

آینده نگار

ماهنامه اقتصادی | قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان | ۱۹۶ صفحه | شماره ۱۰۰ | مهر ۹۹

ISSN: 2322-3316

شماره ۱۰۰



به مناسبت انتشار صدمین شماره ماهنامه آینده نگار
به نظرخواهی از مخاطبان و فعالان اقتصادی در مورد
محتوای مجله پرداخته ایم

ابتکارات صرفه جویانه

چطور با کمترین منابع
بهترین عملکرد را داشته باشیم

ناوی رادجو و جیدیپ پرابهو
با پیش گفتاری از پل پولمن؛ مدیرعامل یونیلور
مترجمان: مریم عربی، نسیم بنایی



آینده نگر



صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
 مدیرمسئول: مسعود خوانساری
 شورای سیاست گذاری: بهمن عشقی، مصطفی درویشی
 سردبیر: بهراد مهرجو
 تحریریه: رضا معطران، محمد عدلی، ریحانه یاسینی، کاوه شجاعی، فرزانه سالمی، آرش پورابراهیمی
 لیلا ابراهیمیان، بهمنجان ندیمی، نسیم بنایی، صوفیا نصر الهی، ولی خلیلی، زهرا چوپانکاره
 مونا مشهدی رجبی، متین دخت والی نژاد، زینب کوهیار، سعید ارکان زاده

آلتیه طراحی
 مدیر هنری: رضا دولت زاده
 ویرایش عکس: علیرضا لاجورد
 ویراستاری: بابک آتشین جان
 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 خالداسلامبولی، روبه‌روی خیابان ۲۱، پلاک ۸۲
 اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
 تلفن امور اشتراک: ۱۸۶۶

چاپ: هم‌میهن فارس | تلفن: ۴۶۸۹۶۳۳۰



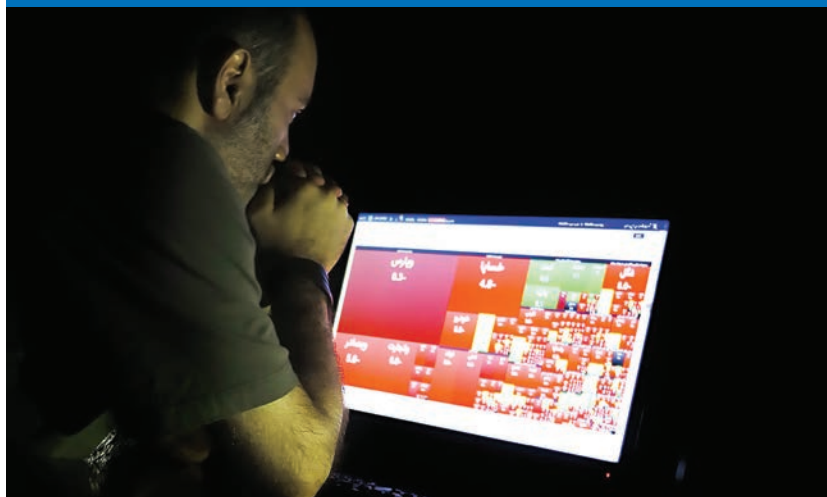
برای دریافت اشتراک

آیندهنگر

با شماره

۱۸۶۶

تماس بگیرید



سرمقاله مشکلات پایسته	۰۵
تحلیل گران انتخابات: شتاب یعنی فاجعه	۰۹
اعداد ماه تورم ۲۳ درصدی تولید صنعتی	۱۰
شخص نشانه‌های رکود تورمی در بازار مسکن	۱۲
جشن نامه جشن‌نامه‌ای به مناسبت صدامین شماره آیندهنگر	۱۹
ویژه شماره ۱۰۰ کرونا و کسب و کار	۲۹
ایده‌ها کشور یعنی همه چیز	۳۹
آینده ما آینده ناتمام	۶۳
آکادمی عصر بازنگاری فرا رسیده	۷۳
روایت ابزار بلا تکلیف تجارت	۸۳
راهبرد گشایش یا انسداد، کدام یک؟	۱۰۲
چشم‌انداز اوقات خوش چقدر طول خواهد کشید؟	۱۱۱
تشکل‌ها زیر و بم واردات موبایل	۱۱۷
کار آفرینان راز کار آفرین ماندگار	۱۲۲
تجربه چیزی به نام شکست وجود ندارد	۱۲۷
آینده پژوهی خدا حافظی با جهان پیش از کرونا	۱۴۳
اکونومیست پوتین از چه می‌ترسد؟	۱۴۹
کتاب ضمیمه نشانی‌دار کردن بی‌نشانی‌ها	۱۶۹
ژورنال پیشران‌های تجارت الکترونیک	۱۸۱
	۱۸۹



ابتکارات صرفه جویانه

چطور با کمترین منابع
بهترین عملکرد را داشته باشیم

ناوی رادجو و جیدیپ پرابهو
با پیش گفتاری از پل پولمن؛ مدیرعامل یونیلور
مترجمان: مریم عربی، نسیم بنایی



آینده نگر





چرا اقتصاد ایران از بند مسائل اساسی رها نمی‌شود؟

مشکلات پایسته



مسعود خوانساری

مدیرمسئول ماهنامه آینده‌نگر
و رئیس اتاق تهران

از شش سال قبل و با شروع دوره جدید انتشار ماهنامه «آینده‌نگر»، موضوع بررسی موانع پیش روی کسب‌وکارها به عنوان یک هدف مهم در دستور کار قرار گرفت. چندین دوره نظرسنجی و پایش افکار، نشست‌های تخصصی پرشمار با صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، بازدیدهای میدانی از صنایع و شهرک‌های صنعتی، و گفت‌وگوهای پر تعداد کارشناسی انجام شد. تلاش کردیم چکیده مشکلات را هر ماه در سرمقاله مجله بازگو کنیم. علاوه بر آن همین موضوعات را طی بیانیه‌های عمومی، نامه‌نگاری با مسئولان، سخنرانی‌ها و گاهی از طریق رسانه‌ها منتشر کردیم.

