بین‌نهادی، ارتقای اثربخشی فرآیندها، حمایت از مالکیت فکری، منابع ارزی و ریالی و کمیسیون‌های قانونی در نظر گرفته است.

از این منظر، IFDA را باید یک Regulatory Authority در طول کل چرخه عمر محصول دانست، نه صرفاً یک واحد صدور مجوز.

۳ مقایسه با FDA، EMA و TGA؛ سخت‌گیرتربودن لزوماً به‌معنای ضعیف‌تربودن نیست

مقایسه مستقیم سازمان غذا و داروی ایران با FDA آمریکا، EMA اروپا یا TGA استرالیا باید با احتیاط انجام شود، چرا که این نهادها در نظام‌های حقوقی، اقتصادی، بیمه‌ای و تجاری متفاوتی فعالیت می‌کنند.

با این حال، از منظر Regulatory Scope، ایران نیز دارای اجزای اصلی یک نظام تنظیم‌گری دارویی مدرن است:

Quality – Safety – Efficacy – Registration – Manufacturing – Import – Distribution – Pricing – Post-Marketing Control

در برخی حوزه‌ها، فضای رگولاتوری ایران حتی برای شرکت‌های بین‌المللی می‌تواند پیچیده‌تر تلقی شود. گزارش بین‌المللی نیز به پیچیدگی محدودکننده برخی فرآیندهای ثبت، الزامات مربوط به پرونده‌های دارویی، الزامات واردات و کنترل batch اشاره می‌کند.

اما نکته مهم این است که:

Complexity ≠ Lack of Structure

پیچیده بودن محیط رگولاتوری الزاماً به معنای فقدان ساختار نیست.

برعکس، اگر اختیارات قانونی موجود، منابع تخصصی، داده‌های بازار و فرآیندهای تصمیم‌گیری در یک ساختار منسجم قرار گیرند، سازمان غذا و دارو می‌تواند یک Regulatory Authority بسیار قدرتمند و متناسب با شرایط خاص بازار ایران باشد.

۴ یکی از مزیت‌های مهم ایران: کمیسیون‌ها و ساختارهای تخصصی تصمیم‌گیری

یکی از ظرفیت‌های مهم نظام دارویی ایران، وجود کمیسیون‌ها و شوراهای قانونی و تخصصی است.

این ساختارها، در صورت حضور افراد:

- متخصص
- مستقل
- آشنا با بازار
- مسلط به اقتصاد دارو
- آشنا با clinical practice
- آشنا با صنعت و زنجیره تأمین
- آگاه از نیازهای بیماران

می‌توانند شکاف میان Regulation on Paper و Regulation in Practice را کاهش دهند

این موضوع اهمیت زیادی دارد؛ زیرا تصمیم رگولاتوری در حوزه سلامت نمی‌تواند صرفاً بر اساس متن قانون گرفته شود؛ بلکه باید پیامدهای آن بر

Patient Access + Affordability + Supply Security + Quality + Industry Sustainability

نیز مورد توجه قرار گیرد.

گزارش معتبر جهانی حاکی از آن است که IFDA در کنار موضوعات clinical و safety، در ارزیابی داروها با ملاحظات اقتصادی نیز درگیر است و در کنار شورای عالی بیمه یکی از بازیگران اصلی تصمیم‌گیری در نظام دارویی محسوب می‌شود.

بنابراین تقویت Expertise-based Decision Making در این کمیسیون‌ها می‌تواند یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتقای regulatory governance در کشور باشد.

۵ هدف قوانین بالادستی و کلان؛ تقویت دسترسی و affordability

ایران فاقد قانون و ساختار بالادستی در حوزه دارو نیست بلکه برنامه‌های کلان توسعه کشور، قوانین حوزه سلامت، قوانین وزارت بهداشت، مقررات امور پزشکی و دارویی و اساسنامه سازمان غذا و دارو، مجموعه‌ای از چارچوب‌های قانونی را برای سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری ایجاد کرده‌اند.

برای مثال، قانون برنامه هفتم توسعه، دولت را مکلف به برنامه‌ریزی برای نوسازی صنعت دارو و افزایش کیفیت، رقابت‌پذیری، تولید داخل و صادرات کرده و همچنین وزارت بهداشت را مکلف به تدوین اساسنامه سازمان غذا و دارو کرده است.

بنابراین مسئله نبود قانون نیست و چالش مهم، در بسیاری از موارد، نحوه اجرای قانون،

هماهنگی بین دستگاه‌ها و هم‌راستایی تصمیمات مختلف حاکمیتی با یکدیگر است.

۶ چالش اصلی بازار: Regulatory Failure یا Fragmented Governance

یکی از مهم‌ترین نکات در تحلیل بازار دارویی ایران این است که نباید تمام مشـــکلات بازار را مستقیماً به سازمان غذا و دارو نسبت داد. بخش قابل توجهی از مشکلات فعلی، ماهیتی بین‌دستگاهی و کلان اقتصادی دارند. برای مثال:

- **ارز:** تخصیص و انتقال ارز، مستقیماً به سیاست‌های پولی، ارزی و عملکرد بانک مرکزی وابسته است.
- **جنگ و تحریم:** تحریم‌ها بر پرداخت، بانک، بیمه، حمل‌ونقل و روابط تجاری اثر می‌گذارند.
- **قیمت:** قیمت دارو باید میـــان affordability بیمار و sustainability تامین‌کننده تعادل ایجاد کند.
- **بیمه:** حتی اگر قیمت دارو اصلاح شود، تأخیر در پرداخت بیمه‌ها می‌تواند نقدینگی زنجیره را مختل کند.
- **تأمین:** حتی با وجود ثبت و مجـــوز، عدم تخصیص ارز یا اختلال در انتقال پول می‌تواند موجب تأخیر در تامین دارو و مواد اولیه شود.

گزارش‌های بین‌المللی صراحتاً تأکید می‌کند که تمامی عملکردهای تجارت دارویی ایران به زمان تخصیص ارز، ظرفیت اداری و موانع مرتبط با تحریم‌ها حســـاس است، چرا که بخش عمده مواد اولیه مورد استفاده صنعت داخلی نیز وارداتی است.

حتی در ســـال‌های اخیر، گزارش‌های صنعتی از تأخیر چندماهه در تخصیص ارز و افزایش ریسک کمبود دارو خبر داده‌اند؛ این موضوع نشان می‌دهد بخشی از چالش sup-ply chain خارج از اختیار مستقیم Regulatory Authority (IFDA)) قرار دارد.

بنابراین نباید خروجی کل زنجیره دارویی را به‌عنوان KPI عملکرد یک سازمان منفرد تفسیر کرد، زمانی که اختیار و مسئولیت این زنجیره میان چندین نهاد توزیع شده است

۷ مسئله اصلی: تداخل تصمیم‌گیری و تعدد مراکز اثرگذار

یکی از نقاط قابل بهبود در نظام دارویی ایران، Fragmentation of Governance است. سازمان غذا و دارو برای انجام مأموریت رگولاتوری خود نیازمند تعامل با مجموعه‌ای از دستگاه‌هاست؛ اما تعامل با سایر نهادها زمانی بهینه خواهد بود که:

Responsibility ≠ Interference

و

Coordination ≠ Parallel Decision-Making

نهادهای نظارتی، قانون‌گذار، اقتصادی، اجرایی، ارزی، بیمه‌ای و سایر دستگاه‌های مرتبط هرکـــدام نقش مهمی در نظام سلامت دارند؛ اما اگر تصمیمات آنها بدون یک چارچوب هماهنگ و بدون توجه به منطق رگولاتوری بازار دارویی ایران اتخاذ شود، ممکن است نتیجه نهایی با هدف اولیه سیاست‌گذار متفاوت شود.

در چنین شرایطی، سازمان غذا و دارو ممکن است مسئول نتیجه‌ای شناخته شود که تمام ابزارهای لازم برای کنترل آن را در اختیار ندارد.

از همین رو، تقویت استقلال کارشناسی و شفافیت حدود اختیار IFDA، همراه با ایجاد سازوکار هماهنگی بین‌دستگاهی، می‌تواند اثربخشی نظام تنظیم‌گری را افزایش دهد.

این موضوع به معنی حذف نظارت یا کاهش پاسخگویی نیست؛ بلکه به معنی ایجاد یک Governance Model with Clear Accountability است.

۸ بررسی PESTEL بازار دارویی ایران

از منظر تحلیل PESTEL نیز وضعیت بازار نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از ریسک‌های صنعت خارج از کنترل مستقیم IFDA قرار دارد:

اثر بر بازار دارویی	عامل
تحریم، روابط بین‌الملل، سیاست‌های تجاری و امنیت تأمین	Political
تورم، کاهش ارزش ریال، ارز، نقدینگی و توان پرداخت بیمه	Economical
افزایش نیاز درمانی، aging population و affordability بیماران	Social
توسعه بیوتکنولوژی، تولید داروهای پیشرفته و digital health	Technological
الزامات تولید، زنجیره سرد، پسماند و استانداردهای محیطی	Environmental
ثبت، قیمت‌گذاری، تولید، واردات، توزیع، کنترل کیفیت و Pharmacovigilance	Legal/Regulatory

این تحلیل PESTEL نشـــان می‌دهد که Regulatory Authority در مرکز سیستم قرار دارد، اما تمام اهرم‌های سیستم را در اختیار ندارد.

جمع‌بندی: IFDA می‌تواند ستون اصلی حکمرانی دارویی ایران باشد

در مجموع، بازار دارویی ایران بازاری با حجم بالا، پوشش گسترده، ظرفیت تولید داخلی قابل توجه و ساختار رگولاتوری گسترده است.

مشکلات موجود در بازار را نمی‌توان صرفاً به ضعف ساختار سازمان غذا و دارو نسبت داد. بخش مهمی از مشکلات، از برهم‌کنش میان سیاست ارزی، تحریم، تأمین مالی، بیمه، قیمت‌گذاری، تجارت خارجی و تصمیمات چندین دستگاه ایجاد می‌شود.

در عین حال، این موضوع به معنای نادیده گرفتن فرصت‌های اصلاح در IFDA نیست برعکس،تقویت:

Expertise + Transparency + Data-driven Decision Making + Stakeholder Engagement + Regulatory Authority + Inter-agency Coordination

می‌تواند سازمان غذا و دارو را به یک Regulatory Authority قدرتمندتر، چابک‌تر و پاسخگوتر تبدیل کند.

به‌خصوص، استفاده مؤثر از ظرفیت کمیسیون‌های قانونی و تخصصی، با حضور افراد آگاه به علم، اقتصاد، صنعت، بازار، درمان و نیازهای بیمار، می‌تواند کمک کند تصمیمات رگولاتوری نه صرفاً از منظر compliance، بلکه از منظر Patient Access، Affordability، Quality و Supply Security نیز ارزیابی شوند.

بنابراین، راهکار اصلی الزاماً ایجاد ساختارهای جدید نیست؛ بلکه می‌تواند فعال‌سازی مؤثرتر ظرفیت‌های قانونی و تخصصی موجود و مشخص‌تر شدن مرز مسئولیت و قدرت تصمیم‌گیری میان IFDA و سایر دستگاه‌های تصمیم‌گیر باشد.

نتیجه نهایی

ســـازمان غذا و دارو را باید مهم‌ترین و اصلی‌ترین رکن حکمرانی دارویی کشور دانست؛ سازمانی که در صورت برخورداری از اختیار متناسب با مسئولیت، حمایت کارشناسی، استفاده مؤثر از ذی‌نفعان و کاهش تصمیمات موازی و مداخله‌ای خارج از حوزه تخصصی خود، ظرفیت تبدیل شدن به یک Regulatory Authority بسیار قدرتمند و متناسب با شرایط ایران را دارد.

به بیان ساده‌تر:

مسئله اصلی بازار دارویی ایران لزوماً نبود رگولاتوری نیست؛ بلکه یکی از چالش‌های اساسی، هماهنگ نبودن همه اجزای حکمرانی پیرامون رگولاتوری است.

و هرچه مسئولیت، اختیار و پاسخگویی در حوزه تخصصی دارو به شکل شفاف‌تر در کنار یکدیگر قرار گیرند، امکان تصمیم‌گیری سریع‌تر، تخصصی‌تر و مبتنی بر واقعیت بازار افزایش خواهد یافت.

منابع

1. BMI – Fitch Solutions, Iran Pharmaceuticals Report,‘ June 2026
2. https://newpublicbi.fda.gov.ir

صنعت داروسازی ایران طی چند سال اخیر با وجود پاندمی کرونا، جهش نرخ ارز، تحریم، بحران نقدینگی، اختلال در حمل و نقل، جنگ و محاصره دریایی، و انباشت مطالبات از سازمان‌های بیمه‌گر، هیچ‌وقت متوقف نشد و بر تعهد خود برای تامین داروی کشور استوار ماند.

صنعتی که ظرفیت پرواز دارد

توسعه صنعت داروی کشور و اگرهای بسیار



محمد عبده‌زاده
رئیس کمیسیون اقتصاد سلامت اتاق تهران

در جایی که تامین و تخصیص ارز زمانبر است، حمل و نقل با توجه به شرایط تحریم بسیار سخت است، عمق بدهی سازمان‌های بیمه‌گر به حدود یک سال رسیده، نوسانات نرخ ارز کمر تولیدکننده و مصرف‌کننده را شکسته، و بار کسری بودجه دولت بر دوش حوزه دارو و درمان افتاده، آنچه قطعی به‌نظر می‌رسد افزایش کمبود دارو و افزایش قیمت‌هاست

به‌جرئت می‌توان گفت که حوزه دارو و درمان به پشتوانه زیرساخت‌های دارویی، پزشکی و کادر باتجربه دارو و درمان، ضامن استقلال کشور در حوزه سلامت و باعث آرامش خاطر بیماران است. پشتوانه این اعتماد زنجیره عظیم دارو و درمان با ساختاری به شرح ذیل است:

- ۱۶۰ دانشکده پزشکی، داروسازی و دندانپزشکی
- حدود ۵۰۰/۰۰۰ نفر پزشک، پرستار، داروساز و دندانپزشک
- ۶۵۰ شرکت تولیدی دارو، ماده اولیه، داروهای طبیعی و سنتی و مکمل
- ۴۰ شرکت فعال توزیع سراسری دارو
- ۱۱۰۰ بیمارستان
- ۱۸۰۰۰ داروخانه.

این مراکز به صورت شبانه‌روزی و در تمام شرایط مشغول ارائه خدمت به مردم سرافراز ایران بوده، و هیچ‌گاه مشکلات و چالش‌ها را بهانه‌ای برای کاهش ارائه خدمات نمی‌کنند.

توسعه دانشگاه‌های علوم پزشکی، تعدد مراکز درمانی، توسعه شرکت‌های داروسازی در بخش خصوصی، تکمیل زنجیره توزیع و عرضه دارو با افزایش مراکز توزیع استانی همه و همه حوزه دارو و درمان را به یکی از مراکز قوت و تاب‌آور در شرایط جنگ و تحریم تبدیل کرده است.

سال‌های پرالتهاب داروسازی ایران

صنعت داروسازی ایران طی چند سال اخیر با وجود پاندمی کرونا، جهش نرخ ارز، تحریم، بحران نقدینگی، اختلال در حمل و نقل، جنگ و محاصره دریایی، و انباشت مطالبات از سازمان‌های بیمه‌گر، هیچ‌وقت متوقف نشد و بر تعهد خود برای تامین داروی کشور استوار ماند.

صنعتی که هربار با یک بحران تازه روبه‌رو شد، راهی برای ادامه تولید و تامین دارو پیدا کرد.

در طی این سال‌ها، شرکت‌های داروسازی علی‌رغم بحران‌های ارزی، کمبود نقدینگی، قیمت‌گذاری ناکارآمد، تحریم و اختلال در زنجیره تامین، راه‌های مختلفی را برای ادامه فعالیت پیدا کردند، اما هزینه این بقا کاهش بخشی از توان صنعت برای توسعه و آینده‌سازی بهتر بود و در برخی موارد، کاهش دسترسی مردم به دارو.

وضعیت امروز صنعت داروسازی را در سه مورد می‌توان خلاصه کرد «تعهد به تامین داروی کشور، تلاش برای بقا و توسعه».

اینکه با وجود همه گرفتاری‌ها توسعه محصولات و زیرساخت‌ها در صنایع داروسازی به‌خصوص در بخش خصوصی متوقف نشده، ادامه این مسیر به هیچ عنوان ساده نبوده است. بخشی از این دشواری به شرایطی برمی‌گردد که میان مطالبه‌گری، تسهیل تولید، رفع موانع با امکانات و شرایط کشور به‌خصوص در جنگ و تحریم باید به گونه‌ای تعادل ایجاد کرد که هم تامین داروی بیماران دچار مشکل نشود، هم نگرانی و اضطراب در جامعه ایجاد نگردد و هم مسئولین کشور به چالش‌های این بخش واقف شده و شرایط قابل قبول ادامه فعالیت صنعت را فراهم آورند.

عدم قطعیت در تامین مواد اولیه، تشدید کمبود و نگرانی بیماران

باید پذیرفت انعکاس اخبار وقایع جنگ، تحریم و محاصره در رسانه‌های مختلف، تشدید نگرانی، افزایش درخواست برای ذخیره دارو، و افزایش دپوی دارو در داروخانه‌ها، و مسائلی از این قبیل را به‌دنبال خواهد داشت، از طرف دیگر برای جبران این درخواست، ناگزیر تولید و واردات دارو باید افزایش یابد که خود این زنجیره از فرآیند تامین ارز تا واردات دارو و مواد اولیه در بهترین شرایط زمانی بین ۴-۶ ماه به طول می‌انجامد.

وقتی واردات مواد اولیه، حد واسط و جانبی با عدم قطعیت‌های فراوان همراه است، وقتی مشخص نیست ماده اولیه‌ای که حمل شده، کی به‌دست تولیدکننده می‌رسد، چه زمانی و با چه کیفیتی باید تولید شود، با چه هزینه سربار و چه نرخی بهای تمام‌شده آن محاسبه می‌شود، عملاً در زنجیره‌ای فعالیت می‌کنیم که تمام اجزای آن چیزی جز عدم قطعیت نیست و در نهایت بروز این عدم قطعیت‌ها به‌شکل کمبود دارو نمایان می‌شود.

مقصر دانستن صنعت، ساده‌ترین روایت کمبود دارو و فرافکنی است

برای خانواده‌ای که داروی مورد نیاز بیمار خود را پیدا نمی‌کند، تحریم، مشکل ارز، حمل و نقل پوشش، بیمه و... نه پاسخ می‌شود و نه داروی بیمارش. مردم دارو می‌خواهند و همه مشکلات، مشکل تولیدکننده و سیاست‌گذار است که باید حل شود. ولی متاسفانه در اغلب موارد، صنایع متهم اصلی کمبود دارو قلمداد می‌شوند.

در جایی که تامین و تخصیص ارز زمانبر است، حمل و نقل با توجه به شرایط تحریم بسیار سخت است، عمق بدهی سازمان‌های بیمه‌گر به حدود یک سال رسیده، نوسانات نرخ ارز کمر تولیدکننده و مصرف‌کننده را شکسته، و بار کسری بودجه دولت بر دوش حوزه دارو و درمان افتاده، آنچه قطعی به‌نظر می‌رسد افزایش کمبود دارو و افزایش قیمت‌هاست.

صنعتی که ظرفیت پرواز دارد

اگر محدودیت‌ها، تحریم و شرایط اقتصادی کشور بهبود یابد، اگر امکان تولیدات مشترک با کارخانجات بین‌المللی فراهم شود، اگر تبادل استاد و دانشجو توسعه یابد و اگر و اگر...

صنعت داروسازی کشور این پتانسیل را دارد که به تراز تجاری مثبت و توسعه صادرات دست یابد.

امید است با توجه به پتانسیل‌های عظیم نیروهای جوان و کارآمد و وجود زیرساخت‌های علمی و قوی در کشور شاهد شکوفایی صنعت داروسازی و کلیه صنایع تولیدی کشور باشیم.

فرمول نجات صنعت دارو چیست؟

امنیت دارویی، پیش از آنکه قفسه داروخانه خالی شود



هاله حامدی‌فر
مدیرعامل گروه دارویی سیناژن

وقتی دارویی در بازار کمیاب می‌شود، همه به دنبال علت می‌گردند؛ کمبود ارز، تحریم، واردات، توزیع یا تولیدکننده. اما واقعیت این است که کمبود دارو معمولاً روزی آغاز نمی‌شود که بیمار آن را در داروخانه پیدا نمی‌کند. گاهی ماه‌ها قبل، در تأخیر تأمین یک ماده اولیه آغاز شده است. گاهی در تخصیص دیرهنگام ارز، یک تصمیم قیمت‌گذاری، طولانی‌شدن یک فرایند اداری، تغییر یک ضابطه یا تصمیمی درباره واردات. قفسه خالی داروخانه فقط جایی است که نتیجه این زنجیره برای جامعه قابل مشاهده می‌شود.

به همین دلیل، اگر قرار است درباره مشکلات امروز صنعت دارو صحبت کنیم، شاید بهتر باشد به جای پرسیدن «چرا دارو کم شد؟»، سؤال بنیادی‌تری مطرح کنیم: «آیا محیطی ساخته‌ایم که تولیدکننده بتواند تأمین داروی فردا را پیش‌بینی و برای آن سرمایه‌گذاری کند؟» به اعتقاد من، یکی از جدی‌ترین مسائل امروز صنعت داروی ایران دقیقاً همین‌جاست: کاهش قابلیت پیش‌بینی.

تولید دارو با تصمیم‌های کوتاه‌مدت اداره نمی‌شود

تولید دارو، به‌ویژه داروهای بیولوژیک و محصولات دارای فناوری بالا، فرایندی نیست که بتوان آن را متناسب با تصمیمات روزانه روشن و خاموش کرد. آنچه امروز در داروخانه دیده می‌شود، حاصل تصمیم‌هایی است که ماه‌ها و گاهی سال‌ها قبل گرفته شده‌اند؛ از تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری در زیرساخت و تجهیزات گرفته تا خرید مواد اولیه، برنامه‌ریزی تولید، کنترل کیفیت، اخذ مجوزها، آزادسازی محصول و توزیع.

در محصولات پیچیده‌تر، وابستگی زنجیره تأمین نیز فقط به یک ماده مؤثره محدود نیست. استانداردهای مرجع، مواد مصرفی آزمایشگاهی، فیلترها، رزین‌ها، محیط‌های کشت، تجهیزات، قطعات تخصصی و بسیاری از اقلام دیگر باید در زمان مناسب در اختیار تولیدکننده قرار گیرند. اختلال در هر یک از این حلقه‌های زنجیره ممکن است امروز دیده نشود، اما چند ماه بعد اثر خود را در بازار نشان دهد. بنابراین اولین تغییر ضروری در نگاه سیاست‌گذار این است که تأمین دارو را از انتهای زنجیره مدیریت نکند. مدیریت کمبود زمانی که کمبود اتفاق افتاده، با ایجاد امنیت دارویی تفاوت دارد.

قیمت‌گذاری؛ مسئله فقط قیمت امروز نیست

هیچ‌کس نمی‌تواند اهمیت کنترل هزینه دارو برای بیمار و نظام سلامت را انکار کند. در اقتصادی که قدرت خرید خانوار تحت فشار است، سیاست‌گذار نمی‌تواند نسبت به قیمت دارو بی‌تفاوت باشد. اما یک واقعیت اقتصادی نیز نباید فراموش شود: قیمتی که امکان استمرار تولید را از بین ببرد، در نهایت از بیمار حمایت نمی‌کند.

هزینه واقعی تولید دارو، به‌ویژه در محصولات پیشرفته، تنها قیمت ماده اولیه نیست. هزینه کنترل‌های کیفی، استانداردهای آزمایشگاهی، تجهیزات تخصصی، اعتبارسنجی خطوط، نیروی انسانی متخصص، الزامات GMP، زنجیره سرد، مطالعات توسعه‌ای و هزینه‌های مستمر رگولاتوری بخشی از اقتصاد واقعی این صنعت هستند.

وقتی این هزینه‌ها تغییر می‌کنند اما امکان اصلاح متناسب و به‌موقع قیمت وجود ندارد، فاصله‌ای ایجاد می‌شود که در کوتاه‌مدت شاید در آمار قیمت دارو دیده نشود، اما در بلندمدت خود را در کاهش سرمایه‌گذاری، کاهش جذابیت توسعه محصولات جدید و نهایتاً ریسک تأمین نشان می‌دهد. راه‌حل، آزادسازی بی‌قاعده قیمت نیست. صنعت بیش از هرچیز به یک نظام قیمت‌گذاری شفاف، داده‌محور و قابل پیش‌بینی نیاز دارد؛ مدلی که در آن تولیدکننده بداند اگر متغیرهای اصلی هزینه تغییر کردند، قیمت بر اساس چه معیارهایی، در چه زمانی و با چه سازوکاری بازنگری خواهد شد. برای سرمایه‌گذاری، گاهی «قابل پیش‌بینی بودن» حتی از «مطلوب بودن» مهم‌تر است. سرمایه‌گذار می‌تواند با شرایط دشوار برنامه‌ریزی کند؛ اما با شرایطی که قواعد آن دائماً قابل تغییر است، بسیار سخت‌تر می‌تواند تصمیم بلندمدت بگیرد.

حمایت از تولید داخل؛ حمایت از شرکت‌ها یا حفاظت از یک ظرفیت ملی؟

بحث حمایت از تولید داخلی گاهی به اشتباه در دو سوی افراطی قرار می‌گیرد: یا حمایت از تولیدکننده داخلی معادل ایجاد انحصار تلقی می‌شود، یا هر نوع واردات به‌عنوان تهدید تولید داخل دیده می‌شود. هیچ‌کدام الزاماً درست نیست. رقابت سالم برای کیفیت، بهره‌وری و نوآوری ضروری است. واردات نیز در شرایط کمبود یا عدم کفایت ظرفیت داخلی می‌تواند یکی از ابزارهای تأمین بازار باشد.

اما سؤال مهم این است که سیاست واردات بر اساس چه داده‌ای اتخاذ می‌شود؟

فرض کنیم یک شرکت داخلی برای توسعه یک داروی پیچیده، ایجاد زیرساخت، توسعه دانش فنی، انجام مطالعات، ثبت محصول، رعایت الزامات GMP و ایجاد ظرفیت تأمین کشور، سال‌ها زمان و سرمایه صرف کرده باشد. اگر پس از شکل‌گیری ظرفیت کافی داخلی، بدون ارزیابی دقیق میزان نیاز بازار، موجودی، ظرفیت تولید و برنامه تأمین، واردات همان محصول صورت گیرد، مسئله فقط از دست رفتن بخشی از فروش یک شرکت نیست. پیامی که به کل صنعت ارسال می‌شود مهم‌تر است: سرمایه‌گذاری بلندمدت در فناوری دارویی الزاماً مزیت پایدار ایجاد نمی‌کند.

اگر چنین برداشتی در صنعت شکل بگیرد، سرمایه به‌تدریج از پروژه‌های دشوار، پرریسک و بلندمدت فاصله خواهد گرفت؛ درست همان پروژه‌هایی که کشور برای کاهش وابستگی آینده به آنها نیاز دارد. البته حمایت از تولید داخل باید یک قرارداد دوطرفه باشد. تولیدکننده‌ای که از مزیت تولید داخلی برخوردار می‌شود نیز باید در مقابل، نسبت به کیفیت، ظرفیت کافی و استمرار تأمین بازار پاسخگو باشد. بنابراین نه واردات بدون توجه به تولید داخل سیاست مناسبی است و نه حمایت بدون قید و شرط از تولیدکننده.

معیار اصلی باید یک چیز باشد: امنیت تأمین داروی بیمار.

تحریم دارو فقط به‌معنای تحریم خود دارو نیست

یکی دیگر از واقعیت‌هایی که گاهی در تحلیل صنعت دارو ساده‌سازی می‌شود، مسئله تحریم است. ممکن است گفته شود دارو و اقلام بشردوستانه مستقیماً تحریم نیستند؛ اما فعالان صنعت با لایه دیگری از واقعیت مواجه‌اند. محدودیت روابط بانکی، انتقال پول، همکاری برخی تأمین‌کنندگان، حمل‌ونقل، بیمه و دسترسی به بعضی تجهیزات و مواد تخصصی می‌تواند خرید یک قلم مورد نیاز تولید را به فرایندی طولانی و پرهزینه تبدیل کند. در چنین محیطی، تخصیص ارز تنها زمانی کارآمد است که در زمان مناسب انجام شود. برای یک خط تولید، دریافت ارز پس از زمانی که موجودی یک ماده حیاتی به پایان رسیده، لزوماً مشکل را حل نمی‌کند. سفارش‌گذاری، تولید توسط تأمین‌کننده خارجی، حمل، ترخیص، آزمون و آزادسازی هرکدام زمان می‌برند.

بنابراین یکی از مهم‌ترین نیازهای صنعت، نه صرفاً «ارز»، بلکه قابلیت برنامه‌ریزی برای دسترسی به ارز و زنجیره تأمین است.

نمی‌توان از یک صنعت انتظار رفتار بلندمدت داشت، اما محیط تصمیم‌گیری آن را کوتاه‌مدت نگه داشت. اگر قیمت، واردات، ارز، مقررات و زمان فرایندهای اداری برای تولیدکننده دائماً با عدم قطعیت همراه باشد، مدیران شرکت‌های دارویی به جای آنکه بخش بیشتری از زمان و منابع خود را صرف محصول پنج سال آینده کنند، ناچار خواهند بود مسئله پنج هفته آینده را حل کنند.

هزینه پنهان بوروکراسی

نظارت سختگیرانه در صنعت دارو یک ضرورت است. هر محصول دارویی مستقیماً با سلامت انسان ارتباط دارد و نمی‌توان کیفیت، ایمنی یا اثربخشی را قربانی سرعت کرد. اما باید میان سختگیری علمی و پیچیدگی اداری تفاوت قائل شد. امروز تولیدکننده در طول چرخه عمر یک محصول با مجموعه بزرگی از فرایندها مواجه است؛ ثبت و به‌روزرسانی پرونده فنی، IRC، پروانه‌های تولید، GMP، تغییرات محصول و فرایند، مجوز توزیع، قیمت، سیاست‌های ارزی و تجاری و سایر تأییدیه‌های مرتبط.

هر یک از این فرایندها ممکن است به‌تنهایی منطقی باشد. مسئله زمانی ایجاد می‌شود که مجموع آنها به زنجیره‌ای طولانی، غیرقابل پیش‌بینی یا دارای مسئولیت‌های پراکنده تبدیل شود. در صنعت، زمان یک متغیر اقتصادی است. اگر یک ماده اولیه آماده ورود باشد اما مجوز مورد نیاز آن به تأخیر بیفتد، هزینه فقط چند روز انتظار اداری نیست. ممکن است برنامه تولید جابه‌جا شود، موجودی ایمنی کاهش یابد و در نهایت ریسک کمبود محصول افزایش پیدا کند

به همین دلیل یکی از مؤثرترین اصلاحات می‌تواند تعریف و اجرای واقعی زمان استاندارد پاسخ‌گویی یا SLA برای فرایندهای رگولاتوری باشد.

رگولاتور قدرتمند الزاماً رگولاتوری نیســت که فرایندهای بیشتری ایجاد کند؛ رگولاتور قدرتمند نهادی است که سختگیر، علمی، سریع و قابل پیش‌بینی باشد.

مقررات باید با صنعت نوشته شوند، نه برای صنعت

بخش مهم دیگری از مسئله، نحوه تدوین مقررات است. در بسیاری از موارد، آثار واقعی یک مقرره زمانی آشــکار می‌شود که وارد مرحله اجرا شــده است. دلیل آن ساده است: جزئیاتی که روی کاغذ منطقی به نظر می‌رسند، ممکن است در کارخانه، زنجیره تأمین یا بازار نتیجه دیگری ایجاد کنند. به همین دلیل، مشارکت صنعت در سیاست‌گذاری نباید به ارسال نظر پس از انتشار یک ضابطه محدود شود. تشکل‌های حرفه‌ای، انجمن‌های تخصصی، تولیدکنندگان و رگولاتور باید پیش از نهایی‌شدن تصمیماتی که مستقیماً بر تولید و تأمین اثر می‌گذارند، امکان گفت‌وگوی ساختاریافته داشته باشند.

این مشارکت به معنی واگذاری سیاست‌گذاری به صنعت نیست. تصمیم نهایی متعلق به حاکمیت اســت؛ اما تصمیم بهتر، تصمیمی است که پیش از اجرا، اثرات آن در دنیای واقعی سنجیده شده باشد.

صادرات دارو، حلقه‌ای که در سیاست‌گذاری داخلی کمتر دیده می‌شود

صنعت داروی ایران، به‌خصوص در حوزه بیوتکنولوژی، طی سال‌های گذشته نشان داده است که ظرفیت آن محدود به بازار داخلی نیســت. ورود یک محصول دارویی به بازارهای خارجی صرفاً فروش یک کالا نیست. ثبت دارو در کشورهای دیگر، به‌ویژه بازارهای دارای رگولاتوری سختگیرانه، نیازمند ارتقای مداوم کیفیت، مستندسازی، GMP، سیستم‌های کنترل و انطباق با استانداردهای بین‌المللی است.

بنابراین صادرات دارو علاوه بر ارزآوری، یک اثر جانبی بســیار مهم دارد: صنعت داخلی را وادار به رقابت با استاندارد جهانی می‌کند. این ظرفیت باید به‌عنوان یک دارایی ملی دیده شود. اما بازار صادراتی بیش از هر چیز به اعتماد و استمرار نیاز دارد. شرکتی که تعهد تأمین در یک کشور دیگر ایجاد می‌کند، نمی‌تواند هر چند ماه یک‌بار درباره امکان تولید، قیمت‌گذاری داخلی، تأمین مواد یا مقررات صادراتی خود با عدم قطعیت اساسی مواجه باشد.

ســاختن یک بازار صادراتی ممکن است سال‌ها زمان ببرد؛ از دست دادن آن ممکن است تنها چند ماه طول بکشد.

اگر هدف کشور توسعه صادرات غیرنفتی و اقتصاد دانش‌بنیان است، دارو و بیوتکنولوژی باید یکی از مصادیق جدی آن باشد، نه صرفاً یک بند در اسناد سیاستی.

تناقضی که صنعت با آن روبه‌روست

از صنعت داروی ایران انتظار زیادی داریم؛ به‌درســتی هم انتظار داریم. می‌خواهیم نیاز کشور را تأمین کند، وابستگی ارزی را کاهش دهد، کیفیت جهانی داشته باشد، محصولات پیچیده توسعه دهد، تحقیق و توسعه کند، نیروی متخصص تربیت کند، استانداردهای بین‌المللی بگیرد و صادرات داشته باشد. اما تحقق همه این اهداف به سرمایه‌گذاری بلندمدت نیاز دارد. نمی‌توان از یک صنعت انتظار رفتار بلندمدت داشت، اما محیط تصمیم‌گیری آن را کوتاه‌مدت نگه داشت

اگر قیمت، واردات، ارز، مقررات و زمان فرایندهای اداری برای تولیدکننده دائماً با عدم قطعیت همراه باشد، مدیران شرکت‌های دارویی به جای آنکه بخش بیشتری از زمان و منابع خود را صرف محصول پنج سال آینده کنند، ناچار خواهند بود مسئله پنج هفته آینده را حل کنند.

و شاید یکی از بزرگ‌ترین هزینه‌های پنهان وضعیت فعلی همین باشد: منابع مدیریتی و سرمایه‌ای که باید صرف نوآوری شوند، صرف مدیریت عدم قطعیت می‌شوند.

دارو یک کالای عادی نیست، اما صنعت دارو همچنان یک صنعت است

به نظرم بسیاری از اختلاف‌نظرها درباره سیاست دارویی از ندیدن هم‌زمان این دو واقعیت ناشی می‌شود. دارو یک کالای عادی نیست. نمی‌توان دسترسی به آن را صرفا به سازوکار بازار سپرد، زیرا نبود یک دارو ممکن است مستقیماً سلامت یا زندگی یک انسان را تحت تأثیر قرار دهد. اما دارو در عین حال در یک صنعت تولید می‌شود. صنعتی که باید ماده اولیه بخرد، حقوق پرداخت کند، تجهیزات خود را نگهداری و نوسازی کند، استانداردهای سختگیرانه کیفی را رعایت کند، تحقیق و توسعه انجام دهد و برای نسل بعدی محصولات سرمایه‌گذاری کند.

اگر فقط منطق اقتصادی را ببینیم، ممکن است دسترسی بیمار آسیب ببیند. و اگر اقتصاد تولید را نادیده بگیریم، ممکن است چند سال بعد صنعتی باقی نماند که داروی همان بیمار را تولید کند.

هنر سیاست‌گذاری دقیقاً ایجاد تعادل میان این‌دو است.

از مدیریت کمبود به ساختن امنیت دارویی

برای آینده صنعت داروی ایران، شاید بیش از هر چیز به تغییر زاویه نگاه نیاز داریم. به جای اینکه پس از وقوع کمبود به دنبال مقصر بگردیم، باید شاخص‌های هشدار زودهنگام داشته باشیم.

به جای تصمیم‌گیری درباره واردات پس از ایجاد بحران، باید ظرفیت واقعی تولید، موجودی و نیاز آینده بازار را به‌صورت مستمر ببینیم.

به جای مذاکرات موردی درباره قیمت، باید فرمول‌های روشــن و قابل پیش‌بینی داشته باشیم

به جای پیگیری موردبه‌مورد پرونده‌های اداری، باید زمان پاسخ‌گویی فرایندهای رگولاتوری اندازه‌گیری شود.

و به جای آنکه تولیدکننده، واردکننده، رگولاتور، بیمه و سیاســت‌گذار هرکدام بخشی از اطلاعات را در اختیار داشته باشند، تصمیم‌گیری درباره تأمین باید بر یک تصویر مشترک از بازار استوار شود.

در نهایت، مسئله صنعت دارو را نمی‌توان فقط با «حمایت بیشتر» یا «مقررات کمتر» حل کرد. آنچه نیاز داریم حکمرانی بهتر، داده بهتر و تصمیم قابل پیش‌بینی‌تر است.

تجربه سال‌های اخیر نشان داده است که داشتن ظرفیت تولید داروهای پیچیده در داخل کشــور، به‌ویژه در شــرایط بحران، محدودیت ارزی و اختلال زنجیره‌های جهانی، فقط یک دستاورد صنعتی نیست؛ بخشی از زیرساخت امنیت ملی در حوزه سلامت است.

بنابراین ســؤال اصلی سیاست‌گذار نباید فقط این باشد که: داروی امسال را چگونه تأمین کنیم؟ سؤال مهم‌تر این است: چه تصمیمی بگیریم که پنج یا ده سال دیگر نیز در این کشور شرکت‌هایی وجود داشته باشند که توان توسعه، تولید و تأمین داروهای پیچیده را با استاندارد جهانی داشته باشند؟

اگر پاسخ ما فقط معطوف به عبور از کمبود امروز باشد، احتمالاً چند سال بعد دوباره همین مســئله را با هزینه‌ای بیشتر حل خواهیم کرد. اما اگر قیمت‌گذاری، واردات، ارز، رگولاتوری و صادرات را اجزای یک سیاست واحد ببینیم، می‌توانیم از مدیریت روزمره کمبود عبور کنیم و به سمت چیزی برویم که صنعت و بیمار هردو به آن نیاز دارند: امنیت دارویی پایدار.

و شاید تفاوت اصلی یک نظام دارویی تاب‌آور با یک نظام دارویی بحران‌محور همین باشد: کمبود دارو در داروخانه آشکار می‌شود؛ اما امنیت دارویی، سال‌ها پیش و در کیفیت تصمیم‌های ما ساخته می‌شود.

صنعت دارو در مسیر عقب‌ماندگی

سیاست‌گذار باید میان قیمت دارو و هزینه درمان تفاوت بگذارد



هوشمند ایلکا

نایب‌رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات بیوتکنولوژی پزشکی ایران

کمبود دارو دیگر یک هشـــدار فصلی نیســـت. تأمیـــن ارز، نقدینگی، قیمت‌گـــذاری و اختلال در پرداخت‌ها این روزها هم‌زمان روی تولید و دسترسی بیمار فشار می‌آورند، و همین هم‌زمانی است که وضعیت را از یک نگرانی مقطعی به یک بحران ساختاری تبدیل کرده است.

صنعت داروســـازی ایران در ســـال ۱۴۰۵ با انبوهی از مشـــکلات روبه‌روست که به سادگی نمی‌توان آن‌ها را «کمبود موقت دارو» نامید. در خرداد همین سال، شمار اقلام کمبوددار به مرز هزار قلم نزدیک شد؛ هم‌زمـــان فعالان صنعت از تأخیر در تخصیص ارز و فاصله‌ای که میان قیمت واقعی تولید و قیمت فروش افتاده گلایه دارند.

ریشه ماجرا را باید در اقتصاد زنجیره دارو جست‌وجو کرد؛ زنجیره‌ای که از تأمین ارز و ماده اولیه شروع می‌شود و از کارخانه، شرکت پخش و داروخانه، تا بیمه و در نهایت بیمار امتداد می‌یابد. وقتی یک حلقه از این زنجیره دچار اختلال شود، اثرش در حلقه بعدی به شکل افت تولید، کاهش قدرت خرید یا کمبود و گران‌شدن درمان بروز می‌کند. به همین دلیل، بحران دارو کمتر یک مسئله پزشکی است و بیشتر یک معضل اقتصادی و سیاست‌گذارانه.

نقدینگی: گرهی در سراسر زنجیره

یک شرکت دارویی باید مواد اولیه، بسته‌بندی، دستمزد، انرژی و خدمات را همین امروز پرداخت کند، در حالی که پول فروشش را شاید ماه‌ها بعد ببیند. برخی فعالان صنعت از دوره وصول مطالباتی تا حدود ۴۰۰ روز خبر می‌دهند؛ رقمی که برآوردی صنفی است و نمی‌توان آن را به همه شرکت‌ها تعمیم داد، اما به‌خوبی نشان می‌دهد که فروش، لزوماً به معنای بازگشت پول به چرخه تولید نیست.

برای پر کردن این فاصله، تولیدکننده معمولاً به تســـهیلات بانکی روی می‌آورد. هزینه مالی بالا می‌رود، و منابعی که می‌توانســـت صرف تحقیق و توســـعه، نوسازی خطوط یا افزایش ظرفیت شود، به‌جای آن صرف تأمین مالی فروش‌های گذشته می‌شود. صنعتی که سرمایه‌اش در مطالبات معوق گرفتار مانده، عملاً توان چندانی برای سرمایه‌گذاری در آینده ندارد.



تاثیر نرخ ارز بر اقتصاد دارو

تولید داخلی به این معنا نیست که صنعت دارو از ارز بی‌نیاز است. ماده اولیه، مواد جانبی، تجهیزات، قطعات و برخی اقلام تخصصی همچنان وارداتی‌اند. پس افزایش نرخ ارز یا تأخیر در تخصیص آن، حتی بدون هیچ افزایشی در واردات داروی نهایی، به‌تنهایی می‌تواند هزینه تولید داخل را بالا ببرد.

فعالان صنعت بارها نسبت به کاهش منابع ارزی و فاصله میان آنچه پیش‌بینی شده و آنچه واقعاً در دسترس است هشدار داده‌اند، اما تداوم کمبودها نشـــان می‌دهد که صرف تخصیص یک رقم، بدون شفافیت درباره زمان و نحوه دسترسی به آن، مشکل را حل نمی‌کند.

باید میان ارز مصوب، ارز تخصیص‌یافته و ارز قابل اســـتفاده تفاوت گذاشـــت؛ برای یک کارخانه، در عمل فقط مورد سوم اهمیت دارد. تا وقتی زمان و سازوکار دسترسی به ارز روشن نباشد، تولیدکننده چاره‌ای نـــدارد جز افزایش موجودی احتیاطی، تحمل تأخیـــر در تولید، یا در بدترین حالت، توقف خط.

قیمت‌گذاری: تضعیف تولیدکننده

دولت نمی‌تواند و نباید نســـبت به قیمت دارو بی‌تفاوت باشد؛ افزایش قیمت، به‌خصوص برای بیماران مزمن و کم‌درآمد، دسترسی به درمان را محدود می‌کند. اما قیمتی که پایین‌تر از هزینه واقعی تولید تعیین شود هم به همان اندازه ناپایدار است.

در همین سال ۱۴۰۵، گزارش‌هایی از افزایش قیمت برخی داروها منتشر شد، و رئیس سازمان غذا و دارو نیز از افزایش قیمت بخش بزرگی از داروها طی چند مرحله سخن گفت. این روند خودش گواهی است بر این‌که افزایش هزینه مواد اولیه، دستمزد، انرژی، حمل‌ونقل و تأمین مالی را نمی‌توان برای مدت طولانی نادیده گرفت.

اصلاح قیمت باید پیش از آن انجام شود که بحران تولید به بحران کمبود تبدیل شـــود. قیمت‌گذاری دستوری، اگر هزینه واقعی تولید را پوشش ندهد، شاید در کوتاه‌مدت به نفع مصرف‌کننده به نظر برسد، اما در بلندمدت همان چیزی را تهدید می‌کند که قرار بوده حفظش کند: تولید داروهای قدیمی، پرمصرف و کم‌سود.

داروی ارزان همیشه درمان ارزان‌تر نیست

سیاست‌گذار باید میان قیمت دارو و هزینه درمان تفاوت بگذارد. وقتی دارویی با قیمتی پایین‌تر از صرفه اقتصادی تولیدش عرضه شود، دیر یا زود تولیدش متوقف می‌شـــود و بیمار را به سمت جایگزین وارداتی و گران‌تر ســـوق می‌دهد. در چنین حالتی، صرفه‌جویی روی قیمت یک

قیمت‌گذاری دارو باید با درنظر گرفتن هزینه واقعی تولید، شرایط تأمین مواد اولیه و قیمت نمونه وارداتی انجام شود و فاصله غیرمنطقی قیمت داروی داخلی با نمونه‌های خارجی، تداوم فعالیت اقتصادی تولیدکنندگان را با مشکل مواجه می‌کند.

قلم دارو، هزینه کل نظام سلامت را کاهش نداده؛ فقط جابه‌جایش کرده است.

از همین‌رو، حمایت از بیمار از مسیر بیمه منطقی‌تر از تحمیل قیمت غیرواقعی به تولیدکننده است. تجربه طرح دارویار هم همین را نشان داد: اصلاح قیمت بدون اصلاح جریان پرداخت، فقط محل بحران را جابه‌جا می‌کند. وقتی منابع بیمه‌ای به‌موقع پرداخت نشود، فشار مالی دوباره به تولیدکننده، شرکت پخش و داروخانه برمی‌گردد.

سرمایه‌گذاری، در حال توقف

ساخت یا نوسازی یک خط تولید، و توسعه هر محصول جدید، به چشم‌اندازی چندساله درباره نرخ ارز، قیمت محصول، دسترسی به مواد اولیه و ثبات مقررات نیاز دارد. وقتی این متغیرها بی‌ثبات باشند، سرمایه‌گذار طبیعتاً محتاط‌تر می‌شود.

اثر این احتیاط را نمی‌توان فوری در بازار دید. کارخانه‌ای که امروز همچنان تولید می‌کند، ممکن است چند سال بعد باشد که نبود تجهیزات نوسازی‌شده، ظرفیت اضافه و محصولات تازه‌اش را نشان دهد. بحران سرمایه‌گذاری امروز، همان بحران داروی فرداست، و فعالان صنعت بارها نسبت به اثر شرایط اقتصادی کنونی بر تصمیم‌های سرمایه‌گذاری هشدار داده‌اند.

صادرات: ظرفیت مغفول

موقعیت جغرافیایی و ظرفیت تولیدی ایران، زمینه حضور در بازارهای منطقه‌ای را فراهم کرده، اما صادرات دارو پیش‌شرط‌های خودش را دارد: ثبت محصول، استانداردهای کیفی، انتقال پول، بیمه صادرات و سیاستی روشن برای بازگشت ارز. بدون ثبات در مقررات، حضور پایدار در بازار منطقه دشوار است.

صادرات موفق می‌تواند مقیاس تولید را بالا ببرد، هزینه متوسط را پایین بیاورد و انگیزه سرمایه‌گذاری در کیفیت و فناوری را تقویت کند. به همین دلیل صادرات را باید بخشی از استراتژی توسعه صنعت دید، نه فعالیتی جانبی یا راهی موقت برای جبران ضعف بازار داخلی.

مسئله امروز، تصمیم درباره فرداست

بحران صنعت دارو محدود به چند شرکت یا چند قلم دارو نیست؛ آینده توان تولیدی و فناورانه کشور هم به تصمیم‌های همین امروز گره خورده است. تولیدکننده‌ای که با عدم قطعیت ارزی، قیمت‌گذاری نامتناسب، هزینه مالی سنگین و تأخیر در وصول مطالبات دست‌وپنجه نرم می‌کند، شاید بتواند برای مدتی تولید را سرپا نگه دارد، اما توان توسعه‌اش رفته‌رفته تحلیل می‌رود.

انتخاب نباید میان داروی ارزان امروز و دسترسی فردا باشد. آنچه لازم است مدلی است که در آن تولیدکننده با سود منطقی کار کند، بیمار هزینه‌ای قابل تحمل بپردازد، و منابع محدود دولت هدفمند صرف شود. صنعت دارو به حمایت صرف نیاز ندارد؛ به ثبات، پیش‌بینی‌پذیری، قیمت‌گذاری اقتصادی و یک سیاست صنعتی بلندمدت نیاز دارد. اگر این اصلاحات رخ ندهند، هزینه‌اش را نه‌فقط در صورت‌های مالی شرکت‌ها، که در قفسه داروخانه، در نسخه پزشک، در هزینه خانوار و در سلامت بیماران هم خواهیم دید.

صنعت دارو، بیش از یک بسته نجات کوتاه‌مدت، به قراردادی تازه میان دولت، بیمه، صنعت و بیمار نیاز دارد؛ قراردادی که در آن هیچ‌یک از این چهار ضلع، هزینه ناکارآمدی دیگری را به دوش نکشد.

نه تولیدکننده راضی است نه مصرف‌کننده

محدودیت‌های تجاری و طولانی‌ترشدن زنجیره تأمین دارو



عباس کبریایی‌زاده

رئیس هیئت‌مدیره فدراسیون اقتصاد سلامت

تغییر سیاست‌های ارزی بدون اصلاح هم‌زمان قیمت‌ها، می‌تواند به اختلال در زنجیره تأمین و کمبود کالا منجر شود. افزایش نیاز شرکت‌ها به نقدینگی برای تأمین ارز، در کنار عدم رشد متناسب اعتبارات سازمان‌های بیمه‌گر و طولانی شدن دوره وصول مطالبات از بیمارستان‌ها و داروخانه‌ها، چرخه‌ای از فشار مالی را در این صنعت ایجاد کرده است.

در حوزه دارو، مسئله دیگری که وجود دارد، قیمت‌گذاری دستوری و قیمت نهایی دارو برای مصرف‌کننده است.

در حال حاضر نوعی عدم تعادل در این بخش ایجاد شده است؛ به‌گونه‌ای که نه مصرف‌کننده از قیمت دارو در بازار رضایت دارد و نه شرکت تولیدکننده می‌تواند سود لازم را از فعالیت خود به‌دست آورد

دولت باید بر قیمت کالاهای سلامت نظارت داشته باشد و اصل کنترل قیمت مورد قبول است؛ اما این کنترل باید منطقی و متناسب با واقعیت‌های اقتصادی تولید باشد. نمی‌توان قیمت داروی تولید داخل را بدون توجه به هزینه‌های تولید و در مقایسه با قیمت داروی وارداتی تعیین کرد. برای مثال، مواردی وجود دارد که قیمت داروی تولید داخل تنها پنج درصد قیمت نمونه وارداتی آن است. حتی اگر فرض کنیم قیمت داروی تولید داخل باید پایین‌تر از داروی وارداتی باشد، چنین فاصله‌ای در قیمت‌گذاری منطقی نیست. ما معتقدیم دولت باید بر قیمت کالاهای سلامت نظارت کند، اما این نظارت باید منصفانه و مبتنی بر یک منطق اقتصادی مشخص باشد.

قیمت‌گذاری دارو باید با درنظر گرفتن هزینه واقعی تولید، شرایط تأمین مواد اولیه و قیمت نمونه وارداتی انجام شود و فاصله غیرمنطقی قیمت داروی داخلی با نمونه‌های خارجی، تداوم فعالیت اقتصادی تولیدکنندگان را با مشکل مواجه می‌کند. نمی‌توان انتظار داشت داروی ایرانی با قیمت بسیار پایین‌تر از نمونه مشابه ترکیه‌ای یا هندی عرضه شود و در عین حال، تولیدکننده نیز بتواند فعالیت اقتصادی خود را ادامه دهد.

از سوی دیگر، زمانی که قیمت دارو و کالاهای پزشکی افزایش پیدا می‌کند، اعتبارات سازمان‌های بیمه‌گر نیز باید متناسب با آن افزایش یابد. در غیر این صورت، فشار هزینه‌ای در نهایت به مصرف‌کننده منتقل می‌شود و پرداخت از جیب مردم افزایش پیدا می‌کند. یکی از دلایل نارضایتی مردم از وضعیت موجود نیز همین افزایش پرداخت از جیب است. زمانی که اعتبارات بیمه‌ای متناسب با افزایش قیمت کالاهای سلامت رشد نمی‌کند، سهم بیشتری از هزینه درمان بر دوش خانوار قرار می‌گیرد. بنابراین، اصلاح قیمت دارو بدون اصلاح همزمان منابع و اعتبارات بیمه‌ای نمی‌تواند به تعادل در بازار سلامت منجر شود

در حال حاضر نوعی عدم تعادل در این بخش ایجاد شده است؛ به‌گونه‌ای که نه مصرف‌کننده از قیمت دارو در بازار رضایت دارد و نه شرکت تولیدکننده می‌تواند سود لازم را از فعالیت خود به‌دست آورد

ریشه تورم حوزه دارو

تورم حوزه دارو و تجهیزات پزشکی را باید حاصل سه عامل دانست: اول، سیاست‌های ارزی و کاهش تدریجی ارز ترجیحی؛ دوم، کسری

مزمن منابع ارزی که سال‌به‌سال منتقل شده است؛ و سوم، تورم داخلی اقتصاد کشور. این سه عامل در کنار هم باعث شده‌اند قیمت دارو در سال‌های اخیر افزایش یابد.

باید توجه داشت وقتی قیمت نهاده‌های تولید، دستمزدها، انرژی و خدمات عمومی افزایش پیدا می‌کند، نمی‌توان انتظار داشت دارو از این روند جدا بماند. حتی در مقایسه با کالاهایی مثل مرغ یا گندم، ساختار مشابهی وجود دارد. در این کالاها نیز تنها بخشی از هزینه تحت تأثیر ارز است و بخش عمده به هزینه‌های داخلی مربوط می‌شود. شاخص‌های تورمی که توسط بانک مرکزی یا مرکز آمار اعلام می‌شود، بر اساس یک سبد مشخص و محدود از داروها و تجهیزات محاسبه می‌شود. این سبد کل بازار دارو را پوشش نمی‌دهد. ما در کشور بیش از ۱۰ هزار قلم دارو داریم. بنابراین ممکن است یک شاخص رسمی عددی پایین‌تر یا متفاوت از واقعیت بازار برخی داروها نشان دهد. در عمل، تجربه بازار و گزارش شرکت‌ها نشان می‌دهد فشار قیمتی بسیار بیشتر از اعداد رسمی است.

در حوزه دارو باید دقت کنیم که ساختار هزینه‌ای کاملاً مشخص است. برخلاف تصور عمومی، ارز ترجیحی یا ارز رسمی تنها بخشی از قیمت تمام‌شده دارو را تشکیل می‌دهد. در داروهای شیمیایی حدود ۳۰ درصد هزینه‌ها مربوط به مواد اولیه و مواد مؤثره‌ای است که با ارز تأمین می‌شود. اما حدود ۷۰ درصد دیگر، تحت تأثیر هزینه‌های داخلی است؛ یعنی حقوق و دستمزد، انرژی، حمل‌ونقل، هزینه‌های سربار، خدمات دولتی، تعرفه‌ها و مجموعه‌ای از هزینه‌هایی که کاملاً تابع تورم داخلی هستند. بنابراین وقتی در اقتصاد کشور ۴۰ تا ۵۰ درصد تورم در هزینه‌های عمومی مثل دستمزد یا انرژی رخ می‌دهد، این بخش ۷۰ درصدی به‌طور مستقیم قیمت دارو را بالا می‌برد. این نکته‌ای است که معمولاً کمتر به آن توجه می‌شود.

بنابراین تورم دارو نه ناشی از یک عامل واحد، بلکه نتیجه مجموعه‌ای از سیاست‌های ارزی، کسری منابع، و تورم داخلی است. سرکوب قیمتی در سال‌های گذشته، فنری را در بازار دارو فشرده کرده که اکنون در قالب افزایش قیمت‌ها و کمبودهای مقطعی در حال تخلیه است. وقتی دولت هزینه‌هایی مثل برق، گاز، خدمات، مجوزها و حتی تعرفه‌های سازمان‌های مختلف را افزایش می‌دهد، این هزینه‌ها در حسابداری تولید اثر مستقیم دارد. یک شرکت دارویی نمی‌تواند مستقل از اقتصاد کشور فعالیت کند. وقتی قیمت انرژی چند برابر می‌شود، یا هزینه‌های گمرکی و خدمات دولتی بالا می‌رود، طبیعی است که قیمت تمام‌شده افزایش پیدا کند. این یک رابطه ساده حسابداری است؛ نمی‌توان یک جزء از هزینه را کنترل کرد و انتظار داشت کل قیمت ثابت بماند.

در سال‌های گذشته یک سیاست مهم اجرا شد که من از آن به‌عنوان «سرکوب قیمتی» یاد می‌کنم. یعنی از یک طرف نرخ ارز تغییر کرد یا بخشی از ارز ترجیحی حذف شد، اما از طرف دیگر اجازه اصلاح قیمت به دارو داده نشد. نتیجه این شد که یک فنر قیمتی فشرده ایجاد شد. دولت و برخی نهادها اعلام می‌کردند قیمت دارو نباید افزایش پیدا کند، در حالی که هزینه‌های تولید به‌طور واقعی در حال رشد بود. این وضعیت نهایتاً در شش ماه دوم سال گذشته خودش را نشان داد. وقتی شرکت‌ها نتوانستند با قیمت‌های قبلی ادامه دهند، کمبودها شروع شد و دولت ناچار شد به سمت اصلاح قیمت‌ها حرکت کند.

بر اساس محاسباتی که در مرکز تحقیقات اقتصاد سلامت و همچنین بررسی‌های سازمان غذا و دارو انجام شد، عددی که برای اصلاح قیمت‌ها به دست آمد حدود ۹۴ تا ۹۷ درصد بود. در مقابل، برخی تشکل‌های صنفی عددی حدود ۱۴۰ درصد را مطرح می‌کردند. در نهایت تصمیم سیاست‌گذار این بود که به‌صورت میانگین حدود ۴۸ تا ۵۰ درصد افزایش قیمت اعمال شود. این عدد البته میانگین است؛ یعنی برخی داروها کمتر و برخی بیشتر افزایش قیمت داشتند.

وقتی ارز ترجیحی از حدود ۲۸۵۰۰ تومان به سطوح بالاتر منتقل شد، اثر مستقیم آن بر قیمت مواد اولیه دارویی قابل اجتناب نبود. در برخی موارد حتی مواد مؤثره دارویی با نرخ‌های نزدیک به ارز آزاد تأمین شد. طبیعی است که چنین تغییری اثر قابل توجهی بر قیمت تمام‌شده بگذارد. نکته مهم این است که این تغییرات به‌صورت تدریجی و قابل پیش‌بینی انجام نشد، بلکه در برخی مقاطع با شوک همراه بود.

در حال حاضر بخشی از داروهای وارداتی همچنان ارز ترجیحی دریافت می‌کنند، به‌ویژه داروهای خاص مانند داروهای بیماران صعب‌العلاج یا پیوند. اما باید توجه داشت که حجم این داروها نسبت به کل بازار محدود است. در نتیجه، تغییرات قیمتی در این بخش‌ها ممکن است شدید باشد، اما اثر آن در کل سبد دارویی کشور محدود است. در سال‌های گذشته تخصیص ارز دارو و تجهیزات پزشکی حدود ۳٫۵ میلیارد دلار بود، اما به‌تدریج کاهش یافت و در برخی سال‌ها به زیر ۳ میلیارد دلار رسید. در همین زمان، بدهی‌هایی نیز به شرکت‌های دارویی و تجهیزات پزشکی منتقل شد. بخشی از این بدهی‌ها ناشی از استفاده از اعتبار سازمان غذا و دارو برای ترخیص کالا بود؛ یعنی شرکت‌ها کالا را وارد می‌کردند اما ارز آن بعداً تسویه می‌شد. این چرخه باعث ایجاد بدهی انباشته شد که در برخی برآوردها به چندصد میلیون دلار رسیده است.

در پایان باید گفت این صنعت توانایی تامین بازار را دارد. اما در شرایط محدودیت‌های تجاری و ارزی، تأمین دارو، تجهیزات پزشکی و مواد اولیه وارداتی دشوارتر و پرهزینه‌تر شده و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل و انتقال پول، هزینه تمام‌شده کالا را بالا برده است. طولانی‌تر شدن زنجیره تأمین و دوره گردش کالا نیز فشار مضاعفی بر نقدینگی شرکت‌ها وارد کرده و استمرار تأمین را با چالش مواجه ساخته است؛ هرچند تجربه صنعت سلامت از مدیریت شرایط بحرانی و جنگ‌های گذشته، همچنان پشتوانه‌ای برای حفظ جریان تأمین محسوب می‌شود.

در حال حاضر بخشی از داروهای وارداتی همچنان ارز ترجیحی دریافت می‌کنند، به‌ویژه داروهای خاص مانند داروهای بیماران صعب‌العلاج یا پیوند. اما باید توجه داشت که حجم این داروها نسبت به کل بازار محدود است



هرچه ساخت یک محصول دشوارتر، سرمایه‌برتر و دیریاب‌تر باشد سازوکار قیمت‌گذاری آن را سنگین‌تر جریمه می‌کند. منشا این تبعیض خصومت با فناوری نیست؛ در این است که دشواری ساخت در هیچ موضعی از سازوکار قیمت‌گذاری متغیری تعریف‌شده ندارد و آنچه در سازوکار دیده نشود در عمل علیه خود عمل می‌کند.

بیماری نظم دارد، سیاست نه

درباره صنعتی که تقاضایش پیش‌بینی‌پذیر است و قاعده حاکم بر آن نیست

سیاوش افتخاری
فعال صنعت دارو

بررسی مصرف دارو در ایران، در سطح استان و در مقیاس ماهانه به نتیجه‌ای می‌رسد که با تصور رایج از این بازار نمی‌خواند. آنچه انتظار می‌رود آشوب باشد در عمل نظم است. الگوی مصرف دارو در این کشور ساختاری دارد که بیش از آنکه به ساختار یک بازار بماند به ساختار یک اقلیم شبیه است. سهم گروه‌های درمانی در استان‌های همجوار به هم نزدیک است. کرانه شمالی بار متابولیک متمایز خود را دارد و نوار شرقی الگویی دیگر. این همسانی‌ها معلول تصادف نیستند؛ ریشه در ترکیب سنی جمعیت، درجه شهرنشینی، الگوی تغذیه و مجموعه‌ای از عوامل دارند که دگرگونی‌شان در مقیاس دهه سنجیده می‌شود نه در مقیاس فصل. تجزیه این پیکره به اجزای سازنده‌اش نشان می‌دهد تمام تنوع سی و یک استان و دهها گروه درمانی، روی هم رفته به دو الگوی بنیادی فروکاستنی است. مصرف دارو در ایران به اعتبار ساختارش، بیش از دو چهره ندارد.

اتکاپذیری این نظم سنجیدنی است. استخراج الگوی مصرف استان‌ها از داده یک دوره و به‌کارگیری آن برای برآورد دوره بعد پیش‌بینی‌ای با دقت نزدیک به کامل به دست می‌دهد. کنار گذاشتن یک استان از محاسبه و بازسازی آن از روی بقیه نیز به همین نتیجه می‌رسد. تقاضای دارو که در ظاهر باید متلاطم‌ترین متغیر این بازار باشد، در عمل باثبات‌ترین جزء آن است. اجرای همین آزمون بر طرف دیگر بازار نتیجه وارونه‌ای دارد. دانستن آنچه در ماه گذشته بر نرخ ارز و شاخص تورم رفته است هیچ توان پیش‌بینی‌کننده‌ای درباره تغییر قیمت دارو در ماه جاری به دست نمی‌دهد. همبستگی ماه‌به‌ماه این متغیرها، از حیث آماری، از صفر قابل تمییز نیست. همین تقابل، هسته آن چیزی است که امروز بحران دارو نامیده می‌شود. در صنعتی که موضوعش نظم دارد، بی‌نظمی مصنوع قاعده است، نه مقتضای طبیعت. دلالت این تشخیص صریح است. اگر مصرف دارو پیش‌بینی‌پذیر باشد، هر کمبودی که رخ می‌دهد شکست در پیش‌بینی نیست.

شکست در تصمیم است. مقدار انسولین مورد نیاز سال آینده هیچ‌گاه مجهول نبوده است؛ آنچه مجهول مانده، زمان تخصیص ارز، موعد بازگشت مطالبات و تاریخ بازنگری قیمت بوده است. این جابجایی در صورت‌بندی مسئله، پاسخ را نیز جابجا می‌کند. مادام که کمبود معلول ناطمینانی طبیعی شمرده شود پاسخ متعارفش ذخیره‌سازی و مدیریت بحران است! به محض آنکه ناطمینانی مصنوع شناخته شود پاسخ از جنس دیگری خواهد بود. پیش از رسیدن به آن پاسخ، تفکیکی لازم است که بی‌آن هر تجویزی نادرست از کار درمی‌آید. آنچه با عنوان بازار دارو شناخته می‌شود واحد نیست. دو بازار است که زیر یک پوست می‌زیند و جز کتاب مقررات وجه مشترکی ندارند.

بازار نخست بازار حجم است. صدها میلیون بسته در سال، قیمت‌های خرد، چرخه تولید کوتاه و تعدد سازنده. در این بازار تاخیر چندماهه در بازنگری قیمت زیان‌بار است و کشنده نیست؛ سرمایه درگیر در هر قلم اندک است و سرعت گردش بالا؛ بخشی از ضربه از محل موجودی و گردش جذب می‌شود. بازار دوم، بازار ارزش است. کمتر از دو درصد بسته‌های فروخته‌شده، نزدیک یک سوم ارزش کل. زیست‌داروها و اقلام تخصصی وارداتی. چرخه توسعه در این بازار به سال سنجیده می‌شود نه به ماه، سرمایه اولیه در مرتبه دهها میلیون دلار است، شمار سازندگان هر قلم در کل کشور از انگشتان یک دست فراتر نمی‌رود و هیچ بخشی از فشار از محل سرعت گردش جبران‌پذیر نیست. تاخیر سیزده‌ماهه در این بازار زیان نیست. آسیب ساختاری است. قاعده قیمت‌گذاری واحدی که بر این دو اعمال شود، ناگزیر با نظر به بازار نخست تدوین می‌شود، چون بازار نخست پرشمارتر و پرسروصداتر است؛ سپس بر بازار دوم بار می‌شود، جایی که اثرش چند برابر است. این صرفاً بی‌دقتی نیست. سازوکاری است که بی‌آنکه چنین طراحی شده باشد، سنگین‌ترین بار را بر شکننده‌ترین بخش مستقر می‌کند. شاهد این ادعا در تقویم است. میانگین فاصله میان دو بازنگری قیمت در کل صنعت داخلی نزدیک نه ماه است و برای زیست‌داروها از سیزده ماه فراتر می‌رود. محصولاتی که کمترین تاب تحمل تاخیر را دارند، بیشترین تاخیر را تجربه می‌کنند. در سالی که تورم عمومی از شصت درصد گذشت، نزدیک یک چهارم اقلام زیست‌دارویی حتی یک بار نیز مشمول بازنگری نشدند. این وارونگی توجیه فنی ندارد. منشا آن در واقعیتی اداری است؛ پرونده‌های پیچیده‌تر دیرتر رسیدگی می‌شوند و اقلام کم‌شمار کمتر پیگیری. نتیجه آنکه شاخص قیمت واقعی زیست‌داروی داخلی در یک سال به زیر سه چهارم فرو می‌افتد، حال آنکه همین شاخص برای کل صنعت نزدیک نه دهم باقی می‌ماند. دو گروه محصول در بازاری واحد و زیر قاعده‌ای واحد در دو جهت متضاد حرکت کرده‌اند. سنجش قیمت داخلی با پایین‌ترین قیمت مستند جهانی همان مولکول، شدت این فشار را آشکارتر می‌کند. برای اقلام زیستی ساده‌تر، این نسبت میان دو سوم و سه چهارم است؛ فاصله‌ای که با بهره‌وری و ارزانی نسبی نیروی کار توضیح‌پذیر است. با حرکت به سمت مولکول‌های دشوارتر، نسبت فرو می‌ریزد. برای آنتی‌بادی‌های درمان سرطان به چند درصد می‌رسد و برای پیچیده‌ترین اقلام حوزه اعصاب به زیر دو درصد.

این ترتیب، قاعده‌ای را عیان می‌کند که خوشایند نیست. هرچه ساخت یک محصول دشوارتر، سرمایه‌برتر و دیریاب‌تر باشد سازوکار قیمت‌گذاری آن را سنگین‌تر جریمه می‌کند. منشا این تبعیض خصومت با فناوری نیست؛ در این است که دشواری ساخت در هیچ موضعی از سازوکار قیمت‌گذاری متغیری تعریف‌شده ندارد و آنچه در سازوکار دیده نشود در عمل علیه خود عمل می‌کند. تکلیف یک سوءتفاهم دیرپا نیز باید روشن شود. این گزاره که قیمت دارو به اندازه تورم افزایش یافته؛ در نقطه پایان دوره درست است. شاخص قیمت دارو و شاخص بهای مصرف‌کننده در آخرین مشاهده، تقریباً بر هم منطبق‌اند. اما بنگاه در نقطه پایان مستقر نیست. بر مسیر مستقر است و مسیر حکایت دیگری دارد. در بیشتر ماه‌های یک سال کامل، قیمت واقعی دارو زیر خط تورم مانده و در نازل‌ترین نقطه نزدیک ده درصد پایین‌تر رفته است. سپس، در یک ماه، تمام فاصله جبران شده؛ جهشی که به تنهایی بیش از یک سوم کل حرکت قیمت آن دوره را در خود دارد. آن ماه، از قضا، ماهی بوده است با تورم عمومی نازل و نرخ ارز نزولی. آن جهش واکنشی به فشار هزینه‌ای آن ماه نبوده. تسویه‌ای بوده با دوازده ماه پیش از آن. مسئله، بنابراین، خست قیمت‌گذاری نیست. تاخیر آن است. تاخیر علتی است از خست بدخیم‌تر، چون خست رویت‌پذیر و اندازه‌پذیر است و در بودجه ذخیره‌پذیر حال آنکه تاخیر هیچ‌یک از اینها نیست. تفاوت این دو در ترازنامه آشکار می‌شود.

بنگاهی که یک سال زیر خط تورم فعالیت کرده با جهش پایان سال به خط بازمی‌گردد؛ اما آن دوازده ماه واقع شده است. سرمایه در گردشی که در آن مدت فرسوده شده، در همان مدت از محلی تامین شده و تامینش بها داشته است. جهش، سطح قیمت را ترمیم می‌کند. ترازنامه را نه. فریبنده‌ترین عدد این صنعت نیز در همین موضع باید کنار گذاشته شود. ارزش ریالی بازار دارو در دو سال گذشته نزدیک سه برابر شده است و این رقم در هر گزارشی به نام رشد خوانده می‌شود.

تجربه آن نشان می‌دهد تقریباً تمامی‌اش از محل قیمت و جابجایی ترکیب سبد به سمت اقلام گران‌تر است. مقدار واقعی دارویی که به دست بیمار رسیده در تمام این مدت بدون تغییر مانده. بازاری که در ریال سه برابر می‌شود و در بسته ثابت می‌ماند بازار نیست. آینه تورم است؛ و تصویری که هر فصل در این آینه دیده می‌شود رشد خوانده می‌شود. همین فریب در سطح بنگاه نیز بازتولید می‌شود و آنجا عواقب سنگین‌تری دارد. افزایش قیمت با تاخیر بدین معناست که موجودی تحصیل‌شده به بهای قدیم با قیمت جدید به فروش می‌رود و مابه‌التفاوت در سود می‌نشیند. استهلاک نیز بر بهای تاریخی محاسبه می‌شود، یعنی رقمی بی‌نسبت با هزینه جایگزینی جاری. حاصل، بنگاهی است که سود اعلام می‌کند و همزمان کوچک می‌شود!

عواقب این وضع از حسابداری فراتر می‌رود. مالیات بر همین سود بسته می‌شود، سود سهام از همین محل توزیع می‌شود و عملکرد مدیران با همین رقم سنجیده می‌شود. سه سازوکاری که وظیفه‌شان صیانت از سلامت بنگاه است، در شرایط تورم بالا و قیمت‌گذاری دیرهنگام به فرسایش آن شتاب می‌دهند. صنعت در دفاتر سود می‌سازد و در واقعیت سرمایه می‌خورد؛ چون دفاتر خبر مساعد می‌دهند هیچ علامت هشداری صادر نمی‌شود. بدخیم‌ترین شکل بحران آن است که شاخص‌های هشدارش، به اقتضای ساختار، در جهت معکوس حرکت کنند. اگر این اختلال منحصر به قیمت بود، عنوان نقص فنی

بر آن روا بود. همین صورت با همین منطق، در سایر مفاصل این صنعت نیز حاضر است. هزینه ارزی یک واحد تولیدی متغیری پیوسته است؛ محموله در راه، اعتباری که باید گشایش یابد، تعهدی که سررسید دارد. تخصیص ارز، در برابر، رویداد است؛ در زمانی نامعلوم به مقداری نامعلوم و با نرخی که تا لحظه تسویه تغییرپذیر است. فاصله میان تصمیم تخصیص و ورود مواد، خود دوره‌ای از ریسک بی‌پوشش است که هیچ‌گاه قیمت‌گذاری نشده و بارش بر دوش تولیدکننده مانده است.

مطالبات بیمه صورت دیگری از همین ساختار است. دارویی که امروز تحویل می‌شود به قیمت امروز ثبت و بهایش ماه‌ها بعد، گاه بیش از یک سال بعد به همان رقم اسمی پرداخت می‌شود. در اقتصادی با تورمی افسار گسیخته، این دیگر مطالبه نیست. اعتباری است بی‌بهره از تولیدکننده به نظام سلامت که هیچ مرجعی تصویبش نکرده؛ در هیچ قراردادی مکتوب نشده و در هیچ بودجه‌ای منعکس نیست. عمده‌ترین مجرای انتقال ثروت در این صنعت همین است و چون نامی ندارد، مسئولی نیز ندارد. الگو در هر سه یکی است. صنعت پیوسته خرج می‌کند و گسسته دریافت. هزینه بر ساعت می‌گذرد و درآمد بر تقویم. واکنش بنگاه به این ساختار، خود یکی از پرهزینه‌ترین اجزای ماجراست. در غیاب اطلاع از موعد رسیدن ارز، بازگشت مطالبه و بازنگری قیمت، تنها دفاع ممکن انباشت است؛ بالا بردن موجودی مواد اولیه، سفارش زودهنگام محموله و نگهداشت نقدینگی بی‌مصرف. هر انباری که در این کشور از ماده اولیه انباشته است، در حقیقت بیمه‌نامه‌ای خصوصی است که بنگاه به هزینه خود در برابر بی‌نظمی عمومی خریده. چون این بیمه‌نامه با ارز خریداری می‌شود، بهای بی‌نظمی دو بار پرداخت می‌شود؛ یک بار در فرسایش تولیدکننده و یک بار در ارزی که بی‌حرکت در انبارها خوابیده است. در میان مشاهدات این دوره، یک ماه از بقیه گوباتر است؛ ماهی که در آن نظم عادی زندگی مختل شد. انتظار متعارف آن است که در چنین ماهی مصرف داروهای حاد افزایش یابد و مصرف مزمن به تعویق افتد. داده عکس این را نشان می‌دهد. مصرف داروهای مزمن افزایش یافت و مصرف داروهای حاد افت کرد. تفسیر ساده این یافته نیز نادرست است. خط فاصل، در بررسی دقیق‌تر میان حاد و مزمن نیست. میان اقلامی است که با نسخه تکراری تهیه می‌شوند و اقلامی که تهیه‌شان مستلزم مراجعه مجدد به پزشک است. هرآنچه با نسخه پیشین قابل دریافت یا پیشاپیش ذخیره‌شدنی بود افزایش یافت و هر آنچه به ملاقات تازه‌ای نیاز داشت افت کرد، حتی اقلامی که از هر حیث مزمن‌اند. دلالت این یافته از ظاهرش بزرگ‌تر است. حلقه شکننده در دسترسی به دارو، خود دارو نیست. زنجیره تامین تا داروخانه مقاوم است و از داروخانه تا تصمیم درمانی شکننده. هر اختلالی که دیدار پزشک و بیمار را دشوار کند، چند هفته بعد به صورت افت مصرف بروز می‌کند و آن افت به حساب کمبود دارو نوشته می‌شود؛ یعنی معلول به جای علت درمان می‌شود. الگو بار دیگر تکرار می‌شود. بیمار نیز، همچون بنگاه، در غیاب امکان اتکا به نظم بیرونی، به ذخیره‌سازی روی می‌آورد. انباشت دارو در خانه‌ها همان کارکرد انباشت ماده اولیه در کارخانه را دارد؛ جانشینی خصوصی برای اطمینانی که نهاد عمومی تولید نکرده است. در هر دو مورد، منبعی که باید صرف درمان شود صرف جبران بی‌نظمی می‌شود. زیان اصلی این ساختار، بااین‌همه، پولی نیست. فشردگی مستمر حاشیه سود به تعطیلی واحد تولیدی نمی‌انجامد. سازوکار واقعی آرام‌تر و بی‌صداتر است؛ واحد تولیدی به حذف روی می‌آورد و ترتیب این حذف تصادفی نیست. آنچه نخست قطع می‌شود چیزی است که غیابش در همان سال مشهود نباشد. نخست توسعه است. طرحی که قرار بوده سه سال بعد به محصول برسد در همان سال متوقف می‌شود و توقفش مشهود نیست، چون قرار نبوده در آن سال چیزی به دست دهد. پس از آن نگهداری پیشگیرانه؛ تعمیری که تعویق‌پذیر است به تعویق می‌افتد. سپس آموزش. سپس مطالعات پایداری، بازنگری فرایند و هر هزینه‌ای بر کیفیت که فراتر از حداقل الزام باشد. در آخرین مرحله سبد محصول باریک می‌شود؛ اقلام پرگردش باقی می‌مانند و اقلامی که حاشیه کمتر و نقش درمانی مهم‌تری دارند کنار گذاشته می‌شوند. هیچ‌یک از اینها در صورت مالی همان سال منعکس نمی‌شود. همگی در عملکرد دهه بعد منعکس می‌شوند. مغز این ماجرا همین‌جاست. آنچه در این فرایند زایل می‌شود ظرفیت نیست. ظرفیت بازخریدنی است؛ دستگاه وارد می‌شود، سالن ساخته می‌شود و خط راه می‌افتد. آنچه زایل می‌شود قابلیت است؛ یعنی توانایی جمعی گروهی از افراد در انجام تکرارپذیر کاری دشوار. قابلیت، برخلاف ظرفیت با سرمایه بازنمی‌گردد. با زمان بازمی‌گردد. افراد پراکنده می‌شوند، به صنایع دیگر می‌روند، مهاجرت می‌کنند یا بازنشسته می‌شوند و دانشی که میان آنان توزیع بوده چون در هیچ سندی به تمامی مکتوب نشده، با پراکندگی‌شان زایل می‌شود. این نامتقارنی مهم‌ترین واقعیت اقتصادی این صنعت است. تکوین یک قابلیت به دهه‌ای زمان نیاز دارد. زوالش به دو سال. بازسازی‌اش در صورت امکان از تکوین نخست پرهزینه‌تر است، چون این بار باید کسانی متقاعد شوند که یک بار سرنوشت پیشینیان را دیده‌اند. حافظه خود جزئی از هزینه است.

اثر دیگر این ساختار در موضعی آشکار می‌شود که کمتر بدین منظور بررسی می‌شود؛ در اینکه توجه مدیریتی این صنعت صرف چه می‌شود. قیمت در اقتصاد متعارف علامت است. کارکردش انتقال کم‌هزینه و پیوسته اطلاعات کمیابی است. تولید علامت جلسه نمی‌خواهد. در نظام قیمت‌گذاری گسسته، قیمت از علامت به مجوز استحاله می‌یابد. مجوز پرهزینه است؛ تنظیم درخواست، تشکیل پرونده، پیگیری و انتظار می‌طلبد. نشانه این استحاله در اطلاعیه‌های رسمی شرکت‌های بورسی مشهود است. شمار اطلاعیه‌های تغییر نرخ فروش در این صنعت، در فاصله دو سال، از چند مورد در سه شرکت به بیش از صد و پنجاه مورد در نزدیک سی شرکت رسید. عملاً تمامی صنعت، ظرف دو سال توجه مدیریتی خود را بر تقویم اداری قیمت متمرکز کرد.

این رفتار را نباید به رانت‌جویی اخلاقی تحویل کرد. در غیاب قاعده‌ای که قیمت فردا را معین کند اثرگذاری بر فرایند تعیین آن تنها رفتار عقلانی باقی‌مانده است. آنچه از بیرون رانت‌جویی می‌نماید از درون ضرورت است. هزینه واقعی این وضع نیز از جنس پول نیست؛ منبعی که صرف می‌شود توجه است و توجه مدیریت ارشد کمیاب‌ترین دارایی هر بنگاهی است. صنعتی که ذهن مدیرانش مشغول پرونده قیمت باشد ذهنی برای مولکول بعدی باقی نمی‌گذارد. در این نقطه می‌توان به مفروضی رسید که زیر تمام این مباحث مستتر است و کمتر صریح می‌شود. سقف قیمت ابزار توزیع است. کارکردش پخش عادلانه‌تر چیزی است که موجود است و در این کارکرد به شرط کاربست درست ابزار کارآمدی نیز هست؛ اما هر سقف قیمتی مفروضی نانوشته با خود حمل می‌کند اینکه آن چیز به هر تقدیر، موجود خواهد بود. سقف قیمت درباره کیفیت تقسیم سخن می‌گوید و درباره اصل وجود آنچه باید تقسیم شود ساکت است. برای کالایی با ساخت آسان و سازندگان متعدد، این مفروض کمابیش بی‌ضرر است. برای محصولی که وجودش معلول تصمیمی است که دهه‌ای پیش اتخاذ شده و استمرارش معلول تصمیمی که امسال اتخاذ می‌شود همین مفروض تمام مسئله است. ارزیابی مالی چند مولکول زیست‌دارویی همین را تایید می‌کند. با مفروضات متعارف درباره هزینه توسعه، نرخ تنزیل و عمر تجاری و با همان آهنگ فرسایش قیمت واقعی که در داده‌های بازار اخیر مشاهده می‌شود تقریباً هیچ‌یک از این طرح‌ها امروز توجیه سرمایه‌گذاری ندارد. دلالت این گزاره باید به دقت خوانده شود. تصمیم امروز درباره ساخت مولکول بعدی، از منظر حسابداری منفی است. موضوع سودآوری بیشتر نیست. موضوع ساخته شدن دفعه بعد است.

بهای این پاسخ منفی بر عهده کیست؟ سقف قیمت متعارفا انتقالی از تولیدکننده به بیمار فهمیده می‌شود. ساختار واقعی‌اش چیز دیگری است. آنچه امروز صرفه‌جویی می‌شود صرفاً از دارایی تولیدکننده امروز کسر نمی‌شود. بخش عمده‌اش از دسترسی بیمار فردا کسر می‌شود؛ بیماری که هنوز بیمار نشده نامی ندارد تشکلی ندارد و در هیچ جلسه‌ای صندلی ندارد. بیمار امروز نماینده دارد؛ صدایش شنیده می‌شود شکایتش ثبت می‌شود و رنجش رویت‌پذیر است. بیمار دهه بعد از هیچ‌یک برخوردار نیست. در هر معامله‌ای میان این دو طرف غایب بازنده است؛ نه از آن رو که حقش کمتر است از آن رو که در اتاق نیست.

مقیاس این معامله برآوردپذیر است. زوال همان چند مولکول زیست‌دارویی که امروز در داخل ساخته می‌شوند و جایگزینی‌شان با واردات، ارزی می‌طلبد که در مرتبه دهها برابر هزینه تعدیل به‌موقع قیمت همان اقلام در یک سال است. با فرض ثبات بودجه دارویی همان اعتبار تنها حدود یک پنجم مقدار امروز را تامین می‌کند؛ از هر پنج بیمار برخوردار از دارو چهار تن محروم می‌شوند. همین نسبت نه هیچ استدلال نظری دیگری هزینه واقعی تاخیر است.

با این وضوح، پرسش از دوام چنین وضعی برجاست. پاسخ در این است که هیچ‌یک از اجزای این زنجیره خلاف واقع نمی‌گوید. بیمار قیمت را می‌بیند و گرانی دارو برایش واقعی است. داروخانه کمبود را می‌بیند و آن نیز واقعی است. صندوق بیمه صورتحسابی فراتر از توان خود می‌بیند و راست می‌گوید. تولیدکننده حاشیه‌ای رو به فرسایش می‌بیند و راست می‌گوید. تنظیم‌گر هدف تورمی می‌بیند که از دست رفتنش مجاز نیست و او نیز راست می‌گوید. هر یک از این روایت‌ها در محدوده خود معتبر است. جمع این روایت‌های معتبر، روایتی نامعتبر می‌سازد. هر بازیگر در افق خود بهینه عمل می‌کند و برآیند رفتارهای بهینه نظامی است که سرمایه خود را مصرف می‌کند. منشا این وضع نه جهل است و نه سوءنیت. منشا آن غیاب موضعی است که افقش با افق صنعت هم‌اندازه باشد. تا وقتی چنین موضعی تاسیس نشود هر اصلاحی به همان بهینه‌سازی‌های موضعی فروکاسته می‌شود. از این نقطه معمولاً انتظار فهرستی از راهکار می‌رود. اگر تشخیص درست باشد، راه‌حل از خود تشخیص مستفاد می‌شود و فهرست موضوعیت ندارد. تشخیص این بود که در این صنعت، آنچه طبیعی است نظم دارد و آنچه مصنوع است بی‌نظم. کار سیاست‌گذاری بنابراین، چیزی نیست جز رساندن نظم بخش مصنوع به مرتبه نظم بخش طبیعی. رفتار بیماری یک سال پیشاپیش پیش‌بینی‌پذیر شده است؛ رفتار قاعده باید به همان اندازه پیش‌بینی‌پذیر شود. این، برخلاف تصور، پرهزینه‌ترین اقدام ممکن نیست. کم‌هزینه‌ترین است.



اعتماد مهم‌ترین سرمایه صندوق

صندوق درآمد ثابت ارزی: فرصتی برای تأمین مالی، آزمونی برای اعتماد



عباس آرگون
عضو هیئت رئیسه اتاق تهران

ایجاد صندوق درآمد ثابت ارزی را می‌توان گامی در جهت تنوع‌بخشی به ابزارهای تأمین مالی کشور دانست؛ اقدامی که ظرفیت آن را دارد تا میان پس‌اندازهای ارزی مردم و نیاز بنگاه‌های اقتصادی به منابع ارزی، ارتباطی مؤثر برقرار کند. تحقق این ظرفیت، به طراحی دقیق سازوکار صندوق، شفافیت تعهدات و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران وابسته است.

بخشی از دارندگان پس‌انداز، برای حفظ ارزش دارایی خود به نگهداری ارز روی می‌آورند. این منابع، در صورت نگهداری به شکل اسکناس، مستقیماً در خدمت تولید و سرمایه‌گذاری قرار نمی‌گیرند. صندوق درآمد ثابت ارزی می‌تواند با فراهم‌کردن امکان سرمایه‌گذاری و کسب بازده ارزی، زمینه ورود داوطلبانه این دارایی‌ها به چرخه تأمین مالی را فراهم کند. برای بنگاه‌ها نیز چنین ابزاری می‌تواند مسیر تازه‌ای برای تأمین منابع موردنیاز توسعه فعالیت‌های ارزآور ایجاد کند.

بااین‌حال، مهم‌ترین سرمایه این صندوق، اعتماد است. سرمایه‌گذار باید از ابتدا بداند چه ارزی می‌پردازد، اصل سرمایه و سود خود را با چه ارزی دریافت می‌کند، شرایط خروج چیست و در صورت تأخیر یا ناتوانی در ایفای تعهدات، چه پشتوانه‌ای برای استیفای حقوق او وجود دارد. هرگونه ابهام درباره تسویه ارزی یا امکان تبدیل آن به پرداخت ریالی، می‌تواند جذابیت این ابزار را کاهش دهد.

موضوع اساسی دیگر، محل مصرف منابع است. پایداری تعهدات ارزی مستلزم برخورداری دارایی‌های صندوق از پشتوانه درآمد ارزی قابل اتکاست. تأمین مالی بنگاه‌هایی که درآمد ریالی دارند، بدون پوشش مناسب ریسک ارز، می‌تواند در زمان افزایش نرخ ارز، توان بازپرداخت آنها را تضعیف کند. ازاین‌رو، ارزیابی کیفیت درآمدهای صادراتی، امکان وصول آنها و تناسب زمان دریافت منابع با سررسید تعهدات باید در کانون مدیریت صندوق قرار گیرد.

وقتی صدای بخش خصوصی شنیده نمی‌شود

اتاق بازرگانی: صدای بخش خصوصی یا دنباله تصمیمات دولت؟



سهیل آل‌رسول

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

چرا باید خواند:

اتاق بازرگانی زمانی می‌تواند «پارلمان بخش خصوصی» باشد که هم در برابر تصمیمات نادرست دولت استقلال رأی داشته باشد و هم بتواند صدای پراکنده تشکل‌ها و فعالان اقتصادی را به نیرویی مؤثر در فرآیند تصمیم‌سازی تبدیل کند.

اتاق بازرگانی زمانی می‌تواند واقعاً «پارلمان بخش خصوصی» باشد که هم در برابر تصمیمات نادرست دولت استقلال رأی داشته باشد و هم بتواند صدای پراکنده تشکل‌ها و فعالان اقتصادی را به نیرویی مؤثر در فرآیند تصمیم‌سازی تبدیل کند.

مسئله بخش خصوصی در اقتصاد ایران، پیش از آنکه کمبود ایده، سرمایه یا نیروی انسانی باشد، کمبود «قدرت اثرگذاری» است. بنگاه، کارآفرین، صنعتگر، پیمانکار و صادرکننده کم نداریم؛ آنچه کمتر داریم، بخشی خصوصی است که بتواند به‌صورت هماهنگ و مؤثر بر فرآیند تصمیم‌سازی اقتصادی اثر بگذارد.

تعداد زیاد بنگاه‌ها، به‌خودی‌خود به قدرت اقتصادی و سیاسی تبدیل نمی‌شود. قدرت زمانی شکل می‌گیرد که فعالان اقتصادی بتوانند تجربه، منافع و مطالبات مشترک خود را به صدایی منسجم و مؤثر در برابر سیاست‌گذار تبدیل کنند. در چنین شرایطی، نقش تشکل‌ها و اتاق‌های بازرگانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. اتاق در ساختار اقتصاد ایران صرفاً یک نهاد صنفی یا محل تجمع فعالان اقتصادی نیست. اگر درست عمل کند، باید مهم‌ترین واسطه میان اقتصاد واقعی و نظام تصمیم‌گیری کشور باشد؛ جایی که تجربه بنگاه و واقعیت بازار به زبان سیاست‌گذاری ترجمه می‌شود. قانون‌گذار نیز کم‌وبیش همین ضرورت را درک کرده است. قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، ظرفیت قابل‌توجهی برای مشارکت تشکل‌های اقتصادی و اتاق بازرگانی در فرآیند تصمیم‌سازی فراهم کرده است؛ از مشورت و اظهارنظر درباره مقررات و سیاست‌ها تا مشارکت در فرآیندهایی که مستقیماً بر محیط کسب‌وکار اثر می‌گذارند.

اما یک پرسش همچنان باقی است: چرا با وجود چنین ظرفیتی، جایگاه بخش خصوصی در تصمیم‌سازی اقتصادی کشور هنوز تا این اندازه ناپایدار است؟

پاسخ را باید در هر دو سوی ماجرا جست‌وجو کرد؛ هم در دولت و هم در خود اتاق.

جایگاه بخش خصوصی نباید تابع تغییر دولت‌ها باشد

در سوی دولت، مسئله روشن است. بخش خصوصی زمانی می‌تواند نقش واقعی خود را ایفا کند که حاکمیت واقعاً بخواهد آن را در این جایگاه ببیند. نمی‌توان از یک سو درباره ضرورت مشارکت بخش خصوصی سخن گفت و از سوی دیگر، هنگام اتخاذ تصمیم‌های مهم اقتصادی، بخش خصوصی را صرفاً به شنونده تبدیل کرد.

تجربه سال‌های اخیر نیز این نوسان را به‌خوبی نشان داده است. در مقطعی به نظر می‌رسید اتاق هر روز بیشتر به حاشیه رانده می‌شود و فاصله میان دولت و بخش خصوصی افزایش می‌یابد. در دوره‌ای دیگر، دست‌کم در ظاهر، شرایط تغییر کرد و حضور اتاق در مناسبات اقتصادی جدی‌تر شد.

اما همین فراز و فرود، خود نشانه یک اشکال اساسی است: جایگاه بخش خصوصی نباید با تغییر دولت‌ها تغییر کند. اگر مشارکت بخش خصوصی برای اقتصاد کشور یک ضرورت است، باید به اصلی در حکمرانی اقتصادی تبدیل شود، نه انتخابی سیاسی یا سلیقه‌ای وابسته به دولت‌ها.

اقتصاد ایران امروز بیش از هر زمان دیگری به این مشارکت نیاز دارد. دولت با کسری بودجه، ناترازی‌های گسترده، محدودیت منابع و انباشت پروژه‌ها و مسائل حل‌نشده مواجه است. تجربه جهانی نیز نشان می‌دهد که دولت به‌تنهایی نمی‌تواند بار توسعه را بر دوش بکشد.

اما از سوی دیگر، بخش خصوصی نیز اگر بخواهد با پراکندگی موجود و بدون انسجام و قدرت جمعی ادامه دهد، توان کافی برای اثرگذاری نخواهد داشت.

اینجاست که اتاق بازرگانی باید نقش خود را جدی‌تر بگیرد.

اتاق: مادر تشکل‌ها یا مجموعه‌ای پراکنده؟

اتاق را می‌توان «مادر تشکل‌ها» دانست، اما مادر بودن صرفاً به این معنا نیست که همه زیر یک سقف جمع شوند. اتاق باید بتواند میان تشکل‌های تخصصی، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و فعالان اقتصادی، انسجام و هم‌افزایی ایجاد کند.

هنوز این رابطه به اندازه کافی شکل نگرفته و به عمق لازم نرسیده است. بخشی از تشکل‌های ریشه‌دار کشور احساس نمی‌کنند در ساختار اتاق جایگاهی متناسب با وزن، تخصص و سابقه خود دارند و بخشی از فعالان اقتصادی نیز هنوز اتاق را نماینده کامل خود نمی‌دانند.

نکته‌هایی که باید بدانید

- **تشکل‌ها می‌توانند چیزی را به سیاست‌گذار بدهند که از درون دستگاه‌های دولتی به‌سادگی تولید نمی‌شود: تجربه واقعی اقتصاد.**
- **پارلمان بخش خصوصی زمانی برازنده این عنوان است که فعالان اقتصادی، تشکل‌ها و بنگاه‌ها آن را نماینده واقعی خود بدانند و دولت نیز ناگزیر باشد صدای آن را در فرآیند تصمیم‌سازی بشنود.**
- **اقتصاد ایران برای عبور از وضعیت موجود، نه به کوچک‌سازی دولت به هر قیمت نیاز دارد و نه به تداوم اقتصاد دولتی. آنچه امروز بیش از هر چیز نیاز داریم، دولتی کارآمد و بخش خصوصی قدرتمند است؛ و اتاق بازرگانی می‌تواند یکی از مهم‌ترین نهادهای ساختن این قدرت باشد.**
- **بخش خصوصی زمانی می‌تواند نقش واقعی خود را ایفا کند که حاکمیت واقعاً بخواهد آن را در این جایگاه ببیند. نمی‌توان از یک سو درباره ضرورت مشارکت بخش خصوصی سخن گفت و از سوی دیگر، هنگام اتخاذ تصمیم‌های مهم اقتصادی، بخش خصوصی را صرفاً به شنونده تبدیل کرد.**

همکاری با دولت ضروری است، اما همکاری با دنباله‌روی تفاوت دارد.