اما اکنون که به مناسبت انتشار صدمین شماره «آینده‌نگر» توفیقی در شماره‌های گذشته داشتیم، می‌بینم که نه تنها مشکلات ذکر شده طی شش سال گذشته کم نشده، بلکه بر تعداد آنها افزوده هم شده‌است. سوال اساسی اینجاست که مشکل کجاست که در طول سالیان متمادی کمتر مسئله‌ای حل شده یا از طرف دولت به خواسته‌های به حق بخش خصوصی پاسخ داده شده‌است.

به گمانم اساسی‌ترین مشکل عدم وجود گفت‌وگو بین دولت و مردم (بخش خصوصی) است. موضع دولت نسبت به مردم یک نگاه بالا به پایین و یا به بیان عامیانه «رباب و رعیتی» است. دولت خود را عقل کل می‌داند و در نتیجه بی‌نیاز به مشورت. به همین دلیل هر روز تلمبازی از مشکلات به نمونه‌های قبلی اضافه می‌شود.

اما برخی از مشکلات حل نشده طی چند سال گذشته چنین است:

- **نقدینگی:** رشد نقدینگی بهمنی است که هر روز روی یک بازار فرود می‌آید و باعث برهم خوردن نظم آن می‌شود. یک روز بورس، یک روز طلا، روز بعد ارز، روز دیگر مسکن و...
- **کسری بودجه:** بی‌انضباطی دولت در دخل و خرج، به کسری بودجه‌های دامنه‌دار منجر شده‌است. این رقم برای امسال نزدیک به ۱۸۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده‌است. عوارض کسری بودجه در زندگی و کسب‌وکار مردم دیده می‌شود.
- **تورم:** حاصل کسری بودجه و رشد نقدینگی، تورمی است که امروز برای معیشت مردم مشکلات بسیاری ساخته و مردم را در تنگنا قرار داده‌است.
- **فساد:** نه تنها سرمایه‌گذاران خارجی تمایلی به حضور در اقتصاد فسادزده ایران ندارند، که سرمایه‌گذاران داخلی هم نمی‌توانند با اطمینان به توسعه کارشان فکر کنند. خروج سرمایه از کشور به همین دلیل صورت می‌گیرد.
- **یارانه‌ها:** قانون هدفمندی یارانه‌ها با نیت کمک به اقشار محروم و گسترش عدالت اجرایی شد، ولی در نهایت از اهداف خود فاصله گرفت و تبدیل به نمادی از بی‌عدالتی شد؛ به طوری که ثروتمندان بیش از فقرا از کمک‌های دولتی در مورد یارانه‌ها بهره‌مند می‌شوند. نظام پرداخت یارانه‌ها نیاز به جراحی و بازتعریف دارد.

● **ارز چندنرخ:** هیچ فسادی در اقتصاد ایران به اندازه ارز چندنرخ به بدنه اقتصاد کشور صدمه نزده‌است. بخش خصوصی بارها در این مورد فریاد زد ولی دلار رانتی ۴۲۰۰ تومانی به حیات خود ادامه داد و اکنون کشور را دچار بحران اساسی کرده‌است.

● **رقابتی نبودن اقتصاد:** حضور شرکت‌های دولتی، مداخلات دولت در اقتصاد، توزیع گسترده رانت به روش‌های مختلف و مسائلی از این دست در نهایت به غیررقابتی بودن اقتصاد ایران منجر شده‌است؛ در حالی که اسناد بالادستی مانند برنامه‌های توسعه، پیش‌بینی فضای رقابتی و شفاف را برای اقتصاد ایران صورت داده‌بود.

● **دولت بزرگ:** تلاش تمرکزگرایانه دولت‌ها بر ارائه خدمت به مردم از دولت‌های ایران در ۷۰ سال اخیر جنبه‌ای از دولت مداخله‌گر ساخته که ضمن پذیرش باور فهم انحصاری در حاکمیت و نقصان خرد نزد عموم مردم، ساختار ملت پایه جامعه ایران را منهدم و دولت را به رکنی مداخله‌گر تبدیل کرده‌است.

● **دخالت بیش از اندازه دولت در اقتصاد:** هیچ تصمیمی در اقتصاد ایران بدون مداخله دولت صورت نمی‌گیرد. از قیمت‌گذاری تا دخالت در بازار و تغییر قواعد فعالیت‌های اقتصادی همگی تحت سیطره دولت قرار دارند.

● **بحران بانکی:** نظام بانکی ایران بیش از آن که خدمت‌رسان به بنگاه‌ها و مردم باشد، خود به بنگاهداری بزرگ تبدیل شده‌است. با وجود تاکید تمام سران نظام بر تغییر رویه بانک‌ها، آنها همچنان به همان روش‌های گذشته پیش می‌روند.

● **بخش‌نامه‌ها و قوانین متعدد:** فعالان اقتصادی بارها اعلام کرده‌اند که تعدد در صدور بخش‌نامه‌ها، آنها را فلج کرده‌است. تعدد صدور این بخش‌نامه‌ها گاهی چنان است که در تضاد با هم قرار می‌گیرند.

● **عدم هماهنگی در داخل کابینه:** بارها پیش آمده که دو وزارت‌خانه در مورد یک شاخص اقتصادی دو نظر متفاوت دارند و اعداد متفاوتی ارائه می‌کنند؛ حال بماند که هر دو در تصمیم‌گیری‌ها چقدر می‌توانند در تضاد باشند.

● **طرح‌های نیمه‌تمام:** شروع طرح‌ها بدون پیش‌بینی اعتبار یک گرفتاری مهم است که در نهایت منجر به طولانی شدن اجرای یک پروژه یا نیمه‌کاره رها شدن آن می‌شود.

مشکلات دیگری مانند بحران تامین اجتماعی، سازمان مالیاتی، گمرک، عدم یکسان‌سازی قوانین داخلی و خارجی در حوزه اقتصاد، بی‌توجهی به برنامه‌ها، رکود، بیکاری، بی‌ثباتی اقتصاد، بحران کاهش اعتماد عمومی، فقدان دیپلماسی اقتصادی، بی‌توجهی به کارآفرینان، تحریم‌ها، انحراف خصوصی‌سازی و نظام بوروکراتیک فرساینده را باید به این لیست اضافه کرد.