این فقط یک مسئله تشکیلاتی نیست؛ مسئله، تولید قدرت است. مجموعه‌ای پراکنده و بی‌انسجام نمی‌تواند قدرتی مؤثر و پایدار تولید کند

بخش خصوصی زمانی قدرت دارد که بتواند درباره یک مسئله مشخص، با صدایی واحد، مستند و کارشناسی سخن بگوید. اگر هر صنعت، هر تشکل و هر گروه اقتصادی جداگانه مطالبه خود را مطرح کند، طبیعی است که سیاست‌گذار بتواند در میان این صداهای پراکنده، مسیر مورد نظر خود را پیش ببرد.

اتاق باید بتواند این صداها را به هم نزدیک کند؛ اما برای تحقق این هدف، خود اتاق نیز به دو تغییر جدی نیاز دارد: استقلال بیشتر در برابر دولت و انسجام بیشتر در درون بخش خصوصی.

همکاری با دولت، نه دنباله‌روی از دولت

نخستین گام، بیرون آمدن از سایه دولت است. این به‌هیچ‌وجه به معنای تقابل با دولت نیست. اتفاقاً بخش خصوصی قدرتمند به دولتی قدرتمند، کارآمد و پاسخگو نیاز دارد؛ اما همکاری با دولت با دنباله‌روی از دولت تفاوت دارد. اتاق نباید منتظر بماند تا دولت تعیین کند چه زمانی بخش خصوصی را جدی بگیرد. مدیران ارشد اتاق باید از چنان توان کارشناسی و تشکیلاتی برخوردار باشند که بتوانند دستور کار اقتصادی کشور را نقد کنند، درباره سیاست‌های نادرست موضع بگیرند و در صورت لزوم، هزینه مخالفت کارشناسی با دولت را نیز بپردازند.

مدیران اتاق نیز باید بتوانند منافع فردی و کوتاه‌مدت را در برابر مصالح جمعی فعالان اقتصادی کنار بگذارند. وظیفه مدیریت اتاق بازرگانی فقط تأیید و همراهی با تصمیمات درست دولت نیست؛ مهم‌تر از آن، بلندتر و قوی‌تر کردن صدای بخش خصوصی در برابر تصمیمات نادرست دولت است.

آنجا که سیاست چندنرخی ارز به گسترش رانت و فساد می‌انجامد، اتاق نباید به چند مصاحبه در رسانه‌های داخلی یا جلساتی کم‌بازتاب بسنده کند. اتاق باید بتواند با اتکا به داده، تحلیل و قدرت تشکیلاتی، موضعی روشن و مؤثر اتخاذ کند و هزینه‌های یک سیاست نادرست را برای سیاست‌گذار آشکار سازد.

اگر سیاست ارزی اشتباه است، باید صریح گفته شود. اگر یک بخشنامه تولید را زمین می‌زند، باید در برابر آن ایستادگی کارشناسی کرد. اگر سیاستی به سرمایه‌گذاری آسیب می‌زند، اتاق نباید صرفاً پس از ابلاغ آن، در جلسه‌ای محترمانه گلایه کند.

نقش‌آفرینی به‌عنوان شریکی همدل، اما مستقل و شجاع، حداقل انتظاری است که از اتاق بازرگانی می‌رود.

تشکل‌ها، مهم‌ترین سرمایه اتاق

راهبرد دوم، تقویت ارتباط اتاق با تشکل‌هاست. اتاق باید از نمایندگی صرف بخشی از فعالان اقتصادی، به سمت ایجاد شبکه‌ای واقعی از تشکل‌های اقتصادی حرکت کند.

تشکل‌های تخصصی یکی از مهم‌ترین دارایی‌های اتاق هستند. آنها تخصص دارند، تجربه میدانی دارند و ارتباطی مستقیم با بنگاه‌ها برقرار می‌کنند. اتاق و تشکل‌ها نباید هیچ‌گاه در جایگاه رقیب یکدیگر قرار گیرند

اتاقی که بتواند این ظرفیت‌ها را کنار هم بنشاند، به‌مراتب قدرتمندتر از اتاقی خواهد بود که بخواهد به‌تنهایی درباره همه مسائل اقتصادی کشور اظهار نظر کند.

البته ظرافت مهمی نیز در این میان وجود دارد: انسجام به معنای یکسان‌سازی نیست. قرار نیست همه تشکل‌ها یک حرف بزنند. طبیعی است که منافع صنعت فولاد با کشاورزی یا منافع نساجی با فناوری اطلاعات یکسان نباشد. هنر سیاست‌گذاری در اتاق، حذف اختلاف منافع نیست؛ هنر آن است که بتواند در نقاط مشترک، صدایی قدرتمند برای بخش خصوصی بسازد. اینجاست که فعالیت تشکلی از یک فعالیت صنفی صرف فراتر می‌رود و به ابزاری برای توسعه اقتصادی و تقویت رویکرد مدنی در اقتصاد تبدیل می‌شود.

تجربه‌ای که پشت میزهای دولتی تولید نمی‌شود

تشکل‌ها می‌توانند چیزی را به سیاست‌گذار منتقل کنند که از درون دستگاه‌های دولتی به‌سادگی تولید نمی‌شود: تجربه واقعی اقتصاد.

پشت میز وزارتخانه می‌توان درباره تولید، صادرات، سرمایه‌گذاری و اشتغال گزارش تهیه کرد؛ اما کسی که هر ماه باید حقوق کارکنانش را پرداخت کند، مالیات بدهد، مواد اولیه تأمین کند، ارز تهیه کند، قرارداد ببندد، با بخشنامه‌های متناقض کنار بیاید و در نهایت زیان بنگاه را از جیب خود بپردازد، اقتصاد را از زاویه‌ای می‌بیند که در هیچ گزارش اداری به‌طور کامل بازسازی نمی‌شود.

شنیدن صدای تشکل‌های اقتصادی لطفی به بخش خصوصی نیست؛ ضرورتی برای تصمیم‌گیری درست است.

اگر قرار است اقتصاد ایران از وضعیت پرالتهاب امروز عبور کند، رابطه دولت و بخش خصوصی باید از رابطه‌ای خشک و تحکمی به ارتباطی پویا، حرفه‌ای و منتقدانه تبدیل شود.

قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، ظرفیت حقوقی این تغییر را تا حد زیادی فراهم کرده است. مسئله امروز، بیش از آنکه کمبود قانون باشد، فقدان اراده برای اجرای قانون و در عین حال، ناتوانی بخش خصوصی در استفاده و مطالبه‌گری مؤثر از ظرفیت‌های قانونی موجود است.

پارلمان بخش خصوصی چگونه قدرتمند می‌شود؟

اتاق بازرگانی در سال‌های پیش رو باید بیش از هر چیز بر دو موضوع تمرکز کند: استقلال بیشتر در بیان مواضع و انسجام بیشتر در درون بخش خصوصی.

ارتباط نزدیک‌تر اتاق با دولت در سال‌های اخیر، هنوز دستاوردهای ملموس و قابل‌اتکای کافی ایجاد نکرده است. از سوی دیگر، اگر تشکل‌ها و فعالان اقتصادی صرفاً مجموعه‌هایی برای حضور در جلسات، نشست‌ها و مراسم باشند، اتاق عملاً خود را از مهم‌ترین سرمایه‌اش محروم خواهد کرد

اتاق قدرتمند، اتاقی نیست که صرفاً ساختمان‌های بیشتر، کرسی‌های حاکمیتی بیشتر یا جایگاهی تشریفاتی‌تر داشته باشد. اتاق قدرتمند نهادی است که دولت نتواند در تصمیمات مهم اقتصادی، نظر کارشناسی و تجربه عملیاتی آن را نادیده بگیرد.

چنین قدرتی از ساختمان، عنوان یا جایگاه قانونی به دست نمی‌آید؛ از انسجام، استقلال، دانش کارشناسی و نمایندگی واقعی بخش خصوصی حاصل می‌شود.

پارلمان بخش خصوصی زمانی برازنده این عنوان است که فعالان اقتصادی و تشکل‌ها، آن را نماینده واقعی خود بدانند و سیاست‌گذار نیز ناگزیر باشد صدای آن را در فرآیند تصمیم‌سازی بشنود.

اقتصاد ایران برای عبور از وضعیت موجود، نه به کوچک‌سازی دولت به هر قیمت نیاز دارد و نه به تداوم اقتصاد دولتی. آنچه امروز بیش از هر چیز به آن نیاز داریم، دولتی کارآمد و بخش خصوصی قدرتمند است.

و اتاق بازرگانی، اگر بتواند استقلال و قدرت نمایندگی خود را بازسازی کند، می‌تواند یکی از مهم‌ترین نهادهای شکل‌دهنده این قدرت باشد.

اتاق نباید منتظر بماند تا دولت تعیین کند چه زمانی بخش خصوصی را جدی بگیرد. مدیران ارشد اتاق باید از چنان توان کارشناسی و تشکیلاتی برخوردار باشند که بتوانند دستور کار اقتصادی کشور را نقد کنند، درباره سیاست‌های نادرست موضع بگیرند و در صورت لزوم، هزینه مخالفت کارشناسی با دولت را بپردازند

تولیدگرایی و بازارگرایی در صادرات

نقش نماینده محلی در ترجمان بازار سه سخن بیش نیست...



رضا عبادزاده
صادرکننده نمونه کشور

به تقلیـــد از ملای رومی، بگویم که به باور من، حاصل تجربه و عمرِ یک صادرکننده، سه سخن بیش نیست: «قیمت‌گذاری، تبلیغات و توزیع[1]».

در میان این سه، تکثر گزینه‌های پیش رو در «استراتژی یا راهبردِ توزیع»، که گاه میل به بی‌نهایت می‌کند، به‌مراتب فراتر از دو راهبرد دیگر است. در ادامه بگویمتان که بخش مهمی از راهبرد توزیع، تعریفِ جایگاه و وظایف واسطه‌ها، توزیع‌کنندگان، دلال‌ها، یا عبارتی که در این نوشتار بیشتر اســـتفاده خواهم کرد، یعنی «نمایندگان محلی» است. به‌طور گذرا اشاره خواهد شد که نقش نمایندگانِ محلی به «توزیع» محدود نمی‌ماند و در تبیین دو راهبردِ دیگر، یعنی «قیمت‌گذاری» و «تبلیغات» نیز، حضورشان بسیار مغتنم و تعیین‌کننده است.

برای فهم جایگاه واسطه‌ها در صادرات، بد نیست که یک گام به عقب بازگردیم و از نسبت میان تولید و بازار بگوییم. یکی از پرسش‌های بنیادی که هر بنگاه تولیدی، به‌ویژه پیش از ورود جدی به بازارهای خارجی، باید به آن پاســـخ دهد این است که «کارخانه باید از بازار فرمان بگیرد، یا بازار از کارخانه؟». خط تولید باید تعیین کند چه چیزی ساخته شود و سپس واحد فروش یا صادرات مأمور شود برای آن مشتری پیدا کند؟ یا آنکه بازار باید نقطه آغاز تصمیم‌گیری باشند؟ کدام‌یک باید در خدمت و پاسخ‌گویی به دیگری قرار گیرد؟

پاسخ به این پرسش، مرز میان دو رویکرد مهم در مدیریت، بازاریابی و تجارت بین‌الملل را روشـــن می‌کند: تولیدگرایی[2] و بازارگرایی[3]. در رویکرد نخســـت، بنگاه از درون به بیرون می‌اندیشد و معمولاً می‌پرسد: «ما چه چیزی بلدیم یا می‌توانیم تولید کنیم؟» در رویکرد دوم، از بیرون به درون می‌نگرند و پرسش خود را چنین طرح می‌کنند: «بازار چه می‌خواهد که ما بتوانیم برای آن راه‌حلی طراحی، تولید و عرضه کنیم؟». یحتمل، از یک فیلسوف اگر سوال کنیم، اولی را مکتبِ اصالتِ تولید می‌نامد، دومی را اصالتِ بازار!

واقعیت تجارت خارجی نشان می‌دهد که هیچ صادرکننده‌ای تنها با اتکا به کیفیت فنی یا ظرفیت تولید، در بازارهای خارجی ماندگار نمی‌شود؛ همان‌گونه که هیچ بنگاهی نیز بدون انضباط تولیدی، مدیریت هزینه و ثبات عملیاتی، نمی‌تواند بازار را به‌صورت پایدار حفظ کند. بنابراین مسئله من، نفی مطلق تولیدگرایی یا تقدیس بازارگرایی نیست؛ مسئله، فهم صحیحِ این دو رویکرد و توجه به نقش واسطه‌ها در پیونددادن کارخانه و بازار است.

در تجارت داخلی، بنگاه گاهی می‌تواند با تکیه بر حافظه بازار، روابط مستقیم، شناخت فرهنگی و تجربه‌های پیشین، بخشی از خطاهای خود را جبران کند. اما در صادرات، فاصله جغرافیایی، تفاوت‌های فرهنگی، مقرراتی و زبانی، ناهمگنیِ سلیقه‌ها، حساسیت‌های متفاوت نسبت به قیمت، کیفیت، بسته‌بندی، زمان تحویل و خدمات پس از فروش، تصمیم‌گیری را پیچیده‌تر می‌کند. به همین دلیل، صادرات را می‌توان میدان آزمون واقعی بازارگرایی دانست

در چنین فضایی، نقش واســـطه‌ها یا نماینـــدگان محلی و حتی پلتفرم‌های دیجیتال، صرفاً اتصال خریدار و فروشـــنده نیســـت. آنها زبان خریدار، زبان مقررات، زبان رقبا، زبان فرهنگ مصرف، و حتی زبان نانوشته‌ای را که در رفتار مشتری نهایی پنهان است، به زبان تصمیم‌گیریِ تولیدکننده ترجمه می‌کنند.

تولیدگرایی در برابر بازارگرایی

دو رویکردی که مســـیر بسیاری از شرکت‌های صادراتی را از هم جدا می‌کند، از همین پرسش ساده آغاز می‌شوند: «ما چه چیزی بلدیم تولید کنیم؟» یا «بازار چه می‌خواهد؟»

در اولی، ظرفیت خط تولید، ماشین‌آلات، تجربه‌های گذشته، دانش فنی و محدودیت‌های تولیدی نقطه عزیمت تصمیم‌گیری است. در دومی، نقطه آغاز، شناخت مشتری، رقبا، حساسیت‌های قیمتی و غیرقیمتی، مقررات، کانال‌های توزیع و واقعیت‌های بازار هدف است. این تمایز به‌ظاهر ساده، به‌ویژه در تجارت خارجی که «تفاوت‌ها» پررنگ‌تر از بازار داخلی است، می‌تواند تفاوت میان حضور پایدار و شکست زودهنگام یک صادرکننده باشد.

با وجود همـــه نقدهایی که به تولیدگرایی وارد اســـت، نباید مزایـــای آن را نادیده گرفت. این رویکرد برای بسیاری از صنایع، به‌ویژه در کالاهای عمومی و استاندارد، انبوه و کم‌تنوع، همچنان مزیت‌هـــای قابل اعتنایی دارد. تمرکز بر تعداد محدودی محصول، امکان صرفه‌جویی مقیاس، کاهش هزینه‌های سرانه، کنترل بهتر کیفیت، ثبات بیشتر در مشخصات محصول و پیش‌بینی‌پذیری بالاتر در برنامه‌ریزی تولید و تأمین را فراهم می‌کند.

در بازارهایی که تقاضا نســـبتاً پایدار اســـت و مشتری حساسیت کمتری به طراحی یا تفاوت‌های ظریف دارد، این منطق می‌تواند کارآمد باشد. کارخانه‌ای که روی تعداد محدودی محصول تمرکز دارد، معمولاً بهتر می‌تواند استانداردها، ثبات کیفیت، برنامه‌ریزی تولید و هزینه‌های عملیاتی خود را مدیریت کند. از این منظر، تولیدگرایی در بســـیاری از صنایع، شرط لازم بقاست.

اما همین رویکرد، وقتی پای صادرات به میان می‌آید، به‌سرعت با محدودیت‌های خود روبه‌رو می‌شـــود. بازار خارجی امتداد ساده بازار داخلی نیست. محصولی که در بازار داخلی پذیرفته شده، الزاماً با استانداردها، مقررات، ذائقه‌ها، عادت‌های خرید، انتظارات خدماتی و حساسیت‌های قیمتی بازار مقصد سازگار نیست. تفاوت در زبان، سطح رقابت، شیوه توزیع و انتظار مشـــتری از خدمات، می‌تواند همان محصولی را که در داخل موفق بوده، در بازار مقصد ناکارآمد کند.

در تولیدگرایی، سازمان معمولاً دیرتر متوجه تغییرات بازار می‌شود و سخت‌تر خود را با آن تطبیق می‌دهد. هر تغییری، ممکن است به مقاومت درونی کارکنان ختم شود. کارکنان یک واحد تولیدی که سال‌ها با نوع خاصی از مواد اولیه یا محصول مشخصی کار کرده‌اند، به‌سادگی زیر بار تغییر نمی‌روند. این کندی، در بازارهای رقابتی و صادراتی، می‌تواند بسیار پرهزینه باشد.

از ســـوی دیگر، تمرکز بیش از اندازه بر «آنچه ما می‌ســـازیم» معمولاً توجه بنگاه را از «آنچه بازار می‌خواهد» و «آنچه رقیب عرضه می‌کند» منحرف می‌کند. وقتی تمرکز اصلی بر محصول موجود باشد، کمتر پرسیده می‌شود که مشتری در بازار مقصد همین نیاز را از چه راه‌های دیگری برطرف می‌کند و رقبای چابک‌تر، چه ابتکاراتی به خرج داده‌اند.

بازارگرایی معمولاً با سه مؤلفه اصلی توضیح داده می‌شود: تمرکز بر مشتری، توجه به رقبا و هماهنگی میان واحدهای سازمانی. از منظری دیگر، بازارگرایی یعنی جمع‌آوری و پردازش اطلاعات بازار، انتشار این اطلاعات در سازمان و پاسخ‌گویی عملی به آن.

مزیت بزرگ این رویکرد آن است که محصول از ابتدا با نیاز واقعی بازار هدف طراحی یا اصلاح می‌شود؛ بنابراین احتمال پذیرش آن بیشتر است و رابطه شرکت با مشتری از فروش یک‌باره، به سمت رضایت و وفاداری بلندمدت می‌رود.

بازارگرایی همچنین امکان قیمت‌گذاری[4] هوشمندانه‌تر را فراهم می‌کند. وقتی بنگاه می‌داند مشـــتری در بازار مقصد چه ارزشـــی برای محصول قائل است و نسبت به کدام عوامل حساسیت بیشتری دارد، می‌تواند ترکیب مناسب‌تری از قیمت، کیفیت، خدمات و شرایط معامله ارائه دهد. چنین شرکتی الزاماً ارزان‌ترین فروشنده نیست، اما می‌تواند قابل‌اعتمادترین، مناسب‌ترین یا سودمندترین گزینه از نگاه مشتری باشد.

در تجارت بین‌الملل، تفاوت فرهنگی می‌تواند حتی بهترین محصول را با شکست مواجه کند. شیوه مذاکره، سرعت تصمیم‌گیری، میزان رسمی بودن مکاتبات، اهمیت رابطه شخصی، حساسیت نسبت به تخفیف، جایگاه اعتماد و انتظار از پاسخ‌گویی، در کشورها متفاوت است. نماینده محلی پیام شرکت را فقط از نظر زبانی ترجمه نمی‌کند؛ او زبان اعتماد، زبان ارزش و زبان رفتار تجاری بازار مقصد را نیز می‌شناسد.

با این حال، بازارگرایی نسخه بدون هزینه‌ای نیست. جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات بازار، انجام تحقیقات، پایش رقبا، تحلیل داده‌های فروش، مدیریت روابط محلی و دریافت بازخورد مشتری، همگی نیازمند زمان، هزینه، نیروی انسانی و منابع مدیریتی‌اند. بازارگرایی تصمیم‌گیری را نیز پیچیده‌تر می‌کند، زیرا شرکت باید میان خواسته‌های بازار، ظرفیت‌های محدود تولید، منابع مالی، ملاحظات نشان تجاری[5] و توان اجرایی، تعادل برقرار کند.

اگر کیفیتِ اطلاعات پایین باشد، یا بنگاه بیش از حد به سیگنال‌های کوتاه‌مدت واکنش نشان دهد، ممکن است از استراتژی بلندمدت فاصله بگیرد. بنابراین بازارگرایی موفق، صرفاً جمع‌آوری داده نیست؛ توانِ تفسیر، اولویت‌بندی و پاسخ‌گویی درست به داده‌هاست.

صادرات بیش از هر عرصه دیگری نشان می‌دهد که سازمان واقعاً بازارگراست یا ادای آن را درمی‌آورد! مشتری خارجی معمولاً گزینه‌های متعددی در اختیار دارد و معیارهای خود را سخت‌گیرانه‌تر اعمال می‌کند. کوچک‌ترین خطا در فهم بازار می‌تواند ورود به یک کشور را برای سال‌ها دشوار کند. فراموش نکنیم بازگشت به بازاری که یک بار در آن شکست خورده‌ایم، معمولاً به‌مراتب پرهزینه‌تر از ورود اولیه دقیق و حساب‌شده است.

یک تولیدکننده ایرانی ممکن است کالایی باکیفیت تولید کند، اما در بازارِ مقصد شکست بخورد؛ نه به این دلیل که محصول او ضعیف است، بلکه به این دلیل که مثلاً، اندازه بسته‌بندی با عادات خرید مصرف‌کننده خارجی تناسب ندارد، رنگ‌بندی آن مورد پسند بازار هدف نیست، استانداردهای برچسب‌گذاری رعایت نشده، زمان تحویل طولانی است، خدمات پس از فروش اطمینان‌بخش نیست، یا محصول با سطح درآمد و ترجیحات فرهنگی مصرف‌کنندگان آن بازار همخوانی ندارد. در این موارد، مشکل اصلی در نرسیدن صدای بازار به گوش تولیدکننده است.

اینجاست که نقش واسطه‌ها و نمایندگان محلی اهمیت می‌یابد؛ نقشی که نباید به یک مجرای ساده فروش یا بلندگویی برای انتقال پیام تقلیل داده شود. نمایندگان محلی، اگر به‌درستی انتخاب و مدیریت شوند، می‌توانند کاهش‌دهنده عدم‌قطعیت، انتقال‌دهنده دانش بازار و تسهیل‌کننده یادگیری صادراتی، و دانش سازمانی باشند. از منظر اقتصاد اطلاعات، واسطه‌ها بخشی از عدم تقارن اطلاعاتی میان تولیدکننده و بازار را کاهش می‌دهند و از منظر اقتصاد هزینه مبادله نیز می‌توانند هزینه‌های جست‌وجو، مذاکره، اعتبارسنجی، اجرای قرارداد، پیگیری مشتری و مدیریت اختلاف را پایین بیاورند.

در رویکرد تولیدگرایانه، نقش نماینده محلی معمولاً محدود است. محصول از پیش تعریف و تولید شده و نماینده، مأمور می‌شود برای آن بازار پیدا کند، بر سر قیمت و شرایط فروش چانه بزند و در بهترین حالت، بازخوردی حداقلی از رفتار مشتری به تولیدکننده منتقل کند. در چنین وضعی، نماینده بیشتر به عامل فروش یا توزیع‌کننده شباهت دارد و نقش او در تحول محصول و استراتژی شرکت ناچیز می‌ماند.

اما در رویکرد بازارگرایانه، نماینده محلی به چشم و گوش بازار تبدیل می‌شود. وظیفه او صرفاً گرفتن سفارش نیست؛ وی شریک اطلاعاتی، عملیاتی و حتی راهبردیِ تولیدکننده است. هرچه فاصله جغرافیایی، فرهنگی و سازمانی میان تولیدکننده و بازار مقصد بیشتر باشد، ارزش این نقش در انتقال اطلاعات و کاهش عدم‌قطعیت بیشتر می‌شود.

از همین رو، شرکتی که نماینده محلیِ خود را فقط یک «توزیع‌کننده» به حساب می‌آورد، بخش بزرگی از ظرفیت او را از دست می‌دهد. حذف یا تضعیف نمایندگان محلی، معمولاً به معنای کور کردن بخش مهمی از حسگرهای سازمان نسبت به بازار است. صادرکننده‌ای که به نماینده خود بی‌اعتماد است و می‌خواهد همه تحلیل‌ها و پایش‌ها را شخصاً انجام دهد، شاید تصور کند هزینه‌ها را کاهش می‌دهد؛ اما در عمل، ممکن است با از دست دادن اطلاعات، بازار را نیز از دست بدهد.

گفتم بدَوَم تا تو همه فاصله‌ها را
تا زودتر از واقعه گویم گِله‌ها را

بـه باورِ من در اکثر فرصت‌های صادراتی، «فاصله» و «موفقیت»، رابطه معکوس دارند. هرچه فاصله بیشتر شود، برای موفق شدن، باید تلاش بیشتری کرد. طبیعی است که کشورهای همسایه و نزدیک‌تر به ما، ظرفیت محدودی برای واردات از ایران داشته باشند. بماند که برای مثال، در شرایط فعلی، و بنا بر دلایل عدیده، مقصدِ بیش از چهار-پنجم محصولات پتروشیمی کشور، چین است، گریزی هم نیست. چه باید کرد؟

عمری اگر بود، پس از اتمام بحث جاری، در نوشتارهای بعدی، به مبحث «تفاوت‌های ملی[6]» خواهم پرداخت. نمایندگان محلی باید در به حداقل رساندنِ مشکلاتِ حاصل از تفاوت‌ها، و سوهان زدنِ لبه‌های تیغِ چهارگانهٔ «فاصله‌ها»، امدادرسانی کنند.

در الگوی رایج صادراتی ما، که روش‌های بازاریابی تا حد زیادی بر روابط شخصی، اعتمادسازی تدریجی و ارتباطات محلی استوار است، مهم‌ترین وظیفه نماینده محلی تمرکز بر همین ارتباطات و مدیریت حرفه‌ای آن‌هاست. بسیاری از شرکت‌ها چون بازار مقصد را از دور می‌بینند و مشتری را فقط خریدار نهایی تلقی می‌کنند، و نه «منبع یادگیری»، به جایگاه پایداری دست نمی‌یابند. نماینده محلی کارآمد می‌تواند تفاوت میان صادرات اتفاقی و حضور پایدار در بازار را رقم بزند.

نخستین نقش نماینده محلی، گردآوری و تفسیر اطلاعات بازار است. شناخت بازار فقط دانستن حجم واردات، تعداد مشتریان بالقوه یا قیمت رقبا نیست. شناخت واقعی بازار یعنی فهمیدن اینکه مشتری چرا خرید می‌کند، چه نگرانی‌هایی دارد، به چه ویژگی‌هایی حساس است، چگونه اعتمادش جلب می‌شود، چه نوع بسته‌بندی را ترجیح می‌دهد، چگونه درباره یک نشان تجاریِ خارجی قضاوت می‌کند و چه عواملی او را از خرید منصرف می‌سازد. این اطلاعات ظریف معمولاً در گزارش‌های آماری یا نمایشگاه‌های تجاری به‌سادگی دیده نمی‌شوند. برای مثال، ممکن است شرکت صادرکننده تصور کند مزیت اصلی محصولش قیمت پایین است، اما نماینده محلی دریابد که مشتریان بازار مقصد بیش از قیمت، به خدمات پس از فروش یا ثبات کیفیت اهمیت می‌دهند. همچنین ممکن است صادرکننده، بسته‌بندی فعلی را مناسب بداند، اما نماینده محلی بداند که رنگ، اندازه، زبان نوشته‌ها یا حتی شیوه بازشدن بسته با عرف بازار مقصد هماهنگ نیست.

خستین نقش نماینده محلی، گردآوری و تفسیر اطلاعات بازار است. شناخت بازار فقط دانستن حجم واردات، تعداد مشتریان بالقوه یا قیمت رقبا نیست

نقش دوم نماینده محلی، کاهش فاصله فرهنگی است. در تجارت بین‌الملل، تفاوت فرهنگی می‌تواند حتی بهترین محصول را با شکست مواجه کند. شیوه مذاکره، سرعت تصمیم‌گیری، میزان رسمی بودن مکاتبات، اهمیت رابطه شخصی، حساسیت نسبت به تخفیف، جایگاه اعتماد و انتظار از پاسخ‌گویی، در کشورها متفاوت است. نماینده محلی پیام شرکت را فقط از نظر زبانی ترجمه نمی‌کند؛ او زبان اعتماد، زبان ارزش و زبان رفتار تجاری بازار مقصد را نیز می‌شناسد.

نقش سوم، شناسایی مشتریان مناسب و بخش‌بندی بازار[7] است. در صادرات، هر مشتری بالقوه‌ای لزوماً مشتری مطلوب نیست. برخی فقط به دنبال پایین‌ترین قیمت‌اند، برخی سابقه بدحسابی دارند، برخی توان توزیع ندارند و برخی ممکن است به اعتبار نشانِ تجاری ما آسیب بزنند. نماینده خوب باید مشتریان قابل اعتماد و همسو با اهداف بلندمدت شرکت را تشخیص دهد. از سوی دیگر، بازار خارجی یک توده یکپارچه نیست. عمده‌فروشان، خرده‌فروشان، مصرف‌کنندگان نهایی، سازمان‌های دولتی، شرکت‌های صنعتی، توزیع‌کنندگان منطقه‌ای و مشتریان آنلاین رفتارهای متفاوتی دارند. نماینده محلی می‌تواند نشان دهد کدام گروه به قیمت حساس است، کدام به نام و نشان تجاری، کدام به گواهی کیفیت، کدام به سرعت تحویل، کدام به امکان سفارشی‌سازی، و حتی کدام بخش از بازار ممکن است با ریسک درخواست‌های غیررسمی یا پرداخت‌های نامشروع همراه باشد.

نقش چهارم، انتقال منظم، بی‌سانسور و به‌موقع بازخورد مشتری به درون سازمان است. به‌قول مرحوم محمدعلی بهمنی، نقشش این است که خواسته‌ها و شکایات مشتری را «زودتر از واقعه» به گوش شرکت برساند. بسیاری از شرکت‌ها، تازه زمانی متوجه بازخورد

مشتری می‌شوند که شکایت رسمی دریافت می‌کنند یا فروششان کاهش می‌یابد. نماینده محلی باید پیش از رسیدن کار به آن مرحله، نشانه‌های اولیه را شناسایی کند و مسئله را به‌صورت تحلیلی و روشن به صادرکننده منتقل سازد: نارضایتی از تأخیر در پاسخ‌گویی، ورود رقیبی با محصولی بهتر، تغییر قوانین واردات، تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان یا کاهش جذابیت مدل قیمت‌گذاری. همچنین، نماینده باید توضیح دهد که مشکل مربوط به یک مشتری خاص است یا روندی عمومی در بازار محسوب می‌شود. می‌خواهم تاکید دوباره‌ای روی واژه «بدون سانسور» بکنم:

بدیهی است که نماینده محلی به هیچ روی، شما را از اعزام همکارنتان به بازار هدف، بی‌نیاز نمی‌کند و جایگزینِ آنها نخواهند شد، ولی مواردی هست که مدیرانِ یک مجموعه، دچار خودسانسوری می‌شوند و ترجیح می‌دهند، شکایاتِ مشتریان را، که فی‌الواقع نقدی بر عملکردِ خودشان محسوب می‌شود، به مدیریت ارشدِ شرکت منعکس نکنند.

نقش پنجم، اعتمادسازی است. مشتری خارجی، به‌ویژه در خریدهای عمده یا صنعتی، نسبت به شرکتی که در کشور دیگری قرار دارد با احتیاط برخورد می‌کند. نگرانی‌های مشتری، بر تصمیم خرید اثر می‌گذارند. نماینده محلی با حضور موثر در بازار مقصد، این نگرانی‌ها را کاهش می‌دهد و نشان می‌دهد که شرکت صادرکننده برای حضور بلندمدت برنامه دارد.

نقش ششم، شناخت رقباست. تمرکز بر مشتری به معنای نادیده گرفتن رقبا نیست، زیرا مشتری همواره در حال مقایسه است. نماینده محلی می‌تواند نشان دهد رقبا چه محصولاتی عرضه می‌کنند، با چه قیمتی می‌فروشند، چه خدماتی ارائه می‌دهند، نقاط قوت و ضعفشان چیست و مشتریان از چه چیزی در محصولات آنان ناراضی‌اند. این اطلاعات به شرکت کمک می‌کند محصول خود را نه صرفاً بر اساس ویژگی‌های فنی، بلکه بر اساس ارزشی معرفی کند که در مقایسه با گزینه‌های دیگر برای مشتری ایجاد می‌کند.

نقش هفتم، کمک به تطبیق محصول با بازار است. گاهی لازم نیست محصول کاملاً تغییر کند؛ اصلاحات کوچک در اندازه، بسته‌بندی، برچسب، خدمات جانبی یا نام تجاری کافی است. نماینده محلی می‌تواند تشخیص دهد کدام تغییر ضروری است و کدام تغییر فقط هزینه‌ای اضافی بر شرکت تحمیل می‌کند.

با این‌همه، شرکت صادرکننده نباید تمام شناخت بازار را به نماینده واگذار کند. شرکت باید سازوکاری داشته باشد که دانش و بینش نماینده را به تصمیم و عمل تبدیل کند. نماینده منبع مهم دانش است، اما جایگزین یادگیری سازمانی نیست. مدیران شرکت باید خود نیز به‌طور دوره‌ای بازار را ببینند، با مشتریان کلیدی گفت‌وگو کنند، داده‌های فروش را تحلیل کنند و گزارش نماینده را با شواهد دیگر بسنجند. وابستگی کامل به یک نماینده می‌تواند خطرناک باشد، زیرا در بسیاری موارد «سوگیری‌های ذهنی» غیرقابل اجتناب است و اطلاعات بازار ممکن است از زاویه منافع او فیلتر شود. بهترین حالت آن است که نماینده محلی بخشی از یک سیستم گسترده‌تر شناخت بازار باشد، و نه، تنها منبع تصمیم‌گیری.

بسیاری از همکاری‌ها با نمایندگان محلی نه به دلیل ناتوانی نماینده، بلکه به دلیل انتظاراتِ ناصحیح از وی، شکست می‌خورند. انتظاراتی غیرواقع‌بینانه و نامنطبق با امکاناتی که در اختیارش قرار می‌دهیم. مثل اینکه بخواهیم بدون حمایت شرکتِ اصلی، بدون بودجه تبلیغاتی، بدون تفویض اختیار، بدون زمان کافی و بدون ابزار بازاریابی، بازار جدیدی را فتح کند! همچنین نباید او را صرفاً برای فروش کوتاه‌مدت تحت فشار گذاشت، زیرا چنین فشاری ممکن است به وعده‌های غیرواقعی، جذب مشتریان نامناسب و آسیب به برند منجر شود.

تولیدگرایی و بازارگرایی از منظر ارزش‌آفرینی

ارزش‌آفرینی را می‌توان به زبان ساده، تفاوت میان ارزش ادراک‌شده توسط مشتری و هزینه واحد تولید برای تولیدکننده دانست. سودآوری زمانی افزایش می‌یابد که تولیدکننده بتواند ارزش ادراک‌شده برای مشتری را بالا ببرد، هزینه تولید را کاهش دهد، یا هردو را همزمان انجام دهد.

تولیدگرایی معمولاً اهرم کاهش هزینه را بهتر می‌فهمد. صرفه‌جویی مقیاس، اثرات یادگیری، نوآوری در فرآیند، بهینه‌سازی زنجیره تأمین، منبع‌یابی هوشمندانه و استفاده بهتر از ظرفیت خطوط تولید، همگی به کاهش هزینه کمک می‌کنند. اما بازارگرایی عمدتاً در اهرم افزایش ارزش ادراک‌شده قوی‌تر است و قدرت مانور بیشتری دارد. بدون فهم زبان بازار، خلقِ تمایز معنادار ممکن نیست. تمایز در همه چیز، از جمله در مدل قیمت‌گذاری.

صادرات هردو اهرم را تقویت می‌کند و نمایندگان محلی در هر به‌کارگیریِ دو اهرم نقش دارند.

> تمرکز بر مشتری به معنای نادیده گرفتن رقبا نیست، زیرا مشتری همواره در حال مقایسه است. نماینده محلی می‌تواند نشان دهد رقبا چه محصولاتی عرضه می‌کنند، با چه قیمتی می‌فروشند، چه خدماتی ارائه می‌دهند، نقاط قوت و ضعفشان چیست و مشتریان از چه چیزی در محصولات آنان ناراضی‌اند

پلتفرم‌های دیجیتال، واسطه‌های اطلاعاتی عصر جدید

در اقتصاد معاصر، واسطه‌ها فقط اشخاص یا شرکت‌های محلی نیستند. پلتفرم‌های دیجیتال نیز به شکل جدیدی از واسطه تبدیل شده‌اند. آمازون، علی‌بابا، شاپیفای، گوگل ترندز، گوگل آنالیتیکس و پلتفرم‌های تخصصی دیگر، فقط فضای فروش یا معرفی کالا نیستند؛ آنان در بسیاری موارد، حسگرهای بازارند. اجازه دهید قلم‌فرسایی در این حوزه را به اهل فن واگذار کنم؛ همین‌قدر بگویم که اهمیت این پلتفرم‌ها در آن است که با کاهش هزینه جست‌وجو و تحقیقِ بازار، به افزایش شفافیت کمک بسزایی می‌کنند و عدم تقارن اطلاعاتی میان خریداران و فروشندگان را کم می‌کنند. در گذشته، تولیدکننده برای شناخت بازار خارجی ناچار بود عمدتاً با تکیه بر فرایندهای پرهزینه و زمان‌بری چون نمایشگاه‌ها، سفرهای تجاری، و شبکه‌های شخصی اقدام به کسب اطلاعات کند. امروز، بخشی از این اطلاعات از طریق داده‌های رفتاری، جست‌وجوها، تراکنش‌ها، بازخوردها و تحلیل‌های پلتفرمی قابل دسترسی است.

البته این بدان معنا نیست که پلتفرم دیجیتال جایگزین کامل نماینده محلی می‌شود. بسیاری از ظرایف فرهنگی، مذاکراتی، نهادی و رابطه‌ای همچنان نیازمند تفسیر انسانی و شناخت محلی است. صورت مسئله اما عوض نشده است؛ چه واسطه انسانی باشد و چه پلتفرم دیجیتال، آنچه برای صادرکننده اهمیت دارد، رسیدنِ صدای بازار به تولید است. افزون بر این، چه از این پلتفرم‌ها استفاده کنیم و چه نکنیم، رقبای ما از آن‌ها استفاده می‌کنند؛ بنابراین نادیده گرفتن واسطه‌های دیجیتال، به معنای محروم‌کردن شرکت از بخشی از بازارگراییِ داده‌محور است.

به هر روی، با وجود منطق روشن بازارگرایی، مقاومت در برابر آن کم نیست. معمولاً یکی از علل این امر، غرور و تعصب است. بسیاری از تولیدکنندگان به دانش و توان صنعتی خود مفتخرند، و این مباهات تا زمانی ارزشمند است که با فروتنی در برابر بازار همراه باشد. اما وقتی به خودشیفتگی تبدیل شود، سازمان را از شنیدن صدای مشتری بازمی‌دارد.

علت دوم، عادت سازمانی است. بنگاهی که سال‌ها به یک روش تولید کرده، به‌سختی می‌پذیرد که بازار عوض شده و محصول نیز باید تغییر کند.

علت سوم، ضعف نظام جمع‌آوری اطلاعات است. اگر سازوکاری برای شنیدن صدای مشتری وجود نداشته باشد، سازمان ناچار به صدای درونی خود گوش می‌دهد.

علت چهارم، ترس از پیچیدگی است. بازارگرایی یعنی پذیرفتن اینکه جهان مشتری، رقبا، مقررات و فرایندهای توزیع پیچیده و در حال تغییر است. بسیاری از مدیران ترجیح می‌دهند

بازارگرایی نیز به معنای پذیرش هر درخواست مشتری نیست؛ بلکه به معنای گردآوری و درک نیازهای بازار و ارائه پاسخی سنجیده به آنهاست. نماینده محلی در این میان نه جانشین مدیریت صادرات است و نه صرفاً فروشنده؛ او یکی از حلقه‌های اصلی شناخت بازار و پیوند میان قابلیت‌های تولید با نیازهای معقول مشتریان، توانایی‌های رقبا و محدودیت‌ها و مقررات بازار مقصد است.

در جهان نسبتاً پایدار کارخانه بمانند. جهانی که ماشین‌آلات، برنامه تولید و استانداردهای داخلی آن، برایشان ملموس، و قابل کنترل‌تر است.

اکثر این علل و مشـــکلات با به‌کارگیریِ یک نماینده محلیِ مناســـب، قابل رفع است. افسوس که تجربه‌های ناموفق با نمایندگان ضعیف، ناکارآمد و خدای ناکرده خیانتکار، گاه به بدبینی عمومی نسبت به کلِ این نهاد منجر می‌شود. البته حضور نماینده محلی نیز، در همه بازارها و به هر قیمتی، توجیه ندارد. هزینه دفتر یا نماینده باید با «هزینه غیبت» و عدم حضور فیزیکی در هر بازار مقایسه، و سپس به‌تناسب، تصمیم‌گیری شود.

جمع‌بندی

تولیدگرایی و بازارگرایی دو مفهوم متضاد نیستند. بهره‌وری، ثبات کیفیت، کنترل هزینه و قابلیت تحویل از شروط لازم رقابت‌اند؛ اما توان تولید تنها زمانی به ارزش اقتصادی پایدار تبدیل می‌شود که شرکت بداند در هر بازار هدف، برای هر گروه از مشتریان، چه محصولی را با چه ویژگی‌هایی، در چه سطح قیمتی، با چه خدماتی و از چه مسیر فروش، توزیع و عرضه‌ای وارد بازار کند.

بازارگرایی نیز به معنای پذیرش هر درخواست مشتری نیست؛ بلکه به معنای گردآوری و درک نیازهای بازار و ارائه پاســـخی سنجیده به آنهاست. نماینده محلی در این میان نه جانشین مدیریت صادرات است و نه صرفاً فروشـــنده؛ او یکی از حلقه‌های اصلی شناخت بازار و پیوند میان قابلیت‌های تولید با نیازهای معقول مشتریان، توانایی‌های رقبا و محدودیت‌ها و مقررات بازار مقصد است.

در ادامـــه، نکاتی درخصوص نحوه شناســـایی، انتخـــاب و ارزیابی نمایندگانِ محلی بیان خواهد شد که امید است مکملِ این بحث باشد.

انتخاب، پایش و مدیریت نماینده محلی

در بخش اول این مقاله توضیح داده شـــد که صادرکننده موظف است صدای بازار را بشنود، و آن را به تصمیمی مبدل کند که برای مشتری ارزش، و برای تولیدکننده سود و یادگیریِ پایدار ایجاد کند.

در همین راستا، نکات کاربردی‌تری درخصوص نحوه انتخاب نماینده محلی، تعریف روشـــن مسئولیت‌ها، تأمین پشتیبانی لازم، و سنجش متوازن عملکرد وی، بیان خواهد شد.

نماینده محلی را نمی‌توان تنها با رقم فروش ارزیابی کرد. بالا رفتنِ ارقامِ فروش، ممکن است حاصل تخفیف‌های نامتعارف، تمرکز بر یکَ مشتری، پذیرش ریسک اعتباری ناموجه یا تضعیف جایگاه نشان تجاری باشد. در مقابل، نماینده‌ای که در مرحله ورود به بازار، اطلاعات معتبر گردآوری می‌کند، شـــبکه مشتریان را پدید می‌آورد، موانع مقرراتی را آشـــکار می‌کند و به اصلاح محصول یاری می‌رســـاند، ممکن اســـت هنوز فروش چشمگیری نداشته باشد، اما بخشی از زیرساخت حضور پایدار شـــرکت در حوزه جغرافیایی خود را بنا نهاده باشد. بنابراین، ارزیابی نماینده باید شاخص‌های نتیجه‌ای[8]، مانند فروش، سود و سهم بازار، را با شاخص‌های فرایندی[9]، مانند کیفیت اطلاعات، شایستگی، انطباق و انتقال دانش، ترکیب کند.

نخستین اصل آن است که شـــاخص‌های ارزیابی با «نقش واقعی»، وظایف، حدود اختیار و امکانات نماینده محلی متناســـب باشند. عامل‌فروشی که مالک موجودیِ انبار نیســـت و در حمل، تحویل یا اعطای اعتبار به خریداران نقشی ندارد، نباید با معیارهای یک توزیع‌کننده صاحب موجودی و مسئول وصول مطالبات مقایسه شود. بنابراین، هنگام تفسیر نتایج باید به عبور (یا عدم عبور) از مرحله ورود به بازار، پیچیدگی محصول، منابع، امکانات و حمایت‌هایی که شرکت اصلی در اختیار نماینده قرار داده و نیز عوامل محیطی خارج از کنترل او توجه کرد. به بیان ساده‌تر، نباید نماینده‌ای را که با «دستان بسته» کار می‌کند، با نماینده‌ای «تام‌الاختیار» مقایسه کرد.

عملکرد نماینده را می‌توان در محورهای زیر پایش کرد

عملکرد فروش و رشـــد آن: فروش خالص واقعی، پس از کسر مرجوعی، تخفیف و اعتبارات اعطایی، با بودجه مصوب مقایسه شود. ارقام باید به تفکیک محصول، گروه‌های مشتریان، منطقه، مسیر فروش و توزیع و دوره زمانی گزارش شوند.

سهم در سودآوری: فروش بالا هنگامی ارزشمند است که حاشیه سود را از بین نبرد. ســـهم نماینده در سودآوری را باید پس از شناسایی و کسر هزینه‌های مرتبط، از جمله هزینه‌های لجستیکی، خطاها و دوباره‌کاری‌ها، کمیسیون، تخفیف، مرجوعی و خدمات، محاسبه و سپس با بودجه مصوب مقایسه کرد.

توسعه بازار: تعداد مشتریان جدید واجد شرایط، سهم بازار، تعداد مشتریان هدفی که فعالانه وارد فرایند فروش شـــده‌اند و میزان پوشش مناطق یا مسیرهای جدید فروش و توزیع ثبت شود. طبعاً لازم است پیشاپیش «مشتری فعال» را متناسب با ماهیت محصول و چرخه طبیعی خرید آن تعریف کرده باشیم.

تمرکز و تنوع مشتریان: سهم مشـــتریان بزرگ، به‌ویژه سهم پنج مشتری نخست، سنجیده شود. تمرکز بالا ممکن است در کوتاه‌مدت فروش را تقویت کند، اما در عین حال، وابستگی شرکت به تعداد محدودی مشتری و قدرت چانه‌زنی آنان را افزایش می‌دهد.

حفظ مشتری[10] و تکرار خرید: میزان حفظ مشتری، خرید مجدد، ریزش مشتری، فاصله میان ســـفارش‌ها و طول رابطه فعال با هر مشتری بررسی شود. مشتریان جدید و باسابقه بهتر است جداگانه تحلیل شوند؛ زیرا ترکیب آنها می‌تواند تصویری نادرست از میزان وفاداری مشتریان ایجاد کند.

انضباط قیمت و تخفیف: قیمـــت خالصِ تحقق‌یافته با قیمت هدف، کف قیمت یا حاشـــیه مصوب مقایسه شود. میزان تخفیف، معاملات خارج از حدود اختیار و انحراف‌های بدون مجوز نیز ثبت شـــوند. مهم آن است که روشن شود نماینده در چه سطح قیمتی معامله را برده یا باخته و آیا تخفیف واقعاً برای انجام معامله یا توسعه بازار ضروری بوده است یا خیر.

کیفیت اطلاعات بازار: گزارش‌های نماینده باید به‌موقع، کامل، مســـتند، قابل راستی‌آزمایی و مرتبط با رخدادها و تصمیمات بازار باشـــند. تعداد صفحات یا دفعات ارســـال گزارش، به‌تنهایی نشانه کیفیت نیست. اطلاعات مشتریان، رقبا، مقررات و تغییرات تقاضا باید حتی‌الامکان با شواهد قابل پیگیری همراه شوند.

دقت پیش‌بینی و کاربردی‌بودن اطلاعات: پیش‌بینی‌های فروش با نتایج واقعی و محقق‌شده مقایسه شوند. همچنین باید مشخص شود چه نسبتی از اطلاعات و بینش‌های نماینده محلی در تصمیم‌هایی مانند اصلاح محصول، تغییر قیمت، انتخاب مشتری یا برنامه بازار به کار گرفته شده است. البته استفاده‌نشدن از اطلاعات همیشه ضعف نماینده نیست؛ در بسیاری موارد، این صادرکننده است که سازوکار مناسبی برای دریافت، تحلیل و پاسخ‌گویی به اطلاعات ندارد.

تحویل و اجرای ســـفارش: درصد ســـفارش‌های کامل و به‌موقع، و میزان خطاهای مقداری، اسنادی، تأخیر زمانی، آسیب‌دیدگی و مرجوعی سنجیده شود. علت هر خطا و حتی‌الامکان متخلفین (نماینده، شـــرکت اصلی، حمل‌کننده، مشتری یا سایر عوامل بیرونی) باید شناسایی شود.

رضایت مشتری و رسیدگی به شکایات: میزان و تواتر شکایت، زمان نخستین پاسخ، زمان حل مسئله، درصد حل در موعد مقرر، ثبت شود. کم‌بودن شکایت الزاماً به معنای رضایت نیست؛ برخی مشتریان ناراضی بدون طرح شکایت، خرید خود را متوقف می‌کنند. در صورت امکان، تماس مستقیم با برخی مشتریان می‌تواند تصویر دقیق‌تری از کیفیت عملکرد نماینده ارائه دهد.

انضباط مالی و وصول مطالبات: میزان وصول مطالبات در سررسید، مطالبات معوق، میانگین زمان وصول، سن مطالبات، بدهی سوخت‌شده و رعایت سقف اعتبار هر مشتری

> نماینده محلی را نمی‌توان تنها با رقم فروش ارزیابی کرد. بالا رفتن ارقام فروش، ممکن است حاصل تخفیف‌های نامتعارف، تمرکز بر یک مشتری، پذیرش ریسک اعتباری ناموجه یا تضعیف جایگاه نشان تجاری باشد

ارزیابی شـــود. فروشی که در نهایت به وجه نقد تبدیل نمی‌شود یا شرکت را در معرض ریسک اعتباری نامتعارف قرار می‌دهد، همانند فروش سالم، مستحق پاداش نیست.

انطباق قـــراردادی، حقوقی و اخلاقی: رعایـــت قلمرو، سیاســـت‌ها و راهبردهای قیمت‌گذاری، محرمانگی، مالکیت داده، مجوزها، مقررات و تعهدات گزارش‌دهی باید قابل حسابرســـی باشد. تخلف بااهمیت، مانند فروش غیرمجاز، فساد، تعارض منافع پنهان یا سوءاستفاده از نشان تجاری، باید به‌روشنی، برجسته شود.

همسویی راهبردی و صیانت از نشان تجاری: رفتار نماینده باید با بازار هدف، جایگاه قیمتی، سطح خدمات، پیام نشان تجاری و برنامه بلندمدت شرکت سازگار باشد. نماینده باید بداند قرار است مشتری چه برداشتی از نشان تجاری ما داشته باشد و همان تصویر و پیام را به‌درستی به بازار منتقل کند.

شایستگی و ظرفیت تیم: تسلط و شناخت کافی نماینده ــ و در صـــورت وجود، تیم او ــ از محصول و بازار، ثبات افراد کلیدی تیم او، نحوه پوشش مشتریان و استفاده صحیح از سامانه ثبت مشتری بررسی شود. تعداد کارکنان به‌تنهایی کافی نیست؛ کیفیت آنان و تناسب توان تیم با تعهداتی که نسبت به بازار پذیرفته‌ایم اهمیت بیشتری دارد.

انطباق‌پذیری، انتقال دانش و همکاری: نماینده باید بتواند تغییرات بازار را تشخیص دهد، شـــواهد را از برداشت‌های شخصی جدا کند و پیشـــنهادهای قابل اقدام ارائه دهد. اعتماد، کیفیت ارتباط، اجرای اقدامات مشترک و توان حل مسئله نیز باید ارزیابی شوند.

پس از تعریف شاخص‌ها، باید از ابتدا، روش محاسبه، دوره گزارش، مسئول ثبت و آستانه هشدار[11] هریک، تعیین شود. برای همه صنایع و بازارها یک حد مطلوب عمومی و جهان‌شمول وجود ندارد. شاخص‌ها باید با اهداف مصوب، عملکرد گذشـــته همان نماینده و، در صورت امکان، عملکرد بازارها یا نمایندگان مشابه مقایسه شوند.

در کنار سنجه‌ها، چک‌لیست انتخاب و ارزیابی واسطه نیز اهمیت دارد؛ زیرا بسیاری از مشکلات بعدی، ناشی از انتخاب نادرست اولیه است، نه صرفاً ضعف کنترل حین همکاری. چک‌لیست زیر را می‌توان پیش از عقد قرارداد همکاری و در بازبینی‌های دوره‌ای به‌کار برد.

پرسش‌های کلیدی برای انتخاب و ارزیابی نماینده محلی

بسیاری از مشکلاتی که بعدها به ضعف کنترل نسبت داده می‌شوند، در واقع از انتخاب شتاب‌زده یا تعریف مبهم نقش آغاز شده‌اند. انتخاب نماینده باید فرایندی مستند و قابل راستی‌آزمایی باشد، نه نتیجه رابطه شخصی، ســـفارش افراد ذی‌نفوذ یا وعده فروش بزرگ. پیش از عقد قرارداد و سپس در ارزیابی‌های دوره‌ای، باید دست‌کم پرسش‌های زیر مطرح شوند:

- آیا نماینده سابقه قابل اثباتی در محصول، مشتری و بازار هدف دارد؟ کدام پروژه‌ها، مشتریان و نتایج این ادعا را تأیید می‌کنند؟
- آیا ساختار رقابت، مقررات، فرایند خرید و حساسیت‌های مشتریان را می‌شناسد، یا صرفاً اطلاعات عمومی ارائه می‌دهد؟
- شبکه ادعایی او تا چه اندازه واقعی و قابل راستی‌آزمایی است؟ آیا این شبکه متعلق به سازمان اوست یا عمدتاً به روابط شخصی و فردی وی وابسته است؟
- آیا توان توسعه بازار دارد یا صرفاً سفارش‌های موجود را پردازش می‌کند؟ فرایند و جریانِ سیالِ فرصت‌های فروش[12]، نرخ تبدیل مشتریان بالقوه به بالفعل، چرخه فروش و برنامه پوشش مشتریان و بازارهای هدف او چگونه است؟

اگر نماینده محلی یک شخص حقوقی است، چه کسانی عملاً مسئول پیگیری امور ما در آن شرکت خواهند بود؟ این افراد را باید شناخت و دانش فنی، تسلط بر زبان(های) محلی، توان مذاکراتی و تجربه خدماتی آنان را سنجید. به‌ویژه در بازارهای کوچک، خروج افراد توانمند از این شرکت‌ها یا جذب آنان توسط رقیب محتمل است؛ برای حفظ افراد کلیدی یا جانشینی آنان نیز باید از پیش فکر کرد.

- مرام کســـب‌وکار و مدل اقتصادی نماینده محلی چیست و از چه فعالیت‌هایی سود می‌برد؟ آیا همکاری با ما واقعاً در زمره اولویت‌های او قرار خواهد گرفت؟
- آیا سرمایه در گردش لازم برای موجودی، اعتبار مشتری، بازاریابی و خدمات را دارد؟ صورت‌های مالی، مطالبات و مراجع اعتباری او چه تصویری ارائه می‌دهند؟
- آیا از سامانه ثبت مشتری و گزارش‌دهی منظم استفاده می‌کند؟ مالکیت داده‌های مشتری و نحوه انتقال آنها، به‌ویژه هنگام پایان همکاری، چگونه خواهد بود؟
- اعتبار او نزد مشتریان، کارکنان، تأمین‌کنندگان و شرکای پیشین چگونه است؟ آیا دعاوی، شکایت‌ها و اختلاف‌های مهم او به‌طور مستقل بررسی شده‌اند؟
- آیا امکانات عملیاتی او با مســـئولیت مورد انتظار تناسب دارد؟ موجودی انبار ــ اعم از انبارهای ما در بازار هدف یا انبارهای مشتریان ــ زمان تحویل، کیفیت نصب، آموزش، خدمـــات پس از فروش و رسیدگی به شکایت‌ها را چه کسی مدیریت می‌کند؟
- آیا سبد محصول، فرهنگ مدیریتی، افق زمانی، سطح قیمت و شیوه خدمت او با جایگاه نشان تجاری ما سازگار است؟
- چه محصولات یا نشان‌های تجاری از رقبای ما در سبد او وجود دارند؟ مالکیت نهایی، اشخاص وابسته و تعارض‌های احتمالی چگونه افشا می‌شوند؟[13]
- آیا توان تبدیل اطلاعات بازار به پیشـــنهاد تحلیلی را دارد؟ در سوابق او چه نمونه‌ای از هشدار زودهنگام، پیشنهاد اصلاح محصول یا تغییر برنامه بازار وجود دارد؟
- آیا با مفهوم و شـــرح‌وظایف «مدیریـــت رویدادهای تجاری[14]» آشناســـت؟ در نمایشگاه‌ها، همایش‌ها، نشســـت‌های B2B و سایر رویدادهای تجاری چه ســـوابقی دارد؟ آیا بـــرای برنامه‌ریزی، اجرا و پیگیری نتایج این رویدادها افراد مشخصی در اختیار دارد؟
- آیا مجوزها، وضعیت مالیاتی، محرمانگی و سازوکار حفاظت از داده‌های او قابل قبول‌اند؟

سازوکار تصمیم‌گیری و حل اختلاف چگونه خواهد بود؟ مسئول هر طرف، سطح اختیار، زمان پاسخ و مسیر ارجاع اختلاف باید از ابتدا روشن باشند.

پاسخ‌ها بهتر است بر پایه یک نظام امتیازدهی ثبت شوند و وزن معیارها پیش از بررســـی نامزدها تعیین شود. برخی معیارها، مانند تجربه، شبکه و توان خدمت، قابل امتیازدهی‌اند؛ اما بعضی موارد، مانند ثبت قانونی یا برخورداری از مجوزهای ضروری برای فعالیت در کشور هدف، باید اساساً شرط قبول یا رد باشند.

> کنترل نماینده فقط با فشار برای افزایش فروش و نظارت حاصل نمی‌شود. نظام مؤثر باید نتیجه مورد انتظار، رفتار لازم، حدود اختیار، اطلاعات مورد نیاز و پشتیبانی شرکت اصلی را همزمان روشن کند. نوع کنترل نیز باید با میزان عدم‌قطعیت بازار، پیچیدگی محصول، تجربه نماینده و قابلیت اندازه‌گیری نتایج متناسب باشد

کنترل، حمایت و قرارداد

کنترل نماینده فقط با فشـــار بـــرای افزایش فروش و نظارت حاصل نمی‌شود. نظام مؤثر باید نتیجه مورد انتظار، رفتار لازم، حدود اختیار، اطلاعات مورد نیاز و پشتیبانی شرکت اصلی را همزمان روشن کند. نوع کنترل نیز باید با میزان عدم‌قطعیت بازار، پیچیدگی محصول، تجربه نماینده و قابلیت اندازه‌گیری نتایج متناسب باشد.

نماینده‌ای که مأمور معرفی محصولی پیچیده در بازاری جدید است، بدون آموزش، اســـناد فنی، نمونه محصول، محتوای بازاریابی، دسترسی به متخصصان و پاسخ‌گویی مناســـب در شرکت اصلی، نمی‌تواند مسئول همه ناکامی‌ها شناخته شود. کنترل بدون حمایت ممکن است به پنهان‌کاری و رفتار تدافعی بینجامد.

قرارداد باید روشـــن و مبتنی بر شاخص‌ها باشـــد. مواردی چون انحصاری بودن (نبودنِ) همکاری[15]، میزان و نحوه محاســـبه کارمزد (کمیسیون)، پاداش، حدود و ثغورِ جغرافیایی، و تمدید همکاری باید به تحقق شاخص‌های مشخص گره بخورد. شروط و شاخص‌های همکاری

صادرات فقط انتقال کالا نیست؛ انتقال اطلاعات، مدیریت رابطه و یادگیری بازار نیز هست. در تولیدگرایی نیز هرگاه صدای مشتری، از مسیر نمایندگان محلیِ حرفه‌ای به کارخانه برسد، شانس ماندگاری در بازار خارجی بیشتر می‌شود.

باید دست‌کم سالی یک بار بازبینی شوند، و متناسب با عملکرد نماینده محلی دچار قبض و بسط شوند.

خوشبختانه چندین نمونه قرارداد تیپ نمایندگی وجود دارد که برخی از آنها نیز توسط اتاق بازرگانی ایران، به فارسی ترجمه شده‌اند. هرچند که محدودیت یا وسعتِ اختیارات و وظایف نماینده محلی، امری اقتضایی است و نسخه واحدی برای همه بازارها و نمایندگان وجود ندارد. قرارداد، حسب مورد، باید دست‌کم تکلیف موارد زیر را، با وسواسِ کامل، روشن کند:

- قلمرو، محصولات[۱۶] و مشتریان هدف؛
- تعریف دوره همکاری آزمایشی، و حداقلِ فروش، قبل و بعد از این دوره؛
- اختیار (یا عدم اختیار) در زمینه قیمت‌گذاری، فروش اعتباری و اعطای تخفیف؛
- تعهد / عدم تعهد به سرمایه‌گذاری یا هرگونه مشارکت مالی؛
- نحوه گزارش‌دهی و مالکیت داده‌ها؛
- محرمانگی، نشان تجاری و تعارض منافع؛
- حق حسابرسی و دسترسی به اسنادِ نماینده محلی؛
- شاخص‌های عملکرد و زمان‌های بازبینی؛
- شرایطِ خاتمه دادن به همکاری، تحویل اطلاعات و انتقال دانش.

قرارداد رسمی و رابطه اعتمادمحور جایگزین یکدیگر نیستند؛ مکمل یکدیگرند. قرارداد مرزها را مشخص می‌کند و اعتماد، ارتباط و حل مشترک مسئله، امکان مواجهه با رویدادهایی را فراهم می‌سازد که در زمان عقد قرارداد قابل پیش‌بینی نبوده‌اند.

طبعاً لازم است در قرارداد نظام انگیزشی منصفانه‌ای نیز برای نماینده محلی تعریف شود. اما مبنای این پاداش‌های عملکردی نیز نباید صرفاً «فروش ثبت‌شده» باشد. فروش وصول‌شده، حاشیه سود، توسعه مشتری، حفظ مشتری و کیفیت خدمت هم باید در آن لحاظ شوند. بااین‌حال، طرح پاداش نباید آن‌قدر پیچیده شود که فهم و حسابرسی آن دشوار باشد. عملکرد مطلوب در فروش نیز نباید موجب اغماض از تخلفات مهم یا تعارض منافع پنهان شود.

گفت، آن‌که یافت می‌نشود...

شک نیست که آنچه درباره مشخصات و توانایی‌های یک نماینده محلی کارآمد گفته شد، در بسیاری از بازارها بیشتر به یک «وضعیت آرمانی» شباهت دارد. ذکر این‌همه، اما از دو جهت به‌کار می‌آید: نخست آنکه بر مبنای قاعده میسور، «ما لا یُدرَک کُلّه، لا یُترَک کُلّه»؛ اگر از کشیدن همه آب دریا مأیوسیم، خود را از چشیدن آن محروم نکنیم! دوم آنکه بدانیم اگر روزی یک شرکت معتبر بین‌المللی بخواهد ما را به‌عنوان نماینده محلی خود برگزیند، چه‌چیزهایی را درباره ما خواهد سنجید!

جمع‌بندی: کارخانه باید از بازار فرمان بگیرد

در عمل، دعوای تولیدگرایی و بازارگرایی، دعوای کارخانه و بازار نیست؛ دعوای تقدم و تأخر در تصمیم‌گیری است. تولیدگرایی هنوز در بسیاری از صنایع شرط لازم بقاست، زیرا بدون بهره‌وری، کنترل کیفیت، مدیریت هزینه و استانداردسازی، رقابت ممکن نیست. در اکثر موارد، اگر شرکت تولیدی بخواهد در بازارهای خارجی حضور پایداری داشته باشد، باید از بازار دستور بگیرد، نه از عادت‌ها، گرایش‌ها و سلیقه‌های کارخانه.

البته بازارگرایی به معنای تسلیم‌شدن در برابر امواج سطحی و زودگذر بازار نیست؛ بلکه عبارت است از ایجاد ساختاری منظم برای شنیدن، تفسیر و پاسخ‌دادن به صدای بازار. بازارگرایی به شرکت می‌آموزد که پیش از تولید، مشتری را بفهمد؛ پیش از افزایش ظرفیت، تواتر تقاضا را بشناسد؛ و پیش از ورود به بازار جدید، زبان آن بازار را بیاموزد.

نمایندگان محلی یا پلتفرم‌های دیجیتال، در این میان نه دشمن تولیدند و نه جایگزین واحد بازاریابیِ شرکت. آنها پل حیاتی میان توان تولید و نیاز واقعی مشتری هستند. در رویکرد تولیدگرا، نماینده موظف است که برای محصولِ آماده، بازار پیدا کند. اما در رویکرد بازارگرا، علاوه بر وظایف سنتی خود مانند تحلیل بازار، یا ایجاد رابطه با مشتری، نماینده به یکی از اعضای تیم معماری مدلِ کسب‌وکار تبدیل می‌شود.

در اقتصاد معاصر، به‌ویژه در صادرات، برنده نهایی کسی نیست که فقط بهتر تولید می‌کند؛ برنده کسی است که بهتر می‌فهمد در کدام مقطع زمانی، برای چه‌کسی، برای کجا و برای چه نیازی تولید می‌کند. یک بنگاه صادراتیِ موفق، پیش از آنکه مواد اولیه بخرد، باید داده و شناخت بازار را جدی بگیرد؛ پیش از آنکه خط تولید را بچیند، باید تصویر روشنی از مشتری داشته باشد؛ و پیش از آنکه به افزایش ظرفیت فکر کند، باید از الگوی تقاضا و امکان تکرار آن مطمئن شود

صادرات فقط انتقال کالا نیست؛ انتقال اطلاعات، مدیریت رابطه و یادگیری بازار نیز هست. در تولیدگرایی نیز هرگاه صدای مشتری، از مسیر نمایندگان محلیِ حرفه‌ای به کارخانه برسد، شانس ماندگاری در بازار خارجی بیشتر می‌شود. و هرجا کارخانه از روی عادت یا بی‌اعتنایی به واقعیت‌های بازار، برای همه مشتریان نسخه واحدی بپیچد، حتی بهترین محصول نیز ممکن است راه خود را به بازار پیدا نکند.

دفاتر و نمایندگی‌های خارجی ممکن است از منظرِ حسابداری، «مرکز هزینه» محسوب شوند و به‌خصوص در این ایام، با افزایش نرخ ارز، فشار مالی حضور آن‌ها بیش از گذشته به چشم بیاید. با این حال، نباید فراموش کرد که غیبت، حتی «حضور منفعلانه و فاقد هوش رقابتی» در اکوسیستمِ بازار مقصد، گاه هزینه بسیار بیشتری تحمیل می‌کند.

هنر مدیر صادرات نه در نفی تولیدگرایی است و نه در تقدیس شعارزده بازارگرایی؛ بلکه در ترکیب اقتضایی و هوشمندانه این‌دو و به‌کارگیری صحیح نمایندگان محلی و بهره‌گیری از پلتفرم‌های دیجیتال است.

به‌نظرم سعدی علیه‌الرحمه، رفاقتی با تجار نداشته است. لااقل از دیدار آن بازرگان در کیش که می‌خواسته مثل همین ایام، گوگرد پارسی را به چین صادر کند، و از آنجا کاسه چینی به روم بَرَد و دیبای رومی به هند و فولادِ هندی به حَلَب و آبگینه حلبی به یَمَن و بُرْدِ یمانی به پارس... چندان خوش‌به‌حالش نشده بود. شک ندارم اما که اگر مرحوم سعدی نیز در حاشیه جهانگردی‌هایش، دستی در صادرات داشت، در مصرعِ زیر (به‌شرط آنکه قافیه دستش را نمی‌بست)، به‌جای واژه «یار» می‌گفت: «نماینده محلیِ حرفه‌ای»:

ای خواجه برو به هرچه داری
یاری بخر و به هیچ مفروش

> در اقتصاد معاصر، به‌ویژه در صادرات، برنده نهایی کسی نیست که فقط بهتر تولید می‌کند؛ برنده کسی است که بهتر می‌فهمد در کدام مقطع زمانی، برای چه‌کسی، برای کجا و برای چه نیازی تولید می‌کند

پی‌نوشت‌ها

۱. در بسیاری منابع، از ۴ استراتژی نام می‌برند و آن را ۴Ps می‌نامند:
Product – Pricing – Place - Promotion
من اولی را حذف نکردم، صرفا استقلالی برای آن قائل نیستم و گمانم در سه تای دیگر مستتر است. منظورشان از Place نیز، همان استراتژی «توزیع» است که صرفاً برای زیباسازی متن و دستیابی به چهار P، از این واژه استفاده شده است.

2. Production Orientation
3. Market Orientation
4. Pricing
5. Brand
6. National Differences
7. Market Segmentation
8. Outcome Metrics
9. Process Metrics
10. Customer Retention
11. Warning Threshold
12. Sales Pipeline

۱۳. هرچند بسیار بدیهی فرض می‌شود که نماینده محلی، انحصاراً با ما کار کند، یا لااقل دست به فروش محصولات رقیب نزند، اما در برخی بازارهای هدف صادرکنندگان ایرانی، تعداد اشخاصی که بتوان از آنها به‌عنوان یک نماینده محلی کارآمد استفاده کرد، آن‌قدر محدود است، که بناچار باید از رابطه انحصاری، چشم‌پوشی کنیم.

14. Trade Event Management

۱۵. انحصار باید مشروط، زمان‌دار و قابل بازبینی باشد.

۱۶. گاهی اوقات در یک قلمرو جغرافیایی، مجبور می‌شویم که هر گروه از محصولات یا خدمات را به نماینده محلی خاصی بسپاریم.

فراتر از تورم

وقتی ریال واحد حساب نیست



امیر درویشی
کارشناس ارشد سرمایه‌گذاری و تأمین مالی

بحث اقتصادی در ایران طی دو سال گذشته حول یک عدد سامان یافته است؛ اینکه نرخ تورم ۶۰ درصد است یا ۷۰ درصد، اینکه رقم مرکز آمار معتبرتر است یا رقم بانک مرکزی و اینکه آیا وضعیت موجود را می‌توان ابرتورم نامید یا هنوز با آن آستانه فاصله وجود دارد. این صورت‌بندی در ظاهر دقیق است، زیرا بر متغیری کمّی و قابل راستی‌آزمایی استوار شده، اما همین دقت ظاهری سبب شده تغییری که از خود نرخ اهمیت بیشتری دارد در حاشیه بماند.

آنچه در اقتصاد ایران دگرگون شده صرفاً سرعت افزایش قیمت‌ها نیست، بلکه شیوه شکل‌گیری قیمت است. فروشنده‌ای که اعتبار پیش‌فاکتور خود را به چند ساعت تقلیل می‌دهد، تأمین‌کننده‌ای که از تضمین نرخ فردا امتناع می‌کند و موجری که در تهران اجاره‌بها را به دلار تعیین می‌کند، هیچ‌یک صرفاً به بالا بودن نرخ تورم واکنش نشان نمی‌دهند؛ آنان سنجش با ریال را کنار گذاشته‌اند و این پدیده ماهیتی متفاوت از گران‌شدن دارد.

از میان کارکردهای پول، دو کارکرد در شرایط تورمی اهمیت می‌یابد: ذخیره ارزش و واحد حساب. این دو معمولاً هم‌زمان فرسوده می‌شوند، اما سرعت بازگشتشان یکسان نیست. کارکرد ذخیره ارزش را می‌توان با برنامه تثبیت معتبر و نرخ بهره حقیقی مثبت ظرف چند فصل ترمیم کرد، زیرا به محاسبه فردی هر پس‌اندازکننده متکی است. در مقابل، واحد حساب بر عادت جمعی و بر انتظار هر فعال اقتصادی از رفتار دیگران استوار است و سال‌ها پس از مهار تورم نیز بازنمی‌گردد. از این رو هزینه تأخیر در تثبیت رابطه‌ای خطی ندارد: هر دوره‌ای که سیاست‌گذار از دست می‌دهد، نه‌تنها بر تورم انباشته می‌افزاید، بلکه هزینه ضدتورم در آینده را نیز بالا می‌برد.

معیاری که استاندارد حسابداری برگزید

مناقشه بر سر کاربرد واژه ابرتورم عمدتاً از وجود دو تعریف رقیب ناشی می‌شود که طرفین بحث بدون تصریح، به یکی از آن دو استناد می‌کنند. تعریف متعارف آکادمیک که به فیلیپ کیگان منسوب است، آستانه را تورم ماهانه بالای ۵۰ درصد تعیین می‌کند. بر این مبنا ایران با تورم نقطه‌به‌نقطه حدود ۸۹ درصد و تورم سالانه نزدیک ۷۰ درصد در مرداد ۱۴۰۵، هنوز فاصله قابل توجهی با آن آستانه دارد.

استاندارد بین‌المللی گزارشگری مالی شماره ۲۹ اما معیار دیگری به کار می‌گیرد و ایران بر اساس آن پیش‌تر در فهرست اقتصادهای ابرتورمی قرار گرفته است. این استاندارد، آستانه مطلق عددی تعیین نمی‌کند و تشخیص را به قضاوت واگذار می‌کند، اما پنج نشانه اصلی را برمی‌شمارد که تنها یکی از آن‌ها کمی است (نرخ تورم تجمعی طی سه سال نزدیک یا بیش از ۱۰۰ درصد) و چهار نشانه دیگر توصیفی از رفتار اقتصادی‌اند؛ اینکه آحاد اقتصادی مبالغ را نه با پول ملی بلکه با ارز خارجی بسنجند و قیمت‌ها به همان ارز اعلام شود؛ اینکه فروش نسیه با قیمتی منعقد شود که کاهش قدرت خرید در طول دوره اعتبار را جبران کند، حتی اگر آن دوره کوتاه باشد؛ اینکه دستمزد و نرخ بهره و قیمت‌ها به یک شاخص پیوند بخورد؛ و اینکه مردم ترجیح دهند ثروت خود را به شکل دارایی‌های غیرپولی یا ارز باثبات نگه دارند و پول ملی را فوراً سرمایه‌گذاری کنند. اهمیت این استاندارد برای بحث حاضر دقیقاً در همین ترکیب معیارهای کمی و رفتاری نهفته‌است.

به عبارت دیگر، نهادی که وظیفه‌اش سنجش قابلیت اتکای صورت‌های مالی است، ابرتورم را با از دست رفتن کارکرد واحد حساب تعریف کرده و نه با سرعت رشد قیمت‌ها؛ زیرا با ناپایدارشدن واحد سنجش، ارقام حسابداری قابلیت مقایسه خود را از دست می‌دهند. بر همین اساس، کسانی که وضعیت ایران را ابرتورمی می‌خوانند بر مبنای تعریف حسابداری بر حق‌اند و بر مبنای تعریف کیگان بر خطا و منتقدان آنان دقیقاً برعکس. مناقشه بر سر واقعیت نیست، بر سر انتخاب معیار است.

مسیر متفاوت جانشینی پول در ایران

ادبیات صندوق بین‌المللی پول جانشینی پول را در سه لایه تفکیک می‌کند: جانشینی معاملاتی، به معنای استفاده از ارز به عنوان وسیله پرداخت؛ جانشینی مالی، به معنای انتقال سپرده و بدهی به ارز؛ و جانشینی واقعی، به معنای شاخص‌بندی قراردادهای داخلی به نرخ ارز، بی‌آنکه لزوماً پرداختی به ارز صورت گیرد.

ساختار نهادی ایران این ترتیب را دگرگون می‌کند و همین نکته موجب گمراهی تحلیل‌های متعارف شده است. کنترل سرمایه، محدودیت عملی سپرده‌گیری ارزی و نظام چندنرخی ارز، مسیر لایه دوم را تا حد زیادی مسدود می‌کند، حال آنکه هیچ منعی برای گره‌زدن قرارداد اجاره یا قرارداد تأمین نهاده به نرخ ارز وجود ندارد. فشاری که در اقتصادهای دیگر ابتدا در ترازنامه بانک‌ها بروز می‌یافت، در ایران مستقیماً به لایه سوم منتقل می‌شود.

این جابه‌جایی دو پیامد جدی دارد: نخست آنکه شدت پدیده به‌طور نظام‌مند کم‌برآورد می‌شود، زیرا شاخص متعارف سنجش، یعنی نسبت سپرده ارزی به کل سپرده‌ها، در ایران کمیت معناداری را اندازه نمی‌گیرد و آنچه در جریان است در هیچ سری آماری رسمی ثبت نمی‌شود. دوم آنکه سیاست‌گذار فاقد ابزار می‌ماند، چراکه ابزارهای احتیاطی متعارف نظیر تفکیک نرخ ذخیره قانونی بر ترازنامه بانک‌ها اعمال می‌شوند و در اینجا ترازنامه‌ای برای اعمال وجود ندارد.

تجربه اقتصادهای تورمی

تجربه ترکیه روشن‌ترین نمونه در دسترس است، زیرا هردو رویکرد را متوالیاً آزموده است. دولت ترکیه نخست کوشید با طرح سپرده‌های ارزی‌تضمین‌شده مانع خروج سپرده‌ها از لیر شود و به جای اصلاح علت، ریسک ارزی سپرده‌گذار را به ترازنامه دولت منتقل کرد. این طرح بنا بر گزارش رسانه‌های مالی بین‌المللی ده‌ها میلیارد دلار هزینه بر بودجه و بانک مرکزی تحمیل کرد، در سال ۲۰۲۵ برچیده شد و دلاری‌شدن را از میان نبرد. آنچه سرانجام نتیجه داد رویکردی متعارف‌تر بود: انضباط پولی، نرخ بهره حقیقی مثبت و سیاست‌گذاری قابل پیش‌بینی. سهم سپرده لیری از کل سپرده‌ها که در مرداد ۱۴۰۲ حدود ۳۲ درصد بود، تا تیر ۱۴۰۵ به حدود ۶۲ درصد افزایش یافت.

نمونه آرژانتین از منظر دیگری آموزنده است. در آن کشور طی بحران ابتدای دهه ۲۰۰۰ میلادی، سپرده‌های ارزی به اجبار و با نرخ تحمیلی به پول ملی تبدیل شد و نسبت سپرده ارزی تا سال ۲۰۰۵ به حدود ۱۰ درصد کاهش یافت، اما همان نسبت تا سال ۲۰۱۰ مجدداً به ۲۰ درصد بازگشت. عدد اصلاح شده بود، بی‌آنکه عادت اصلاح شده باشد. تبدیل اجباری در بولیوی، پرو و مکزیک نیز به فرار سرمایه انجامید و ناگزیر لغو شد. در مقابل، لهستان که تثبیت و آزادسازی مالی را با نرخ بهره حقیقی مثبت تلفیق کرد، سهم سپرده ارزی از نقدینگی را ظرف چهار سال از ۷۲ به ۳۰ درصد رساند.

شاخص‌بندی ارزی قراردادها ریسک ارز را به خریداری منتقل می‌کند که درآمدش ریالی باقی مانده است و این همان ناترازی ترازنامه‌ای است که در ترکیه و آرژانتین به موج ورشکستگی شرکتی انجامید. بنگاهی که اجاره یا نهاده‌اش عملاً دلاری شده اما فروشش ریالی مانده، موقعیتی ارزی اتخاذ کرده بی‌آنکه چنین تصمیمی گرفته باشد و این موقعیت در هیچ بخشی از صورت‌های مالی آن منعکس نمی‌شود.

جمع‌بندی این تجربه‌ها گزاره‌ای واحد را به وجود می‌آورد که برای ایران نیز اعتبار دارد: «بازگرداندن اعتماد به پول ملی از مسیر تثبیت اعتباری میسر است و از مسیر اجبار اداری خیر.»

آنچه نباید به ایران تعمیم یابد، ابزار این کشورهاست؛ ترکیه هم به بازارهای بین‌المللی سرمایه دسترسی داشت و هم نظام سپرده‌گیری ارزی رسمی؛ و ایران از هردو محروم است. شباهت در سازوکار است، نه در ابزار.

در برابر این خوانش، تفسیر جایگزینی نیز مطرح است که باید جدی گرفته شود. بر اساس این تفسیر، آنچه در ایران رخ می‌دهد ماندگاری ساختاری نیست بلکه واکنشی موقت به تنش ژئوپلیتیک است، چنان‌که در جهش‌های ارزی پیشین نیز با آرام‌شدن بازار، بخشی از قیمت‌گذاری‌های ارزی عقب نشست. با این حال شاخص‌بندی ارزی در آن دوره‌ها عمدتاً به معاملات عمده‌فروشی و کالاهای وارداتی محدود ماند، حال آنکه آنچه اکنون گسترش می‌یابد ورود همین شاخص‌بندی به قراردادهای بلندمدت خانوار نظیر اجاره مسکن است. هرچه افق قرارداد طولانی‌تر شود، اثر شبکه‌ای عمیق‌تر و بازگشت پرهزینه‌تر خواهد بود.

پیامد برای سرمایه‌گذار و بنگاه

با تغییر مقیاس سنجش بازده، مفهوم بازده ریالی به‌تنهایی معنای روشنی ندارد. سهمی که هم‌پای شاخص قیمت مصرف‌کننده رشد کرده باشد بازدهی ایجاد نکرده و صرفاً با مقیاس تازه بازقیمت‌گذاری شده است و بخش قابل توجهی از آنچه در سال‌های تورمی به عنوان موفقیت سرمایه‌گذاری روایت می‌شود چیزی جز تغییر مقیاس نیست

مسئله جدی‌تر، انتخاب مقسوم‌علیه است. نرخ ارز متغیری جهشی است و در فاصله‌ای کوتاه سطح خود را تغییر می‌دهد، حال آنکه شاخص قیمت مصرف‌کننده به دلیل وزن اقلام مشمول قیمت‌گذاری اداری با تأخیر تعدیل می‌شود. همین تفاوت موجب واگرایی دو معیار در بازه‌های میان‌مدت می‌شود، به‌گونه‌ای که سبدی واحد ممکن است با یکی بازده حقیقی مثبت و با دیگری بازده منفی نشان دهد. این خطا تصادفی نیست بلکه جهت‌دار است و به‌طور نظام‌مند به تخصیص نادرست دارایی می‌انجامد.

برای بنگاه‌ها خطر در نقطه دیگری متمرکز است. شاخص‌بندی ارزی قراردادها ریسک ارز را به خریداری منتقل می‌کند که درآمدش ریالی باقی مانده است و این همان ناترازی ترازنامه‌ای است که در ترکیه و آرژانتین به موج ورشکستگی شرکتی انجامید. بنگاهی که اجاره یا نهاده‌اش عملاً دلاری شده اما فروشش ریالی مانده، موقعیتی ارزی اتخاذ کرده بی‌آنکه چنین تصمیمی گرفته باشد و این موقعیت در هیچ بخشی از صورت‌های مالی آن منعکس نمی‌شود.

آنچه باید به‌جای نرخ تورم سنجید

شاخصی که پیگیری آن ارزش دارد، رقم ماهانه تورم نیست بلکه طول قراردادهاست: مدت اعتبار پیش‌فاکتور، مهلت تسویه در فروش نسیه و دوره‌ای که یک اجاره‌بها بدون بازنگری معتبر می‌ماند. چنانچه این افق‌ها بلندتر شوند، تثبیت واقعی در جریان است، صرف‌نظر از آنکه شاخص چه عددی نشان دهد. چنانچه کوتاه‌تر شوند، آنچه انباشته می‌شود دیگر تورم نیست بلکه عادت است و تجربه کشورهایی که این مسیر را پیموده‌اند حاکی از آن است که هزینه بازگرداندن عادت همواره بیش از هزینه مهار نرخ بوده است.

اصلاح یا نمایش اصلاح؟

چرا دولت‌ها گاهی شبیه دولت‌های توانمند می‌شوند، بی‌آنکه واقعاً توانمندتر شوند



روژین حسینی

روزنامه‌نگار و دانش‌آموخته جامعه‌شناسی

مدرسه ساخته می‌شود، معلم استخدام می‌شود، کتاب درسی به کلاس می‌رسد و گزارش پروژه با مهر «موفق» بسته می‌شود؛ اما دانش‌آموز الزاماً بیشتر از قبل یاد نگرفته است. سامانه‌ای جدید راه‌اندازی می‌شود، فرم‌ها کامل می‌شوند، شاخص‌ها بالا می‌روند و مدیران از «اصلاح ساختاری» سخن می‌گویند؛ اما سازمان همچنان در حل همان مسئله قدیمی ناتوان است. این تناقض، یکی از مهم‌ترین معماهای توسعه نهادی است: چگونه ممکن است اصلاحات بیشتر شوند، اما توانایی واقعی دولت تقریباً در همان سطح باقی بماند؟ مت اندروز، لنت پریچت و مایکل وولکاک پاسخ را در مفهومی جست‌وجو می‌کنند که آن را «تله توانمندی» می‌نامند؛ وضعیتی که در آن دولت‌ها سال‌ها قانون می‌نویسند، ساختارهای سازمانی را تغییر می‌دهند، سامانه راه می‌اندازند، مدیران را آموزش می‌دهند و برنامه‌های اصلاحی تازه طراحی می‌کنند، اما توانایی اجرایی آنها برای حل مسائل واقعی چندان افزایش نمی‌یابد.

مسئله صرفاً فساد، کمبود منابع یا فقدان اراده سیاسی نیست. حتی سازمان‌هایی که از منابع مالی برخوردارند، ساختارهای رسمی نسبتاً مناسبی دارند و مجموعه‌ای از اصلاحات را نیز به اجرا گذاشته‌اند، ممکن است همچنان از انجام مؤثر مأموریت اصلی خود ناتوان باشند. مسئله دقیقاً در همین فاصله میان «داشتن» و «توانستن» شکل می‌گیرد. یکی از مفاهیم محوری اندروز، پریچت و وولکاک برای توضیح این وضعیت، «تقلید ایزومورفیک» یا Isomorphic Mimicry است. مفهوم ایزومورفیسم پیش‌تر در جامعه‌شناسی سازمان‌ها مطرح شده بود. پل دی‌ماجیو و والتر پاول نشان داده بودند که سازمان‌ها در طول زمان، تحت تأثیر فشارهای قانونی، حرفه‌ای و نهادی، به یکدیگر شبیه می‌شوند و در شرایط عدم اطمینان، اغلب از سازمان‌هایی تقلید می‌کنند که موفق تلقی می‌شوند. در حوزه توسعه، این فرایند می‌تواند صورت خاصی پیدا کند: کشوری می‌بیند دولت موفق دیگری آژانس ضدفساد دارد، پس همان نهاد را تأسیس می‌کند؛ کشور دیگری نظام ارزیابی عملکرد دارد، بنابراین همان فرم‌ها، شاخص‌ها و ساختارهای سازمانی اقتباس می‌شوند. الگویی بین‌المللی به عنوان «بهترین رویه» معرفی می‌شود و دستگاه اجرایی می‌کوشد هرچه سریع‌تر به آن شبیه شود. اما شباهت سازمانی الزاماً به معنای شباهت در توانایی نیست. ممکن است دو کشور تقریباً یک قانون داشته باشند، نمودار سازمانی وزارتخانه‌هایشان مشابه باشد، از واژگان مدیریتی مشابه استفاده کنند و حتی نرم‌افزارها و نظام‌های ارزیابی یکسانی به کار گیرند، اما یکی بتواند مسئله حل کند و دیگری عمدتاً فرم، آمار و گزارش تولید کند. اینجاست که شکل نهاد جای کارکرد نهاد را می‌گیرد. می‌توان نقشه یک پل موفق را کپی کرد، اما کپی نقشه به‌خودی‌خود ستون‌های پل را نمی‌سازد

مفهوم مهم دیگری که این نویسندگان مطرح می‌کنند، «بارگذاری زودهنگام» یا Premature Load Bearing است. در این وضعیت، از سازمانی که هنوز ظرفیت پایه‌ای خود را نساخته انتظار می‌رود وظایفی پیچیده و سنگین انجام دهد؛ وظایفی که سازمان‌های توانمندتر طی سال‌ها آزمون، خطا و یادگیری تدریجی به انجام آنها رسیده‌اند. ساختار وجود دارد، اما ظرفیت لازم هنوز شکل نگرفته است. سازمانی که تازه در حال یادگیری است، ناگهان موظف می‌شود دهها استاندارد، سامانه، شاخص، گزارش و دستورالعمل را همزمان اجرا کند. نتیجه ممکن است درست خلاف انتظار باشد: بخش قابل‌توجهی از ظرفیت محدود سازمان صرف اثبات انطباق با مقررات می‌شود، نه حل مسئله‌ای که سازمان برای آن ایجاد شده است. در چنین شرایطی، اصلاحات ظاهراً پیشرفته حتی می‌توانند ظرفیت موجود را فرسوده کنند. سازمان به جای آنکه یاد بگیرد چگونه بهتر عمل کند، یاد می‌گیرد چگونه نشان دهد که در حال عمل‌کردن است.

اگر مسئله صرفاً یک خطای مدیریتی بود، می‌شد انتظار داشت پس از چند تجربه ناموفق اصلاح شود. اما مسئله از جایی عمیق‌تر می‌شود که ساختار پاداش، خودِ تقلید را عقلانی می‌کند. یک سازمان با ایجاد واحدی جدید بودجه دریافت می‌کند، دستگاهی دیگر با راه‌اندازی سامانه‌ای تازه امتیاز می‌گیرد و پروژه‌ای پس از تصویب آیین‌نامه، برگزاری دوره آموزشی و نصب نرم‌افزار «تکمیل‌شده» اعلام می‌شود. همه نشانه‌های اصلاح وجود دارند، اما معلوم نیست عملکرد واقعی بهتر شده باشد.

در چنین فضایی، منابع و مشروعیت می‌توانند پیش از آنکه بهبود عملکرد اثبات شود توزیع شوند. سازمان‌ها نیز

به‌تدریج می‌آموزند زبان اصلاح را به‌خوبی صحبت کنند، حتی اگر توانایی اجرای اصلاحات به همان نسبت افزایش نیافته باشد. فرم‌ها تکمیل می‌شوند، شاخص‌ها تولید می‌شوند، جلسات برگزار می‌شوند و گزارش‌های عملکرد نوشته می‌شوند. از بیرون، سازمان در حال مدرن‌شدن به نظر می‌رسد؛ اما اگر معیار اصلی را توانایی حل مسئله بدانیم، تغییر چندانی رخ نداده است. همین‌جا «تله توانمندی» شکل می‌گیرد.

توانایی دولت می‌تواند برای سال‌ها راکد بمانـد، در حالی که جریان اصلاحات، منابع، طرح‌ها و گزارش‌ها همچنان ادامه دارد. حتی شکسـت اصلاح نیز ممکن اسـت به اصلاح دیگری منتهی شود: قانون قبلی اجرا نشده اسـت، پس قانون جامع‌تری نوشته می‌شود؛ کمیته قبلی نتیجه نداده، بنابراین کمیته نظارتی دیگری ایجاد می‌شود؛ سامانه پیشین کار نکرده است، پس سامانه تازه‌ای خریداری می‌شود. هر شکست، لایه‌ای تازه از اصلاح صوری تولید می‌کند. توانایی لزوماً افزایش نمی‌یابد، اما پیچیدگی بوروکراتیک بیشتر می‌شود. اندروز، پریچت و وولکاک صرفاً منتقد انتقال الگوهای نهادی نیستند. آنها برای خروج از این وضعیت رویکردی با عنوان «سازگاری تکرارشونده مسئله‌محور» یا Problem-Driven Iterative Adaptation، معروف به PDIA، پیشنهاد می‌کنند. منطق این رویکرد تا حد زیادی در برابر اصلاحات نسخه‌محور قرار می‌گیرد. در اصلاحات متعارف، اغلب ابتدا یک «راه‌حل خوب» شناسـایی می‌شود و سپس تلاش می‌شود همان راه‌حل در محیطی متفاوت اجرا شود. در رویکرد مسئله‌محور، نقطه شروع نه نسخه آماده، بلکه مسئله‌ای واقعی، مشخص و محلی است. به جای پرسش «کشور موفق چه نهادی دارد؟» پرسش این است که «ما دقیقاً چه مسـئله‌ای داریم؟» راه‌حل نیز قرار نیست از ابتدا کامل باشد. مداخله‌های کوچک آزمایش می‌شوند، نتایج بررسی می‌شوند، شکسـت‌ها به اطلاعات تبدیل می‌شوند و مسیر اصلاح براساس تجربه واقعی تغییر می‌کند. توانایی، در این نگاه، چیزی نیست که بتوان آن را خرید، وارد یا صرفاً با تصویب یک قانون ایجاد کرد؛ توانایی باید در فرایند عمل ساخته شود.

با این حال، خود این نظریه نیز بی‌مسئله نیست. یکی از نقدهای مهم آن است که مفهوم تله توانمندی ممکن اسـت به توضیحی پس از واقعه تبدیل شود. اگر هر اصلاح ناموفق را پس از شکست «تقلید ایزومورفیک» بنامیم، چارچوب آن‌قدر انعطاف‌پذیر می‌شود که تقریباً همه‌چیز را توضیح می‌دهد و در نتیجه قدرت آزمون‌پذیری خود را از دست می‌دهد. پرسش دشوارتر این است که آیا می‌توان پیش از شکست تشخیص داد یک سیاست در حال اقتباس هوشـمندانه از تجربه دیگران است یا صرفاً شکل آنها را کپی می‌کند. مرز میان یادگیری و تقلید همیشـه روشن نیست. محدودیت دیگر به اقتصاد سیاسی مربوط می‌شود. گاهی ناکارآمدی صرفاً حاصل ضعف ظرفیت نیست. گروه‌هایی ممکن است از همان نظام ناکارآمد سود ببرند: بخش‌هایی از بوروکراسی، پیمانکاران، شبکه‌های توزیع منابع یا گروه‌هایی که از مبهم‌بودن مسئولیت‌ها و شاخص‌های عملکرد منتفع می‌شوند. در چنین مواردی، آنچه از دید شـهروند «شکست اصلاح» است، ممکن است برای برخی بازیگران نتیجه‌ای مطلوب باشد. بنابراین همه شکست‌ها را نمی‌توان با ضعف توانایی سازمانی توضیح داد؛ گاهی مسئله نه ناتوانی، بلکه تعارض منافع و توزیع قدرت است. نقد دیگری نیز از زاویه‌ای هنجاری مطرح می‌شـود. وقتی از «دولت توانا» حرف می‌زنیم، باید پرسید: توانا برای انجام چه کاری و در خدمت چه کسانی؟ اگر معیار دولت توانمند صرفاً از تجربه مجموعه محدودی از کشورهای غربی استخراج شود، خطر آن وجود دارد که نظریه‌ای که خود منتقد تقلید است، ناخواسته یک الگوی مرجع واحد برای توسعه بسازد. بنابراین مسئله فقط انتقال یک نهاد نیست؛ خودِ تعریف «نهاد مطلوب» نیز نیازمند پرسشگری است.

اصلاحات بسیار، توانایی چقدر؟

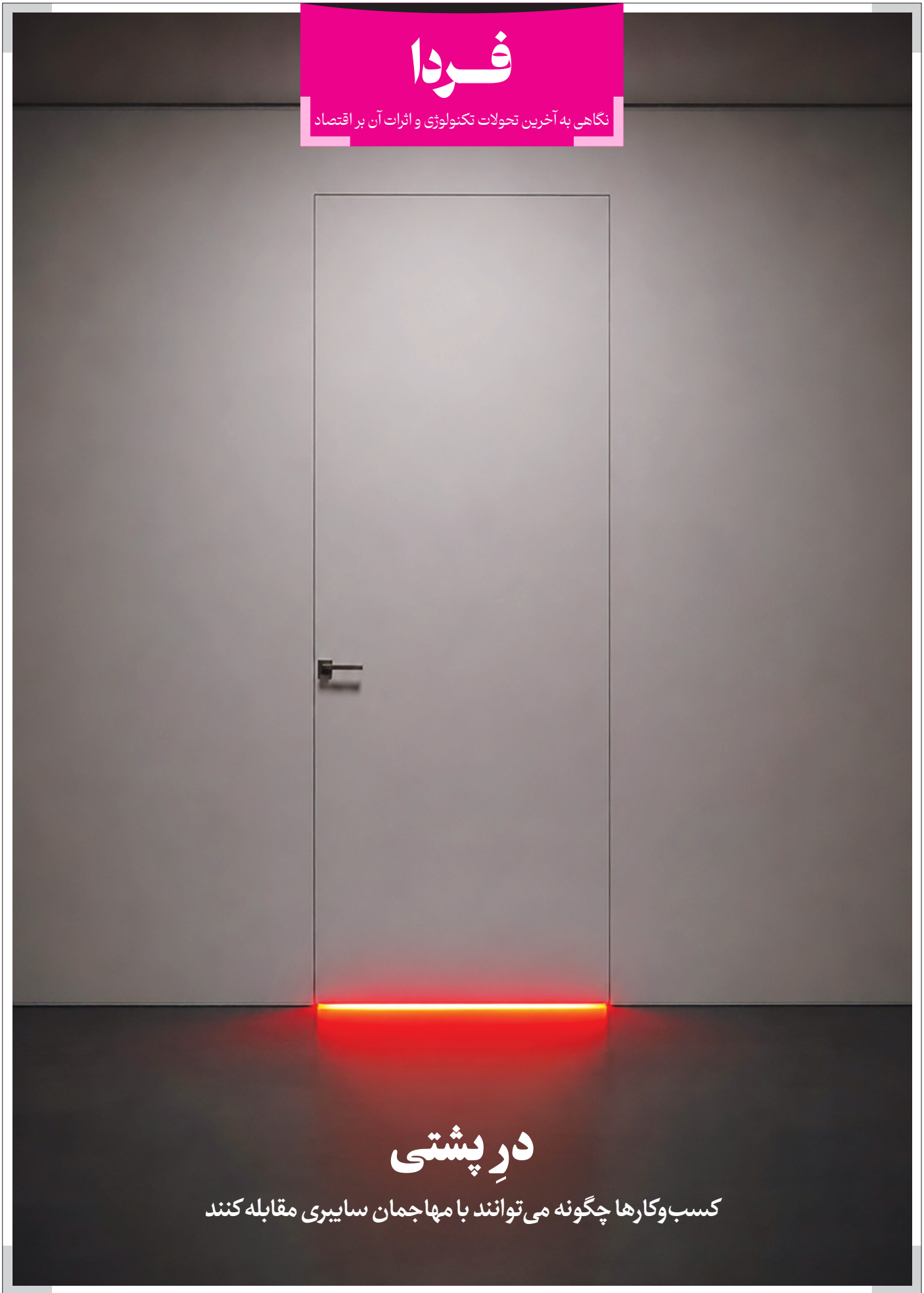
ایران زمینه مناسـبی بـرای طرح این پرسش‌هاسـت. یکی از نمونه‌های قابل بررسـی، بودجه‌ریزی مبتنی بر عملکرد اسـت. طی سال‌های مختلف، در قوانین، برنامه‌های توسعه و مقررات بودجه‌ای بر استقرار این نظام تأکید شده است. ماده ۱۶ قانون مدیریت خدمات کشـوری بخشـی از این جهت‌گیری را نمایندگی می‌کرد و در برنامه‌های بعدی، از جمله برنامه ششـم و سپس برنامه هفتم، تکالیف دقیق‌تری برای استقرار بودجه‌ریزی مبتنی بر عملکرد تعیین شد. اما همین اسـتمرار چنددهه‌ای یک پرسش ساده ایجاد می‌کند: اگر نظام جدید واقعاً مستقر شده است، چرا استقرار آن بارها و بارها باید به عنوان هدفی تازه تکرار شـود؟ گزارش‌های نظارتی نیز از وجود شکاف میان تکالیف قانونی و اجرای واقعی حکایت کرده‌اند. در برخی ارزیابی‌ها، شمار قابل‌توجهی از دستگاه‌ها یا اقدامی برای اجرای کامـل بودجه‌ریزی مبتنی بر عملکرد نکرده‌اند یا اجرای آنها ناقص باقی مانده اسـت. این داده‌ها به‌تنهایی ثابت نمی‌کنند که ایران گرفتار «تقلید ایزومورفیک» اسـت، اما پرسشی را پیش می‌کشـند که در قلب این نظریه قرار دارد: آیا نظام جدید رفتار واقعی تخصیص منابع را تغییر داده اسـت، یا عمدتاً زبان، فرم‌ها و سازوکارهای گزارش‌دهی را تغییر داده؟ همین پرسش را می‌توان درباره حوزه‌های دیگری نیز مطرح کرد: دولت الکترونیک، ارزیابی عملکرد، اصلاح ساختار اداری، اسناد راهبردی و برنامه‌های توسعه. ایران از اواخر دهه ۱۳۲۰ تجربه برنامه‌ریزی رسمی توسـعه را آغاز کرده است. پنج برنامه عمرانی پیش از انقلاب و چندین برنامه توسعه پس از آن تدوین شده و در کنار آنها مجموعه بزرگی از اسناد کلان، برنامه‌های بخشی و چشم‌اندازهای بلندمدت نیز وجود داشته است. بنابراین مسئله ایران را به دشـواری می‌توان «کمبود سند» نامید. پرسش مهم‌تر، نسبت میان «انباشت سند» و «انباشت توانایی» است. آیا هر برنامه توسعه، دولت را برای اجرای برنامه بعدی توانمندتر کرده است؟ آیا دستگاه‌ها از شکست برنامه قبلی چیزی آموخته‌اند؟ آیا سازوکارهایی وجود داشته است که برنامه بعدی را براساس آن یادگیری اصلاح کند؟ یا شکست یک برنامه عمدتاً به تدوین سندی تازه منجر شده است؟ اگر حالت دوم غالب باشد، با الگویی بسیار نزدیک به تله توانمندی مواجهیم: پاسخ به شکست یک لایه اصلاح صوری، افزودن لایه‌ای تازه از اصلاح. در مورد ایران می‌توان فرضیه دیگری نیز مطرح کرد. سازمان‌های ایرانی ممکن است همزمان تحت چند نوع فشار نهادی قرار داشته باشند. از یک سو استانداردهای حرفه‌ای و الگوهای بین‌المللی آنها را به سمت نوعی هم‌شکلی سازمانی سوق می‌دهند و از سوی دیگر، الزامات سیاسی، قانونی و ارزشی داخلی نیز مجموعه دیگری از انتظارات را بر آنها تحمیل می‌کنند. در چنین شرایطی، بخشی از انرژی سازمان ممکن است صرف اثبات همزمان انطباق با چند نظام متفاوت از انتظارات شود. گزارش باید نوشته شود، شاخص باید ساخته شود، تکلیف برنامه توسعه باید پوشش داده شود، الزامات نظارتی باید رعایت شود و سازمان نیز باید نشان دهد با اولویت‌های سیاسی و اداری هماهنگ است. در میان این لایه‌ها، یک پرسش ممکن است به حاشیه رانده شود: مسئله اصلی که این سازمان قرار بود حل کند، واقعاً بهتر حل شده است یا نه؟ اگر ساختار پاداش بیش از آنکه به نتیجه وابسته باشد به رعایت تشریفات وابسته شود، تقلید رفتاری غیرعقلانی نیست؛ برعکس، می‌تواند عقلانی‌ترین انتخاب یک مدیر باشد. مدیری که می‌داند بابت تکمیل فرم ارزیابی می‌شود، فرم را تکمیل می‌کند. اگر بابت نتیجه نهایی ارزیابی نشـود، انگیزه کمتری دارد منابع محدود خـود را صرف کاری پرهزینه‌تر و پرریسک‌تر کند. از این منظر، تله توانمندی الزاماً محصول بدخواهی مدیران نیست. ممکن است افراد صادق، متخصص و پرتلاش در ساختاری قرار گرفته باشند که «نشانه‌های اصلاح» را پاداش می‌دهد، اما نتیجه اصلاح را به اندازه کافی نمی‌سـنجد. این تمایز مهم است، زیرا جهت نقد را از اخلاق افراد به ساختار انگیزه‌ها منتقل می‌کند.

اصلاح یا بازنمایی اصلاح؟

شاید مهم‌ترین درس این ادبیات برای سیاست‌گذاری همین باشد: اصلاح را نباید فقط با آنچه ایجاد شده سنجید. چند سازمان تأسیس شد؟ چند قانون تصویب شد؟ چند سامانه راه افتاد؟ چند مدیر آموزش دید؟ چند شاخص تعریف شد؟ همه اینها مهم‌اند، اما هیچ‌کدام به‌تنهایی معیار موفقیت نیستند. پرسش اساسی باید یک گام جلوتر برود: «پس از اجرای اصلاح، دولت چه کاری را اکنون می‌تواند انجام دهد که پیش از آن نمی‌توانست؟» اگر پاسخ روشنی برای این پرسش وجود نداشته باشد، ممکن است با اصلاحی روبه‌رو نباشیم که توانایی ساخته است؛ بلکه با سازمانی مواجه باشیم که مهارت بیشتری در بازنمایی اصلاح پیدا کرده است. از این منظر، تقلید ایزومورفیک را می‌توان نوعی «تکنیک شکست موفق» دانست: شکست ادامه پیدا می‌کند، اما ظاهر موفقیت حفظ می‌شود. برای جامعه‌ای که چند دهه است برنامه توسـعه، اصلاح نظام اداری و بازسازی نهادی را تجربه می‌کند، شاید همین پرسش ساده یکی از دشوارترین پرسش‌ها باشد: وقتی از اصلاح سخن می‌گوییم، واقعاً از «تغییر» حرف می‌زنیم یا از «نمایش تغییر»؟ شاید نخستین قدم برای خروج از تله، نه تدوین سندی تازه و نه ساختن نهادی دیگر، بلکه پاسخ صادقانه به همین پرسش باشد.

فـردا

نگاهی به آخرین تحولات تکنولوژی و اثرات آن بر اقتصاد



درِ پشتی

کسب‌وکارها چگونه می‌توانند با مهاجمان سایبری مقابله کنند

راهنمای بقا در عصر بحران‌های دیجیتال

امنیت سایبری دیگر مسئله آی‌تی نیست، مسئله هیئت‌مدیره است

امنیت سایبری دیگر یک دغدغه فنی و حاشیه‌ای نیست که بتوان پرونده آن را به اتاق سرور فرستاد و مسئولیتش را تنها به تیم فناوری اطلاعات (IT) واگذار کرد. این موضوع امروز به یکی از حیاتی‌ترین و پیچیده‌ترین ریسک‌های کلان کسب‌وکار تبدیل شده است؛ ریسکی که می‌تواند در کسری از ثانیه، تداوم عملیات یک سازمان بزرگ را متوقف کند، دارایی‌های مالی را به باد دهد و اعتباری را که طی دهه‌ها ساخته شده، در پیشگاه افکار عمومی و مشتریان نابود کند.

عبور از دوران تاریک: وقتی امنیت فقط کار تیم فنی بود

تا همین چند سال پیش، امنیت سایبری موضوعی بود که کاملاً در انحصار تیم‌های فناوری اطلاعات قرار داشت. مدیران عامل و اعضای هیئت‌مدیره به‌ندرت درباره معماری فایروال، لایسنس آنتی‌ویروس‌ها یا پروتکل‌های نظارت بر شبکه سؤال می‌پرسیدند؛ زیرا تصور غالب این بود که این‌ها مسائلی کاملاً تخصصی و زیرساختی‌اند که مهندسان باید آن‌ها را حل‌وفصل کنند. در آن دوران، منطق مدیریتی بسیار ساده بود: تا زمانی که سیستم‌ها کار می‌کردند و قطعی رخ نمی‌داد، هیئت‌مدیره فرض می‌کرد امنیت برقرار است. این نگاه، محصول مستقیم ساختار سازمان‌های سنتی بود. سازمان‌هایی با شبکه‌های بسته، زیرساخت‌های داخلی (On-Prem-ise)، دیتاسنترهای اختصاصی و ارتباط بسیار محدود با شبکه جهانی اینترنت. اما اکوسیستم کسب‌وکار امروز شکل کاملاً متفاوتی به خود گرفته است. شرکت‌های مدرن اکنون به شبکه‌ای درهم‌تنیده از پلتفرم‌های ابری (Cloud)، نیروهای دورکار، APIهای شخص ثالث، تأمین‌کنندگان بیرونی و جریان‌های داده جهانی متکی‌اند. همین وابستگی و گستردگی، سطح آسیب‌پذیری (Attack Surface) سازمان‌ها را به‌طور تصاعدی چند برابر کرده است. نتیجه این تحول بنیادین، ساده اما برای بسیاری از مدیران تکان‌دهنده است: امنیت سایبری دیگر نمی‌تواند در انزوای واحد فناوری اطلاعات باقی بماند. پیامدهای یک حادثه سایبری امروز نه فقط چند سرور، بلکه مستقیماً تداوم عملیات تجاری، عملکرد مالی در بورس، و اعتبار برند سازمان را هدف می‌گیرد

زنگ بیداری: چرا امنیت سایبری به یک ریسک راهبردی تبدیل شد؟

سیستم‌های دیجیتال امروز، ستون فقرات و قلب تپنده عملیات هر کسب‌وکاری هستند. یک حمله سایبری موفق می‌تواند زنجیره تأمین یک فروشگاه اینترنتی را مختل کند، خطوط تولید یک کارخانه هوشمند را از کار بیندازد، خدمات آنلاین بانکی را متوقف کند یا دارایی‌های اطلاعاتی و اسرار تجاری سازمان را به سرقت ببرد. برای درک بهتر، کافی است به نمونه‌های جهانی نگاه کنیم. حمله باج‌افزاری به شرکت «کولونیال پایپلاین» (Colonial Pipeline) در آمریکا، تنها به دلیل لو رفتن یک رمز عبور ساده رخ داد، اما منجر به توقف انتقال سوخت در نیمی از ساحل شرقی ایالات متحده، اعلام وضعیت اضطراری و پرداخت میلیون‌ها دلار باج شد. یا در نمونه‌ای دیگر، حمله بدافزار NotPetya به شرکت کشتیرانی «مرسک» (Maersk)، باعث شد این غول لجستیک جهانی مجبور شود کل زیرساخت آی‌تی خود (شامل ۴۵ هزار سیستم کامپیوتری و ۴ هزار سرور) را از نو نصب کند؛ اتفاقی که ضرری بالغ بر ۳۰۰ میلیون دلار به‌همراه داشت. پیامدهای مالی چنین حوادثی فلج‌کننده است. از کاهش شدید درآمد ناشی از توقف عملیات (Downtime)، تا هزینه‌های نجومی بازیابی سیستم، مدیریت بحران رسانه‌ای، و جریمه‌های قانونی نهادهای رگولاتوری. سرمایه‌گذاران، سهام‌داران و ذی‌نفعان نیز دیگر ریسک سایبری را جدا از سایر ریسک‌های کسب‌وکار نمی‌بینند. سازمانی که در حفاظت از دارایی‌های دیجیتالش کوتاهی کند، با ریزش ارزش سهام، کاهش اعتماد بازار و خروج سرمایه مواجه خواهد شد.

کاتالیزورهای بحران: تحول دیجیتال و گسترش سطح حمله

۱ **رایانش ابری و معماری‌های بدون مرز** (Remote Work): پروژه‌های تحول دیجیتال، استفاده از خدمات ابری و ابزارهای همکاری از راه دور را به یک الزام تبدیل کرده‌اند. این فناوری‌ها بازدهی، سرعت و مقیاس‌پذیری سازمان را به‌شدت بالا می‌برند، اما در عین حال، مرزهای سنتی شبکه را از بین برده و سطح حمله را گسترده‌تر می‌کنند. محیط‌های دورکاری ریسک‌های بی‌سابقه‌ای به همراه دارند، زیرا کارکنان از موقعیت‌های جغرافیایی مختلف، با شبکه‌های وای‌فای ناامن و دستگاه‌های شخصی به سیستم‌های حساس سازمانی متکی می‌شوند. بدون استقرار معماری‌های نوینی مانند «اعتماد صفر» (Zero Trust) و مدیریت دقیق هویت (IAM)، همین نقاط ورود می‌توانند به شاه‌راه‌هایی برای نفوذ هکرها تبدیل شوند.

۲ **مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر داده** (Data-Driven): بسیاری از سازمان‌ها برای شخصی‌سازی خدمات، پیش‌بینی بازار و تعامل با مشتری، به‌شدت به تحلیل کلان‌داده‌ها (Big Data) و پلتفرم‌های دیجیتال متکی‌اند. این مدل‌ها نیازمند جمع‌آوری و پردازش حجم عظیمی از داده‌ها، به‌ویژه اطلاعات شخصی و مالی کاربران هستند. وقتی داده به قلب عملیات کسب‌وکار و اصلی‌ترین دارایی نامشهود شرکت تبدیل می‌شود، حفاظت از آن دیگر یک انتخاب یا آپشن اضافه نیست؛ بلکه شرط قطعی برای حفظ اعتماد مشتری و باقی ماندن در کورس رقابت است.

تهدیدهایی که هر مدیر C-Level باید بشناسد (و بهای غفلت از آن‌ها)

مدیران ارشد نیازی به دانستن نحوه کارکرد کدهای مخرب ندارند، اما باید منطق تجاری و آسیب‌های ناشی از چهار تهدید اصلی زیر را به‌خوبی درک کنند:



- **باج‌افزارها (Ransomware) و فلج عملیاتی:** باج‌افزار مخرب‌ترین تهدید اقتصادی امروز است. مهاجمان به شبکه نفوذ کرده، پایگاه‌های داده و بک‌آپ‌های حیاتی را رمزنگاری می‌کنند و برای بازگرداندن دسترسی، درخواست مبالغ کلان (اغلب به صورت ارز دیجیتال) می‌کنند. پیچیدگی این حملات به حدی رسیده است که گروه‌های مجرمانه پیش از رمزنگاری، داده‌های حساس را سرقت می‌کنند تا سازمان را با تهدیدِ «افشای عمومی اطلاعات مشتریان» در منگنه قرار دهند (اخاذی دوگانه).
- **نشت داده (Data Breach) و فروپاشی اعتماد:** وقتی مهاجمان به دیتابیس‌های

در اقتصاد دیجیتال امروز که داده‌ها حکم طلای جدید را دارند، امنیت سایبری به یک شاخص کلیدی برای ارزیابی بلوغ سازمانی تبدیل شده است. واگذاری این مسئولیت خطیر به یک بخش فنی در انتهای راهروهای شرکت، خطایی استراتژیک است که می‌تواند به قیمت نابودی یک برند تمام شود.

حساس دسترسی پیدا می‌کنند، سوابق هویتی مشتریان، اطلاعات مالی، یا دارایی‌های فکری (IP) را به سرقت می‌برند. در بازارهای رقابتی، لو رفتن دیتابیس مساوی است با کوچ دسته‌جمعی کاربران به سمت رقبا. علاوه بر این، هزینه‌های بازسازی برند (PR) و پاسخگویی به مراجع قانونی پس از نشت داده، اغلب بودجه‌های کلانی را می‌بلعد.

- **ریسک زنجیره تأمین و شرکای تجاری (Supply Chain Attacks):** سازمان‌های بزرگ امروزی به‌شدت به تأمین‌کنندگان نرم‌افزار، درگاه‌های پرداخت، APIهای شخص ثالث و ارائه‌دهندگان خدمات ابری وابسته‌اند. هکرها متوجه شده‌اند که نفوذ به یک شرکت بزرگ با لایه‌های امنیتی قطور دشوار است؛ بنابراین استارت‌آپ‌های کوچک‌تر یا پیمانکارانی را که به شبکه سازمان اصلی متصل‌اند، هک می‌کنند. هک معروف SolarWinds اثبات کرد که چگونه نفوذ به یک نرم‌افزار مانیتورینگِ ظاهراً بی‌خطر، می‌تواند راه را برای ورود به شبکه‌های صدها سازمان بزرگ و نهاد دولتی باز کند.
- **خطای انسانی و تهدیدهای درون‌سازمانی (Insider Threats):** پیشرفته‌ترین فایروال‌های جهان در برابر کارمندی که روی یک لینک فیشینگ کلیک می‌کند یا رمز عبور ادمین را روی یک تکه کاغذ می‌نویسد، بی‌اثر هستند. رفتار انسانی همچنان بزرگ‌ترین آسیب‌پذیری سایبری است. از سوی دیگر، در شرایط بحران‌های اقتصادی و تورم، ریسک تبانی کارمندان ناراضی برای فروش دیتابیس‌های سازمانی به‌شدت افزایش می‌یابد.

چرا هیئت‌مدیره باید فرمان را به دست بگیرد؟

۱ **تأثیر مالی غیرقابل‌انکار و بازگشت سرمایه (ROI):** حوادث سایبری اکنون در صدر جدول ریسک‌های عملیاتی سازمان‌ها قرار دارند. وقتی یک حادثه رخ می‌دهد، سازمان با توقف عملیات، هزینه‌های سنگین بازسازی معماری شبکه، پرداخت غرامت و هزینه‌های حقوقی مواجه می‌شود. برای مدیران ارشد، چالش اصلی این است که امنیت سایبری را از یک «هزینه سربار» به یک «سرمایه‌گذاری برای جلوگیری از ضرر قطعی» تغییر دهند. درک دقیق از مواجهه مالی سازمان با انواع تهدیدات، به هیئت‌مدیره کمک می‌کند تا بودجه‌های امنیتی را نه بر اساس حدس و گمان، بلکه بر اساس رویکرد مبتنی بر ریسک (Risk-Based Approach) تخصیص دهد.

۲ **فشار رگولاتوری و پاسخگویی قانونی:** دولت‌ها و نهادهای قانون‌گذار در سراسر جهان در حال وضع مقررات بسیار سخت‌گیرانه‌ای (مانند GDPR در اروپا) در حوزه حفظ حریم خصوصی هستند. این چارچوب‌های نظارتی به‌طور مشخص بر پاسخگویی شخصِ مدیرعامل و اعضای هیئت‌مدیره تأکید دارند. اگر شرکتی به دلیل سهل‌انگاری در استقرار پروتکل‌های امنیتی هک شود، انگشت اتهام قانون و رسانه‌ها مستقیماً به سمت تیم رهبری نشانه می‌رود، نه یک کارشناس شبکه.

۳ **حاکمیت شرکتی (Corporate Governance):** ساختارهای حاکمیت شرکتی برای مدیریت مسئولانه ریسک‌ها طراحی شده‌اند. امنیت سایبری باید از دپارتمان آی‌تی خارج شده و در قالب مدیریت ریسک سازمانی (ERM) در کنار ریسک‌های مالی، اعتباری و عملیاتی قرار بگیرد. هیئت‌مدیره موظف است با تعیین سطح تحمل ریسک (Risk Appetite)، هم‌راستایی اهداف امنیتی با اهداف کلان کسب‌وکار را تضمین کند.

۵ سوالی که هیئت‌مدیره باید از مدیران فنی (CISO/CTO) بپرسد

۱. مهم‌ترین دارایی‌های داده‌ای ما کدامند و در حال حاضر چه کسانی (در داخل و خارج سازمان) به آن‌ها دسترسی دارند؟ ۲. سطح آمادگی ما در برابر باج‌افزارها چقدر است؟ آیا بک‌آپ‌های ما در شبکه‌ای کاملاً ایزوله (آفلاین) نگهداری می‌شوند تا قابل رمزنگاری نباشند؟ ۳. وابستگی‌های حیاتی ما به شرکای شخص ثالث چیست و چگونه امنیت آن‌ها را پیش از اتصال به شبکه خودمان ممیزی می‌کنیم؟ ۴. برنامه تداوم کسب‌وکار ما کجاست؟ اگر فردا صبح تمام سرورهای اصلی از کار بیفتند، بازگرداندن سیستم‌ها و خدمات مشتریان دقیقاً چقدر طول می‌کشد؟ ۵. چه بودجه و منابعی نیاز دارید تا ریسک‌های فعلی شبکه را به سطحی که برای هیئت‌مدیره قابل‌قبول است، کاهش دهید؟

چگونه هیئت‌مدیره می‌تواند حاکمیت امنیتی را عملیاتی کند؟

برای اینکه امنیت سایبری به شکل واقعی در DNA سازمان نهادینه شود، هیئت‌مدیره و رهبران اجرایی باید اقدامات زیر را در دستور کار قرار دهند:

- **تعریف ساختار شفاف و توانمندسازی CISO:** سازمان نیازمند یک مدیر ارشد امنیت اطلاعات (CISO) است که نه زیرمجموعه دپارتمان آی‌تی، بلکه هم‌رده با سایر مدیران ارشد فعالیت کند. این فرد باید پلی میان زبان پیچیده فنی و زبان تجاری هیئت‌مدیره بسازد. CISO باید اختیار لازم برای وتو کردن پروژه‌های ناامن (حتی در صورت تاخیر در Time-to-Market) را داشته باشد.
- **سرمایه‌گذاری در پیشگیری و تاب‌آوری، نه‌فقط نرم‌افزار:** برنامه‌های امنیت سایبری نیازمند سرمایه‌گذاری مستمر روی سه‌گانه «افراد، فرآیندها و فناوری» هستند. صرفِ خرید تجهیزات گران‌قیمت راهگشا نیست. هیئت‌مدیره باید بودجه‌های آموزشی کلانی برای ارتقای آگاهی پرسنل تخصیص دهد و فرآیندهای امنیتی مانند DevSecOps را در چرخه تولید محصول الزامی کند.
- **تدوین برنامه واکنش به حادثه (Incident Response Plan):** رهبران سازمان باید این واقعیت تلخ را بپذیرند که هک شدن، مسئله «اگر» نیست، مسئله «چه زمانی» است. تیم رهبری باید برنامه‌های تداوم کسب‌وکار (BCP) و بازیابی از فاجعه (DRP) را تدوین کرده و به‌طور فصلی آن‌ها را مانور دهد تا در روز بحران، سازمان دچار سردرگمی نشود.

سخن پایانی: از پیشگیری تا تاب‌آوری مطلق

در اقتصاد دیجیتال امروز که داده‌ها حکم طلای جدید را دارند، امنیت سایبری به یک شاخص کلیدی برای ارزیابی بلوغ سازمانی تبدیل شده است. واگذاری این مسئولیت خطیر به یک بخش فنی در انتهای راهروهای شرکت، خطایی استراتژیک است که می‌تواند به قیمت نابودی یک برند تمام شود. از آن‌جا که وابستگی کسب‌وکارها به زیرساخت‌های ابری، هوش مصنوعی و مدل‌های داده‌محور روزبه‌روز در حال افزایش است، حاکمیت امنیت سایبری باید از بالاترین سطح سازمان یعنی هیئت‌مدیره و مدیرعامل آغاز شود و در تمام لایه‌های اجرایی جریان یابد. در آینده، برنده رقابت در بازارهای پیچیده، سازمان‌هایی نیستند که ادعا می‌کنند هرگز هک نمی‌شوند؛ بلکه سازمان‌هایی هستند که تاب‌آوری سایبری (Cyber Resilience) را به یک مزیت رقابتی تبدیل کرده‌اند و می‌توانند پس از هر ضربه، با کمترین میزان خسارت و در سریع‌ترین زمان ممکن به مدار عملیات بازگردند. مدیرانی که این تحول را درک کنند، ناجیان فردای کسب‌وکارهای خود خواهند بود.



رکوردشکنی هزینه‌های نشت‌داده

تقابل هوش مصنوعی، تحریم‌ها و معمای دلار ۲۳۰ هزار تومانی

مهاجمان سایبری سرعت گرفته‌اند، اما استراتژی‌های دفاعی سازمان‌ها نتوانسته‌اند با این شتاب همگام شـــوند. گزارش هزینه نقض داده آی‌بی‌ام در سال ۲۰۲۶ نشان می‌دهد وقتی این دو واقعیت با هم برخورد می‌کنند، چه بحران‌هایی برای کسب‌وکارها رقم می‌خورد. بر اساس این گزارش جدید، میانگین جهانی هزینه یک نقض امنیتی به رقم بی‌سابقه ۴.۹۹ میلیون دلار رسیده است؛ رقمی که عمدتاً ناشی از افزایش هزینه‌های شناسایی، تشدید بحران و اختلال و توقف در کسب‌وکار است. در همین حال، حملات مبتنی بر هوش مصنوعی ۵۶ درصد افزایش یافته‌اند و به‌طور میانگین یک میلیون دلار به هزینه هر نقض امنیتی افزوده‌اند.

برای مدیران ارشـــد فناوری (C-Level) و اعضای هیئت‌مدیره در ایران، این آمار جهانی در تقاطع با یک بحران اقتصادی و زیرساختی بومی قرار می‌گیرد. در اکوسیستمی که نرخ دلار از مرز ۲۳۰ هزار تومان عبور کرده است، جبران خسارت‌های ناشی از نشت داده، ریزش کاربران، و هزینه‌های سرسام‌آور کمپین‌های روابط عمومی برای مدیریت بحران رسانه‌ای و بازسازی تصویر برند، می‌تواند یک کســـب‌وکار پایدار را به لبه پرتگاه بکشاند. با این حال، خبر خوب این است که گزارش نشان می‌دهد چه چیزی شرکت‌هایی را که هزینه‌ها را مدیریت می‌کنند، از آن‌هایی که متحمل این هزینه‌های گزاف می‌شوند، متمایز می‌سازد. در میان تمام یافته‌ها، یک موضوع مشـــترک به چشم می‌خورد: کاهش سطح مواجهه (Attack Surface) پیش از آنکه مهاجمان بتوانند از آن سوءاســـتفاده کنند، بیشترین منفعت مالی را به همراه دارد. کسب‌وکارهایی که به‌طور گســـترده از هوش مصنوعی و اتوماسیون در چرخه‌های امنیتی خود استفاده می‌کنند، در مقایسه با سازمان‌هایی که از این ابزارها بهره نمی‌برند، ۱.۹۳ میلیون دلار صرفه‌جویی هزینه تجربه کرده‌اند. این رویکرد پیشـــگیرانه دقیقاً نشان می‌دهد که در بازار فعلی ایران، استخدام و نگهداشـــت تیم‌های خبره امنیت سایبری بسیار توجیه‌پذیرتر و کم‌هزینه‌تر از اتکای صرف به ابزارهای گران‌قیمت خارجی یا پرداخت تاوان سنگین نشت اطلاعات در کانال‌های تلگرامی است

۱ هوش مصنوعی اقتصاد نقض امنیتی را متحول کرده است

گزارش هزینه نقض داده آی‌بی‌ام به‌روشنی نشان می‌دهد که هوش مصنوعی نه‌تنها نحوه وقوع حملات را تغییر داده، بلکه ساختار هزینه‌ای آن‌ها را نیز کاملاً دگرگون کرده است. این گزارش نشان می‌دهد که حملات مبتنی بر هوش مصنوعی طی سال گذشته ۵۶ درصد افزایش یافته‌اند و کسب‌وکارها گزارش داده‌اند که این حوادث به‌طور میانگین یک میلیون دلار بیشـــتر از حملاتی که فاقد ماهیت هوش مصنوعی هســـتند، هزینه در بر داشته‌اند. هوش مصنوعی به مهاجمان امکان می‌دهد فرآیند شناسایی محیط را خودکار کنند، سرعت بهره‌برداری از آسیب‌پذیری‌ها را افزایش دهند و در مقیاسی عمل کنند که دفاع‌های دستی به‌هیچ‌وجه توان رقابت با آن را ندارند.

آی‌بی‌ام همچنین دریافته است که حوادث مرتبط با «هوش مصنوعی سایه» (Shadow AI) بسیار رایج‌تر شده‌اند و ۴۳ درصد از سازمان‌های آسیب‌دیده را تحت تأثیر قرار داده‌اند، در حالی که این رقم یک سال پیش تنها ۲۰ درصد بود. در اکوسیستم فناوری ایران، این مسئله ابعاد بسیار پیچیده‌تری دارد. تیم‌های توسعه در شرکت‌های ایرانی برای دور زدن محدودیت‌های اینترنتی، فیلترینگ و تحریم‌ها، به‌طور مداوم از وی‌پی‌ان‌های رایگان یا نامطمئن، ابزارهای تولید کد غیررسمی، و اکانت‌های اشتراکی دستیارهای هوشمند استفاده می‌کنند.

بدون نظارت متمرکز، مدل‌ها، ایجنت‌های هوش مصنوعی، کدهای تولیدشده توسط هوش مصنوعی و سرویس‌های شـــخص ثالث به بخش‌های جدایی‌ناپذیر استقرار نرم‌افزار در ایران تبدیل شده‌اند. برنامه‌نویسان ایرانی به دلیل عدم دسترسی سازمان‌هایشان به لایسنس‌های سازمانی (Enterprise) ابزارهایی مانند Copilot، ناخواسته کدهای حساس تجاری و کلیدهای API را وارد مدل‌های زبانی بزرگ عمومی می‌کنند. این سازمان‌ها میانگین هزینه‌های بالاتر نقض امنیتی، اختلال عملیاتی بیشتر و افزایش نشت داده را تجربه می‌کنند، زیرا دارایی‌های هوش مصنوعی را که از وجودشان در شبکه خود بی‌خبرند، نمی‌توانند ایمن‌سازی کنند.

۲ مهاجمان خودِ زیرساخت‌های هوش مصنوعی را هدف قرار می‌دهند

دیگر خبری از تمرکز صرف بر فیشـــینگ یا تولید بدافزار نیســـت؛ مهاجمان به‌طور فزاینده‌ای به ســـراغ مدل‌ها و برنامه‌های هوش مصنوعی‌ای می‌روند که کسب‌وکارها به‌شـــدت به آن‌ها متکی شده‌اند. گزارش آی‌بی‌ام نشان می‌دهد که ۲۱ درصد از سازمان‌های آسیب‌دیده، یک حادثه امنیتی مرتبط با مدل‌ها یا برنامه‌های هوش مصنوعی خودشان را تجربه کرده‌اند؛ این رقم در سال گذشته تنها ۱۳ درصد بود. پرهزینه‌ترین حوادث، حملات معمول به زیرساخت شبکه نبودند، بلکه حملات وارونه‌سازی مدل (Model Inversion) با میانگین هزینه نقض ۶.۰۷ میلیون دلار و حملات تزریق دستور (Prompt Injection) با میانگین هزینه نقض ۵۸۹ میلیون دلار، در صدر قرار داشتند.

در پلتفرم‌های بزرگ فروشگاهی، فین‌تک‌ها و سرویس‌های محتوایی ایرانی که در رقابتی شدید برای یکپارچه‌سازی قابلیت‌های هوشـــمند (مانند موتورهای توصیه‌گر، احراز هویت بیومتریک و پشتیبانی خودکار) هستند، این زنگ خطری جدی است. آی‌بی‌ام به این نتیجه رســـید که این حوادث به‌ندرت ناشی از ضعف در خودِ مدل‌ها بودند، بلکه ریشه در APIهای به‌خطرافتاده، برنامه‌های متصل، افزونه‌ها و پیکربندی‌های نادرست ابری داشتند. هنگامی که ســـازمان‌های ایرانی به دلیل چالش‌های ارزی مجبور به اســـتفاده از دیتاسنترهای داخلی یا معماری‌های ابری با تنظیمات ناامن می‌شوند، کنترل دسترسی‌ها به‌شدت آسیب‌پذیر می‌شود

از میان سازمان‌هایی که یک نقض امنیتی مرتبط با هوش مصنوعی را تجربه کرده‌اند، ۹۲ درصد فاقد کنترل‌های دسترسی (IAM) مناسب بودند. این در حالی است که مدیریت هویت یکی از مؤثرترین روش‌ها برای کاهش هزینه کلی نقض است و تنها ۴۰ درصد سازمان‌ها از آن برای محافظت از مدل‌های خود بهره برده‌اند. از آنجا که هوش مصنوعی به لایه‌ای دیگر از پشته برنامه‌ها تبدیل می‌شود، به بخشی دیگر از سطح حمله نیز بدل می‌گردد و ایمن‌سازی آن نیازمند مدیریت مستمر ریسک است.

۳ ریسک زنجیره تأمین به یک بحران مالی و تجاری تبدیل شده است

حملات بـــه زنجیـــره تأمیـــن نرم‌افـــزار (Supply Chain Attacks) همواره شناسایی‌شان دشوار بوده است، اما آخرین گزارش آی‌بی‌ام نشان می‌دهد که از پرهزینه‌ترین‌ها نیز هستند. نقض زنجیره تأمین به‌عنوان دومین بردار حمله اولیه رایج شناخته شد و از نظر طولانی‌ترین چرخه عمر نقض امنیتی، با میانگین ۲۵۸ روز برای شناسایی و کنترل، همرتبه شد. از میان ۳۰ عامل هزینه‌ای، نقض توسط یک شریک تجاری بیشترین افزایش در هزینه نقض امنیتی را به همراه داشـــته و به‌طور میانگین ۲۲۷,۲۵۰ دلار بیشتر از میانگین جهانی هزینه در بر داشته است.

این آمار برای بازار B2B در ایران یک تهدید حیاتی است. برنامه‌های کاربردی امروزی به کتابخانه‌های متن‌باز، سرویس‌های شخص ثالث، فرآیندهای CI/CD و افزونه‌ها متکی هستند. در ایران، به دلیل تحریم‌های بین‌المللی، دسترســـی قانونی به آپدیت‌های امنیتی مســـدود است. تیم‌های توسعه ناچار به استفاده از مخازن غیررسمی، نسخه‌های کرک‌شده (Nulled) نرم‌افزارهای سازمانی و دور زدن لایسنس‌ها هستند. علاوه بر این، وابستگی پلتفرم‌های ایرانی به شبکه‌ای از درگاه‌های پرداخت، سرویس‌های پیامکی، و پلتفرم‌های ابری داخلی، زنجیره‌ای



از اعتماد کاذب ایجاد کرده است.

با هر وابستگی اضافه‌شده، یک نقطه ورود دیگر برای مهاجمان باز می‌شود. تیم‌های توسعه اکنون دو زنجیره تأمین به‌هم‌پیوسته را باید ایمن‌سازی کنند: زنجیره تأمین سنتی نرم‌افزار که در ایران به‌شدت شکننده است، و زنجیره تأمین نوظهور هوش مصنوعی. هرچه مهاجم مدت طولانی‌تری در این شبکه‌های درهم‌تنیده ناشناخته بماند، هزینه بیشتری به سازمان تحمیل می‌شود و توقف عملیات تجاری، ضربه‌ای جبران‌ناپذیر به درآمدهای ریالی سازمان وارد می‌کند

۴ کاهش سطح مواجهه و استراتژی استخدام متخصصان داخلی در عصر تورم

آی‌بی‌ام در ارزیابی ۳۰ عامل مختلف که باعث افزایش یا کاهش هزینه یک نقض امنیتی می‌شوند، به نتیجه شگفت‌انگیزی رسید. بزرگ‌ترین عامل صرفه‌جویی در هزینه، پاسخ سریع‌تر پس از وقوع حادثه نبود؛ بلکه پیاده‌سازی رویکرد DevSecOps در مراحل ابتدایی توسعه بود که میانگین هزینه‌های نقض امنیتی را ۲۵۳,۸۰۵ دلار کاهش داد. آزمایش امنیتی تهاجمی و استفاده از اتوماسیون امنیتی نیز از قوی‌ترین اهرم‌های مالی برای کاهش خسارت بودند.

اینجا دقیقاً همان نقطه‌ای است که استراتژی اقتصادی هیئت‌مدیره در شرکت‌های ایرانی باید تغییر کند. با نرخ ارز فعلی، تهیه لایسنس‌های دلاری برای نرم‌افزارهای مانیتورینگ، راهکارهای SIEM خارجی یا پلتفرم‌های تست نفوذ اتوماتیک، هزینه‌های نجومی برای سازمان به همراه دارد. در این شرایط، منطق اقتصاد حکم می‌کند که تمرکز بودجه روی نیروی انسانی قرار گیرد. استخدام مهندسان امنیت مجرب، توسعه‌دهندگان مسلط به معماری امن، و تیم‌های شکار تهدید داخلی (حتی با حقوق‌های بسیار بالای ریالی)، به‌مراتب کم‌هزینه‌تر از جبران خسارت‌های میلیاردی پس از هک است.

هر آسیب‌پذیری‌ای که پیش از عرضه نرم‌افزار شناسایی و رفع شود، به معنای یک فرصت کمتر برای سوءاستفاده، و یک بحران رسانه‌ای کمتر برای دپارتمان روابط عمومی سازمان است. تنها حدود یک‌سوم از سازمان‌ها گزارش داده‌اند که به‌طور گسترده از هوش مصنوعی و اتوماسیون در سراسر چرخه امنیتی استفاده می‌کنند، در حالی که این سازمان‌ها چرخه عمر نقض امنیتی را ۶۵ روز کوتاه‌تر کرده‌اند؛ ۶۵ روزی که در ایران می‌تواند مرز بین بقا یا فروپاشی اعتماد مشتریان یک پلتفرم باشد.

۵ خطای استراتژیک در مراکز عملیات امنیتی (SOC): نوشدارو پس از مرگ سهراب

گزارش نشان می‌دهد که نیمی از سازمان‌های آسیب‌دیده، ایجنت‌های هوش مصنوعی را در مراکز عملیات امنیتی (SOC) خود مستقر کرده‌اند، اما تمرکز آن‌ها داستان جالبی را روایت می‌کند: ۵۶ درصد روی شکار تهدید، ۵۴ درصد روی پاسخ‌دهی و ۵۳ درصد روی مهار متمرکز است. تنها ۱۸ درصد از ایجنت‌های هوش مصنوعی برای اسکن و مدیریت آسیب‌پذیری پیش‌گیرانه استفاده می‌شوند.

این عدم توازن نشان‌دهنده یک فرهنگ سازمانی اشتباه است که در شرکت‌های بزرگ ایرانی نیز به‌وفور دیده می‌شود. هیئت‌مدیره‌ها معمولاً بودجه‌های کلانی را صرف راه‌اندازی داشبوردهای مانیتورینگ نمایشی می‌کنند تا صرفاً الزامات نهادهای رگولاتوری را برآورده سازند. آن‌ها از فناوری برای بررسی مشکلاتی استفاده می‌کنند که از پیش وارد محیط شده‌اند، به‌جای اینکه سطح مواجهه را پیش از آنکه مهاجمان سوءاستفاده کنند، کاهش دهند. توسعه مدرن نرم‌افزار، کدهایی تولید می‌کند که هیچ فرآیند دستی نمی‌تواند آن‌ها را ارزیابی کند. این وظیفه سیستم‌های هوشمند و تیم‌های امنیت محصول است که پیش از ورود کد به مرحله تولید (Production)، آسیب‌پذیری را مسدود کنند.

رویکرد نهایی: امنیت سایبری، سرمایه‌گذاری برای بقای برند

یافته‌های گزارش ۲۰۲۶ آی‌بی‌ام مسیری را که تیم‌های امنیت محصول سال‌ها در پی اثبات آن بودند، با اعداد و ارقام مالی تایید می‌کند. کاهش سطح مواجهه در مراحل ابتدایی، درک دقیق وابستگی‌های نرم‌افزاری، ایمن‌سازی اطلاعات محرمانه در برابر هوش مصنوعی سایه، و ادغام امنیت در سراسر چرخه توسعه، دیگر یک آپشن لوکس فنی نیستند؛ بلکه مزیت‌های تجاری قابل‌سنجش و تضمینی برای حفظ برند کارفرمایی و اعتماد بازار هستند.

در اقتصاد تورمی ایران، داده‌های آی‌بی‌ام یک پیام روشن برای مدیران عامل دارد: سرمایه‌گذاری پیشگیرانه روی تیم‌های متخصص داخلی و انتقال امنیت به نقطه صفر توسعه (Shift-Left)، نه‌تنها از توقف عملیات تجاری جلوگیری می‌کند، بلکه سازمان را از پرداخت هزینه‌های گزاف برای مدیریت بحران‌های ارتباطی و بازگرداندن مشتریان ناامید، نجات می‌دهد. این سرمایه‌گذاری‌ها تأثیر مالی حملات را پیش از وقوع خنثی می‌کنند و امنیت را از یک مسئله محدود به اتاق سرور، به مهم‌ترین استراتژی هیئت‌مدیره برای حفظ بقای کسب‌وکار ارتقا می‌دهند.

فضایی برای همکاری، نه فرماندهی

رهبری در عصر پلتفرم‌ها: پایان سلسله‌مراتب کلاسیک

خلاصه اجرایی

نســـل نوین (Gen Z) که در فضای پرسرعت فناوری و رســـانه‌های اجتماعی رشد یافته است، از رهبران و ســـازمان‌ها «شفافیت»، «بازخورد لحظه‌ای» و «فضای تعاملی» را انتظار دارد. تحقیقات نشـــان می‌دهند این نسل از ساختارهای خشک سلسله‌مراتب بالا-پایین فاصله می‌گیرد و تمایل دارد در جریان تصمیمات و استراتژی‌ها مشارکت داشته باشد. مدیریت سنتی به‌تنهایی قادر نیست خواســـته‌های آنان را برآورده کند؛ در مقابل استفاده از پلتفرم‌های درون‌سازمانی و مکانیسم‌های بازی‌وارســـازی (گیمیفیکیشن) می‌تواند فرهنگ سازمانی را به سمت چابکی و مشارکت مستمر تغییر دهد. این مقاله پس از معرفی ویژگی‌های کلیدی نسل Z، به بررسی دلایل ناکارآمدی مدیریت سلسله‌مراتبی سنتی می‌پردازد. سپس نحوه بهره‌گیری از پلتفرم‌های ارتباطی داخلی برای افزایش شفافیت و بازخورد سریع تشریح می‌شود. در ادامه، عناصر بازی‌وارسازی (نقاط، نشان‌ها، جدول رتبه، پاداش‌های کوچک و نوارهای پیشـــرفت) بررسی شده و شواهد اثربخشی و چارچوب‌های طراحی آن ارائه می‌شود. بخش بعدی گام‌های مدیریت تغییر لازم برای اجرای موفق را (پایلوت طراحی، حاکمیت، آموزش، امنیت روانی و شمول) بیان می‌کند. شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) مناسب و ساختار داشبوردهای نظارتی معرفی شده و چند مطالعه موردی از تجربه شرکت‌ها و تحقیقات مرتبط ارائه می‌شود. در پایان توصیه‌های عملی برای رهبران و مدیران صنعتی جهت پیاده‌سازی این رویکردها ارائه می‌شود.

ویژگی‌های نسل Z و انتظارهای آن‌ها

نسل Z (متولدین حدود ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲) از بدو تولد در دنیای دیجیتال و فضای همیشه آنلاین بزرگ شـــده است. آن‌ها مصرف همزمان محتوای چندرســـانه‌ای را عادی تلقی می‌کنند و همان سرعت دسترسی به اطلاعات و بازخورد را در محیط کار هم طلب می‌کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد این نسل «بازخورد فوری» می‌پسندد: برای مثال ۷۵ درصد آن‌ها ترجیح می‌دهند بازخورد مدیر را حضوری دریافت کنند تا اینکه صرفاً از طریق ابزارهای دیجیتال. همچنین نسل Z به ارتباطات «شفاف و دوطرفه» اهمیت می‌دهد؛ مطالعات CIPD تأکید می‌کنند آن‌ها ارتباط باز، قابل دسترس و مشـــارکتی را انتظار دارند تا بدانند دقیقاً در چه جایگاهی هستند و چگونه می‌توانند در توسعه سازمان تأثیر بگذارند. چنان که فرهنگ کار دموکراتیک را امری بدیهی می‌دانند و اصطلاح «سقف شیشه‌ای» برایشان کم‌معناست (۸۴ درصد می‌خواهند به مسئولیت‌های ارشد برسند). در مجموع، می‌توان گفت نســـل Z به فضایی نیاز دارد که در آن تعامل بین کارکنان و مدیران آزاد باشـــد، گفت‌وگوی دوطرفه جریان داشته باشد و بازخوردها بی‌درنگ منتقل شوند.

شکست مدل سلسله‌مراتب سنتی

مدیریت کلاسیک بالا-پایین در عصر اطلاعات و نسل دیجیتال ناکارآمد است. نسل Z محیط کار را «فضایی برای همکاری، نه فرماندهی» می‌بیند و سلسله‌مراتب خشک را منسوخ تلقی می‌کند. گزارش‌های منابع انســـانی یادآور می‌شود ساختارهای دســـتوری پُرقدرت خلاقیت و نوآوری را خفه می‌کنند، در حالی که محیط‌های «مســـطح» با رهبری تسهیل‌گرانه فضای امن روانی برای ایده‌پردازی و بیان نظرات فراهم می‌آورد. به زبان ســـاده، وقتی تصمیمات به صورت چشـــمه‌ای و غیرقابل پیش‌بینی گرفته شـــوند یا کارکنان اجازه مشارکت در روندها را نداشته باشند، اعتماد و انگیزه نسل جوان تحلیل می‌رود. در نتیجه، رهبرانی که همچنان صرفاً دستور می‌دهند و پاسخ‌گویی را در طبقات پایین سازمان محصور می‌کنند، قادر نخواهند بود نسل Z را جذب کنند. به جای این رویکرد، ایجاد فرهنگ اعتماد و باز بود که در آن مدیران اطلاعات و منطق تصمیمات خود را توضیح می‌دهند و به پیشنهادها گوش می‌دهند، که با اطمینان بیشتری نسل جدید را در مسیر اهداف سازمان همراه می‌سازد.

پلتفرم‌های ارتباط درون‌سازمانی برای بازخورد سریع

فناوری‌های ارتباطی داخلی می‌توانند خلأ سلســـله‌مراتبی را پر کنند. سیستم‌هایی مانند Slack، Microsoft Teams یا شبکه‌های اجتماعی سازمانی (Workplace, Yammer) و غیره امکان ایجاد کانال‌های گفت‌وگو و گروه‌های تخصصی را فراهم می‌کنند تا کارکنان در همه سطوح به‌طور مستقیم و بلادرنگ در ارتباط باشند. مطابق بررسی منابع، چنین پلتفرم‌هایی «ارتباط مستقیم و بدون واسطه میان کارکنان و مدیران در تمام ســـطوح سازمان» را تسهیل می‌کنند. افزون بر چت و گفت‌وگو، ابزارهای نظرسنجی سریع (پالس‌شـــمارش)، بخش ایده‌ها و پیشنهادات، تالارهای پیام و صفحه اخبار از مهم‌ترین امکانات هستند. بهترین شیوه‌ها حاکی از تعریف کانال‌های مشخص برای تیم‌ها و موضوعات، اعلان‌های پیوسته (Push Notification) برای اخبار مهم، و افزودن ماژول‌های رسمی جمع‌آوری بازخورد (نظرسنجی دوره‌ای، جعبه ایده) است. همچنین، ویژگی‌های بازی‌وارسازی یا تشویق درون‌ساختاری (مثل نشان‌های شناسایی کاربر فعال یا اعتبارات مشارکتی) می‌تواند انگیزه تعامل را افزایش دهد. به‌عنوان مثال، پلتفرم‌های داخلی مدرن گزارش‌های تحلیلی و داشبوردهایی را ارائه می‌دهند تا میزان مشارکت کارکنان (مانند تعداد پیام‌ها، پاسخ‌ها و بازخوردها) را رصد و ارزیابی کنند. این ابزارها و شیوه‌ها به سازمان‌ها کمک می‌کند کانال‌های باز ارتباطی ایجاد و بازخورد کارکنان را به‌سرعت دریافت کنند و به چرخه تصمیم‌سازی بازگردانند.

ویژگی پلتفرم داخلی	مکانیزم گیمیفیکیشن مرتبط	مثال/نتیجه
گفت‌وگو و کانال‌های گروهی	اعطای امتیاز به مشارکت و نشان افتخار برای فعالیت‌های برجسته	تعامل و همکاری بیشتر؛ خطر ارسال پیام فراوان (اطلاعات بیش از حد)
ابزار نظرسنجی و بازخورد	پاداش امتیاز یا نشان برای شرکت در نظرسنجی‌ها	افزایش نرخ پاسخ‌دهی به نظرسنجی‌ها؛ نیاز به مدیریت خستگی ناشی از پرسش‌های مکرر
آموزش و توسعه آنلاین	نوار پیشرفت و نشان‌های مهارت برای تکمیل دوره‌ها	انگیزه بیشتر برای یادگیری؛ نیاز به طراحی جذاب و معتبر دوره‌ها
سامانه شناسایی و تقدیر	جدول رتبه‌بندی (لیدربورد) و جوایز برای عملکردهای برجسته	ایجاد حس رقابت سالم و حمایت تیمی؛ ضرورت تضمین عدالت در امتیازدهی

مکانیسم‌های گیمیفیکیشن و اثربخشی آن‌ها

گیمیفیکیشن به‌معنای به‌کارگیری عناصر بازی (مانند امتیاز، نشان، جدول رتبه، پاداش‌های کوچک، نوار پیشرفت و بازخورد اجتماعی) در فرایندهای کاری است تا انگیزه و مشارکت کارکنان افزایش یابد. پژوهش‌های جدید نشان داده‌اند وقتی مأموریت‌های یکنواخت کاری با این مکانیسم‌ها ترکیب شـــوند، سطح رضایت شغلی و بهره‌وری به‌طور قابل توجهی بهبود می‌یابد. برای نمونه، نتایج یک تحقیق حاکی است که به‌کارگیری گیمیفیکیشن می‌تواند مشارکت کارکنان را تا ۴۸ درصد افزایش دهد و ۸۳ درصد افراد شرکت‌کننده در دوره‌های آموزشی بازی‌وارشده، انگیزه و اشتیاق بالاتری را گزارش کرده‌اند. در عمل، کسب‌وکارهایی مانند Telus با پیاده‌سازی سیستم‌های بازی‌وارسازی در فرآیندهای آموزش و ارزیابی خود توانســـتند نرخ مشارکت کارکنان را از ۵۴ درصد به ۸۷ درصد برسانند. همچنین مطالعه‌ای در KPMG نشان داد دفاتری که آموزش‌های داخلی خود را با عناصر بازی‌گونه اجرا کرده‌اند، شاهد افزایش درآمد ۲۵درصدی و فرصت‌های تجاری جدید ۲۲درصدی بودند.

با وجود فواید، متخصصان هشدار می‌دهند گیمیفیکیشن باید با دقت طراحی شود. تاکید صرف

نسل Z (متولدین حدود ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲) از بدو تولد در دنیای دیجیتال و فضای همیشه آنلاین بزرگ شده است. آن‌ها مصرف همزمان محتوای چندرسانه‌ای را عادی تلقی می‌کنند و همان سرعت دسترسی به اطلاعات و بازخورد را در محیط کار هم طلب می‌کنند.

بر پاداش‌های بیرونی (امتیاز و جوایز) ممکن است انگیزه‌های درونی (علاقه، مسئولیت‌پذیری، ارتباط اجتماعی) را تضعیف کند. همچنین رقابت نادرست می‌تواند باعث استرس و کاهش همکاری شود؛ در یک مطالعه آمده رقابت افراطی در جدول‌های امتیازدهی می‌تواند ۹۹ درصد کارکنان را دلسرد کند. برای موفقیت، عناصر گیمیفیکیشن باید دقیقاً با اهداف کسب‌وکار هماهنگ باشند و به روشنی به کارکنان ارتباط یابند. طراحی سامانه‌های بازی‌وارساز ساده و شفاف، با قوانین روشن، مشارکت آسان و قابلیت پیشرفت تدریجی (مراحل یا سطح‌بندی) توصیه می‌شود. علاوه بر این، عدالت در اعطای جوایز اهمیت دارد: مکانیسم‌ها باید طوری باشند که افراد مختلف با نقش‌ها و توانایی‌های متنوع شانس موفقیت و دریافت پاداش داشته باشند. در مجموع، گیمیفیکیشن هدفش ایجاد تجربه‌های معنادار و جذاب کاری است و در صورتی که با در نظر گرفتن انگیزه‌های درونی و فرهنگ سازمان طراحی شود، می‌تواند پویایی و خلاقیت کارکنان را تقویت کند.

گام‌های مدیریت تغییر و پیاده‌سازی

برای انتقال موفق فرهنگ سازمانی به مدل پلتفرمی و بازی‌وارسازی، باید یک برنامه تغییر منظم و مشارکتی در پیش گرفت:

تحلیل وضعیت و تعیین اهداف: نخست، وضعیت کنونی ارتباطات درون‌سازمانی و نیازهای نسل جدید شناسایی می‌شود (نظرسنجی کارکنان، شناسایی موانع فعلی). در این مرحله اهداف کسب‌وکار مشخص و شاخص‌های مبنایی (Baseline KPI) تعیین می‌شوند.

طراحی و اجرای آزمایشی (پایلوت): یک گروه یا بخش محدود (مثلاً یک تیم تولید یا پروژه خاص) برای اجرای پایلوت انتخاب می‌شود. در این مرحله، ساختار حاکمیت پروژه (کمیته راهبری، مسئول هر فعالیت) تعریف و ابزار مورد نیاز (پلتفرم ارتباطی، ماژول‌های گیمیفیکیشن و سنجش) آماده می‌شود.

آموزش و حمایت رهبری: پیش از اجرا، مدیران و سرپرستان باید آموزش ببینند تا سبک ارتباط باز و حمایتگرانه را در پیش گیرند؛ همچنین کارکنان و نمایندگان واحدهای مختلف در جریان اهداف و نحوه کار قرار می‌گیرند. ایجاد «امنیت روانی» (Psychological Safety) نیز ضروری است: باید به کارکنان اطمینان داد تا بدون ترس از عواقب، ایده‌ها و بازخورد خود را بیان کنند. ترویج احساس مشارکت همه‌جانبه و رعایت شمول (inclusion) در تصمیمات نقش مهمی در پذیرش تغییر دارد.

بازخورد و اصلاح: در طول پایلوت، واکنش‌ها و نتایج پیاده‌سازی جمع‌آوری می‌شود. از ابزارهایی مانند نظرسنجی‌های سریع، گروه‌های متمرکز و بازخوردهای دوره‌ای برای سنجش درک کارکنان و عملکرد سیستم استفاده می‌شود. داده‌های به‌دست‌آمده به مدیریت ارشد ارائه و تغییرات لازم در پلتفرم یا مکانیزم‌های گیمیفیکیشن اعمال می‌شود. در این فاز معیارهای موفقیت نیز نهایی و ضریب شفافیت فرایند حفظ می‌شود.

گسترش و پایداری: پس از کسب نتایج موفق در پایلوت، برنامه به تدریج در کل سازمان تعمیم داده می‌شود. در این مرحله، مقیاس‌بندی منابع (پشتیبانی فنی، تیم‌های پشتیبانی فرایند)، تقویت حاکمیت (تعریف سیاست‌های اجرایی، کمیته‌های نظارتی) و استقرار داشبوردهای نظارتی انجام می‌گیرد. همچنین میان‌دوره‌ای نتایج پایش می‌شود تا اقدامات اصلاحی افزایشی صورت گیرد.

شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) و داشبوردها

برای ارزیابی اثربخشی پلتفرم و فرایندهای جدید، چندین KPI قابل سنجش تعیین می‌شود. نمونه‌ای از شاخص‌های مهم عبارت‌اند از: نرخ مشارکت کارکنان (Active Users) روزانه/هفتگی و تعداد پیام‌ها، نرخ پاسخ به بازخورد و نظرسنجی، تعداد پیشنهادات یا ایده‌های ارائه‌شده و اجراشده، میزان تکمیل دوره‌های آموزشی (نسبت افرادی که نشان یا امتیاز کامل دریافت می‌کنند)، میانگین امتیازات کسب‌شده در بازی‌وارسازی و شاخص رضایت یا تعهد کارکنان (می‌تواند از طریق نظرسنجی دوره‌ای اندازه‌گیری شود). برای رهبران مهم است دسترسی همزمان به این داده‌ها از طریق داشبورد تحلیلی فراهم آید تا روند پیشرفت، نقاط گلوگاه (مثلاً بخش‌های با مشارکت پایین) و اثرات تغییرات جدید را به سرعت رصد کنند. برای مثال، نمودار کاربران فعال، میانگین امتیاز گیمیفیکیشن، نرخ تکمیل آموزش و نمودار صدرنشینان (Leaderboards) می‌تواند تصویر روشنی از تاثیر هر مکانیزم ارائه کند. داشبوردها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که اطلاعات کلیدیِ تعامل و پیشرفت را در زمان واقعی نشان دهند و مدیران را در تصمیم‌گیری‌های آتی یاری کنند.

مطالعات موردی

تلوس (Telus) کانادا: این شرکت مخابراتی با به‌کارگیری گیمیفیکیشن در برنامه‌های آموزشی و بازاریابی داخلی خود، موفق شد نرخ مشارکت کارکنان را از ۵۴ درصد به ۸۷ درصد ارتقا دهد. با تعریف نقش‌های بازی‌وار و جوایز انگیزشی، انگیزه کارمندان برای تعامل و یادگیری بیشتر شد.

آموزش‌های داخلی KPMG: در یک بررسی از دفاتر KPMG مشخص شد آموزش‌های بازی‌وار باعث افزایش چشمگیر عملکرد شده است؛ به‌طوری‌که با پیاده‌سازی سیستم امتیاز و چالش در برنامه‌های یادگیری، درآمد مجموعه ۲۵ درصد و فرصت‌های تجاری جدید ۲۲ درصد افزایش یافت. بدین ترتیب، نوآوری در طراحی دوره‌های آموزشی منجر به نتایج تجاری ملموس شد.

شفافیت سازمانی Bridgewater Associates: این مؤسسه سرمایه‌گذاری آمریکایی به «شفافیت رادیکال» شهره است؛ یعنی هر جلسه مدیریتی را ضبط و در اختیار همه کارکنان قرار می‌دهد. این سطح بی‌سابقه از دسترسی اطلاعات و بازخورد آزادانه، موجب افزایش مشارکت و نوآوری در سازمان شده است. مطالعات نشان می‌دهند سازمان‌هایی که ارتباطات داخلی شفافی دارند، به‌طور متوسط ۲۵ درصد بهره‌ورتر از سایرین هستند؛ تجربه Bridgewater نمونه‌ای از این موضوع است.

توصیه‌های کاربردی

تسهیل ارتباطات و اعتماد: مدیران باید سلسله‌مراتب را کم‌عمق و کانال‌های ارتباط باز (مثل دفتر کار باز، نشست‌های عمومی، چت سازمانی) ایجاد کنند. تشویق به انتقاد سازنده و احترام متقابل فضایی ایجاد می‌کند که کارکنان نسل Z در آن احساس ارزشمندی کنند.

سرمایه‌گذاری در پلتفرم مناسب: بدون تعصب به برند خاص، بهترین پلتفرم‌ها آن‌هایی هستند که قابلیت‌های چندکاناله (چت، اعلان، پرسش و پاسخ، محتوا) و ابزارهای تحلیلی قوی داشته باشند. تمرکز بر سهولت استفاده، دسترس‌پذیری موبایلی و یکپارچگی با سیستم‌های موجود (HR, BI) ضروری است.

شروع تدریجی با پایلوت: ابتدا در یک بخش محدود (مثل واحد مهندسی یا خط تولید نمونه) پلتفرم را پیاده کنید و نتایج را اندازه‌گیری کنید. از آنجا که گیمیفیکیشن برای هر فرهنگ متفاوت است، طراحی مسابقات و پاداش‌ها را آزمایش کنید و تنها پس از کسب نتایج مثبت، طرح را در کل سازمان گسترش دهید.

استفاده هوشمندانه از گیمیفیکیشن: عناصر بازی‌وار را برای حمایت از رفتارهای کلیدی انتخاب کنید. به جای جوایز کلیشه‌ای، تنوعی از پاداش‌های شخصی یا گروهی ارائه دهید و همواره بر انگیزه‌های درونی (رضایت از یادگیری، تکریم اجتماعی) تمرکز کنید. رقابت‌ها باید سالم باشد: کنار جوایز فردی، موفقیت تیمی و روندها را نیز تقدیر کنید تا هیچ‌کس از فرآیند کنار گذاشته نشود.

پایش مستمر با KPI: به‌طور منظم شاخص‌های تعامل و آموزش را رصد کنید. افزایش یا کاهش در امتیازها، مشارکت، بازخوردها و نتایج کسب‌شده را در جلسات مدیریتی منعکس کنید. بازخورد کاربران را مدام جویا شوید و در صورت نیاز مکانیزم‌های پلتفرم یا بازی‌وارسازی را تطبیق دهید.

تقویت شمول و امنیت روانی: برای اینکه کارمندان همه سطوح سازمان از مدیران ارشد تا کارکنان خط تولید در این تغییر همراه شوند، اطمینان بدهید ایده‌ها و بازخورد آن‌ها بدون پیامد منفی شنیده می‌شود. فضایی فراهم کنید که به اشتباهات به چشم تجربه نگاه شود و همه احساس کنند عضوی فعال از تحول فرهنگی سازمان هستند.



تهدیدهای درون‌سازمانی

وقتی کارمند خودتان بزرگ‌ترین ریسک امنیتی می‌شود



سدی کریس

استاد و پژوهشگر حوزه امنیت سایبری و امنیت اطلاعات در دانشگاه آکسفورد

ترجمه: آرش پارساپور

خبرنگار بخش فردا

شبکه‌های اجتماعی راه را برای نشت انواع اطلاعات از شرکت‌ها بازکرده‌اند؛ اطلاعاتی که اغلب بدون آگاهی سازمان در سطح جهانی پخش می‌شوند. این شبکه‌ها همچنین فرصتی برای جذب افراد درون‌سازمانی و استفاده از آن‌ها برای دسترسی به دارایی‌های شرکت فراهم می‌کنند. یکی از مؤثرترین روش‌ها، کلاهبرداری عاشقانه است؛ جایی که یک کارمند توسط فردی که در قالب یک خواستگار در وب‌سایت‌های دوست‌یابی ظاهر می‌شود، فریب داده یا ترغیب می‌شود تا اطلاعات حساس را افشا کند. روش دیگر، استفاده از اطلاعات به‌دست‌آمده از شبکه‌های اجتماعی برای تحت فشار قرار دادن کارکنان است: یک باج‌گیر سایبری می‌تواند تهدید کند که فایل‌های رایانه‌ای فرد را حذف یا تصاویر نامناسب روی کامپیوتر او نصب می‌کند، مگر اینکه اطلاعات حساس را تحویل دهد.

چرا این کار را می‌کنند؟

مطالعات موردی متعدد نشان می‌دهد افراد درون‌سازمانی که آگاهانه در حملات سایبری مشارکت می‌کنند، طیف وسیعی از انگیزه‌ها دارند: سود مالی، انتقام، میل به شناخته‌شدن و قدرت، پاسخ به باج‌گیری، وفاداری به دیگر اعضای سازمان، و باورهای سیاسی. نمونه‌ای که در تحقیقات ما مطرح شد، حمله سال ۲۰۱۴ یک خواستگار طردشده به یک شرکت کوچک آموزش مجازی بود. یک مدیر سیستم که پیام‌های نامناسب و گل برای یک همکارش فرستاده و مدام از خانه او رد می‌شد، پس از طرد صریح، پایگاه داده ویدیوهای آموزشی شرکت را خراب و نسخه‌های پشتیبان را غیرقابل‌دسترس کرد. شرکت او را اخراج کرد، اما چون فاقد شواهد کافی برای اثبات جرم بود، او چند هزار یورو باج‌گیری کرد و تهدید کرد که ضعف امنیتی شرکت را علنی خواهد کرد؛ موضوعی که می‌توانست به عرضه اولیه سهام آسیب بزند. این حادثه پرهزینه، مثل بسیاری از جرایم درون‌سازمانی دیگر، هرگز گزارش نشد. همکاری افراد درون‌سازمانی با گروه‌های جنایتکار سازمان‌یافته رو به افزایش است. مونیکا ویتی، روانشناس دانشگاه لیستر، و بسیاری دیگر معتقدند افراد درون‌سازمانی که آگاهانه در حملات سایبری کمک می‌کنند، اغلب یک یا چند ویژگی از «سه‌گانه تاریک» را دارند: ماکیاولیسم، خودشیفتگی و روان‌آزردگی. مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۳ نیز نشان داد این افراد معمولاً ترکیبی از ویژگی‌هایی مانند عدم بلوغ، عزت‌نفس پایین، بی‌اخلاقی، سطحی‌نگری، تخیل‌پردازی زیاد، بی‌قراری، تکانشی‌بودن، فقدان مسؤولیت‌پذیری و بی‌ثباتی دارند.راجر دورونیو، مدیر سیستم شرکت UBS که در سال ۲۰۰۶ با کارگذاشتن یک «بمب منطقی» شبکه رایانه‌ای شرکت را از کار انداخت، بسیاری از این ویژگی‌ها را داشت. او پس از دریافت پاداشی کمتر از انتظار، سهام شرکت را شورت کرد و بمب را فعال کرد؛ حمله‌ای که تا ۲۰۰۰ سرور در دفاتر UBS در سراسر آمریکا را از کار انداخت و ۳.۱ میلیون دلار خسارت مستقیم به‌بار آورد.

چگونه با این تهدید مقابله کنیم؟

مدیریت تهدیدهای درون‌سازمانی، مانند مدیریت کیفیت و ایمنی، دیگر نمی‌تواند به یک واحد تخصصی محدود شود. رهبران سازمان باید همه اعضا را در این مسیر مشارکت دهند. پنج گام کلیدی:

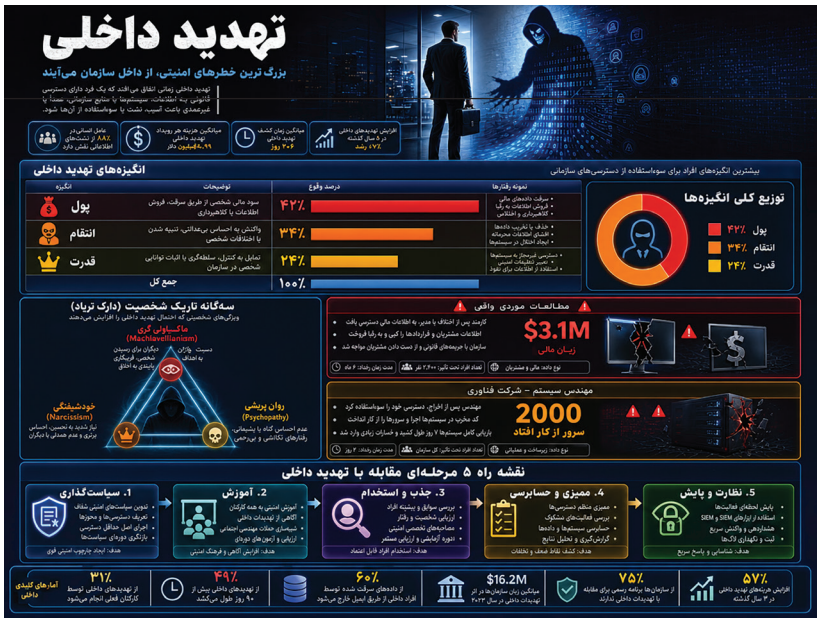
۱ **اتخاذ سیاست جامع درون‌سازمانی:** سیاستی مشخص و قابل‌فهم برای همه سطوح سازمان-از جمله مدیران ارشد-که رفتارهای مجاز و غیرمجاز را تعیین کند. تخلفات باید مجازات مشخص داشته باشند؛ از اخراج و پیگرد قانونی برای موارد جدی، تا اخطار برای تخلفات کوچک‌تر. آموزش مستمر از طریق جلسات آگاهی‌رسانی، پوسترها و کمپین‌های داخلی نیز ضروری است.

۲ **افزایش آگاهی:** کارکنان باید نسبت به تهدیدهای احتمالی هوشیار باشند. فیشینگ یکی از رایج‌ترین روش‌های نفوذ است؛ ایمیل‌های جعلی که کاربران را به اشتراک‌گذاری اطلاعات یا کلیک روی لینک‌های آلوده ترغیب می‌کنند. آزمایش آسیب‌پذیری کارکنان در برابر چنین حملات، امکان‌پذیر و ضروری است. یک نمونه واقعی: در سال ۲۰۱۳ یک منشی در فرانسه پس از تماس تلفنی فردی که خود را معاون شرکت جا زده بود، فایلی حاوی تروجان دسترسی از راه دور را دانلود کرد که به گروه هکری اوکراینی امکان کنترل کامپیوتر او و سرقت مالکیت فکری شرکت را داد.

۳ **توجه به تهدیدها هنگام استخدام:** فرآیندهای غربالگری و مصاحبه باید صداقت داوطلبان را ارزیابی کنند-از بررسی سوءپیشینه تا پرسش‌های مستقیم درباره اصول اخلاقی. همچنین باید سنجید که آیا داوطلب مفهوم تهدید درون‌سازمانی را می‌شناسد یا نه.

۴ **فرآیندهای دقیق برون‌سپاری:** همان‌طور که نقض امنیتی Target نشان داد، باید مطمئن شوید تأمین‌کنندگان شما ریسکی برایتان ایجاد نمی‌کنند. تأمین‌کنندگانی انتخاب کنید که سطح ریسک‌پذیری و فرهنگ امنیتی مشابه شما دارند، و آن‌ها را به‌طور منظم بازرسی کنید.

۵ **نظارت بر کارکنان:** به کارکنان اطلاع دهید که فعالیت‌های سایبری آن‌ها تا حد قانونی تحت نظارت است. تیم‌های امنیتی باید به‌طور منظم گزارش‌های ریسک تهیه کنند. نظارت بر کانال‌های خروجی داده -از فلش‌مموری تا پرینت- و مدیریت دقیق سطح دسترسی کاربران، به‌ویژه کاربران با بالاترین سطح دسترسی، ضروری است. نظارت دقیق، حجم کاری را افزایش می‌دهد، اما در نهایت تاب‌آوری سازمان را تقویت و ریسک آن را کاهش می‌دهد. مؤثرترین راهبرد، استفاده از فناوری‌های حفاظتی موجود و اصلاح نقاط ضعف آن‌ها، اما در نهایت تمرکز بر این است که همه کارکنان به شیوه‌ای رفتار کنند که سازمان را ایمن نگه دارد. باید به آن‌ها یادآوری کرد: حفاظت از سازمان، حفاظت از شغل خودشان نیز هست.



شکست

نگاهی به تجربیات ناموفق کارآفرینی



برندی که قربانی رشد خودش شد

روایت صعود و سقوط کریسپی کریم

Krispy Kreme
1937 - 1978



امیرحسین زراندوز
مشاور کسب و کار

مقدمه؛ وقتی موفقیت بیش از حد شیرین می‌شود

در تاریخ کسب‌وکار، شکست همیشه از جایی آغاز نمی‌شود که همه انتظارش را دارند. گاهی یک شرکت به دلیل محصول ضعیف، مدیریت ناکارآمد یا ناتوانی در رقابت از بازار کنار می‌رود، اما بعضی از آموزنده‌ترین شکست‌ها درست زمانی شکل می‌گیرند که همه‌چیز خوب به نظر می‌رسد؛ فروش در حال افزایش است، مشتریان برای خرید صف می‌کشند، سرمایه‌گذاران خوش‌بین‌اند، رسانه‌ها از برند به‌عنوان یک پدیده تازه یاد می‌کنند و مدیران تصور می‌کنند فرمول موفقیت را پیدا کرده‌اند. در چنین شرایطی، خطر اصلی دیگر کمبود تقاضا یا ناشناخته‌بودن برند نیست، بلکه اعتماد بیش از اندازه به موفقیت امروز و این تصور است که می‌توان همان موفقیت را بدون محدودیت، با همان سرعت و در هر بازاری تکرار کرد. داستان کریسپی کریم (Krispy Kreme) دقیقاً از همین نقطه اهمیت پیدا می‌کند؛ برندی که نه به دلیل آنکه مردم محصولش را دوست نداشتند، بلکه تا حد زیادی به این دلیل گرفتار بحران شد که مدیرانش بیش از اندازه به قابلیت تکثیر موفقیت آن ایمان آوردند.

ریشه‌های کریسپی کریم به سال ۱۹۳۷ و شهر وینستون-سیلم در ایالت کارولینای شمالی بازمی‌گردد؛ جایی که ورنون رودولف فعالیت خود را با تولید و فروش دونات آغاز کرد. روایت شکل‌گیری برند، چیزی شبیه یکی از همان داستان‌هایی است که بعدها در کتاب‌های بازاریابی درباره کشف اتفاقی نیاز مشتری نوشته می‌شود. مدل اولیه کسب‌وکار بیشتر بر فروش دونات به فروشگاه‌های مواد غذایی استوار بود، اما بوی دونات‌های تازه‌ای که در محل تولید می‌شد، رهگذران را به سمت ساختمان می‌کشاند و مردم از رودولف می‌خواستند همان دونات‌های گرم را مستقیماً از او خریداری کنند. او نیز به‌جای آنکه این رفتار را یک مزاحمت تلقی کند، بخشی از دیوار را باز کرد و فروش مستقیم دونات‌های تازه را آغاز کرد. شاید در آن زمان کسی نمی‌دانست که همین اتفاق ساده، یکی از مهم‌ترین عناصر هویتی کریسپی کریم را شکل می‌دهد؛ این برند قرار نبود فقط دونات بفروشد، بلکه قرار بود لحظه‌ای از تازگی، بو، گرما و لذت فوری را به مشتری عرضه کند.

همین ویژگی طی دهه‌های بعد کریسپی کریم را از بسیاری از رقبا متمایز کرد. محصول اصلی برند، به‌ویژه Original Glazed، از نظر ظاهری پیچیدگی خاصی نداشت؛ یک دونات حلقه‌ای ساده با پوششی شیرین که در نگاه نخست شاید تفاوت بنیادینی با محصولات مشابه نداشت. اما قدرت کریسپی کریم نه فقط در فرمول محصول، بلکه در نحوه تبدیل یک کالای ساده به تجربه‌ای حسی و قابل‌به‌خاطرسپردن بود. مشتری می‌توانست بخشی از فرایند تولید را ببیند، حرکت دونات‌ها روی خط را دنبال کند، بوی محصول تازه را احساس کند و آن را زمانی تحویل بگیرد که هنوز گرم بود. فروشگاه در این مدل دیگر فقط یک محل معامله نبود؛ بخشی از نمایش برند محسوب می‌شد. حتی تابلوی مشهور «Hot Now» نیز چیزی فراتر از یک علامت اطلاع‌رسانی بود. روشن‌شدن آن به مشتری می‌گفت اکنون همان لحظه‌ای است که محصول در بهترین وضعیت خود قرار دارد و همین پیام ساده، نوعی فوریت طبیعی برای خرید ایجاد می‌کرد؛ چیزی که امروز بازاریابان برای ساختن آن از مفاهیمی مانند تجربه مشتری، بازاریابی حسی و FOMO استفاده می‌کنند.

برای سال‌ها این فرمول به‌خوبی کار کرد و کریسپی کریم به‌آرامی از یک برند منطقه‌ای به نامی شناخته‌شده در آمریکا تبدیل شد. نقطه عطف اصلی اما در اواخر دهه ۱۹۹۰ و آغاز دهه ۲۰۰۰ فرا رسید؛ زمانی که برند وارد بازارهای بزرگ‌تری مانند نیویورک و کالیفرنیا شد و در سال ۲۰۰۰ نیز سهام آن به بازار بورس راه یافت. از این لحظه به بعد، کریسپی کریم دیگر فقط یک شرکت تولیدکننده دونات نبود؛ حالا یک شرکت بورسی بود که باید در برابر سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران و بازار سرمایه نیز داستانی قانع‌کننده از رشد ارائه می‌کرد. استقبال مشتریان خیره‌کننده بود، افتتاح فروشگاه‌های جدید گاهی به یک رویداد شهری تبدیل می‌شد و صف‌هایی که مقابل شعب شکل می‌گرفتند، خود بهترین تبلیغ برای برند بودند. رسانه‌ها درباره پدیده کریسپی کریم می‌نوشتند، نام آن به فرهنگ عمومی آمریکا راه پیدا کرده بود و سرمایه‌گذاران با دیدن رشد فروش و گسترش سریع شبکه فروشگاه‌ها، آینده‌ای بسیار روشن برای شرکت متصور بودند.



ریشه‌های کریسپی کریم به سال ۱۹۳۷ و شهر وینستون-سیلم در ایالت کارولینای شمالی بازمی‌گردد؛ جایی که ورنون رودولف فعالیت خود را با تولید و فروش دونات آغاز کرد.

اما بازار معمولاً میان محبوبیت و پایداری تفاوتی قائل می‌شود که مدیران در دوران هیجان به‌سادگی متوجه آن نمی‌شوند. مردم ممکن است برای افتتاح یک برند جدید ساعت‌ها صف بکشند، اما صف‌های روز نخست تضمین نمی‌کنند که همان مشتریان دو سال بعد نیز با همان اشتیاق خرید کنند. ممکن است یک محصول زمانی جذاب‌تر باشد که دسترسی به آن محدود است، اما همان محصول وقتی در هر گوشه‌ای دیده شود بخشی از کشش خود را از دست بدهد. ممکن است یک فروشگاه در دوره‌ای از تقاضای بالا بسیار سودآور باشد، اما اگر ساختار هزینه آن بر حجم بالای فروش استوار شده باشد، حتی افتی نه‌چندان بزرگ در تقاضا می‌تواند سودآوری را به‌شدت تحت فشار قرار دهد. همه این احتمالات در پشت تصویر درخشان کریسپی کریم وجود داشتند، اما صدای موفقیت آن‌قدر بلند بود که شنیدن این هشدارها آسان نبود.

در واقع، کریسپی کریم به یکی از کلاسیک‌ترین تناقض‌های مدیریت رشد گرفتار شد: آنچه شرکت را موفق کرده بود، به‌تدریج به منبع آسیب‌پذیری آن تبدیل شد. محبوبیت برند، توسعه سریع را تشویق کرد؛ توسعه سریع، سرمایه‌گذاران را به انتظار رشد بیشتر عادت داد؛ انتظار رشد بیشتر، فشار برای افتتاح شعب و گسترش شبکه را افزایش داد؛ و هرچه این چرخه سریع‌تر می‌شد، فاصله میان «رشد ظاهری» و «سلامت واقعی کسب‌وکار» بیشتر می‌شد. در میانه این هیجان، پرسش‌هایی که باید درباره اقتصاد واقعی هر شعبه، پایداری تقاضا، ظرفیت بازار، سلامت فرانچایزی‌ها و توان سیستم مدیریتی شرکت مطرح می‌شدند، اهمیت کمتری پیدا کردند. همان برندی که زمانی به‌دلیل کمیابی، تازگی و تجربه متفاوت خود جذاب بود، اکنون می‌خواست در هر بازار، هر شهر و هر کانال توزیعی حضور داشته باشد.



ریشه‌های کریسپی کریم به سال ۱۹۳۷ و شهر وینستون-سیلم در ایالت کارولینای شمالی بازمی‌گردد؛ جایی که ورنون رودولف فعالیت خود را با تولید و فروش دونات آغاز کرد.

آنچه در سال‌های بعد اتفاق افتاد، کریسپی کریم را از یک داستان ساده درباره موفقیت یک برند غذایی به یکی از جذاب‌ترین مطالعات موردی درباره مدیریت رشد تبدیل کرد. شرکتی که زمانی یکی از محبوب‌ترین نام‌های صنعت غذا در آمریکا بود، با افت فروش برخی واحدها، تعطیلی گسترده فروشگاه‌ها، مشکلات مالی فرانچایزی‌ها، تجدید ارائه صورت‌های مالی و بحران اعتماد سرمایه‌گذاران روبه‌رو شد. با این حال، اهمیت این پرونده در آن است که



کریسپی کریم توانسته بود کاری انجام دهد که برای بسیاری از مدیران بازاریابی رؤیاست: ساختن یک برند ملی بدون اتکای سنگین به تبلیغات سنتی. در گزارش فورچون سال ۲۰۰۳ به این نکته اشاره شده بود که شرکت بودجه معمول تبلیغات رسانه‌ای ملی نداشت، اما نام آن با سرعت وارد فرهنگ عمومی می‌شد.

کریسپی کریم هرگز به‌طور کامل از بین نرفت؛ برند سال‌ها بعد توانست خود را بازسازی کند و همچنان در بازار جهانی باقی بماند. بنابراین آنچه در این نوشتار «شکست کریسپی کریم» می‌نامیم، مرگ یک برند نیست، بلکه شکست یک مدل رشد و یک دوره مدیریتی است؛ دوره‌ای که نشان داد حتی داشتن محصولی محبوب، برندی قدرتمند و مشتریانی مشتاق نیز نمی‌تواند یک کسب‌وکار را از عواقب توسعه بی‌محابا مصون نگه دارد. داستان کریسپی کریم در نهایت یادآوری یک حقیقت مهم است: بسیاری از شرکت‌ها زمانی شکست نمی‌خورند که بازار به آنها «نه» می‌گوید؛ گاهی درست زمانی به دردسر می‌افتند که بازار آن‌قدر بلند به آنها «بله» گفته است که دیگر توان شنیدن هیچ هشدار دیگری را ندارند.

قله موفقیت؛ وقتی آمریکا برای دونات صف می‌کشید

اگر کسی در نخستین سال‌های دهه ۲۰۰۰ تنها به اعداد کریسپی کریم نگاه می‌کرد، احتمالاً به این نتیجه می‌رسید که با یکی از کامل‌ترین داستان‌های رشد در صنعت غذا و خرده‌فروشی روبه‌رو است. شرکتی که دهه‌ها به‌عنوان یک برند محبوب جنوبی شناخته می‌شد، ناگهان توانسته بود از مرزهای جغرافیایی خود عبور کند و به پدیده‌ای ملی تبدیل شود. افتتاح یک فروشگاه جدید دیگر صرفاً اضافه‌شدن یک نقطه فروش روی نقشه نبود؛ در بسیاری از شهرها شبیه ورود یک ستاره مشهور بود. مردم ساعت‌ها پیش از بازشدن درها مقابل فروشگاه جمع می‌شدند، بعضی حتی شب را در صف سپری می‌کردند و رسانه‌های محلی از همان ساعات اولیه برای پوشش افتتاحیه حاضر می‌شدند. در روزگاری که اغلب شرکت‌ها میلیون‌ها دلار هزینه می‌کردند تا توجه مخاطب را به دست آورند، کریسپی کریم به نقطه‌ای رسیده بود که مشتریان خودشان برای برند صحنه تبلیغاتی می‌ساختند.

تصویری که مجله فورچون در تابستان ۲۰۰۳ از این پدیده ترسیم کرد، شاید بهتر از هر گزارش دیگری فضای آن دوران را نشان دهد. خبرنگار مجله از مردمی نوشت که در تاریکی و سرمای پیش از طلوع خورشید مقابل فروشگاه‌های تازه‌تأسیس صف می‌کشیدند؛ بعضی با لباس راحتی آمده بودند و برخی برای ساعت‌ها انتظار تجهیزات لازم همراه آورده بودند. موضوع فقط خرید یک دونات نبود؛ افتتاح کریسپی کریم به یک اتفاق اجتماعی تبدیل شده بود. فورچون در همان گزارش، این شرکت را عملاً «داغ‌ترین برند آمریکا» نامید؛ عنوانی قابل‌توجه برای شرکتی که محصول اصلی‌اش نه یک فناوری انقلابی بود، نه کالایی لوکس و نه اختراعی تازه، بلکه دوناتی بود که ریشه‌هایش به بیش از شش دهه قبل بازمی‌گشت.

راز این موفقیت را نمی‌توان تنها در طعم محصول جست‌وجو کرد. بسیاری از شرکت‌ها دونات تولید می‌کردند و Dunkin' Donuts در همان زمان شبکه‌ای به‌مراتب بزرگ‌تر از کریسپی کریم داشت، اما کریسپی کریم توانسته بود میان محصول و تجربه مصرف نوعی پیوند عاطفی ایجاد کند. Original Glazed فقط یکی از اقلام منو نبود؛ به محصول قهرمان برند تبدیل شده بود، محصولی که به‌تنهایی بخش بزرگی از شخصیت کریسپی کریم را نمایندگی می‌کرد. مشتری وقتی نام برند را می‌شنید، خیلی سریع همان دونات سبک و گرم با لعاب براق و شیرین را تصور می‌کرد. این ارتباط مستقیم میان نام برند و یک محصول مشخص، سرمایه‌ای بود که بسیاری از شرکت‌ها حتی با صرف بودجه‌های عظیم تبلیغاتی موفق به ساختنش نمی‌شوند.

آنچه این محصول را قدرتمندتر می‌کرد، نحوه ارائه آن بود. کریسپی کریم به‌جای آنکه فرایند تولید را پشت دیوارهای آشپزخانه پنهان کند، آن را به بخشی از تجربه مشتری تبدیل کرده بود. در بسیاری از فروشگاه‌ها، مشتری می‌توانست حرکت دونات‌ها روی خط تولید را ببیند و مراحل آماده‌شدن محصول را دنبال کند. ماشین‌آلاتی که برای یک مدیر عملیات صرفاً ابزار تولید بودند، در نگاه مشتری بخشی از نمایش برند محسوب می‌شدند. این همان مفهومی بود که شرکت از آن با عنوان «Doughnut Theater» یاد می‌کرد؛ فروشگاه نه فقط محل تحویل محصول، بلکه صحنه‌ای بود که روی آن تازگی و کیفیت محصول در برابر چشم مشتری اثبات می‌شد. شرکت در آن دوران فروشگاه‌های کارخانه‌ای بزرگی داشت که برخی از آنها توان تولید روزانه هزاران دوجین دونات را داشتند و همین ظرفیت تولید امکان می‌داد هم مشتریان داخل فروشگاه و هم کانال‌های فروش بیرونی را پوشش دهد.

در مرکز این نمایش، یک نشانه ساده اما بسیار قدرتمند قرار داشت: چراغ Hot Now. روشن‌شدن این تابلو به مشتری می‌گفت دونات Original Glazed همین حالا از خط تولید خارج شده و گرم است. از منظر بازاریابی، این پیام نمونه‌ای کم‌نظیر از ترکیب سادگی و اثرگذاری بود. کریسپی کریم لازم نبود برای ایجاد فوریت خرید، تخفیف ۵۰ درصدی اعلام کند یا به مشتری بگوید «فقط تا پایان امروز فرصت دارید». محدودیت زمانی در خود تجربه محصول وجود داشت؛ چراغ روشن بود و بهترین زمان مصرف همین حالا بود. یک دونات که چند ساعت بعد نیز قابل خرید بود، در لحظه روشن‌شدن Hot Now به محصولی تبدیل می‌شد که مشتری احساس می‌کرد اگر همین حالا آن را نخرد، بخشی از تجربه را از دست داده است.

از سوی دیگر، کریسپی کریم توانسته بود کاری انجام دهد که برای بسیاری از مدیران بازاریابی رؤیاست: ساختن یک برند ملی بدون اتکای سنگین به تبلیغات سنتی. در گزارش فورچون سال ۲۰۰۳ به این نکته اشاره شده بود که شرکت بودجه معمول تبلیغات رسانه‌ای ملی نداشت، اما نام آن با سرعت وارد فرهنگ عمومی می‌شد. یکی از روش‌های هوشمندانه برند این بود که پیش از ورود به بازارهای جدید، دونات رایگان برای رسانه‌های محلی، شبکه‌های تلویزیونی و ایستگاه‌های رادیویی ارسال کند. این کار ساده باعث می‌شد محصول به دست کسانی برسد که خودشان می‌توانستند درباره آن صحبت کنند. حضور محصول در برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌ها و رسانه‌ها نیز به‌تدریج کریسپی کریم را از یک فروشگاه دونات به بخشی از فرهنگ عامه آمریکا تبدیل کرد.

البته قدرت واقعی این موج زمانی آشکار می‌شود که از فضای احساسی فروشگاه‌ها فاصله بگیریم و به اعداد نگاه کنیم. کریسپی کریم در آوریل ۲۰۰۰ وارد بورس شد و در چهار سال پس از آن رشدی خیره‌کننده را تجربه کرد. در پایان سال مالی ۲۰۰۰، شرکت ۵۸ فروشگاه کارخانه‌ای متعلق به خود و ۸۶ فروشگاه فرانچایزی داشت؛ یعنی مجموعاً ۱۴۴ واحد. تا پایان سال مالی ۲۰۰۴ این رقم به ۱۴۱ فروشگاه شرکتی و ۲۱۶ فروشگاه فرانچایزی رسید؛ مجموعاً ۳۵۷ فروشگاه. به بیان دیگر، شبکه فروشگاه‌های کارخانه‌ای شرکت در مدت چهار سال تقریباً دو و نیم برابر شد. تنها در سال مالی ۲۰۰۴، ۸۶ فروشگاه کارخانه‌ای جدید افتتاح شد که ۷۳ مورد آنها در ایالات متحده قرار داشتند.

رشد درآمد نیز به همان اندازه چشمگیر بود. درآمد سالانه شرکت که در سال مالی ۲۰۰۰ حدود ۲۲۰ میلیون دلار بود، تا سال مالی ۲۰۰۴ به حدود ۶۶۵٫۶ میلیون دلار رسید؛ یعنی طی چهار سال بیش از سه برابر شد. سود خالص هر سهم تعدیل‌شده نیز از حدود ۱۶ سنت به ۹۲ سنت رسید. حتی مهم‌تر از توسعه شبکه، فروش فروشگاه‌های موجود نیز برای مدتی با سرعت بالایی رشد می‌کرد. کریسپی کریم در سال‌های مالی ۲۰۰۰، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ به‌ترتیب رشد فروش مقایسه‌ای ۱۴٫۱ درصد، ۱۷٫۱ درصد و ۱۲٫۸ درصد را گزارش کرده بود؛ اعدادی که برای یک کسب‌وکار خرده‌فروشی بالغ بسیار جذاب محسوب می‌شدند.

بازار سرمایه نیز عاشق این داستان شده بود. شرکتی که هنگام عرضه اولیه هنوز از نظر اندازه فاصله زیادی با غول‌های صنعت غذا داشت، به یکی از سهم‌های محبوب بازار تبدیل شد. فورچون در گزارش سال ۲۰۰۳ خود اشاره می‌کرد که ارزش سهام کریسپی کریم طی سه سال پس از IPO تقریباً چهار برابر شده بود، آن هم در دوره‌ای که بازار سهام



کریسپی کریم به‌جای آنکه فرایند تولید را پشت دیوارهای آشپزخانه پنهان کند، آن را به بخشی از تجربه مشتری تبدیل کرده بود. در بسیاری از فروشگاه‌ها، مشتری می‌توانست حرکت دونات‌ها روی خط تولید را ببیند و مراحل آماده‌شدن محصول را دنبال کند.

آمریکا پس از ترکیدن حباب دات‌کام شرایط چندان مساعدی نداشت. برای سرمایه‌گذاران، جذابیت کریسپی کریم فقط در فروش دونات نبود؛ آنها شرکتی را می‌دیدند که درآمدش رشد می‌کرد، حاشیه سود جذابی داشت، فروش فروشگاه‌های موجودش دو رقمی افزایش می‌یافت و هنوز صدها شهر وجود داشت که برند وارد آنها نشده بود. در چنین شرایطی تصور ادامه رشد چندان غیرمنطقی به نظر نمی‌رسید.

یکی دیگر از دلایل جذابیت کریسپی کریم مدل درآمدی چندلایه آن بود. شرکت فقط از فروش دونات در فروشگاه‌های خود پول درنمی‌آورد؛ توسعه فرانچایز نیز منبع درآمد ایجاد می‌کرد و علاوه بر آن، بخش دیگری از کسب‌وکار از فروش مواد اولیه اختصاصی، تجهیزات تولید دونات و سایر اقلام موردنیاز به فروشگاه‌های فرانچایزی درآمد داشت. به این ترتیب هر فروشگاه جدید از چند مسیر برای شرکت ارزش ایجاد می‌کرد. در ظاهر، این ساختار یک موتور رشد قدرتمند ساخته بود: فروشگاه‌های بیشتر به معنای فروش بیشتر محصول، دریافت حق امتیاز بیشتر و افزایش فروش تجهیزات و مواد اولیه بود. وقتی این موتور با اشتیاق مشتریان و استقبال بازار سرمایه ترکیب شد، کمتر کسی انگیزه داشت درباره سرعت حرکت آن تردید کند.

در همین دوران بود که کریسپی کریم از یک برند منطقه‌ای محبوب به چیزی شبیه یک فرقه مصرف‌کنندگان وفادار تبدیل شد. مشتریان فقط از محصول تعریف نمی‌کردند؛ درباره تجربه آن صحبت می‌کردند، جعبه‌های سفید و سبز برند را به محل کار می‌بردند و حضور کریسپی کریم در یک شهر جدید را اتفاقی قابل‌توجه می‌دانستند. جعبه محصول خود تبدیل به رسانه شده بود. صف مقابل فروشگاه رسانه بود. بوی دونات تازه رسانه بود. چراغ Hot Now رسانه بود. حتی مشاهده خط تولید نیز رسانه بود. کریسپی کریم نمونه‌ای درخشان از برندی بود که بخش بزرگی از تبلیغاتش را نه با خرید فضای رسانه‌ای، بلکه از طریق طراحی تجربه‌ای انجام می‌داد که مردم دوست داشتند درباره آن حرف بزنند.

شاید همین تصویر فوق‌العاده بود که تشخیص مرز میان موفقیت واقعی و هیجان بیش از اندازه را دشوار کرد. در سال ۲۰۰۳، کریسپی کریم حدود ۲۹۲ فروشگاه داشت و فورچون گزارش می‌داد که درآمد سالانه آن به حدود ۴۹۲ میلیون دلار رسیده و درآمد کل شبکه، با احتساب فروش فرانچایزی‌ها، حدود ۷۷۹ میلیون دلار بوده است. همان گزارش از تحلیل‌گرانی سخن می‌گفت که ظرفیت شبکه را حتی تا هزار فروشگاه تصور می‌کردند، بدون آنکه توسعه بین‌المللی را در این برآورد بگنجانند. اگر در آن زمان مدیری در جلسه هیئت‌مدیره کریسپی کریم پیشنهاد می‌کرد سرعت توسعه کاهش پیدا کند، احتمالاً باید توضیح می‌داد چرا شرکتی که فروشگاه‌هایش با صف مشتری باز می‌شوند، فروش واحدهای موجودش دو رقمی رشد می‌کند و سرمایه‌گذاران برای خرید سهامش رقابت دارند، نباید سریع‌تر رشد کند.