مسائل در اقتصاد ایران کمتر حل می‌شود و عموماً از دولتی به دولت دیگر می‌رود. دولت‌ها عموماً گرفتار حل موضوعات جاری می‌شوند و در نتیجه از جهت‌دهی به اقتصاد کنسور بازمی‌مانند. حاصل این که با وجود پتانسیل‌های ستودنی اقتصاد ایران، همچنان در تله رشد‌های منفی، تورم بالا، بیکاری مزمن و رکود گرفتار مانده‌ایم. اقدامات جاری و فوری دولت هم نه تنها دردی از اقتصاد کشور دوا نکرده، بلکه جامعه اقتصادی را خسته و فرسوده ساخته‌است.

امیدوارم ۱۰۰ ماه بعد که دیگرانی این روزها را مرور می‌کنند، وضعیت متفاوت از سرفصل‌هایی باشد که در این نوشتار آمده‌است. ■



پیشنهاد نویسندگان آینده‌نگر به شما

چه می‌خوانید؟

چرا باید آینده‌نگر بخوانید و چه مطالبی می‌خوانید؟

بهراد مهرجو سر دبیر

آینده‌نگر به شماره ۱۰۰ رسید. از شماره ۳۹ با این مجله همراه شده‌ام. تیمی نزدیک به ۲۰ نفر برای هر شماره تلاش می‌کنند. گاهی شماره‌های درخشان خلق می‌شود و گاهی هم مطالب چنگی به دل نمی‌زند. این خاصیت کار فرهنگی است که از دل و جان نویسندگان برمی‌آید. وقتی حالشان خوب باشد، مطالب خواندنی می‌نویسند و وقتی افسرده حال باشند، همان وضعیت‌شان را در نوشته‌هایشان انعکاس می‌دهند. طی تمام این سال‌ها و ماه‌ها کوشش کردیم که هم نبض خودمان و هم ضربان جامعه باشیم. از میان شش سال گذشته، دو سال متاخر سخت‌تر از روزهای پیشین بوده است. بحران‌ها یکی پس از دیگری آمدند و گاهی رفتند و زمانی هم ماندند. از کمبود کاغذ تا گرانی و مدتی بعد مصائب بسیار دیگر که حوصله بیان آن حداقل در روز تولد نیست. آینده‌نگر احتمالاً سال‌ها پس از ما (این تیم تحریریه) هم می‌ماند. شاید روزی به شماره ۱۰۰۰ هم برسد. شاید هم در پس هزاران اتفاق روزانه محو شود و به تاریخ برود. هر چه باشد، طی این سال‌ها سعی کردیم که آینده‌نگر، استوار و پرمحتوا بماند. شاید موفق شده باشیم و شاید هم نه.

ولی خلیلی دبیر بخش کارآفرین ایرانی و کارخانه

مجله آینده‌نگر در حالی به شماره صد از سری جدید انتشار و در آخرین سال قرن ۱۴ رسیده است که ریشه‌های انتشار مجله از سوی اتاق تهران به عنوان خانه و پارلمان بخش خصوصی به اوایل قرن جدید می‌رسد و نسخه‌هایی از اولین مجله‌های اتاق تهران که در سال ۱۳۰۴ و ۱۳۰۵ منتشر شده‌اند در آرشیو اتاق موجود است. نکته‌ای که نشان می‌دهد فعالان بخش خصوصی از دیرباز به دنبال ایجاد فضایی برای گفت‌وگو، سازی اقتصادی در جامعه با استفاده از ابزارهای فرهنگی همچون مجله بوده‌اند. مجله اتاق تهران که این روزها آینده‌نگر نام دارد در ادامه مسیر چندین دهه‌ای تلاش می‌کند تا علاوه بر پوشش دغدغه‌های فعالان اقتصادی و اعضای خود با مطالبه‌گری و گفت‌وگو سازی پل ارتباطی بین

فعالان بخش خصوصی و دولت باشد. همچنین با مرور مجلات اتاق تهران در طول حدود ۱۰۰ سال گذشته و در سری جدید خود آینده‌نگر که حالا به شماره ۱۰۰ رسیده است، در واقع مخاطبان فرصت بررسی تحولات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایران و تحولات جهان را هم پیدا می‌کنند.

سعید ارکان زاده یزدی

دبیر بخش کتاب ضمیمه و بخش راوی

شما هم از جمله کسانی بودید که تصور می‌کردید به هر حال، هر کسی یک جایی دارد زندگی می‌کند و آدرسی برای خودش دارد؟ شاید اصلاً تصور نمی‌کردید که جمعیت بسیار زیادی از مردم کره زمین هستند که هیچ آدرس پستی ندارند؟ بله، درست است. خیلی از افراد جهان، مخصوصاً در کشورهایی که کمتر توسعه یافته‌اند، در جاهایی شب را صبح می‌کنند که هیچ آدرس پستی درستی نمی‌توان برای آن‌ها قابل شد. موضوع کتاب ضمیمه این شماره نیز همین افراد بی‌نشانی و بی‌آدرس جهان هستند. زاغه‌های هندوستان یکی از نمونه‌های شاخص محل زندگی کسانی است که هیچ آدرسی ندارند. شاید جالب باشد بدانید که در ایالات متحده آمریکا هم چنین مکان‌هایی وجود دارد. مثلاً در ایالت ویرجینیای غربی کلی از مناطق هیچ آدرسی ندارند. کتاب «جهان بی‌آدرس‌ها» و تلاش برای آدرس‌گذاری افراد ساکن در مناطق مختلف دنیا، خواندنی است.

محمد عدلی

دبیر بخش آینده‌پژوهی

بازار سرمایه در سال ۹۹، مهم‌ترین روزهای خود را سپری کرده است. مسیری که در خوش‌بینانه‌ترین برنامه‌ها برای آن دوره ۱۰ ساله در نظر گرفته شده بود، طی چند ماه طی شد تا تبدیل به یک پدیده در تاریخ بازار سهام ایران شود. این بار همه نیروها با هم در یک راستا قرار گرفت تا بورس تبدیل به نمادی از اتحاد دولت و ملت شود. نیاز دولت به تامین بودجه جاری به قدری حیاتی بود که به آخرین سنگر خود پناه آورد. قوه مجریه تصمیم گرفت تا جبران کسری بودجه را از طریق سرمایه‌ها و نقدینگی داخلی انجام دهد که اگر چنین نبود، باید به سوی بیراهه استقراض از بانک

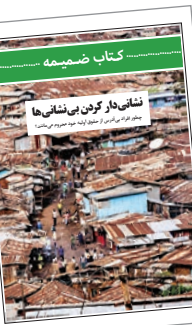
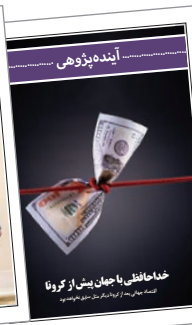
مرکزی گام برمی‌داشت. بازار سرمایه که از اواخر سال گذشته نشانه‌هایی برای رشد نمایان ساخته بود، مورد توجه دولت قرار گرفت. حمایت از بازار بدون تشریفات معمول دولتی، در دستور کار قرار گرفت و همه ارکان دولت برای آن بسیج شدند. فروش اموال و شرکت‌های دولتی نیز سرعت گرفت تا از حبابی شدن بازار جلوگیری شود. از سوی دیگر نیز صاحبان سرمایه‌های خرد و کلان که در دو سال گذشته بارها میان بازارهای مختلف سرگردان بوده‌اند تا از دارایی خود محافظت کنند، با هدف کسب سود هیجانی وارد بورس شدند. این گونه بود که تعداد سهامداران از ۱۲ میلیون نفر به ۴۸ میلیون نفر افزایش یافت و صف‌های دریافت کد بورسی طولانی شد. از اواخر مرداد اما بازار روی دیگری به سهامداران نشان داد. عمده سهامداران با قرمز شدن نمادها آشنایی نداشتند چه اینکه در دوران حضور در بورس، تنها با رنگ سبز مواجه شده بودند. با این شرایط معادلات به گونه‌ای بر هم خورد که سیاست‌های حمایتی همه‌جانبه دولتی‌ها و شبه‌دولتی‌ها برای احیای بازار با دشواری همراه شده است.

در فصل «آینده ما» به پدیده بورس با تمرکز بر رویدادهای یک ماه اخیر پرداخته شده است. دلایل قرمز شدن شاخص‌ها، نقش دولت و کارگزاری‌ها در بازار سرمایه، آثار افزایش چشمگیر تعداد سهامداران و برآوردی از آینده بازار سهام در این فصل مورد واکاوی قرار گرفته است.

کاوه شجاعی

دبیر بخش آینده‌پژوهی

آینده‌پژوهی این ماه به مناسبت شماره ۱۰۰ کتابچه‌ای ۲۴ صفحه‌ای است ویژه مدیریت کسب‌وکار در دوران کرونا. مقالات دو کتاب جدید مجله «هاروارد بیزینس ریویو» را برایتان دست‌چین کرده‌ایم به این امید که تجربیات مدیران در کشورهای دیگر به کارتان بیاید. خوب و بد دورکاری، معضلات تعدیل نیرو، مدیریت جلسات مجازی، چالش زنجیره تامین، مدیریت فروشگاه‌ها در دوران کرونا و چگونگی تشویق کارمندان به گزارش ریسک‌های خود تنها بخشی از مطالب این کتابچه‌اند. فراموش نکنید مدیر بودن در میانه بحران علاوه بر تجربه و اعتماد به نفس به دانشی متفاوت نیاز دارد.



لیلا ابراهیمیان دبیر بخش توسعه و آکادمی

با عصبانیت پیچ رادیو را به عکس حرکت عقربه‌های ساعت می‌چرخاند و فحشی زیر لب نثار می‌کند. سبیل پرپشتش را تاب می‌دهد و می‌گوید «نه گشایش می‌خواهیم و نه این همه بدبختی»؛ دیگر صدای گزارشگر به گوش نمی‌رسد که درباره وعده گشایش اقتصادی از کارشناس اقتصادی سوال می‌کند. گرمای ظهر مردامه تن او و مسافران را می‌سوزاند و او لب به گله گشوده است؛ گله‌ای بی‌جواب از دارویی که چند روز است پیدا نمی‌کند؛ از هزینه استهلاک ماشین و گرانی لوازم بدکی، از گرانی بنزین و نبود مسافر، از کرونا و گرانی، از تورم و وعده دولت. او می‌خواهد از همه گرفتاری‌های اقتصاد ایران بگوید و شاید گله‌های مداوم و آن شلاق کلمات همانی باشد که در این شماره از ماهنامه «آینده‌نگر» فعالان بخش خصوصی و اقتصاددانان درباره آن نوشته و گفته‌اند. در بخش راهبرد، گشایش اقتصادی را فقط به حمایت از تولید و اقتصاد تولیدمحور گره زده‌اند، چیزی که مدت‌هاست سیاست‌گذاران آن را رها کرده‌اند و سال‌هاست که سرنوشت اقتصاد به رانت گره خورده است نه تولید. فرشاد مومنی طرح گشایش اقتصادی را آینده‌فروشی خطرناک می‌داند: یک «راه کوتاه‌نگرانه با هزینه‌های سنگین تر آتی برای بدهکار کردن دولت، با هدف تأمین کسری مالی دولت». عبداللّه‌زاده هم به وعده گشایش اقتصادی انتقاد جدی دارد و آن را نه گشایش که آغاز مشکلات می‌خواند با راه حل کوتاه‌مدت.

سال‌هاست که مجله «آینده‌نگر» از راه‌هایی می‌گوید؛ از افق‌های توسعه پایدار و همه‌پایدها و نیابدها؛ برای همین دوباره در شماره صدم خود در بخش توسعه نگاه استادان علوم ارتباطات را درباره جایگاه رسانه تخصصی پرسیده تا ببینید چگونه می‌تواند در کنار شما مخاطبان باشد برای راهگشایی و از فعالان اقتصادی درباره کیفیت و کمیت کار جوبا می‌شود تا به سوالات شما پاسخ داده شود.