و شاید مهم‌ترین نکته درباره قله موفقیت کریسپی کریم همین باشد. هیچ نشانه آشکاری وجود نداشت که فریاد بزند شرکت در آستانه بحران است؛ برعکس، بیشتر نشانه‌های قابل‌مشاهده مدیران را به ادامه همان مسیر تشویق می‌کردند. فروش بالا بود، برند محبوب بود، سهام رشد می‌کرد، رسانه‌ها شیفته داستان شرکت بودند و فروشگاه‌های جدید با استقبال چشمگیر افتتاح می‌شدند. کریسپی کریم ظاهراً فرمول تبدیل یک دونات ساده به کسب‌وکاری ملی را پیدا کرده بود و بازار نیز برای مدتی این تصور را تأیید می‌کرد. اما در کسب‌وکار، خطرناک‌ترین لحظه الزاماً زمانی نیست که همه شاخص‌ها قرمز شده‌اند؛ گاهی خطر درست در لحظه‌ای شکل می‌گیرد که تقریباً همه شاخص‌ها سبزند و مدیران دیگر دلیلی برای تردید در فرضیات خود نمی‌بینند. کریسپی کریم در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ تقریباً در چنین نقطه‌ای ایستاده بود؛ در بالاترین نقطه منحنی موفقیت، درست پیش از آنکه همان موتور رشدی که شرکت را با چنین سرعتی بالا برده بود، شروع به حرکت در جهت معکوس کند.

علل شکست

۱ توسعه بیش از حد سریع و جلوتر از ظرفیت واقعی بازار

مهم‌ترین خطای کریسپی کریم این بود که موفقیت چند سال نخست را نشانه‌ای از امکان رشد تقریباً نامحدود تلقی کرد. تعداد فروشگاه‌ها با سرعت زیادی افزایش یافت و شرکت وارد بازارهایی شد که هنوز مشخص نبود تقاضای پایدار برای محصول در آنها وجود داشته باشد. استقبال اولیه از شعب جدید، صف‌های طولانی و فروش بالای روزهای نخست، تصویری بسیار امیدوارکننده می‌ساخت؛ اما این هیجان الزاماً در ماه‌ها و سال‌های بعد تکرار نمی‌شد. شرکت برای مدتی «تازگی و هیجان» را با «وفاداری و تقاضای پایدار» اشتباه گرفت و سرعت توسعه از ظرفیت واقعی بازار جلو افتاد.

۲ اشباع بازار و کاهش حس خاص‌بودن برند

بخشی از جذابیت کریسپی کریم از کمیابی و تجربه متفاوت خرید آن ناشی می‌شد. مشتری برای رسیدن به فروشگاه، دیدن فرایند تولید و خرید دونات گرم تجربه‌ای خاص داشت. اما با افزایش سریع شعب و گسترش نقاط توزیع، محصول بیش از گذشته در دسترس قرار گرفت و بخشی از همین جذابیت از بین رفت. برند ناخواسته از محصولی که برای تجربه‌کردنش باید به مقصد خاصی می‌رفتید، به محصولی تبدیل می‌شد که در نقاط متعدد می‌توانستید پیدا کنید. این همان تناقض مهم توزیع است: افزایش دسترسی می‌تواند فروش را بیشتر کند، اما اگر بی‌محابا انجام شود، ممکن است از ارزش ادراکی و تمایز برند بکاهد.



بخشی از جذابیت کریسپی کریم از کمیابی و تجربه متفاوت خرید آن ناشی می‌شد. مشتری برای رسیدن به فروشگاه، دیدن فرایند تولید و خرید دونات گرم تجربه‌ای خاص داشت. اما با افزایش سریع شعب و گسترش نقاط توزیع، محصول بیش از گذشته در دسترس قرار گرفت و بخشی از همین جذابیت از بین رفت.

۳ ساختار پرهزینه شعب و ضعف اقتصاد واحد

فروشگاه‌های کریسپی کریم صرفاً محل فروش نبودند؛ بسیاری از آنها به تجهیزات تولید، فضای قابل‌توجه و زیرساخت نسبتاً پرهزینه نیاز داشتند. چنین مدلی در شرایط فروش بالا بسیار جذاب است، اما نسبت به افت تقاضا حساسیت زیادی دارد. وقتی فروش کاهش پیدا می‌کند، هزینه اجاره، تجهیزات، نگهداری و بخش مهمی از هزینه نیروی انسانی به همان نسبت پایین نمی‌آید. در نتیجه، حتی افت متوسط فروش می‌تواند سودآوری یک شعبه را به‌شدت کاهش دهد. بحران نشان داد شرکت پیش از توسعه گسترده شبکه، باید بیش از تعداد شعب بر اقتصاد واقعی هر واحد و توان آن برای تحمل سناریوهای ضعیف‌تر بازار تمرکز می‌کرد.

۴ تمرکز بر گسترش شبکه به‌جای سلامت شبکه فرانچایز

مدل فرانچایز به کریسپی کریم اجازه می‌داد با سرعت بالایی رشد کند و همزمان از حق

شاید جدی‌ترین ضربه به کریسپی کریم زمانی وارد شد که مسئله از فروشگاه‌ها به صورت‌های مالی رسید. بررسی‌های بعدی نشان داد فشار زیادی برای تحقق یا عبور از پیش‌بینی سود وجود داشته است و شرکت در نهایت مجبور به اصلاح و تجدید ارائه بخشی از گزارش‌های مالی خود شد.

Krispy Kreme DOUGHNUTS
2017 - now

امتیاز، فروش تجهیزات و برخی مواد اولیه به فرانچایزی‌ها درآمد داشته باشد. اما این مدل یک خطر پنهان ایجاد می‌کرد: افتتاح هر فروشگاه جدید برای شرکت مادر می‌توانست درآمد ایجاد کند، حتی اگر عملکرد بلندمدت آن شعبه چندان مطلوب نباشد. وقتی تعداد واحدهای جدید به یکی از مهم‌ترین نشانه‌های موفقیت تبدیل شود، احتمال دارد سلامت اقتصادی فرانچایزی‌ها در اولویت دوم قرار گیرد. تجربه کریسپی کریم نشان داد معیار واقعی قدرت یک شبکه، تعداد اعضای آن نیست؛ بلکه تعداد واحدهایی است که پس از چند سال همچنان سودآور، فعال و پایدار باقی می‌مانند.

۵ خوش‌بینی مدیریتی و دیردیدن نشانه‌های بحران

یکی از خطرات موفقیت طولانی‌مدت این است که مدیران به ادامه همان روند عادت می‌کنند. کاهش فروش برخی شعب، افت عملکرد واحدهای بالغ و مشکلات تعدادی از فرانچایزی‌ها به‌تدریج نشانه‌هایی ایجاد کرده بودند که مدل رشد قبلی دیگر همان کارایی را ندارد. با این حال، پذیرش اینکه فرمولی که تا دیروز فوق‌العاده عمل می‌کرد امروز نیازمند اصلاح است، آسان نیست. در مقطعی حتی افزایش محبوبیت رژیم‌های کم‌کربوهیدرات مانند Atkins به‌عنوان یکی از دلایل افت فروش مطرح شد؛ عاملی که احتمالاً مؤثر بود، اما نمی‌توانست تمام مشکلات ساختاری شرکت را توضیح دهد. کریسپی کریم برای مدتی بیش از اندازه به توضیح‌های بیرونی توجه کرد، در حالی که بخش مهمی از بحران از درون مدل توسعه خود شرکت ناشی می‌شد.

۶ فشار برای تحقق اهداف مالی و بحران اعتماد

شاید جدی‌ترین ضربه به کریسپی کریم زمانی وارد شد که مسئله از فروشگاه‌ها به صورت‌های مالی رسید. بررسی‌های بعدی نشان داد فشار زیادی برای تحقق یا عبور از پیش‌بینی سود وجود داشته است و شرکت در نهایت مجبور به اصلاح و تجدید ارائه بخشی از گزارش‌های مالی خود شد. مشکل فقط چند عدد اشتباه نبود؛ مسئله اصلی از دست رفتن اعتماد بود. سرمایه‌گذار ممکن است کاهش فروش یا حتی چند فصل زیان را بپذیرد، اما زمانی که نسبت به قابل‌اعتمادبودن اعداد شرکت تردید کند، بحران بسیار عمیق‌تر می‌شود. این بخش از داستان کریسپی کریم نشان داد هرگاه مدیران بیش از واقعیت کسب‌وکار به «رسیدن به عدد» اهمیت دهند، KPI می‌تواند از ابزار مدیریت به عامل تخریب سازمان تبدیل شود.

در مجموع، شکست کریسپی کریم نتیجه یک تصمیم اشتباه یا یک تغییر ناگهانی در سلیقه مشتریان نبود. مجموعه‌ای از عوامل به یکدیگر متصل شدند: رشد بیش از ظرفیت، اشباع بازار، ساختار هزینه سنگین، ضعف در مدیریت شبکه فرانچایز، خوش‌بینی مدیریتی و در نهایت بحران گزارشگری و اعتماد. کریسپی کریم محصولی ضعیف نداشت؛ اتفاقاً قدرت برند و محبوبیت محصول یکی از دلایلی بود که مدیران را به ادامه توسعه سریع ترغیب کرد. همین موضوع پرونده این شرکت را آموزنده می‌کند: گاهی کسب‌وکار نه به این دلیل شکست می‌خورد که موتور رشدش کار نمی‌کند، بلکه به این دلیل گرفتار بحران می‌شود که آن موتور آن‌قدر سریع حرکت می‌کند که سیستم مدیریتی دیگر توان کنترل آن را ندارد.

درس‌آموخته‌ها از شکست کریسپی کریم

۱ رشد واقعی با بزرگ‌تر شدن تفاوت دارد

یکی از مهم‌ترین درس‌های کریسپی کریم این است که افزایش تعداد شعب، رشد فروش یا گسترش جغرافیایی الزاماً به معنای رشد سالم نیست. یک شرکت ممکن است از بیرون بزرگ‌تر شود، اما همزمان کیفیت سود، بهره‌وری سرمایه و سلامت عملیاتی آن تضعیف شود. رشد زمانی ارزشمند است که هر واحد جدید بتواند به‌صورت پایدار ارزش اقتصادی ایجاد کند، نه اینکه صرفاً به اعداد درآمد و تعداد نقاط فروش اضافه شود. مدیران باید پیش از هر تصمیم توسعه‌ای از خود بپرسند آیا این رشد باعث قوی‌تر شدن کسب‌وکار می‌شود یا فقط آن را بزرگ‌تر می‌کند. تفاوت میان این دو سؤال، تفاوت میان توسعه پایدار و توسعه‌ای است که در نهایت هزینه اصلاح آن بسیار بیشتر از منافع اولیه خواهد بود.

۲ هیجان بازار را با وفاداری مشتری اشتباه نگیرید

یکی از خطاهای مهم کریسپی کریم تفسیر استقبال اولیه مشتریان به‌عنوان نشانه‌ای از تقاضای پایدار بود. صف‌های طولانی، فروش بالای روزهای افتتاح و توجه رسانه‌ها می‌توانند بسیار جذاب باشند، اما هیچ‌کدام تضمین نمی‌کنند که مشتری چند ماه یا چند سال بعد نیز همان رفتار را تکرار کند. کسب‌وکارهای حرفه‌ای باید به جای تمرکز صرف بر جذب مشتری، میزان بازگشت مشتری، دفعات خرید، ارزش طول عمر مشتری و عملکرد شعب بالغ را اندازه‌گیری کنند. موفقیت واقعی زمانی اتفاق می‌افتد که مشتری پس از فروکش‌کردن جذابیت اولیه همچنان دلیلی برای بازگشت داشته باشد. برند قوی بر هیجان لحظه‌ای ساخته نمی‌شود؛ بر تکرار انتخاب ساخته می‌شود.

۳ مزیت رقابتی را در مسیر رشد قربانی نکنید

کریسپی کریم بخشی از جذابیت خود را از تجربه‌ای متفاوت می‌گرفت؛ تازگی محصول، مشاهده فرایند تولید و حس خاصی که خرید دونات گرم ایجاد می‌کرد. توسعه گسترده اگرچه دسترسی را افزایش داد، اما خطر عادی‌شدن همان تجربه‌ای را به وجود آورد که در ابتدا برند را متمایز کرده بود. یکی از مهم‌ترین اصول استراتژی این است که رشد نباید مزیتی را که باعث ایجاد رشد شده، از بین ببرد. هر سازمان قبل از توسعه باید دقیقاً بداند مشتری برای چه چیزی آن را انتخاب می‌کند و سپس اطمینان پیدا کند که افزایش مقیاس، همان عامل تمایز را حفظ می‌کند. اگر رشد باعث شود برند شبیه رقبا شود، افزایش اندازه ممکن است همزمان به کاهش قدرت برند منجر شود.

۴ اقتصاد واحد را جدی‌تر از داستان رشد بگیرید

سرمایه‌گذاران، رسانه‌ها و حتی مدیران معمولاً شیفته داستان‌های رشد سریع می‌شوند، اما پشت هر داستان رشد باید مجموعه‌ای از اعداد سالم وجود داشته باشد. درآمد هر شعبه، حاشیه سود، هزینه ثابت، نقطه سربه‌سر، بازگشت سرمایه و حساسیت سودآوری نسبت به کاهش فروش از جمله شاخص‌هایی هستند که باید پیش از توسعه جدی بررسی شوند. کریسپی کریم نشان داد مدلی که در شرایط فروش بسیار بالا جذاب به نظر می‌رسد، ممکن است با افت نسبتاً محدود تقاضا به‌شدت آسیب‌پذیر شود. بنابراین یکی از وظایف اصلی مدیران این است که مدل کسب‌وکار را نه فقط در بهترین سناریو، بلکه در سناریوهای متوسط و بدبینانه نیز آزمایش کنند. کسب‌وکاری که فقط در شرایط ایده‌آل سودآور است، در واقع هنوز مدل مقاومی ندارد.



یکی از خطرات موفقیت طولانی‌مدت این است که مدیران به ادامه همان روند عادت می‌کنند. کاهش فروش برخی شعب، افت عملکرد واحدهای بالغ و مشکلات تعدادی از فرانچایزی‌ها به‌تدریج نشانه‌هایی ایجاد کرده بودند که مدل رشد قبلی دیگر همان کارایی را ندارد.

۵ موفقیت، زمان کاهش کنترل نیست؛ زمان افزایش کنترل است

یکی از خطرناک‌ترین پیامدهای موفقیت، ایجاد اعتمادبه‌نفس بیش از حد در سازمان است. زمانی که فروش افزایش می‌یابد و بازار به تصمیم‌های مدیران پاسخ مثبت می‌دهد، احتمال پرسیدن سؤال‌های سخت کمتر می‌شود و همین موضوع می‌تواند زمینه‌ساز خطاهای بزرگ باشد. تجربه کریسپی کریم نشان داد هرچه سرعت رشد بیشتر می‌شود، اهمیت کنترل مالی، حاکمیت شرکتی، مدیریت ریسک و کیفیت گزارشگری نیز باید

بیشتر شود. شرکت‌های موفق باید دقیقاً در دوران اوج از خود بپرسند چه فرض‌هایی ممکن است اشتباه باشند، کدام شاخص‌ها در حال پنهان‌کردن مسئله‌اند و چه چیزی می‌تواند روند فعلی را متوقف کند. بحران معمولاً زمانی خطرناک می‌شود که سازمان مدت‌ها پیش از آن توان پرسیدن این سؤال‌ها را از دست داده باشد.

در نهایت، مهم‌ترین درس کریسپی کریم شاید این باشد که موفقیت نباید مدیر را از واقعیت بازار دور کند. رشد سریع می‌تواند نشانه قدرت باشد، اما همان رشد اگر بدون کنترل، تحلیل و بازبینی مستمر ادامه پیدا کند، می‌تواند به منبع اصلی آسیب‌پذیری تبدیل شود. سازمان‌های موفق معمولاً نه زمانی که ضعیف هستند، بلکه زمانی که تصور می‌کنند فرمول موفقیت را برای همیشه پیدا کرده‌اند، بیش از هر زمان دیگری به تفکر انتقادی نیاز دارند.

درس‌هایی برای کسب‌وکارهای ایرانی

۱ قبل از توسعه، مطمئن شوید مدل کسب‌وکار شما واقعاً قابل تکرار است

در بازار ایران، بسیاری از کسب‌وکارها به‌محض آنکه یک شعبه، یک محصول یا یک بازار موفق پیدا می‌کنند، به‌سرعت به فکر توسعه می‌افتند؛ افتتاح شعب جدید، اعطای نمایندگی، ورود به شهرهای دیگر یا افزایش ظرفیت تولید. اما موفقیت یک نقطه، الزاماً به معنای قابلیت تکثیر آن نیست. ممکن است موفقیت اولیه به دلیل موقعیت خاص، حضور مستقیم مالک، روابط محلی، قیمت‌گذاری استثنایی یا حتی شرایط موقت بازار به وجود آمده باشد. پیش از توسعه، مدیر باید بتواند دقیقاً توضیح دهد چه چیزی باعث موفقیت شده و آیا این عوامل در شعبه یا بازار بعدی نیز قابل بازتولید هستند یا نه. در غیر این صورت، توسعه به‌جای آنکه رشد ایجاد کند، فقط هزینه و پیچیدگی را تکثیر خواهد کرد.

۲ در اقتصاد تورمی، رشد فروش بدون کنترل نقدینگی می‌تواند خطرناک باشد

یکی از دام‌های رایج در شرکت‌های ایرانی این است که افزایش فروش را معادل بهبود وضعیت مالی می‌دانند. در شرایط تورمی و نوسان شدید قیمت مواد اولیه، ارز و هزینه‌های عملیاتی، ممکن است فروش یک شرکت رشد کند اما هم‌زمان نیاز آن به سرمایه در گردش بسیار بیشتر شود. افتتاح شعب جدید، افزایش موجودی، فروش اعتباری و توسعه شبکه توزیع می‌تواند حجم زیادی از منابع نقدی را درگیر کند. بنابراین رشد باید هم‌زمان با جریان نقد بررسی شود. شرکتی که فروشش دو برابر شده اما وصول مطالباتش طولانی‌تر، موجودی انبارش سنگین‌تر و هزینه جایگزینی کالاهایش بیشتر شده است، الزاماً قوی‌تر نشده است. در بازار ایران، گاهی بهترین تصمیم رشد نیست؛ حفظ نقدینگی و انعطاف‌پذیری است.

۳ تعداد نمایندگان و شعب را با سلامت شبکه اشتباه نگیرید

در بسیاری از شرکت‌های ایرانی، داشتن «شبکه گسترده نمایندگی» به‌عنوان یک مزیت مطرح می‌شود، در حالی که بخش قابل‌توجهی از این شبکه ممکن است غیرفعال، کم‌فروش یا حتی زیان‌ده باشد. تجربه کریسپی کریم نشان می‌دهد معیار اصلی قدرت شبکه، تعداد نقاط فروش نیست؛ بلکه کیفیت عملکرد آنهاست. یک شرکت باید بداند چه درصدی از نمایندگان فعال‌اند، چند بار در سال سفارش تکرار می‌کنند، سودآوری هر کانال چقدر است و آیا نماینده واقعاً توان توسعه بازار دارد یا فقط اولین خرید را انجام داده است. شبکه فروش ضعیف اگر بیش از حد بزرگ شود، نه‌تنها کمکی به برند نمی‌کند بلکه می‌تواند قیمت‌گذاری، اعتبار تجاری و تجربه مشتری را نیز تخریب کند.

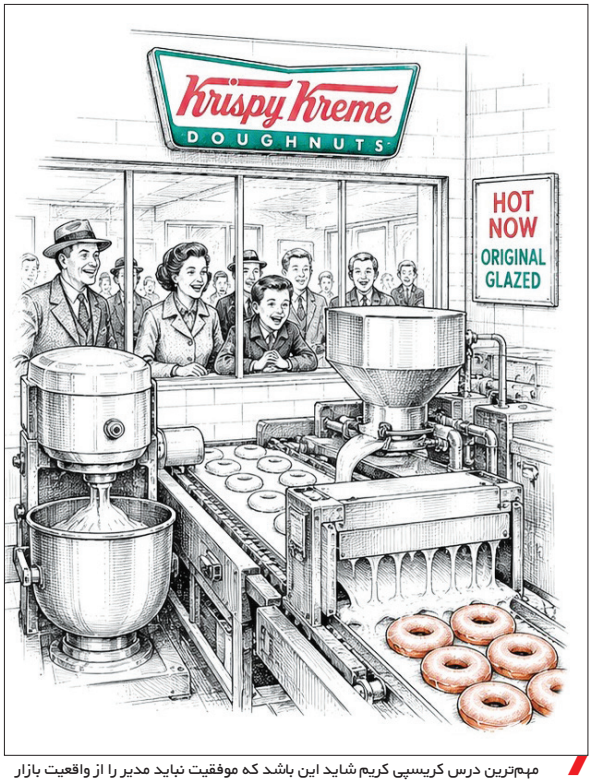
۴ رشد را بر اساس سناریوی خوش‌بینانه طراحی نکنید

بازار ایران به‌دلیل تغییرات نرخ ارز، مقررات، محدودیت واردات، تغییر سیاست‌های تجاری و نوسان قدرت خرید، محیطی با عدم‌قطعیت بالاست. بنابراین تصمیمی که فقط در بهترین حالت سودآور باشد، تصمیم مقاومی نیست. پیش از راه‌اندازی شعبه جدید، واردات یک محموله بزرگ یا افزایش ظرفیت تولید، باید سناریوهای مختلف بررسی شوند: اگر فروش ۲۰ درصد کاهش یافت چه می‌شود؟ اگر مواد اولیه ۳۰ درصد گران شد چه؟ اگر وصول مطالبات دو ماه دیرتر انجام شد؟ اگر واردات متوقف یا نرخ ارز ناگهان تغییر کرد چه؟ شرکت‌هایی که فقط با یک پیش‌بینی خوش‌بینانه تصمیم می‌گیرند، در واقع برنامه‌ریزی نمی‌کنند؛ آنها امیدوارند.

۵ در دوران موفقیت، بیش از همیشه به عارضه‌یابی نیاز دارید

بسیاری از مدیران ایرانی زمانی به سراغ مشاوره، تحلیل یا بازنگری استراتژی می‌روند که فروش افت کرده یا بحران آغاز شده است. اما تجربه کریسپی کریم نشان می‌دهد بهترین زمان برای پرسیدن سؤال‌های سخت، دقیقاً زمانی است که همه‌چیز خوب پیش می‌رود. وقتی فروش بالاست و بازار پاسخ مثبت می‌دهد، باید پرسید: این رشد از کجا آمده؟ آیا تکرارپذیر است؟ آیا حاشیه سود حفظ شده؟ آیا سازمان ظرفیت دو برابر شدن را دارد؟ آیا فرآیندها، منابع انسانی و سیستم مالی متناسب با رشد توسعه یافته‌اند؟ سازمان‌هایی که در اوج موفقیت خود را عارضه‌یابی می‌کنند، معمولاً مجبور نمی‌شوند در دوران بحران با هزینه‌ای چند برابر همان مشکلات را حل کنند.

در نهایت، پیام کریسپی کریم برای مدیران ایرانی بسیار روشن است: در بازاری که به‌خودی‌خود پر از عدم‌قطعیت، تورم و تغییرات ناگهانی است، توسعه بی‌محابا می‌تواند خطرناک‌تر از محافظه‌کاری باشد. رشد زمانی ارزشمند است که بتوان آن را کنترل کرد، تأمین مالی کرد و در شرایط سخت نیز حفظ کرد. کسب‌وکاری که فقط در روزهای خوب موفق است، هنوز کسب‌وکاری مقاوم ساخته نشده است.



مهم‌ترین درس کریسپی کریم شاید این باشد که موفقیت نباید مدیر را از واقعیت بازار دور کند. رشد سریع می‌تواند نشانه قدرت باشد، اما همان رشد اگر بدون کنترل، تحلیل و بازبینی مستمر ادامه پیدا کند، می‌تواند به منبع اصلی آسیب‌پذیری تبدیل شود.

نتیجه‌گیری

داستان کریسپی کریم بیش از آنکه روایت شکست یک برند باشد، روایت خطری است که در دل موفقیت پنهان می‌شود. این برند محصول محبوب، تجربه متمایز، مشتریان مشتاق و ظرفیت بالای رشد داشت، اما برای مدتی سرعت توسعه از توان بازار و ظرفیت مدیریتی آن پیشی گرفت. تجربه کریسپی کریم نشان می‌دهد رشد زمانی ارزشمند است که سودآور، قابل‌کنترل و پایدار باشد؛ وگرنه همان عاملی که امروز نشانه موفقیت به نظر می‌رسد، ممکن است فردا به منبع بحران تبدیل شود. شاید مهم‌ترین درس این داستان برای مدیران همین باشد: در کسب‌وکار، مهم نیست تا کجا می‌توانید رشد کنید؛ مهم این است که تا کجا می‌توانید رشد کنید بدون آنکه چیزی را که باعث موفقیت شما شده است، از بین ببرید.

کارآفرین

نگاهی به زندگی کارآفرینان برتر جهان



معماران امپراتوری‌های رسانه‌ای

چهار چهره‌ای که ماندگارترین نشریات را ایجاد کردند



بی. سی. فوربز سرمایه‌داری آمریکایی را انسانی کرد

تولد یک فلسفه تجاری

نسیم بنایی
دبیر بخش کارآفرین خارجی

اوکیست؟

بی. سی. فوربز چهره پشت نشریه فوربز است. این مهاجر اسکاتلندی‌موفق شد به سرمایه‌داری آمریکایی چهره‌ای انسانی ببخشد و یک فلسفه تجاری جدید را به وجود آورد. به همین دلیل باید بیشتر او را شناخت.

در دهه‌های نخست قرن بیستم، کسب‌وکار در آمریکا با ترکیبی از حیرت، بدگمانی و رنجشی عمیق نگریسته می‌شد. کشور شاهد ظهور سریع تراست‌های بزرگ صنعتی، انحصارهای راه‌آهن و سرمایه‌داران وال‌استریت بود که قدرتشان با دولت‌های ملی برابری می‌کرد. بیشتر روزنامه‌ها و نشریات مالی، اخبار تجاری را به یکی از دو روش پوشش می‌دادند: یا از طریق ستون‌های خشک و غیرقابل‌فهم قیمت سهام و جداول کالا، یا از طریق نثر خشمگین و رسوایی‌جوی روزنامه‌نگاران افشاگر که به دنبال افشای فساد شرکت‌ها بودند.

هیچ‌کدام از این دو رویکرد، داستان واقعی و زنده تجارت را بازگو نمی‌کردند. در ۱۹۱۷، یک روزنامه‌نگار مهاجر اسکاتلندی به نام برتی چارلز فوربز ــ که بیشتر با نام بی. سی. فوربز شناخته می‌شد ــ تصمیم گرفت این وضعیت را کاملاً تغییر دهد. او باوری رادیکال اما ساده داشت: کسب‌وکار صرفاً مکانیزمی از ماشین‌ها، ترازنامه‌ها و سرمایه نیست؛ بلکه یک درام انسانی است که توسط افراد گوشت و خون‌دار هدایت می‌شود. او معتقد بود که پشت هر ترازنامه شرکتی، جاه‌طلبی‌ها، فضایل، نقص‌ها و تصمیمات روزمره مردان و زنان زنده نهفته است.

او با همان فلسفه، مجله فوربز را خلق کرد. آنچه به عنوان یک نشریه پرمخاطره در سایه جنگ جهانی اول آغاز شد، به یکی از شناخته‌شده‌ترین امپراتوری‌های رسانه‌ای در تاریخ تبدیل شد. این داستانِ چگونگی استفاده پسرِ یک چوپان مهاجر از قدرت کلمه مکتوب برای تغییر نگاه جهان به ثروت، قدرت، جاه‌طلبی و موفقیت است.

ریشه‌های اسکاتلندی

برتی چارلز فوربز در ۱۸۸۰ در «نیو دیر»، روستایی در آبردین‌شایر اسکاتلند متولد شد. تربیت او در نهایت سادگی رخ داد. پدرش خیاط و مغازه‌دار بود و خانواده‌ای پرجمعیت با منابع اندک داشتند. برتی یکی از ده فرزند خانواده بود. از دوران کودکی، تجملات وجود نداشت و فضایل قناعت، خودانضباطی و کار بی‌وقفه، واقعیت‌های روزمره بودند.

فوربز در چهارده‌سالگی، انتخابی کرد که مسیر زندگی‌اش را تعیین کرد: او کارآموز حروف‌چین در یک روزنامه محلی اسکاتلندی به نام داندی کوریر شد. در عصری که خبری از ماشین‌تحریرهای مدرن و رایانه نبود، حروف‌چین باید حروف سربی را با دست کنار هم می‌چید تا ستون‌های متن روزنامه ساخته شود. این کاری طاقت‌فرسا، فیزیکی و دقیق بود، اما به برتی جوان دانشی عمیق از صنعت چاپ بخشید.

مهم‌تر از آن، این کار اشتیاق او به نوشتن را شعله‌ور کرد. فوربز که مصمم بود به جای حروف‌چین، گزارشگر شود، شب‌های خود را صرف آموختن تندنویسی کرد؛ مهارتی دشوار که به یک گزارشگر اجازه می‌داد سخنرانی را با همان سرعتی که گوینده حرف می‌زند، یادداشت کند. همین یک مهارت، او را متمایز کرد. او به‌زودی نقش‌های گزارشگری برای پوشش امور محلی اسکاتلند به‌دست آورد.

فوربز تا ۱۹۰۱، در حالی که تنها بیست و یک سال داشت، احساس کرد اسکاتلند برای جاه‌طلبی‌هایش بسیار کوچک است. او به آفریقای جنوبی رفت که در حال بازیابی از جنگ بوئر بود. در آنجا، او برای روزنامه ناتال مرکوری کار کرد و بعداً به تأسیس روزنامه ژوهانسبورگ رند دیلی میل کمک کرد. او چرخه بی‌رحمانه رونق و رکود معادن طلا، امپراتوری‌سازی و مالیه بین‌المللی را از نزدیک مشاهده کرد. با این حال، چشمانش به آن سوی اقیانوس اطلس دوخته شده بود. او می‌دید که کانون واقعی انرژی، صنعت و ثروت مدرن، ایالات متحده است.

فتح خیابان فلیت و وال‌استریت

بی. سی. فوربز در ۱۹۰۴، بدون هیچ رابطه‌ای، با پول اندک و لهجه غلیظ اسکاتلندی وارد نیویورک شد. او بلافاصله برای یافتن کار در روزنامه‌ها به خیابان‌ها زد. او در ابتدا با رد شدن مواجه شد، اما سماجت خالص و تندنویسی برق‌آسایش، یک موقعیت گزارشگری مالی سطح پایین در نیویورک کامرشال برایش به ارمغان آورد. روزنامه‌نگاری مالی در آن زمان خسته‌کننده و فاقد خلاقیت بود. گزارشگران صرفاً ارقام ارائه‌شده توسط مدیران بانک‌ها و مقامات راه‌آهن را کپی می‌کردند.

فوربز از انجام این کار سر باز زد. او می‌خواست در چشمان غول‌های مالی نگاه کند. او شروع کرد

۱۸۸۰ — برتی چارلز فوربز در «نیو دیر» اسکاتلند به دنیا آمد

۱۸۹۴ — در چهارده‌سالگی، کارآموزی حروف‌چینی را آغاز کرد

۱۹۰۱–۱۹۰۴ — فوربز به آفریقای جنوبی مهاجرت کرد

۱۹۰۴ — او بدون شغل وارد نیویورک شد و خود را به عنوان یک گزارشگر مالی جسور و محترم تثبیت کرد



فوربز در چهارده‌سالگی، انتخابی کرد که مسیر زندگی‌اش را تعیین کرد: او کارآموز حروف‌چین در یک روزنامه محلی اسکاتلندی به نام دانندی کوریر شد. در عصری که خبری از ماشین‌تحریرهای مدرن و رایانه نبود، حروف‌چین باید حروف سربی را با دست کنار هم می‌چید تا ستون‌های متن روزنامه ساخته شود.

به کمپ زدن دفاتر بزرگان وال‌استریت مثل جی. پی. مورگان، هنری فریک و چارلز شواب. او خواستار مصاحبه‌های مستقیم بود. از آنجا که او مودب، خوش‌بیان، کاملاً هوشیار و فوق‌العاده آماده بود، بسیاری از مخفی‌کارترین سرمایه‌داران آن دوران شروع به دادن وقت ملاقات‌های خصوصی به او کردند.

پیشرفت او سریع بود: سردبیر مالی نیویورک کامرشال شد. در ۱۹۱۱، توسط غول رسانه‌ای، ویلیام راندولف هرست، استخدام شد تا سردبیر تجاری و ستون‌نویس سندیکایی روزنامه نیویورک امریکن شود. ستون روزانه او به یک موفقیت ملی عظیم تبدیل شد. میلیون‌ها آمریکایی عادی، فوربز را می‌خواندند زیرا او درباره امور مالی به زبانی ساده، در دسترس و دراماتیک می‌نوشت. او با سرمایه‌داران نه به عنوان خدایان دست‌نیافتنی برخورد می‌کرد و نه به عنوان تبهکاران شرور؛ بلکه با آن‌ها به عنوان انسان‌هایی جاه‌طلب، سخت‌کوش و دارای نقص رفتار می‌کرد. تا اواسط دهه ۱۹۱۰، بی. سی. فوربز به عنوان تأثیرگذارترین و پرخواننده‌ترین نویسنده حوزه کسب‌وکار در ایالات متحده شناخته می‌شد.

با این حال، کار کردن برای روزنامه دیگران نمی‌توانست چشم‌انداز نهایی او را ارضا کند. او سکوی پرتاب خودش را می‌خواست؛ یک مجله اختصاصی که کاملاً بر اساس فلسفه متمایز او از کسب‌وکار بنا شده باشد.

راه‌اندازی فوربز در سایه جنگ

بی. سی. فوربز در سپتامبر ۱۹۱۷، در میان جنگ جهانی اول، تمام پس‌انداز زندگی‌اش را سرمایه‌گذاری کرد، از همکاران ثروتمندی که به عنوان روزنامه‌نگار درباره آن‌ها نوشته بود وام گرفت و اولین شماره مجله دوهفته‌نامه‌اش را منتشر کرد. او در ابتدا قصد داشت نام نشریه را عمل‌کنندگان و کارها بگذارد، عنوانی که وسواس او نسبت به عمل و کارآفرینی را نشان می‌داد. سرانجام، دوستان و شریک تجاری‌اش، والتر دری، او را متقاعد کردند که نام خانوادگی خود او به چنان برند خانگی تثبیت‌شده‌ای تبدیل شده است که مجله باید به‌سادگی فوربز نامیده شود.

فوربز بر پیشانی اولین شماره، شعاری را قرار داد که افسانه‌ای شد: از میان هرچه به دست می‌آوری، فهم را به دست آور (اقتباس از کتاب امثال سلیمان در کتاب مقدس). او این شعار را با شعار شخصی دیگری همراه کرد که به عنوان بیانیه ماموریت بنیادین شرکت عمل می‌کرد: کسب‌وکار برای تولید خوشبختی پدید آمد، نه برای انباشتن میلیون‌ها دلار.

این یک اظهارنظر تکان‌دهنده برای یک مجله سرمایه‌داری در سال ۱۹۱۷ بود. فوربز استدلال می‌کرد که اگر شرکتی با کارگرانش مانند قطعات مصرفی رفتار کند، جامعه‌اش را مسموم کند و تنها در خدمت طمع سرمایه‌گذاران دوردست باشد، یک شکست‌خورده است؛ صرف‌نظر از سود خالصش. او معتقد بود که هدف نهایی تجارت، شکوفایی زندگی انسان است.

شماره اول شامل پروفایل‌های شخصیتی عمیق، مقالاتی درباره اخلاق، توصیه‌هایی برای کارمندان جوان جاه‌طلب و بحث‌های صریح درباره رهبری شرکتی بود. برخلاف نشریات تجاری سنتی که مانند دفترچه‌های مالیاتی خوانده می‌شدند، فوربز با انرژی ادبی، فوریت اخلاقی و گرمای انسانی نوشته شده بود.

فلسفه هسته‌ای

ظهور مجله فوربز از یک جزوه نوپا به یک رسانه نمادین، بر پایه چندین ستون نوآورانه استوار بود که بی. سی. فوربز مدت‌ها قبل از وجود مدارس کسب‌وکار مدرن، آن‌ها را پایه‌گذاری کرد. قبل از بی. سی. فوربز، گزارش‌های مالی به‌ندرت اشاره می‌کردند که یک مدیر اجرایی برای صبحانه چه خورده، چند ساعت خوابیده، با فرزندانش چگونه رفتار می‌کند یا در جوانی چه اشتباهاتی مرتکب شده است. فوربز مطالعه شخصیت را به مرکز رسانه‌های تجاری تبدیل کرد. او ثابت کرد که تصمیم‌های شرکتی ریشه در شخصیت فردی دارند. اگر یک مدیر اجرایی صادق، شجاع و منصف بود، شرکتش رونق می‌گرفت؛ اگر متکبر و بی‌پروا بود، شرکت آسیب می‌دید. خوانندگان عاشق این رویکرد بودند زیرا مانورهای پیچیده شرکتی را به داستان‌های جذاب انسانی تبدیل می‌کرد.

فوربز اصطلاحات خشک و متکبرانه مالی که بر روزنامه‌های قرن نوزدهم مسلط بود را کنار گذاشت. او به انگلیسی واضح، آهنگین و ساده می‌نوشت. یک رئیس بانک و یک ماشین‌کار کارخانه می‌توانستند دقیقاً یک مقاله فوربز را بخوانند و هر دو کاملاً آن را بفهمند. او با ابهام‌زدایی از دنیای سهام و بانکداری، سواد مالی را برای طبقه متوسط گسترده‌تر آمریکایی گشود.

اگرچه بی. سی. فوربز مدافع سرسخت تجارت آزاد و حق ثروت‌اندوزی بود، اما به شدت با کارفرمایان ظالم و متکبر مخالف بود. او به صنعتگران آمریکایی هشدار داد که اگر با کارگران خود با کرامت، دستمزد منصفانه و شرایط کاری ایمن رفتار نکنند، طبقه کارگر به سمت سوسیالیسم رادیکال یا انقلاب خشونت‌آمیز روی خواهد آورد. او از سکوی خود برای حمایت از حقوق بازنشستگی، سهیم شدن کارکنان در سود و رهبری اخلاقی استفاده کرد و استدلال کرد که رفتار منصفانه با کارگران، بهترین استراتژی تجاری بلندمدت است.

از آنجا که بی. سی. فوربز دهه‌ها صرف کسب اعتماد چهره‌هایی مانند جان دی. راکفلر، اندرو کارنگی و توماس ادیسون کرده بود، مجله فوربز دسترسی بی‌سابقه‌ای ارائه می‌داد. وقتی خوانندگان مجله را باز می‌کردند، روایت‌های دست‌اول از قدرتمندترین تصمیم‌گیرندگان روی زمین دریافت می‌کردند. این مجله اولین انجمنی بود که در آن رهبران مستقیماً با رهبران دیگر و کارآفرینان مشتاق صحبت می‌کردند.

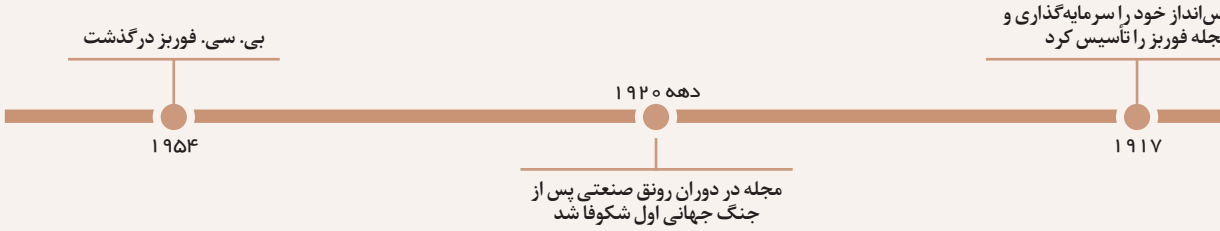
انتقال مشعل

بی. سی. فوربز تا زمان مرگش در مه ۱۹۵۴ در ۷۳ سالگی، قلب و روح فعال این نشریه باقی ماند. قبل از درگذشتش، اطمینان حاصل کرد که ارزش‌هایش در خانواده‌اش نهادینه شده است. دو تن از پسرانش، بروس چارلز فوربز و مالکوم استیونسون فوربز، رهبری کسب‌وکار را بر عهده گرفتند. بروس به عنوان رئیس خدمت و عملیات شرکتی را تثبیت کرد. پس از مرگ ناگهانی بروس در ۱۹۶۴، مالکوم فوربز کنترل کامل را به دست گرفت و مجله را به اوج فرهنگی و مالی خود رساند.

مالکوم همان غریزه درام، قصه‌گویی و شخصیت‌پردازی که پدرش را به حرکت درآورده بود داشت، اما آن را با اقتصاد رنگارنگ و مطمئن پس از جنگ آمریکا تطبیق داد. او شعار ثانویه مشهور مجله را به آن بخشید: ابزار سرمایه‌داری. دهه‌ها بعد، نوه بی. سی. فوربز، استیو فوربز، سکان تحریریه را به دست گرفت و تعهد نشریه به اقتصاد بازار آزاد، پول سالم و کارآفرینی فردی را تا قرن بیست و یکم حفظ کرد. بسیار اندک هستند امپراتوری‌های چاپ و نشر مستقل در تاریخ مدرن که بیش از یک قرن تحت سرپرستی مستمر خانواده موسس باقی مانده باشند.

هنگامی که برتی چارلز فوربز آن اولین شماره را در پاییز ۱۹۱۷ چاپ کرد، فقط یک مجله را راه‌اندازی نکرد؛ او ژانر جدیدی از قصه‌گویی را خلق کرد. او صفحه تجارت را به آینه‌ای از طبیعت انسان تبدیل کرد؛ آینه‌ای که ما هنوز امروز در آن نگاه می‌کنیم تا جاه‌طلبی، رهبری و هزینه واقعی موفقیت را درک کنیم.


فوربز مشغول کار و نوشتن





هارولد راس چطور نیویورکر را راه‌اندازی کرد؟

معمار بی‌قواره ظرافت

او کیست؟

هارولد راس کارآفرینی است که موفق شد در عرصه روزنامه‌نگاری یکی از معروف‌ترین مجلات را راه‌اندازی کند: نیویورکر! این مرد روستایی شکل جدیدی از روزنامه‌نگاری را ایجاد کرد.

در تاریخ روزنامه‌نگاری، شـــاید هیچ تناقضی بزرگ‌تر از هارولد راس وجود نداشته باشد. با نگاه کردن به او، مردی را می‌دیدید که به‌نظر می‌رسید در دنیای پرزرق‌وبرق و نخبگانی رســـانه‌های منهتن کاملاً بی‌جا است. او از نظر فیزیکی ناشی بود، به پوشیدن کت‌وشلوارهای چروک و جوراب‌های لنگه‌به‌لنگه معروف بود و با انرژیِ گوش‌خراش و آشفته‌ای صحبت می‌کرد. او مردی ترک‌تحصیل‌کرده از غرب آمریکا بود که اغلب شبیه یک «مرد روستایی» سردرگم به‌نظر می‌رسید که در کلان‌شهر گم شده است

بـــا این حال، همین مرد بود کـــه مجله نیویورکر را تأســـیس کرد؛ مجله‌ای که به استاندارد طلاییِ بی‌بدیلِ شـــوخ‌طبعی، پیچیدگی و ظرافت ادبی تبدیل شـــد. او خودش یک روشنفکر فرهیخته نبود، اما توانایی عجیبی در شناسایی استعدادها، پرورش نبوغ و مطالبه دقت در ویرایش داشت که پیش از آن هرگز دیده نشده بود. چگونه یک سرگردانِ نخراشیده از کوه‌های کلرادو توانست «نخبه‌گراترین»، ظریف‌ترین و از نظر فکری سخت‌گیرترین نشریه آمریکا را بسازد؟ این داستان هارولد راس است؛ مردی که نمی‌خواست بخشی از نخبگان باشد، اما در عوض تصمیم گرفت تعریف کند که نخبگان باید چه‌چیزی بخوانند.

سرگردانی با چشمِ یک سردبیر

هارولد راس در ســـال ۱۸۹۲ در آسپن، کلرادو متولد شد. جوانی او با حرکت و جابه‌جایی تعریف می‌شـــد. او یک «ولگـــرد» تمام‌عیار بود که به عنوان خبرنگار بـــرای روزنامه‌های کوچک مختلف در سراسر غرب آمریکا ــ مکان‌هایی مانند سالت‌لیک‌سیتی، نیواورلئان و سان‌فرانسیسکو ــ کار می‌کرد. او هرگز زیاد در یک جا نمی‌ماند و همیشه به دنبال داستان بعدی یا هیجان بعدی بود.

لحظه تعیین‌کننده زندگی او در طول جنگ جهانی اول رقم خورد. راس به فرانسه اعزام شد تا برای استارز اند استرایپس (Stars and Stripes)، روزنامه رسمی نیروهای اعزامی آمریکا، کار کند. در همین‌جا بود که او از یک خبرنگار سرگردان به یک سردبیر استاد تبدیل شد. راس که با استعدادها، ضرورت‌های زمانه و هرج‌ومرج جنگ احاطه شده بود، آموخت که چگونه ضرب‌الاجل‌ها را مدیریت کند، متن‌ها را زیر فشار شدید ویرایش کند و نویسندگان عجیب و نابغه را در یک تیم منسجم گرد هم آورد.

وقتی جنگ تمام شد، او به شهر نیویورک رفت. سی‌ودو ساله، بی‌قرار و عمیقاً از مجلات آن زمان ناراضی بود. او احســـاس می‌کرد رسانه‌های آمریکایی یا بیش از حد «سطح‌بالا» (خشک، دانشگاهی و خسته‌کننده) هستند یا بیش از حد «سطح‌پایین» (جنجالی، پر از شـــایعه و ارزان). او چیزی می‌خواست که انرژی شهر را تسخیر کند؛ چیزی که خنده‌دار، هوشمندانه و بدون‌شک شهری باشد.

مجله‌ای برای «کلان‌شهری‌ها»

تأسیس نیویورکر در سال ۱۹۲۵ تلاشی گروهی بود که تا حد زیادی توسط راس و همسر آن زمانش، جین گرانت، پیش برده شـــد. گرانت خبرنگار درخشـــانی در نیویورک تایمز بود که ارتباطات اجتماعی و نیروی ســـازمانی‌ای را فراهم کرد که راس به‌شدت به آن نیاز داشت. آن‌ها با هم متوجه شدند که شکافی در بازار وجود دارد. نیویورکی‌های ثروتمند و تحصیل‌کـــرده دهه ۱۹۲۰ در دنیایی مدرن و پرســـرعت زندگی می‌کردند، اما مجلاتی را می‌خواندند که گویی متعلق به قرن نوزدهم بودند.

راس در اولین دفترچه معرفی مجله‌اش ــ که بســـیار معروف شـــد ــ اعلام کرد که مجله‌اش برای «پیرزن کوچک در دوبوک» (نماد مخاطب عام و سنتی) ویرایش نخواهد شد. او می‌خواست مجله برای شهرنشینان زرنگ، بدبین و خوش‌لباس باشد. او نشریه‌ای می‌خواست که نسبت به فریبکاران شکاک باشد، زیبایی را قدر بداند و بی‌وقفه خنده‌دار باشد.

هویت بصری مجله خیلی زود با نماد آن، یعنی «یوستیس تیلی» (Eustace Tilley) ــ یک جنتلمن به سبک ویکتوریایی که با یک تک‌چشمی (مونوکل) به یک پروانه نگاه

هارولد راس در آسپن، کلرادو متولد شد
۱۸۹۲

راس در طول جنگ جهانی اول برای استارز اند استرایپس کار می‌کرد
۱۹۱۷

راس و جین گرانت نیویورکر را تأسیس کردند
۱۹۲۵



راس از نوشته‌های «گل‌درشت» و پرطمطراق متنفر بود. او صفت‌های زیبا و شاعرانه را خط می‌زد و آن‌ها را با کلمات ساده و صریح جایگزین می‌کرد. او می‌خواست نثر «شفاف» باشد؛ آن‌قدر شفاف که خواننده فراموش کند در حال خواندن است و فقط فکر را تجربه کند.

می‌کند ــ تثبیت شد. این انتخابی کنایه‌آمیز و خودآگاهانه بود. مجله مدرن بود، اما همیشه حسی از شوخ‌طبعی تاریخی را در خود داشت.

فلسفه راس

هارولد راس رئیس وسواسی، سخت‌گیر و درخشانی بود. موفقیت او نه بر اساس توانایی خودش در نوشتنِ بی‌نقص (او در واقع نویسنده متوسطی بود)، بلکه بر اساس نبوغ او در ویرایش بود. او به لطف چهار رکن خاص موفق شد:

۱ **«جراحی» در ویرایش:** راس معتقد بود کار سردبیر این است که اثر نویسنده را تا رسیدن به کمال «اصلاح» کند. او تک‌تک خطوط مجله را می‌خواند. معروف است که نویسندگانش را با پرسیدن جزئیات کوچک دیوانه می‌کرد: دیوار چقدر بلند است؟ کلاه چه رنگی بود؟ این خیابان دقیقاً کجاست؟ او ویرایش را به نوعی جراحی تبدیل کرد؛ زوائد را حذف می‌کرد و معنا را شفاف می‌ساخت. او مطالبه می‌کرد که نیویورکر، فارغ از اینکه موضوع چقدر خیالی باشد، باید شفاف، مختصر و از نظر منطقی درست باشد.

۲ **اکوسیستم استعدادها:** راس برای استخدام، دست طلایی داشت. او «میز گردی» از نوابغ فراهم آورد که شامل جیمز تربر، ئی. بی. وایت، دوروتی پارکر و الکساندر وولکات می‌شد. او می‌دانست که نویسندگانی مثل تربر و وایت نابغه هستند و فضای لازم برای رشد صدای منحصربه‌فردشان را به آن‌ها می‌داد. او «مدیر نوابغ» بود و به آن‌ها اجازه می‌داد تا زمانی که استانداردهای تعالی او را رعایت می‌کنند، عجیب و غریب باشند.

۳ **اختراع حقیقت‌سنجی (فکت-چکینگ):** پیش از نیویورکر، مجلات اغلب در پایبندی به حقیقت سهل‌انگار بودند. آن‌ها به جای دقت خاص، بر «حقیقت کلی» تکیه می‌کردند. راس «بخش حقیقت‌سنجی» را معرفی کرد. او اصرار داشت که هر نقل‌قول، هر آدرس و هر تاریخی باید تأیید شود. این یک نوآوری انقلابی در روزنامه‌نگاری بود. این کار نیویورکر را به یک نهاد قابل اعتماد تبدیل کرد. خوانندگان می‌دانستند اگر مطلبی را در این مجله بخوانند، حقیقت دارد؛ حتی اگر خنده‌دار باشد.

۴ **توازن با «تاک آو د تاون» (Talk of the Town):** راس می‌دانست که یک مجله نمی‌تواند فقط داستان‌های طولانی و جدی یا گزارش‌های سنگین باشد. او بخش «تاک آو د تاون» را ابداع کرد؛ مجموعه‌ای از تکه‌های کوتاه، شوخ و پر از مشاهدات درباره چیزهای عجیب و فوق‌العاده‌ای که در شهر نیویورک می‌گذشت. این «بافت پیوندی» مجله بود و باعث می‌شد مجله شبیه یک گفت‌وگوی هفتگی با دوستی باهوش و خنده‌دار به‌نظر برسد.

پول اجتماعی-فکری

چگونه مجله‌ای با مقالات طولانی و متفکرانه به نمادی از جایگاه اجتماعی تبدیل شد؟ در اوایل قرن بیستم، نیویورکر به «پول اجتماعی» تبدیل شد. دیده شدن یا آن در مترو یا داشتن آن روی میز پذیرایی به این معنی بود که شما بخشی از «گروه خاص» (in-crowd) هستید. این مجله از طریق اینترنت دست به دست نشد، بلکه از طریق اعتبار فرهنگی ویروسی شد. کارتون‌ها بهترین ابزار برای این کار بودند. آن‌ها هوشمندانه، کم‌حاشیه (understated) و اغلب نیازمند نوع خاصی از شوخ‌طبعی روشنفکرانه برای «درک کردن» بودند. اگر به کارتونی در نیویورکر می‌خندیدید، نشان می‌دادید که بخشی از نخبگان شهری پیچیده هستید.

رشد مجله ارگانیک بود. نویسندگان می‌خواستند در آن بنویسند چون سخت‌ترین نشریه برای پذیرش مطلب بود. خوانندگان آن را می‌خریدند چون به آن‌ها احساس باهوش‌تر بودن می‌داد. راس چرخه‌ای خودتقویت‌کننده از کیفیت ایجاد کرده بود: بهترین نویسندگان می‌خواستند برای راس بنویسند، که مجله را بهتر می‌کرد، که خوانندگان نخبه بیشتری را جذب می‌کرد، که تبلیغ‌کنندگان بهتری را جذب می‌کرد.

پارادوکسِ یک مرد

هارولد راس تا پایان عمر مردی پیچیده باقی ماند. او عمیقاً ناامن بود و اغلب احساس می‌کرد در میان «فرهیختگانی» که آثارشان را چاپ می‌کرد، یک شیاد است. مدام نگران بود که آیا نویسندگانش به او احترام می‌گذارند یا نه (اگرچه همه آن‌ها مشخصاً احترام می‌گذاشتند). دفتر او مکانی از هرج‌ومرج کنترل‌شده بود. او شهره بود به اینکه از نوشته‌های «گل‌درشت» و پرطمطراق متنفر است. او صفت‌های زیبا و شاعرانه را خط می‌زد و آن‌ها را با کلمات ساده و صریح جایگزین می‌کرد. او می‌خواست نثر «شفاف» باشد؛ آن‌قدر شفاف که خواننده فراموش کند در حال خواندن است و فقط فکر را تجربه کند. او همچنین به خساست شهره بود. او با نویسندگانش بر سر دستمزد می‌جنگید و دائماً نگران امور مالی مجله بود. او با ترس همیشگی از «پایان» زندگی می‌کرد، حتی زمانی که مجله به یکی از باثبات‌ترین و محترم‌ترین برندهای رسانه‌ای جهان تبدیل شده بود.



راس در زمان خودش چهره‌ای روشنفکر به‌شمار می‌آمد.

هارولد راس اهمیت دارد چون مجلات آمریکایی را از میان‌مایگی نجات داد. او ثابت کرد که مجبور نیستید بین «باهوش بودن» و «محبوب بودن» یکی را انتخاب کنید. در عصری که اطلاعات سریع، تکه‌تکه و اغلب تأییدنشده است، میراث هارولد راس بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد. او به ما آموخت که دقت، نوعی احترام به خواننده است. او به ما آموخت که ایجاز و شفافیت، بالاترین اشکال هنر هستند. و او به ما آموخت که حتی یک «روستایی» از کوهستان می‌تواند بهترین سلیقه شهر را داشته باشد، اگر مایل باشد سخت‌تر کار کند، دقیق‌تر مشاهده کند و به نوابغ اطرافش گوش دهد.

امروز وقتی مقاله‌ای را می‌خوانید که ضرب‌آهنگ کاملی دارد، به‌خوبی گزارش شده و بی‌نقص ویرایش شده است، سایه هارولد راس را می‌بینید. او فقط یک مجله نساخت؛ او استانداردی از حرفه‌ای‌گری ایجاد کرد که همچنان به عنوان معیار برای نویسندگان، سردبیران و ناشران در سراسر جهان عمل می‌کند. او نیویورکر را به روشی برای نگریستن به جهان تبدیل کرد: با ابرویی بالارفته، قلمی تیز و تعهدی تزلزل‌ناپذیر به حقیقت.

۱۹۲۶–۱۹۲۷
مجله از نظر مالی با مشکل مواجه شد

۱۹۲۹
رکود بزرگ رخ داد

دهه ۱۹۳۰
مجله به اوج خود رسید و «سبک نیویورکر» را تعریف کرد

۱۹۵۱
هارولد راس در ۵۹ سالگی درگذشت



اوکیست؟

سایم سیلورمن موفق شد با نشریه «ورایتی» یاغی‌گری را وارد صنعت روزنامه‌نگاری کند. او با کلاه شاپو، یکی از چهره‌های مهم در دنیای مطبوعات به‌شمار می‌آید.

سایم سیلورمن
روزنامه‌نگاریِ صنعت نمایش را بنیان نهاد
یاغی با کلاه شاپو

در آغاز قرن بیســـتم، صنعت نمایش در آمریکا مرز پرآشوب و غارتگری بود. این دورانِ «وادویل» بود؛ شبکه‌ای گسترده از آکروبات‌ها، کمدین‌ها، خوانندگان، شعبده‌بازان و نمایش‌های حیوانی که در سرتاسر کشور در تئاترها اجرا می‌شدند. این صنعت توسط گروه کوچکی از کارتل‌های بی‌رحم تئاتر کنترل می‌شد که با هنرمندان مانند کالایی ارزان‌قیمت رفتار می‌کردند.

نشریاتی که این دنیا را پوشش می‌دادند هم به همان اندازه فاسد بودند. نشریات تجاری به‌طور معمول نقدهای چاپلوســـانه را در ازای آگهی‌های پولی معامله می‌کردند. اگر صاحب تئاتری یک صفحه آگهی کامل می‌خرید، نمایش‌هایش نقدهای درخشان دریافت می‌کرد؛ اما اگر هنرمندی از رشوه دادن به خبرنگار خودداری می‌کرد، فعالیتش نادیده گرفته می‌شد یا در مطلب نشریه به‌شدت کوبیده می‌شد. سپس سایم سیلورمن از راه رسید.

ســـایم با کلاه شاپوی کج، صدای خش‌دار، کراوات‌های ابریشمی شل و ول و بی‌تفاوتی مطلق نسبت به اقتدار، مردی بود که با جامعه اتوکشیده نیویورکِ اوایل قرن بیستم همخوانی نداشت. اما او فضیلتی نادر داشت که دنیای سرگرمی را برای همیشه تغییر داد: صداقت مطلق و غیرقابل مذاکره. وقتی به دلیل خودداری از نوشتن نقد جعلی و مثبت برای هنرمندی بی‌استعداد که در صفحات نشریه آگهی داده بود، از یک مجله سرگرمی اخراج شد، به دنبال شغل دیگری نگشت. در عوض، در سال ۱۹۰۵، مجله ورایتی (Variety) را تأسیس کرد.

سیلورمن کارش را از دفتری تنگ و پرسروصدا با پول قرضی شروع کرد و اولین نشریه تجاری مدرن و بی‌رحمانه صادق برای صنعت سرگرمی را خلق کرد. او در این مسیر، واژگان کاملی را ابداع کرد که به زبان مادری هالیوود تبدیل شد، نحوه صحبت هنرمندان و مدیران درباره پول را تغییر داد و صنعت نمایش را از مجموعه‌ای مشکوک از کارناوال‌ها به صنعتی قانونی و محترم تبدیل کرد

دلالِ ایالتی: از سیراکوز تا باوری

سایمون جوزف سیلورمن در ســـال ۱۸۷۳ در کورتلند، نیویورک متولد شد و در سیراکوز بزرگ شد. پدرش، لوئیس سیلورمن، یک گروگیر (وام‌دهنده) ثروتمند بود. سایم از همان دوران کودکی با قماربازان، دلالان خیابانی، ســـرگرم‌کنندگان دوره‌گرد و شخصیت‌های طبقه کارگر احاطه شده بود. او یاد گرفت که آدم‌ها را فوراً بشناسد و پشت تظاهرها و حرف‌های تبلیغاتی را ببیند. آموزش رسمی برایش خسته‌کننده بود. پس از دوره‌های کوتاه در مدرسه بازرگانی، سایم جوان شیفته دنیای پرجنب‌وجوش و بدنام تئاتر شد. او عاشق فرهنگ پشت صحنه، بوی گریم و شوخ‌طبعیِ کمدین‌ها بود. در حوالی آغاز قرن، ســـیلورمن به نیویورک نقل‌مکان کرد. او مجذوب «باوری»، «برادوی» و «یونیون اسکوئر» شد؛ کانون‌های پرنور صحنه سرگرمی شهر. در سال ۱۹۰۳، او موفق شد شغلی به عنوان نویسنده در دیلی تلگراف، روزنامه‌ای در نیویورک که تئاتر، اسبدوانی و ورزش را پوشش می‌داد، پیدا کند. طولی نکشید که سیلورمن با سیستم درگیر شد.

نقطه شکست در سال ۱۹۰۵ فرا رسید. یک آژانس رزرو برای یک اجرای متوسط، آگهی‌ای در تلگراف خریده بود. سایم به تئاتر رفت، او آگهی‌ای در تلگراف خریده بود. سایم به تئاتر رفت، اجرا را دید و نقدی تند نوشت که در آن توضیح داد این نمایش به‌طور ناامیدکننده‌ای خسته‌کننده است. مدیر خشمگین تئاتر به دفتر ناشر رفت و خواستار اخراج سایم شد. ناشر به سایم دستور داد حرفش را پس بگیرد یا اخراج شـــود. سیلورمن نپذیرفت. او وسایلش را جمع کرد، به خیابان‌های منهتن قدم گذاشت و عهد کرد نشریه خودش را بسازد و هیچ تبلیغ‌کننده‌ای هرگز نتواند نظر او را بخرد.

تولد ورایتی و مبارزه برای بقا

در ۱۶ دسامبر ۱۹۰۵، اولین شماره ورایتی منتشر شد. نشریه‌ای ساده، شانزده‌صفحه‌ای و هفتگی که روی کاغذ ارزان‌قیمت چاپ می‌شد و پنج سنت قیمت داشت. سیلورمن هزینه آن را با قرض گرفتن ۱۵۰۰ دلار از پدرزنش و گرفتن وام ۲۵۰۰ دلاری از بانک سیراکوز تأمین کرده بود. شعار نشریه ساده و جسورانه بود: «نشریه اهالی حرفه».

ســـیلورمن خط‌مشی سردبیری خود را از شماره اول کاملاً روشن کرد. نقدها برای مدیر تئاتر نوشـــته می‌شد تا تصمیم بگیرد نمایشـــی را رزرو کند یا نه، و برای هنرمندی که بازخورد واقعی می‌خواســـت، نه برای چاپلوســـی. اگر خواننده‌ای فالش می‌خواند، ورایتی آن را ذکر می‌کرد. اگر نمایشنامه‌ای ریتم وحشتناکی داشت، ورایتی می‌نوشت که نمایش کشدار و خسته‌کننده است.

سایمون جوزف سیلورمن در کورتلند، نیویورک متولد شد
۱۸۷۳

او به عنوان خبرنگار سرگرمی و وادویل به کارکنان دیلی تلگراف در نیویورک پیوست
۱۹۰۳

پس از اخراج به خاطر نوشتن نقدی صادقانه با خود عهد بست نشریه‌ای متفاوت راه‌اندازی کند
۱۹۰۵

ورایتی اولین نقد رسمی فیلم جهان را منتشر کرد
۱۹۰۷



یکی از نخستین قاب‌های ورایتی

در ۱۶ دسامبر ۱۹۰۵، اولین شماره ورایتی منتشر شد. نشریه‌ای ساده، شانزده‌صفحه‌ای و هفتگی که روی کاغذ ارزان‌قیمت چاپ می‌شد و پنج سنت قیمت داشت.

اگر نمایشی پیروزمندانه بود، ورایتی آن را جشن می‌گرفت. واکنش فوری تشکیلات تئاتر سریع و خشمگینانه‌بود.

سندیکای قدرتمند وادویل، به رهبری غول‌هایی مثل «ای. اف. آلبی» و «بی. اف. کیت»، کارتل آهنین‌ناپذیری را اداره می‌کرد. آن‌ها ورایتی را از تئاترهایشان ممنوع کردند. به مسئولین پذیرش دستور داده شد مجله را از هر کسی که در پشت صحنه در حال خواندن آن دیده می‌شود، مصادره کنند. به هنرمندان هشدار داده شد که اگر با سایم سیلورمن صحبت کنند یا آگهی‌ای در ورایتی چاپ کنند، در لیست سیاه سرتاسر کشور قرار می‌گیرند.

سیلورمن عقب‌نشینی نکرد. در واقع، این خصومت به بهترین کمپین بازاریابی او تبدیل شد. هنرمندان متوجه شدند در حالی که نشـریات دیگر به آن‌ها دروغ می‌گویند، ورایتی حقیقت را می‌گوید. وقتی سایم از اجرایی تعریف می‌کرد، صاحبان تئاتر در سراسر کشور می‌دانستند که نقد واقعی است. در پشت صحنه، بازیگران نسخه‌های مجله را زیر لباس‌هایشان قاچاق می‌کردند. سایم از شهری به شهر دیگر سفر می‌کرد، اغلب با قهوه و دونات سر می‌کرد، نقد می‌نوشت، مجله می‌فروخت و از رشوه گرفتن خودداری می‌کرد. تا سال ۱۹۱۰، سندیکا متوجه شد که نمی‌تواند مجله را نابود کند. کارتل «کیت-آلبی» مجبور شد ورایتی را تحمل کند زیرا کل صنعت به اطلاعات آن وابسته شده بود. سایم پیروز شده بود.

دفترچه راهنمای سیلورمن

ورایتی به یک قدرت فرهنگی و تجاری تبدیل شد، زیرا سایم سیلورمن تشخیص داده بود که رسانه، قدرت و سرگرمی واقعاً چگونه کار می‌کنند. او این برند را بر چهار ستون پایدار بنا کرد:

۱ تفکیک کامل سردبیری از آگهی (درستی به عنوان مدل کسب‌وکار)

سیلورمن چیزی را اختراع کرد که امروزه در روزنامه‌نگاری مدرن به عنوان «دیوار آتش» (firewall) میان بخش سردبیری و آگهی شناخته می‌شود. غول‌های تئاتر بارها سعی کردند سایم را با قراردادهای پرسود آگهی در ازای نقدهای مثبت بخرند؛ او همیشه آن‌ها را رد کرد. در چندین مورد، وقتی یک آگهی‌دهنده به دلیل نقد منفی عصبانی شد و بودجه خود را قطع کرد، سایم در یادداشتی در نشریه، آن‌ها را به‌طور عمومی به خاطر فرار کردن مسـخره کرد. این استقلالِ بی‌باکانه، سطح بی‌سابقه‌ای از اعتماد ایجاد کرد. خوانندگان متوجه شدند که تأییدیه در ورایتی خریدنی نیست؛ بلکه باید به‌دست آید.

۲ «اسلنگوئیج» (Slanguage): اختراع اصطلاحات هالیوود

یکی از ماندگارترین میراث‌های سـیلورمن، ایجاد «اسـلنگوئیج» (ترکیبی از Slang و Language) اسـت؛ لهجه متمایز، کوبنده و فشرده‌ای که توسط خبرنگاران ورایتی استفاده می‌شد. فضای صفحه محدود بود، خوانندگان عجله داشتند و اهالی نمایش عاشق زبان عامیانه بودند. بنابراین، سایم و نویسندگانش کلمات خودشان را ابداع کردند. به جای نوشـتن جملات طولانی، ورایتی مخففسازی کرد. مشهورترین تیتر در تاریخ روزنامه‌نگاری آمریکا در اکتبر ۱۹۲۹، پس از سقوط بازار بورس، برای ورایتی نوشته شد: «وال‌استریت گند بالا آورد» (WALL ST. LAYS AN EGG). این زبان منحصربه‌فرد به ورایتی شخصیتی باحال و «خودی» داد. برای درک مجله، باید زبان آن را بلد می‌بودید. خواندن آن ثابت می‌کرد که شما یک خودیِ قانونی در پایتخت سرگرمی هستید.

۳ ردیابی گیشه: پول به عنوان معیار

پیش از سـایم سیلورمن، نقد فرهنگی تقریباً منحصراً بر درک زیبایی‌شناختی متمرکز بود. سایم رویکرد واقع‌بینانه‌تری در پیش گرفت. او می‌دانست که صنعت نمایش، بیش از هر چیز، یک «صنعت» است. او شروع به جمع‌آوری و انتشار سیستماتیک درآمدهای هفتگی گیشه تئاترها در سراسر آمریکا کرد. برای اولین بار، تهیه‌کنندگان می‌توانستند دقیقاً ببینند که یک نمایش در شیکاگو چقدر درآمد داشته در مقایسه با فیلادلفیا یا نیویورک. با آوردن شفافیت مالی به سرگرمی، ورایتی ضروری شد. یک مدیر نمی‌توانست بدون آن استودیو یا تئاتری را اداره کند.

۴ حمایت از مرزهای جدید: چرخش به سمت فیلم صامت و «ناطق»

بسـیاری از منتقدان سـنتی تئاتر در دهه ۱۹۱۰، تصاویر متحرک (سینما) را یک مدِ سطح‌پایین برای مهاجران بی‌سواد می‌دانستند. سـایم این اشتباه را نکرد. او انقلاب سینمایی را پیش‌بینی کرد. در ژانویه ۱۹۰۷، ورایتی اولین نقد فیلم در تاریخ را منتشر کرد (پوشش یک فیلم کوتاه صامت درباره سرقت قطار). سیلورمن صفحات بیشتری را به سینما اختصاص داد و در ۱۹۳۲، دیلی ورایتی را در لس‌آنجلس تأسیس کرد تا سیستم استودیویی پررونق هالیوود را مستقیماً از حیاط خلوتش پوشش دهد. با پذیرش تصاویر متحرک، رادیو و بعدها تلویزیون، ورایتی از هر گذار تکنولوژیک در دنیای سرگرمی جلوتر ماند.

فرهنگِ شماره ۱۵۴ خیابان چهل‌وششم غربی

دفتر مرکزی ورایتی در خیابان ۴۶ منهتن به یکی از افسانه‌ای‌ترین اتاق‌خبرهای تاریخ تبدیل شد. آنجا کمتر شـبیه یک دفتر شرکتی و بیشتر شبیه یک باشگاه پرهیاهو بود. سایم پشت یک میز تاشـوی کهنه در وسط اتاق می‌نشست، نه پشـت درهای بسته. دود سیگار و برگ در هوا غلیظ بود. خبرنگاران، که به آن‌ها «ماگ» (Mugs) می‌گفتند، پشت ماشین‌تحریرهای پرسروصدا کار می‌کردند، در حالی که بازیگران، کمدین‌ها، خبرچین‌هـا و قاچاقچیان الکل برای ردوبدل‌کردن شـایعات می‌آمدند. سیلورمن به کارفرمایی سخاوتمند مشهور بود. در ماه‌های سخت زمستان، او به‌طور معمول قبض‌های بیمارستان خبرنگارانِ درگیر مشکل را پرداخت می‌کرد و به بازیگران بیکار پولی قرض می‌داد، با علم به اینکه هرگز پس نخواهد گرفت. او بالاترین حقوق‌ها را می‌پرداخت، سود را با نویسندگانش شریک می‌شد و از کارکنانش در برابر دعاوی قضایی و تهدیدهای رؤسای قدرتمند استودیوها مانند «لوئیس بی. مایر» و «هری کوهن» دفاع می‌کرد. او تنها یک چیز از نویسندگانش می‌خواست: صداقت بی‌قید و شرط. اگر خبرنگاری هدیه‌ای می‌گرفت یا اجازه می‌داد تعصب شخصی داستان را تغییر دهد، فوراً اخراج می‌شد.

غروب یک اسطوره

سایم سیلورمن با سرعتی دیوانه‌وار زندگی می‌کرد. او به شدت سیگار می‌کشید، به‌ندرت می‌خوابید و بـا بلیت‌های تئاتـر و مرکب چاپ زندگی می‌کرد. تا اوایل دهه ۱۹۳۰، سـلامتی او رو به افول گذاشـت. گلویش به دلیل سیگار کشـیدن زیاد چنان آسیب دیده بود که به‌سختی و با صدایی خش‌دار صحبت می‌کرد. با این حال، اشتیاق او برای این تجارت هرگز کاهش نیافت. در سپتامبر ۱۹۳۳، او به لس‌آنجلس سفر کرد تا بر راه‌اندازی دیلی ورایتی جدید نظارت کند. در ۲۲ سپتامبر ۱۹۳۳، در شـصت سالگی، به‌آرامی در اتاقش در هتل «امباسادور» لس‌آنجلس بر اثر خون‌ریزی تنفسی درگذشت.

واکنش به درگذشت او بی‌سابقه بود. آن شب، برادوی کاری را انجام داد که معمولاً فقط برای رؤسـای جمهور و بازیگران بزرگ رزرو می‌کرد: تئاترهای میدان تایمز به افتخار یک روزنامه‌نگار، چراغ‌هایشان را کم‌نور کردند. هزاران بازیگر، مسئول صحنه، کارگردان و مدیر استودیو برای مراسم تشییع جنازه‌اش در خیابان‌های منهتن صف کشیدند. نشریه در خانواده باقی ماند. همسرش، هریت «هتی» سـیلورمن، به عنوان رئیس مسئولیت را بر عهده گرفت و پسرشان، سید سیلورمن، کار پدرش را ادامه داد و ورایتی را برای دهه‌های متمادی به عنوان یک نشریه مستقل، معتبر و خانوادگی حفظ کرد.

ورایتی پوشش خود را به رادیو، آلبوم‌های موسیقی و صنعت نوپای فیلم صامت در کالیفرنیا گسترش داد

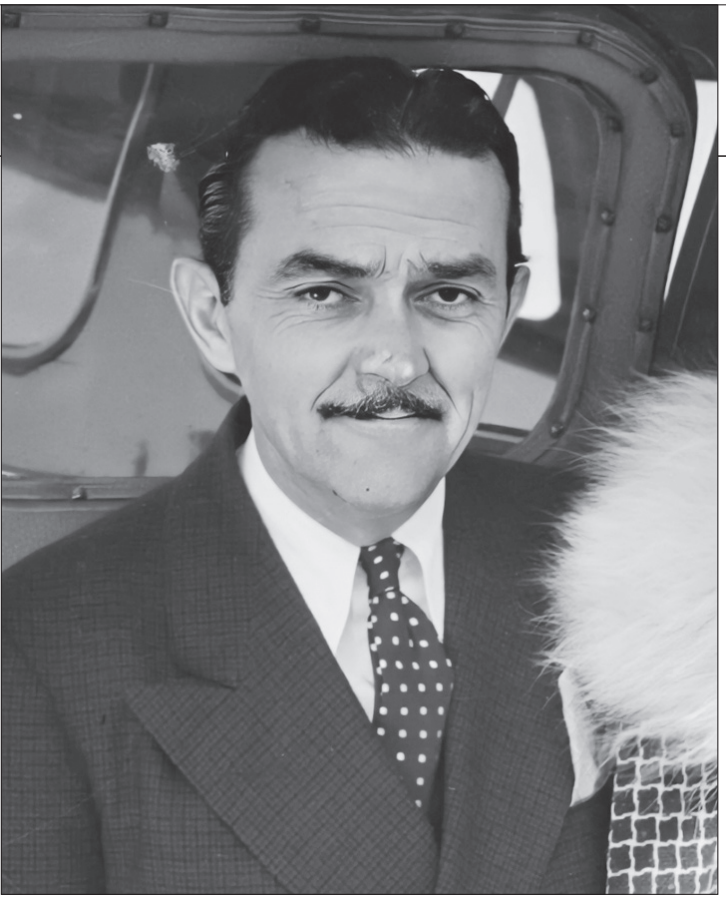
۱۹۱۴–۱۹۱۸

۱۹۲۹

مجله تیتر جاودانه خود را چاپ کرد: «وال‌استریت گند بالا آورد»

سایم سیلورمن در شصت‌سالگی در لس‌آنجلس از دنیا رفت

۱۹۳۳



ویلیام ویلکرسون امپراتوری رسانه‌ای ساخت

پادشاه نوآوری

او کیست؟

او کیست؟ ویلیام آر ویلکرسون با هالیوود رپیورتر شناخته می‌شود. او توانست به نوآوری در صنعت روزنامه‌نگاری دست پیدا کند و به‌عنوان یکی از برترین چهره‌های نوآور در این عرصه شناخته‌می‌شود.

اگر سایم سیلورمن از نشریه ورایتی، «منتقد صادق» صنعت نمایش بود، ویلیام آر. «بیلی» ویلکرسون، «خودمانیِ کلان‌شرطبند» آن به شمار می‌رفت. در حالی که سیلورمن از دیدگاه یک حسابرس و قاضی به صنعت نگاه می‌کرد، ویلکرسون آن را از داخل غرفه‌های مخمل‌پوش یک کلوپ شبانه با دسته‌ای از برگه‌های شرطبندی در دست دیگر، نظاره می‌کرد. برای درک هالیوود ریپورتر (The Hollywood Reporter)، ابتدا باید مردی را که آن را خلق کرد، بشناسید. بیلی ویلکرسون به معنای سنتی کلمه یک روزنامه‌نگار نبود؛ او یک قمارباز، غول کلوپ‌های شبانه، یک آینده‌نگر و شخصیتی عمیقاً دارای نقص و بی‌ثبات بود که زندگی‌اش گویی مستقیماً از دل یکی از رمان‌های ریموند چندلر بیرون آمده بود.

ویلکرسون در سال ۱۹۳۰، متوجه شد که پایتخت نوظهور فیلمسازی، یعنی لس‌آنجلس، توسط روزنامه‌های مستقر در نیویورک پوشش داده می‌شود. او معتقد بود هالیوود شایسته صدای خودش است؛ نشریه‌ای که فقط درباره فیلم‌ها گزارش ندهد، بلکه بخشی از ماشینی باشد که آن‌ها را می‌سازد. با این کار، او هالیوود ریپورتر را به عنوان اولین نشریه تجاری روزانه صنعت سرگرمی در تاریخ تأسیس و خود را به عنوان «شهردار سان‌ست استریپ» تثبیت کرد.

ظهور یک مدیر هنری هالیوودی

ویلیام آر. ویلکرسون در سال ۱۸۹۰ در تنسی متولد شد. پدرش یک مروج تئاتر بود و بیلی با سفر در سرتاسر کشور بزرگ شد، زبان تجارت نمایش، قمار و حیله‌گری را آموخت. او غریزه ذاتی برای شناخت خواسته‌های مردم داشت و می‌دانست بهترین راه برای پول درآوردن، فراهم کردن «پاتوق» برای قدرتمندان است. او در دهه ۱۹۲۰ وارد لس‌آنجلس شد؛ شهری که به‌سرعت در حال تبدیل شدن از یک شهر خواب‌آلود به مرکز جهانی تولید فیلم بود. ویلکرسون نمی‌خواست فقط یک تماشاگر باشد. او در املاک سرمایه‌گذاری کرد، در «سان‌ست استریپ» معروف زمین خرید و «تروکادرو» (Trocadero) را افتتاح کرد؛ کلوپ شبانه‌ای که منحصربه‌فردترین مکان در هالیوود بود.

تروکادرو فقط یک کلوپ نبود؛ بلکه ستاد فرماندهی صنعت بود. وقتی رئیس یک استودیو نیاز داشت قراردادی را با یک ستاره نهایی کند، به دفتر نمی‌رفت؛ به تروکادرو می‌رفت. وقتی نویسنده‌ای ایده فیلمنامه جدیدی داشت، آن را در یکی از غرفه‌های تروکادرو مطرح می‌کرد. ویلکرسون در مرکز همه این‌ها بود. او به تمام معنا، «خودمانی‌ترین فرد» صحنه بود.

تولد یک نشریه تجاری روزانه

در سال ۱۹۳۰، هالیوود در میانه رکود بزرگ (Great Depression) بود، اما صنعت فیلم همچنان به تولید آثار موفق ادامه می‌داد. ویلکرسون متوجه یک خلأ حیاتی شد. ورایتی، که نشریه تجاری غالب بود، در نیویورک مستقر بود. تا زمانی که خبرنگار ورایتی در نیویورک می‌فهمید در استودیوهای کالیفرنیا چه می‌گذرد، اغلب چند روز از ماجرا می‌گذشت. ویلکرسون تصمیم گرفت نشریه خودش را راه بیندازد: هالیوود ریپورتر.

او یک ایده بزرگ و انقلابی داشت: آن را به صورت روزانه منتشر کن. در حالی که ورایتی هفته‌نامه بود، نشریه ویلکرسون قرار بود هر روز صبح روی میز رؤسای استودیوها قرار بگیرد. او می‌دانست که در دنیای پرمخاطره تولید فیلم، اطلاعات یعنی قدرت. اگر تهیه‌کننده‌ای صبح دوشنبه می‌دانست رقیبش در حال بستن قرارداد با یک بازیگر خاص یا خرید یک فیلمنامه خاص است، می‌توانست تا بعدازظهر دوشنبه واکنش نشان دهد. ویلکرسون روزنامه‌نگارانِ در برج عاج نشسته را استخدام نکرد. او «خودی‌ها» را به کار گرفت؛ افرادی که در استودیوها کار می‌کردند، شایعات را می‌دانستند و ترازنامه‌های مالی را درک می‌کردند. او مقاله نمی‌خواست؛ او اخبار را می‌خواست، سریع، دقیق و بی‌پرده.

ویلیام آر. ویلکرسون در تنسی متولد شد
۱۸۹۰

به لس‌آنجلس نقل‌مکان کرد
دهه ۱۹۲۰

هالیوود ریپورتر را به عنوان اولین نشریه تجاری روزانه سرگرمی راه‌اندازی کرد
۱۹۳۰



نمی‌توان داستان ویلیام آر. ویلکرسون را بدون اشاره به جنجالی‌ترین میراث او تعریف کرد: نقشش در لیست سیاه هالیوود. در اواخر دهه ۱۹۴۰، زمانی که جنگ سرد آمریکا را فراگرفته بود، ویلکرسون عمیقاً از نفوذ کمونیست‌ها در صنعت فیلم ترسید.

استراتژی‌های موفقیت: نزدیکی و قدرت

هالیوود ریپورتر بلافاصله به موفقیت رسید، زیرا کارهایی را انجام می‌داد که هیچ نشریه دیگری جرأت انجامش را نداشت. یکی از دلایلش قدرتِ «روزنامه بودن» به شمار می‌آمد. با چاپ روزانه، ویلکرسون نشریه‌اش را به ابزاری ضروری برای هر مدیر استودیو تبدیل کرد. شما نمی‌توانستید روز کاری خود را در یک استودیوی هالیوودی بدون خواندن «ریپورتر» شروع کنید تا ببینید چه کسی اخراج شده، چه کسی استخدام شده و کدام پروژه‌ها چراغ سبز گرفته‌اند. این کار یک عادت ایجاد کرد؛ نشریه به نبض تپنده صنعت تبدیل شد.

دلیل دیگر نزدیکی به معامله بود. از آنجا که ویلکرسون مالک کلوپ‌های شبانه‌ای بود که معاملات در آن‌ها انجام می‌شد، اغلب اولین کسی بود که از آن‌ها باخبر می‌شد. او نیازی نداشت اخبار را «تحقیق» کند؛ او همان‌جایی پشت میز نشسته بود که اخبار در حال ساخته شدن بودند. او از نشریه برای تأثیرگذاری بر صنعت استفاده می‌کرد. اگر می‌خواست از کارگردانی حمایت کند، پوشش مثبتی به او می‌داد. اگر با رئیس یک استودیو اختلاف داشت، دقیقاً می‌دانست چطور از تیترهایش برای اعمال فشار استفاده کند.

قالب «تجاری» (Trade) هم اهمیت داشت. ویلکرسون زوائد را کنار زد. نشریه او برای سرعت طراحی شده بود. از پاراگراف‌های کوتاه، تیترهای ضربتی و تمرکز بر پول استفاده می‌کرد؛ بودجه‌ها، درآمدهای گیشه و مذاکرات دستمزد. او به هالیوود یاد داد چطور درباره تجارت با خودش صحبت کند و یک زبان استاندارد صنعتی ایجاد کرد که تا به امروز باقی مانده است.

در نهایت او موفق به ادغام شهرت و سبک زندگی شد. برخلاف ورایتی که به شدت بر تئاتر و وادویل متمرکز بود، نشریه ویلکرسون با دقت لیزری بر صنعت فیلم متمرکز بود. او «سبک زندگی» ستاره‌های هالیوود را پوشش می‌داد؛ چه می‌پوشند، با چه کسی قرار می‌گذارند و کجا مهمانی می‌گیرند. او می‌دانست که در هالیوود، تجارت همان سبک زندگی است.

روی تاریک: لیست سیاه و جنجال

نمی‌توان داستان ویلیام آر. ویلکرسون را بدون اشاره به جنجالی‌ترین میراث او تعریف کرد: نقشش در لیست سیاه هالیوود. در اواخر دهه ۱۹۴۰، زمانی که جنگ سرد آمریکا را فرا گرفته بود، ویلکرسون عمیقاً از نفوذ کمونیست‌ها در صنعت فیلم ترسید. در سال ۱۹۴۶، او ستونی در هالیوود ریپورتر با عنوان «رأی برای جو استالین» منتشر کرد که در آن نام نویسندگان، کارگردانان و بازیگرانی را که متهم به داشتن تمایلات کمونیستی می‌کرد، لیست کرده بود.

این فقط یک یادداشت عقیدتی نبود؛ این یک «لیست سیاه» بود. استودیوها، که از واکنش عمومی و تحقیقات دولتی می‌ترسیدند، از لیست ویلکرسون برای اخراج افراد استفاده کردند. حرفه‌ها نابود شد، زندگی‌ها به تباهی کشیده شد و فضای ترس در هالیوود خفقان‌آور شد. تصمیم ویلکرسون برای استفاده از روزنامه‌اش به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک، همچنان فصلی تاریک و به‌شدت مورد بحث در تاریخ این نشریه است. این موضوع نشان‌دهنده قدرت خطرناکی است که او اعمال می‌کرد؛ قدرتی که بسیار فراتر از روزنامه‌نگاری و به قلمرو کنترل اجتماعی و سیاسی کشیده شد.

قماربازی تا انتها

زندگی شخصی بیلی ویلکرسون به اندازه شیوه‌های تجاری‌اش بی‌ثبات بود. او یک قمارباز بدنام بود. مشهور است که میلیون‌ها دلار را سر میز پوکر و در میدان‌های مسابقه اسب‌دوانی باخته است. داستان‌هایی وجود دارد که او حتی کلوپ‌های شبانه‌اش را در یک شبِ بدشانسیِ کارت‌بازی از دست داده است.

زندگی او یک پارادوکس بود: او یکی از قدرتمندترین مردان صنعت سرگرمی بود، توانایی ساختن یا نابود کردن یک فیلم را داشت، با این حال به دلیل اعتیادهایش در وضعیت دائمی خطر مالی زندگی می‌کرد. نشریه‌اش به این دلیل زنده ماند که او استعدادی یگانه در استخدام سردبیران درخشان داشت که کسب‌وکار را حتی زمانی که خود ویلکرسون مشغول قمار بزرگ بعدی یا سرمایه‌گذاری کلوپ شبانه بعدی‌اش بود، سرپا نگه می‌داشتند.

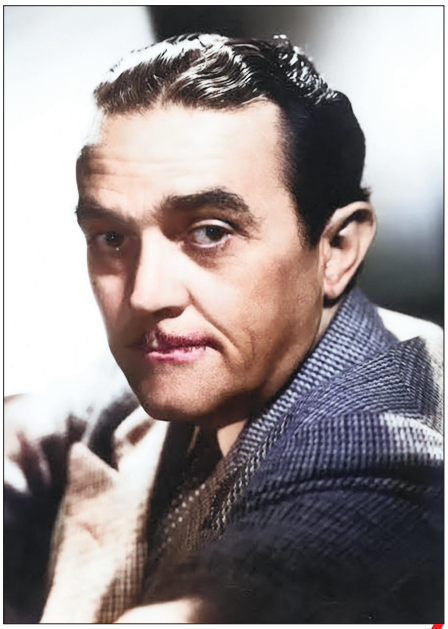
ویلیام آر. ویلکرسون مردی عمیقاً دارای نقص بود که از روزنامه‌اش برای اعمال قدرت عظیم بر هالیوود استفاده کرد. او یک روزنامه‌نگار سنتی نبود؛ او یک معمار صنعت بود. اهمیت او به سه دلیل مشخص است:

۱ اختراع نشریه تجاری روزانه: او صنعت سرگرمی را مجبور کرد که با سرعت نور حرکت کند. با تبدیل ریپورتر به یک روزنامه روزانه، او سرعت تجارت در هالیوود را افزایش داد و اطلاعات را به کالایی تبدیل کرد که هر روز صبح خرید و فروش می‌شد

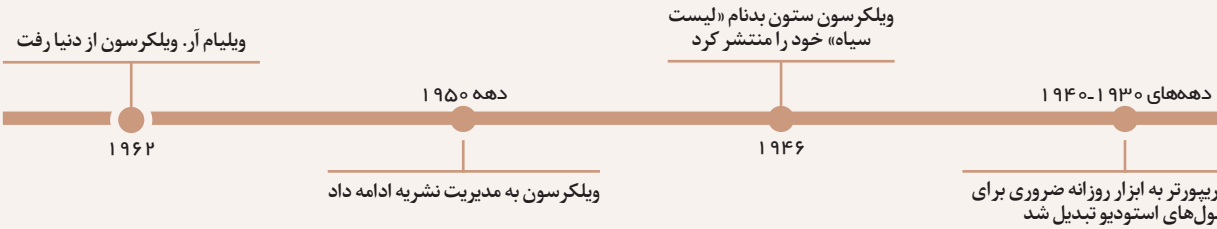
۲ قدرتِ دسترسیِ خودمانی (Insider Access): او ثابت کرد که نزدیکی اهمیت دارد. با قرار دادن خود به عنوان یک «خودی» ــ هم در کلوپ‌هایش و هم در نشریه‌اش ــ او مدلی از «روزنامه‌نگاری دسترسی» ایجاد کرد که نحوه ارتباطات صنعت را تعریف کرد.

۳ درس مسئولیت‌پذیری: داستان ویلکرسون همچنین یک داستان عبرت‌آموز درباره قدرت رسانه است. نقش او در لیست سیاه، یادآور دائمی این است که کسانی که قلم یا تیترها را در دست دارند، مسئولیت عمیقی بر عهده دارند. وقتی یک نشریه تجاری از گزارش اخبار دست می‌کشد و شروع به شکل‌دهی به زندگی کسانی می‌کند که پوشش می‌دهد، عواقب آن می‌تواند ویرانگر باشد.

بیلی ویلکرسون فقط درباره فیلم‌ها گزارش نمی‌داد؛ او مالک اتاقی بود که فیلم‌ها در آن ساخته می‌شدند. او مؤسسه‌ای ساخت که از زندگی پرهرج‌ومرج، قمارها و جنجال‌های خودش جان سالم به در برد؛ و این ثابت کرد که اگرچه شخصیت‌ها در هالیوود می‌آیند و می‌روند، نیاز صنعت به یک صدای روزانه، فیلترنشده و مقتدر، دائمی است.



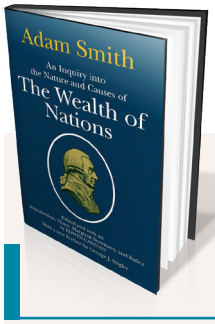
ویلکرسون چهره‌ای محبوب نبود اما کارآفرینی را به‌درستی پیش برد.

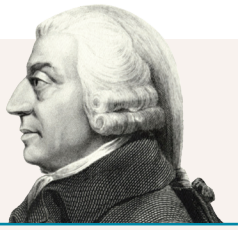


این صفحه در «آینده‌نگر» به معرفی کتاب‌هایی می‌پردازد که کارآفرینان نوشته‌اند.

ثروت ملل

آدام اسمیت

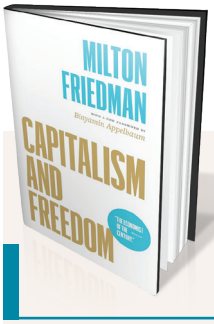




کتاب «ثروت ملل» نوشته آدام اسمیت، سنگ‌بنای علم اقتصاد مدرن و فلسفه بازار آزاد به شمار می‌رود. اسمیت در این اثر ماندگار استدلال می‌کند که شکوفایی و رونق اقتصادی جوامع حاصل دخالت دستوری دولت‌ها یا انباشت فلزات گران‌بها (مرکانتیلیسم) نیست، بلکه از آزادی مبادله و سازوکار طبیعی بازار سرچشمه می‌گیرد. محور اساسی اندیشه اسمیت بر دو اصل استوار است: نخست «تقسیم کار»، که موجب افزایش چشمگیر بهره‌وری، نوآوری و رشد تولید می‌شود؛ و دوم مفهوم معروف «دست نامرئی». او توضیح می‌دهد که وقتی افراد در چارچوب حاکمیت قانون و رقابت منصفانه به دنبال منافع فردی خود حرکت می‌کنند، بدون برنامه‌ریزی مرکزی و به شکلی هماهنگ، بیشترین خیر و فایده را برای کل جامعه به همراه می‌آورند. درواقع، نانوایان یا قصابان نه از سر خیرخواهی، بلکه به خاطر منافع خود نیازهای ما را برآورده می‌سازند. اسمیت همچنین تجارت آزاد بین‌المللی را به نفع همه طرف‌ها می‌داند و با تعرفه‌ها و انحصارات دولتی به شدت مخالفت می‌کند. با این حال، او برخلاف برخی برداشت‌های افراطی، طرفدار هرج‌ومرج نیست؛ بلکه برای دولت نقشی محدود اما بنیادین قائل است: برقراری امنیت ملی، حفظ عدالت و حقوق مالکیت، و فراهم ساختن زیرساخت‌ها و آموزش عمومی که بخش خصوصی انگیزه‌ای برای انجام آن‌ها ندارد. «ثروت ملل» مانیفستی در ستایش کرامت انتخاب فردی، نظم خودانگیخته و همکاری مسالمت‌آمیز بشری از طریق بازار است. این کتاب برای علاقه‌مندان به بازار آزاد و لیبرالیسم، توصیه می‌شود تا بهتر با این مفاهیم آشنایی پیدا کنند.

سرمایه‌داری و آزادی

میلتون فریدمن

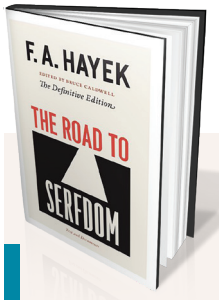




کتاب «سرمایه‌داری و آزادی»، یکی از تأثیرگذارترین آثار اقتصادی قرن بیستم است که استدلال می‌کند آزادی اقتصادی نه‌تنها یک هدف مطلوب، بلکه شرط ضروری برای دستیابی به آزادی سیاسی و فردی است. فریدمن بر این باور است که تمرکز قدرت اقتصادی در دستان دولت، راه را برای استبداد سیاسی هموار می‌کند و تنها راه جلوگیری از این فرآیند، گسترش سازوکارهای بازار آزاد است. او تأکید می‌کند که در یک نظام سرمایه‌داری مبتنی بر مالکیت خصوصی، افراد می‌توانند بدون اجبار دولت و از طریق تبادل داوطلبانه، به شکلی هماهنگ نیازهای یکدیگر را برآورده کنند. فریدمن با نگاهی انتقادی به مداخلات دولتی، از قوانین صدور مجوزهای شغلی گرفته تا کنترل قیمت‌ها و سیاست‌های پولی، نشان می‌دهد که چگونه این مداخلات به جای بهبود شرایط، اغلب به انحصار، کاهش کیفیت و ناکارآمدی منجر می‌شوند. او استدلال می‌کند که بازار آزاد، بهترین مکانیسم برای توزیع منابع بر اساس شایستگی و ترجیحاتِ خودِ مردم است، نه سلیقه سیاست‌گذاران. برای افزایش عمق بحث، فریدمن به نقش دولت در آموزش و پرورش نیز می‌پردازد و پیشنهاد می‌دهد که با استفاده از طرح‌هایی مانند «بن‌کارت‌های تحصیلی»، حق انتخاب را به خانواده‌ها بازگردانیم تا رقابت میان مدارس، کیفیت آموزش را به‌طور طبیعی افزایش دهد. علاوه بر این، او معتقد است که دولت باید در حوزه‌هایی که بازار توانایی پاسخگویی ندارد، محدود به حفظ نظم و صیانت از حقوق مالکیت باشد، زیرا هرگونه تلاش برای مهندسی اجتماعی توسط نهادهای مرکزی، نتیجه‌ای جز محدود کردن توانمندی‌های خلاقانه افراد نخواهد داشت. در نهایت، این کتاب نه‌فقط یک رساله اقتصادی، بلکه مانیفستی اخلاقی است که خواننده را متقاعد می‌کند مسئولیت فردی و بازار آزاد، تنها ستون‌های استوار برای حفظ یک جامعه آزاد و شکوفا هستند.