همچنین در بخش آکادمی از اعتبار سیاست‌گذار گذار گفته شده است؛ چگونه می‌توان آب رفته را به جوی برگرداند؛ آیا این ممکن است؟ سیاست‌گذار برای ترمیم اعتبار از دست‌رفته‌اش چه باید کند؟ او برای حل مشکلات چه راهی در پیش دارد؟ آیا نگاهش به

داخل باشد یا اول باید گره از مشکلات خارجی باز کند؟ بازار سرمایه و آینده آن، کارآفرینی و مسیر پیش روی، اندیشه‌های اقتصادی غایب سیاست‌مداران از موضوع‌هایی است که در بخش آکادمی می‌خوانید. با ما همراه باشید.

مونا مشهدی رجبی دبیر بخش آینده

در این شماره گزارش‌هایی در مورد تأثیر همه‌گیری کرونا بر صنعت توریسم در دنیا تهیه شده است و در این گزارش به دنبال پاسخ این سوال بوده‌ایم که آیا کرونا باعث مرگ این صنعت در دنیا شده یا خیر؟ در گزارش دیگری به چالش‌هایی که اقتصاد کرونازده این روزهای دنیا با آن روبرو است پرداخته‌ایم و راهکارهایی را که برای کاهش تأثیر این بحران روی اقتصاد در اختیار داریم بررسی کرده‌ایم. در نهایت در مورد بحران پیش روی دنیا که بحران تغییرات جوی است صحبت و این سوال را مطرح کرده‌ایم که آیا می‌توان از درس‌هایی که بحران کرونا به ما داد برای مقابله با تغییرات جوی بهره بگیریم. دو گزارش دیگر به موضوع تجارت آزاد و منافع آن برای اقتصاد دنیا و در نهایت معرفی بهترین کشورهای اروپایی برای فعالیت‌های استارت‌آپی پرداخته و بر این مسئله تأکید شده است که تنها راه نجات دنیا از بحران‌های اقتصادی ناشی از کرونا روی آوردن به فعالیت‌های استارت‌آپی و نوآورانه و حمایت دولت‌ها از آنها است.

نسیم بنایی دبیر بخش اکونومیست و ایده‌ها

زخم‌های کرونا را چه کسی درمان خواهد کرد؟ کرونا تنها بیماری جسم نیست، بلکه روح و روان مردم را هم درگیر کرده است. در ایتالیا، پسر بچه‌ای نزد کشیشی رفته و از او درخواست کرده بابت گناهانش، برایش طلب عفو و مغفرت کند چرا که یک بار وقتی بیرون بوده، ماسکش را پایین آورده است. از زمانی که جنگ جهانی دوم به پایان رسیده تاکنون، هیچ‌وقت پیش نیامده بود که این تعداد از مردم مختلف جهان، دچار ترور و اندوه شوند. در واقع این بحران، همه مردم جهان را به نوعی با خود درگیر و دچار آشفتگی‌های ذهنی کرده است. حتی وقتی این بیماری تحت کنترل درآید، باز هم زخم‌های

عمیقی بر روح انسان‌ها گذاشته که درمان آن سال‌ها زمان می‌برد.

زهرا چوپانکاره

دبیر بخش تجربه و کارآفرین خارجی

در کارآفرین این شماره با چهره سینمایی ما آشنا شوید: استفان شوارتزمن که زندگی و ورودش به وال استریت انگار از یکی از فیلم‌های هالیوودی بریده شده است. حتی نقل‌قول‌هایی که او در مورد تجارزش از برخورد با آدم‌ها دارد هم شبیه به دیالوگ فیلم‌ها است. مصاحبه با مگ ویتمن را هم از دست ندهید؛ یکی از قدرتمندترین مدیران زن در جهان با سابقه مدیریت در ای‌بی و اچ‌بی. در بخش تجربه مطلبی هست که بدون شک خواندنش برای تمامی شرکت‌ها و سازمان‌ها واجب است. اگر این اواخر در جریان روایت‌هایی از آزار زنان در محیط کار قرار گرفته‌اید این مطلب تجربه را که ترجمه دستورالعمل شرکت لینکدین برای مقابله با آزار جنسی در محیط کار است حتما بخوانید.

زینب کوهپایه

دبیر بخش نگاه

این شماره، از بخش نگاه خبری نیست اما به مناسبت انتشار صدمین شماره آینده‌نگر، در قالب «جشن‌نامه» با ده‌ها نفر از اعضای هیئت نمایندگان اتاق تهران، کارشناسان و صاحب‌نظران درباره نشریه صحبت کردیم و از آن‌ها درباره کیفیت آینده‌نگر و اینکه برای بهتر شدن باید در چه مسیری قدم برداشت پرسیدیم.

بمانجان ندیمی

دبیر بخش روایت و تشکل

روند تمديد و صدور کارت‌های بازگانی کند شده است. در این شماره از ماهنامه «آینده‌نگر»، در این خصوص توضیحاتی ارائه شده که شما می‌توانید با مطالعه آن، با میزان اختیارات اتاق در صدور و تمديد کارت‌های بازگانی آشنا شوید. مسلماً کارت بازگانی برای فعالان اقتصادی موضوعی مهم و حیاتی است. همچنین در بخش تشکل‌ها به سراغ انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی رفتیم تا این تشکل را به شما معرفی کنیم.



شانزدهمین نشست هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران برگزار شد چالش جدی کارت بازرگانی، وزارت خانه بی وزیر و بهبود فضای کسب و کار

اعضای هیئت نمایندگان بخش خصوصی در نشست شهریور ماه، به عمده ترین چالش های حوزه تجاری کشور از جمله فرآیند صدور و تمدید کارت بازرگانی و ارزش حاصل از صادرات پرداختند و از بی وزیر ماندن چند ماهه وزارت صمت انتقاد کردند. هم چنین در حضور معاون اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی از برخی مشکلات مالیاتی گفتند. در نهایت در این نشست یک تفاهم نامه همکاری بین اتاق بازرگانی تهران و وزارت اقتصاد برای بهبود جایگاه ایران در شاخص های بین المللی مربوط به فضای کسب و کار به امضا رسید. در این نشست البته موضوعات مهم دیگری مانند چالش ها و مشکلات فعالان اقتصادی در فرآیند صدور و تمدید کارت بازرگانی در سامانه جامع تجارت، مسئله بازگشت ارز حاصل از صادرات، بازار سهام و شاخص های کلان مانند نقدینگی هم مورد بحث و بررسی قرار گرفت. همچنین اعضای هیئت نمایندگان هر کدام به مشکلات مختلف بخش های اقتصادی پرداختند. مسعود خوانساری رئیس اتاق بازرگانی تهران در این نشست گفت: در حال حاضر نقدینگی مهم ترین عامل اختلال در نظام اقتصادی است. در چند ماه گذشته نقدینگی با رشد ۱۳/۸ درصدی مواجه بوده است؛ یعنی به طور متوسط روزانه ۲ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان به حجم نقدینگی اضافه می شود. همان طور که در پنج ماهه نخست سال حجم نقدینگی ۳۴۰ هزار میلیارد افزایش یافته است. او ادامه داد: اگر همین روال ادامه داشته باشد شاهد رشد ۳۲ درصدی نقدینگی خواهیم بود و تا پایان سال ۸۰۰ هزار میلیارد تومان بر نقدینگی کشور اضافه خواهد شد. نقدینگی سرگردان هر روز مانند بهمین یک بازار را تحت تاثیر قرار می دهد؛ یک روز بازار سهام، یک روز مسکن و یک روز ارز.

ادامه فعالیت سامانه یکپارچه کارت بازرگانی هوشمند تا دو ماه آینده - ۱۳۹۹/۰۶/۱۸

پس از آنکه رئیس اتاق بازرگانی تهران در پی مشکلات ایجاد شده برای فعالان اقتصادی بخش خصوصی در فرآیند صدور کارت بازرگانی، به سرپرست وزارت صنعت، معدن و تجارت نامه نوشت. امر طی ابلاغیه ای از سوی این وزارتخانه، انجام صدور و تمدید کارت بازرگانی برای دو ماه آینده به روال قبل و به سامانه هوشمند اتاق بازرگانی بازگشت. مسعود خوانساری در نامه خود به جعفر سرقینی عنوان کرد که اختلال های فراوان موجود در امور جاری صدور و تمدید کارت بازرگانی از طریق سامانه جامع تجارت، سبب بلاتکلیفی و استیصال فعالان اقتصادی را فراهم ساخته و روزانه ده ها نفر به اتاق تهران مراجعه می کنند و درخواست اعاده به وضع سابق و انجام تمامی فرآیند صدور و تمدید کارت بازرگانی از طریق سامانه یکپارچه کارت بازرگانی هوشمند را دارند. پس از این نامه بود که جعفر سرقینی، سرپرست وزارت صمت طی ابلاغیه ای به سازمان توسعه تجارت، دستور ادامه بازگشت فرآیند صدور و تمدید کارت بازرگانی به سامانه هوشمند کارت بازرگانی را صادر کرد.

ارائه پیشنهاد نهاتر کالا برای توسعه مراودات تجاری ایران و روسیه - ۱۳۹۹/۰۶/۲۹

اتاق بازرگانی تهران و مرکز صادرات روسیه، با امضای یک تفاهم نامه، نسبت به تمرکز بیشتر بر همکاری های دوجانبه برای توسعه مبادلات تجاری و اقتصادی دو کشور تعهد و عنوان کردند که برای افزایش شناخت فعالان اقتصادی دو کشور از ظرفیت های تولیدی و مصرفی یکدیگر و راهکارهای توسعه مبادلات استفاده خواهند کرد. در این نشست تهران کالا میان دو کشور به عنوان پیشنهادی برای ارتقای سطح همکاری ها ارائه شد. در ابتدای این جلسه، حسام الدین حلاج، معاون امور بین الملل اتاق تهران با اشاره به روابط دیرینه دو کشور به برخی موانع توسعه مراودات از جمله عدم شناخت طرفین از ظرفیت های یکدیگر و البته عدم شناخت قوانین و مقررات حاکم بر بازارهای دو کشور گفت: به دنبال آن هستیم تا در قالب تفاهم نامه ای که به امضا خواهد رسید، ارتباط موثر و مستقیمی با اتاق های بازرگانی استانی روسیه برقرار کنیم.



سامانه راهنمای تجاری، بستری برای تعامل بیشتر بینگانه - ۱۳۹۹/۰۶/۳۰

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با به روز رسانی و راه اندازی سامانه راهنمای تجاری، خدمت تازه دیگری را برای اعضا و فعالان اقتصادی فراهم و بستری برای شکل گیری تعامل دوجانبه و چند جانبه اعضا ایجاد کرد. بخش راهنمای تجاری که پیش از این نیز روی وبسایت اتاق تهران برای استفاده اعضا و صاحبان کسب و کارها در دسترس بود، این بار با چهره جدید و ارائه خدمات بهتر امکانی را فراهم کرده تا بنگاه های عضو اتاق تهران سریع تر و دقیق تر امکان ارتباط و تعامل با یکدیگر را داشته باشند.

تاکید بر برقراری تعامل میان شرکت های کوچک و متوسط ایرانی و سوئدی - ۱۳۹۹/۰۶/۳۰

به موجب تفاهم نامه ای که اتاق بازرگانی تهران و اتاق بازرگانی مشترک ایران و سوئد امضا کردند، دو طرف متعهد شدند زمینه تعامل و همکاری فعالان بخش خصوصی ایرانی و سوئدی را با محوریت شرکت های کوچک و متوسط و ایجاد تعامل برای همکاری های آموزشی و انتقال تجربه در حوزه داوری اختلافات فراهم کنند. در این نشست، حسام الدین حلاج، معاون بین الملل اتاق بازرگانی تهران گفت: انتظاری که در شرایط کنونی از اتاق مشترک ایران و سوئد وجود دارد، این است که زمینه و بستر ارتباط مستقیم بنگاه های سوئدی و ایرانی را فراهم کند.