راه بندگی

فریدریش فون‌هایک

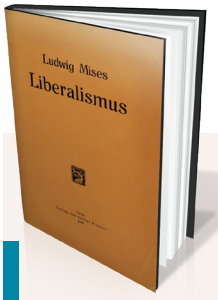




کتاب «راه بندگی»، شاهکار فریدریش هایک، هشداری تکان‌دهنده در مورد خطرات برنامه‌ریزی مرکزی اقتصاد است. هایک در این اثر استدلال می‌کند که هرگونه تلاش دولت برای کنترل کامل اقتصاد و «مهندسی اجتماعی»، حتی اگر با نیت خیرخواهانه آغاز شود، ناگزیر به استبداد و از دست رفتن آزادی‌های فردی می‌انجامد. او معتقد است که اقتصادِ آزاد نه یک انتخاب دلبخواه، بلکه حاصل تکامل پیچیده دانش انسانی است که هیچ مرجع مرکزی، هرچقدر هم دانشمند باشد، قادر به جایگزینی آن نیست. هایک «مشکل دانش» را مطرح می‌کند؛ به این معنا که اطلاعات حیاتی مورد نیاز برای یک اقتصاد کارآمد، میان میلیون‌ها فرد پراکنده است و نمی‌توان آن را در یک مرکز تصمیم‌گیری جمع‌آوری کرد. وقتی دولت‌ها تلاش می‌کنند اقتصاد را با دستورهای مستقیم هدایت کنند، این دانشِ غیرمتمرکز از بین می‌رود و به جای آن، اجبار جایگزین انتخاب می‌شود. هایک به روشنی نشان می‌دهد که وقتی دولتِ اقتصادی، تصمیم‌گیرنده اصلی زندگی مردم شود، دیگر هیچ راهی برای مخالفت با خواسته‌های حاکمان باقی نمی‌ماند؛ زیرا اگر دولت کارفرما و توزیع‌کننده اصلی باشد، نافرمانی به معنای گرسنگی یا حذف اجتماعی است. هایک در این کتاب تأکید می‌کند که سوسیالیسم و برنامه‌ریزی دولتی، به جای ایجاد برابری، راه را برای ظهور دیکتاتورها هموار می‌کند؛ چراکه قدرت مطلق اقتصادی، قدرت مطلق سیاسی ایجاد می‌کند. او برای روشن‌تر شدن بحث، به ظهور توتالیتاریسم در اروپا اشاره می‌کند و می‌گوید که این رژیم‌ها نه تصادفی، بلکه نتیجه مستقیم سیاست‌های اقتصادی مداخله‌جویانه بوده‌اند. در پایان، هایک از جامعه‌ای دفاع می‌کند که در آن دولت تنها «قوانین بازی» را تعیین می‌کند و اجازه می‌دهد مردم در یک فضای رقابتی آزاد، سرنوشت خود را بسازند. این کتاب یک یادآوری جدی است که آزادی اقتصادی و آزادی سیاسی پیوندی ناگسستنی دارند و برای حفظ کرامت انسانی، باید در برابر وسوسه «مدیریتِ جامع» ایستاد.

لیبرالیسم

لودویگ فون‌میزس





کتاب «لیبرالیسم» اثر لودویگ فون میزس، یکی از منسجم‌ترین و صریح‌ترین دفاعیه‌ها از سنت کلاسیکِ آزادی در قرن بیستم است. میزس در این اثر استدلال می‌کند که لیبرالیسم نه یک ایدئولوژیِ خشک یا یک مذهب، بلکه یک «برنامه اجتماعی» عقلانی است که بر پایه علم اقتصاد بنا شده است. به باور او، سنگ‌بنای تمدن بشری، نه قدرت دولت، بلکه «مالکیت خصوصی» است؛ چراکه تنها در سایه حق مالکیت است که تقسیم کار، تولید ثروت و همکاری مسالمت‌آمیز میان انسان‌ها امکان‌پذیر می‌شود. میزس تأکید می‌کند که لیبرالیسم سیستمی است که هدف آن ایجاد صلح و رفاه برای همه است. او با قاطعیت سوسیالیسم و مداخله‌گرایی دولتی را به دلیل ناکارآمدی در تخصیص منابع و تخریب انگیزه‌های فردی رد می‌کند. به اعتقاد میزس، دولتِ لیبرال نباید در زندگی شخصی یا فعالیت‌های اقتصادی افراد دخالت کند؛ بلکه وظیفه آن تنها باید حفاظت از جان، آزادی و دارایی افراد در برابر خشونت‌های داخلی و خارجی باشد. علاوه بر این، میزس استدلال می‌کند که لیبرالیسم اساساً یک فلسفه بین‌المللی است؛ چراکه جنگ و ملی‌گراییِ افراطی، دشمنانِ مستقیمِ تقسیمِ کارِ جهانی و شکوفاییِ اقتصادی هستند. او معتقد است که در یک جامعه حقیقتاً لیبرال، تفاوت‌های فرهنگی و دیدگاه‌های مختلفِ انسانی می‌توانند در کنار هم رشد کنند، زیرا هیچ‌کس به دنبال تحمیل خواسته‌های خود از طریق زور نیست. در نهایت، این کتاب به ما یادآوری می‌کند که برای دستیابی به پیشرفت و حفظِ کرامت انسانی، چاره‌ای جز پذیرش اصول بازار آزاد و سپردن سرنوشتِ جوامع به دستِ اراده‌های آزادِ فردی وجود ندارد. این اثر، مانیفستی است برای همه کسانی که به دنبال درکِ پیوندِ ناگسستنی میان مالکیت خصوصی، صلحِ جهانی و رفاه پایدار هستند.



اندرو انگ، بنیان‌گذار پروژه هوش مصنوعی گوگل

راه نجات اینجاست

ترجمه کاوه شجاعی
گروه عصرجدید

اندرو انگ (Andrew Ng) زاده ۱۹۷۶ در لندن (از پدر و مادری هنگ‌کنگی) از چهره‌های تأثیرگذار و شناخته‌شده در حوزه هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در جهان است. او یکی از سه بنیان‌گذار پروژه تحقیقاتی هوش مصنوعی گوگل (Google Brain) در سال ۲۰۱۱ بود که راه را برای ورود شـــرکت گوگل به این حوزه هموار کرد. انگ تلاش کرده این حوزه را از فضای صرفاً دانشگاهی و آزمایشگاهی به ابزاری کاربردی برای کسب‌وکارها و عموم مردم نزدیک کند. او که سال‌ها در دانشگاه استنفورد تدریس کرده، بنیان‌گذار پلتفرم آموزش آنلاین کورسرا است.

انگ برخلاف برخی روایت‌های افراطی درباره هوش مصنوعی ـــ چه روایت‌های کاملاً بدبینانه درباره نابودی مشاغل و چه وعده‌های اغراق‌آمیز درباره توانایی‌های نامحدود این تکنولوژی ـــ تلاش می‌کند تصویری واقع‌بینانه از فرصت‌ها و چالش‌های AI ارائه دهد. او در این گفت‌وگو با مارینا موگیلکو در پادکست محبوب «سیلکون‌ولی گرل» درباره آینده مشاغل، نقش انسان در کنار هوش مصنوعی، مهارت‌های مورد نیاز نسل جدید و چگونگی استفاده مؤثر از ابزارهای هوش مصنوعی صحبت می‌کند.

منبع: پادکست «سیلکون‌ولی گرل»

۱

موج مخالفت با هوش مصنوعی از کجا آغاز شد

■ **مارینا موگیلکو: چیزی که من به‌خصوص در تابستان اخیر دیدم این بود که جامعه، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی، درباره هوش مصنوعی بسیار دوقطبی شده. وقتی درباره هوش مصنوعی پســـت می‌گذارم، مردم از هجوم مراکز داده (data centers) به شهرها و از دست رفتن مشاغل حرف می‌زنند. این موج اخیر چطور شروع شد؟**

اندرو انگ: اطلاعات نادرست زیادی درباره هوش مصنوعی منتشر شده و ریشه بسیاری از این مسائل، به نظر من، یک تلاش ناخوشایند است که از دو یا سه سال پیش آغاز شد؛ تلاشی که ترکیبی از روابط عمومی شرکت‌ها و تلاش برای تأثیرگذاری بر قانون‌گذاران بود

ببینید در حال حاضر یکی از ارزشمندترین چیزها در حوزه هوش مصنوعی، مدل‌های عظیم هوش مصنوعی، به‌ویژه مدل‌های زبانی بزرگ، هستند که شرکت‌ها آموزش داده‌اند. اما اگر میلیاردها دلار برای آموزش یک مدل هزینه کرده باشید، بسیار ناخوشایند خواهد بود اگر کس دیگری مدلی مشابه بسازد و بخواهد آن را به‌صورت رایگان در اختیار همه مردم جهان قرار دهد. (کاری که دیپ‌سیک چینی انجام داد.)

بنابراین به نظر من، تعدادی از شرکت‌های پیشرو در حوزه هوش مصنوعی با صدای بسیار بلند درباره خطرات این تکنولوژی هشدار داده‌اند تا مقرراتی ایجاد شود که زمین بازی ناعادلانه‌ای به نفع شرکت‌های فعلی شکل دهد؛ به شکلی که همه ما مجبور شویم هزینه بالایی برای استفاده از هوش مصنوعی بپردازیم و در عین حال تیم‌های دیگر - چه پژوهشگران و چه شرکت‌هایی که می‌خواهند مدل‌های متن‌باز را با هزینه بسیار کمتر در اختیار دیگران قرار دهند - محدود شوند.

متاسفانه این ایجاد ترس تا آنجا پیش رفت که مدعی شدند هوش مصنوعی مانند سلاح اتمی خطرناک است؛ مقایسه‌ای که هیچ پایه واقعی ندارد. این دو تا چه ربطی به هم دارند؟ یا زمانی که نمونه‌هایی را انتخاب کنیم که هوش مصنوعی در آن‌ها اشتباه کرده و آن موارد را بسیار بزرگ‌تر از واقعیت نشان می‌دهیم. حتی گاهی اطلاعات نادرستی درباره میزان مصرف آب مراکز داده هوش مصنوعی منتشر می‌شود و این میزان را بسیار بیشتر از واقعیت جلوه می‌دهند.

این موج مداوم ارسال پیام‌های مبتنی بر ترس باعث شده برداشت جامعه از هوش مصنوعی بسیار منفی شود؛ این تاسف‌آور است چون سرعت پذیرش هوش مصنوعی در آمریکا را کاهش می‌دهد و رقابت‌پذیری‌اش را پایین می‌آورد.

۲
از دست رفتن مشاغل و افزایش نابرابری

■ **موگیلکو: می‌خواهم به طور خاص درباره برخی از نگرانی‌های مردم صحبت کنیم: مثل از دست رفتن مشاغل و افزایش نابرابری.**

انگ: ایده «آخرالزمان مشاغل» یا Jobpocalypse ــ اینکه هوش مصنوعی بیش از ۵۰ درصد مشاغل را تصاحب خواهد کرد، مردم بیکار خواهند شد و در خیابان‌ها شورش خواهند کرد ــ به سادگی اتفاق نخواهد افتاد.

با هر موج تکنولوژی، از جمله هوش مصنوعی، مهارت‌هایی که برای انجام کارها نیاز داریم تغییر می‌کنند. بنابراین هوش مصنوعی هم حرفه‌ها و مشاغل را تغییر می‌دهد.

اما واقعاً ای کاش هوش مصنوعی بهتر کار می‌کرد. می‌دانم که تعدادی از کسب‌وکارها تلاش می‌کنند درباره هوش مصنوعی اغراق کنند و بگویند ما به اَبَرهوش یا هوش عمومی مصنوعی (AGI) رسیده‌ایم و این می‌تواند همه کارهایی را که انسان انجام می‌دهد انجام دهد. اما من واقعاً آرزو می‌کنم هوش مصنوعی بهتر بود. ما هنوز به اندازه‌ای پیشرفته نیستیم که بتوانیم کاری کنیم هوش مصنوعی همه کارهای یک انسان را انجام دهد.

اگر تحلیل‌های مربوط به مشاغل را نگاه کنید، اقتصاددانانی مانند دوست من اریک برین‌یولفسون در دانشگاه استنفورد و اندی مک‌آفی در مؤسسه فناوری ماساچوست (MIT)، مشاغل فراوانی را بررسی کرده‌اند و آن‌ها را به وظایف کوچک‌تر تقسیم کرده‌اند. باید اینطوری به ماجرا نگاه کنیم:

ممکن است هوش مصنوعی بتواند ۳۰ یا ۴۰ درصد از بسیاری از مشاغل را انجام دهد. معنای این موضوع این است که آن ۶۰ درصد باقی‌مانده که انسان انجام می‌دهد، حتی ارزشمندتر خواهد شد؛ زیرا آن بخش، مکمل اقتصادی برای ۳۰ یا ۴۰ درصدی است که اکنون ارزان‌تر انجام می‌شود.

بنابراین اتفاقی که خواهد افتاد این است که شاید افرادی که از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند جایگزین افرادی شوند که از آن استفاده نمی‌کنند؛ اما هوش مصنوعی هنوز در موقعیتی نیست که در بیشتر مشاغل جای انسان‌ها را بگیرد.

> وقتی می‌گویند نگران از کنترل خارج شدن هوش مصنوعی هستند، من به چیز دیگری فکر می‌کنم که آن را هم نمی‌توانیم کاملاً کنترل کنیم: هواپیما. هیچ‌کس نمی‌تواند هواپیمایی بسازد که بتوان آن را در همه شرایط کنترل کرد. اما ما به‌تدریج یاد گرفته‌ایم هواپیماهای بهتری بسازیم و آنها را بهتر کنترل کنیم

۳
حال و آینده مهندسان نرم‌افزار

انگ: در میان همه حرفه‌های مختلف، حرفه‌ای که در حال حاضر بیش از همه تحت تأثیر هوش مصنوعی قرار گرفته، مهندسی نرم‌افزار است، چون هوش مصنوعی واقعاً در نوشتن کد فوق‌العاده عمل می‌کند.

اما چیزی که می‌بینیم این است که برخلاف ادعای کسانی که با بدبینی درباره آینده صحبت می‌کنند، تعداد فرصت‌های شغلی در بخش مهندسی نرم‌افزار افزایش یافته است. هوش مصنوعی در واقع نمی‌تواند جای مهندسان نرم‌افزار را بگیرد. همه مهندسان نرم‌افزار توانمندی که من می‌شناسم سرشان از همیشه شلوغ‌تر است.

البته سوی دیگر ماجرا این است که اگر کسی هنوز همان‌طور کدنویسی کند که در سال ۲۰۲۲، پیش از ظهور ChatGPT، کدنویسی می‌کرد، دچار مشکل خواهد شد. چنین فردی باید مهارت‌های جدیدی یاد بگیرد.

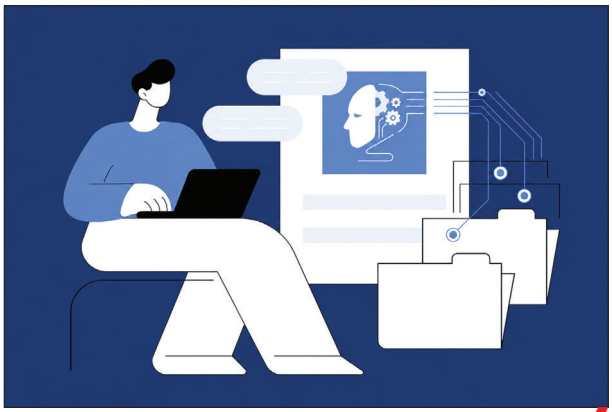
نباید همچنان کارهایی را انجام دهید که هوش مصنوعی می‌تواند ۳۰ یا ۴۰ درصد آن‌ها را خودکار کند. باید این کار را متوقف کنید. اجازه دهید هوش مصنوعی آن بخش را انجام دهد و در عوض، مهارت‌های تازه‌ای کسب کنید تا بتوانید آن ۶۰ یا ۷۰ درصدی را انجام دهید که هوش مصنوعی از پسش برنمی‌آید.

۴
توصیه به دانشجویان

■ **موگیلکو: توصیه شما به فارغ‌التحصیلان جدید چیست؟ من در همین پادکست با اریک اشمیت از گوگل صحبت کردم و او می‌گفت که در مجموع هنوز تاثیر خیلی زیادی بر بازار کار دیده نمی‌شود، به‌جز، اگر درست یادم باشد، گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال که تازه فارغ‌التحصیل شده‌اند. توصیه شما به افرادی که هنوز آن تخصص و تجربه را ندارند که بتوانند درباره شغلشان استراتژیک فکر کنند چیست؟ شاید در حال حاضر فقط بتوانند کارهای اجرایی و دستی انجام دهند؛ همان کارهایی که هوش مصنوعی هم قادر به انجامشان است.**

انگ: یکی از چالش‌های واقعی برای افرادی که تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند این است که نظام دانشگاهی در سازگار شدن با تغییرات، کُند عمل می‌کند.

من دانشگاه و فضای آکادمیک را بسیار دوست دارم. فکر می‌کنم همه ما باید از دانشگاه‌ها و محیط دانشگاهی حمایت کنیم. اما وقتی هوش مصنوعی از راه می‌رسد و شیوه نوشتن نرم‌افزار را متحول می‌کند، معمولاً حدود یک یا دو سال طول می‌کشد تا اعضای هیئت علمی مهارت‌های جدید را به‌خوبی یاد بگیرند. بعد باید دوره‌های جدید طراحی کنند، تأیید کمیته برنامه درسی را بگیرند، شاید شورای دانشگاه هم باید رای بدهد و مراحل دیگری طی شود. همه این فرایندها سال‌ها زمان می‌برد.



می‌دانم که تعدادی از کسب‌وکارها تلاش می‌کنند درباره هوش مصنوعی اغراق کنند و بگویند ما به اَبَرهوش یا هوش عمومی مصنوعی (AGI) رسیده‌ایم و اینها می‌توانند همه کارهایی را که انسان انجام می‌دهد انجام دهد، اما من واقعاً آرزو می‌کنم هوش مصنوعی بهتر بود

ایده «آخرالزمان مشاغل» یا Jobpocalypse ــ اینکه هوش مصنوعی بیش از ۵۰ درصد مشاغل را تصاحب خواهد کرد، مردم بیکار خواهند شد و در خیابان‌ها شورش خواهند کرد ــ به این سادگی اتفاق نخواهد افتاد

سرعت تغییر در دانشگاه به‌هیچ‌وجه با سرعت تغییرات هوش مصنوعی همخوانی ندارد.

متأسفانه بسیاری از دانشگاه‌ها هنوز دانشجویان را برای مشاغل سال ۲۰۲۲ آماده می‌کنند، در حالی که حتی نباید آن‌ها را صرفاً برای مشـــاغل سال ۲۰۲۶ آماده کنیم. باید آن‌ها را برای مشاغل سال ۲۰۲۸ و سال‌های پس از آن آموزش دهیم.

اما این وضعیت به این معنا نیست که فرصت شغلی وجود ندارد. فرصت‌های شغلی فراوانی وجود دارند. بسیاری از کارفرمایانی که می‌شناســم، در پیدا کردن افراد ماهر با مشکل مواجه‌اند؛ آن هم تقریباً در هر سطحی از سابقه و رده شغلی.

همین حالا در دفتر من تعداد زیـــادی کارآموز حضور دارند. بعضی از آن‌ها هنوز دانشجو هستند و بعضی به‌تازگی فارغ‌التحصیل شـــده‌اند. حتی یک کارآموز دبیرستانی هم داریم و عملکردشان فوق‌العاده و بهره‌وری‌شان بالاست.

نکته کلیدی این است که همه آنها به‌اصطلاح «AI Native» یا کاملاً آشنا و خوگرفته با هوش مصنوعی هستند. آنها «بومی دنیای هوش مصنوعی» به حساب می‌آیند. آنها از ابزارهای هوش مصنوعی برای انجام کارهایی استفاده می‌کنند که هوش مصنوعی قادر به انجامشان اســت، اما هم‌زمان تمرکز خود را بر کارهایی می‌گذارند که انســان می‌تواند انجام دهــد و هوش مصنوعی تا مدت‌ها قادر به انجامشــان نخواهد بود. بنابراین کار زیادی برای انجام‌دادن وجود دارد.

توصیه من به کســانی که تازه فارغ‌التحصیل شده‌اند یا هنوز در دانشگاه هســتند این اســت که حتماً در کلاس‌ها جدی و ســخت‌کوش باشــند، اما هرجا مهارت‌های دیگری وجود دارد که دانشــگاه هنوز فرصت نکرده آن‌ها را وارد برنامه آموزشــی کند، باید راه‌های دیگری بــرای یادگیری پیدا کنند؛ مثلاً از دوره‌هــای آنلاین در پلتفرم‌هایی مانند Coursera، Udemy، DeepLearning AI یا منابع دیگر استفاده کنند تا مهارت‌های به‌روزتر را یاد بگیرند، به‌خصوص مهارت‌های مرتبط با هوش مصنوعی که بسیاری از دانشگاه‌ها هنوز وارد برنامه درسی خود نکرده‌اند.

> تمام اعضای شرکت من بلدند با هوش مصنوعی در حدی کدنویسی کنند. البته تیم من در این زمینه از جریان عمومی جلوتر است. مثلاً تمام بازاریاب‌های من بلدند کدنویسی کنند. بنابراین یکی از چیزهایی که هنگام مصاحبه با بازاریاب‌ها از آن‌ها می‌پرسیم این است که تا حالا چه‌چیزهایی ساخته‌اند

۵
با هوش مصنوعی بیشتر بسازید

انگ: می‌خواهم به نکته دیگری هم اشــاره کنم. اگر بــه تغییر نقشــه مهارت‌ها نگاه کنید، متوجه می‌شوید که یکی از مهم‌ترین تغییرات این اســت که ســاختن چیزهای جدید با هوش مصنوعی بســیار آسان‌تر از گذشته شده است. وقتی انجام کاری بسیار آسان‌تر می‌شود، افراد بسیار بیشتری هم باید آن کار را انجام دهند.

بنابرایــن امروز دیگر فقط مهندســان حرفه‌ای نرم‌افزار نیستند که باید با استفاده از هوش مصنوعی نرم‌افزار بسازند. ساختن و توســعه دادن با کمــک هوش مصنوعی برای همه آسان‌تر شده اســت. افرادی که این تغییــر را می‌پذیرند و از آن اســتفاده می‌کنند، بهره‌وری بیشتری خواهند داشت، کارهای بیشتری انجام خواهند داد و حتی فکر می‌کنم نسبت به کسانی که این ابزارها را نمی‌پذیرند بیشتر هم از کارشان لذت خواهند برد. هوش مصنوعی به شما اجازه می‌دهد چیزها را با سرعت بسیار بالایی بسازید.

بنابراین فقط درباره مهندسان نرم‌افزار صحبت نمی‌کنیم. بازاریاب‌ها، نیروهای استخدام، متخصصان منابع انسانی، کارشناسان عملیات و افراد فعــال در حوزه‌های دیگر نیز اگر یــاد بگیرند چگونه با هوش مصنوعی چیزهای جدید بسازند، می‌توانند تقریباً در هر شغلی که دارند، کار بسیار بیشتری انجام دهند. همین حالا برای من این سوال پیش آمده که شما در کسب‌وکارتان چگونه از هوش مصنوعی استفاده می‌کنید؟

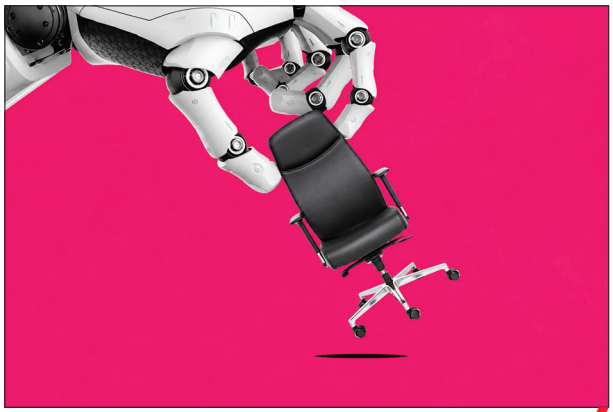
■ **موگیلکو: راستش ما خیلی از آن استفاده می‌کنیم! اول از همه، همه ما به Claude دسترسی داریم و برای هر شبکه اجتماعی که در آن فعالیت می‌کنیم، پروژه‌های مشخصی ســاخته‌ایم. مثلاً برای همین پادکست پروژه‌ای به نام «مهمانان» داریم. این پروژه تمام داده‌های تحلیلی مربوط به مهمانان قبلی را می‌داند و مجموعه‌ای از معیارها دارد که براساس آن‌ها هر فردی را که قرار است به پادکست بیاید رتبه‌بندی می‌کند. بررسی می‌کند که آیا به آن فرد ارجاع و استناد شده یا نه، آیا دیدگاه مشخصی درباره هوش مصنوعی دارد، آیا در شرکتش در این زمینه فعال بوده یا مثلاً اخیراً شرکتی در حوزه هوش مصنوعی تأسیس کرده یا نه. به هریک از این معیارها وزن متفاوتی می‌دهد و در نهایت امتیازی تولید می‌کند؛ مثلاً امتیاز ۴۰ ممکن است به معنای سطح یک باشد، امتیاز ۳۰ به معنای سطح سه و به همین ترتیب. یک پروژه دیگر هم داریم که تک‌تک قسمت‌های پادکست را تحلیل می‌کند و به من پیشنهاد می‌دهد که چگونه سؤال‌هایم را مطرح کنم. برای اینستاگرام هم همین‌طور است، برای لینکدین هم همین‌طور. سیســتم لحن من، پرونده شــخصی من و استراتژی‌های کسب‌وکارم را می‌شناسد. بنابراین هروقت چیزی می‌نویسد، تمام اطلاعات مربوط به من و نحوه صحبت کردنم را می‌داند. البته هر شــبکه اجتماعی توسط یک انسان اداره می‌شود، بنابراین تصمیم استراتژیک نهایی را یک فرد می‌گیرد. راستی اگر بتوانید درباره این فرایند به من مشاوره بدهید و بگویید چطور می‌توانم آن را بهتر کنم، عالی است. ببینید ما در گروهی تلگرامی در مورد کارهای تیم بازخورد می‌دهیم. مثلاً اعضای تیم متنی برای من می‌فرستند و من می‌گویم: «خب، باید این قسمت، آن قسمت و فلان مورد را تغییر دهیم.» ما این بازخوردها را داریم و حتی یک بات هم داریم که تمام گفت‌وگوهای ما را اسکن می‌کند. اما چیزی که واقعاً می‌خواهم این اســت که هوش مصنوعی بتواند به‌طور مستمر از این بازخوردها یاد بگیرد و سلیقه من را بهتر و بهتر بشناسد.**

انگ: یکی از چیزهایی کــه زیاد در هوش مصنوعی می‌بینم این است که وقتی از AI به‌عنوان یک دانشمند داده یا شریک طوفان فکری استفاده می‌کنید، اغلب یک یا دو ایده خوب ارائه می‌دهد، دو یا سه ایده متوسط و چهار ایده واقعاً افتضاح.

گاهی آدم با خودش فکر می‌کند: «هوش مصنوعی من چطــور اصلاً تصور کرده که چنین چیزی می‌تواند یک ایده قابل قبول باشد؟»

بــه نظر مــن ایــن موضوع بــه بحث «آخرالزمان مشاغل» هم مرتبط است.

برای مدت طولانی، انسان‌ها ــ من، شما و همه کســانی که مخاطب این گفت‌وگو



برخلاف ادعای کسانی که با بدبینی درباره آینده صحبت می‌کنند، تعداد فرصت‌های شغلی در بخش مهندسی نرم‌افزار افزایش یافته است. هوش مصنوعی در واقع نمی‌تواند جای مهندسان نرم‌افزار را بگیرد. همه مهندسان نرم‌افزار توانمندی که من می‌شناسم، از همیشه سرشان شلوغ‌تر است

هستند ــ در مقایسه با هوش مصنوعی یک مزیت بسیار مهم خواهند داشت: مزیت زمینه یا Context Advantage.

شما ممکن است چیزی را بدانید که برای خودتان کاملاً بدیهی است و براساس آن فوراً متوجه شوید یک ایده بسیار بد است، اما هوش مصنوعی آن را نمی‌داند.

یکی از دلایلی که باعث می‌شود هوش مصنوعی در آینده نزدیک نتواند همه مشاغل یا حتی بخش بسیار بزرگی از مشاغل را جایگزین کند این است که انسان‌ها در مقایسه با AI از نظر درک زمینه، مزیت عظیمی دارند. ما در طول سال‌ها تجربه، اطلاعات بسیار زیادی کسب کرده‌ایم. مثلاً با یک مشتری صحبت کرده‌ایم و حالت عجیب چهره او را دیده‌ایم و از همان حالت فهمیده‌ایم: «آها، این را دوست ندارد.» یا با فردی در یک کسب‌وکار صحبت کرده‌ایم، یا مدیرمان به ما گفته است: «این موضوع برای من واقعاً مهم است.»

انسان‌ها ــ شاید بتوان گفت تقریباً همه انسان‌ها ــ حجم عظیمی از چنین اطلاعاتی را در ذهن دارند؛ اطلاعاتی که اساساً هنوز زیرساختی وجود ندارد که بتوان همه آن‌ها را به هوش مصنوعی منتقل کرد. و فکر نمی‌کنم در آینده قابل پیش‌بینی هم چنین زیرساختی ایجاد شود.

گاهی مردم درباره اهمیت «قضاوت انسانی» یا «سلیقه انسانی» صحبت می‌کنند و ممکن است از خودتان بپرسید: بسیار خب، اصلاً سلیقه چیست؟ آیا چیزی مبهم و تعریف‌ناپذیر است؟ اما از نظر من، آن عامل فنی و بنیادی که توضیح می‌دهد چرا انسان‌ها در مقایسه با هوش مصنوعی قضاوت و سلیقه بهتری دارند، همین مزیت زمینه است. و چون این یک مزیت بلندمدت است و قرار نیست کسی ظرف چند سال آینده آن را به‌سادگی حل کند، ما به انسان‌های بسیار بیشتری نیاز خواهیم داشت که با قضاوت و سلیقه خود، هوش مصنوعی را تکمیل کنند.

۶
چرا هوش مصنوعی برای یادگیری بد است

■ **موگیلکو: آیا این موضوع آموزش را حتی مهم‌تر نمی‌کند؟ چون آموزش به ما «زمینه» می‌دهد. این یکی دیگر از چیزهایی است که درباره هوش مصنوعی می‌شنوم: اینکه دیگر به آموزش نیاز نداریم، چون تمام اطلاعات در دسترس ماست و کافی است از ChatGPT سؤال کنیم. اما وقتی شما درباره زمینه و سلیقه صحبت می‌کنید، از نظر من این‌ها حاصل سال‌ها کسب دانش، یاد گرفتن از بهترین افراد و دیدن نحوه عملکرد آن‌هاست، نه صرفاً سؤال پرسیدن از یک چت‌بات.**

انگ: می‌خواهم چیزی بگویم که شاید بحث‌برانگیز باشد. نمی‌دانم قبلاً این را به‌صورت عمومی گفته‌ام یا نه، اما فکر می‌کنم حقیقت دارد: صادقانه بگویم، مدل‌های هوش مصنوعی برای یادگیری افتضاح هستند.

می‌دانم که مردم فکر می‌کنند هوش مصنوعی برای انجام دادن کارها فوق‌العاده است. خود من هم همیشه از آن استفاده می‌کنم و دوستش دارم. اما تمام داده‌هایی که منتشر می‌شوند یک نکته را نشان می‌دهند. مثلاً وقتی دانشجویان دانشگاه از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند داده‌ها بسیار روشن‌اند. دانشجویان وقتی برای انجام تکالیفشان از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، نمرات بالاتری می‌گیرند. عالی است؛ نمره تکالیفشان بالاتر می‌رود. اما میزان ماندگاری مطالب در ذهن و عملکرد بلندمدت آن‌ها بسیار ضعیف‌تر می‌شود، چون هوش مصنوعی کار را به جای آن‌ها انجام می‌دهد. اکنون پژوهش‌های بیشتری منتشر می‌شوند که این موضوع را تأیید می‌کنند.

به نظر من ویکی‌پدیا ابزار فوق‌العاده‌ای است و حجم عظیمی از اطلاعات را در اختیار ما قرار می‌دهد. جست‌وجوی وب هم ابزار فوق‌العاده‌ای است و اطلاعات بسیار زیادی دارد. اما وقتی از هوش مصنوعی می‌خواهید کاری را به جای شما انجام دهد، در واقع بخشی از فعالیت شناختی خود را به هوش مصنوعی واگذار می‌کنید؛ چیزی که در اصطلاح به آن Cognitive Offloading یا «برون‌سپاری شناختی» گفته می‌شود. از یک جهت این اتفاق فوق‌العاده است، چون جامعه به همین شکل پیشرفت می‌کند و کارها انجام می‌شوند. اما از طرف دیگر، میزان ماندگاری اطلاعات در ذهن انسان بسیار کمتر می‌شود. حالا کاملاً روشن است که استفاده از هوش‌های مصنوعی، دست‌کم به شیوه‌ای که امروز معمولاً مورد استفاده قرار می‌گیرد، برای یادگیری بسیار بد است.

نمی‌گویم هیچ راهی برای استفاده از هوش مصنوعی وجود ندارد که به یادگیری کمک کند. فکر می‌کنم روش‌هایی وجود دارند که می‌توان از این ابزارها به شکل مفید برای یادگیری استفاده کرد. اما حتی درباره خودم هم همین‌طور است. در شش ماه گذشته بارها هنگام ساخت یک پروژه از مدل هوش مصنوعی سؤال کرده‌ام. مثلاً پرسیده‌ام: «این بخش فرانتاند و بکاند چطور کار می‌کند؟» هوش مصنوعی جواب را به من داده، من کارم را انجام داده‌ام و نتیجه هم فوق‌العاده بوده است. اما شش ماه بعد، دیگر جواب را به خاطر نمی‌آورم. وقتی دوباره لازم باشد همان بخش فرانتاند یا بکاند را بسازم، دوباره از هوش مصنوعی سؤال می‌کنم. بنابراین داده‌ها واقعاً روشن هستند. باید این تصور را کنار بگذاریم که هوش مصنوعی ذاتاً برای یادگیری مفید است.

■ **موگیلکو: درباره کودکانی که با هوش مصنوعی بزرگ می‌شوند هم همین نگرانی را دارید؟**

انگ: فکر می‌کنم آینده کودکان روشن است. واقعاً دوران هیجان‌انگیزی برای کودک بودن و بزرگ شدن است، چون آن‌ها در محیطی بزرگ می‌شوند که ابزارهایی در اختیارشان قرار دارد که هیچ‌کدام از ما در کودکی نداشتیم. موضوعی که شخصاً خیلی درباره‌اش نگرانم این است که هوش مصنوعی، با وجود اینکه ابزار فوق‌العاده‌ای است، بتواند به فرایند یادگیری آسیب بزند. من خودم یک فرزند پنج‌ساله و یک فرزند هفت‌ساله دارم. وقتی به آن‌ها ریاضی یاد می‌دهم، هنوز آن‌قدر کوچک هستند که عملاً می‌توانم اجازه ندهم از ماشین‌حساب استفاده کنند. می‌توانم بپرسم: «این دو عدد را چطور در هم ضرب می‌کنی؟» و ماشین‌حساب هم در اختیارشان نگذارم تا خودشان تمرین کنند. اما وقتی کمی بزرگ‌تر شوند، به‌شدت نگران این هستم که دانش‌آموزان از هوش مصنوعی برای «برون‌سپاری شناختی» استفاده کنند و در نتیجه توانایی نگهداری بلندمدت آموخته‌ها در ذهنشان آسیب ببیند.

۷
انتخاب رشته دانشگاهی در عصر هوش مصنوعی

■ **موگیلکو: اگر کسی امروز بخواهد رشته‌ای انتخاب کند که در عصر هوش مصنوعی موفق شود، بهترین رشته چیست؟**

انگ: راستش نمی‌دانم بهترین رشته دانشگاهی چیست. رشته‌های بسیار عالی زیادی وجود دارند. برای من سؤال «بهترین رشته دنیا چیست؟» کمی شبیه این سؤال است که



یکی از چالش‌های واقعی برای افرادی که تازه از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند این است که نظام دانشگاهی در سازگار شدن با تغییرات، کُند عمل می‌کند. سرعت تغییر در دانشگاه به‌هیچ‌وجه با سرعت تغییرات هوش مصنوعی همخوانی ندارد

هوش مصنوعی می‌تواند ۳۰ یا ۴۰ درصد اکثر وظایف را خودکار کند. اجازه دهید هوش مصنوعی آن بخش را انجام دهد و در عوض، مهارت‌های تازه‌ای کسب کنید تا بتوانید آن ۶۰ یا ۷۰ درصدی را انجام دهید که هوش مصنوعی از پسش برنمی‌آید.

«بهترین شغل دنیا چیست؟»

بگذارید درباره ایمیلی بگویم که از یک نوجوان در آستانه ورود به دانشگاه دریافت کردم. او برایم نوشته بود: «اندرو، من دوره‌های آنلاین می‌گذرانم، اما واقعاً نمی‌دانم در دانشگاه چه رشته‌ای انتخاب کنم، چون چهار سال دیگر آیا هوش مصنوعی همه این کارها را انجام نمی‌دهد و هر چیزی که یاد گرفتم منسوخ نمی‌شود؟»

پاسخ این است: نه، البته که همه‌چیز منسوخ نخواهد شد. اما وقتی دائماً این پیام‌های ترس‌آفرین را تکرار می‌کنیم، باعث می‌شویم مردم حتی درباره این تردید کنند که آیا در آینده اصلاً جایی در اقتصاد خواهند داشت یا نه. این ترس باعث می‌شود به سمت یادگیری مهارت‌هایی نروند که می‌تواند آن‌ها را در موقعیت بسیار بهتری قرار دهد. من به‌وضوح می‌بینم که این پیام‌های ترس‌آفرین، نگاه افراد را نسبت به اقتصاد منحرف کرده است. صادقانه بگویم، وادار کردن مردم به تسلیم شدن یکی از بدترین کارهایی است که می‌توانیم در این دوره انجام دهیم؛ دوره‌ای که کسانی که با جدیت وارد میدان می‌شوند، می‌توانند رشد کنند و موفق شوند.

وقتی به توسعه مهارت‌های انسانی فکر می‌کنم، احساس می‌کنم از آنجا که هوش مصنوعی تأثیر بسیار شدیدی بر مهندسی نرم‌افزار گذاشته، اتفاقاتی که امروز در بازار کار مهندسی نرم‌افزار می‌بینیم، نشانه‌ای از چیزهایی است که در آینده در سایر حوزه‌ها نیز خواهیم دید.

در مهندسی نرم‌افزار، افراد باید مهارت‌های جدیدی یاد بگیرند؛ اما وقتی این کار را انجام می‌دهند، شکوفا می‌شوند، ارزش بیشتری خلق می‌کنند، صادقانه بگویم حقوقشان افزایش پیدا می‌کند و روی پروژه‌های هیجان‌انگیزتری کار می‌کنند. نشانه‌های اولیه همین روند را در رشته‌ها و حوزه‌های دیگر نیز می‌بینم.

مثلاً در مهندسی نرم‌افزار، بسیاری از توسعه‌دهندگانی که قبلاً صرفاً توسعه‌دهنده فرانت‌اند یا بک‌اند بودند، اکنون با کمک هوش مصنوعی به توسعه‌دهندگان «فول‌استک» تبدیل شده‌اند، چون می‌توانند دامنه وسیع‌تری از کارها را بر عهده بگیرند.

در حوزه‌های دیگر هم نشانه‌های اولیه مشابهی می‌بینم. برای مثال، فردی که در بازاریابی وظیفه‌اش هماهنگی کمپین‌های بازاریابی بود، اکنون با کمک هوش مصنوعی می‌تواند بیشتر به یک بازاریاب «تمام‌چرخه» تبدیل شود و دامنه گسترده‌تری از کارها را انجام دهد.

در حوزه استخدام هم می‌بینم افرادی که پیش‌تر صرفاً وظیفه پیدا کردن و شناسایی نامزدهای شغلی را داشتند، به سمت انجام کل فرایند استخدام از ابتدا تا انتها حرکت می‌کنند. بنابراین اینجا هم یک خبر خوب داریم و هم یک خبر بد.



متاسفانه بسیاری از دانشگاه‌ها هنوز دانشجویان را برای مشاغل سال ۲۰۲۲ آماده می‌کنند، در حالی که حتی نباید آن‌ها را صرفاً برای مشاغل سال ۲۰۲۶ آماده کنیم. باید آن‌ها را برای مشاغل سال ۲۰۲۸ و سال‌های پس از آن آموزش دهیم

برای اینکه افراد بتوانند وارد چنین نقش‌های گسترده‌تری شوند، باید مهارت‌های هوش مصنوعی را یاد بگیرند. اما موضوع فقط یادگیری AI نیست. آن‌ها باید مهارت‌های دیگری را هم یاد بگیرند؛ مثلاً سایر بخش‌های بازاریابی، استخدام، مهندسی نرم‌افزار یا مهندسی هوش مصنوعی.

به همین دلیل فکر می‌کنم امروز نیاز بسیار بزرگی به کسب مهارت‌های تازه ایجاد شده است. اما وقتی افراد این مهارت‌ها را کسب کنند ــ هم مهارت‌های هوش مصنوعی و هم مهارت‌های تخصصی رشته خودشان ــ می‌توانند کارهای بسیار بیشتری انجام دهند، امیدوارم بیشتر از کارشان لذت ببرند، روی پروژه‌های هیجان‌انگیزتری کار کنند و امیدوارم دستمزد بیشتری هم بگیرند.

■ **موگیلکو: پس در پاسخ به این سوالات که «بهترین رشته دنیا چیست» و «بهترین شغل دنیا چیست؟» باید جواب بدهیم چیزی که دوستش داشته باشید، درست است؟**

انگ: دقیقاً. دختر من می‌خواهد فضانورد شود. نمی‌دانم آیا رشته‌ای وجود دارد که آدم در آن «فضانورد شدن» بخواند یا نه! باید درباره‌اش فکر کنم. البته ممکن است وقتی بزرگ‌تر شود نظرش عوض شود. من در طیف بسیار گسترده‌ای از مشاغل فرصت‌های فراوانی می‌بینم و همه آن‌ها برایم هیجان‌انگیز به نظر می‌رسند. اما هوش مصنوعی را باید یاد بگیرید. یاد بگیرید با هوش مصنوعی چیزی بسازید.

یک نکته مهم هم اینجا وجود دارد: این را قبلاً به‌طور شهودی احساس می‌کردم، اما وقتی دیدم داده‌ها هم آن را نشان می‌دهند، برایم جالب بود: در تعداد بسیار بیشتری از آگهی‌های شغلی می‌بینیم که شرکت‌ها دنبال افرادی هستند که قدرت ابتکار و عاملیت شخصی بسیار بالایی داشته باشند.

دلیلش این است که با وجود هوش مصنوعی، فرصت‌های بسیار بیشتری برای افراد ایجاد شده تا خودشان یک مشکل را تشخیص دهند و بعد چیزی بسازند یا اقدامی انجام دهند تا آن مشکل را حل کنند. بنابراین فکر می‌کنم واقعاً در حال عبور از دوره‌ای هستیم ــ البته مدت‌هاست این روند شروع شده، اما حالا سرعت گرفته ــ که افراد صرفاً می‌نشستند و منتظر می‌ماندند رئیسشان به آن‌ها بگوید چه‌کاری انجام دهند.

۸
استقلال بیشتر افراد درون سازمان‌ها

■ **موگیلکو: من هم این موضوع را احس کرده‌ام، به‌خصوص از زمانی که کار از راه دور را شروع کردیم. دوست دارم افراد در حوزه کاری خودشان مثل یک کارآفرین رفتار کنند. واقعاً فکر می‌کنم ــ و بگویید آیا با من موافقید یا نه ــ در حال حرکت به سمت بازاری هستیم که در آن تقریباً همه افراد استقلال بیشتری دارند.**

انگ: فکر می‌کنم افراد استقلال و خلاقیت بسیار بیشتری خواهند داشت، بنابراین با شما موافقم. حتی یک قدم جلوتر هم می‌روم. من با افراد زیادی، از جمله مهندسان و کارکنان دیگر شرکت‌های بزرگ، صحبت می‌کنم که می‌گویند مدیرشان دائماً به آن‌ها می‌گوید: «از محدوده مسئولیت خودت خارج نشو.» ممکن است فردی بگوید: «من یک ایده خلاقانه دارم»، اما مدیرش پاسخ بدهد: «نه، من می‌خواهم فقط روی همین یک موضوع تمرکز کنی.» و صادقانه بگویم، گاهی علتش این است که آینده شغلی خود آن مدیر به موفقیت همان موضوع وابسته است. اما احساس می‌کنم فرصت‌های بسیار بیشتری ایجاد شده تا افراد چیزهایی را خارج از محدوده سنتی مسئولیتشان ببینند و بعد، به شکلی مسئولانه، بررسی کنند چگونه می‌توانند آن کار را انجام دهند. این موضوع برای من واقعاً هیجان‌انگیز است.

فکر می‌کنم در آینده، کسب‌وکارهایی که فرهنگی ایجاد کنند که کارکنان را تشویق کند هوش مصنوعی یاد بگیرند، سریع و مسئولانه چیزهای جدید بسازند و با مشتریان صحبت کنند، بسیار بیشتر از سازمان‌های سلسله‌مراتبی و جزیره‌ای ارزش خلق خواهند کرد.

۹

«مسلط بودن به AI» در محیط کار یعنی چه

■ **موگیلکو: وقتی می‌گویید افراد باید کار با هوش مصنوعی را یاد بگیرند و در آن ماهر شوند، می‌توانید معیارهای مشخصی ارائه کنید؟ مثلاً فرض کنید فردی بازاریاب است و می‌گوید در استفاده از هوش مصنوعی پیشرفته است. وقتی با چنین فردی مصاحبه می‌کنید، دقیقاً دنبال چه چیزی هستید؟**

انگ: تقریباً مطمئنم تیم من در این زمینه از جریان عمومی جلوتر است. تمام بازاریاب‌های من بلدند کدنویسی کنند. بنابراین یکی از چیزهایی که هنگام مصاحبه با بازاریاب‌ها از آن‌ها می‌پرسیم این است که چه چیزهایی ساخته‌اند. و اگر هیچ نرم‌افزاری نساخته باشند...

■ **موگیلکو: مثلاً چه چیزی ساخته‌اند؟**

انگ: خب، همین چند وقت پیش یکی از افراد تیم بازاریابی درباره ابزارهایی صحبت می‌کرد که خودش ساخته بود. وقتی می‌خواهد درباره موضوعی مقاله بنویسد، سیستم او وب را جست‌وجو می‌کند، مطالب مرتبط را پیدا می‌کند و حتی یک اپلیکیشن دسکتاپ اختصاصی دارد. در واقع خودش یک برنامه دسکتاپ ساخته که روی مک او اجرا می‌شود و مقالات مرتبط را برایش برجسته می‌کند. بعد می‌تواند با کل این سیستم گفت‌وگو کند و هم میان چیزی که خودش در حال نوشتن است و هم منابع و مطالب مرتبط جابه‌جا شود. یک داشبورد بزرگ هم ساخته بود که اینترنت را جست‌وجو می‌کرد و موضوعات جالب و تازه‌ای را که در حال ظهور بودند برایش برجسته می‌کرد. حتی در تیم خود من هم فکر می‌کنم آن بازاریاب از بقیه جلوتر است.

■ **موگیلکو: نمونه‌های کاربردی دیگری هم دارید که بتواند الهام‌بخش افراد باشد تا چیزی مشابه بسازند؟**

انگ: بگذارید فکر کنم... مثلاً تیم مالی من به شکل گسترده‌ای از هوش مصنوعی استفاده می‌کند. یکی از مدیران مالی ما متوجه شد که اعضای تیمش هر هفته ساعت‌ها وقت صرف کلیک کردن روی اسناد مختلف می‌کنند: این فایل را باز کن، این عدد را کپی کن و اینجا قرار بده و مانند آن. بنابراین شروع کرد به ساخت اسکریپت‌های خودکارسازی که به‌طور منظم اجرا می‌شوند. این اسکریپت‌ها فایل‌ها را به‌صورت خودکار باز می‌کنند، محتوای آن‌ها را بررسی می‌کنند، سازگاری داده‌ها را می‌سنجند و اگر نکته‌ای وجود داشته باشد که اعضای تیم باید به آن توجه کنند، آن را برجسته می‌کنند. حتی اگر سند جدیدی اضافه شده باشد، به تیم اطلاع می‌دهند. چیزی که برای من جالب است این است که تیم‌ها دیگر لازم نیست منتظر بمانند تا یک مهندس برایشان این کارها را انجام دهد. آن‌ها نه‌فقط می‌توانند داشبورد بسازند، بلکه می‌توانند نوعی زیرساخت مدیریت داده ایجاد کنند که اطلاعات را دریافت کند و هروقت اتفاق مهمی افتاد به آن‌ها هشدار دهد.

تیم استخدام‌مان را هم باید اضافه کنم. ما در واقع مهندسان استخدام داریم؛ یعنی مهندسان حرفه‌ای واقعی که درون تیم استخدام فعالیت می‌کنند و ابزارهای بسیار پیشرفته‌ای برای فرایند استخدام می‌سازند. این خودش روند مهم دیگری است. به نظرم بازاریاب‌ها، استخدام‌کنندگان، متخصصان منابع انسانی و نیروهای عملیاتی همگی باید هوش مصنوعی را یاد بگیرند. اما در کنار آن، اگر یک مهندس را مستقیماً درون چنین تیم‌هایی قرار دهید، سرعت و دامنه کارهایی که می‌توانید انجام دهید باز هم به‌طور قابل‌توجهی افزایش پیدا می‌کند.

■ **موگیلکو: ما هم همین کار را انجام می‌دهیم. ابتدا از یک چیز ساده شروع می‌کنیم و خودمان آن را با هوش مصنوعی می‌سازیم. بعد به یک محدودیت می‌رسیم و دیگر نمی‌توانیم جلوتر برویم. آن موقع یک مهندس وارد می‌شود و نسخه پیشرفته‌تر را با هم می‌سازیم.**

انگ: صادقانه بگویم، وقتی نه‌فقط به «مهندس نرم‌افزار»، بلکه به نقش‌هایی مثل مهندس استخدام، مهندس بازاریابی یا مهندس منابع انسانی نگاه می‌کنید، متوجه می‌شوید که امروز حجم بسیار زیادی کار مهندسی ارزشمند وجود دارد که می‌توان انجام داد. واقعاً نگران این نیستم که روزی کار مهندسی تمام شود. همه دوستان من آن‌قدر سرشان شلوغ است که گاهی با خودمان می‌گوییم: واقعاً چطور ممکن است مشاغل مهندسی تمام شوند؟

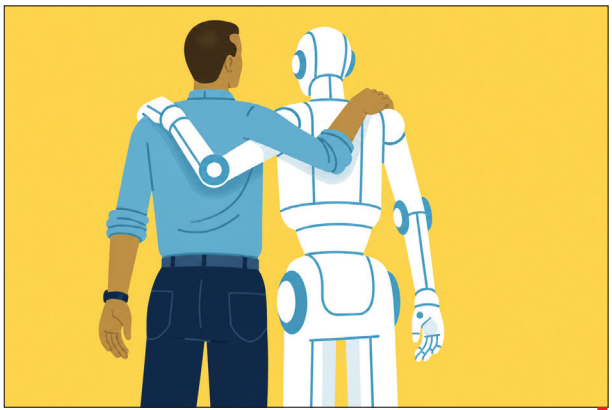
اتفاق مهمی که با هوش مصنوعی افتاده این است که هزینه ساختن به‌شدت سقوط کرده است. به همین دلیل، چالش اصلی حالا از «چگونه بسازیم؟» به «چه چیزی بسازیم؟» منتقل شده است. واقعاً کارهای هیجان‌انگیز بسیار زیادی برای انجام دادن وجود دارد.

۱۰

از دست رفتن کنترل انسان بر هوش مصنوعی

■ **موگیلکو: حالا به نگرانی دیگری بپردازیم: از دست رفتن کنترل انسان بر هوش مصنوعی. من با یوشوا بنجیو – یکی از سه پدرخوانده هوش مصنوعی – صحبت می‌کردم که درباره هوش مصنوعی متن‌باز و رایگان، بدون هیچ‌گونه مقررات، دیدگاهی بسیار منفی داشت. او سناریوهای بسیار ترسناکی برای من ترسیم کرد که در آن هوش مصنوعی کنترل را در دست می‌گیرد. اساس این سناریو این است که ما نمی‌توانیم چیزی را که از خودمان باهوش‌تر است کنترل کنیم. اگر هوش مصنوعی هر روز باهوش‌تر و باهوش‌تر شود، در نهایت به کجا می‌رسیم؟ نظر شما چیست؟**

انگ: من به چیز دیگری فکر می‌کنم که آن را هم نمی‌توانیم به‌طور کامل کنترل کنیم: هواپیما. هیچ‌کس نمی‌تواند هواپیمایی بسازد که بتوان آن را در همه شرایط به‌طور کامل و بی‌نقص کنترل کرد. باد می‌تواند هواپیما را تکان دهد و مسیرش را تغییر دهد. صادقانه بگویم، در سال‌های اولیه توسعه هواپیماها، بعضی هواپیماها سقوط کردند و انسان‌هایی جان باختند. اتفاقاتی تراژیک و وحشتناک بود. اما از همان تجربه‌های اولیه درس گرفتیم و به‌تدریج یاد گرفتیم هواپیماها را بهتر و بهتر کنترل کنیم. امروز بیشتر ما می‌توانیم سوار هواپیما شویم بدون اینکه دائماً نگران جان خود باشیم. در مورد هوش مصنوعی هم تا حد زیادی همین وضعیت وجود دارد. هیچ‌کس نمی‌تواند هوش مصنوعی را به‌طور کامل کنترل کند، چون این سیستم‌ها توکن‌ها یا خروجی‌هایی تولید می‌کنند که تا حدی تصادفی هستند. بنابراین دقیقاً نمی‌دانیم در هر لحظه چه کاری انجام خواهند داد. در جریان استفاده از این سیستم‌ها تعداد محدودی حادثه و خطا رخ داده است که البته تأسف‌آور است و بعضی از آن‌ها خسارت واقعی نیز ایجاد کرده‌اند. اما شیوه‌ای که تقریباً هر سیستم مهندسی را توسعه می‌دهیم — از هواپیما گرفته تا مدارهای الکتریکی و حالا هوش مصنوعی — این است که توانایی‌های آن را به‌تدریج و با احتیاط افزایش می‌دهیم تا بتوانیم در محیطی کنترل‌شده ببینیم چه چیزی اشتباه پیش می‌رود و بعد سیستم را طوری اصلاح کنیم که به اندازه کافی تحت کنترل باشد و رفتاری مسئولانه و ایمن داشته باشد. حتی امروز هم نمی‌توانیم هیچ هواپیمایی را صددرصد کنترل کنیم و احتمالاً هیچ‌وقت هم نخواهیم توانست هوش مصنوعی را به‌طور کامل کنترل کنیم. اما فکر می‌کنم همین حالا هم کنترل ما بر این سیستم‌ها به اندازه‌ای هست که ایده «از دست رفتن کامل کنترل» برای من بیشتر شبیه داستان‌های علمی‌تخیلی باشد تا علم.



وقتی از هوش مصنوعی می‌خواهید کاری را به جای شما انجام دهد، در واقع بخشی از فعالیت شناختی خود را به هوش مصنوعی واگذار می‌کنید و «برون‌سپاری شناختی» انجام می‌دهید. میزان ماندگاری اطلاعات در ذهن انسان با این روش بسیار کمتر می‌شود



موتور محرک اروپا

اقتصاد آلمان از اوج تا افول دوباره



امیراحمد شیشه‌گر
پژوهشگر

اگر در زمستان سال ۲۰۲۶ گذارتان به ایستگاه مرکزی قطار فرانکفورت یا مونیخ بیفتد، با اولین شـوک عینی روبه‌رو می‌شوید: تابلوی بزرگ اعلان حرکت قطارها که زمانی نماد ثانیه شـمار و بی‌نقص مهندسی آلمانی بود، حالا یکپارچه قرمزرنگ است. مسـافرانی که کلاه‌های پشـمی را روی گوش‌های خود کشیده‌اند، با چشمانی خسـته و کلافه به عبارت «لغو شـد» (Ausfall) خیره شده‌اند. کارمندی که باید به جلسه مهمی در اشتوتگارت برسد، با عصبانیت می‌گوید: «دیگر فرقی نمی‌کند؛ خطوط راه‌آهن ملی (Deutsche Bahn) عملاً فلج شـده است. یا قطار نیست، یا اگر هست لوکوموتیوران اعتصاب کرده، یا ریل‌ها به دلیل دهه‌ها فرار از بودجه تعمیرات در حال متلاشی شدن هستند. ما داریم در یک کشور در حال توسعه با بوروکراسی قرن نوزدهمی زندگی می‌کنیم.» این دیگر اغراق مطبوعاتی نیست؛ این بوی رخوت، خستگی و فرسایشی است که در تار و پود زندگی روزمره جامعه آلمان دویده است. ایمانی که دهه‌ها مذهب نانوشته این مردم بود ــ اینکه سیستم همواره و تحت هر شرایطی کار می‌کند ــ به طرز بی‌رحمانه‌ای فروریخته است.

نزدیک به دو دهه، رفاه مردم آلمان بر روی یک ساختار پنهان و بسیار شکننده سوار بود که در دوره آنگلا مرکل به اوج خود رسـید؛ یک رفاه رخوت‌انگیز که ریشه در سه واقعیت بیرونی داشت: گاز ارزان و بی‌پایان روسیه که خانه کارگران را گرم و کوره‌های صنایع غول‌آسا را روشن نگه می‌داشت، چتر امنیتی رایگان واشنگتن که به برلین اجازه می‌داد بودجه کشور را به جای تسلیحات صرف خدمات رفاهی و پاداش‌های بازنشستگی کند، و ولع بازار چین برای بلعیدن خودروهای مرسـدس و بی‌ام‌و. دولت آلمان هر سال تراز مثبت مالی و «صفر سیاه» (بودجه بدون کسری) را جشن می‌گرفت و مردم در آرزوی بازنشستگی‌های مجلل بودند، غافل از اینکه برلین در حال فدا کردن سرمایه فیزیکی فردا به پای انضباط مالی صوری امروز بود. آن‌ها روی پله‌های برقی خراب، بزرگراه‌های پر از چاله و سیسـتم اداری عجیبی که هنوز عاشق کاغذبازی و دستگاه فکس است، راه می‌رفتند اما مازاد تجاری، این تصلب ساختاری را پنهان می‌کرد.

همه‌چیز در یک شب دود شد. با انفجار لوله‌های نورد استریم در اعماق دریای بالتیک، شریان اصلی انرژی قطع شد و ناگهان قبض‌های برق و گاز خانگی در لایپزیگ و دورتموند سر به فلک کشید. بازنشسـتگانی که عادت داشتند زمستان‌ها را در سواحل گرم اسپانیا سـپری کنند، حالا مجبورند در خانه‌های خود پتـو دور خود بپیچند و به اخبار تعطیلی کارخانه‌های باسابقه گوش بدهند. وقتی غول شیمیایی BASF بخش‌هایی از مجتمع تاریخی خود در لودویگس‌هافن را تعطیل می‌کند و سـرمایه خود را به آمریکا می‌برد، برای مردم عادی این آمار اقتصادی نیست؛ این یعنی ناپدید شدن لایه‌های شغلی، یعنی کارگر ماهر چهل‌ساله‌ای که می‌داند مهارتش دیگر در خاک کشورش خریدار ندارد. فاجعه‌بارتر از همه، صنعت خودروسـت؛ ستون هویت ملی آلمان. امروز، کارگر فولکس‌واگن با وحشت به این واقعیت خیره شده که خودروهای برقی و نرم‌افزارمحور چینی، بازار را فتح کرده‌اند و برای اولین بار در تاریخ پس از جنگ جهانی دوم، این شرکت اصیل آلمانی صحبت از تعطیلی کارخانه‌های داخلی خود به میان آورده است.

در مرکز این تله، مردم با یک لجاجت حقوقی و خودتحریمی عجیب مواجهند که دست دولت را برای نجات کشور بسته است: قانون «سقف بدهی» (Schuldenbremse) در قانون اساسی. وقتی دادگاه کارلسروهه بودجه‌های نوسازی زیرساخت‌ها را غیرقانونی اعلام کرد، مردم متوجه شدند که بوروکراسی کشورشان در حال صیانت از یک ریاضت مالی خودویرانگر است. در حالی که پل‌های بتنی بزرگراه‌ها یکی پس از دیگری به دلیل فرسودگی مسدود می‌شوند و ترافیک‌های کیلومتری صنایع متوسط (Mittelstand) را در روستاهای دورافتاده قفل می‌کنند، دولت طبق قانون حق ندارد برای بازسازی آن‌ها استقراض کند. آلمان امروز دیگر آن ویترین لوکس، تمیز و مغرور سابق نیست؛ تصویر کشوری است گرفتار در برزخ نوستالژی دوران شکوه گذشته و واقعیت تلخ عقب‌ماندگی فیزیکی، جایی که مردم آن هر روز صبح با این پرسش از خواب بیدار می‌شوند: موتور محرک اروپا چگونه به مرد بیمار قاره تبدیل شد؟

نشریه اکونومیسـت (The Economist) در پرونده ویژه ناترازی اروپا، نوشت:« آلمان بار دیگر به "مرد بیمار اروپا" تبدیل شده است. اما تفاوت این اپیزود با اواخر دهه ۱۹۹۰ در این است که این بار، ابزارهای سنتی پولی و مالی کارگر نیستند. توافقات نهادی آلمان، از جمله قانون سـقف بدهی، دولت را در یک "ریاضت تحمیلی" قفل کرده است؛ آن هم دقیقاً در زمانی که جهان برای گذار به اقتصاد سبز و دیجیتال، نیازمند یک ابر-سرمایه‌گذاری عمومی است. آلمان در حال از دست دادن صنایع سنگین خود است و جایگزینی برای آن‌ها ندارد.»

همچنین خبرگزاری بلومبرگ در گزارشی با عنوان «کالبدشکافی فرار سرمایه» درباره آلمان نوشت:« خروج بزرگ ارقام سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) از آلمان نشان‌دهنده یک زنگ

خطر تاریخی برای برلین است. غول‌های صنعتی آلمان دیگر در آلمان سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. تصمیم شرکت BASF برای کوچک‌سازی مجتمع تاریخی لودویگس‌هافن و سرمایه‌گذاری ۱۰ میلیارد دلاری در گوانگدونگ چین، به همراه هجرت شرکت‌های قطعه‌سازی به ایالات متحده برای بهره‌مندی از یارانه‌های قانون کاهش تورم (IRA)، نشان‌دهنده یک دگرگونی عمیق است. آلمان با ترکیب کشنده‌ای از انرژی گران، نیروی کار پیر و رو به کاهش، و بوروکراسی فلج‌کننده، جذابیت خود را به عنوان میزبان تولید صنعتی از دست داده است.»

علاوه بر این ها روزنامه هاندلسبلات با نقد نهادهای مالی و قانون اساسی در آلمان نوشت:« وقتی قانون اساسی علیه آینده شورش می‌کند؛ قانون سقف بدهی (Schuldenbremse) که در دوران رونق برای مهار سیاست‌مداران وضع شده بود، اکنون به یک "تله انقباضی" تبدیل شده است. ما با جاده‌های خراب، پل‌های مسدودشده و قطارهای از کار افتاده روبه‌رو هستیم، اما از نظر حقوقی اجازه نداریم برای نجات سرمایه فیزیکی کشور استقراض کنیم. این سیستم نهادی نه از پایداری مالی، بلکه از "انجماد ساختاری" محافظت می‌کند.»

مسیر آلمانی

دوره اول (۱۹۵۰ - ۱۹۹۰): ریشه‌های معجزه اقتصادی

ویرانه‌های جنگ جهانی دوم برای آلمان تنها یک فاجعه فیزیکی نبود، بلکه یک خلاء مطلق ساختاری و اخلاقی بود. کارخانه‌ها به تلی از خاکستر تبدیل شده بودند، ابرتورم ارزش مارک قدیمی (Reichsmark) را به صفر رسانده بود و سیستم مبادله کالابه‌کالا (اقتصاد سیگار) جایگزین نظام پولی شده بود. در این اتمسفر فروپاشی، معجزه اقتصادی آلمان (Wirtschaftswunder) حاصل یک تصادف یا صرفاً تزریق پول از طریق طرح مارشال نبود؛ بلکه نتیجه یک مهندسی معکوس نهادی دقیق و تولد دکترین «اوردولبرالیسم» (Ordoliberalism) یا همان «اقتصاد بازار اجتماعی» (Soziale Marktwirtschaft) بود که توسط لودویگ ارهارد (Ludwig Erhard) پدید آمد.

اوردولبرالیسم مکتب فکری منحصربه‌فرد آلمانی بود که با لیبرالیسم کلاسیک انگلیسی (دست نامرئی بازار) تفاوت بنیادین داشت. متفکران این مکتب (مانند والتر اوکن و ویلهلم روپکه) معتقد بودند که بازار آزاد یک پدیده طبیعی و خودانتظام نیست، بلکه مانند یک بازی فوتبال، نیازمند یک «دولت داور» است. وظیفه دولت این نبود که خود وارد زمین بازی شود یا مالک کارخانه‌ها باشد (سوسیالیسم)، بلکه باید یک چارچوب حقوقی و نهادی سخت‌گیرانه (Ordo) ایجاد می‌کرد تا از شکل‌گیری انحصارات، کارتل‌ها و تبانی‌های تجاری جلوگیری کند. دولت داور موظف بود رقابت کامل را تضمین کند، اما در عین حال، یک تور ایمنی اجتماعی قوی (تأمین اجتماعی، بیمه درمانی و قانون کار) پهن می‌کرد تا تلاطم‌های بی‌رحمانه بازار، انسجام جامعه را متلاشی نکند. این توازن ظریف میان «آزادی اقتصادی» و «عدالت اجتماعی»، کدهای ژنتیکی ثبات آلمان را شکل داد.

ستون فقرات این سیستم، خلق «بوندس‌بانک» (Bundesbank - بانک مرکزی آلمان) در سال ۱۹۵۷ بود. با توجه به کابوس تاریخی ابرتورم دهه ۱۹۲۰ که طبقه متوسط آلمان را نابود و فضا را برای ظهور هیتلر مهیا کرده بود، بوندس‌بانک به عنوان مستقل‌ترین بانک مرکزی جهان متولد شد. این نهاد دژی نفوذناپذیر در برابر خواسته‌های کوتاه‌مدت سیاست‌مداران ولخرج بود. وظیفه اصلی آن، صیانت مطلق از ارزش «دویچه مارک» (D-Mark) و مهار تورم بود. این انضباط پولی آهنین، ثبات قیمتی بی‌نظیری را پدید آورد که به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی اجازه می‌داد برنامه‌ریزی‌های بلندمدت و استراتژیک انجام دهند. دویچه مارک به سرعت به نماد غرور ملی جدید، ثبات و اعتبار آلمان در جهان تبدیل شد.

در لایه انسانی و صنعتی، این ساختار نهادی منجر به تکامل سیستم «سرمایه‌داری راینلند» (Rhineland Capitalism) یا سرمایه‌داری اشتراکی شد. برخلاف مدل آنگلوساکسون که بر سود کوتاه‌مدت سهامداران در بورس تمرکز داشت، مدل آلمانی بر پایه هم‌گرایی و توافق بلندمدت میان سه ضلع اصلی استوار بود: بانک‌های بزرگ منطقه، اتحادیه‌های کارگری، و کارفرمایان. در این سیستم:

بانک‌ها به جای بورس‌بازی، وام‌های بلندمدت و کم‌هزینه را در اختیار بخش تولید قرار می‌دادند

اتحادیه‌های کارگری در فضایی به نام «تعیین سرنوشت مشترک» (Mitbestimmung) در هیئت مدیره شرکت‌های بزرگ صندلی داشتند. آن‌ها در ازای امنیت شغلی و افزایش رفاه اجتماعی، از درخواست‌های افراطی برای افزایش دستمزد خودداری می‌کردند تا رقابت‌پذیری صادرات آلمان ضربه نخورد.

این صلح صنعتی و وفاداری کارگری، خاک حاصلخیزی را برای رشد شرکت‌های کوچک و متوسط خانوادگی فراهم کرد که به «قهرمانان پنهان» (Hidden Champions) یا بدنه Mit-telstand معروف شدند؛ شرکت‌هایی تخصصی که در روستاهای دورافتاده آلمان، بدون هیاهو، دقیق‌ترین ماشین‌آلات صنعتی، ابزارآلات و قطعات های‌تک جهان را تولید می‌کردند و بازارهای جهانی را به انحصار خود درمی‌آوردند.

تا سال ۱۹۹۰، آلمان غربی زیر سایه این مدل، از خاکستر جنگ به دومین ابرقدرت صادراتی جهان و انبار سرمایه فیزیکی و لجستیکی اروپا تبدیل شده بود. شبکه بزرگراهای بدون محدودیت سرعت (Autobahn) و خطوط ریلی مدرن، سیستم گردش خون این کارخانه عظیم بودند. اما همین محاسن ساختاری ـ یعنی فوبیای شدید نسبت به تورم، اصرار بر انضباط مالی مطلق، مدل بانک‌محور سنتی و وفاداری به صنایع سنگین مکانیکی ـ درون خود هسته‌های یک صلبیت نهادی را پرورش می‌دادند. این سیستم برای دنیای فیزیکی و آنالوگ قرن بیستم، بی‌پایان کارآمد بود؛ اما ترجیحات مسیر وابسته‌ای (Path Dependency) را ایجاد کرد که آلمان را در مواجهه با دنیای دیجیتال، سیال و بدون مرز قرن بیست و یکم، به شدت صلب و آسیب‌پذیر ساخت.

اصلاحات هارتز و تثبیت پارادایم مرکل، پیچیده‌ترین و کلیدی‌ترین نقطه عطف در درک بحران امروز آلمان است؛ زیرا این دوران دقیقاً همان جایی است که محاسن نهادی و موفقیت‌های ظاهری، به صورت پنهان به تله‌های ساختاری تبدیل شدند. برای کالبدشکافی دقیق و مفصل این دوره، باید سه لایه مجزا اما متقاطع را تحلیل کنیم: شوک مالی و اجتماعی ادغام دو آلمان، جراحی رادیکال بازار کار، و مهندسی مدل رشد برون‌گرا بر پایه آربیتراژهای سه‌گانه بیرونی.

دوره دوم: شوک اتحاد دو آلمان (۱۹۹۰ - ۲۰۰۲)

سقوط دیوار برلین اگرچه یک پیروزی تاریخی برای دنیای آزاد و یک دستاورد عاطفی بی‌نظیر برای ملت آلمان بود، اما ترازنامه اقتصادی کشور را با تکانی شدید مواجه کرد. ادغام آلمان شرقیِ سابق ـ که بر پایه اقتصاد دستوری، صنایع فرسوده، بهره‌وری پایین و زیرساخت‌های متلاشی‌شده شکل گرفته بود ـ در بدنه آلمان غربی، نیازمند یک انتقال ثروت بی‌سابقه در تاریخ مدرن بود.

دولت فدرال برای همسان‌سازی سریع استانداردهای زندگی، تصمیم استراتژیک اما به شدت پرهزینه‌ای اتخاذ کرد. نرخ برابری مارک شرق و غرب به صورت فرمایشی و سیاسی با نسبت یک‌به‌یک (۱:۱) تعیین شد. این اقدام اگرچه قدرت خرید مردم شرق را به صورت موقت

مقایسه دو دوره سیاست‌گذاری در آلمان

مؤلفه ساختاری	دوران ثبات و رونق (تا ۲۰۲۱)	دوران ناترازی و فرسایش (۲۰۲۲ به بعد)
دکترین انرژی	وابستگی به گاز ارزان خط‌لوله‌ای روسیه (ریسک تمرکز متراکم)	وابستگی به LNG گران‌قیمت بازار آزاد و ناترازی هزینه‌ای شبکه
سیاست مالی دولت	سیاست «صفر سیاه» (Schwarze Null)، انباشت مازاد بودجه	تله نهادی «سقف بدهی» (Schuldenbremse) و فلج سرمایه‌گذاری
بازار هدف تجاری	صادرات یک‌طرفه کالا به چین و جذب مازاد ارزی	رقابت تهاجمی چین در بازار خودروهای برقی و تهدید بازار داخلی
وضعیت زیرساخت فیزیکی	سرمایه‌گذاری بر روی نگهداری حداقلی (پوشاندن فرسودگی)	بروز عینی بحران راه‌آهن (DB)، فروپاشی پل‌ها و تأخیرهای سیستماتیک
رفتار سرمایه تجاری	بازسرمایه‌گذاری سودها در تحقیق و توسعه داخلی	فرار ساختاری سرمایه (Corporate Offshoring) به آمریکا و آسیا

برای بیش از یک دهه، دولت آلمان سالانه حدود ۱۰۰ میلیارد یورو (معادل ۴ تا ۵ درصد از GDP کشور) را از طریق وضع مالیات‌های ویژه (مانند مالیات همبستگی یا Solidarity Surcharge) از بخش غربی به بخش شرقی منتقل می‌کرد تا صرف بازسازی جاده‌ها، سیستم‌های بهداشتی و پرداخت حقوق بازنشستگی شود.

افزایش داد، اما پیامد ساختاری مخربی داشت؛ دستمزدها در آلمان شرقی ناگهان بدون هیچ‌گونه تناسبی با میزان بهره‌وری واقعی آن‌ها جهش کرد. نتیجه، فروپاشی آنی و زنجیره‌ای کارخانجات و کارگاه‌های آلمان شرقی بود که توان رقابت در بازار آزاد را نداشتند. نرخ بیکاری در بخش شرقی به بالای ۲۰درصد رسید و موج بزرگی از مهاجرت نیروی کار جوان به سمت شهرهای صنعتی غرب آغاز شد.

برای بیش از یک دهه، دولت آلمان سالانه حدود ۱۰۰ میلیارد یورو (معادل ۴ تا ۵ درصد از GDP کشور) را از طریق وضع مالیات‌های ویژه (مانند مالیات همبستگی یا Solidarity Surcharge) از بخش غربی به بخش شرقی منتقل می‌کرد تا صرف بازسازی جاده‌ها، سیستم‌های بهداشتی و پرداخت حقوق بازنشستگی شود. این فشار مالی سنگین، تراز بودجه آلمان را منفی کرد، نرخ بهره را بالا برد و سرمایه‌گذاری خصوصی را منجمد ساخت. آلمان غربی که تا پیش از آن لوکوموتیو پرسرعت اروپا بود، حالا به کشوری با رشد اقتصادی نزدیک به صفر، نرخ بیکاری دو رقمی (ثبت رکورد ۴.۷ میلیون بیکار در سال ۲۰۰۳) و صلبیت بالای ساختاری تبدیل شده بود؛ بحرانی که رسانه‌های بین‌المللی را مجاب کرد آلمان را «مرد بیمار اروپا» (The Sick Man of Europe) بنامند.

اصلاحات هارتز؛ جراحی دردناک رفاه و سرکوب دستمزدها (۲۰۰۳ - ۲۰۰۵)

در مواجهه با این فرسایش ساختاری، دولت سوسیال‌دموکرات گرهارد شرودر در سال ۲۰۰۳ یک طرح اصلاحی رادیکال تحت عنوان «دستور کار ۲۰۱۰» (Agenda ۲۰۱۰) را معرفی کرد که بخش اصلی آن به نام رئیس کمیته تدوین‌کننده آن (پیتر هارتز، مدیر منابع انسانی فولکس‌واگن) به «اصلاحات هارتز I تا IV» معروف شد. این طرح، یک تغییر پارادایم تمام‌عیار در دکترین بازار اجتماعی آلمان بود. دولت متوجه شده بود که مدل سنتی رفاه آلمانی ــ که در آن بیمه بیکاری طولانی‌مدت و سخاوتمندانه به کارگران اجازه می‌داد تا زمان پیدا کردن یک شغل کاملاً ایده‌آل دست از کار بکشند ــ در دنیای جهانی‌شده قرن ۲۱ دیگر قابل دوام نیست. اصلاحات هارتز با رویکرد «حمایت و تقاضا» (Fördern und Fordern) پیاده شد:

- **تضعیف اهرم‌های حمایتی:** دوره پرداخت مزایای بیکاری بلندمدت به شدت کاهش یافت.
- **ادغام سیستم‌های رفاهی (Hartz IV):** کمک‌هزینه بیکاری ساختاری با حداقل کمک‌هزینه معیشتی ادغام شد. کارگران بیکاری که از پذیرش شغل‌های پیشنهادی دولت (حتی اگر دستمزد آن پایین‌تر از تخصصشان بود) سر باز می‌زدند، با جریمه‌های سنگین و قطع فوری کمک‌هزینه‌ها مواجه می‌شدند.
- **خلق مشاغل کوچک (Mini-Jobs):** قوانین مربوط به مشاغل پاره‌وقت و موقت تسهیل شد و سقف درآمدی معاف از مالیات برای این مشاغل ایجاد شد.

پیامد اقتصادی این جراحی، شگفت‌انگیز اما تلخ بود. آلمان موفق شد «هزینه واحد نیروی کار» (Unit Labor Cost) خود را نسبت به سایر شرکای اروپایی (مانند فرانسه، ایتالیا و اسپانیا) به شدت کاهش دهد. یک بازار کار بزرگ ثانویه با دستمزدهای پایین شکل گرفت که رقابت‌پذیری قیمتی کالاهای آلمانی را در بازارهای بین‌المللی احیا کرد. بیکاری به سرعت روند نزولی به خود گرفت و کارخانه آلمانی دوباره روشن شد؛ اما به بهای شکل‌گیری پدیده «کارگران فقیر» (Working Poor) و نابرابری عمیق اجتماعی که هسته ثبات طبقه متوسط را مخدوش کرد.

پارادایم مرکل و آربیتراژهای سه‌گانه بیرونی (۲۰۰۵ - ۲۰۲۱)

آنگلا مرکل در سال ۲۰۰۵ کشوری را تحویل گرفت که جراحی دردناک خود را انجام داده بود و آماده پرواز بود. صدارت عظمای ۱۶ ساله مرکل، دوران طلایی ثبات، رشد مداوم و مازادهای تجاری خیره‌کننده بود؛ دورانی که در آن عبارت «Made in Germany» به اوج اعتبار خود رسید. اما تحلیل عمیق‌تر پدیدارشناختی نشان می‌دهد که این رونق، محصول پویایی و نوآوری داخلی نبود، بلکه ناشی از سواری مجانی بر روی یک تثلیث ژئوپلیتیک بیرونی بود که برلین هیچ کنترلی بر روی پایداری آن نداشت.

- **آربیتراژ اول؛ انرژی ارزان روسیه:** آلمان مدل تولید صنعتی خود (صنایع شیمیایی غول‌آسا، ذوب فلزات و قطعه‌سازی) را به طور کامل به خطوط لوله گاز روسیه (یامال، نورد استریم ۱) گره زد. گاز طبیعی روسیه نه به عنوان یک منبع سوخت ساده، بلکه به عنوان یک نهاده استراتژیک ارزان عمل می‌کرد که حاشیه سود صنایع آلمان را در برابر رقبای آمریکایی و آسیایی بالا نگه می‌داشت. برلین با وجود هشدارهای مکرر شرکای ژئوپلیتیک، وابستگی خود را به بالای ۵۵درصد رساند.
- **آربیتراژ دوم؛ سواری مجانی بر امنیت آمریکایی:** آلمان به واسطه حضور چتر هسته‌ای و نظامی ناتو و ارتش ایالات متحده در اروپا، بودجه نظامی خود را به کمتر از ۱٫۲درصد از GDP تقلیل داد (بسیار پایین‌تر از تعهد ۲درصد ناتو). این «صرفه‌جویی امنیتی» به دولت اجازه داد تا صدها میلیارد یورو سرمایه را به جای توسعه تسلیحات و ارتش، صرف تراز کردن بودجه و بسط سیستم رفاهی داخلی کند.
- **آربیتراژ سوم؛ ولع سیری‌ناپذیر پکن:** چرخه ابر-رشد اقتصادی چین در دهه‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۰ نیازمند دو چیز بود: ماشین‌آلات صنعتی پیشرفته برای تجهیز کارخانه‌ها، و خودروهای لوکس برای طبقه متوسط نوظهورش. آلمان تامین‌کننده انحصاری هردو بود. شرکت‌های غول‌آسای آلمانی مانند فولکس‌واگن و بی‌ام‌و بیش از ۴۰درصد از کل سود جهانی خود را تنها از بازار چین به‌دست می‌آوردند.

مذهب «صفر سیاه» و فرسایش ساختاری پنهان

همزمان با سرازیر شدن میلیاردها یورو مازاد تجاری به کشور، یک وسواس ذهنی شدید نسبت به انضباط مالی صوری در فرهنگ سیاسی برلین نهادینه شد. در سال ۲۰۰۹، تحت تاثیر ترس از بحران بدهی‌های اروپا، قانون «سقف بدهی» (Schuldenbremse) با حمایت هر دو حزب اصلی به قانون اساسی الحاق شد. این قانون، دولت را مکلف می‌کرد که تحت هیچ شرایطی کسری بودجه ساختاری خود را فراتر از ۰٫۳۵درصد تولید ناخالص داخلی نبرد. سپس، وزیر دارایی وقت، ولفگانگ شوبله، سیاست «صفر سیاه» (Schwarze Null) را اجرا کرد؛ یعنی تراز مطلق و بدون بدهی بودجه سالانه.

این سیاست در ظاهر نشان‌دهنده پایداری عالی مالی بود، اما در باطن به یک «خودویرانگری زیرساختی» تبدیل شد. برلین برای حفظ این تراز صوری، به مدت ۱۵ سال از سرمایه‌گذاری عمومی در سرمایه فیزیکی کشور فرار کرد. نرخ خالص سرمایه‌گذاری دولت در آلمان (سرمایه‌گذاری منهای استهلاک) در بسیاری از سال‌های دهه ۲۰۱۰ منفی بود. این یعنی آلمان در حال مصرف کردن و مستهلک کردن سرمایه‌های فیزیکی بود که نسل‌های قبلی ساخته بودند، بدون اینکه آن‌ها را نوسازی کند:

- **زیرساخت فیزیکی:** پل‌های بتنی بزرگراه‌ها (Autobahn) دچار خستگی مفرط شدند، ریل‌های راه‌آهن ملی پیر شدند و سوزن‌بانی‌ها در سطح تکنولوژی دهه ۱۹۷۰ باقی ماندند.
- **زیرساخت دیجیتال:** در حالی که کشورهای اروپای شرقی و آسیای شرقی در حال مجهز شدن به فیبر نوری پرسرعت و اینترنت 5G بودند، آلمان به دلیل عدم تخصیص بودجه، در رتبه‌های آخر توسعه پهنای باند سازمان OECD قرار گرفت و سیستم اداری آن کماکان به دستگاه فکس و کاغذبازی‌های فیزیکی وفادار ماند.
- **انجماد تکنولوژیک:** سودهای کلان ناشی از فروش خودروهای درون‌سوز (بنزینی و دیزلی) به چین، نوعی رخوت استراتژیک پدید آورد. غول‌های خودرویی آلمان نیازی به ورود ریسکی به حوزه خودروهای برقی و نرم‌افزارمحور نمی‌دیدند.



دروازه براندنبورگ در برلین که از نمادهای اصلی پیوند آلمان شرقی و غربی است

آلمان در پایان سال ۲۰۲۱، یعنی در روزهای پایانی صدارت مرکل، به هواپیمایی شبیه بود که با موتورهای خاموش اما به دلیل اینرسیِ سرعتِ قبلی، هنوز در آسمان پرواز می‌کرد. مسافران درون کابین (مردم) غرق در رفاه و مَازاد تجاری بودند، غافل از اینکه آربیتراژهای بیرونی در حال فروپاشی بودند و زیرساخت فیزیکی زیر پایشان به شدت پوسیده بود؛ تله‌ای تاریخی ناشی از وابستگیِ شدید به مسیر گذشته (Path Dependency) که با آغاز سال ۲۰۲۲، کشور را مستقیماً به دیوار سخت واقعیت کوبید.

دوره سوم (۲۰۲۲ به بعد): تقاطع شوک‌ها، تله حقوقی و انجماد ساختاری آلمان

اگر دوره دوم عصر «انباشت رخوت و توهم پایداری» بود، سال ۲۰۲۲ نقطه برخورد سهمگین فرضیات استراتژیک آلمان با دیوار سخت واقعیت ژئوپلیتیک و نهادی بود. در این دوره، تمام آربیتراژهای بیرونی که مدل اقتصادی مرکل بر آن‌ها استوار بود، به طور هم‌زمان متلاشی شدند. آلمان ناگهان خود را در موقعیت کشوری یافت که نه تنها مزیت‌های رقابتی‌اش را از دست داده، بلکه به دلیل قوانین سخت‌گیرانه‌ای که خودش وضع کرده بود (به‌ویژه سقف بدهی)، فاقد ابزار مالی لازم برای بازآرایی ساختار خود است. این دوره، داستان «انجماد ساختاری» و ورود آلمان به یک بحران وجودی عمیق است.

زلزله ژئواکونومیک ۲۰۲۲

با آغاز جنگ اوکراین در فوریه ۲۰۲۲، مدل کسب‌وکار آلمان یک‌شبه هوا رفت. فروپاشی این مدل را باید در سه لایه موازی بررسی کرد.

قطع جریان گاز ارزان روسیه از طریق خط لوله نورد استریم، مانند قطع اکسیژن از شش‌های صنایع سنگین آلمان بود. غول‌های شیمیایی مانند BASF (مستقر در سایت لودویگسهافن، بزرگ‌ترین مجتمع شیمیایی یکپارچه جهان) ناگهان با افزایش چندین برابری قیمت گاز مواجه شدند. گاز برای این صنایع صرفاً سوخت نبود، بلکه ماده اولیه تولید (Feedstock) به شمار می‌رفت. آلمان مجبور شد به سراغ گاز مایع طبیعی (LNG) گران‌قیمت آمریکایی و قطری برود. نتیجه؟ صنعت‌زدایی تدریجی (Deindustrial-ization)؛ کارخانه‌های متعددی خطوط تولید خود را تعطیل کردند یا تصمیم گرفتند سرمایه‌گذاری‌های جدید خود را به ایالات متحده (به دلیل سوبسیدهای قانون کاهش تورم یا IRA) یا آسیا منتقل کنند.

اولاف شولتس، صدراعظم آلمان، سه روز پس از جنگ اوکراین، دکترین جدید خود را تحت عنوان «نقطه عطف تاریخی» (Zeitenwende) اعلام کرد. آلمان ناگهان مجبور شد یک صندوق ویژه ۱۰۰ میلیارد یورویی برای بازسازی ارتش فرسوده خود (Bundeswehr) ایجاد کند. این بازآرایی یعنی پایان دوران «صرفه‌جویی امنیتی»؛ برلین حالا باید صدها میلیارد یورو پول را که پیش از این صرف توسعه رفاه اجتماعی یا تراز صوری بودجه می‌کرد، به سمت خرید جنگنده، تانک و مهمات هدایت کند.

درس‌های استراتژیک برای ایران

تحولات اخیر آلمان و فرار سرمایه از این کشور، حاوی درس‌های بسیار حیاتی برای سیاست‌گذار اقتصادی در ایران است. این درس‌ها را می‌توان در ۴ محور عملیاتی خلاصه کرد

درس اول: «تله صلبیت قانونی» در برابر «آشفتگی مقرراتی»

- **عبرت از آلمان:** آلمان نشان داد که چطور یک قانون صلح‌آمیز و منضبط مانند «سقف بدهی» ($Schuldenbremse) در زمان بحران به دست‌پای خود حاکمیت تبدیل می‌شود و با قفل کردن بودجه، زیرساخت‌های کشور را به سمت نابودی می‌کشاند.
- **تحلیل برای ایران:** مشکل ایران برعکس آلمان، نبود قانون نیست؛ بلکه «تورم قوانین متناقض و بی‌ثباتی خلق‌الساعه مقررات» است. بخشنامه‌های ناگهانی بانک مرکزی در حوزه رفع تعهد ارزی یا تغییرات روزانه تعرفه‌های گمرکی، همان کاری را با انگیزه سرمایه‌گذار ایرانی می‌کند که سقف بدهی با آلمان کرد: کشتن پیش‌بینی‌پذیری.
- **درس عملیاتی:** ایران باید به جای صلبیت یا آشفتگی، به سمت «قواعد مالی قاعده‌مند اما انعطاف‌پذیر» برود؛ ثبات در مقررات تجاری برای یک افق ۵ ساله باید تضمین شود تا بخش خصوصی بتواند ترازنامه خود را کالیبره کند.

درس دوم: امنیت نهاده (انرژی) تضمین‌کننده امنیت صنعت است

- **عبرت از آلمان:** مدل صنعتی آلمان بر این فرض غلط استوار بود که گاز ارزان روسیه تا ابد جریان خواهد داشت. قطع این شریان، صنایع های‌تک و Mittelstand را به مهاجرت واداشت.
- **تحلیل برای ایران:** ایران دقیقاً بر روی اقیانوسی از انرژی نشسته است، اما به دلیل دکترین غلط «سوبسیدهای کورکورانه و اتلاف انرژی در بخش خانگی»، خود با بحران ناترازی گاز در زمستان و قطع برق صنایع در تابستان مواجه است. قطع برق و گاز کارخانجات فولاد، سیمان و پتروشیمی در ایران، دقیقاً همان پدیده صنعت‌زدایی آلمان را بازتولید می‌کند.
- **درس عملیاتی:** ایران باید از مزیت نسبی انرژی خود به عنوان «قلاب جذب سرمایه‌گذاری خارجی و منطقه‌ای» استفاده کند. تنوع‌بخشی به سبد انرژی، واقعی‌کردن قیمت انرژی برای بخش خانگی به همراه بازتولید آن به صورت برق پایدار برای صنایع، تنها راه حفظ مزیت رقابتی تولید در ایران است.

درس سوم: اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط تخصصی (SMEs) به جای صنایع بزرگ گدازه

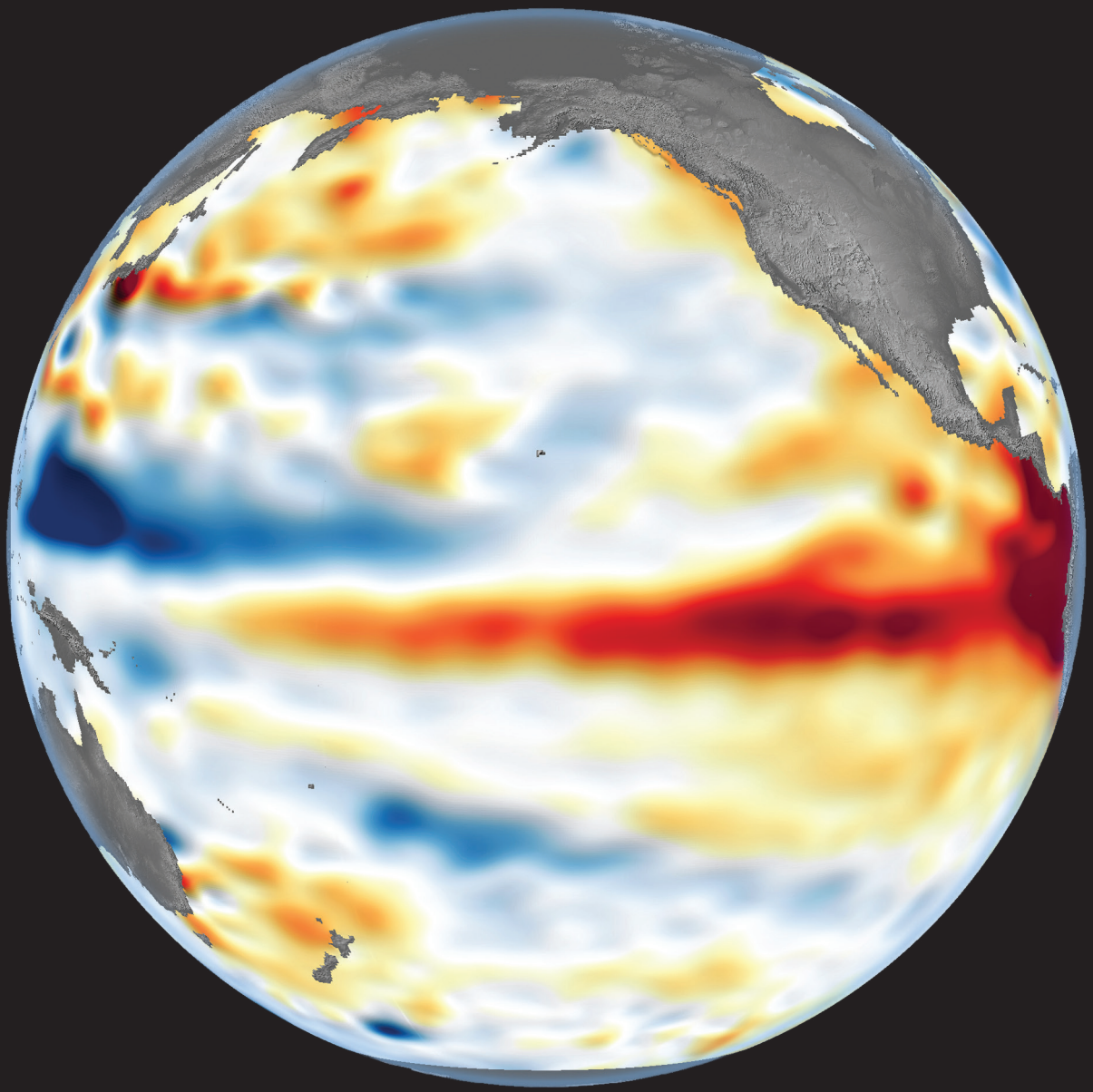
- **عبرت از آلمان:** ستون فقرات آلمان، غول‌های بورس نیستند؛ شرکت‌های کوچک خانوادگی (Mittelstand) هستند که بازار قطعات تخصصی جهان را در دست دارند.
- **تحلیل برای ایران:** اقتصاد ایران به شدت «کارخانه‌زده» و «خام‌فروش» است. تمرکز دولت‌ها همیشه بر صنایع بزرگ دولتی/شبه‌دولتی (مثل پتروشیمی‌های بزرگ، ذوب‌آهن و خودروسازی‌های ورشکسته) بوده که خروجی آن‌ها محصولات با ارزش افزوده پایین یا مونتاژکاری است. شبکه شرکت‌های کوچک و متوسط خصوصی تخصصی در ایران به دلیل عدم دسترسی به سرمایه و زنجیره ارزش جهانی، عملاً خفه شده‌اند.
- **درس عملیاتی:** دکترین توسعه صنعتی ایران باید از «حمایت از غول‌های ناکارآمد دولتی» به سمت «تسهیلگری برای بومی‌سازی قطعات تخصصی توسط بخش خصوصی واقعی» (مشابه مدل شرکت‌های دانش‌بنیان اما با رویکرد صادرات‌محور) تغییر جهت دهد.

درس چهارم: زیرساخت، بستر تولید است، نه مخارج رفاهی جاری

- **عبرت از آلمان:** آلمان هزینه تعمیر پل‌ها، راه‌آهن و اینترنت فایبر را فدای هزینه‌های جاری دولت رفاه کرد و نتیجه آن سقوط راندمان تولید شد.
- **تحلیل برای ایران:** در ایران، بودجه‌های عمرانی و زیرساختی سال‌هاست که عملاً به صفر متمایل شده‌اند؛ چرا که کل درآمدهای کشور صرف پرداخت حقوق کارکنان دولت، صندوق‌های بازنشستگی ورشکسته و یارانه انرژی مصرفی می‌شود. فرسودگی شبکه توزیع برق، ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای و ریلی، و افت کیفیت اینترنت در ایران، هزینه لجستیک را به شدت بالا برده است.
- **درس عملیاتی:** ایران نیاز به یک «انضباط مالی کینزی» دارد؛ یعنی کسر بودجه برای مخارج جاری باید به شدت سرکوب شود، اما استقراض و جذب سرمایه برای پروژه‌های زیرساختی توسعه‌ای (توسعه بندر چابهار، کریدور شمال-جنوب، راه‌آهن سریع‌السیر و فیبر نوری صنعتی) باید به عنوان اولویت مطلق تلقی شود.

آلمان تمام ابزارهای ساختاری، نهادی و زنجیره ارزش جهانی را دارد، اما از کمبود «نهاده‌های اولیه (انرژی و مواد) و آزادی مالی» رنج می‌برد. در مقابل، ایران تمام «نهاده‌های اولیه، مزیت‌های جغرافیایی و پتانسیل‌های انرژی» را در اختیار دارد، اما از کمبود «نهادهای کارآمد، ثبات مقرراتی و اتصال به زنجیره ارزش جهانی» آسیب می‌بیند.

آینده‌پژوهی
نگاهی به آخرین تحولات اقتصاد جهان



اقتصادِ ال‌نینو

اقیانوس‌ها و تجارت جهانی با هم شعله‌ور می‌شوند

با توجه به حجم عظیم اطلاعات نادرستی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و حتی توسط هوش مصنوعی تولید می‌شود، این ضرورت به وجود می‌آید که شهروندان دانش کافی برای تشخیص واقعیت از خیال را در اختیار داشته باشند.