تحلیل گران

ترکیه: گاز دریای سیاه در دست اردوغان

رجب طیب اردوغان، رئیس جمهوری ترکیه اعلام کرده حجم قابل ملاحظه‌ای از گاز در دریای سیاه در سواحل ترکیه کشف شده‌است. حجم این گاز حدود ۳۲۰ میلیارد متر مکعب است. حالا این کشف بزرگ می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در منطقه ایفا کند. راستش این تازه ابتدای راه است، به زودی اتفاقات بزرگی در این زمینه رخ خواهد داد. مقامات در ترکیه به دنبال کشف میدان‌های جدیدی هستند. ترکیه مصرف بالایی در زمینه گاز طبیعی دارد. اقتصاد این کشور در یک دهه گذشته رشد قابل توجهی داشته‌است. تقاضا برای گاز طبیعی در این کشور هر سال افزایش پیدا می‌کند. روسیه از قدیم جزو مهم‌ترین تامین‌کنندگان گاز ترکیه بوده‌است. نیمی از گاز ترکیه را روسیه تامین می‌کند. در کنار آن، ایران، آذربایجان، الجزایر و قطر هم نقش مهمی را ایفا می‌کنند. اما اتفاق جدیدی که رخ داده می‌تواند روی تقاضای گاز ترکیه از این کشورها اثر بگذارد و این می‌تواند منجر به بروز تحولات سیاسی هم بشود. در نهایت هم می‌توان انتظار داشت که ترکیه به یکی از مهم‌ترین قدرت‌های حوزه انرژی در این منطقه تبدیل شود.



دیمیتار بشوف

تحلیل گر الجزیره

انتخابات: شتاب یعنی فاجعه

خبر آمده که دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا و دولتش تصمیم گرفته‌اند واکسن کرونا را در میان مردم توزیع کنند. آن‌ها باور دارند که این واکسن جدید، امن است و به همین دلیل تصمیم به توزیع آن گرفته‌اند. این شش‌گانه‌ترین تصمیمی است که تاکنون دولت ترامپ گرفته و می‌تواند فاجعه به بار بیآورد. واضح است که او برای پیروزی در انتخابات ریاست‌جمهوری که نزدیک است، چنین اقدامی کرده و جالب است که همه می‌دانند این واکسن هنوز به مرحله نهایی نرسیده اما باز هم فریب ترامپ را می‌خورند. اما در تاریخ، درسی برای ترامپ وجود دارد. سال ۱۹۷۶ هم ویروس آنفلوآنزایی به همین شکل شایع شد و جان دست کم ۵۰ میلیون نفر از مردم جهان را گرفت. جالب است که همان سال هم سال انتخابات بود. آقای فورد که از ریچارد نیکسون پیشی گرفته بود به همین شیوه ترامپ، به دنبال واکسن بود. اقدام عجولانه او فاجعه به بار آورد. آن زمان خیلی‌ها به او توصیه کردند واکسنی که مطمئن نیست را توزیع نکنند. اما او به خاطر انتخابات طمع کرد. حالا ترامپ همان قصه تاریخی را تکرار می‌کند.



ریک پرلشتاین

تاریخ‌دان و روزنامه‌نگار

اشتغال: شکوفایی بی سابقه در راه است

شیوع کرونا منجر به از دست رفتن شغل‌های بسیاری در آمریکا شد. این در حالی است که در گذشته، وضعیت این کشور به لحاظ اشتغال، برای سایر کشورها حسرت‌برانگیز بود. اما اکنون پیش‌بینی می‌شود که شرایط اشتغال در نخستین اقتصاد جهان، دوباره بهبود پیدا کند و این بهبود بی سابقه خواهد بود. اگر وضعیت تولید و همچنین صنعت ساخت‌وساز را در نظر بگیریم، متوجه خواهیم شد که با یک نمودار V شکل روبه‌رو هستیم. به این ترتیب، تولید و ساخت‌وساز به وضعیتی بی سابقه در تاریخ اقتصاد آمریکا رسیده‌است. به زودی حضور کرونا هم کم‌رنگ خواهد شد و به این ترتیب پروازهای هوایی هم به میدان باز خواهند گشت. روی هم رفته می‌توان انتظار داشت که وضعیت اشتغال در سال ۲۰۲۱ بهبود پیدا کند و دوباره شغل‌های از دست‌رفته احیا شود. در واقع همان نمودار امیدوارکننده‌ای که برای تولید و ساخت‌وساز می‌بینیم، به زودی برای اشتغال هم مشاهده خواهد شد. به این ترتیب شرایط برای اشتغال در این کشور بهبودی کم سابقه یا بی سابقه پیدا خواهد کرد. این جریان می‌تواند به اقتصاد هم کمک کند.



کانر سن

تحلیل گر بلومبرگ

زغال سنگ: خداحافظی با کثیف‌ترین سوخت

اگر نگاهی اجمالی به خبرهای رسانه‌های بیندازید متوجه خواهید شد که زغال سنگ، مرده‌است. به گزارش آژانس بین‌المللی انرژی، زغال سنگ آلوده‌کننده‌ترین سوخت روی زمین است که در حال حاضر دلیل یک‌سوم از گرمایش زمین محسوب می‌شود. اما جالب است که تولیدکنندگان این سوخت همین حالا هم به دنبال تامین سرمایه برای تولید بیشتر این سوخت کثیف هستند. بسیاری از شرکت‌ها برنامه‌ریزی کرده‌اند تا برای تولید زغال سنگ، جذب سرمایه کنند. راستش را بخواهید، تاسیسات بسیاری برای تولید زغال سنگ در جهان وجود دارد و هیچ‌کس به آن‌ها توجهی ندارد، نه دولت‌ها و نه طرفداران محیط زیست. آنقدر سرشان با نفت گرم شده که حواسشان از این مسئله مهم پرت شده‌است. این مسئله‌ای اضطراری است که باید در کانون توجه قرار گیرد. اگر نسل جدید انرژی‌های تجدیدپذیر، ارزان تر باشند، می‌توان چشم‌انداز خوبی را در این زمینه متصور شد. به مرور تولیدکنندگان هم از این سوخت کثیف فاصله می‌گیرند و به سراغ سوخت‌های پاک می‌روند. پیشرفتی که تاکنون حاصل شده چندان امیدوارکننده نیست. باید تلاش بیشتری در این زمینه صورت بگیرد.