[آینده یادگیری]

آموزش در عصر ماشین‌های اندیشمند

در دوران پساصنعتی به دانش‌آموزان چه چیزهایی یاد بدهیم؟



رابرت مارانتو
استاد علوم سیاسی در دانشگاه آرکانزاس

ترجمه فرزانه سالمی
خبرنگار بخش آینده‌پژوهی

«مـــن باید سیاســـت و جنگ را مطالعه کنم تـــا فرزندانم آزادی داشته باشند که ریاضیات و فلسفه را مطالعه کنند. و فرزندانم باید ریاضیات و فلسفه، جغرافیا، تاریخ طبیعی، معماری دریایی، دریانوردی، بازرگانی و کشاورزی را مطالعه کنند تا به فرزندانشان این حق را بدهند که نقاشی، شعر، موسیقی، معماری، مجسمه‌سازی، گلیم‌بافی و چینی‌سازی را بیاموزند». این جمله معروفی است از جان آدامز دومین رئیـــس جمهور آمریکا در قرن هیجدهم؛ هرچند که هنوز هم می‌توان منطقش را درک کرد. اما امروز در شرایطی که هوش مصنوعی و فضای مجازی تمام ذهن دانش‌آموزان و دانشجویان را اشغال کرده است، چطور می‌توان به یادگیری امید بست و برایش برنامه‌ریزی کرد؟

واقعیت این است که اهداف آموزش و پرورش گاهی با نیازهای فردی و اجتماعی زمانه همسو می‌شوند ولی همیشه این‌طور نیســـت. مدارس امروزی با رویکردی اداره می‌شوند که بیش از صد سال قدمت دارد و بر اساســـش، دانشی به بچه‌ها آموخته می‌شود که «به نظر می‌رسد» در زندگی آینده شغلی و خانوادگی آنها به کار خواهد آمد. این رویکرد هرگز چندان منطقی نبود، و حالا حتی کمتر از همیشه معنا دارد. ما در زمانی زندگی می‌کنیم که هوش مصنوعی ممکن است بخش زیادی از دانش کاربردیِ ما را به کل منسوخ کند، طوری که کارهای خانه و مشاغل مختلف، از منشی‌گری گرفته تا مدیریت سرمایه‌گذاری، به کل بدون دخالت انسان انجام شوند. با این اوصاف اگر مدارس قرار است به کار خود ادامه دهند، تکلیف یادگیری مفید و موثر چه خواهد شد؟

برای بررســـی این موضوع می‌توان تاریخچه تاسیس مدارس دولتی در آمریکا را به عنوان نمونه بررسی کرد. نخستین مدارس از این نوع در سال ۱۶۴۷ میلادی و با هدف خواندن انجیل و استفاده از معنای فردی و اشتراکی آن برای تفسیر جهان و جایگاه خود در آن گسترش پیدا کردند. دین تا زمان انقلاب آمریکا هدف مسلطِ مدارس باقی ماند، تا اینکه به اصرار سیاستمدارانی مثل جان آدامز، توماس جفرسون و بنجامین راش، مدارس شروع به آموزش «سیاست و جنگ» کردند و به جای مهر به خدا، مهر به میهن را هم ترویج دادند.

در سال ۱۸۹۴ میلادی گروهی از استادان مشهور به سرپرستی چارلز ویلیام الیوت از دانشگاه هاروارد به بازبینی در شـــیوه تدریس مدارس آمریکا روی آوردنـــد و اعلام کردند که آموزش متوســـطه باید تغییر جهت دهد و به آموزش علوم انسانی کلاسیک، زبان‌های خارجی و علوم جدید بپردازد و «شـــهروندانی آگاه» پرورش دهد؛ چون شهروند آگاه می‌تواند تصمیم‌گیرنده بهتری باشد.

با این حال این روش هم ادامه نداشت و در قرن بیستم دوباره در این موضوع تجدید نظر شد و اصول بنیادین آموزش متوسطه بر این قرار گرفت که «سودمندی اجتماعی» در آموزش وجود داشـــته باشد؛ یعنی دانش کاربردی در زمینه شغل و خانه به دانش‌آموزان آموخته شود. حتی مقاله‌ای نوشته شد که بر اساسش جوانی که در کلاس می‌خوابد، «دانش‌آموز» محسوب می‌شود، در حالـــی که جوانی که روی نیمکت پارک می‌خوابد، یک بیکار است.

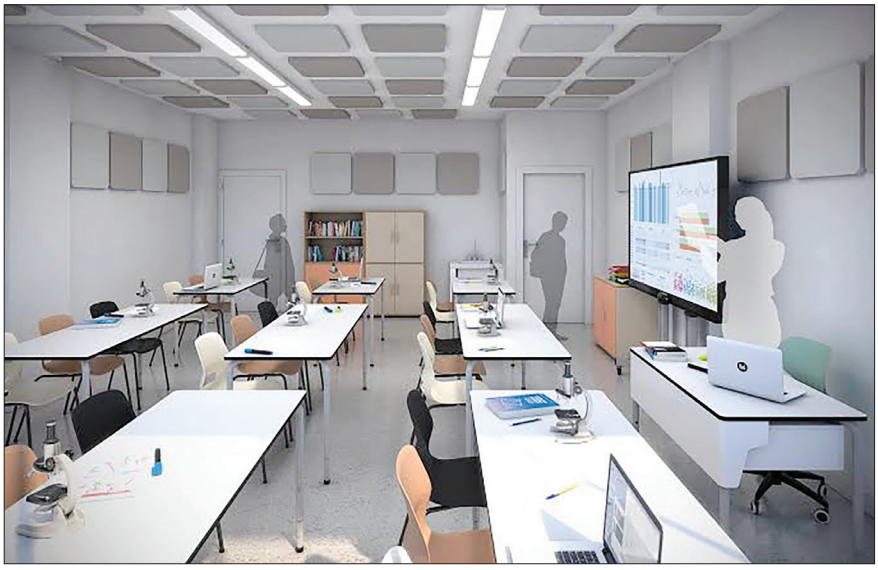
منبع: نشنال ریویو

چرا باید خواند:
در دورانی که به سمت سلطه هوش مصنوعی بر تمام امور حرکت می‌کند، چه نیازی به یادگیری هست؟ این یادداشت درباره هدف اصلی آموزش در چنین دورانی بحث می‌کند.

در دهه‌هـــای ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ میلادی و با گســـترش جهانی‌ســـازی، معلمانِ خوب در موقعیتی قرار گرفتند که می‌توانستند شـــغل‌هایی بهتر از معلمی پیدا کنند و این موضوع به کیفیت آموزش در مـــدارس لطمه زد. در قرن بیست و یکم و با فراگیر شدن گوشی‌های هوشمند و وسایل دیجیتال دیگر، کیفیت آموزش در مدارس بدتر هم شد.

اما حالا به نظر می‌رسد که در یک نقطه عطف تاریخی قرار گرفته‌ایم. هم‌چنان که هوش مصنوعی جایگزین مشاغل بیشتر در محیط کار و کارهای بیشـــتر در خانه می‌شود، فلسفه‌های قدیمی دیگر کاربردی به نظر نمی‌رسند. واقعیت این است که «نادان‌ماندن» نمی‌تواند برای شهروندان هیچ معنای جدیدی در زندگی ایجاد کند. مدارس دولتی امروز نمی‌توانند نقاشی و شـــعر به دانش‌آموزان یاد بدهند، چه برسد به دین یا فلسفه یا مسایل دیگر. اما دلایل فردی برای ادامه زندگی باید در روند آموزش و یادگیری وجود داشته باشد. در چنین شرایطی و با توجه به حجم عظیم اطلاعات نادرستی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و حتی توسط هوش مصنوعی تولید می‌شود، این ضرورت به وجود می‌آید که شهروندان دانش کافی برای تشخیص واقعیت از خیال را در اختیار داشـــته باشند. درواقع «سودمندی» در آموزش در دنیای امروز همین خواهد بود.

امروز ما به انواع بسیار متفاوتی از مدارس نیاز داریم که جوانان را برای دوران پساصنعتی آموزش دهند، یعنی زمانی که هوش مصنوعی و ماشین‌های مجهز به هوش مصنوعی در نهایت وظایف شـــغلی و خانگی را به عهده می‌گیرند و موقعیت آن فراهم می‌شـــود که بـــرای جوانان نقش‌های جدیدی در اجتماع تعریف شود. ایجاد اشتیاق برای چنین دورانی یکی از وظایف اصلی مدارس جدید خواهد بود.



حالا سوال این نیست که گاز متعلق به چه کسی است، سوال این است که چه کسی مسیرهای دسترسی به بازار را کنترل می‌کند.

[آینده مدیترانه]

جنگ جدید انرژی در شرق مدیترانه

مصر و ترکیه چگونه در موقعیت برترگازی قرارگرفتند؟



تا همین چند سال پیش، نبرد بر سر گاز طبیعی در شرق مدیترانه عمدتاً حول این سوال می‌چرخید که ذخایر عظیم نهفته در اعماق آب‌های ایـــن منطقه دقیقاً متعلق به چه کســـی است. رقابت برای کشف و بهره‌برداری از این ذخایر، اختلاف‌هایی را بر سر تعیین حدود آب‌های سرزمینی میان ترکیه، قبرس، یونان، لیبی و مصر و همین طور میان رژیم اسرائیل، فلسطین و لبنان دامن زد. این تنش‌ها در آب‌های آزاد گاه نگرانی‌هایی را درباره احتمال آغاز درگیری نظامی برمی‌انگیخت.

اما امروز، رقابت بر سر گاز طبیعی در منطقه شکل دیگری به خود گرفته است: دیگر تمرکز اصلی بر این نیست که چه کسی بزرگ‌ترین ذخایر را در اختیار دارد، بلکه بیش از پیش بر این پرسش متمرکز شده که کدام کشورها زیرساخت‌های لازم برای تسهیل فروش انرژی را در اختیار دارند. به عبارت دیگر، تمرکز اصلی بر خدمات و امکانات مختلف مثل خطوط لوله و تأسیسات ذخیره‌سازی و همین طور حمل‌ونقل دریایی و عملیات بندری قرار گرفته است.

سیریل ویدرشوون مشاور ارشد شرکت بلوواتر استراتجی که فعال در حوزه مشـــاوره دریایی و انرژی اســـت، در این خصوص می‌گوید: «قضیه در شرق مدیترانه تغییر جهت داده است؛ به طوری که حالا سوال این نیست که گاز متعلق به چه کسی است، ســـوال این است که چه کسی مسیرهای دسترسی به بازار را کنترل می‌کند؟». از نظر او، مصر و ترکیه روشن‌ترین مدعیان این رقابت هستند؛ هرچند که هر یک با کارت‌های متفاوتی بازی می‌کنند.

مزیت اصلی مصر در این رقابت برای تبدیل شـــدن به قطب تجارت گاز این است که دو تأسیسات مایع‌سازی شرق مدیترانه را در اختیار دارد: ادکو و دمیاط؛ تأسیساتی که برای صادرات گسترده گاز طبیعی مایع یا LNG طراحی شده‌اند. رقابت با این زیرســـاخت‌ها برای هر کشوری ممکن نیست، زیرا برآورد می‌شـــود ایجاد نمونه‌های مشابه نزدیک به یک دهه زمان و بین ۶ تا ۱۰ میلیارد دلار ســـرمایه‌گذاری نیاز داشته باشد.

در همین در تابستان گذشته، دولت مصر با افزایش واردات از میدان گازی لویاتان موافقت کرد و اکنون در حال مذاکره برای افزایش واردات از میدان اسراییلی دیگر یعنی تامار است.

مصر و قبرس نیز امسال توافقی امضا کردند که بر اساس آن، قاهره تولید میدان گازی آفرودیت قبرس را برای صادرات مجدد دریافت خواهد کرد. مذاکراتی نیز در جریان اســـت تا همین الگو درباره میدان گازی کرونوس اجرا شود.

مصر علاوه بر زیرساخت LNG خود، در سال‌های اخیر در اجاره واحدهای شناور ذخیره‌سازی و بازگازسازی یا FSRU سرمایه‌گذاری کرده و حالا به شش فروند از این شناورها دسترسی دارد. این واحدها فرایند مایع‌ســـازی را معکوس کرده و LNG وارداتی را دوباره به حالت اولیه گازی بازمی‌گردانند. طبق قراردادی که در ماه مه امضا شد، جدیدترین مورد از این شش پایانه شناور

منبع: ال پاییس

چرا باید خواند: رقابت بر سر کشف، بهره‌برداری و البته دسترسی به زیرساخت‌های لازم برای فروش گاز در شرق مدیترانه این روزها مسئله مهم و حیاتی برای کشورهای منطقه است. ابعاد مختلف موضوع را اینجا بررسی کرده‌ایم.

به‌طور مشترک با اردن استفاده می‌شود.

مصر در اوایل سال جاری نیز آزمایش عملی این رویکرد را آغاز کرد؛ زمانی که یک محموله گاز طبیعی مایع در واحد بازگازسازی مستقر در عقبه اردن دریافت شد تا سپس از طریق خط لوله به لبنان و ســـوریه صادر شـــود. قاهره در ژانویه نیز یک توافق اولیه با بیروت و دمشق برای تأمین گاز آنها امضا کرد.

اگرچه راهبرد مصر روی کاغذ بسیار مستحکم به نظر می‌رسد، در عمل با دو چالش عمده روبه‌روست. از یک سو، واردات گاز این کشور از اسرائیل با مشکلات مختلف روبه‌روست. از سوی دیگر، کاهش شـــدید تولید داخلی گاز و افزایش مصرف داخلی، مصر را وادار کرده است تقریباً تمام زیرساخت‌هایی را که به صورت بالقوه می‌توانست برای صادرات به کار گیرد، صرف تأمین نیازهای داخلی کند.

ویدرشـــوون در این خصوص می‌گوید: «نقطه‌ضعف مصر اینجا کاملاً آشکار است: این کشور دیگر مانند دوره‌ای که تا سال ۲۰۲۳ تداوم داشت، از مازاد راحت و قابل‌اتکای گاز برخوردار نیست. در مقابل، قاهره با کاهش تولید داخلی، رشـــد تقاضای انـــرژی و اختلال در جریان گاز وارداتی روبه‌روســـت. همه این عوامل، آسیب‌پذیری این کشور برای تبدیل شدن به یک قطب انرژی را برجسته کرده‌اند.»

این تحلیل‌گر همچنین می‌گوید «بسیار دشوار است که مصر بتواند هم‌زمان با واردات LNG برای جبران کمبود داخلی، صادرات مجدد را نیز به حداکثر برساند». بر این اساس، موضوع عملاً به سازوکاری برای متعادل‌سازی عرضه و تقاضا تبدیل می‌شود.

در مورد ترکیه، راهبرد تبدیل شدن به قطب منطقه‌ای تجارت گاز طبیعی، کمتر به زیرساخت LNG متکی اســـت و بیشتر بر رویکردی متنوع استوار شده است. این رویکرد شامل مجموعه گسترده‌ای از تأمین‌کنندگان، افزایش جریان گاز از طریق خطوط لوله و تولید داخلی، ظرفیت عظیم ذخیره‌سازی و قدرت بیشتر در بازار است. موقعیت جغرافیایی ترکیه میان روسیه، اروپا و خاورمیانه، باعث شـــده اهرم بیشتری برای مذاکره در اختیار آنکارا قرار بگیرد تا انعطاف قیمتی بیشتری مطالبه کند و حتی در آینده حجم مازاد برای صادرات مجدد ایجاد کند.

وام‌های خُرد می‌توانند برای گروه‌های خاصی از خانوارها مفید باشند، اما سازوکار همگانی و مناسبی برای خروج همه افراد از فقر محسوب نمی‌شوند.

[آینده مالیه]

سراب یا راه نجات

آیا وام‌های خُرد برای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌توانند استقلال اقتصادی ایجاد کنند؟

تأمین مالی خُرد یا مایکرو فایننس زمانی نه چندان دور به‌عنوان یک ابزار در آسیا برای رهایی مردم از فقر مورد ستایش قرار می‌گرفت. از بنگلادش گرفته تا هند، کامبوج و فیلیپین، وعده‌ای که در این خصوص داده می‌شـد ساده بود: ارائه وام‌های کوچک به خانوارهای کم‌درآمد، کمک به آن‌ها برای راه‌اندازی کسب‌وکار، افزایش درآمد و در نهایت خروج از فقر.

تأمین مالی خرد که در دهه ۱۹۷۰ میلادی پایه‌گذاری شد، با هدف ارائه خدمات مالی به افراد کم‌درآمدی طراحی شده بود که معمولاً از خدمات نظام بانکی سنتی محروم بودند.

وام‌های کوچک که معمولاً بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ دلاری بودند، به صورت ویژه با هدف توانمندسازی زنان برای راه‌اندازی کسـب‌وکار و حمایت از خانواده‌هایشـان ارائه می‌شدند. این در حالی بود که میلیون‌ها نفر به خدمات بانکی دسترسی نداشتند.

با این حال، تجربه چند دهه گذشته نشان می‌دهد که دسترسی به اعتبار به‌تنهایی نتوانسته آن تحول مورد انتظار برای دستیابی به استقلال اقتصادی را ایجاد کند.

بنابراین اینجا باید یک پرسش دشوار مطرح و بررسی شود: اگر اساساً مسئله اشتباهی حل شده باشد چه؟ واقعیت این است که فرضیات نادرست در این ماجرا وجود دارد. یکی از مشکلات بنیادی، این فرض است که خانوارهای فقیر در کشورهای در حال توسعه فاقد سرمایه‌اند، اما در عین حال فرصت‌های سرمایه‌گذاری سودآوری در اختیار دارند.

در واقعیت، بسیاری از خانواده‌های فقیر کسب‌وکارهای بسیار کوچکی مانند غرفه‌های فروش مواد غذایی، مغازه‌های کوچک، امورات محصولات کشاورزی، خیاطی یا خرده‌فروشی‌های کوچک را اداره می‌کنند. این فعالیت‌ها اغلب به نیروی کار زیادی وابسـته‌اند و با رقابت شدید در بازارهای محلی روبه‌رو هستند. بنابراین اعطای وام به افراد بیشتر می‌تواند باعث ایجاد کسب‌وکارهای بیشتری شود، بدون اینکه تعداد مشتریان افزایش پیدا کند. هنگامی که تعداد زیادی از وام‌گیرندگان وارد یک بازار مشابه می‌شوند، اعتبار بیشتر ممکن است صرفاً موجب تقسیم تقاضای موجود میان تعداد بیشتری از کسب‌وکارها شود. این مسئله، رقابت را به شدت افزایش می‌دهد و کسب سود را برای هر کسب‌وکار به‌صورت جداگانه دشوارتر می‌کند.



این مشکل ارتباط نزدیکی با فرض دیگری دارد: اینکه خانواده‌های فقیر ذاتاً فقط از کارآفرینی استفاده خواهند برد. قضیه این است که برخی از وام‌گیرندگان واقعاً تجربه کسب‌وکار، مهارت، شبکه ارتباطی و فرصت‌هایی دارند که به آن‌ها امکان می‌دهد بازده بالایی از سرمایه‌گذاری خود به دست آورند. اما برخی دیگر ممکن است از اشتغال پایدار، آموزش، مهارت‌آموزی حرفه‌ای و زیرساخت‌هایی مانند جاده و حمل‌ونقل قابل اعتماد، برق، دسترسـی به اینترنت و امکانات بازار، منفعت بسـیار بیشتری ببرند.

بنابراین، در نظر گرفتن تمـام خانوارهای فقیر به‌عنوان کارآفرینان بالقوه می‌تواند به انتخاب سیاست‌های نادرست منجر شود. شواهد به‌دست‌آمده از هند نشان می‌دهد که دسترسی به وام‌های خُرد، بیشـتر باعث افزایش میزان وام‌گیری و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای موجود شده است، نه اینکه به مردم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید کمک کند. این یافته نشان می‌دهد که وام‌های خرد می‌توانند برای گروه‌های خاصی از خانوارها مفید باشند، اما سازوکار همگانی و مناسبی برای خروج همه افراد از فقر محسوب نمی‌شوند.

منبع: کانورسیشن

چرا باید خواند: اعطای وام‌های تامین مالی خُرد به کسب و کارهای کوچک در کشورهای در حال توسعه در سال‌های اخیر مزیت‌های زیادی داشته اما مشکلاتی را هم به وجود آورده است. موضوع را اینجا بررسی کرده‌ایم.

مشکل دوم این است که وام‌ها همیشه برای سرمایه‌گذاری مولد استفاده نمی‌شوند. خانوارهای فقیر با هزینه‌های درمانی، شـهریه و هزینه‌های تحصیل، هزینه غذا، نیازهای مسکن و شوک‌های اقتصادی پیش‌بینی‌نشده مواجه هستند.

گاهی اوقات یک وام تجاری برای تأمین همین نیازهای فوری یا بازپرداخت بدهی دیگری اسـتفاده می‌شود. چنین وامی ممکن است به مدیریت یک بحران مالی کمک کند، اما لزوماً درآمد اضافی لازم برای بازپرداخت وام و افزایش ثروت خانوار را ایجاد نمی‌کند. هزینه وام‌گیری نیز می‌تواند این فشار را بیشـتر کند. وام‌های تأمین مالی خرد ممکن است دارای نرخ‌های بهره قابل توجهی باشند. برای مثال، سازمان تنظیم مقررات اعتبارهای خُرد در بنگلادش حداکثر نرخ قابل دریافت از وام‌های خرد را ۲۴ درصد تعیین کرده است.

مشکل اصلی این است که ممکن است فعالیت اقتصادی‌ای که با این وام تأمین مالی شده، سود کافی برای پوشش هزینه و ریسک وام‌گیری ایجاد نکند. یک کسب‌وکار خرد که فقط بـازده اندکی دارد، ممکن اسـت نتواند درآمـد کافی برای بازپرداخت بدهی ایجاد کند؛ به‌ویژه زمانی که وام صرفاً برای تأمین هزینه‌های بقا مورد استفاده قرار گرفته باشد، نه برای دستیابی به استقلال مالی. در همین حال اگر وام‌گیرندگان از چند مؤسسه مالی مختلف وام دریافت کنند، ممکن است وام جدید به‌جای تأمین مالی یک سرمایه‌گذاری مولد، برای بازپرداخت بدهی‌های قبلی مورد استفاده قرار گیرد.

پژوهش‌های انجام‌شـده درباره خانوارهای روسـتایی در کامبوج نشـان می‌دهد که وام‌گیرندگانِ تأمین مالی خرد، به‌طـور فزاینده‌ای بـرای بازپرداخت وام‌هـای خرد خود به بدهی‌های دیگر متکی شـده‌اند. ایـن جابه‌جایی و مدیریت دائمی بدهی‌ها باعث می‌شود خانوارها همچنان از نظر مالی آسیب‌پذیر باقی بمانند.

نیروگاه هسته‌ای هنگام فعالیت، برق را بدون انتشار مستقیم گازهای گلخانه‌ای تولید می‌کند. همچنین انرژی هسته‌ای به‌عنوان منبعی پایدارتر نسبت به سوخت‌های فسیلی دیده می‌شود، زیرا رآکتورها می‌توانند برای دوره‌های طولانی و به‌طور مداوم فعالیت کنند.

[آینده انرژی]

هسته پیشرفت

چرا انرژی هسته‌ای در جهان دوباره در حال اوج‌گیری است؟



منبع: شورای روابط خارجی آمریکا

چرا باید خواند:
افزایش تقاضا برای برق، وقوع جنگ‌های مختلف و عدم قطعیت در بازار تامین بازار سوخت‌های فسیلی باعث شده که انرژی هسته‌ای دوباره به صدر توجهات برگردد. بخوانید تا ببینید اهمیت انرژی هسته‌ای در چنین شرایطی چیست.

انرژی هسته‌ای شاید مدتی به دلیل ملاحظات زیست‌محیطی کم‌تر مورد توجه دولت‌ها بود. اما این روزها اوضاع در جهان تغییر کرده و انرژی هسته‌ای هم دوباره به صدر توجهات برگشته است. واقعیت این است که افزایش تقاضا برای برق، وقوع جنگ‌های مختلف و عدم قطعیت در بازار تامین بازار سوخت‌های فسیلی مهم‌ترین عللی هستند که باعث این تغییر شده‌اند. حالا کشورها می‌خواهند به منبعی از انرژی دسترسی داشته باشند که پایدار و قابل اعتماد باشد اما در عین حال میزان آزادسازی کربن توسط آن پایین باشد. این یعنی بحث‌های قدیمی سیاسی در مورد انرژی هسته‌ای کم‌تر از قبل شده است.

درواقع نگرانی‌های مربوط به امنیت انرژی که در سال‌های اخیر با جنگ اوکراین و درگیری‌های خاورمیانه تشدید شده‌اند، به احیای جهانی انرژی هسته‌ای دامن زده‌اند. در آسیا، اروپا و دیگر مناطق جهان که همگی با بی‌ثباتی‌های ژئوپلیتیک مواجه‌اند و در عین حال به خاطر پیشرفت تکنولوژی به برق بیشتری نیاز دارند، دولت‌ها چاره‌ای نمی‌بینند جز اینکه به انرژی هسته‌ای به‌عنوان یک منبع پایدار تولید برق نگاه کنند

آمریکا هم بخشی از این روند است و اخیراً یک توافق ۳۰ ساله همکاری هسته‌ای غیرنظامی با عربستان سعودی امضا کرده است؛ هرچند این توافق هنوز اجرایی نشده است.

این بازگشت، تغییری چشمگیر نسبت به گذشته محسوب می‌شود. توسعه انرژی هسته‌ای پس از حوادث پرسروصدایی مانند حادثه تری مایل آیلند در سال ۱۹۷۹ و حادثه چرنوبیل در سال ۱۹۸۶ متوقف یا به‌شدت کند شد.

ویجای وایتسواران پژوهشگر ارشد و مدیر برنامه انرژی و اقلیم شورای روابط خارجی آمریکا در این خصوص می‌گوید: «این روشن‌ترین دوره برای انرژی هسته‌ای در جهان طی چند دهه گذشته است. انرژی برای توسعه و رفاه اهمیت بسیار زیادی دارد و در عین حال ما با بحران اقلیمی و مسئله آلایندگی‌های محلی نیز مواجه هستیم. بنابراین انرژی هسته‌ای، و مقدار بیشتری از آن، می‌تواند بسیار مفید باشد؛ البته به شرط آنکه بتوان بر اقتصاد دشوارِ ساخت نیروگاه‌های جدید غلبه کرد.»

> **حوادث بزرگ هسته‌ای مانند چرنوبیل باعث کاهش توسعه در عرصه انرژی هسته‌ای شدند و این فرصت ارزشمندی را از بسیاری از کشورهای جهان گرفت**

طبق اطلاعات آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، تا سال ۲۰۲۴ در ۳۱ کشور جهان ۴۱۷ رآکتور هسته‌ای در حال فعالیت بوده‌اند و ده‌ها رآکتور دیگر نیز در دست ساخت قرار دارند. مجموع این نیروگاه‌ها تقریباً ۹ درصد برق جهان را تأمین می‌کنند؛ سهمی که کارشناسان انرژی انتظار دارند طی دهه‌های آینده با افزایش تعهد کشورها به توسعه انرژی هسته‌ای و رشد شدید تقاضای برق، بیشتر شود.

حالا این سوالات مطرح است که چه عواملی موجب بازگشت توجه جهانی به انرژی هسته‌ای شده‌اند، کدام کشورها بیشترین استفاده را از آن دارند و بحث‌ها درباره خطرات این فناوری چیست. برای پاسخ به این سوال‌ها ابتدا باید بررسی کنیم که انرژی هسته‌ای چیست و چگونه کار می‌کند.

انرژی هسته‌ای از طریق شکافت هسته‌ای تولید می‌شود؛ فرایندی که در آن هسته یک اتم به دو یا چند هسته کوچک‌تر تقسیم می‌شود و مقدار زیادی انرژی، عمدتاً به شکل گرما و تابش، آزاد می‌کند. در یک نیروگاه هسته‌ای، از این گرما برای تولید بخار استفاده می‌شود. بخار سپس توربین‌هایی را به حرکت درمی‌آورد که به ژنراتورهای الکتریکی متصل هستند.

سوخت رایج رآکتورهای هسته‌ای اورانیوم-۲۳۵ است؛ ایزوتوپی که به‌طور طبیعی در اورانیوم وجود دارد. نتیجه این فرایند، تولید برق کم‌کربن است.

طبق اعلام مؤسسه انرژی هسته‌ای، برق تولیدشده از انرژی هسته‌ای مانع ورود بیش از ۴۷۰ میلیون تن دی‌اکسید کربن به جو می‌شود؛ یعنی همان وضعیتی که در غیر این صورت احتمالاً از طریق مصرف سوخت‌های فسیلی ایجاد می‌شدند.

با این حال، پسماند تولیدشده در نیروگاه‌های هسته‌ای، ماده‌ی رادیواکتیو است و به ذخیره‌سازی دقیق و بلندمدت نیاز دارد؛ موضوعی که همچنان بحث درباره این مسئله را زنده نگه داشته که آیا انرژی هسته‌ای را می‌توان یک راه‌حل «پاک» برای بحران اقلیمی دانست یا خیر

واقعیت این است که توسعه انرژی هسته‌ای غیرنظامی در اوایل دهه ۱۹۵۰ به یکی از موضوعات مهم بین‌المللی تبدیل شد. در سال ۱۹۵۱، رآکتور آزمایشی زاینده شماره یک در ایالت آیداهو به نخستین رآکتور جهان تبدیل شد که توانست از شکافت هسته‌ای برق قابل استفاده تولید کند. با این حال، توسعه انرژی هسته‌ای در آمریکا طی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ در نتیجه افزایش نگرانی‌ها درباره ایمنی رآکتورها، دفع پسماند و سایر پیامدهای زیست‌محیطی کُند شد.

کارشناسان در پاسخ به این سوال که «چرا انرژی هسته‌ای دوباره در جهان رونق گرفته است» می‌گویند مجموعه‌ای از عوامل موجب بازگشت انرژی هسته‌ای شده‌اند؛ روندی که در سال ۲۰۲۳ شتاب چشمگیری گرفت، زمانی که بیش از ۲۰ کشور متعهد شدند ظرفیت جهانی انرژی هسته‌ای را تا سال ۲۰۵۰ سه برابر کنند.

تنوع‌بخشی به منابع انرژی مهم‌ترینش است؛ زیرا بی‌ثباتی‌های ژئوپلیتیکی عملاً ضرورت تنوع‌بخشی به منابع انرژی را برای کشورها آشکارتر کرده‌اند. حمله روسیه به اوکراین در سال ۲۰۲۲ وابستگی اروپا به واردات گاز طبیعی روسیه را آشکار کرد و جنگ ایران در سال جاری نیز بازارهای جهانی نفت و گاز را به‌شدت مختل کرده است.

این رویدادها آسیب‌پذیری کشورهایی را نشان داده‌اند که برای تأمین انرژی خود به زنجیره‌های عرضه سوخت‌های فسیلی وابسته‌اند. اگرچه حرکت به سوی انرژی هسته‌ای پیش از آغاز جنگ ایران نیز به‌خوبی در جریان بود، کارشناسان معتقدند این درگیری‌های ژئوپلیتیکی احتمالاً روند مذکور را تسریع کرده‌اند.

انرژی هسته‌ای و مسائل اقلیمی

موضوع دیگر هم تحقق اهداف اقلیمی و مقابله با گرم‌شدنِ بیشتر زمین است. گرمای رکوردشکن و آتش‌سوزی‌های ویرانگر تابستان امسال بار دیگر زنگ خطر تغییرات اقلیمی را به صدا درآورده است.

دولت‌ها در سراسر جهان، در واکنش به این فشارهای فزاینده، استفاده از منابع برق کم‌کربن مانند هسته‌ای، خورشیدی و بادی را افزایش می‌دهند تا انتشار گازهای گلخانه‌ای را کاهش دهند و به اهداف اقلیمی خود برسند.

در سناریوی خوش‌بینانه آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، ظرفیت هسته‌ای جهان تا سال ۲۰۵۰ تقریباً سه برابر خواهد شد و از ۳۷۷ گیگاوات به ۹۹۲ گیگاوات می‌رسد. در سناریوی محافظه‌کارانه‌تر نیز این ظرفیت حدود ۵۰ درصد افزایش خواهد یافت.

حامیان انرژی هسته‌ای تأکید می‌کنند که نیروگاه‌های هسته‌ای می‌توانند ۲۴ ساعت شبانه‌روز و هفت روز هفته، مستقل از شرایط آب‌وهوایی برق تولید کنند. در مقابل، منابع کم‌کربنی مانند باد و خورشید برای تأمین پایدار برق شبکه به فناوری‌های ذخیره‌سازی انرژی مانند باتری‌ها وابسته‌اند.

فرانسه که تقریباً ۷۰ درصد برق خود را از انرژی هسته‌ای تولید می‌کند، در خط مقدم احیای انرژی هسته‌ای اروپا قرار دارد

با این حال، استخراج و فرآوری اورانیوم ــ سوخت اصلی انرژی هسته‌ای ــ و همچنین ساخت نیروگاه‌های هسته‌ای به سرمایه و انرژی بسیار زیادی نیاز دارد.

با وجود این، وایتسواران معتقد است که منافع زیست‌محیطی انرژی هسته‌ای از هزینه اولیه ساخت نیروگاه بیشتر است: «در مقایسه با زغال‌سنگ، ضرر انرژی هسته‌ای از نظر انتشار گازهای گلخانه‌ای و آلودگی‌های محلی بسیار پایین است و در دوره‌ای که نگرانی شدید درباره تغییرات اقلیمی وجود دارد، این موضوع بسیار جذاب است.»

موضوع مهم دیگر، تقاضای ناشی از هوش مصنوعی و دردسرهایی است که در این خصوص در زمینه تولید برق به وجود آمده است. انرژی هسته‌ای می‌تواند راهی برای کاهش فشار فزاینده‌ای باشد که گسترش سریع هوش مصنوعی بر شبکه‌های برق وارد می‌کند.

طبق اعلام آژانس بین‌المللی انرژی، مراکز داده (دیتا سنترها) در سال ۲۰۲۵ تقریباً ۵۰ درصد از کل رشد تقاضای برق آمریکا را به خود اختصاص دادند. در آمریکا و سایر نقاط جهان، انرژی هسته‌ای به‌عنوان یکی از راه‌های تأمین این تقاضای اضافی مطرح شده است.

شرکت‌های بزرگ فناوری و زیرساخت هوش مصنوعی از جمله آمازون، گوگل، متا و مایکروسافت در سال ۲۰۲۶ دست‌کم یک قرارداد مرتبط با انرژی هسته‌ای امضا کرده‌اند و مشخص است که موضوع به تولید برق مربوط می‌شود. این در حالی است که پیش از افزایش علاقه این شرکت‌ها به انرژی هسته‌ای، همین شرکت‌های آمریکایی از طریق قراردادهای خرید برق بادی و خورشیدی یکی از اصلی‌ترین محرک‌های توسعه انرژی پاک در آمریکا بودند.

بیشترین استفاده از انرژی هسته‌ای اینجاست

طبق داده‌های اداره اطلاعات انرژی آمریکا، تنها پنج کشور بیش از ۷۰ درصد ظرفیت تولید برق هسته‌ای جهان را در اختیار دارند: آمریکا، چین، فرانسه، روسیه و کره جنوبی. آمریکا از نظر تولید انرژی هسته‌ای در صدر جهان قرار دارد و حدود ۳۰ درصد از تولید جهانی برق هسته‌ای را به خود اختصاص می‌دهد.

دولت دونالد ترامپ قصد دارد این ظرفیت را بسیار بیشتر افزایش دهد و هدف آن چهار برابر کردن ظرفیت هسته‌ای آمریکا از ۱۰۰ به ۴۰۰ گیگاوات تا سال ۲۰۵۰ است؛ رقمی که تقریباً با کل ظرفیت فعلی هسته‌ای جهان برابری می‌کند.

برای رسیدن به این هدف، دولت قصد دارد ساخت ۱۰ رآکتور تجاری بزرگ‌مقیاس را تا سه سال تسریع کند و پروژه‌هایی با طراحی کامل تا سال ۲۰۳۰ در مرحله ساخت قرار گیرند.



همچنین دولت قصد دارد توسعه رآکتورهای کوچک ماژولار (SMR) را تشویق کند؛ نیروگاه‌های شکافت هسته‌ای کوچک‌تری که در تئوری نسبت به نیروگاه‌های بزرگ سنتی به زمان و سرمایه کمتری برای ساخت نیاز دارند.

برخی کارشناسان برنامه‌های دولت را بیش از حد بلندپروازانه می‌دانند. دیوید هارت، کارشناس اقلیم و انرژی در این خصوص می‌گوید: «دولت ترامپ می‌خواهد همه کارها را همزمان انجام دهد. فکر نمی‌کنم بتواند. به نظر من واقعاً باید روی تعداد محدودی

شرکت‌های بزرگ فناوری و زیرساخت هوش مصنوعی از جمله آمازون، گوگل، متا و مایکروسافت در سال ۲۰۲۶ دست‌کم یک قرارداد مرتبط با انرژی هسته‌ای امضا کرده‌اند و مشخص است که موضوع به تولید برق مربوط می‌شود.

از طراحی‌هـــا تمرکز کنیم و تعداد زیادی از همان‌ها را بســـازیم؛ اما در سیاست‌های فعلی چنین چیزی را به‌وضوح نمی‌بینم.»

در همین میان، کشورهای دیگر نیز در حال افزایش ظرفیت هسته‌ای خود هستند. چین از نظر ساخت واحدهای جدید در جهان پیشتاز است و در حال حاضر نزدیک به ۴۰ واحد هســـته‌ای در این کشور در دست ساخت قرار دارد.

چین قصد دارد از آمریکا عبور کرده و به بزرگ‌ترین کشور جهان از نظر ظرفیت هسته‌ای تبدیل شود.

هارت معتقد اســـت که انرژی هســـته‌ای، در کنـــار برتری چین در فناوری‌های پاک، به یکی دیگر از ســـتون‌های اصلی راهبرد انرژی این کشور تبدیل خواهد شد. با این حال، او تأکید می‌کند که موضوع انرژی هسته‌ای به دلیل ارتباط آن با اشاعه هسته‌ای حساسیت ویژه‌ای دارد.

در دیگر نقاط آسیا نیز بحران انرژی ناشی از جنگ آمریکا و ایران باعث شده بسیاری از کشورها برای کاهش وابستگی خود به واردات نفت خام و LNG به منابع جایگزینی مانند انرژی هسته‌ای توجه بیشتری نشان دهند

اروپا نیز مسیری مشابه را دنبال می‌کند. پارلمان اروپا در سال ۲۰۲۲ قانونی تصویب کرد که برخی فعالیت‌های مرتبط با گاز طبیعی و انرژی هسته‌ای را به‌عنوان سرمایه‌گذاری‌های سازگار با اهداف اقلیمی طبقه‌بندی می‌کند؛ اقدامی که هدف آن کمک به فاصله گرفتن از زغال‌سنگ و دستیابی به اهداف اقلیمی است.

فرانسه که تقریباً ۷۰ درصد برق خود را از انرژی هسته‌ای تولید می‌کند هم در خط مقدم احیای انرژی هسته‌ای اروپا قرار دارد. دیگر کشورهای اتحادیه اروپا که در حال گسترش ظرفیت هسته‌ای داخلی خود هستند شامل مجارستان و اسلواکی می‌شوند.

آیا انرژی هسته‌ای پاک است؟

افزایش سرمایه‌گذاری در انرژی هسته‌ای تا حد زیادی ناشی از جستوجوی منابع انرژی پاک‌تر است. با این حال، انرژی هسته‌ای کاملاً تجدیدپذیر محسوب نمی‌شود، زیرا به استخراج اورانیوم نیاز دارد.

یکی از مهم‌ترین مزایای آن این اســـت که نیروگاه هســـته‌ای هنگام فعالیت، برق را بدون انتشار مستقیم گازهای گلخانه‌ای تولید می‌کند. همچنین انرژی هسته‌ای به‌عنوان منبعی پایدارتر نســـبت به سوخت‌های فسیلی دیده می‌شود، زیرا راکتورها می‌توانند برای دوره‌های طولانی و به‌طور مداوم فعالیت کنند و برق بار پایه موردنیاز شبکه را تأمین کنند؛ یعنی حداقل میزان برقی که شبکه باید در تمام ساعات شبانه‌روز در دسترس داشته باشد.

هارت می‌گوید یکی از بزرگ‌ترین مزایای انرژی هسته‌ای طول عمر بالای آن است؛ به‌طوری که عمر عملیاتی برخی راکتورها تا حدود ۸۰ سال افزایش یافته است.

در همیـــن میان، تحـــولات دیگری نیز در جهان رخ داده اســـت و افـــکار عمومی نیز در حال تغییر است. طبق گزارش انجمن جهانی هسته‌ای، افکار عمومی جهانی طی دهه گذشته به‌تدریج حمایت بیشـــتری از انرژی هسته‌ای نشان داده‌اند.

در آمریکا، بیش از ۷۰ درصد پاسخ‌دهندگان در نظرسنجی بیسکانتی ریسرچ در سال ۲۰۲۵ اعلام کردند که از اســـتفاده از انرژی هسته‌ای حمایت می‌کنند. یک نظرسنجی گالوپ که اوایل امسال منتشر شـــد نیز نشان داد حمایت آمریکایی‌ها از انرژی هســـته‌ای طی دهه گذشته افزایش یافته است. این تحول در تضاد کامل با دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ قرار دارد؛ زمانی که توسعه انرژی هسته‌ای تا حد زیادی متوقف شده بود.

در مقایسه با زغال‌سنگ، ضرر انرژی هسته‌ای از نظر انتشار گازهای گلخانه‌ای و آلودگی‌های محلی بسیار پایین است

کارشناســـان می‌گویند این کاهش توسعه که بخشـــی از آن ناشی از حوادث بزرگ هسته‌ای مانند چرنوبیل بود، فرصت ارزشمندی را از بسیاری از کشورهای جهان گرفت. از نظر آنها، سرعت توسعه به دلیل عدم استفاده از انرژی هســـته‌ای در برخی کشورها کاهش یافت و اکنون زمان پرداخت هزینه آن تصمیم فرا رسیده اســـت: یا دوباره در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌شود و یا باید یک راه‌حل جایگزین برای آن پیدا کرد.

از ســـوی دیگر، مخالفان این ســـوال را مطرح می‌کنند که «آیا انرژی هســـته‌ای ایمن است؟» و بر این اســـاس می‌گویند توسعه بیشتر انرژی هسته‌ای با خطرات ایمنی و امنیتی جدی همراه است که باید جدی گرفته شوند.

هارت معتقد است که دفع پسماند هسته‌ای همچنان یکی از نگرانی‌های اصلی است و از زمانی که او حدود ۴۰ سال پیش در یک مرکز ذخیره‌سازی پسماند هسته‌ای کار می‌کرد، پیشرفت چندانی برای یافتن یک راه‌حل نهایی حاصل نشده است. از سوی دیگر، میزان واقعی این خطر به عواملی مانند منابع سوخت، اقدامات امنیتی و مدل حکمرانی هر کشور بستگی دارد.

در همین حال، ساخت نیروگاه‌های هسته‌ای در مناطق جنگی یا نزدیک به آن‌ها نیز خطرات بیشـــتری ایجاد می‌کند؛ همان‌گونه که نگرانی‌های ایمنی درباره نیروگاه هسته‌ای زاپوریژیا در اوکراین نشان داده است؛ تأسیساتی که در جریان جنگ بارها هدف حملات روسیه قرار گرفته است.

برخی دیگر هم در رسانه‌ها روی موضوع اشاعه سلاح هسته‌ای بر اثر استفاده از فناوری‌هایی با کارکرد دوگانه مانور می‌دهند و حتی درباره توافق هسته‌ای آمریکا و عربستان نیز ابراز تردید می‌کنند. درواقع اخیراً پس از امضای توافق هســـته‌ای آمریکا و عربستان سعودی در ژوئیه ۲۰۲۶ دوباره این بحث شدت گرفته است.

این توافق از نظر کنترل‌های منع اشـــاعه، بازرسی‌ها و میزان نقش آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، از اســـتانداردهایی که در توافق‌های پیشـــین هسته‌ای آمریکا وجود داشت پایین‌تر است.

وایتسواران می‌گوید این توافق، هنجارهایی را که در توافق هسته‌ای غیرنظامی سال ۲۰۰۹ میان آمریکا و امارات متحده عربی ایجاد شده بودند تضعیف می‌کند؛ توافقی که عموماً به‌عنوان «استاندارد طلایی» منع اشاعه شناخته می‌شود.

او ادامه می‌دهد: «قطعاً توافق آمریکا و عربستان، آن‌طور که اعلام شده، نشان‌دهنده تغییری در سیاست آمریکا است و از منظر اشاعه هسته‌ای، الزاماً تغییر مثبتی نیست.»

با این حال، وایتسواران معتقد است شاید بزرگ‌ترین مانع در مسیر احیای انرژی هسته‌ای، هزینه ســـاخت نیروگاه‌های جدید باشد. در ۲۰ ســـال گذشته، در جایی غیر از چین، روسیه یا کره جنوبی، تقریباً هیچ نیروگاه هســـته‌ای جدیدی هـــم در زمان مقرر و هم در چارچوب بودجه‌ی تعیین‌شده‌اش تکمیل نشده است. در آمریکا و اروپا نیز روند توسعه پروژه‌های جدید در بسیاری از موارد با مشکلات شدید هزینه‌ای و زمانی مواجه بوده است. این در حالی است که در سال‌های ابتدایی این صنعت، حامیان انرژی هســـته‌ای ادعا می‌کردند برق هسته‌ای آن‌قدر ارزان خواهد شـــد که حتی ارزش اندازه‌گیری مصرف آن را نخواهد داشـــت. اما شرایط امروز متفاوت است: اگر سیاســـت‌ها و فناوری‌های نوآورانه نتوانند انرژی هســـته‌ای را سریع‌تر و ارزان‌تر از گذشـــته نزدیک تولید کنند، انرژی هسته‌ای ممکن اســـت در نهایت نه به‌عنوان منبعی آن‌قدر ارزان که قابل اندازه‌گیری نباشد، بلکه به‌عنوان فناوری‌ای آن‌قدر گران که اهمیتی نداشته باشد، به یاد آورده شود.



دولت آمریکا شرکت مخابراتی چینی هواوی را در فهرست سیاه قرار داد و گوگل دسترسی این شرکت به برخی خدمات خود را لغو کرد. اما هواوی با استفاده از کد متن‌باز اندروید توانست سیستم‌عامل گوشی‌های هوشمند خود را حفظ کند.

[آینده تکنولوژی]

سبقت‌گرفتن در پیچ

نگاهی به آینده فناوری متن‌باز در چین

در هـر لحظه‌ای که متنی را روی رایانه یا تلفن هوشـمند خـود می‌خوانید، تقریباً به‌طور قطعی دارید از نوعی فناوری متن‌باز (اوپن‌سـورس) استفاده می‌کنید. فناوری متن‌باز عملاً زیربنای اقتصاد دیجیتال جهانی را تشکیل می‌دهد و شامل سیستم‌عامل‌ها و سرورهای وب و پایگاه‌های داده و پروتکل‌های رمزنگاری می‌شود.

پیش‌تر آمریکا و اروپا در توسـعه فناوری‌های متن‌باز نقش زیادی داشتند اما حالا چین پیشتاز در این عرصه است و توسعه متن‌باز را به بخشی از راهبرد ملی فناوری خود تبدیل کرده اسـت و شرکت‌ها و مؤسسات چینی مختلفی در این زمینه فعال هستند. با توجه به اینکه هوش مصنوعی روزبه‌روز بیشـتر به یک فناوری عادی و روزمره تبدیل می‌شود، این راهبرد می‌تواند بر محصولات و خدماتی که مردم در سراسر جهان از آن‌ها استفاده می‌کنند اثر بگذارد.

با این حال، موفقیت تلاش‌های چین ممکن است به توانایی این کشور در ایجاد اعتماد جهانی وابسته باشد. شرکت‌های چینی که از حمایت دولت برخوردارند، مدت‌هاست به این شهرت پیدا کرده‌اند که فناوری‌های پیشرفته را از طریق سرقت مالکیت فکری و همچنین اعمال فشار در قالب سرمایه‌گذاری‌های مشترک و توافق‌های صدور مجوز به دست می‌آورند.

فناوری متن‌باز نیز به‌طور فزاینده‌ای در حال تبدیل شدن به عرصه‌ای برای رقابت راهبردی میان کشـورها است. تدوین استانداردهای فنی و حقوقی حاکم بر فناوری‌های متن‌باز حالا اهمیت زیادی پیدا کرده است. باید توجه داشت که جنبش متن‌باز در طول زمان شکل‌های متفاوتی به خود گرفته است؛ از همکاری‌هایی که هدفشان دور زدن انحصارهای شرکتی بوده تا راهبردهای تجاری برای توسعه سریع‌تر محصولات. درواقع نرم‌افزار متن‌باز به توسعه‌دهندگان سراسر جهان اجازه داده است کدهای مشترک را دوباره استفاده کنند و آن‌ها را بهبود دهند.

لینوکس، نرم‌افزار هسته‌ای که سیسـتم‌عامل اندروید و بخش بزرگی از اینترنت بر آن متکی است، یک فناوری متن‌باز محسوب می‌شود. از سوی دیگر، RISC-V هم که به‌عنوان جایگزینی نوظهور برای معماری‌های تراشـه‌ای اینتل و Arm مطرح شـده، متن‌باز است. رابط‌های نسل آینده شبکه‌های تلفن همراه نیز بر استانداردهای متن‌باز متکی هستند.

نخسـتین فعالیت‌های چین در حوزه متن‌باز با هدف توسعه فناوری‌هایی انجام شد که کنترل خارجی نتواند رویشـان اعمال شود. یک مؤسسـه نرم‌افزاری دولتی، سیستم‌عامل Red Flag Linux را به‌عنوان جایگزینی برای سیسـتم‌عامل ویندوز مایکروسافت توسعه داد؛ زیرا دولت چین ویندوز را هم از نظر هزینه نگهداری گران می‌دانست و هم آن را در برابر جمع‌آوری اطلاعات توسط سرویس‌های خارجی آسیب‌پذیر تلقی می‌کرد. بعدها، یک دانشگاه نظامی چین سیستم‌عامل Kylin را برای ارتش و دیگر سازمان‌های دولتی چین توسعه داد.

در سـال‌های اخیر، شرکت‌های فناوری چینی فناوری متن‌باز را به‌عنوان راهی برای دور زدن تحریم‌ها و کنترل‌های صادراتی پذیرفته‌اند. مهم‌ترین نمونه‌اش هم شرایطی بود که برای گوشی‌های هواوی پیش آمد. پس از آنکه دولت آمریکا شرکت مخابراتی هواوی را به دلیل ارتباطاتش با ارتش چین در فهرسـت سیاه قرار داد، گوگل دسترسی این شرکت به برخی خدمات و برنامه‌های تحت مجوز خود را لغو کرد.

اما هواوی با اسـتفاده از کد متن‌باز اندروید توانست سیستم‌عامل گوشی‌های هوشمند خود را حفظ کند. این شـرکت در نهایت جایگزینی به نام هارمونی توسعه داد و نسخه متن‌باز خود را با نام اوپن هارمونی منتشر کرد.

در همین میان، سیستم‌عامل‌های متن‌باز داخلی مانند openKylin و openEuler نیز نقشی کلیدی در تأمین امنیت زیرساخت فناوری اطلاعات چین ایفا می‌کنند.

به نظر می‌رسد راهبرد چین موسوم به «سبقت گرفتن در پیچ» ــ یعنی حرکت نزدیک به پیشتاز و سپس عبور از او ــ در حال نتیجه دادن است.

شـرکت‌های مخابراتی چینی که پیش‌تر در فناوری شبکه‌های موبایل فایو-جی به جایگاه پیشرو رسیده‌اند، اکنـون با یک ائـتلاف بین‌المللی برای شـکل دادن به سـیکس-جی نسل آینده اسـتاندارد ارتباطات موبایل، همکاری می‌کنند. استاندارد Open-RAN که این ائتلاف در حال توسـعه آن اسـت، پیامدهای پیچیده‌ای برای امنیت سایبری و رقابت راهبردی دارد. رقابت بر سر هوش مصنوعی دیگر صرفاً به کنترل صادرات تراشه‌های هوش مصنوعی محدود نیست و اکنون به این پرسش گسترش یافته است که چه کسی رهبری توسعه هوش مصنوعی متن‌باز را در اختیار خواهد داشت. آمریکا طبیعتاً به این مسئله حساسیت زیادی نشان داده است. در داخل آمریکا، کاخ سفید و سیلیکون‌ولی هنوز درباره چشم‌انداز هوش مصنوعی متن‌باز اتفـاق نظر ندارند. البته دولت ترامپ و برخی قانون‌گذاران آمریکایی پیشنهادهایی برای محدود کردن دسترسی به مدل‌های وزن‌باز چینی ارائه کرده‌اند و برخی سازمان‌های دولت فدرال و دولت‌های ایالتی نیز به دلایل امنیتی، استفاده کارکنان و پیمانکاران خود از دیپ سیک را ممنوع کرده‌اند. بسیاری از کارشناسان معتقدند این کار، پاک‌کردن صورت مسـئله اسـت و در هر حال باید فناوری متن‌باز نیز هر چه سـریع‌تر از چارچوب‌های حکمرانی و نظارتی بهره‌مند شود.

منبع: کانورسیشن

چرا باید خواند:
رقابت بر سر توسعه هوش مصنوعی این روزها به موضوع پیشرو بودن در عرصه هوش مصنوعی متن‌باز هم کشیده شده و طبیعتاً یک سمت این رقابت چین است. بخوانید تا ببینید موضوع از چه قرار است.



صنایع نظامی با کسب‌وکارهای غیرنظامی برای جذب نیروی کار ماهر رقابت می‌کنند، در حالی که دولت نیز با بخش خصوصی بر سر منابع و تأمین مالی به رقابت می‌پردازد.

[آینده روسیه]

از تاب‌آوری تا هزینه‌های فرسایشی

چهار سال از جنگ اوکراین گذشت، حالا چه می‌شود؟

بیش از چهار سال از آغاز جنگ در اوکراین می‌گذرد و حالا دیگر مهم‌ترین پرسش اقتصادی مربوط به جنگ این نیست که «آیا روسیه توانسته در برابر تحریم‌های غربی ایستادگی کند یا نه؟» بلکه این است که اگر این درگیری به جنگی طولانی‌مدت و فرسایشی بدل شود، این تاب‌آوری تا چه زمانی می‌تواند دوام آورد.

اگرچه اقتصاد روسیه دچار فروپاشی سریعی نشد که برخی ناظران در ابتدای جنگ پیش‌بینی می‌کردند، اما شاخص‌های اقتصادی در سال ۲۰۲۶ تصویری پیچیده‌تر را ترسیم می‌کنند. اقتصاد این کشور همچنان به کار خود ادامه می‌دهد و دولت روسیه همچنان توان تأمین مالی عملیات نظامی خود را دارد. با این حال، هزینه تداوم این الگوی اقتصادی در حال افزایش است و فشارها بر سرمایه‌گذاری، اقتصاد غیرنظامی و مالیات‌های عمومی روزبه‌روز بیشتر می‌شود.

آندری کُلیاچ اقتصاددان برجسته روسی، اقتصاددان ارشد پیشین بانک توسعه دولتی «وی‌ای‌بی» و معاون سابق وزیر اقتصاد، اخیراً این بحث را مجدداً مطرح کرده و هشدار داده است که در صورت تداوم جنگ فرسایشی، روسیه با خطرات جدی روبه‌روست. اما این طور به نظر می‌رسد که برای بررسی درست‌تر موضوع، باید ابتدا از بحث اقتصاد جنگی یعنی زمانی که هزینه‌های نظامی به موتور رشد تبدیل می‌شود شروع کنیم.

یکی از کلیدهای درک اقتصاد کنونی روسیه، تمایز قائل شدن میان رشد اقتصادی کمّی و رشد اقتصادی پایدار است. از آغاز جنگ، دولت روسیه حجم عظیمی از منابع مالی را به صنایع دفاعی، تولیدات نظامی و لجستیک مرتبط با جنگ تزریق کرده است. این هزینه‌ها موجب افزایش تقاضا، تولید و اشتغال می‌شوند و در نتیجه به تولید ناخالص داخلی (GDP) کمک می‌کنند.

تولید یک تانک یا موشک به همان اندازه که تولید ماشین‌آلات صنعتی یا ساخت یک کارخانه به تولید ناخالص داخلی کمک می‌کند، در این شاخص اثر دارد. تفاوت اقتصادی در این است که یک کارخانه یا زیرساخت مولد می‌تواند ظرفیت تولیدی یک کشور را برای سال‌های متمادی افزایش دهد، در حالی که بخش بزرگی از تولیدات نظامی در جنگ مصرف شده و لزوماً بازده اقتصادی آینده‌ای ایجاد نمی‌کند.

بر اساس برآوردهای مؤسسه بین‌المللی پژوهش‌های صلح استکهلم، هزینه‌های مرتبط با جنگ و مخارج نظامی روسیه در سال ۲۰۲۵ به حدود ۱۶ تریلیون روبل رسیده است که معادل ۷.۵ درصد از تولید ناخالص داخلی است. بودجه سال ۲۰۲۶ نیز مبلغی در حدود ۱۴.۹ تریلیون روبل، یعنی معادل ۶.۳ درصد از تولید ناخالص داخلی روسیه پیش‌بینی شده است. این موضوع یکی از پارادوکس‌های اساسی اقتصاد جنگی را برجسته می‌کند: اینکه هزینه‌های نظامی می‌توانند رشد اقتصادی امروز را تأمین کنند، اما توانایی تولید رشد در آینده توسط آنها ضعیف است.

در همین حال، بخش غیرنظامی شرایط دیگری را در دوران جنگ سپری می‌کند. هنگامی که دولت سهم فزاینده‌ای از نیروی کار، سرمایه، تأمین مالی و انرژی را به سمت بخش نظامی هدایت می‌کند، این منابع برای صنایع غیرنظامی کمتر در دسترس قرار می‌گیرند. صنایع نظامی با کسب‌وکارهای غیرنظامی برای جذب نیروی کار ماهر رقابت می‌کنند، در حالی که دولت نیز با بخش خصوصی بر سر منابع و تأمین مالی به رقابت می‌پردازد. همزمان، فشارهای تورمی و نرخ‌های بهره بالا، هزینه استقراض و سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهند. این موضوع به تبیین این نکته کمک می‌کند که چگونه یک اقتصاد می‌تواند رشد تولید ناخالص داخلی را ثبت کند، در حالی که همزمان بخش‌هایی از بخش خصوصی آن با شرایط دشوارتری مواجه می‌شوند.

مؤسسه بین‌المللی مطالعات استراتژیک اعلام کرده است که اقتصاد روسیه نزدیک به محدودیت‌های ظرفیت تولیدی خود عمل می‌کند و کمبود نیروی کار به یک مانع فزاینده تبدیل شده است. این امر نشان می‌دهد که تخصیص منابع بیشتر به تولیدات نظامی ممکن است بازده اقتصادی نزولی به همراه داشته باشد.

آمارهای اخیر این نگرانی‌ها را تأیید می‌کنند. در ژوئیه ۲۰۲۶، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد که رشد واقعی اقتصادی روسیه در سال ۲۰۲۶ تقریباً ۱.۱ درصد خواهد بود. داده‌های این صندوق برای روسیه همچنین تورمی در حدود ۵.۶ درصد را پیش‌بینی کرده است

این لزوماً به معنای حرکت اقتصاد روسیه به سمت زوال نیست. بلکه نشان می‌دهد که دوره گسترش قوی ناشی از هزینه‌های دولتی و نظامی، به‌تدریج با محدودیت‌های اقتصادی بیشتری مواجه می‌شود. این تمایز حیاتی است: توانایی یک دولت در تأمین مالی جنگ، با توانایی یک اقتصاد در ایجاد توسعه بلندمدت پایدار، یکسان نیست.

روسیه از منابع طبیعی عظیم، به‌ویژه نفت، گاز و مواد معدنی برخوردار است. افزایش قیمت مواد خام نیز می‌تواند کمک مالی مهمی به دولت روسیه ارائه دهد. حتی صندوق بین‌المللی پول نیز برای سال ۲۰۲۶ انقباض اقتصادی پیش‌بینی نمی‌کند، بلکه رشدی نسبتاً ضعیف را متصور است. با این حال، مشکل عمیق‌تر به هزینه فرصت مربوط می‌شود. صندوق بین‌المللی پول در تحلیل جامع خود از اقتصاد هزینه‌های دفاعی خاطرنشان کرده است که افزایش زیاد هزینه‌های نظامی می‌تواند در کوتاه‌مدت فعالیت‌های اقتصادی را تحریک کند، اما ممکن است تورم، کسری بودجه و بدهی را افزایش داده و به هزینه‌های اجتماعی فشار وارد آورد، به‌ویژه زمانی که چنین هزینه‌هایی برای دوره‌های طولانی ادامه یابد.

منبع: مرکز الروابط برای پژوهش‌های راهبردی

چرا باید خواند: اقتصاد روسیه در دوران جنگ اوکراین توان تامین مالی و نظامی خود را حفظ کرده است. اینجا توضیح می‌دهیم که چرا این شرایط پایدار نخواهد بود.





منبع: ولت ووخه

چرا باید خواند: آیا درگیری‌های غرب با روسیه و ایران، بنیان‌های اقتصادی و نگرش راهبردی آمریکا و اروپا را تضعیف می‌کند؟ گروهی از کارشناسان به این سوال پاسخ مثبت می‌دهند و جفری ساکس یکی از آنهاست. گفت‌وگو با او را در این مورد بخوانید.

[آینده جهان]

فشارهای اقتصادی از سوی یک دولت گانگستر

گفت‌وگو با جفری ساکس، اقتصاددان آمریکایی و استاد دانشگاه کلمبیا

در این گفت‌وگو پروفسور جفری ساکس، اقتصاددان دانشگاه کلمبیا به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه درگیری‌های غرب با روسیه و ایران، بنیان‌های اقتصادی و نگرش راهبردی آمریکا و اروپا را تضعیف می‌کند. ساکس استدلال می‌کند که این جنگ‌ها ــ که از یک نگاه کهنه و هژمونیک به جهان ناشی شده‌اند ــ موجب جهش قیمت انرژی، هزینه‌های عظیم مالی و رکود شده‌اند و جهان را نیز به سمت چندقطبی‌شدن پیش برده‌اند. گفت‌وگو را گلن دیسن انجام داده است.

■ **گلن دیسن: آمریکا و اروپا مدتی است که با بحران‌زدگی در اقتصاد و همچنین نظام‌های مالی رو به تضعیف دست‌وپنجه نرم می‌کنند. جنگ‌هایی که امروزه غرب خودش را درگیر آنها کرده- به خصوص جنگ با ایران و روسیه- در تسریع افول اقتصادی غرب چه نقشی می‌توانند داشته باشند؟**

جفری ساکس: من فکر می‌کنم خود جنگ‌ها و نگرشی که در پشت این جنگ‌ها قرار دارد، قطعاً ما را به نوعی بن‌بست اقتصادی سوق می‌دهد؛ بن‌بستی که نه آمریکا و نه اروپا، آن‌طور که باید، درکش نمی‌کنند و واقعاً نمی‌دانند وارد چه وضعیتی شده‌اند البته اروپا این مسئله را به شکل اضطراری‌تر احساس می‌کند، چون در حال حاضر آشکارا در میان یک بحران اقتصادی قرار دارد. آمریکا هنوز به‌نوعی در حبابی شناور بالاتر از بحران اقتصادیِ فوری قرار گرفته است، اما در بلندمدت وضعیت بهتری نخواهد داشت.

خود جنگ‌ها البته پیامدهای مستقیمی داشتند. قبل از حمله آمریکا و اسرائیل به ایران، قیمت نفت در محدوده ۶۰ دلار به ازای هر بشکه قرار داشت اما به خاطر جنگ به ۹۰ دلار و ۱۰۰ دلار هم رسید. این وضعیت نشان‌دهنده دشواری بزرگی برای کل اقتصاد جهان است؛ حتی برای کشورهای صادرکننده نفت که خودشان در فرایند تولیدشان از نفت استفاده می‌کنند. آنها هم با تهدیدهای بزرگی در بخش کشاورزی، افزایش سرسام‌آور قیمت کود، افزایش قیمت بنزین در جایگاه‌ها، افزایش هزینه برق و افزایش هزینه تقریباً در تمام بخش‌های اقتصاد و خانوار مواجه‌اند. بنابراین کمبود عرضه‌ای که به خاطر قطع دسترسی از تنگه هرمز و در نتیجه جنگ ایجاد شده، پیامدهای فوری و بسیار جدی دارد. بگذارید این طور بگویم که این جنگ فوق‌العاده پرهزینه است. درباره اینکه هزینه مستقیم آن دقیقاً چقدر است، بحث‌های زیادی وجود دارد. اما برای خود آمریکا، هزینه قطعاً به ده‌ها میلیارد دلار و احتمالاً به صدها میلیارد دلار خواهد رسید؛ آن هم بدون در نظر گرفتن خسارات فاجعه‌باری که در جریان درگیری‌ها در منطقه به وجود می‌آید. بنابراین پیامدهای مستقیم جنگ بسیار جدی هستند.

درباره هژمونی و جنگ

دلیلِ اینکه اساساً وارد این جنگ‌ها شده‌ایم، این است که آمریکا و اروپا مصمم‌اند امتیازات و اختیارات هژمونیک خود را حفظ کنند. طی قرون متمادی، غرب یا همان امپراتوری‌های اروپایی و بعدش هم آمریکا بر این باور بوده‌اند که عملاً اداره جهان در اختیار آن‌هاست. آقای بسنت وزیر خزانه‌داری آمریکا، که انسانی بسیار مبتذل و گستاخ است ــ شاید بدترین نمونه‌ای که تاکنون در دولت داشته‌ایم ــ اخیراً در فایننشال تایمز به وضوح نوشت که: «ما جهان را اداره می‌کنیم؛ ما تعیین می‌کنیم چه کسی چه

ما در آمریکا بی‌ثبات‌ترین رهبر در تمام تاریخمان را داریم. و کمترین میزان سازوکارهای مهار و موازنه قدرت را در تاریخمان داریم. بنابراین یکی از احتمالات این است که جنگ جهانی سوم آغاز شود.

کاری انجام دهد؛ ما تعیین می‌کنیم چه کسی تجارت کند؛ و هر کشوری را که بخواهیم نابود خواهیم کرد.» این همان نگرش است.

مشابه این نگرش در اوکراین در حال اِعمال است. در نسل‌کشی در غزه در حال اعمال است. در جنگ علیه ایران در حال اعمال است. و البته در ربودن و مصادره درآمدهای نفتی ونزوئلا در اوایل امسال نیز همین نگرش حاکم بود. این طرز فکر می‌گوید: ما جهان را اداره می‌کنیم؛ البته مشکلاتی هم داریم؛ چون مزاحم‌هایی وجود دارند که می‌خواهند رقیب ما باشند ــ مانند روسیه، ایران یا چین ــ و نمی‌خواهند ما جهان را اداره کنیم. اما در اصل، ما جهان را اداره می‌کنیم و قرار است به جهان بگوییم چه کار کند.

این نگرش آن‌قدر منسوخ، آن‌قدر پوچ و آن‌قدر توهم‌آمیز است که مجموعه‌ای از سیاست‌ها را به وجود می‌آورد؛ نه فقط جنگ، بلکه اقدامات تجاری، حمایت‌گرایی اقتصادی و موارد مشابه، که غرب را نه‌تنها به سوی افول نسبی بلکه شاید در مقطعی به سوی افول جدی مطلق نیز ببرند. در همین حال، بسیاری از نقاط دیگر دنیا در حال رشد هستند.

تمام ادعاهایی که برای حفظ هژمونی مطرح می‌شوند و تمام این زیاده‌خواهی‌ها، به انباشت فشارها و بارهای سنگین منجر می‌شوند: از نظر مالی و بدهی، از نظر محدودیت‌ها و مطالبات تجاری، و از نظر قطع پیوندهای اقتصادی با نقاط مختلف جهان. کار به جایی رسیده که الان شاهد جنگ تجاری میان آمریکا و کانادا هستیم. واقعاً عجیب است! این شرایط در سال‌های آینده هم اروپا و هم آمریکا را وارد یک بحران اقتصادی بسیار جدی خواهد کرد. توجه داشته باشید که آمریکا الان در شرایطی قرار دارد که من آن را یک حباب مالی عظیم می‌دانم؛ حبابی که به‌دلیل ارزش‌گذاری‌های مربوط به هوش مصنوعی در بازار سهام شکل گرفته و فعلاً باعث می‌شود اوضاع سرپا بماند، اما به نظر من این حباب در نهایت خواهد ترکید.

سردرگمی راهبردی اروپا

■ **دیسن: خب، پایبندی به این نگرش هژمونیک که می‌گویید تا حدی عجیب است، چون اروپایی‌ها، یا بهتر بگویم اتحادیه اروپا، عملاً هدفشان را «خودمختاری راهبردی» قرار داده بودند؛ یعنی مستقل‌شدن از آمریکا. اما با ظهور همه این مراکز جدید قدرت، ظاهراً اتحادیه اروپا این امکان را دارد که مشارکت‌های خارجی خود را متنوع کند و از این طریق به خودمختاری بیشتری دست پیدا کند. با این حال، به نظر می‌رسد آن‌ها به‌شدت از فروپاشی رابطه سنتی با آمریکا هراس دارند؛ انگار که هیچ مدل اقتصادی و هیچ مدل ژئوپلیتیکی دیگری وجود ندارد. در حال حاضر خیلی‌ها به این کینزی‌گرایی نظامی به چشم خوش‌بینی نگاه می‌کنند. آیا شما آینده‌ای برای این رویکرد می‌بینید؟ یا این فقط یک راه‌حل موقتی است؟**

ساکس: اروپا زیاد اشتباه می‌کند و بنیادی‌ترین اشتباهش الان این است که تصور می‌کند آمریکا تغییر مسیر خواهد داد، دوباره بهترین دوست اروپا خواهد شد و آن‌ها با هم غروب آفتاب را در حالی که هژمون جهان هستند تماشا خواهند کرد و به سوی آینده گام خواهند برداشت. اروپا در حال رویاپردازی درباره گذشته است و اکثر سیاستمداران امروزی اروپا هم یا توسط آمریکا پرورش داده شده‌اند و یا اصلاً راهی برای اینکه به صدایی مستقل برای منافع اروپا تبدیل شوند نداشته‌اند. آنها دائم در هراس از روسیه به سر می‌برند و در این مورد، همه سرنوشت آینده خود را به آمریکا و کاری که آمریکا بخواهد انجام دهد گره زده‌اند.

این در حالی است که آمریکا عملاً الان به یک دشمن برای اروپا تبدیل شده است. خود روسیه در هر حال یک قدرت اروپایی است و اگر اروپا این موضوع را درک کند، این دو طرف یعنی روسیه و اروپا قادر به برقراری پیوندهای طبیعی با هم خواهند بود. اما در مورد آمریکا این طور نیست. الان اروپا سردرگم است. ما هرگز دوره‌ای با چنین رهبری بی‌ثبات، ضعیف و فاقد انسجام در اروپا ندیده‌ایم.

خود من هم گیج شده‌ام، چون برخی از این رهبران اروپایی را می‌شناسم. من دهه‌هاست نخست‌وزیر نروژ را می‌شناسم. الان واقعاً نمی‌فهمم او چه می‌گوید یا چرا فکر می‌کند که مواضع کنونی‌اش به نفع منافع نروژ است. همه‌چیز برای آنها از صبح تا شب فقط به ناتو مربوط می‌شود. همه‌چیز فقط به حمایت از ترامپ و آمریکا مربوط می‌شود. چطور چنین چیزی ممکن است؟ نخست وزیر نروژ آدم باهوشی است اما چنین حرف‌های بی‌معنایی می‌زند.

یا مثلاً لهستان، خود من مدت طولانی و در سطحی عمیق با لهستان کار کرده‌ام و در دهه ۱۹۹۰ به آن‌ها در تحول اقتصادی‌شان کمک کردم. آن‌ها از نظر تاریخی عمیقاً روس‌هراس هستند. اما در دوران امروزی باید از این مسئله عبور کنند و واقعیت‌های کنونی خود را درک کنند. کشورهای حوزه بالتیک حتی بدتر هستند.

البته صادقانه بگویم، مشکل اصلی اروپا کشورهای اصلی آن است. آلمان دوباره به سمت نظامی‌گری بازگشته است. فرانسه زیر نظر ضعیف‌ترین و بی‌انسجام‌ترین رهبری در دوران مدرن قرار دارد. ایتالیا نیز در تمام این ماجرا حتی مانند یک بازیگر بزرگِ دارای تفکر راهبردی عمل نمی‌کند. بنابراین هیچ هسته مرکزی‌ای وجود ندارد که بتواند اروپا را در مسیر معقولی هدایت کند. کشورهای خط مقدم در برابر روسیه، همگی صرفاً روس‌هراس هستند و تقریباً هیچ درکی از جهان گسترده‌تر ندارند.

دلیل اینکه اساسا وارد این جنگ‌ها شده‌ایم، این است که آمریکا و اروپا مصمم‌اند امتیازات و اختیارات هژمونیک خود را حفظ کنند

مورد جالب پدرو سانچز

در چنین اروپایی، اسپانیا را هم می‌بینیم که نخست وزیر شجاعی دارد و مواضع مستقل خودش را دارد که احترام‌برانگیز است. آن وقت می‌بینیم که بلافاصله دولت پنهان آمریکا فشارها را آغاز می‌کند و ناگهان همسر او تحت تحقیقات فساد قرار می‌گیرد. مشاوران سیاسی او نیز ناگهان تحت تحقیق قرار می‌گیرند. این‌ها بازی‌های سیاسی هستند. این‌ها یک روند قضایی مستقل و جدی نیستند. این‌ها بازی‌هایی هستند که توسط سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا) و آدم‌های آنها در دولت‌های اروپایی و علیه سیاستمداران با مواضع مستقل صورت می‌گیرد.



اما نکته این است که اروپا باید این موضوع را درک کند که ۴۵۰ میلیون نفر جمعیت دارد و منافعش کاملاً متفاوت از منافع آمریکا است. اروپا در کنار روسیه زندگی می‌کند، بنابراین باید بفهمد که اروپا در واقع پس از سال ۱۹۹۱، با روابط اقتصادی میان اروپای غربی و روسیه شکوفا شد.

در حقیقت، شـــواهد بســـیار قوی وجود دارد کـــه آمریکا از عمیق‌تر شدن روابط میان آلمان و روسیه نگران بود و آن را یک مسئله راهبردی می‌دانست؛ زیرا می‌خواست اطمینان حاصل کند که این روابط بیش از حد گرم نشوند، چرا که در آن صورت آمریکا ممکن بود کنار گذاشته شود و تنها بماند. خب، چرا رهبران اروپایی این واقعیت اساسی را درک نمی‌کنند؟ چرا رهبران اروپایی ساده‌ترین واقعیت را نمی‌فهمند که خانه آن‌ها در واقع در اوراســـیا قرار دارد؛ همان خشکی عظیمی که آن‌ها را به چین متصل می‌کند؟ بنابراین پیـــروی از رهبری آمریکا در حملات لفظی و تبلیغات ضدچینی هم کاملاً پوچ است. هر مدیر ارشد تجاری اروپایی این موضوع را می‌فهمد، اما در بروکسل چنین درکی وجود ندارد. رهبری سیاسی اروپا فاقد انسجام است.

توهمات خود آمریکا

من کشـــور خودم را بهتر درک می‌کنم. آمریکا همه سرمایه و توان خود را روی تلاش برای هژمون بودن در جهان گذاشـــته است. آمریکا اساساً از پایان جنگ جهانی دوم روی تبدیل شدن به هژمون جهان شرطبندی کرده اســـت. در پایان جنگ سرد، احســـاس کرد که این نقش به‌عنوان رهبر بی‌رقیب جهان برایش تأیید شـــده است. همه این‌ها نهایت غرور و خودبزرگ‌بینی بود. این افراد از جایگاه خود بیرون نمی‌روند تا واقعاً جهان را ببینند و بفهمند چه اتفاقی در حال رخ دادن است.

و البته آنها قطعاً هیچ درکی از چین نداشتند. چین صرفاً یک تمدن شـــگفت‌انگیز است که پس از یک قرن غارت و سلطه امپراتوری ــ که از سوی اروپا، آمریکا و ژاپن دنبال شد ــ توانست خود را احیا کند. بنابراین آن‌ها از منظر تاریخ جهانی، بازگشت چین به جایگاه طبیعی خود در صحنه جهان را درک نکردند و حالا دســـت‌وپا می‌زنند و می‌گویند: «صبر کنید، ما قرار اســـت شماره یک باشـــیم. ما به کشورها می‌گوییم چه کار کنند. اگر بخواهیم، ایران را بمباران می‌کنیم تا به عصر حجر برگردد. هر کاری بخواهیم انجام می‌دهیم.»

خب، این افراد ــ ببخشـــید که این‌طور می‌گویم ـــــ آن‌قدر نادان و بی‌اطلاع هســـتند که در بلندمدت همان‌طور که اروپا را به مسیر اشتباه می‌برند، آمریکا را نیز به ســـمت سقوط یا پرتگاه هدایت می‌کنند. من تا حدی می‌فهمم چه چیزی در آمریکا در حال رخ دادن اســـت. این فقط توهمی است که از غروری خارق‌العاده، به خصوص به دلیل اضمحلال اتحاد شوروی سرچشمه گرفت.

چیزی که برای من تعجب‌آور اســـت این است که اروپا خودش از این موضوع باخبر بود. اگر در سال ۲۰۰۰ یا ۲۰۰۵، یا حتی در نخستین روز اجلاس ناتو در بخارست در ســـال ۲۰۰۸، از رهبران اروپایی نظرخواهی می‌کردید، آن‌ها می‌فهمیدند چه اتفاقی در حال رخ دادن است. می‌دانستند آمریکا تلاش می‌کند آن‌ها را به سمت درگیری با روسیه سوق دهد. این برای اروپا خوب نیســـت. اروپا خط لوله نورد استریم را می‌خواهد و به آن احتیاج دارد. اروپا روابط اقتصادی با روســـیه را می‌خواهد و به آن احتیاج دارد. آن‌ها همه این مسائل را می‌دانستند.

اما حالا دیگر حتی یک کلمه هم درباره این موضوع نمی‌شنوید. و اگر این مواضع قبلی را پیش رویشان مطرح کنید، می‌گویند: «اوه، پس شما مدافع پوتین هستید.» شما را به‌عنوان کسی معرفی می‌کنند که به‌نوعی حرف‌های عجیب و غریب می‌زند.

امـــا چیزی که ما الان داریم می‌گوییم، همان چیزی بود که آنگلا مرکل صدراعظم وقت آلمان در اجلاس ناتو در بخارست می‌گفت. او می‌گفت: «خدایا، این رویکرد آمریکا آخرش ما را به جنگ خواهد کشاند.» رهبران اروپایی زیادی این موضوع را می‌دانستند. موضع بعضی‌هایشان در مورد مسائلی مثل جنگ عراق با آمریکا یکی نبود و به حمله آمریکا بر اســـاس شواهد دروغین انتقاد می‌کردند. الان هم بعضی‌هایشـــان می‌توانستند بیایند و بگویند که فرضاً از جنگ‌های آمریکا حمایت نمی‌کنند. اما عملاً خبری نیست.

در گذشته حداقل آدم‌هایی مثل هلموت کهل یا گرهارد شرودر یا آنگلا مرکل وجود داشتند که از موضع اروپا دفاع کنند. اما حالا هیچ انسجامی در اروپا دیده نمی‌شود و البته نتیجه آن، تشدید بحران اقتصادی و تشدید بحران ژئوپلیتیکی است. صادقانه بگویم، اروپا تقریباً عمدی دارد با حرف‌ها و مواضعش خودش را به سمت جنگی آشکار سوق می‌دهد. این یک حرکت انتحاری است.

> اسکات بسنت در سمت وزیر خزانه‌داری قرار گرفته تا نقش یک مجری و اعمال‌کننده زوَر را ایفا کند. نوعی ذهنیت گانگستری در جریان است و او دارد زورگویی‌های ترامپ را اجرایی می‌کند

هشدارهایی از جنس سال ۲۰۰۸

■ **دیسن: جالب است که ببینیم آن‌ها چگونه در نهایت به این تغییر موضع رسیدند. قبلاً عقل سلیمی داشتند. حتی در اسناد ویکی لیکس آمده بود که بعضی‌هایشان سال‌ها پیش درباره کشانده‌شدن اوکراین به دامن جنگ هشدار داده بودند. اما حالا اگر آن حرف‌ها را بزنید همه متهمتان می‌کنند که یا دیوانه‌اید یا دارید برای روسیه تبلیغ می‌کنید.**

ساکس: دقیقـــاً. درباره ایران هم همین طور شد. رهبران اروپایی در اوایل دهه ۲۰۱۰ می‌دانستند که می‌توانیم با ایران به‌صورت مسالمت‌آمیز مذاکره کنیم. رهبران اروپایی برای برنامه جامع اقدام مشترک یا برجام فشار آوردند و می‌خواســـتند آمریکا وارد مسیر دیپلماسی شود و در این راه از کارهای باراک اوباما خیلی استقبال کردند. اما در سال ۲۰۱۸ که ترامپ این توافق را پاره کرد، اروپایی‌ها هیچ نگفتند و اصرار نکردند که می‌خواهند سر توافق باشند. اخیراً مارک روته دبیر کل ناتو از اصطلاح بابا برای توصیف ترامپ استفاده کرد و انگار نگاه رهبران اروپایی در زمان لغو برجام به ترامپ همین بود: مثل این بود که در برابر بابایشان سر فرود آورده باشند و هیچ چیزی هم نگفتند که اقدام آمریکا اصلاً توجیهی ندارد.

جالب اینجاســـت که آدم‌های معمولی این طور نیستند. همین مقاله اسکات بسنت در مورد فشـــار اقتصادی علیه ایران را در فایننشال تایمز



اروپا تقریباً عمدی دارد با حرف‌ها و مواضعش خودش را به سمت جنگی آشکار سوق می‌دهد. این یک حرکت انتحاری است.

ببینید. بخش نظراتش واقعاً جالب است. کامنت‌گذارها دارند مسخره‌اش می‌کنند و می‌گویند تو این کاره نیستی، برگرد سر صندوق سرمایه‌گذاری‌ات. من منتظرم حتی یک رهبر اروپایی چنین حرفی بزند و بگوید که چنین کاری یعنی اعلام جنگ همه‌جانبه اقتصادی برای درهم‌شکستن یک کشور دیگر کاملاً غیرقانونی است. اما می‌بینیم که خبری نیست.

خود من در سال ۲۰۲۳ از نخست‌وزیر یکی از کشورهای بزرگ پرسیدم: «شما که می‌دانید جنگ اوکراین پوچ است. یک بن‌بست است. چرا کاری نمی‌کنید؟» و او گفت: «جفری، آن‌ها در واشینگتن با ما مثل بچه‌ها رفتار می‌کنند.» اساساً همین چیزی است که اکنون شاهدش هستیم. ما دیگر نمی‌توانیم یک فکر منسجم و منطقی بشنویم.

می‌خواهم به این موضوع هم اشاره کنم که روزی که به ایران حمله شد، یک نشست اضطراری شورای امنیت سازمان ملل برگزار شد که در آن ایرانی‌ها، چینی‌ها، روس‌ها و دیگران از من خواستند به‌عنوان شاهد و کارشناس شهادت بدهم. انگلیس ریاست جلسه را بر عهده داشت و اجازه نداد که من صحبت کنم. اما در سالن حضور داشتم. و موقع بمباران ایران هم تک‌تک نمایندگان اروپایی مثل انگلیسی‌ها و فرانسوی‌ها و یونانی‌ها دائم جلوی حرف‌زدن من را می‌گرفتند.

بنابراین ما در یک جهان موازی کاملاً شگفت‌انگیز زندگی می‌کنیم؛ جهانی که در آن از رهبران سیاسی اروپا حتی یک سخن صادقانه نمی‌شنویم. و هر حرفی هم که از سمت آمریکا مطرح می‌شود نه‌تنها غیرمنطقی و شاید مضحک است، بلکه دروغ هم هست.

خروج آبرومندانه از هژمونی

■ **دیسن: ای کاش حالا که دوران هژمونی غرب به پایان رسیده است، گذار آبرومندانه‌تری به سمت نظام چندقطبی باثبات انجام می‌شد و دست‌کم قواعد حقوق بین‌الملل، نظام مالی بین‌المللی و تجارت حفظ می‌شدند. اما انگار این طور نیست. نظر شما درباره این وضعیت چیست؟**

ساکس: چند وضعیت احتمالی می‌تواند رخ دهد. یکی از آن‌ها یک فاجعه کامل، یعنی جنگ جهانی سوم است. این احتمال غیرممکن نیست. بعضی‌ها می‌گویند جنگ جهانی سوم همین حالا آغاز شده است. ما در آمریکا بی‌ثبات‌ترین رهبر در تمام تاریخمان را داریم. و کمترین میزان سازوکارهای مهار و موازنه قدرت را در تاریخمان داریم. بنابراین این یکی از احتمالات است.

احتمال دوم که نباید آن را کنار بگذاریم، این است که رهبران اروپایی، حتی یک یا دو رهبر در کشورهای بزرگ، از خواب بیدار شوند و بگویند: «ما باید کار متفاوتی انجام دهیم.» البته احتمالاً این اتفاق با شخصیت‌های سیاسی کنونی، یعنی فون درلاین، مرتس و مکرون رخ نخواهد داد. اما شاید یک سال دیگر رهبری متفاوتی روی کار باشد. بی‌طرفی اوکراین بیش از ۳۰ سال یک راه‌حل در دسترس بود و بیش از ۳۰ سال روی میز قرار داشت؛ و در تمام این مدت، آمریکا آن را رد کرد. اما اروپا هنوز راه‌هایی دارد که به این مسیر برگردد. بنابراین این دومین احتمال است.

احتمال سوم، که شاید از همه محتمل‌تر بدانمش، این است که از بدترین سناریوی جنگ جهانی اجتناب کنیم. یعنی شاهد هیچ نوع رنسانس اروپایی نباشیم اما بقیه جهان، یعنی به‌اصطلاح اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه که ۸۵ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، به مسیر خود به صورت مسالمت‌آمیز ادامه دهند. اینها بخش غیرهژمونیک جهان هستند که بین دویست تا سیصد سال تحت هژمونی غرب بودند. آنها شامل چین، هند، روسیه و برزیل، کشورهای عضو بریکس و کشورهای



اتحادیه آفریقا می‌شوند؛ یعنی ۵۴ کشور با ۱.۵ میلیارد نفر جمعیت.

ممکن است که غرب عملاً با اشتباهاتش خودش را فلج کند و با پناه بردن به سیاست‌های حفاظتی، خود را در وضعیت رکود یا افول قرار دهد. اما همزمان، بقیه جهان به جلو برود. و فکر می‌کنم این واقعاً یک سناریوی ممکن است. و در نوع خود، سناریویی امیدوارکننده‌تر و کاملاً عملی است

البته این سناریوی آرمانی نیست. حالت آرمانی این است که اروپا از خواب بیدار شود، آمریکا از توهم بیش از ۳۰ ساله خود بیرون بیاید و ما واقعاً وارد دوران چندقطبی‌گرایی و صلح شویم. هیچ‌یک از جنگ‌های اخیر، از هیچ جنبه‌ای، کوچک‌ترین توجیهی نداشتند و حتی جلوگیری از آن‌ها یا متوقف کردنشان نیز کار دشواری نبود.

■ **دیسن: اروپا که تا ابد نمی‌تواند گرفتار قیمت گران انرژی باشد. نمی‌تواند شاهد صنعتی‌زدایی باشد و گرفتار بدهی باقی بماند. در همین حال، اگر به دیگر نقاط جهان نگاه کنید، می‌بینید که مثلاً در چین حالا المپیک ربات‌ها برگزار می‌شود. منظورم این است که تضاد آن‌قدر زیاد شده که نمی‌توان این وضعیت را برای مدت طولانی ادامه داد. در مقطعی، واقعیت باید سیاست‌های شما را تعیین کند. اما این را هم می‌خواستم بپرسم. در مورد حرف‌هایی که اسکات بسنت زده، این مسیر را دولت آمریکا چطور ادامه خواهد داد؟**

ساکس: بسنت یک مدیر صندوق پوشش ریسک است و به هیچ وجه صلاحیت هدایت یک اقتصاد ۳۰ تریلیون دلاری را ندارد. او هیچ علاقه‌ای به اقتصاد آمریکا نشان نمی‌دهد و هیچ دانشی هم درباره اقتصاد واقعی ندارد؛ اینکه مردم چگونه زندگی و کار می‌کنند و نیازهای اقتصادی‌شان چیست.

او با فاصله، ضعیف‌ترین وزیر خزانه‌داری در تاریخ مدرن است. او آنجاست تا نقش یک مجری و اعمال‌کننده زور را ایفا کند. نوعی ذهنیت گانگستری دارد تا زورگویی‌های ترامپ را اعمال کند. حرف اصلی او از زمانی که وزیر خزانه‌داری شده، این بوده که کدام اقتصادها را می‌توانند نابود کنند. او می‌خواسته ببیند که چطور می‌تواند ارزش پول ایران را درهم بشکند و چگونه اقتصاد ونزوئلا را به سقوط بکشاند. من هیچ علاقه‌ای به اقتصاد واقعی آمریکا، اشتغال، بهره‌وری، رفاه مردم آمریکا، هزینه زندگی یا هیچ‌یک از این مسائل در او نمی‌بینم. بنابراین او یک گانگستر در یک دولت گانگستری است. و این دولت همین روش گانگستری را ادامه خواهد داد. ■

ما در یک جهان موازی کاملاً شگفت‌انگیز زندگی می‌کنیم؛ جهانی که در آن از رهبران سیاسی اروپا حتی یک سخن صادقانه نمی‌شنویم. و هر حرفی هم که از سمت آمریکا مطرح می‌شود نه‌تنها غیرمنطقی و شاید مضحک است، بلکه دروغ هم هست



منبع: هاروارد بیزینس ریویو

چرا باید خواند:
تغییرات رادیکال در تعداد کارکنان شرکت‌ها و محول کردن مسئولیت‌های آنها به هوش مصنوعی تحولی عظیم در عرصه مشاغل ایجاد کرده. اما آیا این تعدیل‌ها از نقطه درستی آغاز شده‌اند یا خلاهای جدیدی ایجاد کرده‌اند؟ پاسخش را اینجا بخوانید.

[آینده مشاغل]

ظهور یک کارآفرین جدید

تحول هوش مصنوعی مستلزم بازطراحی کار است، نه حذف نقش‌های شغلی

اینکه هوش مصنوعی دقیقاً چگونه بر نیروی کار در کوتاه‌مدت و میان‌مدت تأثیر خواهد گذاشت، روشن نیست. این روزها بسیاری از شرکت‌ها اعلام می‌کنند که تعدادی از نیروهای خود را تعدیل کرده‌اند زیرا استفاده از هوش مصنوعی، نیازشان به نیروی کار انسانی را پایین آورده است. اما ظاهراً بخشی از این مواضع، تلاش متظاهرانه‌ای است برای اینکه به سرمایه‌گذاران اطمینان داده شود که این شرکت‌ها در مسیر استفاده گسترده از تکنولوژی و پایین‌آوردن هزینه‌ها از این طریق قرار دارند. درواقع برخی از این تعدیل نیروها همان کاری است که از قبل هم باید انجام می‌شده است تا بهره‌وری شرکت‌ها بالا برود. گلدمن ساکس تخمین می‌زند که هوش مصنوعی در سال گذشته تقریباً ۰.۱ واحد درصد به نرخ بیکاری افزوده است.

واقعیت این است که اکنون ما در مراحل اولیه استفاده از هوش مصنوعی برای انجام امور هستیم و مقیاس تعدیل نیروی شرکت‌ها کوچک‌تر از آن است که چرخه خبری القا می‌کند. بسیاری از شرکت‌ها در واکنش به هوش مصنوعی در حال ایجاد تغییرات رادیکال در نیروی کار خود هستند؛ و البته اغلب آن را اشتباه انجام می‌دهند. یک نظرسنجی بین‌المللی از هزار مدیر در عرصه کسب‌وکار که در آوریل ۲۰۲۵ منتشر شد نشان داد که ۵۵ درصد از کسب‌وکارهایی که به‌دلیل پیاده‌سازی هوش مصنوعی کارکنان خود را اخراج کرده بودند، اذعان داشتند که در زمینه نیروی انسانی تصمیمات اشتباهی گرفته‌اند. در نظرسنجی جدیدتری از ۶۰۰ مدیر منابع انسانی که در ۱۲ ماهِ منتهی به فوریه ۲۰۲۶ تعدیل‌هایی ناشی از به‌کارگیری هوش مصنوعی انجام داده بودند، تنها ۸.۴ درصد معتقد بودند که اقداماتشان خوب جواب داده و نتیجه دلخواه را به‌دست آورده‌اند.

به همین خاطر بوده که پیش‌بینی شده که نیمی از شرکت‌هایی که به‌دلیل استفاده از هوش مصنوعی، کارکنان بخش خدمات مشتریانشان را کاهش داده‌اند، دوباره نیروی کار استخدام خواهند کرد. انتظار می‌رود نیمی از تمام اخراج‌های منتسب به هوش مصنوعی معکوس شوند، هرچند ممکن است موقعیت‌های جایگزین شغلی برون‌سپاری شوند یا حقوق کمتری داشته باشند.

درمجموع می‌توان گفت شرکت‌ها اغلب تعدیل نیروی مبتنی بر هوش مصنوعی را درست انجام نمی‌دهند.

حرکت از نقطه اشتباه

در زمینه تعدیل نیرو مشکل صرفاً این نیست که شرکت‌ها به دنبال همگامی با هوش مصنوعی هستند یا نه. مشکل این است که بسیاری از آن‌ها بازسازی مبتنی بر هوش مصنوعی را از نقطه شروع نادرستی آغاز می‌کنند: یعنی شمار کارکنان به‌جای خود کار. یک رویکرد پایدارتر باید با درک اینکه هوش مصنوعی چگونه وظایف فردی و فرایندهای کسب‌وکار را تغییر می‌دهد آغاز شود، و سپس سازمان را باید حول قابلیت‌های موردنیاز (چه انسانی و چه غیرانسانی) برای اجرای آن‌ها بازطراحی کرد. این امر مستلزم آن است که شرکت‌ها در نحوه تعریف کار تجدیدنظر کنند، تصمیمات هوش مصنوعی را به استراتژی کسب‌وکار متصل کرده باشند، درکی واقع‌بینانه از آنچه فناوری می‌تواند و نمی‌تواند انجام دهد ایجاد کنند و انعطاف‌پذیری کافی برای تغییر مسیر با تکامل فناوری و شواهد حفظ کنند

بیشتر شرکت‌هایی که تاکنون تغییرات نیروی کار مبتنی بر هوش مصنوعی را امتحان کرده‌اند، مرتکب یک یا چند اشتباه از مجموعه‌ای قابل‌شناسایی می‌شوند. در درجه اول هم موضوع تعدیل‌های پیشگیرانه قرار دارد.

بسیاری از شرکت‌ها نیروی کار خود را بر اساس پیش‌بینی‌ها و روایت‌های بازار درباره قابلیت‌های آینده هوش مصنوعی بازسازی می‌کنند، نه بر اساس شواهد حاصل از پیاده‌سازی‌های فعال خودشان. یک نظرسنجی اخیر از بیش از هزار مدیر اجرایی جهانی نشان داد که تنها ۲ درصد از سازمان‌ها کاهش‌های بزرگ در شمار کارکنان خود را بر اساس پیاده‌سازی واقعی هوش مصنوعی انجام داده بودند.

این یعنی تصمیم‌گیری‌ها بر اساس یک سری پیش‌بینی در باب مسیر حرکت فناوری انجام می‌شود و ربطی به اینکه فناوری در حال حاضر چه کاری می‌توانسته برای شرکت انجام دهد نداشته است.

موضوع دیگر این است که بسیاری از تعدیل‌های شرکتی که به بهانه استفاده از هوش مصنوعی انجام شده، بدون درک قابلیت‌های هوش مصنوعی در عرصه کاری بوده است. حتی وقتی شرکت‌ها از تصمیمات پیشگیرانه فراتر می‌روند و به تصمیماتی مبتنی بر پیاده‌سازی‌های فعلی هوش مصنوعی می‌رسند، اخراج‌ها اغلب بدون درک کافی از قابلیت‌ها

منابعی که توسط هوش مصنوعی آزاد شده‌اند، باعث می‌شوند استخدام افراد در حوزه‌هایی دیگر صورت بگیرد که به مشارکت انسانی بیشتری نیاز داشته‌اند؛ چیزی که از دست هوش مصنوعی برنیامده است.

و محدودیت‌های هوش مصنوعی انجام می‌شـوند. مهم‌ترین علت در ناکامی چنین تصمیماتی هم این است که به تدریج مشخص می‌شود در کدام امور، هوش مصنوعی به نظارت انسانی بیشتری از حد انتظار نیاز داشته است.

در همین حال، وقتی موضوع تعدیل نیرو به خاطر هوش مصنوعی مثل یک شمشیر بالای سـر کارکنان باشد، اوضاع در هیچ شرکتی عادی و مثبت نخواهد بود. یک نظرسنجی از بیش از پنج هزار کارمند آمریکایی نشان داد که تعامل در سازمان‌هایی که اخراج و تعدیل نیرو رخ داده به ۴۴ درصد کاهش می‌یابد. این شرایط می‌تواند امنیت روانی کارکنان باقی‌مانده را تضعیف کند و آن‌ها را به کناره‌گیری از کارشان و اجتناب از آزمایش بهره‌وری مبتنی بر هوش مصنوعی سوق دهد.

یک نظرسـنجی اخیر گارتنر نشان داد که ۸۰ درصد از شرکت‌ها هنگام پیاده‌سازی «قابلیت‌های کسـب‌وکار خودکار» جدید، نیروی کار خود را کاهش داده‌اند، اما هیچ همبسـتگی‌ای میان تعداد کمترِ کارکنان و بازده سرمایه‌گذاری‌ها وجود نداشت. تا زمانی که سازمان‌ها موفقیت را با کیفیت تصمیم‌گیری، قابلیت سازمانی و یادگیری نسنجند و در عوض آن را با صرفه‌جویی در هزینه و کاهش شمار کارکنان اندازه بگیرند، به تکرار همان اشتباهات ادامه خواهند داد.

بسیاری از شرکت‌ها برنامه‌های خود برای بازسازی و تطبیق با هوش مصنوعی را از نقطه نادرستی آغاز می‌کنند

مسئله هوش، مسئله ارزش

واقعیت این است که هیچ سازمان واحدی به‌طور کامل مسئله تعدیل نیروی درست در عصر هوش مصنوعی را حل نکرده اسـت و شرکت‌هایی که به‌طور جدی‌تری در حال آزمایش مدل‌های جدید نیروی کار هستند، خود تحت عدم قطعیت قابل توجهی عمل می‌کنند. اما بررسی دقیق‌تر نحوه انجام کار در چنین شرایطی ضروری است: اینکه هوش مصنوعی کجا می‌تواند واقعاً ارزش ایجاد کند و قابلیت‌های انسانی کجا ضروری باقی می‌مانند.

اصولاً وقتی سازمان‌ها فرایند تعدیل نیرو را آغاز می‌کنند، معمولاً اهدافی برای تعداد موقعیت‌هایی که باید حذف شـوند تعیین می‌کنند که هدفش جایگزینی کارکرد اصلی نقش انسـانی با یک گزینه هوش مصنوعی است. اما بیشترِ مشاغل یقه‌سفید و شرکتی شامل چندین وظیفه هستند. کارکنان در هر سطحی معمولاً اموری را به صورت تعاملی انجام می‌دهنـد و در کار از قضاوت‌های خود بهره می‌برند؛ چیزی که تقلیل آن به توابع الگوریتمی دشوار است.

درواقع جایگزین هوش مصنوعی تنها قادر به انجام نمایان‌ترین بخش‌های یک شغل خواهد بود و به تدریج، سازمان خود را در موقعیتی خواهد یافت که نیاز دارد کارکنان را دوباره استخدام کند.

اصـولاً پس از تعدیل نیرو به خاطر هوش مصنوعی، مـواردی وجود دارد که مدیران منابع انسانی در چارچوبش گزارش می‌دهند که همراه با کارکنان اخراج‌شده، مهارت‌ها و تخصص‌های حیاتی را نیز از دسـت داده‌اند. ناتوانی در پیش‌بینی این فقدان نکته مهمی به ما می‌گوید: سـازمان‌هایی که نمی‌دانستند کدام مهارت‌ها را از دست می‌دهند، هرگز به‌طور کامل درک نکرده بودند که نقش‌های حذف‌شـده واقعاً چه کاری انجام می‌دادند. بنابرایـن تجزیه نقش‌ها و درک اینکه کدام فعالیت‌ها در یک فرایند کلی کسـب‌وکار می‌توانند با هوش مصنوعی جایگزین شوند و کدام نمی‌توانند، حیاتی است. تنها در آن صورت است که می‌توان تعیین کرد نیروی کار جدید باید چگونه باشد. در مرحله بعدی می‌تـوان برنامه کاهش شـمار کارکنان را به‌گونه‌ای طراحی کرد که جریان‌های کاری مختل نشوند.

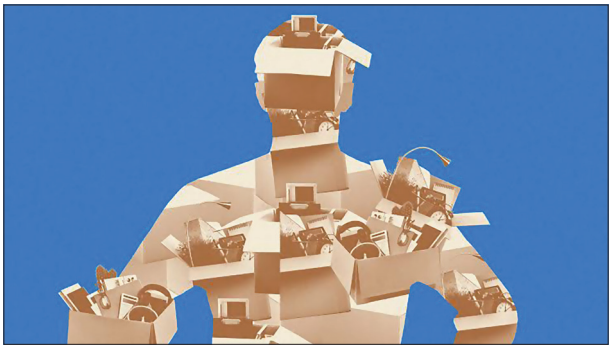
رویکرد سـیتی‌گروپ در هدف‌قراردادن فرایندهای مشـخص برای بهبود، نمونه‌ای از این امر در عمل است. این بانک با فهرست اولیه‌ای از ۵۰ فرایند که برای خودکارسازی بیشتر علامت‌گذاری شده بودند آغاز کرد. سیتی‌گروپ به‌جای شروع از هدف کاهش شمار کارکنان، شناسایی کرد که فناوری و بازطراحی فرایند کجا می‌توانند کار را تغییر دهند و تصمیمات نیروی انسانی را بر آن اساس اتخاذ کرد. تحلیل ابتدا انجام شد؛ بازسازی پس از آن.

پرسیدنِ این سوال که «هوش مصنوعی برای کاهش شمار کارکنان ما چه کاری می‌تواند انجام دهد؟» از جای نادرستی شروع می‌شود، زیرا هوش مصنوعی را به‌عنوان ابزاری منزوی برای کاهش هزینه در نظر می‌گیرد که از اسـتراتژی گسترده‌تر کسب‌وکار جدا است. در عوض، کسب‌وکارها باید هوش مصنوعی را بخشی جدایی‌ناپذیر از مجموعه کلی قابلیت‌های در دسترس خود برای تحقق اهدافشان تلقی کنند و سپس ترکیب بهینه منابع هوش مصنوعی و انسانی موردنیاز برای دستیابی به آن اهداف را تعیین کنند. گاهی پاسخ، کاهش مستقیم در شمار کارکنان و هزینه‌ها را ایجاب خواهد کرد. اما در موارد دیگر، منابعی که توسط هوش مصنوعی آزاد شده‌اند، باعث می‌شوند استخدام افراد در حوزه‌هایی دیگر صورت بگیرد که به مشـارکت انسانی بیشتری نیاز داشته‌اند؛ چیزی که از دست هوش مصنوعی برنیامده اسـت. همچنین این کار می‌تواند از طریق هدایت تلاش‌های کارکنان موجود به وظایف متفاوت انجام شود.

این در حالی است که اصولاً استقرار مجدد کارکنان بدون هزینه نیست و معمولاً به سرمایه‌گذاری قابل‌توجهی در بازآموزی مهارت‌ها، حفظ دانش سازمانی و حمایت از فرهنگ و روحیه شـرکت نیاز دارد. اما مثلاً اینجا نمونه شـرکت والمارت را داریم که اعلام کرده نزدیک به ۱ میلیارد دلار در آموزش هوش مصنوعی برای نیروی کار ۱.۶ میلیون‌نفری خود در آمریکا سرمایه‌گذاری کرده است و جان فرنر مدیرعامل والمارت انتظار دارد که شرکت تقریباً همان تعداد افراد امروزی را در سه تا پنج سال آینده داشته باشد.

استراتژی جی‌پی‌مورگان چیس نمونه‌ای دیگر از این رویکرد را ارائه می‌دهد. این بانک به‌جای شروع از هدف استفاده از هوش مصنوعی برای کاهش شمار کارکنان، با بررسی این موضوع آغاز کرد که چگونه می‌تواند منابع نیروی انسانی را که در اثر کارایی‌های ایجادشده توسط پیاده‌سازی‌های هوش مصنوعی آزاد شده‌اند، به مؤثرترین شکل بازتخصیص دهد. این امر به کاهش در برخی حوزه‌های نیروی کار و افزایش در برخی دیگر انجامید. طبق گزارش سی‌ان‌بی‌سی، در حالی که نقش‌های عملیاتی ۴ درصد و نقش‌های پشتیبانی ۲ درصد کاهش یافتند، تیم‌های مشتری‌محور و درآمدزا ۴ درصد گسترش یافتند. شمار کلی کارکنان شـرکت در حدود کمی بیش از سیصد هزار ثابت باقی مانده است. حفظ شمار ثابت کارکنان نباید به‌خودی‌خود یک هدف کسب‌وکار باشد. بلکه، مجموع شمار کارکنان باید با نیازهای یک استراتژی کسب‌وکار منسجم که انسان‌ها و هوش مصنوعی را برای ایجاد ارزش در جای مناسب به کار می‌گیرد، هماهنگ باشد. در مورد جی‌پی‌مورگان چیس، مدیرعامل آن یعنی جیمی دایمون انتظار دارد که شمار کل کارکنان طی پنج سال آینده کاهش یابد.

مدیران در شـرایط کنونـی باید بدون تأخیـر در زمینه هـوش مصنوعی آگاه و مسلط شوند. این به معنای درک قابلیت‌های فنـی این فناوری بـرای اتخاذ تصمیمات آگاهانه درباره پیاده‌سازی‌های بالقوه در بافت منحصربه‌فرد هر سـازمان است. درنهایت، سازمان‌هایی که گذار به هوش مصنوعی را با موفقیت پشت سر خواهند گذاشت، تعدیل نیرو را به‌عنوان یک تمرین طراحی قابلیت تلقی خواهند کرد، نه صرفاً تلاش برای کاهش هزینه.



واقعیت این است که هیچ سازمان واحدی به‌طور کامل مسئله تعدیل نیروی هدفمند در عصر هوش مصنوعی را حل نکرده است

[آینده ثروت]

سرزمین متناقض خانه‌ها و دارایی‌ها

چگونه سرمایه‌گذاری‌ها در بخش مسکن به نابرابری دامن زد



منبع: ال پاییس

چرا باید خواند:
در نظر گرفتن مسکن به عنوان دارایی، شرایطی را بر بازار حکمفرما کرده که دولت‌ها برای کنترلش آمادگی چندانی نداشته‌اند. این گزارش به صورت مفصل به این موضوع می‌پردازد.

بخش املاک و مستغلات سرزمینی از تضادهاست: برخی را ثروتمند می‌کند و برخی دیگر را کنار می‌گذارد. این تناقض فرساینده به سطوحی بی‌سابقه رسیده است.

از یک سو، املاک و مستغلات بزرگ‌ترین ذخیره ثروت روی کره زمین است. طبق اعلام شرکت مشاوره بین‌المللی ساویلز، ارزش موجودی جهانی املاک و مستغلات ــ شامل مسکن، دارایی‌های تجاری و زمین‌های کشاورزی ــ در ابتدای سال ۲۰۲۵ به ۳۹۳ تریلیون دلار رسید که از این میزان، ۲۸۶.۹ تریلیون دلار تنها مربوط به مسکن بود. این رقم تقریباً ۲۰ برابر ارزش تمام طلایی است که در طول تاریخ استخراج شده است. همچنین به‌راحتی از مجموع ارزش بازارهای سهام جهان و بدهی جهانی فراتر می‌رود.

از سوی دیگر، دسترسی به مسکن به خصوص در بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته به‌شدت بدتر شده است؛ در حدی که به یکی از علل مستقیم فقیرشدن و نابرابری تبدیل شده است. این وضعیت قطعاً در اسپانیا صدق می‌کند؛ کشوری که از جمله کشورهای اروپایی است که دسترسی به مسکن در آن به خصوص در بازار اجاره کاملاً دشوار شده است. بر اساس برخی از تخمین‌های اخیر، چهل و پنج درصد از جمعیت اسپانیا در حال حاضر از این بحران رنج می‌برند؛ یعنی بیش از چهار خانوار از هر ۱۰ خانوار توان پرداخت هزینه‌های اساسی را ندارند. این در حالی است که اقتصاد این کشور در حال رشد است، اما فقر در حال ریشه‌دار شدن است و مسکن خانواده‌های بیشتری را به وضعیت‌های بی‌ثبات سوق می‌دهد.

داده‌های اخیر یورواستات و مطالعات انجام‌شده توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، اسپانیا را در میان کشورهایی قرار می‌دهند که بالاترین نرخ فشار بیش از حد هزینه‌های مسکن را دارند؛ به عبارت دیگر، عده زیادی از شهروندان بیش از ۴۰ درصد از درآمد خالص خود را صرف اجاره می‌کنند.

مسکن: دارایی یا حق؟

اینجاست که بحث «مسکن به‌عنوان حق در برابر مسکن به‌عنوان دارایی اقتصادی» اهمیت زیادی پیدا می‌کند؛ زیرا این دو نیروی متضاد موجب شکل‌گیری یک بحران ساختاری بزرگ شده‌اند. این چالش برای دولت‌ها، نهادها و جامعه مسئله بزرگی است. درواقع در جهانی که پول در املاک و مستغلات پارک می‌شود مبارزه برای دسترسی مناسب به مسکن پیچیده شده است. هنگامی که ارزش املاک و مستغلات از مجموع کل بدهی‌ها و بازار سهام جهانی فراتر می‌رود، دیگر صرفاً یکی دیگر از بخش‌های اقتصاد نیست. مانوئل هیدالگو، اقتصاددان و استاد دانشگاه پابلو دِ اولاویده در سویل در این خصوص می‌گوید: «املاک و مستغلات در چنین شرایطی به خودِ زیرساخت سرمایه‌داری مدرن تبدیل می‌شود.»

دوره نرخ‌های بهره فوق‌العاده پایین که بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۲۲ رخ داد، سرمایه‌گذاران جهانی را به جست‌وجوی دارایی‌هایی با بازدهی باثبات سوق داد و مسکن یکی از مقاصد اصلی آن بود. فراوانی نقدینگی و اعتبار ارزان در عین حال ورود گسترده صندوق‌ها، شرکت‌های خانوادگی و تراست‌های سرمایه‌گذاری املاک و مستغلات را تقویت کرد. همچنین بانک‌های ارائه‌دهنده وام‌های رهنی به تقاضا دامن زدند. تورمی که پس از بحران کرونا رخ داد و همین طور نوسانات مالی و بی‌ثباتی‌های ناشی از مناقشات جهانی هم این روند را تقویت کرده‌اند.

به این ترتیب، مسکن به یک معیار مرجع مورد استفاده بازارهای مالی جهانی تبدیل شده است. گرگ فولر، استاد وابسته در دپارتمان روابط بین‌الملل و سازمان‌های بین‌المللی دانشگاه خرونینگن در هلند، نیروی محرکه پشت این تغییر در سرمایه‌گذاری را چنین توضیح می‌دهد: «این بخش، نیازی سیری‌ناپذیر به محصولاتی دارد که به پس‌اندازها

در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، مسکن مؤلفه اصلی ثروت خانوار است: برای اجاره دادن، برای محافظت در برابر تورم، برای تنوع‌بخشی در دارایی‌ها و همچنین انتقال ثروت به نسل بعدی.

امکان دهند نوعی بازدهی کسب کنند.»

مسکن چقدر ارزش دارد؟

تغییر در ارزش مسکن در بازار در طول زمان بسیار زیاد بوده است. مانوئل آلبرز، استاد جغرافیای اجتماعی و اقتصادی در دانشگاه لوون بلژیک معتقد است که در گذشته، مسکن عمدتاً بر اساس ارزش مصرفی آن یعنی کارکردش به‌عنوان مکانی برای زندگی ارزش‌گذاری می‌شد. اما امروز بر اساس ارزش مبادله‌ای آن، یعنی ارزشش به‌عنوان یک دارایی مالی که می‌تواند از طریق فروش، اجاره یا افزایش ارزش سرمایه بازده ایجاد کند، قضاوت می‌شود. سرمایه‌گذاران با مسکن مانند یک طبقه دارایی دیگر رفتار می‌کنند و حتی امروز، مسکن با اوراق قرضه دولتی یا سهام شرکت‌های فناوری رقابت می‌کند.

پیامدهای این وضعیت بسیار واضح است: تقریباً همه کسی را می‌شناسند که برای پرداخت اجاره یا دریافت وام مسکن تقلا می‌کند. افزایش افرادی که خانه‌ها و ساختمان‌ها را نه برای زندگی، بلکه به‌عنوان سرمایه‌گذاری خریداری می‌کنند، به افزایش شدید قیمت‌ها و کمبود عرضه کمک کرده است. همچنین در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، کسری قابل‌توجهی در مسکن وجود دارد، زیرا ساخت‌وساز با رشد جمعیت همگام نبوده است.

در اسپانیا، موجودی مسکن اجاره‌ای که در اختیار مالکان بزرگ یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری قرار دارد اندک است و به‌سختی حدود ۱۰ درصد از کل را تشکیل می‌دهد. درواقع این کشور یکی از پراکنده‌ترین ساختارهای مالکیت مسکن در اروپا را دارد، برخلاف آلمان یا فرانسه که تا ۳۰ درصد املاک اجاره‌ای در اختیار نهادهاست. پس دلیل این تفاوت چیست؟ خاویر گیل، پژوهشگر شورای ملی تحقیقات اسپانیا استدلال می‌کند که صندوق‌های بزرگ روندهای قیمتی را تعیین می‌کنند، مالکیت املاک را متمرکز می‌کنند و درنهایت رانت‌جویی و مالی‌شدن مسکن را در اولویت قرار می‌دهند.

همچنین این واقعیت که در سال‌های اخیر بخش فزاینده‌ای از عرضه مسکن به سرمایه‌گذاری اختصاص یافته، بخشی را که می‌توانست به جوانان و خانوارهای جدید با درآمد متوسط برسد، حذف کرده است. فوق ثروتمندان در مکان‌های خاص خانه می‌خرند و بیشتر اوقات آنها را خالی نگه می‌دارند و به این ترتیب عرضه موجود را کاهش داده و قیمت‌ها را بالا می‌برند.

این هشدارها جدید نیستند. سال‌هاست که کارشناسان مختلف ــ مانند گزارشگر ویژه سازمان ملل در زمینه حق مسکن ــ هشدار می‌دهند که ورود گسترده سرمایه بین‌المللی و سرمایه‌گذاران نهادی، مسکن را به یک دارایی مالی جهانی تبدیل می‌کند که از کارکرد اجتماعی خود جدا شده است.

برخی دولت‌های محلی با اقداماتی برای مهار تقاضای سوداگرانه مسکن وارد عمل شده‌اند. اسپانیا در آوریل ۲۰۲۵ به برنامه موسوم به ویزای طلایی خود پایان داد؛ برنامه‌ای که به اتباع غیراتحادیه اروپا اجازه می‌داد در صورت انجام سرمایه‌گذاری‌های واجد شرایط در این کشور، حق اقامت دریافت کنند.

این بحث به کشورهای دیگر نیز گسترش یافته است. در آمریکا، سنای این کشور در مارس ۲۰۲۶ یک لایحه مهم مسکن را تصویب کرد که بر اساس آن، سرمایه‌گذاران نهادی بزرگ در صورتی که از قبل مالک ۳۵۰ ملک یا بیشتر باشند، از خرید خانه‌های تک‌خانواری بیشتر محروم می‌شوند.

برای درک اینکه چگونه به اینجا رسیدیم، باید پدیده جهانی مالی‌شدن را بررسی کنیم. این اصطلاح ــ که استفاده از آن در محافل دانشگاهی از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد ــ فرایندی را توصیف می‌کند که طی آن مسکن دیگر مکانی برای زندگی نیست و در عوض به یک دارایی مالی تبدیل می‌شود: ابزاری برای ایجاد بازدهی، جذب سرمایه بین‌المللی و تغذیه ترازنامه بانک‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری. رولند اتکینسون، جامعه‌شناس و استاد مطالعات شهری در دانشگاه شفیلد در بریتانیا در این خصوص می‌گوید: «آنچه می‌بینیم، حرکت سرمایه و نفوذ آن به طیف گسترده‌تری از محصولات و خدمات است که بسیاری از آنها برای زندگی انسان ضروری‌اند.» مسکن بازتاب واقعی این دگرگونی است.

نسل‌های مسن‌تر ممکن است اشاره کنند که خانه‌ها همیشه نوعی شکل از پس‌انداز بوده‌اند. این درست است. مسکن از دوران باستان دارای بُعد سرمایه‌گذاری بوده است. بااین‌حال، هیچ چیز با مقیاس کنونی قابل مقایسه نیست. املاک و مستغلات در گذشته کسب‌وکاری محلی بود؛ ولی امروزه یک بازار سرمایه جهانی و غیرمتمرکز است. مالکان کوچک با یک یا چند ملک همیشه وجود داشته‌اند، اما امروز مالکان شرکتی بزرگ را نیز داریم که معمولاً از تأمین مالی سیتی لندن یا وال‌استریت ــ یعنی مراکز مالی پیشرو جهان ــ برخوردارند. صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی، صندوق‌های پوشش ریسک و مدیران جهانی دارایی مانند بلک‌استون وجود دارند که در سراسر جهان خانه می‌خرند.

در عین حال نفوذ آنها در حال افزایش است: در سال ۲۰۲۵ سرمایه‌گذاران نهادی بین‌المللی ۴۷ درصد از کل سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات اسپانیا را به خود اختصاص دادند؛ سرمایه‌گذاری‌ای که در مجموع تقریباً ۱۵.۱۴ میلیارد یورو (۱۷.۸۴ میلیارد دلار) بود.

برخی سرمایه‌گذاران نهادی ــ مانند صندوق‌های بازنشستگی ــ معتقدند که اوراق قرضه دولتی بازدهی بسیار کمی دارند، و سهام هم ممکن است بیش از حد پرریسک باشد. اما مسکن به‌طور کلی، کمتر در معرض حرکت‌های منفی بزرگ قیمت قرار دارد. اغلب، یک بازار بد صرفاً به این معناست که قیمت‌ها ثابت می‌مانند. مسکن همچنین پوششی در برابر تورم است؛ خانه یک دارایی ملموس است که ارزش خود را حفظ می‌کند. افزایش گردشگری و بازدهی اجاره‌های تعطیلات نیز جهش سرمایه‌گذاری را توضیح می‌دهد.

در عین حال در سال‌های اخیر، فرهنگ سرمایه‌گذاری در املاک تقویت شده است. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، مسکن مؤلفه اصلی ثروت خانوار است: برای اجاره دادن، برای محافظت در برابر تورم، برای تنوع‌بخشی در دارایی‌ها و همچنین انتقال ثروت به نسل بعدی.

طبق اعلام بانک اسپانیا، ثروت ملکی خانوارها اکنون از ۷.۴ تریلیون یورو (۹.۵۳ تریلیون دلار) فراتر رفته است؛ رقمی تقریباً پنج برابر تولید ناخالص داخلی این کشور. اما این دستاوردها به‌هیچ‌وجه به‌طور برابر توزیع نشده‌اند. ثروت ملکی به‌شدت متمرکز است: ۱۰ درصد بالای ثروتمندترین خانوارها حدود یک‌سوم کل ثروت ملکی را در اختیار دارند، در حالی که نیمه پایین خانوارها تنها حدود ۱۵ درصد را در اختیار دارند.

داده‌های ثبتی نشان می‌دهند که تعداد مالکان دارای دو، پنج یا تعداد بیشتری ملک به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته، در حالی که سهم مالکان کوچک که تنها یک ملک دارند کاهش پیدا کرده است. این تمرکز فزاینده دارایی‌های مسکونی، نابرابری را تشدید می‌کند

برای بسیاری از اقتصاددانان، مسئله صرفاً این نیست که مسکن ارزشمندتر شده، بلکه این است که خود مالکیت به‌طور فزاینده‌ای متمرکز شده است. با افزایش قیمت املاک، کسانی که از قبل مالک املاک هستند از افزایش ارزش سرمایه و درآمد اجاره بهره‌مند می‌شوند، در حالی که افرادی که دارایی ندارند با موانع هرچه بیشتری برای ورود به بازار مواجه می‌شوند. نتیجه، شکافی رو به گسترش میان مالکان خانه و مستأجران و میان خانوارهایی است که چندین ملک دارند و خانوارهایی که اصلاً ملکی ندارند. اگر این بحران ــ که از همین حالا نیز بسیار بیش از حد طول کشیده است ــ ادامه پیدا کند، املاک و مستغلات دیگر پناهگاه نخواهند بود. در عوض، به دیواری هرچه بلندتر تبدیل خواهند شد.



مسکن پوششی در برابر تورم است؛ یک دارایی ملموس که معمولاً ارزش خود را حفظ می‌کند



منبع: خبرگزاری آناتولی و الجزیره

چرا باید خواند:
پدیده ال‌نینو امسال در اقصی نقاط جهان خودنمایی کرده و تاثیر خود را در بخش‌های مختلف، از کشاورزی گرفته تا تجارت بین‌المللی و زنجیره‌های تامین به جا گذاشته است. اینجا توضیح داده‌ایم که این تاثیرات چقدر عمیق‌تر از چیزی است که تصور می‌شد.

[آینده جهان]

تهدیدی برای زمین، غذا، آب و تجارت جهانی

تاثیر اقتصادی ال‌نینو از آنچه فکر می‌کردید به شما نزدیک‌تر است

جهان امسال در آستانه تجربه یک رویداد اِل‌نینوی بسیار شدید قرار دارد؛ رویدادی که با دمای بالاتر از حد معمول سطح آب در بخش‌های گرمسیری اقیانوس آرام همراه است. این وضعیت می‌تواند الگوهای معمول آب‌وهوایی را مختل کند و در برخی مناطق باعث بارندگی‌های شدید و در مناطق دیگر موجب خشکسالی‌های سنگین شود.

اِل‌نینو هر چند سال یک بار رخ می‌دهد، اما امسال با سرعت و شدت چشمگیری تقویت شده و برخی اکوسیستم‌ها، از جمله شیلات در بخش‌هایی از جهان را تهدید می‌کند. هنگامی که گرمای اضافی ذخیره‌شده در آب اقیانوس وارد جو می‌شود، می‌تواند موجب افزایش بارندگی و دما شـود یا حتی رخدادهای آب‌وهوایی شدیدتری مانند توفندها را به دنبال داشته باشد. اِل‌نینو همچنین می‌تواند موجب افزایش سطح آب در بخش شرقی اقیانوس آرام شود.

وقوع اِل‌نینو زمانی اعلام می‌شود که میزان مشخصی از گرمای اقیانوسی برای چند ماه در مناطقی در بخش شرقی-مرکزی اقیانوس آرام گرمسیری پایدار بماند.

اداره ملی اقیانوسی و جوی آمریکا برای تشخیص وقوع اِل‌نینو، از میانگین سه‌ماهه دمای سطح دریا استفاده می‌کند، در حالی که برخی دیگر از سازمان‌های هواشناسی جهان معیارهای متفاوتی را به‌کار می‌گیرند.

ایـــن پدیده می‌تواند فصل توفندهای اقیانوس اطلـــس را ملایم‌تر کند و تعداد توفان‌ها را کاهش دهد. با این حال، بر اساس بررسی سال‌های گذشته‌ای که اِل‌نینو رخ داده است، این پدیده می‌تواند در برخی نقاط جهان از جمله جنوب آفریقا موجب خشکسالی شود.

اصطلاح «اِل‌نینوی فوق‌العاده شدید» یا همان سوپر اِل‌نینو که بیشتر توسط دانشمندان به کار می‌رود و اصطلاح رسمی سازمان‌های هواشناسی نیست، به رویدادی گفته می‌شود که در آن دما دست‌کم ۲ درجه سانتی‌گراد بالاتر از میانگین افزایش یابد؛ همان‌گونه که در دوره‌های ۱۹۸۲-۱۹۸۳، ۱۹۹۷-۱۹۹۸، ۲۰۱۵-۲۰۱۶ و ۲۰۲۳-۲۰۲۴ رخ داد.

احتمال بیش از ۹۰ درصدی وجود دارد که اِل‌نینوی امســـال در نیمه دوم سال به سطح «بسیار شدید» برسد و شاید حتی به قوی‌ترین اِل‌نینو در نزدیک به ۸۰ سال گذشته، از زمان آغاز ثبت داده‌ها، تبدیل شود.

دنیل سوین، اقلیم‌شناس دانشگاه کالیفرنیا در این خصوص می‌گوید: «همین حالا هم وارد محدوده رکوردشکنی یا برابری با رکوردهای قبلی شده‌ایم و انتظار می‌رود شدت آن به‌سرعت افزایش یابد.»

روزنامه گاردین گزارش داده است که اگر یک اِل‌نینوی فوق‌العاده شدید رخ دهد و شدت آن به اندازه‌ای باشد که هواشناسان نگران آن هستند، می‌تواند به اشکال مختلف بر مناطق سراسر جهان اثر منفی بگذارد.

در بدترین سناریو، یک اِل‌نینوی فوق‌العاده شدید ممکن است پیامدهایی از این دست داشته باشد: خشکسالی گسترده، شوک به زنجیره‌های تأمین جهانی مواد غذایی، آتش‌سوزی‌های جنگلی، بارندگی بیش از حد، افزایش مصرف زغال‌سنگ، اختلال یا فروپاشی شبکه‌های برق، کاهش ذخایر ماهی در اقیانوس‌ها، افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی بر ســـر نهاده‌های حیاتی کشاورزی، افزایش موارد بیماری و آسیب‌های ناشی از گرما و حتی بروز درگیری‌های داخلی.

اِل‌نینوی ســـال ۲۰۲۶ تاکنون نیز به دلیل بارندگی کمتر از حد معمول و دمای بالاتر از میانگین، در برخی نقاط جهان باعث تأخیر در فصل کاشـــت و اختلال در رشد محصولات کشاورزی شده است؛ وضعیتی که در آمریکای مرکزی و جنوب شرق آسیا مشاهده می‌شود.

انتظار می‌رود طی ماه‌های آینده محصولات کشاورزی وابسته به بارندگی در برخی مناطق آسیب ببینند. برنامه جهانی غذای سازمان ملل متحد برآورد کرده است که اِل‌نینو می‌تواند موجب شود نزدیک به ۵۰ میلیون نفر دیگر در سراسر جهان با گرسنگی حاد مواجه شوند؛ افزایشی در حدود یک‌پنجم.

این پدیده همچنین از طریق تهدید برخی از مهم‌ترین آبراه‌های جهان، بر تجارت بین‌المللی تأثیر می‌گذارد. پاناما که یکی از پرباران‌ترین کشـــورهای جهان اســـت، با یک دوره طولانی

برخی مدل‌ها کاهش ۱۴.۳ درصدی تولیدات کشاورزی جهانی و زیانی بالغ بر ۳۴۲ میلیارد دلار را پیش‌بینی می‌کنند.

خشـــکی روبه‌رو شده که می‌تواند بر تجارت در کانال پاناما اثر بگذارد. در پی نگرانی‌ها از ال‌نینو، اداره کانال پاناما محدودیت‌های سخت‌گیرانه‌تری درباره میزان بار کشتی‌هایی که از کانال عبور می‌کنند اعمال کرده است.

در همین حال، زنگ خطر بزرگی نیز برای شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران در سراســر دنیا به صدا درآمده است. صدها شــرکت سهامی عام - به خصوص در بخش‌های غذا و مواد شــیمیایی - در ماه‌های اخیر مجبور شده‌اند برنامه‌هایی برای مقابله با شرایط اضطراری ناشی از پدیده سوپر ال‌نینو تدوین کنند.

بانک‌ها نیز در مورد احتمال شوک عرضه هشدار داده‌اند که با مختل شدن زنجیره‌های تولید در اثر تغییرات آب وهوایی شدید، قیمت‌ها را نیز افزایش خواهد داد.

بــه عبارت دیگر، اثــرات بالقوه ال‌نینو در ســال آینده، هم مختص شرکت‌های محلی و عملیات آنهاست و هم به صورت انباشته در سراسر اقتصادهای جهانی مشاهده خواهد شد.

یک چرخه معمولی ال‌نینو کمتر از یک سال طول می‌کشد، اما اثرات اقتصادی آن ممکن است بسیار بیشتر ادامه یابد. برای مثال، یک شوک اولیه ناشی از نابودی محصولات کشاورزی بر اثر باران سنگین، بلافاصله به اقتصاد کشاورزی آسیب می‌زند و همزمان عرضه جهانی را برای چندین فصل مختل می‌کند. گزارشــی از بانک مرکزی اروپا نشــان داد که یک ال‌نینو قوی می‌تواند ظرف ۱۶ ماه از شــروع آن، قیمت کالاهای غذایی جهانی را تا ۹ درصد افزایش دهد و این اثرات تا سال‌ها ادامه یابد.

در مجموع، ضربه اقتصادی ناشی از پدیده سوپر ال‌نینو می‌تواند بسیار عظیم باشد. مجله ساینس پیش‌تر گزارش داده بود که ال‌نینو که در فاصله سال‌های ۱۹۸۲ و ۱۹۸۳ رخ داد، بیش از ۴ تریلیون دلار زیان در درآمد جهانی ایجاد کرده است. در چرخه ال‌نینو در فاصله سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸ میلادی، این رقم به ۵.۷ تریلیون دلار رسید.

در مــورد ال‌نینو، همانند تغییرات اقلیمی، رابطه بین یک پدیده قوی‌تر و خســارت‌های اقتصادی خطی نیست. یک ال‌نینو بدتر ممکن است به پیامدهای اقتصادی بسیار بدتری منجر شود. برخلاف یک بلای طبیعی معمولی، اثرات اقتصادی ال‌نینو ماندگار است و سرمایه‌ها از مسیر رشد و نوآوری به سمت بازسازی و تعمیرات منحرف می‌شوند.

البتــه باید توجه داشــت که تجربیات قبلــی از دوره‌های وقوع ال‌نینو باعث شــده که تصمیم‌گیرندگان با ابعاد اقتصادی این پدیده بیگانه نباشند. دوره‌های قبلی ال‌نینو در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۹۰ میلادی به اندازه‌ای خسارت وارد کرده‌اند که برنامه‌ریزان زنجیره تأمین را برای مقابله با تبعات ال‌نینو امسال تجهیز کرده باشد.

با این حال، انتظار می‌رود آب‌وهوای شدید به‌طور نامتناسبی بر مناطق فقیرتر جهان اثر بگذارد؛ مناطقی کــه توانایی محدودی برای تأمین منابع جایگزین آب، غــذا و انرژی در مواجهه با رویدادهای شدید اقلیمی دارند.

بر اساس پیش‌بینی‌ها، کشورهای در حال توســعه در آســیا، آفریقا و آمریکای لاتین بیشترین آسیب را از ال‌نینو متحمل می‌شوند. برای مثال، در هند بیش از ۵۷ درصد مناطق در معرض خطر گرمای شــدید قرار دارند و بیش از ۷۶ درصد جمعیت در معرض موج‌های گرمای شدید هستند. تحقیقات نشان می‌دهد بازده اقتصادی هند می‌تواند تا ۲.۵ درصد در سال ۲۰۲۶ کاهش یابد. همچنین بانک جهانی پیش‌بینی کرده که ال‌نینو می‌تواند وضعیت امنیت غذایی ۱۰۰ میلیون نفر را در آمریکای لاتیــن و کارائیب با چالش جدی مواجه کند. در مجموع، برخی مدل‌ها کاهش ۱۴.۳ درصدی تولیدات کشــاورزی جهانی و زیانی بالغ بر ۳۴۲ میلیارد دلار را پیش‌بینی می‌کنند.

سازمان‌های هواشناســی مدل‌هایی برای پیش‌بینی اثرات ال‌نینو در اختیار دارند. با این حال اگر در ســال ۲۰۲۶ رویدادی بسیار شدیدتر از معمول رخ دهد، مشخص نیســت این پیش‌بینی‌ها تا چه اندازه دقیق خواهند بود.

از آنجا که نشــانه‌های یک ال‌نینوی قدرتمند امســال زودتر از زمان معمول مشــاهده شــده‌اند، ممکن اســت نتایج واقعی با آنچه مدل‌ها پیش‌بینی کرده‌اند تفاوت داشته باشد.

تاکنون در سوابق ثبت‌شده، ال‌نینویی با چنین شدتی مشاهده نشده است و بر اســاس اندازه‌گیری‌های دمای اقیانوس آرام در ماه‌های اخیر، هواشناسان انتظار دارند ال‌نینوی امسال رویدادهای شدید آب‌وهوایی را در نقاط مختلف جهان تشدید کند.

با این حال، اگر شدت این پدیده از همه نمونه‌های ثبت‌شده قبلی فراتر رود، پیش‌بینی دقیق تأثیر آن بر مناطق مختلف جهان تقریباً غیرممکن خواهد بود.

در همین حال باید توجه داشت که دمای اقیانوس‌های جهان معمولاً در ماه‌های مارس و آوریل به اوج خود می‌رســد، زمانی که تابســتان در نیمکره جنوبی - که عمدتاً از اقیانوس تشکیل شده است - به پایان خود نزدیک می‌شود. اما امسال، این رکورد در ماه اوت ثبت شد.

با این اوصاف، اقیانوس‌ها به گرم‌تر شدن ادامه خواهند داد تا زمانی که ال‌نینوی فعلی به اوج خود برسد. انتظار می‌رود این اوج بین ماه‌های نوامبر و ژانویه رخ دهد. گرمای افزوده ناشی از ال‌نینو در شرایطی رخ می‌دهد که گرمایش بلندمدت ناشی از سوختهای فسیلی، دمای اقیانوس‌ها را تاکنون ۰.۸ درجه سانتیگراد افزایش داده است

در این میان، تاریخچه رخدادهای پیشین پدیده ال‌نینو نشان می‌دهد که بزرگ‌ترین خطر، یک سیل یا خشکسالیِ منفرد نیست. بلکه احتمال وقوع شوک‌های همزمان در چندین قاره است.

برداشت‌های ناموفق در مناطق اصلی تولیدکننده می‌تواند قیمت مواد غذایی را در جاهای دیگر افزایش دهد. خشکسالی همچنین می‌تواند تولید برق‌آبی و حمل و نقل رودخانه‌ای را کاهش دهد. ممکن است سیل باعث تخریب جاده‌ها و مناطق مختلف دیگر شود؛ همان طور که در جریان سیل نپال و چین هم مشاهده شد. از سوی دیگر، وجود آب‌های راکد و دود ناشی از آتش‌سوزی‌های جنگلی می‌توانند به شیوع بیماری و اختلال در امور روزمره منتهی شوند. همچنین مسائل پیش‌بینی‌نشده زیادی ممکن است رخ بدهد. مثلاً امسال به دلیل افزایش دمای اقیانوس‌ها، ذخایر ماهی انچووی در سواحل پرو در آمریکای جنوبی کاهش پیدا کرده و عرضه آن را به شدت پایین آورده که به افزایش قیمت منجر شده است.

البتــه پیامدهای فاجعه‌بــار پدیده‌ای مثل ال‌نینــو اجتناب‌ناپذیر نیســتند. پیش‌بینی، هشدارهای زودهنگام، ذخایر غذایی، بذرهای مقــاوم به خشــکی، حفاظــت از دام، پایش بیماری‌ها و آمادســازی سامانه‌های دفاعی در برابر سیل می‌توانند به میزان قابل توجهی تلفات انسانی و خسارت‌های اقتصادی را کاهش دهند

سازمان ملل متحد تخمین می‌زند که هر ۱ دلار سرمایه‌گذاری در برنامه‌های پیشگیرانه می‌تواند بین ۳ تا ۷ دلار در هزینه‌های ناشــی از خســارت‌ها و پاسخ به شــرایط اضطراری صرفه‌جویی ایجاد کند.

ال‌نینو می‌تواند به‌افزایش مصرف زغال‌سنگ، اختلال یا فروپاشی شبکه‌های برق، کاهش ذخایر ماهی در اقیانوس‌ها و افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی بر سر نهاده‌های حیاتی کشاورزی منتهی شود



آژانس بین‌المللی انرژی انتظار دارد تولید برق از گاز در سال ۲۰۲۶ تقریباً بدون تغییر باقی بماند؛ در حالی که پیش از جنگ، رشد ۱.۳ درصدی برای آن پیش‌بینی می‌شد. در مقابل، انتظار می‌رود تولید برق از زغال‌سنگ افزایش یابد.

[آینده انرژی]

زغال‌سنگ همچنان می‌تازد

درباره پادشاه بی‌رقیب تولید برق در جهان

جهان با سرعتی بی‌سابقه در حال نصب توربین‌های بادی و پنل‌های خورشیدی است. با این وجود، زغال‌سنگ همچنان بیش از هر منبع دیگری در جهان برق تولید می‌کند و فاصله‌اش هم با بقیه بسیار زیاد است.

آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) پیش‌بینی می‌کند نیروگاه‌های زغال‌سنگ‌سوز در سال ۲۰۲۶ بیش از ده هزار تراواتساعت (TWh)برق تولید کنند؛ یعنی تقریباً یک‌سوم از مجموع ۳۳ هزار تراواتساعت برق تولیدشده در سراسر جهان.

گاز طبیعی با بیش از شش هزار تراواتساعت در جایگاه دوم قرار دارد و پس از آن منابع زیر قرار می‌گیرند: برق‌آبی با بیش از چهار هزار تراوات ساعت، خورشیدی با بیش از سه هزار تراوات ساعت، و بادی و هسته‌ای هر یک با بیش از دوهزار تراوات ساعت.

به عبارت دیگر، زغال‌سنگ امسال تقریباً به اندازه مجموع برق تولیدی از گاز طبیعی و برق‌آبی، برق تولید خواهد کرد. همچنین تولید برق زغال‌سنگ حدود ۷۷ درصد بیشتر از مجموع برق بادی و خورشیدی خواهد بود.

این وضعیت لحظه‌ای نسبتاً ناخوشایند برای روند جهانی گذار انرژی ایجاد کرده است. آژانس بین‌المللی انرژی انتظار دارد که در سال ۲۰۲۶ برای نخستین بار، مجموع منابع انرژی تجدیدپذیر از زغال‌سنگ پیشی بگیرند. اما دستیابی به این نتیجه تنها زمانی امکان‌پذیر است که برق‌آبی، خورشیدی، بادی، زیست‌انرژی، زمین‌گرمایی و سایر منابع تجدیدپذیر را با یکدیگر جمع کنیم.

هیچ‌کدام از این منابع به‌تنهایی حتی نزدیک به میزان تولید برق زغال‌سنگ نیستند. ضمن اینکه امسال زغال‌سنگ از یک عامل غیرمنتظره دیگر نیز سود می‌برد: تحولات بازار جهانی گاز

درواقع آژانس بین‌المللی انرژی در ابتدای سال ۲۰۲۶ انتظار داشت تولید برق زغال‌سنگ کاهش یابد. در گزارش میان‌سال بازار برق در سال ۲۰۲۵، این آژانس پیش‌بینی کرده بود که تولید جهانی برق زغال‌سنگ در سال جاری ۱.۳ درصد کاهش پیدا کند؛ زیرا تولید انرژی‌های تجدیدپذیر به‌شدت افزایش می‌یابد و در برخی بازارها نیز گاز طبیعی جای زغال‌سنگ را می‌گیرد.

اما ادامه جنگ آمریکا علیه ایران باعث تغییر این پیش‌بینی شده است. کاهش عرضه گاز طبیعی مایع (LNG) از مسیر تنگه هرمز موجب افزایش شدید قیمت گاز در اروپا و آسیا شد و در نتیجه، برای تولیدکنندگانی که امکان تغییر سوخت میان گاز و زغال‌سنگ را دارند، زغال‌سنگ بسیار رقابتی‌تر شد.

اکنون آژانس بین‌المللی انرژی انتظار دارد تولید برق از گاز در سال ۲۰۲۶ تقریباً بدون تغییر باقی بماند؛ در حالی که پیش از جنگ، رشد ۱.۳ درصدی برای آن پیش‌بینی می‌شد. در مقابل، اکنون انتظار می‌رود تولید برق از زغال‌سنگ افزایش یابد.

انرژی بادی و خورشیدی می‌توانند سهم روزافزونی از تولید سالانه برق را به خود اختصاص دهند، اما شرکت‌های برق همچنان زمانی که باد کاهش می‌یابد، خورشید غروب می‌کند یا تقاضای برق ناگهان افزایش پیدا می‌کند، به یک منبع قابل اتکا نیاز دارند.

در بسیاری از بازارهایی که تلاش می‌کنند مصرف زغال‌سنگ را کاهش دهند، گاز طبیعی به‌طور فزاینده این نقش را بر عهده گرفته است. بنابراین وقتی گاز ارزان از دسترس خارج شود، زغال‌سنگ ناگهان جذاب‌تر می‌شود. این دقیقاً همان اتفاقی است که امسال در بخش‌هایی از آسیا و اروپا در حال رخ دادن است. سلطه زغال‌سنگ به‌طور فزاینده‌ای در آسیا متمرکز شده است.

چین به‌تنهایی بیش از نیمی از برق زغال‌سنگ‌سوز جهان را تولید می‌کند. طبق داده‌های آژانس بین‌المللی انرژی، در سال ۲۰۲۵ حدود ۵۵ درصد برق چین از زغال‌سنگ تأمین شد؛ آن هم در شرایطی که این کشور همچنان بیش از مجموع سایر کشورهای جهان ظرفیت بادی و خورشیدی جدید احداث می‌کند. اما وابستگی هند حتی بیشتر است. در سال گذشته حدود ۷۱ درصد برق هند از زغال‌سنگ تأمین شد. در سراسر آسیای جنوب شرقی نیز سهم زغال‌سنگ از تولید برق حدود ۴۸ درصد بود.

منبع: اویل پرایس

چرا باید خواند:
وقتی گاز ارزان از دسترس خارج شود، زغال‌سنگ ناگهان جذاب‌تر می‌شود. امسال دقیقاً همین اتفاق افتاد و اینجا بررسی‌اش کرده‌ایم

برای چین و هند، مسئله اصلاً جایگزین کردن یک نوع تولید برق با نوع دیگری نیست. تلاش گسترده کشورهای آسیایی برای ساخت ظرفیت‌های عظیم برق از منابع پاک‌تر، صرفاً با هدف حفاظت از محیط‌زیست انجام نمی‌شود. این کشورها در عین حال باید با رشد شدید تقاضای برق نیز مقابله کنند.

چین به‌طور هم‌زمان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده زغال‌سنگ جهان و بزرگ‌ترین بازار انرژی‌های تجدیدپذیر جهان است. رکوردشکنی در نصب ظرفیت‌های تجدیدپذیر موجب شده سهم زغال‌سنگ از سبد برق چین کاهش پیدا کند، اما تقاضای کل برق در این کشور آن‌قدر زیاد است که ناوگان عظیم نیروگاه‌های زغال‌سنگ‌سوز همچنان حجم فوق‌العاده بالایی از برق تولید می‌کند.

در این میان، جهت کلی حرکت بازار جهانی برق کاملاً مشخص است: جهان در حال ساخت منابع انرژی پاک است. اما اکنون به نظر می‌رسد مسیر رسیدن به مقصد بسیار طولانی‌تر از چیزی است که تصور می‌شد. انرژی خورشیدی و بادی با سرعت زیادی در حال کاهش فاصله خود با زغال‌سنگ هستند، اما از نقطه‌ای بسیار عقب‌تر آغاز کرده‌اند. آژانس بین‌المللی انرژی پیش‌بینی می‌کند که زغال‌سنگ تا سال ۲۰۳۰ همچنان بزرگ‌ترین منبع منفرد تولید برق در جهان باقی بماند.



گسترش تجارت الکترونیک و سکوهای فروش آنلاین باعث افزایش قاچاق شده زیرا نبودِ کنترل مؤثر یا شناسایی شفاف فعالان اقتصادی، زمینه را برای ورود بازیگران غیررسمی به بازار فراهم کرده است.

[آینده آمریکای جنوبی]

تایر، تنباکو، آرد و تلفن همراه

درباره کشوری که غرق در کالای قاچاق شد

در سال‌های اخیر، گردش کالای قاچاق در آرژانتین به‌شکل چشم‌گیری افزایش داشته است؛ به طوری که در سال ۲۰۲۵، دست‌کم ۲.۳ میلیارد دلار از درآمدهای مالیاتی کشور بر اثر قاچاق از دست رفته است؛ رقمی که معادل ۰.۳ درصد از تولید ناخالص داخلی ملی است. این پدیده‌ای است که مصرف‌کنندگان و فعالان اقتصادی آن را تأیید می‌کنند، هرچند که این معضل در آمارهای رسمی ثبت نمی‌شود. کالاهای قاچاق را همه‌جا می‌توان یافت؛ از بازارهای خیابانی گرفته تا مراکز خرید لوکس. محصولات قاچاق در بازارچه‌های محلی، پلتفرم‌های دیجیتال، پایانه‌های اتوبوسرانی و فرودگاه‌ها، یا حتی در شعبه‌های زنجیره‌های معروف فروش نیز در دسترس هستند.

بر اساس نظرسنجی انجام‌شده توسط مؤسسه مشاوره‌ای «ام‌ای‌پی»، مشکل قاچاق در آرژانتین همواره وجود داشته، اما همزمان با سیاست‌های آزادسازی و مقررات‌زدایی اقتصادی که برخی از سازوکارهای مقابله با آن را حذف کرد، تشدید شده است. این امر زمینه را برای تردد آزاد کالای غیرقانونی فراهم کرده و سازوکارهای سنتی نظارت را بی‌اثر کرده است.

از دسامبر ۲۰۲۳ (یعنی زمان آغاز به کار دولت خاویر میلی) موانع وارداتی برداشته شده و سیاست‌های کنترلی هم آسانگیرانه‌تر بوده است. عامل کلیدی دیگر، نرخ ارز مطلوب برای خرید محصولات از خارج و نیز از میان رفتن فاصله نرخ دلار رسمی و دلار بازار آزاد (که پیش‌تر فعالیت در کانال‌های قانونی را سودآورتر می‌کرد) بوده است. گسترش تجارت الکترونیک و سکوهای فروش آنلاین نیز به دامن زدن به این مشکل کمک کرده است؛ چراکه نبودِ کنترل مؤثر یا شناسایی شفاف فعالان اقتصادی، زمینه را برای ورود بازیگران غیررسمی به بازار فراهم کرده و ابعاد و دامنه این معضل را گسترش داده است.

مارکو ملونی، صاحب یک کارخانه نساجی در شهر لوهان (در حدود ۶۵ کیلومتری غرب بوئنوس آیرس) و معاون رئیس انجمن صنایع کوچک و متوسط آرژانتین، توضیح می‌دهد که کالا از طریق مناطق مرزی با شیلی، بولیوی و پاراگوئه به‌صورت غیرقانونی وارد آرژانتین می‌شود. اما «قاچاق قانونی» نیز وجود دارد؛ به طوری که کالا هنگام ورود از گمرک عبور می‌کند، اما با قیمتی کمتر از ارزش واقعی صورتحساب می‌شود. برای نمونه، تیشرت‌هایی با ارزش تنها یک سنت (ارز محلی) اظهار می‌شوند که در نتیجه، واردکننده مالیات کمتری نسبت به حالتی که ارزش واقعی کالا اعلام شود، پرداخت می‌کند.

به‌گفته این فعال اقتصادی، بخش نساجی و پوشاک «مملو از موجودی انبار» شده است؛ چراکه هم قاچاق و هم واردات افزایش زیادی داشته‌اند. این وضعیت با کاهش تقاضا نیز همراه شده که ناشی از محدودیت بودجه خانوارهای آرژانتینی و اولویت‌دهی آنها به سایر هزینه‌هاست. تأثیر این عوامل بر صنعت نساجی چگونه است؟ ملونی به صورت خلاصه می‌گوید: «از دسامبر ۲۰۲۳ (آغاز دولت میلی)، ۷۰۰ شرکت در بخش نساجی و کفش تعطیل شده‌اند. ۲۰ هزار شغل رسمی و احتمالاً ۱۰ هزار شغل غیررسمی را از دست داده‌ایم و تعداد پرونده‌های ورشکستگی نیز رکورد زده است.»



منبع: ال پاییس

چرا باید خواند: افزایش قاچاق کالا همراه با کاهش تقاضا به دلیل کاهش درآمد، وضعیتی است که این روزها گریبان آرژانتین را گرفته است. بخوانید تا ببینید اوضاع چطور به اینجا رسید.

از طرف دیگر، دولت تمبر مالیاتی را که پیش‌تر امکان شناسایی آسان محصولات واردشده قانونی از گمرک را فراهم می‌کرد، حذف کرده است.

دستگاه‌های الکترونیکی مثال مهم در این عرصه هستند. بر اساس داده‌های انجمن کارخانه‌های تولید تجهیزات الکترونیکی آرژانتین، از هر سه گوشی تلفن همراه فعال‌شده در آرژانتین، یکی نه در داخل کشور تولید شده و نه از مسیر قانونی وارد شده است. آنا واینمن، مدیر اجرایی این انجمن، می‌گوید: «برخی بخش‌ها مثل تایر و تنباکو همواره تحت تأثیر قاچاق بوده‌اند، اما حالا کالاهای غیرمتعارفی مانند آرد هم به این فهرست افزوده شده‌اند. مشکل اینجاست که این وضعیت در دو سال اخیر ادامه داشته و صنعت داخلی را به‌شدت فرسایش می‌دهد.» نرخ قاچاق همواره بین ۵ تا ۷ درصد بوده، اما اکنون در مورد تلفن‌های همراه این رقم از ۳۰ درصد فراتر رفته است.

لوازم جانبی تقلبی تلفن همراه مثل هدفون و شارژر نیز به‌صورت انبوه در گردش هستند و حتی در مراکز خرید لوکس عرضه می‌شوند. واینمن هشدار می‌دهد: «تقاضا پایین است، چون مردم پول ندارند و تسهیلات مالی برای پرداخت اقساطی وجود ندارد. از آن مقدار اندک فروش هم یک‌سوم‌اش به دلیل قاچاق از دست می‌رود. وضعیت آشفته‌ای است.»

بر اساس گزارش مؤسسه «ام‌ای‌پی»، در سال ۲۰۲۵، آرژانتین ۲.۳ میلیارد دلار از درآمدهای مالیاتی خود را بر اثر قاچاق از دست داده که معادل ۰.۳ درصد تولید ناخالص داخلی ملی است. این درآمد ازدست‌رفته - ناشی از حقوق گمرکی، مالیات بر ارزش افزوده، مالیات‌های تکلیفی و سایر منابع - معادل هزینه ساخت ۳۸۰۰ مدرسه، ۸۰ بیمارستان تخصصی، یا نزدیک به ۱۹۰۰ کیلومتر بزرگراه ملی است.

به‌گفته فعالان اقتصادی، دولت از این وضعیت آگاه است، اما تاکنون فقط یک کارگروه ویژه برای مبارزه با قاچاق و کالای تقلبی تشکیل داده و شروع به صدور جریمه برای شرکت‌هایی کرده که ارزش واردات خود را کمتر از واقع اعلام می‌کنند.

در حال حاضر طرح‌های قانونی برای مقابله با این معضل مطرح شده است، از جمله طرحی از سوی نمایندگان چپ‌گرای پرونیست، گیبرمو میچل و کلی المس، که خواستار مسئول شناختن سکوهای فروش آنلاین در قبال معاملات انجام‌شده بر روی آنهاست. در صورت تصویب، پلتفرم‌های دیجیتال موظف خواهند بود برای مثال، در صورت اجازه فروش کالای وارداتی بدون مدارک لازم، عوارض گمرکی آن را پرداخت کنند. با این حال مشخص نیست که مشکلات آرژانتین در زمینه قاچاق به این زودی‌ها در آینده قابل حل باشد.



[آینده جهان]

تخریب‌گری ترامپ

درباره نظم جهانی بدون کلان‌روایت آمریکایی

منبع: آسیاتایمز

چرا باید خواند:
متحدان آمریکا این روزها به جای آنکه منتظر اطمینان‌بخشی از سوی واشینگتن بمانند، بی‌سروصدا در حال ایجاد گزینه‌ها و پوشش‌های راهبردی جایگزین هستند. این گزارش به صورت مفصل توضیح می‌دهد که این مسیر به کجا ختم خواهد شد.

طی دهه‌های متوالی، یک فرض ساده زیربنای سیاست جهانی بود؛ چیزی که بعد از جنگ‌های جهانی توسط دولت‌های مختلف در واشینگتن تبلیغ شده بود: اینکه قدرت آمریکا با وجود هر کاستی که داشته باشد، لنگر ثبات نظام بین‌الملل محسوب می‌شود. اکثر کشورهای جهان هم این فرض را پذیرفته بودند.

ممکن بود متحدان آمریکا در موارد مختلفی از یک‌جانبه‌گرایی واشینگتن ناخشنود باشند، اما همچنان به آن نزدیک می‌ماندند؛ زیرا از نظر آنها گزینه جایگزین ــ یعنی جهانی که در آن یک نقطه اتکای روشن وجود نداشته باشد ــ پرمخاطره‌تر به نظر می‌رسید. این روزها اما این فرض در دنیای واقعی به بوته آزمایش گذاشته شده است و شواهد نشان می‌دهد که شاید از دومین دوره ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ جان سالم به‌در نبرد

سه تحول، از شکل‌گیری تغییری مهم در این راستا حکایت دارد: دور تازه و گسترده تعرفه‌های آمریکا، نظرسنجی مهم مرکز پژوهشی پیو که نشان می‌دهد چین اکنون از نظر محبوبیت جهانی اندکی از آمریکا پیش افتاده است، و اتحادیه اروپایی که میان فشارهای آمریکا و وزن اقتصادی چین گرفتار شده است.

قرار دادن این تحولات در کنار یکدیگر، تصویری فراتر از اصطکاک‌های معمول دیپلماتیک ارائه می‌دهد. آنچه در حال رخ دادن است، نشانه‌هایی از یک بازبینی بنیادین در مناسبات جهانی است؛ نوعی بازآرایی که شاید معکوس‌کردن آن بسیار دشوار و حتی ناممکن باشد.

ماجراهای شوک تعرفه‌ای

در ۲۴ ژوئیه امسال، دولت ترامپ تعرفه‌هایی بین ۱۰ تا ۱۲.۵ درصد بر کالاهای وارداتی از ۶۰ شریک تجاری وضع کرد؛ اقدامی که حدود ۹۹ درصد کل واردات آمریکا را دربر می‌گیرد. دولت آمریکا با بهانه تازه و عجیبی در این مورد وارد عرصه شد و این اقدام را نوعی اقدام اجرایی علیه کشورهایی توصیف کرد که «به اندازه کافی مانع ورود کالاهای تولیدشده از طریق کار اجباری و ورود آنها به زنجیره تامین خود نشده‌اند» و برای این منظور به اختیارات مندرج در ماده ۳۰۱ قانون تجارت سال ۱۹۷۴ استناد کرد.

این یک بازی بی معنای حقوقی بود. تعرفه‌های جدید جایگزین تعرفه‌های موقت ۱۰ درصدی جهانی شدند که از ماه فوریه برقرار بود؛ زمانی که دیوان عالی آمریکا حکم داد ترامپ با وضع یک‌جانبه تعرفه‌ها با استناد به وضعیت اضطراری ملی، از حدود اختیارات خود فراتر رفته است.

این قضیه به عنوان دومین مجموعه از شوک‌های تعرفه‌ای عمده در دوره دوم ریاست‌جمهوری ترامپ در نظر گرفته می‌شود و تنها چند ماه پس از لغو آنها توسط عالی‌ترین مرجع قضایی کشور اعمال شده است.

برای شرکای تجاری آمریکا، از کانادا و هند گرفته تا اتحادیه اروپا، پیام این اقدام روشن است: قابلیت اتکا به آمریکا به‌عنوان یک شریک اقتصادی زیر سؤال رفته است. دولتی که هر بار در مورد موانع تجاری در دادگاه با شکست مواجه می‌شود، حالا دارد به بهانه‌های مختلف همان محدودیت‌ها را با یک مبنای حقوقی تازه بازمی‌گرداند. طبیعتاً این دولتی نیست که دیگران بتوانند با اطمینان بر تعهدات آن برنامه‌ریزی کنند.

وارونگی اعتماد جهانی

به نظر می‌رسد این غیرقابل پیش‌بینی بودن، مستقیماً در افکار عمومی جهان هم بازتاب داشته است. گزارش مرکز پژوهشی پیو که در ۱۵ ژوئیه ۲۰۲۶ منتشر شد و بر پایه نظرسنجی از بیش از ۴۲ هزار نفر در ۳۶ کشور جهان و بین فوریه تا مه ۲۰۲۶ انجام گرفته بود، نشان داد که مردم در اکثر این کشورها اکنون نگاهشان نسبت به چین مثبت‌تر از آمریکا شده است. بر اساس همین گزارش پیو، اعتماد جهانی به شی جین‌پینگ رئیس‌جمهور چین نیز از اعتماد به دونالد ترامپ پیشی گرفته است.

چنین نظراتی در گذشته ممکن بود در کشورهای جنوب جهانی یا کشورهایی که سابقه طولانی اختلاف و جنگ با واشینگتن داشتند مشاهده شود. اما داده‌های پیو نشان می‌دهد کانادایی‌ها و مکزیکی‌ها ــ نزدیک‌ترین همسایگان آمریکا ــ هم حالا دیدگاه مثبت‌تری نسبت به چین در مقایسه با آمریکا دارند. در آلمان، یونان، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سوئد و انگلیس هم میزان اعتماد به شی جین‌پینگ با اختلافی دو رقمی از ترامپ بیشتر

برای شرکای تجاری آمریکا، از کانادا و هند گرفته تا اتحادیه اروپا، پیام اقدامات تعرفه‌ای ترامپ روشن است: قابلیت اتکا به آمریکا به‌عنوان یک شریک اقتصادی زیر سؤال رفته است.

است. این نظرات در گذشته بی‌سابقه بودند و درواقع یک تغییر جهت نسبتاً تازه است که از دو روند هم‌زمان ناشی می‌شود: بهبود نگاه‌ها به چین و بدتر شدن دیدگاه‌ها نسبت به آمریکا از زمان آغاز دوره دوم ریاست‌جمهوری ترامپ. یک سال پیش، در بیشتر کشورهای مورد بررسی می‌شد مشاهده کرد که آمریکا همچنان از چین محبوب‌تر است؛ اما دیگر این‌طور نیست.

یان‌ژونگ هوانگ پژوهشگر ارشد شورای روابط خارجی آمریکا در این خصوص می‌گوید: «برای نخستین بار در نزدیک به دو دهه، چین از نظر محبوبیت جهانی از آمریکا پیش افتاده است؛ اما ماجرا آن‌قدرها به جهش قدرت نرم چین مربوط نیست، بلکه افول آمریکاست. متوسط محبوبیت چین طی دهه گذشته تقریباً ثابت مانده و نقطه تلاقی عمدتاً به این دلیل پدید آمده که ارزیابی‌ها از آمریکا به‌شدت سقوط کرده است.»

در این میان برخی کارشناسان معتقدند که چین به شکلی منفعلانه از عقب‌نشینی قدرت نرم آمریکا اعتبار بیشتری به دست آورده و اکنون در نگاه بسیاری، شریکی در دسترس‌تر و قابل اعتمادتر به نظر می‌رسد. با این حال، پکن هنوز نتوانسته این برتری نسبی را به انتقال قاطع محبوبیت به سود خود یا ارائه یک الگوی جایگزین منسجم تبدیل کند.

در بخش‌های دیگری از گزارش پیو آمده است که مردم کشورهای با درآمد متوسط در آمریکای لاتین، آفریقا، خاورمیانه و آسیا، اکنون بیش از گذشته چین را شریکی قابل اعتماد توصیف می‌کنند و در مقایسه با آمریکا، احتمال کمتری دارد که این کشور را متمایل به مداخله در امور دیگر کشورها بدانند.

این وضعیت، وارونگی مستقیمی در نقش‌هایی است که دو قدرت طی بخش عمده دوران پس از جنگ سرد در افکار عمومی جهان ایفا کرده‌اند.

متحدی که فاصله‌اش را حفظ می‌کند

شاید روشن‌ترین نمونه این تغییر در میان متحدان رسمی آمریکا، اکنون در سئول دیده شود؛ هرچند که این تغییر الزاماً در مسیری که بسیاری انتظار داشتند رخ نداده است.

ماجرا از این قرار بود: ترامپ در ۱۶ اوت اعلام کرد که با لی جائه‌میونگ رئیس‌جمهور کره جنوبی گفت‌وگو کرده و از او خواسته است که در موضوع ایران «کمی به آمریکا کمک کند.» لی این درخواست را رد کرد و بلافاصله پس از آن، ترامپ به پنتاگون دستور داد رزمایش‌های مشترک نظامی را «به میزان قابل توجهی کاهش دهد». این رزمایش‌ها از ۱۷ اوت تا ۲۷ اوت امسال برگزار شدند.

دولت لی سیاستی را دنبال می‌کند که خودش آن را «دیپلماسی عمل‌گرایانه» و تلاش برای دستیابی به خودمختاری راهبردی بیشتر می‌نامد؛ سیاستی که منافع ملی را بر همسویی بی قید و شرط با واشینگتن مقدم می‌داند.

این تغییر تا آنجا محسوس بوده که اپوزیسیون محافظه‌کار کره جنوبی، دولت لی را متهم کرده است که در حال فاصله گرفتن از اتحاد با آمریکاست. بعضی از مفسران محافظه‌کار آمریکایی هم استدلال مشابهی را مطرح کرده‌اند.

جزئیات سیاست داخلی کره جنوبی در عین حال حامل پیامی گسترده‌تر است. حتی یک متحد رسمی و پیمانی واشینگتن که نیروهای نظامی آمریکا همچنان در خاکش مستقر هستند، اکنون در حال بررسی این مسئله است که سیاست خارجی خود را تا چه اندازه به واشینگتن گره بزند. این نشانه‌ای است مبنی بر اینکه مرکز ثقل سیاست در کره جنوبی دارد در جهتی متفاوت حرکت می‌کند.

تنگنای اروپا

البته کره جنوبی تنها کشوری نیست که در روابط خود با آمریکا در چنین موقعیتی قرار گرفته است. شاید هیچ‌جا این تنش به اندازه اروپا حاد نباشد؛ قاره‌ای که هم‌زمان از دو سو تحت فشار قرار گرفته است.

سیاست‌گذاران اروپایی به طور فزاینده‌ای از مازاد ظرفیت صنعتی چین به خصوص در بخش خودروهای برقی نگران هستند؛ پدیده‌ای که روند صنعت‌زدایی در آلمان را تشدید کرده و بنا بر برخی برآوردها، باعث شده که هر ماه حدود ۱۰ هزار شغل صنعتی در این کشور از بین برود. این نگرانی، مواضع لفظی تندی را در بروکسل و برلین درباره ضرورت کاهش ریسک وابستگی به زنجیره‌های تأمین چین به دنبال داشته است.

اما این مواضع تا اینجا به یک سیاست منسجم تبدیل نشده‌اند. اتحادیه اروپا می‌خواهد هزینه اقتصادی وابستگی به چین را افزایش دهد، بی‌آنکه خودش متحمل آسیب شود. با این حال درباره چگونگی انجام این کار در درون اتحادیه اجماع وجود ندارد.

فشار هم‌زمان تعرفه‌های ترامپ، این وضعیت فلج‌کننده را پیچیده‌تر کرده است و اتحادیه اروپا از تعرفه‌های سختگیرانه دولت ترامپ مصون نمانده و مثل ۵۹ کشور دیگر دنیا دارد از آنها آسیب می‌بیند.

در عمل، مقام‌های اروپایی در حال جنگ اقتصادی در دو جبهه هستند: از یک سو باید با پیامدهای مازاد ظرفیت تولید چین مقابله کنند و از سوی دیگر، موانع تجاری تازه آمریکا را نیز تحمل کنند.

نتیجه، دست‌کم در مرحله فعلی، نوعی بن‌بست است و نه چرخشی روشن به سوی یکی از دو طرف. اما این فشار از بین نخواهد رفت و پاسخ نهایی اروپا ممکن است بسیار کمتر از گذشته به هماهنگی با واشینگتن شباهت داشته باشد.

از جمله برخی متحدان دیگر آمریکا که در دولت ترامپ دچار دردسرهای تجاری زیادی شده‌اند می‌توان به کانادا اشاره کرد. در آغاز سال جاری میلادی مارک کارنی نخست‌وزیر کانادا در مجمع جهانی اقتصاد در داووس سخنرانی کرد. در این سخنرانی او اعلام کرد که جهان در میانه «یک گسست است، نه یک گذار.»

او استدلال کرد که نظم مبتنی بر قواعد، که با قدرت آمریکا، آزادی کشتیرانی در دریاها، ثبات مالی و سازوکارهای حل اختلاف پشتیبانی می‌شد، دیگر بازنخواهد گشت و قدرت‌های میانی مانند کانادا باید به جای انتظار برای بازگشت نظم سابق، در پی ایجاد خودمختاری راهبردی باشند. کارنی از آن زمان تاکنون بارها اشکال مختلفی از همین پیام را تکرار کرده است؛ از جمله پیش از نشست گروه هفت در ژوئن ۲۰۲۶.

شاید در آن لحظه این سخنان صرفاً ارزیابی یک رهبر سیاسی به نظر می‌رسید، اما حالا با داده‌های عینی پشتیبانی می‌شود. این داده‌ها از جهانی حکایت دارند که در حال بازآرایی خود در مقیاسی بسیار فراتر از یک دوره انتخاباتی است.

هیچ‌یک از این روندها ــ تعرفه‌ها، نظرسنجی‌ها، فاصله‌گذاری محتاطانه کره جنوبی و سردرگمی اروپا ــ به‌تنهایی تعیین‌کننده نیستند. اما در کنار یکدیگر، تصویری از نظامی ارائه می‌دهند که در آن اعتماد و اعتبار، وقتی یک‌بار آسیب ببینند، یک‌شبه بازنمی‌گردند.

افکار عمومی که طی یک نسل شکل گرفته، ممکن است ظرف تنها چند سال فرسوده شود. متحدان آمریکا حالا به جای آنکه منتظر اطمینان‌بخشی از سوی واشینگتن بمانند، بی‌سروصدا در حال ایجاد گزینه‌ها و پوشش‌های راهبردی جایگزین هستند. شرکای تجاری نیز بیش از پیش تعهدات آمریکا را نه الزام‌آور، بلکه معاملاتی و تابع شرایط تلقی می‌کنند. حتی اگر سیاست آمریکا بار دیگر ــ چه در همین دولت و چه در دولت آینده ــ تغییر کند، روابط دوجانبه و چندجانبه‌ای که اکنون در نقاط مختلف جهان در حال بازتنظیم هستند، ممکن است دیگر به‌سادگی به وضعیت قبلی بازنگردند. همین مسائل است که شرایط کنونی را نه صرفاً دوره‌ای دشوار در سیاست خارجی آمریکا، بلکه به یک نقطه عطف ساختاری در نحوه تنظیم مناسبات دیگر کشورهای جهان با آمریکا تبدیل خواهد کرد.



برای نخستین بار در نزدیک به دو دهه، چین از نظر محبوبیت جهانی از آمریکا پیش افتاده است؛ اما ماجرا آن‌قدرها به جهش قدرت نرم چین مربوط نیست، بلکه موضوع افول آمریکاست

[آینده اروپا]

برلین در بن‌بست

آیا آلمان در مسیر افول بلندمدت قرار دارد؟



منبع: گلوبال اینسایتز

چرا باید خواند:
اقتصاد آلمان امروزه با چالش‌هایی مثل کاهش رشد اقتصادی، تضعیف سرمایه‌گذاری و نگرانی‌ها درباره صنعت‌زدایی مواجه است. بخوانید تا با ابعاد مختلف موضوع آشنا شوید.

صنعت آلمان این روزها مسیر رشدی ضعیف‌تر را در پیش گرفته است و تولیدات صنعتی این کشور امروزه به سطح اواسط دهه ۲۰۰۰ میلادی بازگشته است.

آلمان طی دهه‌های متوالی موتور محرک اقتصاد اروپا به شمار می‌رفت و شکوفایی اقتصادی این کشور بر پایه سه رکنِ بخش صنعتیِ بسیار رقابتی، گرایش قوی به صادرات و اعتبارِ مهندسی استوار بود. حتی زمانی که سایر اقتصادهای پیشرفته به سمت خدمات گرایش یافتند، آلمان پایگاه عظیم تولیدی خود را حفظ کرد که به کانون الگوی اقتصادی این کشور بدل شده بود. با این حال، اقتصاد آلمان امروزه با چالش‌های فزاینده‌ای روبه‌رو است. رشد اقتصادی کند شده، سرمایه‌گذاری تضعیف شده و نگرانی‌ها درباره صنعت‌زدایی در این کشور به بخشی از گفتمان عمومی تبدیل شده است. در حالی که توجهات اخیر معطوف به پیامدهای دوران کرونا، بحران انرژی و تنش‌های ژئوپلیتیکی بوده، می‌توان گفت که ریشه‌های دشواری‌های اقتصادی آلمان فراتر و عمیق‌تر است.

نابسامانی کنونی آلمان را نمی‌توان حاصل یک بحران واحد یا شوکِ موقتی دانست. بلکه این وضعیت، بازتابی از زوال درازمدتِ رقابت‌پذیری صنعتی این کشور است. بحران‌های بزرگی نظیر بحران مالی جهانی ۲۰۰۸ و همه‌گیری کرونا در ۲۰۲۰، اگرچه نقطه‌عطف‌های مهمی به شمار می‌روند، اما علتِ مستقیم افول آلمان نبوده‌اند. در عوض، هر یک از این بحران‌ها روند تحولات سیاستی را شتاب بخشیدند که به تدریج هزینه‌ها را افزایش داد، مشوق‌های سرمایه‌گذاری را تضعیف کرد و جایگاه آلمان را به عنوان قطب صنعتی از بین برد.

از رشد تا رکود و زوال

موفقیت اقتصادی آلمان از دیرباز با کارایی بخش صنعتی این کشور گره خورده است. تولیدات کارخانه‌ای همچنان برای اقتصاد آلمان از اکثر کشورهای پیشرفته دیگر مهم‌تر است و سهم قابل‌توجهی از صادرات، سرمایه‌گذاری و رشد بهره‌وری را به خود اختصاص می‌دهد. سهم تولیدات صنعتی از ارزش افزوده ناخالص آلمان حدود ۲۱ درصد است، در حالی که میانگین اتحادیه اروپا حدود ۱۷ درصد بوده و این بالاترینِ سهم در میان اقتصادهای بزرگ اروپایی محسوب می‌شود. بنابراین، تولیدات صنعتی عملاً شاخصی مفید برای سنجش سلامت کلی اقتصاد آلمان فراهم می‌آورد.

از زمان اتحاد دوباره آلمان، تولیدات صنعتی این کشور سه فاز متمایز را پشت سر گذاشته است. از سال ۱۹۹۱ تا ۲۰۰۸، این تولیدات به طور پیوسته گسترش یافت. صنعت آلمان با بهره‌مندی از جهانی‌سازی، بازارهای صادراتیِ رو به رشد و جایگاه رقابتیِ نیرومند در تولیدات با ارزش‌افزوده بالا، به طور میانگین سالانه ۱.۵ واحد به شاخص تولید یورواستات افزود.

سپس بحران مالی جهانی رخ داد. اگرچه تولیدات صنعتی از رکود شدید بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ بهبود یافت، اما سرعت رشد به طرز قابل‌توجهی کاهش پیدا کرد. بین سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۹، تولیدات صنعتی تنها سالانه ۰.۸ واحد افزایش یافت. خود بحران موقتی بود، اما مسیر رشدی که در پی آن رقم خورد به مراتب ضعیف‌تر بود؛ بخش صنعتی آلمان به گسترش خود ادامه داد، اما دیگر موتور اصلی رشد اقتصادی به شمار نمی‌رفت. در واقع، تولیدات صنعتی در سال ۲۰۱۷ به اوج خود رسید و حتی پیش از شیوع همه‌گیری کرونا، رو به کاهش گذاشته بود.

نقطه‌عطف دوم در خلال همه‌گیری کرونا رخ داد. همانند سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹، تولیدات صنعتی ابتدا به شدت سقوط کرد و سپس جهش یافت. اما این جهش کوتاه‌مدت بود. از سال ۲۰۲۱، تولیدات صنعتی روندی نزولی داشته و به طور میانگین سالانه ۲.۳ واحد کاهش یافته است. بنابراین، بخش صنعتی آلمان دیگر صرفاً در رکود به سر نمی‌برد؛ بلکه با شتابی سریع در حال انقباض است. در واقع، تولیدات صنعتی آلمان امروز در سطح سال ۲۰۰۵ قرار دارد. به طور کلی، طی بیش از دو دهه هیچ رشدی در تولیدات صنعتی این کشور حاصل نشده است. کاهش‌های موقت تولید، کمتر از آنچه در پی آنها رخ داده اهمیت دارند؛ پس از هر

تولیدات کارخانه‌ای همچنان برای اقتصاد آلمان از اکثر کشورهای پیشرفته دیگر مهم‌تر است و سهم قابل‌توجهی از صادرات، سرمایه‌گذاری و رشد بهره‌وری را به خود اختصاص می‌دهد.

بحران، روند پیشین با نرخی ضعیف‌تر از قبل از سر گرفته شد. آلمان از توسعه صنعتی پیش از ۲۰۰۸، به رکود پس از بحران مالی و نهایتاً به زوال پس از همه‌گیری کرونا رسید. حالا سوال اصلی این است که چرا آلمان مکرراً در بازگشت به مسیر رشد پیشین خود ناکام مانده است. پاسخ در انتخاب‌های سیاستی و تغییرات ساختاری متعاقب آن نهفته است.

فرسایش رقابت‌پذیری آلمان

واقعیت این است که زوال صنعتی آلمان در خلأ رخ نداده است. بی‌تردید بحران مالی و همه‌گیری کرونا تولید و زنجیره‌های تأمین جهانی را مختل کردند، اما نشان نمی‌دهند که چرا هر بار بهبودی ضعیف‌تر از دفعه قبل بوده است. دلیل را باید در فرسایش تدریجی رقابت‌پذیری صنعتی آلمان جست.

یکی از عوامل مهم، سیاست‌ها در حوزه انرژی بوده است. صنعت آلمان برای دهه‌ها از تأمین انرژی قابل‌اعتماد و نسبتاً مقرون‌به‌صرفه بهره‌مند بود. این مزیت به تدریج با روی کار آمدن سیاست «گذار انرژی» یعنی گذار بلندپروازانه به منابع انرژی تجدیدپذیر تضعیف شد. تحقق هدف کاهش انتشار کربن از حمایت سیاسی گسترده‌ای برخوردار است، اما این گذار هزینه‌های انرژی را افزایش داد و برای صنایع انرژی‌بر، عدم‌اطمینان بیشتری ایجاد کرد.

آنچه وضعیت آلمان را در این زمینه متمایز می‌کند این است که سیاست‌های داخلی توانایی این کشور را برای تطبیق‌پذیری کاهش داده است.

سیاست‌ها در زمینه انرژی هسته‌ای نیز مشکل را تشدید کرد. دولت آلمان در سال ۲۰۰۰ با خروج تدریجی از این صنعت موافقت کرد، پس از حادثه فوکوشیما در ۲۰۱۱ جدول زمانی آن را تسریع کرد و سرانجام در آوریل ۲۰۲۳ سه رآکتور باقی‌مانده را تعطیل کرد. این وضعیت، تنوع سبد انرژی آلمان را بیشتر کاهش داد و در عین حال وابستگی به گاز طبیعی وارداتی را افزایش داد. با آغاز جنگ اوکراین و وقتی جریان گاز روسیه مختل شد، این آسیب‌پذیری‌ها چنان آشکار شده بود که دیگر نمی‌شد نادیده‌شان گرفت. شوک انرژی ناشی از آن، دقیقاً همان بخش‌هایی را هدف قرار داد که ستون فقرات اقتصاد صنعتی آلمان را تشکیل می‌دهند؛ یعنی مواد شیمیایی، خودروسازی و ماشین‌آلات صنعتی. بحران انرژی، نقاط ضعفی را که سال‌ها در حال انباشت بود، آشکار و تشدید کرد.

عامل دوم، اثر مقررات و سیاست‌های اقلیمی بوده است. طی دو دهه اخیر، سیاست‌گذاران آلمانی به طور فزاینده‌ای اهداف زیست‌محیطی و اجتماعی را در کنار رشد اقتصادی در اولویت قرار داده‌اند. بسیاری از این سیاست‌ها اهداف مشروعی همچون کاهش آزادسازی کربن را دنبال می‌کنند. با این حال، اثر تجمعی آنها افزایش هزینه‌ها و پیچیدگی فعالیت‌های اقتصادی بوده است. بنگاه‌ها با هزینه‌های فزاینده تطابق با مقررات، رویه‌های طولانی صدور مجوز، الزامات گسترده گزارش‌دهی و عدم‌اطمینان مستمر نسبت به تغییرات آتی مقررات مواجه شدند.

مقررات زیست‌محیطی و طرح‌های قیمت‌گذاری کربن، بارهای اضافی را بر دوش بخش‌های صنعتی که با رقابت شدید بین‌المللی روبه‌رو بودند، قرار داد و به تدریج، جذابیت آلمان را به عنوان مقصدی برای سرمایه‌گذاری صنعتی کاهش داد. حاصل، کاهش تدریجی رقابت‌پذیری بود که پس از هر بحران اقتصادی آشکارتر می‌شد.

دشواری‌های آلمان با تحولات اقتصاد جهانی هم تشدید شد. طی سال‌های متمادی، تولیدکنندگان آلمانی از جهانی‌سازی سریع و تقاضای روزافزون بازارهای نوظهور به خصوص چین، بهره بردند. اما در سال‌های اخیر، چین از یک مشتری عمده آلمان به رقیبی قدرتمند تبدیل شده است و بنگاه‌های چینی به طور فزاینده‌ای تولیدکنندگان آلمانی را در زمینه‌های خودرو، ماشین‌آلات و تولیدات پیشرفته به چالش می‌کشند. بر اساس گزارش مؤسسه اقتصاد آلمان، صادرات خودرو و قطعات آلمان به چین در سال ۲۰۲۵ حدود یک سوم کاهش یافت و به کمتر از ۱۴ میلیارد یورو رسید که کمتر از نیمی از رقم نزدیک به ۳۰ میلیارد یورویی ثبت‌شده در سال ۲۰۲۲ است. پیری جمعیت نیز به کمبود نیروی کار دامن زده و رشد بهره‌وری را محدود کرده است. این تحولات برای همه اقتصادهای پیشرفته چالش‌آفرین بوده است؛ اما آنچه آلمان را متمایز می‌کند این است که سیاست‌های داخلی توانایی این کشور را برای تطبیق با آنها کاهش داده است.

> **مشکلات امروزی آلمان را نمی‌توان حاصل یک بحران واحد یا شوک موقتی دانست، بلکه این وضعیت، بازتابی از زوال درازمدت رقابت‌پذیری صنعتی این کشور است**

محتمل‌ترین سناریوی آینده: رکود مدیریت‌شده

در این سناریو، دولت اصلاحات محدودی برای کاهش بوروکراسی، تسریع فرآیندهای صدور مجوز و مهار هزینه‌های انرژی به اجرا می‌گذارد، اما از تغییر بنیادین در سیاست اقتصادی پرهیز می‌کند. تولیدات صنعتی تا حدی تثبیت می‌شود، اما به مسیر رشد پیش از ۲۰۰۸ بازنمی‌گردد.

بنگاه‌های بزرگ همچنان به طور گزینشی در آلمان سرمایه‌گذاری می‌کنند، در حالی که پروژه‌های پویاتر را به خارج از کشور منتقل می‌کنند. «میتل‌اشتاند» یا همان تولیدکنندگان متوسط و اغلب خانوادگی آلمان همچنان تاب‌آور باقی می‌ماند، اما به طور فزاینده‌ای توسط کمبود نیروی کار، مقررات و تقاضای ضعیف داخلی محدود می‌شود. آلمان از فروپاشی صنعتی چشم‌گیری اجتناب می‌کند، اما به تدریج وزن اقتصادی خود را از دست می‌دهد. رشد اقتصادی ضعیف می‌ماند، فشارهای مالی افزایش می‌یابد و این کشور در آینده اقتصادی اروپا نقشی کمرنگ‌تر ایفا می‌کند. احتمال وقوع این سناریو ۵۰ درصد است. اما در سناریوی بدبینانه، آلمان در حل مشکلات ساختاری تضعیف‌کننده رقابت‌پذیری خود ناکام می‌ماند. هزینه‌های انرژی بالا باقی می‌ماند، بار مقررات همچنان افزایش می‌یابد و سرمایه‌گذاری به مقاصدی جذاب‌تر در خارج از کشور سرازیر می‌شود. هم‌زمان، رقابت از سوی چین، به خصوص در بخش‌هایی که به طور سنتی ستون فقرات صنعت آلمان را تشکیل می‌دهند، تشدید می‌شود. با انتقال تولید توسط بنگاه‌ها و به تعویق افتادن سرمایه‌گذاری‌ها، تولید صنعتی به کاهش خود ادامه می‌دهد. فرسایش پایگاه صنعتی به اشتغال، درآمدهای مالیاتی و ظرفیت نوآوری تسری پیدا می‌کند. رشد اقتصادی ضعیف یا منفی باقی می‌ماند و در عین حال تنش‌های اجتماعی و سیاسی افزایش می‌یابد. آلمان بخش بزرگی از قدرت صنعتی خود را که روزگاری آن را به موتور اقتصاد اروپا بدل ساخته بود، از دست می‌دهد. احتمال وقوع این سناریو ۳۰ درصد است.

سناریوی کم‌احتمال دیگر هم احیای صنعتی است. در سناریوی احیای صنعتی، آلمان از طریق اصلاحات مقرراتی، کاهش هزینه‌های انرژی و ایجاد محیط کسب‌وکار مساعدتر برای سرمایه‌گذاری، رقابت‌پذیری خود را بازیابی می‌کند. رویه‌های صدور مجوز ساده‌سازی می‌شود، بار مالیاتی بر بنگاه‌ها کاهش پیدا می‌کند و سیاست‌گذاران در طراحی سیاست‌های اقلیمی و انرژی، وزن بیشتری به رقابت‌پذیری صنعتی می‌دهند. اعتماد به تدریج بازمی‌گردد و بنگاه‌ها را به توسعه تولید و سرمایه‌گذاری در داخل کشور تشویق می‌کند. نقاط قوت آلمان یعنی نیروی کار ماهر، تخصص فنی و پایگاه صنعتی نیرومند به این کشور امکان می‌دهد تا از فرصت‌های نوین در تولیدات پیشرفته، اتوماسیون و فناوری انرژی بهره‌مند شود. تولیدات صنعتی رشد ملایمی را از سر می‌گیرد و جایگاه آلمان را به عنوان یکی از اقتصادهای صنعتی پیشروی جهان احیا می‌کند. احتمال وقوع این سناریو ۲۰ درصد خواهد بود.



تولیدکنندگان آلمانی در گذشته از جهانی‌سازی سریع و تقاضای روزافزون بازارهای نوظهور به خصوص چین، بهره بردند. اما در سال‌های اخیر، چین از یک مشتری عمده آلمان به رقیبی قدرتمند تبدیل شده است

سرمایه‌گذاری در کشاورزی صرفاً به افزایش تولید غذا محدود نمی‌شود، بلکه به معنای فعال‌سازی زنجیره ارزش اقتصادی گسترده‌ای است که از مزارع تا صنایع فرآوری و نهایتاً تا بازارهای داخلی و بین‌المللی امتداد پیدا می‌کند.

[آینده جهان]

توسعه از مزرعه آغاز می‌شود

در جهان پرمناقشه امروزی، تولید داخلی مواد غذایی تنها مسیر مطمئن توسعه است

بگذارید با یک اصل شـــروع کنیم: هر کشوری که به شکوفایی جامع اقتصادی دست یافته است، مسیر خود را صرفاً از طریق صنعت یا فناوری آغاز نکرده است. توسعه پایدار همواره با ایجاد بخش کشاورزی قوی آغاز شده است: بخشی که بتواند امنیت غذایی را تأمین کند، اقتصاد روستایی را پویا و فعال کند، فرصت‌های شغلی ایجاد کند و مواد خام مورد نیاز برای طیف وسیعی از صنایع را فراهم آورد. کشاورزی صرفاً تولید محصولات زراعی نیست، بلکه شالوده تولید واقعی اقتصادی است که سایر بخش‌های مولد بر آن استوار می‌شوند. به همین دلیل، کشورهایی مثل چین که به توسعه پایدار دست پیدا کرده‌اند، سرمایه‌گذاری کلانی در نوسازی کشاورزی و پیوند آن با صنعت، تجارت و پژوهش علمی انجام داده‌اند. آنها می‌دانند که اقتصاد قوی از تولید داخلی قدرتمند آغاز می‌شود.

احیای بخش کشاورزی می‌تواند نقطه شروع واقعی برای ساخت اقتصادی متنوع‌تر و مقاوم‌تر باشد و با توجه به تحولات عظیم تکنولوژیک در جهان، پیشرفت در این حوزه حتی آسان‌تر هم شده است. سرمایه‌گذاری در کشاورزی صرفاً به افزایش تولید غذا محدود نمی‌شود، بلکه به معنای فعال‌سازی زنجیره ارزش اقتصادی گسترده‌ای است که از مزارع تا صنایع فرآوری و نهایتاً تا بازارهای داخلی و بین‌المللی امتداد پیدا می‌کند.

یکی از فوری‌ترین مزایای توســعه کشاورزی، ایجاد فرصت‌های شغلی در مقیاس وسیع است. کشــاورزی ظرفیت جذب شمار قابل‌توجهی از کشــاورزان را داشته و در عین حال برای جوانان، فارغ‌التحصیلان دانشــگاهی و زنان در جوامع روستایی اشتغال‌زایی می‌کند. با گسترش تولیدات کشاورزی، تقاضا برای مهندسان کشــاورزی، دامپزشکان، تکنیسین‌ها، اپراتورهای ماشین‌آلات، متخصصان لجستیک، کارشناسان بازاریابی و مدیران کسب‌وکار هم بیشتر می‌شود و این به توسعه متوازن اجتماعی و اقتصادی کمک می‌کند.

واقعیت این است که اهمیت کشاورزی بسیار فراتر از تولید اولیه است. این بخش، نیروی محرکه صنایع فرآوری مواد غذایی به‌شــمار می‌آید که به محصولات کشاورزی و دامی به‌عنوان مواد خام وابسته‌اند. مثلاً افزایش تولید غلات، خرما، میوه‌ها و سبزیجات، سرمایه‌گذاری در آسیاب‌های آرد، کارخانه‌های روغن‌کشی، واحدهای فرآوری مواد غذایی و کارخانه‌های تولید خوراک دام را تشویق می‌کند. بدین ترتیب، کشاورزی از یک بخش اولیه به موتور محرکه اصلی توسعه صنعتی تبدیل می‌شود و ارزش افزوده محصولات داخلی را افزایش می‌دهد.

یکی دیگر از مزایای عمده اقتصادی توسعه کشاورزی، کاهش وابستگی به واردات مواد غذایی اســت. برخی کشورها ســالانه میلیاردها دلار صرف واردات گندم، ســبزیجات، میوه‌ها، گوشت، فرآورده‌های لبنی و ســایر کالاهای اساســی غذایی می‌کنند. این امر خروج مداوم ارز خارجی را به‌دنبال دارد که در غیر این صورت می‌توانست در توسعه داخلی سرمایه‌گذاری شود. با گسترش تولیدات کشاورزی داخلی و تأمین سهم بیشتری از تقاضای ملی، واردات مواد غذایی کاهش پیدا می‌کند، منابع مالی در اقتصاد ملی باقی می‌ماند، تراز تجاری بهبود می‌یابد و امنیت اقتصادی کشور تقویت می‌شود.

کشاورزی همچنین مواد خام ضروری مورد نیاز بخش صنعت را تأمین می‌کند؛ جنبه‌ای که اغلب در بحث‌های مربوط به توسعه اقتصادی نادیده گرفته می‌شود. صنایع تولیدی بدون منابع داخلی قابل‌اطمینان از مواد خام، نمی‌توانند به خوبی عمل کنند. به عنوان مثال، خرما صنایع فرآوری مواد غذایی را پشــتیبانی می‌کند، پنبه مواد اولیه صنایع نساجی را فراهم می‌آورد، غلات ســتون فقرات صنایع غذایی را تشکیل می‌دهند و فرآوری لبنیات و گوشت به تولیدات دامی داخلی وابسته است. هرچه این نهادها در داخل کشور در دسترس‌تر باشند، هزینه‌های تولید برای تولیدکنندگان کاهش پیدا می‌کند و توانایی رقابت آنها در بازارهای داخلی و بین‌المللی بالاتر می‌رود.

منبع: مرکــز الروابط برای پژوهش‌های راهبردی

چرا باید خواند:

در میان مناقشات جهانی یک نکته مشخص است و آن هم اینکه وابستگی به واردات مواد غذایی خطرناک است. اینجا توضیح می‌دهیم که توسعه کشاورزی چقدر در این مسیر اهمیت دارد.



بخش کشاورزی پویا همچنین سطح درآمد و استانداردهای زندگی را در مناطق روستایی بهبود می‌بخشد و فقر را کاهش می‌دهد. توسعه کشاورزی همچنین نقشی حیاتی در تقویت امنیت غذایــی و تثبیت قیمت‌های مواد غذایی ایفا می‌کند. وابســتگی بیش ازحد به بازارهای بین‌المللی، کشورها را در معرض نوسانات قیمت‌های جهانی، تنش‌های ژئوپلیتیکی، اختلالات زنجیره تأمیــن و بلایای طبیعی قرار می‌دهد. اما آنها با ایجاد پایگاه کشاورزی داخلی مستحکم می‌توانند تأمین مواد غذایی مطمئن‌تری بــرای جمعیت خود فراهم کرده و ثبات قیمتی بیشتری را حتی در دوره‌های بی‌ثباتی اقتصادی بین‌المللی حفظ کنند.

بنابراین، کشــاورزی دیگر نباید صرفاً به‌عنوان فرایند زیر کشت بردن زمین و برداشت محصول تلقی شود. در اقتصاد امروز، کشاورزی یک نظام تولیدی جامع است که از پژوهش علمی، اصلاح بذر و اصلاح نژاد دام آغاز شده، از طریق تولید کشاورزی و خدمات ترویجی ادامه می‌یابد و به فرآوری مواد غذایی، بسته‌بندی، انبارداری، حمل‌ونقل، بازاریابی و صادرات می‌انجامد. از این رو، ایجاد بخش کشاورزی مدرن باید به‌عنوان یکی از ارکان بنیادین راهبرد توسعه ملی در نظر گرفته شود. چنیــن رویکردی اقتصاد را متنوع‌تر می‌کند، وابســتگی به درآمدهای نفتی را کاهش می‌دهد، پایگاه تولیدی مستحکمی را ایجاد می‌کند که قادر به تولید رشد پایدار است، فرصت‌های شــغلی را فراهم می‌آورد و امنیت غذایی بلندمدت کشور را افزایش می‌دهد.

اکونومیست

منتخبی از مطالب مجله اکونومیست



بهشت چپ و راست

چطور سوئد هم برای سوسیالیست‌ها سرزمین موعود است هم برای لیبرترین‌ها؟

دفاع از سوئد به عنوان یک آرمان‌شهر سوسیالیستی، سنتی دیرینه دارد. این کشوری است که با مالیات‌های سنگین بر ثروتمندان (نرخ مالیات بر درآمد تا ۵۲ درصد)، دولتی را تأمین مالی می‌کند که مخارجش نزدیک به نیمی از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد.

[سوئد]

تست رورشاخ با طعم کوفته قلقلی

چگونه سوئد به سرزمین «آزادی‌خواهانِ دولت‌گرا» تبدیل شد؟

برای ناظران سیاسی، سوئد همچون یک «تست رورشاخ» است؛ هرکس آن چیزی را در آن می‌بیند که مایل است ببیند. برای «برنی سندرز»، سیاستمدار چپ‌گرای آمریکایی، سوئد مهدِ عقلانیت سوسیالیستی است که آمریکا باید از آن الگوبرداری کند. برای محافظه‌کاران نیز، وطنِ «ایکیا» و «اسپاتیفای»، تحسین‌برانگیز است؛ اما نه به‌خاطر دولت بزرگش، بلکه به‌خاطر فردگراییِ ذاتی‌اش که به نظر می‌رسد حتی برای یک تگزاسی هم آشنا باشد. اینکه دو سوی متضادِ طیف سیاسی، موفقیت سوئد را مرهون ایده‌های خود می‌دانند، تعجب‌آور نیست. اما نکته جالب اینجاست که هردو ادعای برحقی دارند: سوئد در واقع زادگاه پارادوکسیکالِ «فردگراییِ دسته‌جمعی» است.

بهشت سوسیالیستی یا بازار آزادِ پنهان؟

دفاع از سوئد به عنوان یک آرمان‌شهر سوسیالیستی، سنتی دیرینه دارد. این کشوری است که با مالیات‌های سنگین بر ثروتمندان (نرخ مالیات بر درآمد تا ۵۲ درصد)، دولتی را تأمین مالی می‌کند که مخارجش نزدیک به نیمی از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می‌دهد. دولت رفاه در سوئد به اندازه مبلمان‌هایش مشهور است؛ از مرخصی‌های ۴۸۰ روزه والدین تا دانشگاه‌های رایگان و کنترل‌های شدید بر اجاره‌بها. اما استدلال اینکه سوئد جنبه‌ای «لیبرترین» (آزادی‌خواهانه) هم دارد، به همان اندازه منطقی است. در سوئد، خدمات عمومی اغلب توسط بخش خصوصی ارائه می‌شود؛ نزدیک به یک‌سوم دانش‌آموزان دبیرستانی در مؤسسات غیردولتی تحصیل می‌کنند که بسیاری از آن‌ها انتفاعی هستند. سوئد یکی از معدود کشورهایی است که «مالیات بر ارث» ندارد. در دوران همه‌گیری کرونا، این کشور با اعمال محدودیت‌های بسیار کمتر از سایرین، متمایز بود. حداقل دستمزد ملی در این کشور وجود ندارد و کارفرمایان در استخدام و اخراج، برخلاف اکثر کشورهای اروپایی، آزادی عمل دارند. نتیجه؟ سوئد به نسبت جمعیت، ۵۰ درصد میلیاردرهای بیشتری نسبت به آمریکا دارد. اگر این سوسیالیسم است، نسخه‌ای است که برای فروش قایق‌های تفریحی بسیار عالی عمل می‌کند!

فردگراییِ دولت‌گرا، راز موفقیت سوئد

پارادوکس سوئدی به این دلیل وجود دارد که چیزی کنجکاوانه‌تر در جریان است. در کشورهای توسعه‌یافته، جمع‌گرایی و آزادی فردی معمولاً رقیب هم تلقی می‌شوند: هرچه دولت مسئولیت بیشتری بپذیرد، فضای کمتری برای شهروندان باقی می‌ماند تا به خود متکی باشند. اما سوئد مسیر متفاوتی را طی کرد. در طول قرن بیستم، دولت در سوئد نه‌تنها برای کاهش نابرابری یا بیمه کردن افراد در برابر سختی‌ها، بلکه برای کاهش وابستگی آن‌ها به دیگران ــ از جمله خانواده خود ــ گسترش یافت.

از نظر سوئدی‌ها، دولت بزرگ و بی‌طرف، حامیِ خودمختاری است. آن‌ها معتقدند در هنگام نیاز، بهتر است مدیون یک بوروکراسی بی‌طرف باشند تا مدیون پدر و مادر یا خیریه. از این منظر، دولت بزرگ‌تر به معنای آزادی بیشتر است، نه کمتر.

هنریک برگگرن و لارس تراگارد، دو مورخ سوئدی، این پدیده را «فردگراییِ دولت‌گرا» می‌نامند. آن‌ها استدلال می‌کنند که سوئدی‌ها ارزش بیشتری برای روابطی قائل‌اند که داوطلبانه شکل گرفته، نه روابطی که به دلیل ضرورت‌های مادی حفظ می‌شوند. مراقبت‌های دولتی از کودکان به زنان کمک می‌کند تا از وابستگی مالی به شوهرانشان رها شوند، و خانه‌های سالمندان دولتی، فرزندان را از تعهدات سنگین به والدین سالخورده آزاد می‌کند. برخلاف آلمان یا فرانسه که خانواده واحد اصلی مالیات‌گیری است، در سوئد همه بزرگسالان به صورت مستقل اظهارنامه مالیاتی پر می‌کنند. در سوئد، فرض بر این است که جوانان مستقل‌اند و درآمد والدین در دریافت بورسیه‌های تحصیلی آن‌ها بی‌اهمیت است. استقلالِ آن‌ها هدیه‌ای است که دولت تأمین می‌کند.

چرا باید خواند:
سوئد برای چپ‌ها و راست‌ها سرزمین موعود به شمار می‌آید. چطور چنین چیزی ممکن است؟ اکونومیست توضیح داده که چرا این کشور برای هر دو طیف اندیشه‌ای، جذابیت دارد و الگو به شمار می‌آید

آیا مدل سوئدی ماندگار است؟

توسعه تاریخی یک کشور کوچک اروپایی ممکن است برای دیگران حاشیه‌ای به نظر برسد. معدود کشورهایی می‌توانند شرایطی را که فردگراییِ جمعی سوئدی را ممکن کرد، بازتولید کنند: حدود هفت قرن حاکمیت قانون، اعتماد عمیق به دولت و میل به اجماع که گاهی فضا را خسته‌کننده و همشکل می‌کند. آیا سوئد می‌تواند با توجه به اینکه یک‌پنجم جمعیتش اکنون در خارج از این کشور متولد شده‌اند، مسیر منحصربه‌فرد خود را حفظ کند؟

اما بررسی‌های اجتماعی نشان می‌دهد که اکثر کشورها در حال شبیه‌تر شدن به سوئد هستند: جوامع سکولاری که بیانِ خود را بر تبعیت از خانواده یا سنت مقدم می‌دانند. این موضوع، «توافق خاصِ» سوئد شکلی از دولت‌گراییِ حاکم که به مردم کمک کرده تا نه تنها از نیاز اقتصادی، بلکه از فشارهای اجتماعی هم آزاد شوند را فراتر از یک کنجکاوی نوردیک قرار می‌دهد. برای ناظران در آمریکا و فراتر از آن، «آزادی‌خواهیِ دولت‌گرا» ممکن است گیج‌کننده باشد؛ اما برای سوئدی‌ها هیچ تناقضی وجود ندارد؛ آن‌ها فقط می‌خواهند تنها گذاشته شوند، اما این کار را به‌صورت دسته‌جمعی انجام می‌دهند.



مدل کسب‌وکار ردیت چیزی میان اینستاگرام (که از محتوای کاربران سود می‌برد) و ویکی‌پدیا (که بر ارتش بزرگی از ناظران داوطلب متکی است) قرار دارد. مدیریت این توازن همیشه آسان نبوده است.

[فضای مجازی]

مذاکره یا شکایت؟

آیا ردیت می‌تواند در عصر هوش مصنوعی جان سالم به‌در ببرد؟

در اوایل تابستان امسال، فیلم ترسناک «Backrooms» با بودجه‌ای ۱۰ میلیون دلاری، توانست ۳۹۳ میلیون دلار فروش جهانی داشته باشد و به یکی از موفق‌ترین فیلم‌های مستقل تاریخ تبدیل شود. منبع الهام این فیلم هم غیرمعمول بود: مجموعه‌ای از تصاویر اتاق‌های خالی و وهم‌آلود که در «ردیت» (Reddit)، تالار گفت‌وگوی اینترنتی، منتشر شده بود. از آن زمان، تهیه‌کنندگان هالیوود به جست‌وجو در این سایت برای یافتن ایده‌های تازه روی آورده‌اند.

اما با وجود این جذابیت‌ها، ردیت دوران سختی را پشت سر می‌گذارد. ارزش سهام این شرکت در سال جاری حدود یک‌سوم کاهش یافته است. حتی گزارش‌های سودآوری قوی در ماه گذشته نیز نتوانست آرامش سهامداران را بازگرداند؛ چرا که آن‌ها نگران‌اند با گسترش چت‌بات‌های هوش مصنوعی، کاربران به جای موتورهای جست‌وجویی مثل گوگل که آن‌ها را به سایت‌های مختلف هدایت می‌کنند، مستقیماً از هوش مصنوعی سوال بپرسند و دیگر نیازی به گشت‌وگذار در ردیت نداشته باشند. در حال حاضر، ردیت تلاش می‌کند از طریق قراردادهای تجاری و شکایت‌های حقوقی، سازندگان چت‌بات را به پرداخت مبالغ بیشتر برای استفاده از داده‌های خود ترغیب کند. هدف نهایی این است که کاربرانِ خسته از تعامل با ربات‌ها، دوباره به یکی از آخرین پناهگاه‌های محتوای تولیدشده توسط انسان در اینترنت بازگردند.

چرا باید خواند:
ردیت این روزها دوران سختی را پشت سر می‌گذارد. هوش مصنوعی باعث شده که این شرکت هم دچار چالش و بحران شود. اکونومیست توضیح داده که این چالش تا چه اندازه جدی است.

توازن میان داوطلبان و غول‌های فناوری

مدل کسب‌وکار ردیت چیزی میان اینستاگرام (که از محتوای کاربران سود می‌برد) و ویکی‌پدیا (که بر ارتش بزرگی از ناظران داوطلب متکی است) قرار دارد. مدیریت این توازن همیشه آسان نبوده است. در سال ۲۰۲۳، داوطلبانی که انجمن‌های مختلف یا همان «ساب‌ردیت‌ها» را مدیریت می‌کنند، پس از اعلام تصمیم شرکت مبنی بر پولی کردن دسترسی به رابط برنامه‌نویسی (API)، دست به اعتصاب زدند. ردیت با این سیاست مقابله کرد و بلافاصله با گوگل و اوپن‌ایآی سازنده چت جی‌پی‌تی قراردادهایی بست. گفته می‌شود این شرکت‌ها سالانه ۶۰ تا ۷۰ میلیون دلار برای آموزش مدل‌های خود بر پایه داده‌های ردیت پرداخت می‌کنند.

با این حال، شاید این یک معامله بسیار ارزان برای غول‌های هوش مصنوعی باشد. بر اساس تحلیل شرکت تحقیقاتی Profound، ردیت به یکی از پرارجاع‌ترین منابع برای چت‌بات‌های آمریکایی تبدیل شده است. یکی از ارزشمندترین بخش‌های داده‌های ردیت، توصیه‌های محصول است. حدود ۴۰ درصد از گفت‌وگوها در این سایت مربوط به فعالیت‌های تجاری و خرید است. در انجمن‌هایی مانند r/BuyItForLife (بخر برای تمام عمر)، کاربران با دقت کیفیت محصولات را بررسی کرده و محتوای تبلیغاتی یا ربات‌گونه را فیلتر می‌کنند. این محتوای باکیفیت، سوخت اصلی مدل‌های هوش مصنوعی برای ارائه توصیه‌های قابل اعتماد است.

تهدید موتورهای جست‌وجو و استراتژی‌های بقا

رابطه گوگل با ردیت نیز از یک تبادل دوطرفه به یک رابطه یک‌طرفه تغییر کرده است. سال‌ها بود که نتایج جست‌وجوی گوگل، منبع اصلی ترافیک ورودی به ردیت بود؛ اما اکنون با تغییر تمرکز گوگل به سمت «مرورهای هوش مصنوعی»، میزان ارجاع به ردیت به شدت کاهش یافته است. ماه گذشته، ردیت پس از گزارش کاهش ترافیک ناشی از این تغییرات، شاهد بزرگ‌ترین سقوط روزانه ارزش سهام خود بود. طبق داده‌های Sensor Tower، مدت‌زمان حضور روزانه کاربران در اپلیکیشن ردیت ۸ درصد نسبت به سال گذشته کاهش یافته، در حالی که این رقم برای اینستاگرام و تیک‌تاک رشد داشته است.

برای مقابله با این بحران، ردیت دو راه پیش رو دارد: راهکار اول مذاکره و شکایت است. ردیت در حال مذاکره برای قراردادهای جدید با گوگل و سایر شرکت‌هاست. همچنین از شرکت‌هایی مثل Anthropic و Perplexity به دلیل استخراج غیرقانونی داده‌ها شکایت کرده است. پیروزی در دادگاه می‌تواند اهرم فشار ردیت را در مذاکرات مربوط به مجوز استفاده از داده‌ها به شدت افزایش دهد.

راهکار دوم هم کاهش وابستگی به واسطه‌هاست. استیو هافمن، مدیر ردیت، معتقد است که «تجارت ما در گرو ترافیکِ جست‌وجو نیست». استراتژی جدید شرکت، تشویق کاربران به بازدید مستقیم از سایت و صرف زمان بیشتر در آن است. هدف، افزایش درآمد تبلیغاتی است که در فصل دوم سال، رشد چشمگیر ۶۴ درصدی داشته است.

در نهایت، خوش‌بینی بر این است که محتوای (عمدتاً) انسانی ردیت، در روزهایی که کاربران از تعامل با چت‌بات‌ها خسته می‌شوند، جذابیت خود را حفظ کند. فعلاً فیلم‌سازان نباید نگران کمبود ایده باشند؛ ردیت هنوز هم منبعی زنده برای خلاقیت انسانی است.

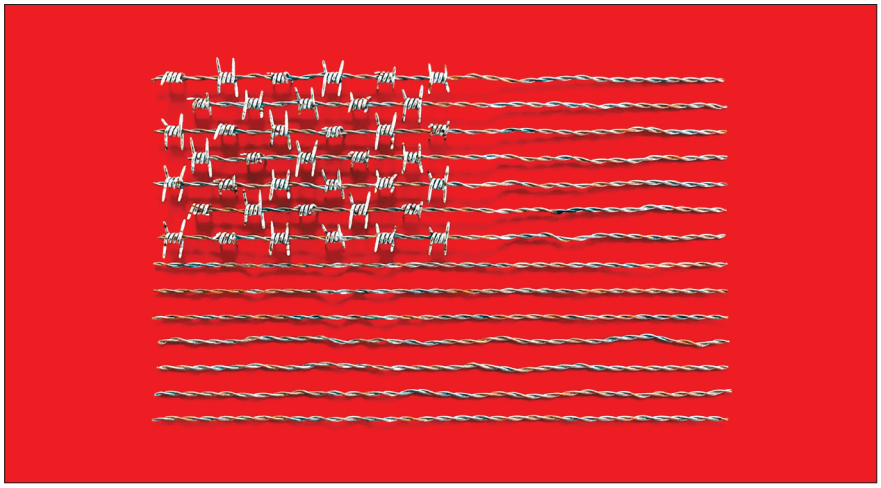


ترامپ به دو سوال اساسی پاسخ داده است: اول، با کسانی که غیرقانونی در خاک آمریکا هستند چه کنیم؟ و دوم، در آینده چه کسی را باید پذیرا باشیم؟ پاسخ او به سوال اول، بی‌رحمانه و پاسخ به سوال دوم، آسیب‌زا برای خودِ کشور است.

[آمریکا]

ایالت‌های ناپذیرا

چگونه ترامپ با تغییر جمعیت، آمریکا را ضعیف‌تر می‌کند؟



باید به دونالد ترامپ اعتباری داد؛ او وعده داد نظم را به مرزها بازگرداند و انجام داد. هرچند کاهش عبورهای غیرقانونی از دوران جو بایدن آغاز شـــده بود، اما فشار ترامپ بســـیار شـــدیدتر بود. مرزهای جنوبی که در ســـال‌های اولیه بایدن پر هرج‌ومرج بـــود، اکنون آرام است. این موفقیت می‌توانست پایه‌ای برای یک سیاست مهاجرتی منطقی باشد؛ زیرا رأی‌دهندگان دوست دارند احساس کنند بر روند ورود افراد کنترل دارند. اما وقتی احساس امنیت برقرار شود، فضای سیاسی برای بحث درباره «قوانین ورود و خروج» باز می‌شود، نه‌فقط بستن مرزها.

ترامپ به دو سوال اساسی پاسخ داده است: اول، با کسانی که غیرقانونی در خاک آمریکا هستند چه کنیم؟ و دوم، در آینده چه کسی را باید پذیرا باشیم؟ پاسخ او به سوال اول، بی‌رحمانه و پاسخ به سوال دوم، آسیب‌زا برای خودِ کشور است.

او وعده «بزرگ‌ترین عملیات اخراج در تاریخ آمریکا» را داده اســـت. برخی از نیروهای او حتی از اخراج ۱۰۰ میلیون نفر ســـخن می‌گویند؛ عددی که تقریباً هفت برابر تعداد مهاجران غیرقانونی فعلی است. اگرچه دولت ادعا می‌کند فقـــط «بدترین‌ها» را هدف قرار می‌دهد، اما واقعیت این است که بســـیاری از بازداشت‌شدگان هرگز مرتکب جرم نشـــده‌اند. ماشین اخراج، اگرچه از نمایش‌های پر ســـر و صدا (مانند درگیری‌های خشن در مینیاپولیـــس) فاصله گرفته، امـــا حالا با همکاری پلیس‌هـــای محلی و از طریق ابطـــال وضعیت موقت پناهندگیِ هزاران نفر از هائیتی‌ها و افغان‌ها، در سکوت و با سرعت بیشتری در حال حرکت است.

چرا باید خواند:
وضعیت آمریکا به‌طور ویژه با ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ، نسبت به گذشته تغییر کرده و سیاست‌های متفاوتی را در قبال مهاجران دنبال می‌کند که روی سرنوشتش اثر می‌گذارد. اکونومیست از این وضعیت تازه گزارش داده است.

سیاست‌های ناسیونالیستی و پیامدهای اقتصادی

این کارزار اخراج، برخلاف میل اکثریت آمریکایی‌هاست. مـــردم با اخراج مجرمان موافق‌اند، اما با از هم پاشـــیدن خانواده‌های ســـخت‌کوش که دهه‌هاست در کشور زندگی کرده‌اند، مخالفند. با این حال، بخشی از جریان «MAGA» (طرفداران ترامپ) به دنبال آمریکایی با تنوع کمتر هستند. چهره‌هایی مثل استیون میلر با استفاده از واژه‌هایی مانند «مهاجرت مجدد» (Remigration)، به نوعی نژادپرستی آشـــکار نزدیک شده‌اند. این نگرش در سیاست‌های پذیرش مهاجران هم دیده می‌شود. تنها گروه بزرگی از پناهجویان که تحت دولت ترامپ پذیرفته شده‌اند، سفیدپوست‌های آفریقای جنوبی بوده‌اند که ادعای آزار و اذیت آن‌ها بسیار ضعیف است. همچنین، مسدود کردن ویزای مهاجرتی برای شهروندان ۷۵ کشور غیرثروتمند، آزادی‌های فردی را محدود کرده است (مثلاً یک آمریکایی نمی‌تواند با یک نیجریه‌ای ازدواج و در آمریکا زندگی کند) از نظر اقتصادی، پیامدهای کوتاه‌مدت این سیاست‌ها زشت و دردناک است. نیروی کار آمریکا از ماه ژانویه یک میلیون نفر کاهش یافته است. علاوه بر هزینه‌های هنگفت اخراج، بخش‌های ساخت‌وساز و رســـتوران‌ها به دلیل کمبود نیروی کار در حال ورشکستگی هستند

تهدید آینده: سد کردن مسیر استعدادهای جهانی

پیامدهای بلندمدت حتی آسیب‌زاتر است. ترامپ برخلاف ادعایش مبنی بر حمایت از مهاجرت قانونی، در حال بســـتن مسیر ورود متخصصان است. صدور ویزای دانشجویی در سال ۲۰۲۵ نسبت به سال قبل ۲۹ درصد کاهش یافته و قوانین جدید، تحصیل در آمریکا را برای خارجی‌ها بسیار دشوار کرده است (مانند محدودیت زمانی کوتاه برای یافتن کار). همچنین هزینه‌های سنگین برای دریافت ویزای H1-B، باعث می‌شود شرکت‌های آمریکایی به‌جای گســـترش، با چالش‌های مالی روبه‌رو شوند. برخی در جریان MAGA تصور می‌کنند بســـتن درها از فرهنگ آمریکایی محافظت می‌کند، اما واقعیت برعکس است. جوهره فرهنگ آمریکا، پویایی و خلاقیت است که همواره با ورود تازه‌واردان خلاق تغذیه شده است. تقریباً نیمی از شرکت‌های لیست «Fortune 500» توسط مهاجران یا فرزندان آن‌ها بنیان‌گذاری شده‌اند. حتی چهره‌هایی مثل ایلان ماسک از همین مسیر وارد شده‌اند. آمریکایِ قلعه‌مانند، دیگر «آمریکایی» نخواهد بود.

راهی به سوی اصلاحات روشن‌بینانه

امید اصلی، محدود کردن اقدامات غیرقانونی ترامپ از طریق دادگاه‌هاست. با این حال، دموکرات‌ها نباید تصور کنند که ترامپ در همه چیز اشـــتباه می‌کرد. آن‌ها باید بر روی مدیریت صحیح سیستم پناهندگی تمرکز کنند تا از آشوب‌های مرزی جلوگیری شود. برای اینکه یک دولت بتواند اصلاحات مهاجرتی روشـــن‌بینانه‌ای را تصویب کند، باید به رأی‌دهندگان اطمینان دهد که مرزها امن هســـتند، بدون اینکه به دنبال حذف کامل نهادهای نظارتی باشـــد. اصلاحاتی که هم با اســـتعدادهای جهانی مهربان باشد و هم خانواده‌ها را از هم نمی‌پاشد، تنها راهی است که می‌تواند واقعاً «دوباره آمریکا را با عظمت کند».

برخلاف مصر باستان که مومیایی‌سازی امتیازی انحصاری برای نخبگان و فراعنه بود، در میان چینچوروها طبقه اجتماعی اهمیتی نداشت و پیکر تقریباً همه درگذشتگان مومیایی می‌شد.

[مومیایی‌ها]

گورستان بی‌انتها

وقتی خاک، مردگان هفت‌هزارساله را پس می‌زند!

در امتداد نواری ۶۰۰ کیلومتری در حاشیه بیابان آتاکاما، از جنوب پرو تا شمال شیلی، یکی از شگفت‌انگیزترین و در عین حال چالش‌برانگیزترین محوطه‌های باستانی جهان قرار دارد: گورستان دسته‌جمعی کهن‌ترین مومیایی‌های دست‌ساز بشر. مردمان فرهنگ «چینچورو» که بین هزار تا ۷ هزار سال پیش از میلاد در این نوار ساحلی می‌زیستند و از طریق شکار و ماهی‌گیری روزگار می‌گذراندند، در حفظ و مومیایی کردن اموات خود وسواسی کم‌نظیر داشتند. برخلاف مصر باستان که مومیایی‌سازی امتیازی انحصاری برای نخبگان و فراعنه بود، در میان چینچوروها طبقه اجتماعی اهمیتی نداشت و پیکر تقریباً همه درگذشتگان مومیایی می‌شد. این سنت همگانی، همراه با آب‌وهوای فوق‌العاده خشک آتاکاما، وضعیتی غریب رقم زده است: کهن‌ترین اجساد مومیایی‌شده تاریخ چنان پرشمارند که امروزه به یک بحران لجستیکی و مدیریتی بدل شده‌اند.

هجوم مردگان از دل زمین و بحران نگهداری

در سال‌های اخیر، اجساد با سرعتی نگران‌کننده از زیر خاک بیرون می‌زنند. سزار بوری، باستان‌شناس نهاد دولتی «چینچورو مارکا» که مسئول حفاظت از این آثار است، می‌گوید در هر سرکشی به منطقه «کالتا کامارونس» در شمال شیلی، بقایای جدیدی پیدا می‌شود. چاره فعلی آن‌ها مدفون کردن دوباره استخوان‌ها با دست است تا زمانی که شرایط مناسب نگهداری مهیا شود.

پدیدار شدن این مومیایی‌ها امر تازه‌ای نیست و از اوایل قرن بیستم گزارش شده است. اما فرسایش شدید ناشی از بادهای تند همراه با گسترش فعالیت‌های انسانی، روند سر برآوردن آن‌ها را شتاب بخشیده است. معضل اصلی اینجاست که منطقه دیگر جایی برای انبار و نگهداری این حجم عظیم از اجساد ندارد. انتقال همه آن‌ها به صدها کامیون نیاز دارد و به گفته ورونیکا سیلوا، انسان‌شناس موزه تاریخ طبیعی سانتیاگو، موزه‌های فعلی فاقد فضای کافی و استانداردهای دمایی و نوری لازم برای جلوگیری از تخریب آن‌ها هستند.

در نتیجه، باستان‌شناسان ناچارند فرآیند پیچیده و چندماهه مومیایی‌سازی چینچورو را در همان محل بررسی کنند و پیکرها را فوراً دوباره به دل خاک بسپارند؛ با این امید که موزه جدیدِ در حال ساخت در جنوب شهر آریکا بخشی از این بار را سبک کند.

تضاد منافع: میراث جهانی یونسکو در برابر جامعه محلی

در سال ۲۰۲۱، یونسکو محوطه و بقایای چینچورو را در فهرست میراث جهانی ثبت کرد؛ اقدامی که چشم‌انداز تبدیل منطقه به قطب گردشگری را تقویت کرد. با این حال، تنش‌های محلی مانعی جدی بر سر راه این برنامه است. جامعه‌ای از صیادان محلی در دره کامارونس، خانه‌هایی غیررسمی ساخته‌اند که حضور روبه‌رشدشان آسیب‌های فیزیکی به لایه‌های باستانی را افزایش می‌دهد. یونسکو خواهان جابه‌جایی آن‌هاست، اما این خانواده‌ها تمایلی به ترک محل سکونت خود ندارند. کریستین زاوالا، شهردار محلی، با گلایه از اینکه «توجه به مومیایی‌ها از رسیدگی به شهروندان زنده بیشتر است»، به این آتش دامن زده است. در مقابل، ساکنان با سابقه‌تری چون خوزه کونچا، با درک پتانسیل اقتصادی ماجرا، مومیایی‌ها را فرصتی برای گذران معیشت پس از بازنشستگی از صیادی و تبدیل شدن به راهنمای گردشگری می‌دانند

آینده‌ای گره‌خورده به گذشته

مسئولان حفاظت از آثار باستانی امیدوارند با جذب سرمایه، مرکزی پژوهشی و نمایشگاهی برپا کنند که مستقیماً با مشارکت اهالی کامارونس اداره شود. تجربه آتاکاما نشان می‌دهد حفاظت از کهن‌ترین تاریخ بشر زمانی به ثمر می‌نشیند که باستان‌شناسان و سیاست‌گذاران اثبات کنند همان‌قدر که دلواپس پاسداری از گذشته این سرزمین‌اند، به آینده و معیشت ساکنان امروزی آن هم بها می‌دهند. به عبارت دیگر، آن‌ها تلاش دارند هم میراث‌دار گذشته باشند و هم چیزی را برای آیندگان حفظ کند و در عین حال، به کسی که در زمان کنونی زیست می‌کند هم ظلم نکنند. ایجاد چنین تعادلی بی‌تردید با دشواری‌هایی همراه است.



چرا باید خواند:
این گزارش درباره معضل کهن‌ترین مومیایی‌های جهان است. اکونومیست از مردگان هفت هزار ساله و گورستانی بی‌انتها در دل خشک‌ترین بیابان زمین گزارش می‌دهد.

در حوزه رفاه اجتماعی، هوش مصنوعی می‌تواند به هدف‌گیری دقیق‌تر کمک کند. در اندونزی، یک پروژه آزمایشی در شهر بانیوانگی با تحلیل پایگاه‌های داده دولتی، زمان ثبت‌نام دریافت‌کنندگان کمک‌های غذایی را از ۷۵-۲۰۰ روز به کمتر از یک روز کاهش داد.

[حکمرانی]

معجزه هوش مصنوعی

دولت‌ها با هوش مصنوعی کارآمدتر می‌شوند؟

اندونزی، با ۲۸۷ میلیون جمعیت که در میان ۱۳ هزار و ۵۰۰ جزیره پراکنده شده‌اند، با حجم عظیمی از قوانین و مقررات دست‌وپنجه نرم می‌کند (۲۵۱،۲۳۲ قانون!). این ساختار پیچیده، اغلب به جای حل مشکلات، بر فساد اداری و رشد کند اقتصادی می‌افزاید. اندونزی نمونه‌ای بارز از چالش‌های کشورهای پرجمعیت و در حال توسعه در آسیا است که باید با منابع محدود، اقتصادهای پیچیده را مدیریت کنند. با وجود راه‌اندازی بیش از ۲۷ هزار پلتفرم دیجیتال در بخش دولتی، نتایج چندان ملموسی حاصل نشده است؛ اکنون، امید جدید به هوش مصنوعی معطوف شده است.

بانک جهانی معتقد است مدل‌های هوش مصنوعی می‌توانند دقیقاً همان توانمندی‌هایی را تقویت کنند که دولت‌های فقیر فاقد آن هستند: توانایی تحلیل حجم عظیم داده‌ها (از اظهارنامه‌های مالیاتی تا بازده کشاورزی) با هزینه‌ای نسبتاً پایین. اگر این فناوری با شرایط بومی سازگار شود، می‌تواند به کشورهای در حال توسعه کمک کند تا آنچه را که در حالت عادی یک قرن طول می‌کشد، در عرض یک دهه انجام دهند.

تجربه‌های موفق در جنوب آسیا: از دادگاه‌ها تا مزارع

آزمایش‌های اولیه در بخش‌های مختلف آسیا امیدوارکننده بوده‌اند. در پاکستان، که با توده عظیمی از بیش از ۲ میلیون پرونده معوقه روبه‌روست، قضات با استفاده از ابزاری به نام JudgeGPT (یک دستیار هوش مصنوعی مبتنی بر قوانین پاکستان) توانستند سالانه حدود ۶.۳ درصد پرونده‌های بیشتری را رسیدگی کنند، بدون آنکه کیفیت احکام کاهش یابد. در هند نیز استارت‌آپ‌هایی مانند Adalat AI با استفاده از ابزارهای بازنویسی و پردازش اسناد، زمان رسیدگی به پرونده‌ها را در ۱۱ ایالت بین ۳۰ تا ۵۰ درصد کاهش داده‌اند.

بزرگ‌ترین دستاوردها ممکن است در حوزه «پیش‌بینی» نهفته باشد. هوش مصنوعی می‌تواند به شرکت‌های برق در کشورهای فقیر کمک کند تا تقاضای انرژی را با دقت بیشتری پیش‌بینی و از تلفات زیرساختی جلوگیری کنند. برای مثال، در ایالت تلانگانا در هند، پیش‌بینی‌های بهبودیافته با هوش مصنوعی در مورد اوزون و بارندگی، به کشاورزان کمک کرد تا در هر فصل کشت، تا ۴۲ هزار روپیه (معادل سه ماه حداقل دستمزد منطقه) صرفه‌جویی کنند.

همچنین، در حوزه رفاه اجتماعی، هوش مصنوعی می‌تواند به هدف‌گیری دقیق‌تر کمک کند. در اندونزی، یک پروژه آزمایشی در شهر بانیوانگی با تحلیل پایگاه‌های داده دولتی، زمان ثبت‌نام دریافت‌کنندگان کمک‌های غذایی را از ۷۵-۲۰۰ روز به کمتر از یک روز کاهش داد.

سایه خطر: دقت پایین و وابستگی به قدرت‌های بیگانه

با این حال، پذیرش گسترده این فناوری با ریسک‌های جدی همراه است. فقر پویایی دارد و شرایط بومی آن بسیار پیچیده است؛ بنابراین مدل‌های ریاضی ممکن است در طبقه‌بندی خانوارها دچار خطا شوند. در یک آزمایش در بنگلادش، مدلی که بر اساس الگوهای استفاده از تلفن همراه برای شناسایی نیازمندان طراحی شده بود، تنها ۳۲ درصد از خانوارها را به درستی شناسایی کرد؛ یعنی دو-سوم بودجه کمک‌های نقدی به افرادی اختصاص یافت که واقعاً نیازمند نبودند. این چالش اصلی است: کشورهایی که بیشترین نیاز را به هوش مصنوعی برای جبران ضعف ظرفیت دولتی خود دارند، دقیقاً همان کشورهایی هستند که کمترین ظرفیت را برای استقرار ایمن و مؤثر این فناوری و توسعه مدل‌های بومی خود دارند. نظرسنجی بانک جهانی نشان می‌دهد ۸۰ درصد از مقامات در کشورهای کم‌درآمد، ابزاری برای ارزیابی عملکرد آزمایش‌های هوش مصنوعی خود ندارند.

چرا باید خواند:
آیا هوش مصنوعی به دولت‌ها کمک می‌کند تا به شیوه‌ای کارآمدتر و موثرتر دست به حکمرانی بزنند؟ یا صرفا اشتباهات آن‌ها را چند برابر می‌کند؟ این گزارش اکونومیست توضیح می‌دهد.



علاوه بر این، مسئله «حاکمیت داده‌ها» مطرح است. اکثر کشورهای فقیر ناچارند به مدل‌های پیشرفته‌ای که توسط قدرت‌های خارجی (آمریکا یا چین) توسعه یافته‌اند، متکی باشند. بانک جهانی توصیه می‌کند این کشورها با استفاده از سیستم‌های تعامل‌پذیر و مدل‌های ساده‌تر که با شرایط محلی سازگار شده‌اند، شروع کنند

زیرساخت، پیش از تکنولوژی

برای موفقیت، دولت‌های فقیر نباید صرفاً به دنبال جذابیت‌های ظاهری هوش مصنوعی باشند، بلکه باید بر فرآیندهای زیرساختی تمرکز کنند: بهبود کیفیت داده‌ها، آموزش صحیح کارمندان و خرید هوشمندانه فناوری. تجربه JudgeGPT نشان داد که اگر دسترسی به هوش مصنوعی با آموزش‌های هدفمند همراه نباشد، بهره‌وری افزایش نمی‌یابد. بدون ایجاد این زیرساخت‌های پایه، هوش مصنوعی ممکن است به جای حل مشکلات، تنها به پیچیدگی و آشفتگی بوروکراسی بیفزاید.

چالش اصلی نه در بازوها و مفاصل، بلکه در نرم‌افزار نهفته است. برای آنکه یک ربات انسان‌نما بتواند کارهای پیچیده و روزمره را به شکل پیوسته انجام دهد، نیازمند مدل‌های پایه‌ای با صدها میلیارد پارامتر است؛ مقیاسی معادل مدل‌های زبانی هوش مصنوعی.

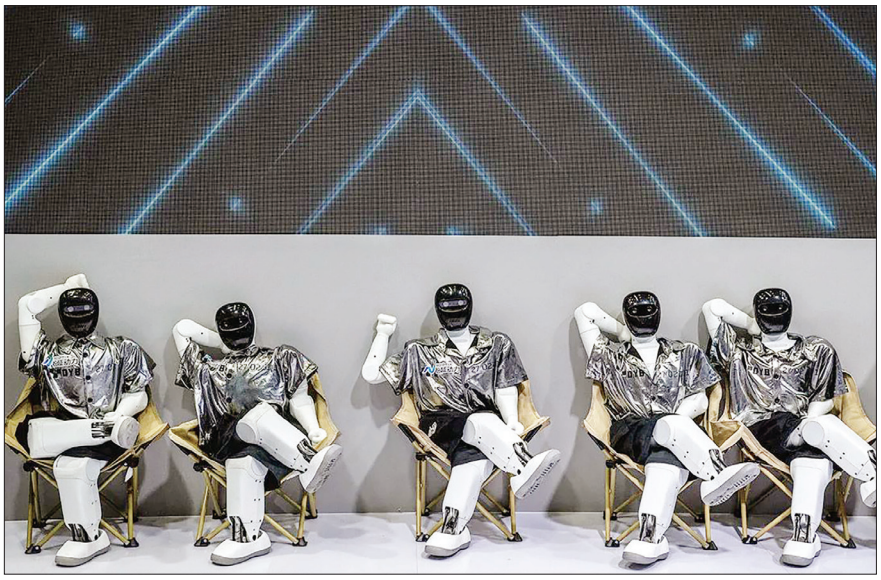
[چین]

ارتش ربات‌های انسان‌نما

چین در عرصه رباتیک پیشرفتی قابل توجه داشته است

ربات‌های انسان‌نمای چین این روزها به‌معنای واقعی کلمه پیشـــتاز میدان‌انـــد. در ۱۷ اوت، رباتی به نام «سوپرمن» با ثبت سرعت ۱۲.۶۶ متر بر ثانیه، رکورد دوی یوسین بولت را شکســـت؛ هرچند این دویدن خارق‌العاده با کوبیده شدن ربات به دیوار پایان یافت. با این وجود، شرکت یونی‌تری (Unitree) سازنده این ربات، تنها دو روز بعد ســـهامش را در بازار شانگهای عرضه کـــرد و با جهش خیره‌کننـــده ۴۶۰ درصدی روبه‌رو شد. برآوردها حاکی از آن است که شرکت‌های چینی امسال حدود ۵۰ هزار ربات انسان‌نما خواهند فروخت؛ رقمی سه برابر سال گذشته که نشان‌دهنده تسلط کامل چین بر سخت‌افزار است.

اما چالش اصلی نـــه در بازوها و مفاصل، بلکه در نرم‌افزار نهفته اســـت. برای آنکه یک ربات انسان‌نما بتواند کارهای پیچیده و روزمره را به شـــکل پیوسته انجام دهد، نیازمند مدل‌های پایه‌ای با صدها میلیارد پارامتر اســـت؛ مقیاسی معادل مدل‌های زبانی هوش مصنوعـــی. تفاوت در اینجاســـت کـــه چت‌بات‌ها از میلیاردها متن آماده در اینترنت تغذیه می‌کنند، در حالی که آموزش برداشتن یک فنجان قهوه به ربات، مســـتلزم درک موقعیت فضایی، شکنندگی شیشه و گرانروی مایعات از طریـــق تجربه فیزیکی در جهان واقعی است.



چرا باید خواند:
ارتش ربات‌های انسان‌نمای چینی در راه است و با ابتکارات فراوان قرار است به بازار بیاید. اکونومیست از پیشرفت‌های چینی‌ها در این زمینه گزارش داده است.

شیوه چینی در جمع‌آوری داده

در حال حاضر ربات‌ها از شبیه‌ســـازی‌های دیجیتال بی‌کیفیت تغذیه می‌شـــوند، اما باارزش‌ترین ورودی، داده‌های حاصل از «ماشین واقعی» (حرکت مستقل یا از راه دور ربات) و داده‌های «اول‌شخص انسانی» (ثبت حرکات مفاصل انســـان با حسگرها و دستکش‌های لمسی) است. چین اکنون به پیشگام بی‌رقیب جهان در احداث اردوگاه‌های آموزشـــی رباتیک بدل شـــده اســـت. مرکز نـــوآوری هوبی در ووهـــان، یکی از ۵۳ پایگاهی اســـت که در آن ده‌ها ربـــات روزانه حرکات کارگران انسانی مجهز به حسگر را در محیط‌های بازسازی‌شده مانند کافه، داروخانه و خط مونتاژ تقلید و ثبت می‌کنند.

برنامه‌ریزی برای ساخت ۳۴ مرکز دیگر نیز در دست اجراست که یکی از آن‌ها در شانگهای گنجایش هزار ربات را خواهد داشت. با این حال، این فرایند به شدت پرهزینه است. هر ربات حدود ۱۵ هزار دلار قیمت دارد و از هر هشت ساعت تمرین پیوسته، تنها ســـه ساعت داده مفید و بدون نقص استخراج می‌شود. تخمین زده می‌شود هر ساعت تمرین ۵۰۰ تا ۷۰۰ یوان هزینه داشته باشد و توسعه یک ربات با مهارت‌های کامل به ۱۰۰ میلیون ساعت آموزش تجربی نیاز داشته باشد.

یارانه‌های دولتی و تفاوت رویکرد چین و آمریکا

رمز حیات این صنعت در پکن، پشـــتیبانی سنگین دولتی است. نزدیک به ۸۰ درصد این مراکز آموزشـــی از منابع دولتی و مشـــارکت با شهرداری‌ها تأمین مالی می‌شوند؛ به‌طوری‌کـــه در نیمه نخســـت ۲۰۲۶ نزدیک به ۷۰ درصـــد ربات‌های تولیدی چین مستقیماً روانه همین مراکز دولتی شده‌اند. هم‌زمان، غول‌های تجاری مانند JD.com با ســـرمایه‌گذاری دولتی، صدها هزار کارگر و جوان جویای کار را به کار گرفته‌اند تا با پوشیدن حسگرها در سناریوهای ساختگی، میلیون‌ها ساعت داده حرکتی تولید کنند.

این رویکرد دولتی و مبتنی بر تزریق گســـترده نیروی کار، تفاوت فاحشی با روش رقبای غربی دارد. غول‌هـــای آمریکایی نظیر تسلا برای مهار هزینه‌ها، ربات‌های خود را مســـتقیماً در انبارهای فعال کاری آموزش می‌دهند، از ویدیوهای ضبط‌شـــده بهره می‌گیرند یا حســـگرها را بر تن کارگران ارزان‌قیمت در کشـــورهای در حال توســـعه می‌پوشانند تا نیازی به ساخت مراکز مستقل میلیاردی نداشته باشند.

افق نامطمئن: دیوارهای سخت پیش روی بازارهای تجاری

چین همان الگویی را پیاده می‌کند که پیش‌تر در حوزه بینایی ماشین و هوش تصویری اســـتفاده کرده بود: اتکا به یارانه‌های عظیم دولتی و لشکر انسانی برچسب‌زننده برای تســـخیر زنجیره تأمین داده‌ها. صنعت رباتیک چین در سال‌های پیش رو صدها هزار ربات گران‌قیمت اما با کارایی محدود را خواهد ساخت به این امید که در آینده آنها را ارزان و کاربردی کند. با این حال، ســـهام یونی‌تری پس از جهش اولیه ۳۰ درصد افت کرده و بانک مورگان استنلی هشدار می‌دهد تا پایان این دهه، بازار تجاری سودآوری برای انســـان‌نماها شکل نخواهد گرفت. چین تا ســـال ۲۰۳۰ صدها هزار ربات خواهد فروخت، اما بسیاری از این ماشین‌ها همچنان کم‌هوش خواهند ماند و به برخورد خود با دیوارها ادامه می‌دهند.

سرمایه‌گذار بزرگ باید در عین پافشاری، توانایی تغییر نظر هم داشته باشد. اگر همه معامله‌گران علیه سوروس موضع می‌گرفتند، آیا او باید تا آخر می‌ایستاد یا عقب‌نشینی می‌کرد؟ پاسخ درست، انعطاف‌پذیری است.

[سرمایه‌گذاری]

افسانه «نبوغ سرمایه‌گذاری»

چه چیزی یک سرمایه‌گذار بزرگ را می‌سازد؟

در سال ۱۹۹۲، استنلی دراکن‌میلر وارد دفتر جرج سوروس شد و گفت قصد دارد ۵.۵ میلیارد دلار پوند بریتانیا را بفروشد و در عوض مارک آلمان بخرد. استدلال او این بود که بانک انگلستان دارد از یک نرخ ارز تثبیت‌شده اما ناپایدار دفاع می‌کند؛ فشاری که اگر با حمله سفته‌بازانه تشدید شود، سرانجام به فروپاشی این سازوکار و سقوط پوند می‌انجامد. سوروس نه‌تنها این ایده را نپذیرفت که «بیش از حد پرریسک» است، بلکه پاسخ داد: اگر معامله واقعاً درست است، باید ۲۰۰ درصد ارزش خالص صندوق را روی آن گذاشت. نتیجه روشن بود: این شرط‌بندی موفق شد و سوروس به «مردی که بانک انگلستان را شکست» شهرت یافت. از دل این داستان معمولاً دو فضیلت کلاسیک سرمایه‌گذاری استخراج می‌شود: توانایی تشخیص یک فرصت استثنایی و شهامت شرط بستن سنگین روی آن. اما این روایت بیش از حد قهرمانانه است. در واقع، آنچه یک سرمایه‌گذار بزرگ را می‌سازد فقط بینش و جسارت نیست؛ بلکه دو مؤلفه کمتر محبوب اما شاید مهم‌تر نیز در کارند: شانس فراوان و شخصیتی تا حدی نامتعارف. شانس؛ مؤلفه‌ای است که کمتر کسی دوست دارد درباره‌اش حرف بزند!

سوروس البته تحلیل درستی داشت، اما موفقیت او کاملاً مکانیکی و از پیش تضمین‌شده نبود. این امکان وجود داشت که سایر معامله‌گران بزرگ و صندوق‌های پوشش ریسک، به‌جای پیوستن به او، سمت بانک مرکزی را بگیرند و معامله او را نابود کنند. یعنی حتی در مشهورترین نمونه‌های «نبوغ مالی»، عنصر شانس نقشی تعیین‌کننده دارد.

این واقعیت امروز هم پابرجاست. در بسیاری از مشاغل مالی، اشتباهِ مکرر غیرقابل قبول است. مثلاً یک مسئول تطبیق مقررات اگر فقط دو سوم معاملات مشکوک را شناسایی کند، به‌زودی شغلش را از دست می‌دهد. اما در سرمایه‌گذاری، حتی بهترین تحلیل‌گران هم می‌توانند نرخ موفقیت نسبتاً پایینی داشته باشند و همچنان عالی تلقی شوند؛ چون بازار ذاتاً نامطمئن است و هیچ‌کس نمی‌تواند دائماً درست از آب درآید. حتی اگر تحلیلی واقعاً درست باشد، تا زمانی که بقیه بازار آن را نپذیرد، لزوماً به بازدهی منجر نمی‌شود.

شانس حتی در انتخاب «سبک سرمایه‌گذاری» هم اهمیت دارد. نیم قرن پیش، وارن بافت با خرید سهام ارزنده و فروش آن‌ها پس از گران‌شدن، به یک اسطوره بدل شد. اما امروزه همین سبک «ارزش‌محور» در برخی دوره‌ها چنان از مد می‌افتد که می‌تواند برای مدیر صندوق به قیمت اخراج تمام شود. در مقابل، استراتژی‌های مومنتوم یا خرید برندگان اخیر، در سال‌های گذشته ثروت‌های بزرگی ساخته‌اند. ولی همین روندها هم ممکن است ناگهان معکوس شوند. در بازار، حتی یک استراتژی فوق‌العاده می‌تواند آن‌قدر طولانی دچار افت شود که آینده حرفه‌ای سرمایه‌گذار را نابود کند.

چرا سرمایه‌گذاران بزرگ معمولاً آدم‌های عادی نیستند؟

در چنین محیطی، موفقیت فقط به هوش وابسته نیست؛ بلکه به نوعی «عجیب بودن» نیز نیاز دارد. کلیف اسنس، یکی از مشهورترین سرمایه‌گذاران کمی جهان، سال‌هایی را تجربه کرد که استراتژی‌هایش چنان بد عمل می‌کردند که حتی فرزندانش از او می‌پرسیدند: «بابا، مطمئنی این چیزها واقعاً کار می‌کند؟» دوام آوردن در چنین وضعیتی فقط با سرسختی توضیح داده نمی‌شود؛ نیازمند شخصیتی است که بتواند برخلاف فشار محیط، بی‌اعتمادی مشتریان و تمسخر دیگران، همچنان به چارچوب خود وفادار بماند.

چرا باید خواند:
این روزها همه به دنبال سرمایه‌گذاری هستند به شیوه‌ای موفق! اما چطور می‌توان در این شرایط، به بهترین شکل سرمایه‌گذاری کرد؟ اکونومیست از مولفه‌ها و شاخصه‌های یک سرمایه‌گذار موفق گفته است.

اما این هم کافی نیست. سرمایه‌گذار بزرگ باید در عین پافشاری، توانایی تغییر نظر هم داشته باشد. اگر همه معامله‌گران علیه سوروس موضع می‌گرفتند، آیا او باید تا آخر می‌ایستاد یا عقب‌نشینی می‌کرد؟ پاسخ درست، انعطاف‌پذیری است. سرمایه‌گذار بزرگ باید هم اعتمادبه‌نفس شرط‌بندی بزرگ را داشته باشد و هم فروتنی لازم برای پذیرش اشتباه را. این جمع میان غرور و تواضع، کیفیتی نادر است.

او باید بتواند زیان را سریع قطع کند، بدون اینکه از اصل ریسک‌پذیری فرار کند؛ باید جزئیات را با وسواس بررسی کند، اما ایده‌اش را ساده و روشن توضیح دهد؛ باید پرتفوی خود را عمیقاً بشناسد، اما آن‌قدر وابسته به دارایی‌هایش نباشد که با تغییر واقعیت، نتواند فوراً آن‌ها را بفروشد.



اگر نابغه پیدا نکردید، شاخص بخرید

همه این ویژگی‌ها به‌ندرت در یک نفر جمع می‌شوند. و وقتی هم جمع شوند، احتمالاً با فردی طرف هستیم که از نظر شخصیتی کاملاً «عادی» نیست. بنابراین اگر به‌دنبال یک مدیر سرمایه‌گذاری بزرگ می‌گردید، باید کسی را پیدا کنید که هم کمی عجیب باشد و هم چند بار پشت‌سرهم تاس شش بیاورد. و اگر چنین کسی پیدا نشد، شاید عاقلانه‌ترین کار این باشد که قید اسطوره‌سازی را بزنید و به‌جایش یک صندوق شاخصی بخرید.

حقیقت این «معامله بزرگ» با ادعاهای ترامپ فاصله زیادی دارد. آمریکا نه صاحب ۶۵ میلیارد بشکه نفت شده، و نه این ذخایر به او «هدیه» داده شده است. واقعیت این است که پنتاگون، از طریق خرید سهام، مالکیت ۳۵ درصد از شرکت مادرِ یک تولیدکننده خصوصی نفت به نام «شرکای انرژی آبی آمریکای شمالی» را به‌دست آورده است.

[ونزوئلا]

معامله شیطانی

حضور آمریکا در صنعت نفت ونزوئلا نمایش قدرت است یا سراب؟



چرا باید خواند:
آمریکا پس از بازداشت مادورو، به سراغ صنعت نفت ونزوئلا رفته و مدیریت آن را بر عهده گرفته است. آیا این اتفاق به نفع آمریکاست؟ اکونومیست به همین مقوله پرداخته است.

دونالد ترامپ در سخنانی که یادآور سبک خاصِ «ترامپی» اوست، ادعای بزرگی را مطرح کرد: توافقی که به گفته او، «بزرگ‌ترین معامله نفتی در تاریخ جهان» اســت و به ایالات متحده «کنترل اکثریت» بر ۶۵ میلیارد بشکه نفت خام ونزوئلا، یعنی حدود یک‌پنجم ذخایر اثبات‌شــده این کشور را می‌دهد. او دلسی رودریگز، رهبر منفور ونزوئلا را «رئیس‌جمهور موقت محترم» خواند و رودریگز نیز در پاسخی متقابل، عمیق‌ترین قدردانی خود را از ترامپ به خاطر این توافق که به ادعای او به «رشد اقتصادی کشور» کمک می‌کند، ابراز کرد.

اما حقیقت این «معامله بزرگ» با ادعاهای ترامپ فاصله زیادی دارد. آمریکا نه صاحب ۶۵ میلیارد بشــکه نفت شــده، و نه این ذخایر به او «هدیه» داده شده است. واقعیت این است که پنتاگون، از طریق خرید سهام، مالکیت ۳۵ درصد از شرکت مادر یک تولیدکننده خصوصی نفت به نام «شرکای انرژی آبی آمریکای شمالی» را به دست آورده است. دولت ونزوئلا نیز امتیاز بهره‌برداری از ۱۴ میدان نفتی دیگر را به این شرکت اعطا کرده است. طبق ادعای کاخ ســفید، آمریکا حق خرید ۲۰ درصد از تولیدات آینده این شرکت را به قیمت تمام‌شده دارد و در مورد سایر تولیدات نیز حق تقدم خرید با اوست؛ ضمن آنکه واشنگتن عملاً حق وتو در انتصاب هیئت‌مدیره این شرکت را خواهد داشت.

سایه فساد بر قرارداد ۱۰۰ ساله

ترامپ از القای حس پیروزی و استعمار در این قرارداد لذت می‌برد و آن را «غنائم جنگی» می‌نامد؛ غنائمی که پس از عملیات نیروهای ویژه آمریکا در ژانویه گذشته برای دستگیری نیکلاس مادورو و انتقال او به ایالات متحده به دست آمده است. با این حال، تحلیل‌گران اقتصادی معتقدند این ادعا که این معامله بازار جهانی نفت را دگرگون می‌کند، اغراق‌آمیز است. صنعت نفت ونزوئلا پس از دو دهه سوءمدیریت و فساد تحت حکومت چاوز و مادورو، به «آثار باستانی زنگ‌زده» بدل شده و سال‌ها زمان می‌برد تا به تولید قابل‌توجهی بازگردد.

نکته نگران‌کننده‌تر، انتخاب شــریک تجاری آمریکاســت. «NABEP» تحت کنترل الخاندرو بتانکور است؛ فردی که نامش با پرونده‌های فساد گسترده در دوران چاوز، به‌ویژه در ارتقای نیروگاه‌های برق (که به خاموشی‌های مکرر منجر شد)، گره خورده است. منتقدان می‌گویند او احتمالاً بحث‌برانگیزترین چهره‌ای است که آمریکا می‌توانست با او وارد معامله شود. با این حال، مقامات آمریکایی با دفاع از این انتخاب، او را کسی می‌دانند که «راه و چاه این تجارت را بلد است.»

دموکراسی، قربانیِ امنیت انرژی

در خیابان‌های کاراکاس، شکایت اصلی مردم این نیست که این یک اقدام استعماری است، بلکه این است که این قرارداد، رژیمی را که در انتخابات سال ۲۰۲۴ با اکثریت قاطع مردم رد شــده بود، دوباره سرپا نگه می‌دارد. این معامله «پشت درهای بسته» و توسط افرادی انجام شده که مشروعیت مردمی ندارند. نکته هشداردهنده اینجاست که هم دولت ترامپ و هم رژیم رودریگز، اکنون انگیزه‌ای مشــترک برای متوقف کردن مســیر دموکراسی در ونزوئلا پیدا کرده‌اند؛ زیرا بازگشــت به دموکراسی می‌تواند کل این توافق پرسود و متزلزل را زیر سوال ببرد.

شواهد نشان می‌دهد تیم ترامپ، رهبران مخالفِ محبوب را به‌شدت از بازگشت به کشور منع کرده است. مقامات آمریکایی مدعی‌اند که آن‌ها در حال نجات اقتصاد ونزوئلا پیش از انتخابات آینده هستند تا دولت بعدی، کشوری با پایه‌های اقتصادی مستحکم تحویل بگیرد. اما اقتصاددانان بدبین‌اند. ریکاردو هاسمن، وزیر برنامه‌ریزی سابق ونزوئلا، معتقد است که اگر دولتی دموکراتیک روی کار بیاید، ممکن است این قراردادها را که تحت فشار و با حکومتی نامشروع بسته شده، نپذیرد و کل ماجرا به یک «فیاسکو» (شکست مفتضحانه) تبدیل شود

در ســال ۱۹۷۵، یکی از وزرای انرژی ونزوئلا نفت را «مدفوع شیطان» خواند. به نظر می‌رسد هیچ معامله‌ای که با این «ماده سیاه» سروکار دارد و هیچ تلاشِ «ملت‌سازی» که با این‌چنین زد و بندهای سیاسی همراه است، نمی‌تواند پاک و بی‌غش باشد. این قرارداد شاید امنیت انرژی کوتاه‌مدتی برای آمریکا بخرد، اما در بلندمدت، قیمت دموکراسی در ونزوئلا را به بهایی گزاف، قربانی کرده است.

یک سال و نیم پیش، کمتر کسی می‌توانست شرط ببندد که «پیت هگست»، مجری سابق شبکه فاکس‌نیوز و جنگجوی فرهنگی، بتواند چنان قدرت مطلقی در پنتاگون (وزارت دفاع) تثبیت کند.

[هگست]

فرمانروای حاشیه‌ها

وزیر دفاع آمریکا در پنتاگون چه می‌کند؟

یک سال و نیم پیش، کمتر کسی می‌توانست شرط ببندد که «پیت هگست»، مجری سابق شبکه فاکس‌نیوز و جنگجوی فرهنگی، بتواند چنان قدرت مطلقی در پنتاگون (وزارت دفاع) تثبیت کند. او که با اتهاماتی چون سوءمدیریت مالی و مسائل شخصی در دوران فعالیت‌های پیشین، با دشواری بسیار از سوی سنا تأیید شده بود، در ابتدا فردی فاقد صلاحیت‌های لازم و در برابر ژنرال‌ها و دریابانان، بی‌تجربه به نظر می‌رسید. اما هگست، که اکنون در مقام وزیر جنگ (وزیر دفاع) قرار دارد، نه تنها از رسوایی‌ها جان سالم به در برده، بلکه با انجام یک «پاکسازی بی‌وقفه» در نیروهای مسلح، تمام رقبای خود و کسانی را که وفاداری کافی به او نداشتند، از میان برده است.

آخرین قربانی این موج، «دن دریسکول»، وزیر ارتش، است. او پس از ماه‌ها درگیری با هگست بر سر اخراج افسران ارشد و آینده نیروهای نظامی، در ۳۱ اوت استعفا داد. دریسکول که شخصیتی محترم و مصلح (Reformer) شناخته می‌شد، با رفتن خود، سوالات جدی‌تری را درباره آشفتگی در پنتاگون و سرنوشت اصلاحات لازم برای تطبیق ارتش با عصر پهپادها ایجاد کرد.

پاکسازی بر پایه وفاداری، نه شایستگی

پاکسازی‌های هگست بسیار تهاجمی بوده است. او از زمان تصدی پست، دست‌کم ۲۴ افسر ارشد (Flag or General Officers) را برکنار کرده است. بسیاری از این اخراج‌ها ظاهراً بدون دلیل نظامی مشخص و صرفاً به دلیل نژاد، جنسیت یا نزدیکی به افسرانی که مورد نظر هگست نبوده‌اند، انجام شده است. هگست که خود از نیروهای گارد ملی بوده، همواره علیه نهاد ارتش موضع گرفته و آن را سازمانی می‌داند که «او را پس زده است».

تأثیر این جابه‌جایی‌ها بسیار گسترده است؛ در حال حاضر ارتش ایالات متحده فاقد رئیس ستاد، وزیر یا فرمانده نیروهای مستقر در اروپا است که توسط سنا تأیید شده باشند. دریسکول که یکی از متحدان «جی. دی. ونس» (معاون رئیس‌جمهور) بود، نقش ترمز را در برابر تکانه‌های تندروانه هگست ایفا می‌کرد. او حتی تلاش کرد تا با درخواست مستقیم از دونالد ترامپ، مانع از اخراج تعدادی از افسران شود، اما موفق نشد.

عقب‌گرد از تکنولوژی به سمت «اصول سنتیِ MAGA»

یکی از آسیب‌های جدی این جابه‌جایی‌ها، مختل شدن برنامه‌های نوسازی ارتش است. دریسکول که به دلیل تلاش‌هایش در حوزه خرید پهپادها به «مرد پهپادها» معروف بود، تلاش می‌کرد ارتش را برای جنگ‌های مدرن آماده کند. اما هگست و متحدانش، نظیر ژنرال کریستوفر لینو (سرپرست ستاد ارتش که به هگست نزدیک است)، در حال حذف این رویکردها هستند.

به جای تمرکز بر تکنولوژی‌های پیشرفته و جنگ‌های پهپادی، رویکرد جدید ارتش تحت نظارت لینو، به سمت سیاست‌های «بازگشت به اصول پایه» (Back-to-basics) و اولویت‌های همسو با جنبش MAGA متمایل شده است. این شامل کاهش حضور واحدهای ارتش در اروپا و تمرکز بیشتر بر نیمکره غربی است. همچنین، تلاش‌های دریسکول برای بازنگری در استانداردهای آمادگی جسمانی ارتش (که یکی از دغدغه‌های همیشگی و وسواس‌گونه هگست است) با مقاومت و شکست روبه‌رو شده است.

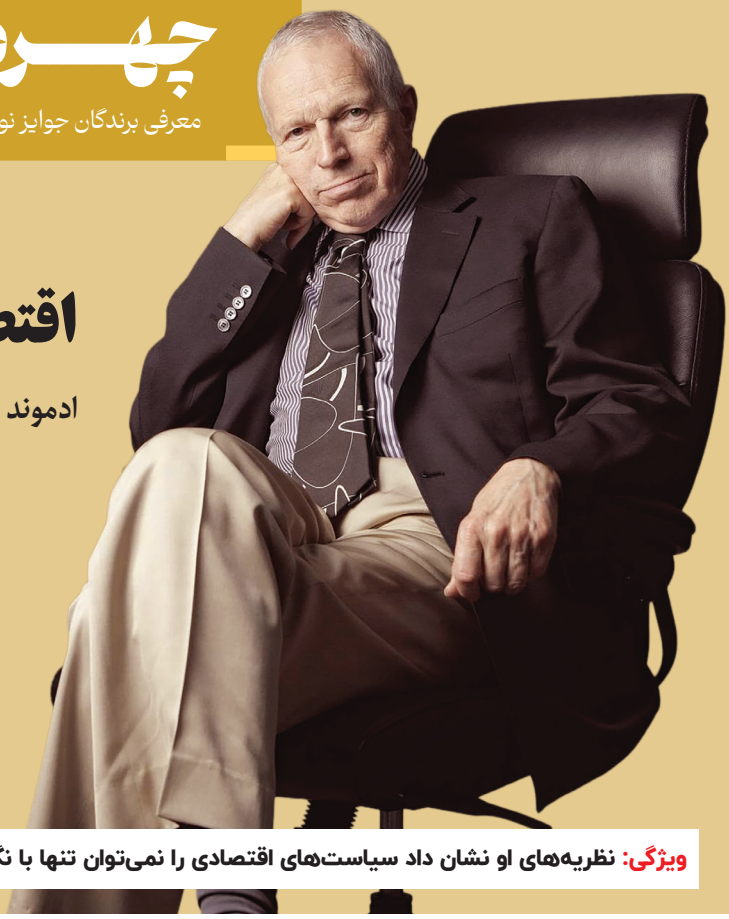
با انتخاب احتمالی «شان پارنل» به‌عنوان جانشین دریسکول ــ که او نیز از طرفداران سرسخت جنگ‌های فرهنگی است ــ به نظر می‌رسد پنتاگون هر روز بیشتر و بیشتر شبیه به بازتابی از شخصیت و جهان‌بینی پیت هگست می‌شود. ارتش که زمانی نهادی بر پایه تخصص و بی‌طرفی بود، اکنون در حال تبدیل شدن به ابزاری برای اعمال اراده‌های ایدئولوژیک وزیر خود است. حالا باید دید این وزیر متفاوت آمریکایی تا کجا می‌تواند به این حاشیه‌ها ادامه دهد و چقدر دیگر در قدرت دوام می‌آورد.

چرا باید خواند:
پیت هگست، وزیر دفاع آمریکا به یکی از چهره‌های جنجالی در این کشور تبدیل شده و هر روز رسانه‌ها به شکلی به او می‌پردازند. اکونومیست در این گزارش از تسخیر پنتاگون توسط این چهره گفته است.



اقتصاددان «فردا»

ادموند فلپس، اقتصاددانی که شیوه تفکر ما را تغییر داد





ویژگی: نظریه‌های او نشان داد سیاست‌های اقتصادی را نمی‌توان تنها با نگاه کردن به اعداد درک کرد

نسیم بنایی
دبیر بخش چهره‌ها

تصور کنید دولتی در تلاش برای حل مشکلی بسیار آشناست. نرخ بیکاری بالاست. مردم خواهان شغل هستند. کسب‌وکارها به اندازه کافی استخدام نمی‌کنند. سیاستمداران وعده راه‌حل می‌دهند: تحریک اقتصاد، افزایش تقاضا، ایجاد شغل‌های بیشتر و نگرانی درباره تورم برای بعد. برای مدتی، به نظر می‌رسد این طرح کار می‌کند. اما سپس اتفاق عجیبی می‌افتد. کارگران شروع به انتظار برای قیمت‌های بالاتر می‌کنند. آن‌ها درخواست دستمزد بیشتری می‌کنند. شرکت‌ها قیمت‌ها را بالا می‌برند چون انتظار دارند هزینه‌هایشان افزایش یابد. عموم مردم شروع به باور این می‌کنند که تورم ماندگار است. اقتصاد وارد موقعیت جدیدی شده است. دولت دیگر نمی‌تواند صرفاً با پذیرش تورم بیشتر، بیکاری را به طور دائم کاهش دهد.

این بینش اساسی، قلب تپنده کارهای «ادموند اس. فلپس»، یکی از تأثیرگذارترین اقتصاددانان نیمه دوم قرن بیستم بود. فلپس صرفاً نمی‌پرسید که آیا تورم خوب است یا بد، یا آیا بیکاری بالاست یا پایین. او پرسش عمیق‌تری را مطرح کرد: وقتی مردم امروز تصمیم‌هایی بر اساس آنچه فکر می‌کنند فردا رخ خواهد داد می‌گیرند، چه اتفاقی می‌افتد؟ آن پرسش، اقتصاد کلان را تغییر داد. کار او نشان داد که سیاست اقتصادی را نمی‌توان تنها با نگاه کردن به اعداد امروز درک کرد. مردم به آینده فکر می‌کنند. کارگران به دستمزدهای آینده می‌اندیشند. شرکت‌ها به هزینه‌ها و تقاضای آینده فکر می‌کنند. دولت‌ها به تورم آینده فکر می‌کنند. و مردم وقتی انتظاراتشان تغییر می‌کند، رفتارشان را تغییر می‌دهند. این یکی از دلایلی است که فلپس به یکی از چهره‌های محوری در دگرگونی اقتصاد کلان مدرن تبدیل شد.

در سال ۲۰۰۶، او جایزه بانک مرکزی سوئد در علوم اقتصادی به یاد آلفرد نوبل ــ که معمولاً جایزه نوبل اقتصاد نامیده می‌شود ــ را دریافت کرد: «برای تحلیل داده‌های بین‌زمانی در سیاست‌های اقتصاد کلان.» به زبان ساده، این جایزه به پاس تحلیل او از انتخاب‌های اقتصادی بود که امروز را به فردا متصل می‌کند؛ به‌ویژه رابطه دشوار میان تورم و بیکاری و این پرسش که جامعه چقدر باید امروز مصرف کند در مقابل چقدر باید برای آینده پس‌انداز کند! زندگی او داستان اقتصاددانی است که مدام به دنبال پاسخ به پرسش‌های انسانی بود.

> در اواسط دهه ۱۹۶۰، فلپس به‌طور فزاینده‌ای به سمت مشکلی حرکت کرد که در نهایت شهرت او را تعریف کرد. اقتصاد معماهای دیگری داشت. اقتصاددانان می‌دانستند که رابطه‌ای میان تورم و بیکاری وجود دارد

از یک شهر کوچک آمریکایی تا مرکز تفکر اقتصادی

ادموند استراسر فلپس در ۲۶ ژوئیه ۱۹۳۳ در ایوانستون، ایلینوی متولد شد. او بخشی از دوران کودکی خود را در شیکاگو گذراند و از شش سالگی در هستینگز-آن-هادسون، نیویورک بزرگ شد. او بعدها گفت که محیط خلاقانه‌ای که در آن بزرگ شده، تأثیر عمیقی بر او گذاشته است. یکی از جزئیات غیرمعمول دوران جوانی او این است که نوازنده مشتاق ترومپت بود.

او به مدارس دولتی رفت و وارد کالج امهرست شد، جایی که در سال ۱۹۵۵ مدرک کارشناسی خود را گرفت. سپس برای تحصیلات تکمیلی به دانشگاه ییل رفت و در سال ۱۹۵۹ دکترای اقتصاد خود را دریافت کرد. در ییل، او با برخی از اقتصاددانان برجسته آن دوران، از جمله جیمز توبین که استاد راهنمای پایان‌نامه دکترای او بود، و همچنین ویلیام فلنر، تیالینگ کوپمانز، جرارد دبرو و دیگران آشنا شد.

این تحصیلات اهمیت داشت زیرا اقتصاد به سرعت در حال تغییر بود. فلپس جوان در زمانی وارد این حرفه می‌شد که اقتصاددانان به‌طور فزاینده‌ای تلاش می‌کردند اقتصاد را به یک علم رسمی‌تر تبدیل کنند. مدل‌های ریاضی اهمیت بیشتری پیدا می‌کردند. نظریه رشد به سرعت در حال توسعه بود. اقتصاد کینزی بر بحث‌های مربوط به اشتغال و تثبیت اقتصادی مسلط بود.

با این حال، فلپس با ویژگی اصلی نظریه اقتصادی موجود راحت نبود. مدل‌ها اغلب با اقتصاد به گونه‌ای رفتار می‌کردند که انگار همه اطلاعات کامل دارند و دقیقاً می‌دانند چه اتفاقی در حال رخ دادن است. البته که

مردم واقعی این‌طور نیســتند. یک کارگر دقیقاً نمی‌داند که هر شرکت در ســال آینده چقدر پرداخت خواهد کرد. یک شــرکت دقیقاً نمی‌داند ماه آینده چند مشتری خواهد داشت. کسی که وام مسکن امضا می‌کند، دقیقاً نمی‌داند تورم در ده سال آینده چقدر خواهد بود. فلپس شیفته این شکاف میان دنیای تمیز مدل‌های اقتصادی و دنیای درهم‌وبرهمی شد که در آن مردم واقعی تصمیم می‌گیرند. توصیف بعدی خودش از حرفه‌اش، این هدف را به تصویر کشــید. او گفت که کارش در واقع تلاشــی برای بازگرداندن «مردمی که می‌شناسیم» به نظریه اقتصادی بود؛ مردمی با اطلاعات ناقص که باید درباره آینده انتظاراتی شکل دهند.

یک توقف کوتاه در رَند

فلپس پس از دریافت مدرک دکترا، حدود یک ســال را در شــرکت رند (RAND) گذراند، یک موسسه تحقیقاتی بزرگ که به‌ویژه در تحلیل‌های دفاعی و استراتژیک فعال بود. این تجربه مهم بود زیرا رند او را در معرض ابزارهایی مانند تحقیق در عملیات و برنامه‌نویسی پویا قرار داد. فلپس بعدها بحث‌هایی را با محققانی از جمله ریچارد بلمن و دیگران به یاد آورد و زمان قابل توجهی را صرف مطالعه درباره تصمیم‌گیری پویا کرد. اما رند در نهایت جایی نبود که او بخواهد حرفه‌اش را در آن بسازد. در سال ۱۹۶۰، او به ییل و بنیاد کولز (Cowles Foundation) بازگشت. در آنجا، تحقیقات اولیه او به شدت بر رشد اقتصادی متمرکز بود.

این دوره اول حرفه او گاهی تحت‌الشعاع کارهای بعدی‌اش درباره تورم و بیکاری قرار می‌گیرد، اما این اشــتباه است. فلپس مدت‌ها قبل از اینکه به خاطر نرخ طبیعی بیکاری مشهور شود، مشارکت‌های مهمی در نظریه رشد انجام داد. یکی از مشهورترین مقالات اولیه او در ۱۹۶۱ منتشر شد: «قاعده طلایی انباشت: افسانه‌ای برای رشدگرایان.» این مقاله به یک پرسش فریبنده و دشوار می‌پرداخت: یک کشور چقدر باید پس‌انداز کند؟

در واقــع قاعده طلایی این بــود: آیا باید امروز خرج کنیم یا برای فردا پس‌انداز کنیم؟ تصور کنید خانواده‌ای ۱۰۰ دلار درآمد دارد. می‌تواند تمام ۱۰۰ دلار را امــروز خرج کند. یا می‌توانــد ۸۰ دلار خرج کند و ۲۰ دلار پس‌انداز کند. پس‌انداز به معنای مصرف کمتر در امروز اما پول بیشتر برای ســرمایه‌گذاری است. آن سرمایه‌گذاری می‌تواند درآمد بیشتری در آینده تولید کند.

حالا همین مشــکل را برای کل یک کشور تصور کنید. آیا یک کشور باید بیشتر درآمدش را امروز مصرف کند؟ یا باید به شدت در کارخانه‌ها، زیرساخت‌ها، آموزش و تحقیقات سرمایه‌گذاری کند تا نسل‌های آینده بتوانند از درآمدهای بالاتر لذت ببرند؟ این یک مشکل بین‌زمانی است. «بین‌زمانی» پیچیده به نظر می‌رسد، اما به سادگی به این معناست: در طول زمان. شما چیزی را امروز از دســت می‌دهید تا بعداً چیزی به دســت آورید.

کار فلپس بر روی اصطلاح قاعده طلایی انباشت سرمایه به اقتصاددانان کمک کرد تا به‌طور سیستماتیک درباره نرخ پس‌اندازی فکر کنند که می‌تواند مصرف را در بلندمدت به حداکثر برساند، به جای اینکه فرض کنند پس‌انداز بیشتر به‌طور خودکار بهتر است. این ایده به بخش مهمی از نظریه رشد مدرن تبدیل شد. درس اساسی به‌طور غافلگیرکننده‌ای شهودی اســت: پس‌انداز رایگان نیست. اگر دولت به مردم بگوید بیشتر پس‌انداز کنند، جامعه بخشی از مصرف امروز خود را از دست می‌دهد. اما پس‌انداز صرفاً یک بار هم نیست.

اقتصاد کلان اغلب با روابط بزرگ کار می‌کرد: مصرف به درآمد بستگی دارد. سرمایه‌گذاری به نرخ بهره بستگی دارد. بیکاری به تقاضا بستگی دارد. تورم به بیکاری بستگی دارد. فلپس می‌خواست بپرسد: چرا؟ کارگر فردی چه می‌کند؟ شرکت فردی چه می‌کند؟ شرکت چه اطلاعاتی دارد؟ کارگر چه باوری دارد؟

سرمایه‌گذاری می‌تواند ظرفیت تولیدی را بالا ببرد و مصرف آینده را افزایش دهد. بنابراین چالش اقتصادی این نیست: «آیا باید پس‌انداز کنیم؟» بلکه این است: «با توجه به نیازهای نسل‌های کنونی و آینده، چقدر باید پس‌انداز کنیم؟» آن نگرانی درباره دادوستدها (tradeoffs) میان حال و آینده، بعداً به موضوع مرکزی جایزه نوبلی تبدیل شد که به فلپس اعطا شد.

چرا بیکاری وجود دارد؟

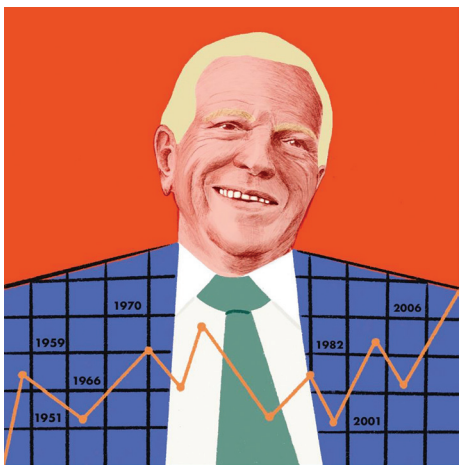
در اواســط دهه ۱۹۶۰، فلپس به‌طور فزاینده‌ای به سمت مشکلی حرکت کرد که در نهایت شهرت او را تعریف کرد. اقتصاد معماهای دیگری داشت. اقتصاددانان می‌دانســتند که رابطه‌ای میان تورم و بیکاری وجود دارد. در سال ۱۹۵۸، اقتصاددان دیگری به اسم ای. دابلیو. فیلیپس مطالعه تجربی مشهوری را منتشر کرده بود که رابطه‌ای را میان بیکاری و تورم دستمزد در بریتانیا نشان می‌داد. این نتیجه به منحنی فیلیپس معروف شد. نسخه ساده آن جذاب به نظر می‌رســید: وقتی بیکاری پایین است، تورم تمایل به بالا بودن دارد. وقتی بیکاری بالاست، تورم تمایل به پایین‌بودن دارد.

برای سیاســت‌گذاران، این به نظر می‌رسید که منویی از انتخاب‌ها را پیشنهاد می‌دهد. آیا ترجیح می‌دهید تورم بیشتر و بیکاران کمتری داشته باشید؟ یا تورم کمتر و بیکاری بیشتری داشته باشید؟ این ایده فوق‌العاده تأثیرگذار شد، به‌ویژه در دهه ۱۹۶۰. اما فلپس فکر می‌کرد چیزی گم شده است. و عنصر گم‌شده «انتظارات» بود.

مردم فقط به امروز نگاه نمی‌کنند

فرض کنید کارگری ۱۰ درصد افزایش حقوق دریافت می‌کند. در نگاه اول، این عالی به نظر می‌رسد. اما حالا تصور کنید که انتظار می‌رود قیمت‌ها هم ۱۰ درصد افزایش یابند. کارگر ممکن است متوجه شود که افزایش حقوق به لحاظ واقعی معنای زیادی ندارد. ده درصد پول بیشتر با ده درصد قیمت بیشــتر، کارگر را ۱۰ درصد ثروتمندتر نمی‌کند. این بینش اساسی پشت رویکرد مبتنی بر انتظارات فلپس است. مردم به دستمزدهای واقعی اهمیت می‌دهند، نه صرفاً عددی که روی فیش حقوقی‌شــان چاپ شده است. و شرکت‌ها نه‌تنها به هزینه‌های امروز، بلکه به آنچه انتظار دارند آن هزینه‌ها فردا باشد هم اهمیت می‌دهند.

بنابراین انتظارات تورمی اهمیت دارند. در مقاله ســال ۱۹۶۷ خود با عنوان «منحنی‌های فیلیپــس، انتظارات تورمی و بیکاری بهینه در طول زمان» و در کارهای مرتبط سال ۱۹۶۸ خود، فلپس ایده‌هایی را توسعه داد که به منحنی فیلیپس تعدیل‌شده با انتظارات و نظریه نرخ طبیعی بیکاری معروف شدند. این یک تغییر فکری بزرگ بود.



منحنی فیلیپس یک جزء جدید دریافت کرد به اســم «انتظارات» بیایید ایده را تا حد ممکن ســاده کنیم. تصور کنید یک بانک مرکزی می‌خواهد بیکاری کاهش یابد. آن‌ها اقتصاد را تحریک می‌کنند. شــرکت‌ها کارگران بیشــتری اســتخدام می‌کنند. تقاضــا افزایش می‌یابد. دســتمزدها افزایش می‌یابد. قیمت‌ها افزایش می‌یابد. در ابتدا، کارگران ممکن است از تورم بالاتر غافلگیر شوند. آن‌ها ممکن است مشاغلی را با دستمزدهایی بپذیرند که وقتی نرخ تورم کمتر از حد انتظار بود، جذاب به نظر می‌رســید. بنابراین بیکاری می‌تواند برای مدتی کاهش یابد. اما در نهایت کارگران متوجه می‌شوند که چه اتفاقی در حال رخ دادن است. آن‌ها شروع به گفتن این می‌کنند: «قیمت‌ها در حال افزایش است. سال

ادموند فلپس متعلق به نسلی از اقتصاددانان است که به دگرگونی اقتصاد کلان از میدانی که عمدتاً حول روابط گسترده ساخته شده بود، به میدانی که به‌طور فزاینده‌ای نگران رفتار تک‌تک مردم و شرکت‌هاست، کمک کردند. مشهورترین ایده او شاید نرخ طبیعی بیکاری باشد

آینده من به دستمزد بالاتری نیاز خواهم داشت.»

کارفرمایان هم این را می‌دانند. آن‌ها انتظار دستمزدهای بالاتر و در نتیجه هزینه‌های بالاتر را دارند. قیمت‌ها بیشتر افزایش می‌یابد. حالا انتظارات تورمی تغییر کرده است. اقتصاد دیگر تحت شرایط اولیه فعالیت نمی‌کند. این بدان معناست که دولت نمی‌تواند با تکرار همان سیاست تورمی، همچنان همان مزایای اشتغال را به دست آورد. مردم یاد می‌گیرند. انتظارات تعدیل می‌شود. و رابطه کوتاه‌مدت میان تورم و بیکاری تغییر می‌کند. این بینش حیاتی است. اقتصاد ماشینی نیست که در آن سیاست‌گذاران یک اهرم را بکشند و همیشه نتیجه یکسانی بگیرند. مردم به خودِ سیاست واکنش نشان می‌دهند. گزارش علمی نوبل درباره فلپس دقیقاً بر این نکته تأکید می‌کند: تورم واقعی نه تنها به بیکاری بلکه به تورم مورد انتظار هم بستگی دارد، بخشی به این دلیل که دستمزدها و قیمت‌ها با تأخیر تعدیل می‌شوند و آن تعدیل‌ها به پیش‌بینی‌های تورم آینده بستگی دارد.

«نرخ طبیعی» بیکاری

چرا صفر درصد بیکاری هدف واقع‌بینانه‌ای نیست؟ دومین مشارکت بزرگ فلپس، ایده نرخ تعادلی یا طبیعی بیکاری بود. این به معنای آن نیست که بیکاری «طبیعی» است به این معنا که جامعه باید به سادگی آن را بپذیرد. این معنای خاص‌تری دارد. حتی در یک اقتصاد سالم، مقداری بیکاری وجود دارد زیرا مردم و شغل‌ها فوراً با هم هماهنگ نمی‌شوند. ممکن است شخصی شغلی را رها کند و سه ماه را صرف جست‌وجو برای شغل دیگری کند. یک فارغ‌التحصیل جدید ممکن است به دنبال شغلی مناسب باشد. ممکن است شرکتی موقعیت شغلی خالی داشته باشد در حالی که کارگری با مهارت‌های مناسب هنوز در حال جست‌وجو است. اطلاعات ناقص است. هماهنگ شدن زمان می‌برد. بنابراین می‌تواند همزمان کارگران بیکار و شغل‌های پرنشده وجود داشته باشد.

فلپس نگفت که بیکاری هرگز نمی‌تواند کاهش یابد. او استدلال کرد که سیاست‌گذاران نمی‌توانند به‌طور دائم بیکاری را به زیر نرخ تعادلی یا طبیعی اقتصاد برانند، تنها با ایجاد تورم بیشتر. آن‌ها ممکن است بتوانند بیکاری را به‌طور موقت جابجا کنند. اما وقتی مردم محیط تورمی جدید را درک کنند، انتظارات تعدیل می‌شود. مزیت اولیه از بین می‌رود.

یک مثال ساده: رئیسی را تصور کنید که مدام حقوق‌ها را تغییر می‌دهد. فرض کنید صاحب شرکتی می‌خواهد همه کارمندان سخت‌تر کار کنند. او وعده می‌دهد: «از این به بعد، به همه ۲۰ درصد افزایش حقوق می‌دهم.» کارگران هیجان‌زده هستند. اما سپس صاحب شرکت بی‌سروصدا قیمت همه محصولات را ۲۰ درصد افزایش می‌دهد. یک سال بعد، او دوباره همان وعده را می‌دهد. این بار، کارگران کمتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند. آن‌ها قبلاً می‌دانند که افزایش حقوق ۲۰ درصدی ممکن است به سادگی با قیمت‌های بالاتر دنبال شود. انتظارات آن‌ها تغییر کرده است. آن ترفند اولیه دیگر کار نمی‌کند. این در واقع منطق پشت استدلال فلپس درباره انتظارات تورمی است. سیاستی که دیروز مردم را غافلگیر کرد، ممکن است فردا آن‌ها را غافلگیر نکند.

فلپس و فریدمن: ایده مشابه، مسیر متفاوت

کار فلپس بر روی نرخ طبیعی اغلب همراه با کار میلتون فریدمن بحث می‌شود، کسی که استدلال نزدیک به همی را در سخنرانی مشهور سال ۱۹۶۸ خود به انجمن اقتصادی آمریکا مطرح کرد. این دو اقتصاددان به‌طور مستقل به نتایج نزدیکی رسیدند: هیچ داد‌وستد دائمی تورم-بیکاری وجود ندارد که سیاست‌گذاران بتوانند به‌طور نامحدود از آن بهره‌برداری کنند.

فلپس با ویژگی اصلی نظریه اقتصادی موجود راحت نبود. مدل‌ها اغلب با اقتصاد به گونه‌ای رفتار می‌کردند که انگار همه اطلاعات کامل دارند و دقیقاً می‌دانند چه اتفاقی در حال رخ دادن است. البته که مردم واقعی این‌طور نیستند. یک کارگر دقیقاً نمی‌داند که هر شرکت در سال آینده چقدر پرداخت خواهد کرد. یک شرکت دقیقاً نمی‌داند ماه آینده چند مشتری خواهد داشت

اما رویکردهای آن‌ها یکسان نبود. فلپس بعدها تأکید کرد که مدل او بر نرخ طبیعی بیکاری متمرکز بود، در حالی که فریدمن درباره نرخ طبیعی مشارکت نیروی کار و یک چارچوب رقابتی گسترده‌تر بحث می‌کرد. فلپس مدل دقیقی از رفتار دستمزد و اشتغال ایجاد کرد که شامل اطلاعات ناقص و اصطکاک‌های بازار بود. این تفاوت مهم است زیرا روایت‌های عامه‌پسند گاهی تاریخ را به این صورت ساده‌سازی می‌کنند: «فریدمن و فلپس نرخ طبیعی را اختراع کردند.» داستان فکری واقعی جالب‌تر است. آن‌ها نتیجه‌گیری مهمی را به اشتراک گذاشتند، اما از طریق مدل‌های تا حدودی متفاوت به آن رسیدند و بر مکانیسم‌های متفاوتی تأکید کردند.

انقلاب بزرگ‌تر فلپس: قراردادن مردم واقعی درون اقتصاد کلان

این ممکن است در واقع عمیق‌ترین مشارکت فلپس باشد. قبل از این دوره، اقتصاد کلان اغلب با روابط بزرگ کار می‌کرد: مصرف به درآمد بستگی دارد. سرمایه‌گذاری به نرخ بهره بستگی دارد. بیکاری به تقاضا بستگی دارد. تورم به بیکاری بستگی دارد. فلپس می‌خواست بپرسد: چرا؟ کارگر فردی چه می‌کند؟ شرکت فردی چه می‌کند؟ شرکت چه اطلاعاتی دارد؟ کارگر چه باوری دارد؟ این تصمیم‌ها کوچک چگونه نتایج بزرگ اقتصادی تولید می‌کنند؟

این برنامه در کتاب مشهور سال ۱۹۷۰ با عنوان «بنیادهای اقتصاد خرد نظریه اشتغال و تورم» بیان شد که توسط فلپس و گروهی از اقتصاددانان بزرگ ویرایش شده بود. این کتاب به «جلد فلپس» معروف شد. پیام مرکزی آن در آن زمان انقلابی بود: اقتصاد کلان باید بنیادهای قابل باوری در سطح شرکت‌ها و خانوارها داشته باشد. بازارها اتاق‌های حراجی با اطلاعات کامل نیستند. آن‌ها مکان‌هایی هستند که مردم در آن‌ها جست‌وجو می‌کنند، حدس می‌زنند، مذاکره می‌کنند و با اطلاعات ناقص تصمیم می‌گیرند. کلمبیا این را تلاش فلپس برای بازسازی اقتصاد کلان کینزی بر بنیادهای اقتصاد خرد توصیف می‌کند، در حالی که اطلاعات ناقص و اصطکاک‌های بازار را جدی می‌گیرد.

نظریه آماری نژادپرستی جنسیت‌گرایی

این اقتصاددان به توضیح اینکه چرا تبعیض می‌تواند بدون نفرت علنی زنده بماند کمک کرد. فلپس مشارکت تأثیرگذار دیگری در مقاله سال ۱۹۷۲ خود با عنوان «نظریه آماری نژادپرستی و جنسیت‌گرایی» انجام داد. استدلال او احتمال مهمی را معرفی کرد: یک فرد می‌تواند تبعیض قائل شود حتی زمانی که نگرش آشکارا خصمانه‌ای نسبت به گروه دیگری ندارد. چگونه؟ زیرا تصمیم‌گیرندگان اغلب اطلاعات ناقصی درباره افراد دارند. تصور کنید کارفرمایی دو داوطلب دارد. کارفرما دقیقاً نمی‌داند هر داوطلب چقدر بهره‌ور خواهد بود. بنابراین کارفرما ممکن است از اطلاعات مربوط به گروهی که داوطلب به آن تعلق دارد به عنوان یک سیگنال کلی استفاده کند. آن سیگنال ممکن است نادرست باشد. اما تحت اطلاعات ناقص، مردم ممکن است همچنان از آن استفاده کنند. به این پدیده «تبعیض آماری» گفته می‌شود.

پیامد ناراحت‌کننده این است که رفتار نابرابر می‌تواند خود را بازتولید کند، حتی زمانی که تصمیم‌گیرندگان فردی معتقدند به سادگی در حال اتخاذ تصمیمات «عقلانی» تحت عدم قطعیت هستند. کار فلپس به بخشی از ادبیات گسترده‌تری درباره تبعیض، انتظارات و اطلاعات ناقص تبدیل شد. همچنین کاملاً با پروژه فکری بزرگ‌تر او مطابقت دارد: وقتی مردم مجبورند بدون دانستن همه‌چیز تصمیم بگیرند، چه اتفاقی می‌افتد؟

ایده «جزایر»

تصور کنید هـر کارگر در جزیره متفاوتی زندگـی می‌کند. یکی از به‌یادماندنی‌ترین روش‌های فلپس برای تفکر درباره بیکاری، شـامل استعاره «جزایر» بود. تصور کنید اقتصادی متشکل از هزاران جزیره باشد. هر جزیره کارگران و شرکت‌هایی دارد. کارگری در جزیره «الف» در لحظه نمی‌داند شرکت‌ها در جزیره «ب» چه دستمزدی می‌دهند. شرکتی در جزیره «ب» در لحظه نمی‌داند در جزیره «ج» چه اتفاقی در حال رخ دادن است. اطلاعات به کندی حرکت می‌کند. حالا تصور کنید کارگری پیشنهاد دستمزدی دریافت می‌کند. آیا کارگر باید آن را بپذیرد؟ این تا حدی به چیزی بسـتگی دارد کـه کارگر باور دارد شـرکت‌های دیگر پرداخت می‌کنند. اما کارگر همه چیز را نمی‌داند. بنابراین مردم باید جسـتوجو کنند. آن‌هـا باید حدس بزنند. آن‌ها تحت عدم قطعیت تصمیم می‌گیرنـد. این می‌تواند بیکاری را حتی بدون فروپاشی بزرگ اقتصادی ایجاد کند. پیام کلیدی قدرتمند است: بیکاری همیشه ناشی از کمبود ساده تقاضا نیست. همچنین می‌تواند به این دلیل پدید آید که یافتن شغل مناسب زمان می‌برد و اطلاعات ناقص است. این خط تحقیقاتی به باز کردن درها برای کارهای بعدی درباره جستوجو، تطبیق و اصطکاک‌های بازار کار کمک کرد.

همه بیکاری‌ها یکسان نیستند! این به ایده مهم دیگری از فلپس منجر می‌شود. فرض کنید ۵ درصد مردم بیکار هستند. وسوسه‌انگیز است که آن ۵ درصد را به عنوان یک مشکل واحد در نظر بگیریم. اما اقتصاددانان باید بپرسند: چرا آن‌ها بیکار هستند؟ ممکن است یک کارگر دیروز شغل خود را از دست داده باشد و ظرف دو هفته شغل دیگری پیدا کند. دیگری ممکن است به دلیل تغییر اقتصاد و عدم انطباق مهارت‌هایش با شغل‌های موجود، یک سال بیکار بوده باشد. سومی ممکن است دور از جایی زندگی کند که شغل‌های جدید ایجاد می‌شوند. چهارمی ممکن است نداند کدام شرکت‌ها در حال استخدام هستند. این‌ها مشکلات متفاوتی هستند.

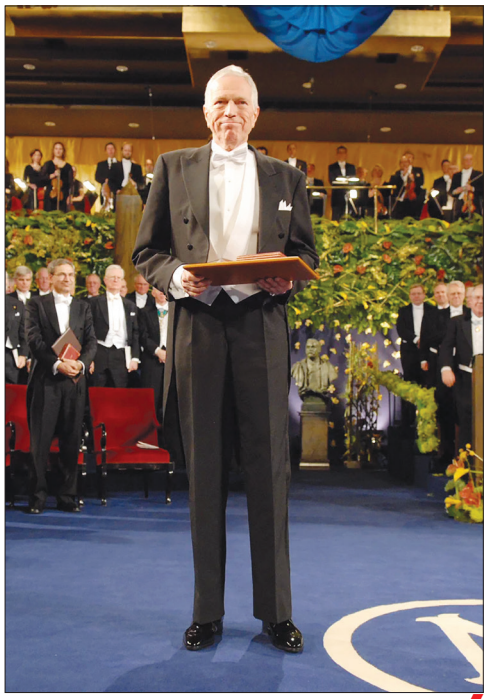
فلپس به‌طور فزاینده‌ای بـه مطالعه چیزی پرداخت که اقتصاددانان به آن جنبه ساختاری بیکاری می‌گویند؛ نیروهای عمیق‌تری که تعیین می‌کنند چرا بازارهای کار ممکن است در تولید اشتغال بالا شکست بخورند، حتی زمانی که تورم باثبات است.

پرسـش بزرگ بعدی برای فلپس این بود: چرا برخی کشورها ثروتمندتر می‌شوند در حالی که برخی دیگر درجا می‌زننـد؟ فلپس تمام حرفه خود را صرف صحبت درباره تورم نکرد. از دهه ۱۹۸۰ بـه بعد، او به‌طور فزاینده‌ای به مشـکل بزرگ‌تر رشـد، بیکاری و سـاختار اقتصادهای سرمایه‌داری بازگشـت. تا دهه ۱۹۹۰، او در حال توسعه چیزی بود که به نظریه رکودهای ساختاری معروف شد.

کتاب سال ۱۹۹۴ او با عنوان «رکودهای ساختاری»، دوره‌های طولانی اشـتغال ضعیـف و عملکرد اقتصادی، به‌ویژه در اروپای غربی را بررسی کرد. تحلیل او بر نیروهایی مانند نرخ‌های بهره واقعی، رشد بهره‌وری، ثروت و ساختار بازارهای کار تأکید داشت، به جای اینکه با بیکاری صرفاً به عنوان نتیجه کمبود موقت تقاضا رفتار کند. این یک تغییر مهم دیگر بود. فرض کنید کشـوری به مدت یک سال از بیکاری بالا رنج می‌برد. شـاید این یک رکود باشد. اما اگر بیکاری به مدت ده یا بیست سال بالا بماند چه؟

حالا ما به توضیح متفاوتی نیاز داریم. چیزی عمیق‌تر

> ادموند فلپس متعلق به نسلی از اقتصاددانان است که به دگرگونی اقتصاد کلان از میدانی که عمدتاً حول روابط گسترده ساخته شده بود، به میدانی که به‌طور فزاینده‌ای نگران رفتار تک‌تک مردم و شرکت‌هاست، کمک کردند. مشهورترین ایده او شاید نرخ طبیعی بیکاری باشد. مهم‌ترین مشارکت تحلیلی او ممکن است منحنی فیلیپس تعدیل‌شده با انتظارات باشد



ادموند فلپس هنگام دریافت جایزه نوبل اقتصاد

ممکن است در حال رخ دادن باشد: اقتصاد ممکن است تغییر کرده باشد. فناوری ممکن اسـت تغییر کرده باشد. تقاضا برای مهارت‌ها ممکن است تغییر کرده باشد. انگیزه‌های سرمایه‌گذاری ممکن است تغییر کرده باشد. نهادهای مالیاتی و رفاهی ممکن است تغییر کرده باشد. ارزش دارایی‌های شـرکت‌ها ممکن است تغییر کرده باشد. شـرکت‌ها ممکن است دیگر نخواهند کارگران را به همان شـیوه استخدام کنند. این چیزی است که فلپس از نیروهای ساختاری منظور داشت. یک شوک موقت ممکن است بگذرد. یک مشکل ساختاری می‌تواند به بخشی از خودِ اقتصاد تبدیل شود

میراث ادموند فلپس

ادموند فلپس متعلق به نسلی از اقتصاددانان است که به دگرگونی اقتصاد کلان از میدانی که عمدتاً حول روابط گسترده ساخته شده بود، به میدانی کـه به‌طور فزاینده‌ای نگران رفتار تک‌تک مردم و شرکت‌هاسـت، کمک کردند. مشـهورترین ایده او شـاید نرخ طبیعی بیکاری باشد. مهم‌ترین مشارکت تحلیلی او ممکن است منحنی فیلیپسِ تعدیل‌شده با انتظارات باشـد. کار اولیه او درباره رشـد، به اقتصاددانان چارچوب قاعده طلایی را برای تفکر درباره پس‌انداز داد. کار بعدی او درباره بازار کار به تعمیق مطالعه بیکاری تحت اطلاعات ناقص کمک کرد. کار او درباره تبعیض نشان داد که چگونه مشکلات اطلاعاتی می‌تواند رفتار نابرابر پایدار ایجاد کند. تحقیقات او درباره رکودهای ساختاری راهی برای تفکر درباره دوره‌های طولانی بیکاری به عنوان ساختاری به جای صرفاً چرخه‌ای ارائه کرد.

کتاب‌های بعدی او درباره سـرمایه‌داری و شکوفایی توده‌ای، اقتصاد را به سـمت پرسش گسترده‌تری سوق داد. چه نوع سیستم اقتصادی به مردم عادی اجـازه می‌دهد خلق کنند، نوآوری کنند و زندگی‌های معناداری بسازند؟ روی هم رفته، این مشارکت‌ها توضیح می‌دهند که چرا حرفـه او این‌قدر تأثیرگذار بود. فلپس صرفاً به اندازه‌گیری اقتصاد علاقه‌مند نبود. او می‌خواسـت بداند مـردم درون اقتصاد چگونه فکر می‌کنند. و وقتی مردم وارد تصویر می‌شوند، اقتصاد به چیزی بسیار پیچیده‌تر تبدیل می‌شود. کارگران دیروز را به یاد می‌آورند. آن‌ها نگران فردا هسـتند. شرکت‌ها بـه آنچه انتظار دارند مشـتریان انجام دهند، پاسـخ می‌دهند. سـرمایه‌گذاران درباره آینده‌های نامطمئن تصمیم می‌گیرند. دولت‌ها سیاست‌ها را اعلام می‌کنند، اما شهروندان به آن اعلامیه‌ها واکنش نشان می‌دهند. بنابراین آینده از همین حالا در تصمیم‌های امروز حضور دارد. این شهود مرکزی بود که در بیشتر کارهای ادموند فلپس جریان داشت. و شاید این سـاده‌ترین راه برای درک این باشد که چرا مردی که زندگی‌اش را صرف کار با معادلات کرد، به یکی از اقتصاددانانی تبدیل شد که با وضوح بیشتری به اقتصاد یادآوری کرد که زیرِ معادلات، آدم‌ها هستند. مردمی که آینده را نمی‌دانند. مردمی که اشـتباه می‌کنند. مردمی که انتظارات شکل می‌دهند. مردمی که سازگار می‌شوند. و مردمی که تصمیم‌های امروزشـان می‌تواند دنیای اقتصادی فردا را تغییر دهد. این میراث پشت جایزه نوبل ادموند اس. فلپس است. نه یک فرمول. نه یک منحنی. بلکه راه جدیدی برای دیدن اقتصاد: اقتصاد تنها چیزی نیست که در حال حاضر رخ می‌دهد. همچنین چیزی است که مردم باور دارند بعداً رخ خواهد داد.



ما را بشنوید

یادکست

آینده‌نگر

روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

www.tccim.ir

توئیتر: twitter.com/TCCIM

اینستاگرام: instagram.com/TCCIM.pr

تلگرام: t.me/TehranChamber

آپارات: www.aparat.com/TCCIM

کدپستی: ۱۵۱۱۹۱۷۶۱۳

صندوق پستی: ۱۵۸۷۵/۳۸۱۸