جیسون بوردوف

تحلیل گر فارن‌پالیسی

روهنیگیا: جهان فراموش نخواهد کرد

بیش از سه سال از زمانی که میانمار آن وضعیت فاجعه‌بار را برای مردم روهنیگیا ایجاد کرد، می‌گذرد. مسلمانان در این روستا، مورد ظالمانه‌ترین حملات واقع شدند. به همین دلیل به ناچار، محل زندگی خود را ترک کردند. بسیاری از مردان و کودکان در این فاجعه کشته یا ناقص شدند. بسیاری از زنان مورد تجاوز واقع شدند. کل روستا را سوزاندند و مردم به ناچار به بنگلادش و کشورهای همسایه گریختند. این ظالمانه‌ترین اتفاقی است که در عصر حاضر رخ داده‌است و جهان شاهد این ظلم بود. بنگلادش هم آغوش خود را به روی این مردم باز کرد. ما شاهد همه این اتفاقات بودیم. امروز که آن روزها گذشته، ما باید در انتظار محکمه‌ای بین‌المللی در این زمینه باشیم. البته احتمالاً هیچ‌وقت دادگاهی در این زمینه تشکیل نخواهد شد. اما جهان باید این اتفاق وحشتناک را محکوم کند. تنها روزنه‌امیدی که مردم روهنیگیا دارند هم، عدالتی است که در سطح بین‌المللی ایجاد خواهد شد. آن‌ها هم از عدالت در کشور خود و اجرای آن، ناامید شده‌اند.



تان خین

تحلیل گر الجزیره

بریتانیا: موقعیت خطرناک جانسون

معمولاً در بریتانیا، نخست‌وزیری که از اکثریت مجلس هم بهره‌مند است، نباید نگران چیزی باشد و قاعدتاً باید بدون فشار به کارهایش برسد. اما بوریس جانسون، نخست‌وزیر فعلی بریتانیا از هیچ قاعده‌ای پیروی نکرده و از این قاعده هم پیروی نمی‌کند. او اکثریت مجلس را در اختیار دارد اما این اکثریت با او همراه نیستند. بسیاری از اعضای حزب او در حال حاضر این شخص را بزرگ‌ترین تهدید برای حزب خود می‌دانند به همین خاطر از او حمایت نمی‌کنند. در واقع پشت جانسون خالی است و کسی به او کمکی نمی‌کند. درست است که او پیروز شده اما پیروزی او هم امری ناگزیر بود، در واقع حزب محافظه‌کار چاره‌ای جز انتخاب این فرد نداشت. البته ناگفته نماند که جانسون تنها کسی است که می‌تواند اعضای این حزب را کنار هم نگه دارد. اما بی‌اعتمادی اعضا نسبت به جانسون باعث شده از او حمایتی نکنند. حاصل این بی‌اعتمادی، موقعیتی خطرناک برای بوریس جانسون است. اگر وضعیت به همین شکل ادامه پیدا کند، او دیر یا زود، موقعیت خود را از دست خواهد داد.



مارتین کتل

تحلیل گر گاردین



افزایش نرخ تورم فصلی تولید در بخش صنعت تورم ۲۳ درصدی تولید صنعتی

مرکز آمار ایران نرخ تورم تولید در بخش صنعت طی بهار ۹۹ را ۸,۱ درصد برآورد کرد که ۶,۳ درصد بیشتر از نرخ تورم فصلی در زمستان ۹۸ است. این موضوع نشان می‌دهد که بیماری کرونا و تبعات آن بر روی هزینه‌های تولید در بخش صنعت اثرگذار بوده است. تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت نسبت به فصل مشابه سال قبل یعنی تورم نقطه به نقطه در بهار ۹۹ به ۷,۸ درصد رسید که در مقایسه با همین اطلاع در در فصل قبل، ۵,۵ واحد درصد کاهش داشته است. تغییرات میانگین شاخص قیمت تولیدکننده محصولات صنعتی در داخل کشور در چهار فصل منتهی به فصل بهار ۱۳۹۹ نسبت به مدت مشابه در سال قبل به ۲۳,۸ درصد رسید که نسبت به همین اطلاع در فصل قبل ۱۸ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد.

۸۰٫۱ درصد

نرخ تورم فصلی تولید بخش صنعت
در فصل بهار ۹۹ به ۸,۱ درصد افزایش یافت

سهم بالای بانک‌ها در خرید اوراق بدهی کارنامه ۱۲ حراج اوراق دولتی

گزارش بانک مرکزی از میزان فروش اوراق بدهی طی ۱۲ مرحله تا پایان مرداد سال جاری نشان می‌دهد که ۵۷ هزار و ۳۱۰ میلیارد تومان اوراق بدهی دولتی توسط بانک‌ها و سایر موسسات مالی، از طریق فرآیند حراج و خارج از طریق بورس در ۱۲ دوره حراج هفتگی، خریداری شد. بانک مرکزی از روز ۱۳ خرداد سال جاری نسبت به فروش اوراق بدهی دولتی به روش حراج با سرسیدها و کوپن‌های سود مختلف در دوره هفتگی اقدام کرده است. در ۱۲ دوره حراج هفتگی مجموع سفارش‌های بانک‌ها و موسسات مالی غیربانکی نیز در این ۱۲ دوره حدود ۱۲۵ هزار میلیارد تومان بوده است. در دوازده حراج برگزار شده بانک‌ها ۶۹ درصد، صندوق‌ها و نهادهای مالی ۴ درصد و سایر سرمایه‌گذاران ۲۷ درصد اوراق را خریداری کردند.

۵۷ هزار میلیارد تومان

تا پایان مرداد سال جاری ۵۷,۳ هزار میلیارد تومان
اوراق بدهی دولتی به فروش رسید

جزئیات سرمایه‌گذاری خارجی مصوب

زمان صدور مجوز سرمایه‌گذاری خارجی کاهش یافت

وزارت امور اقتصادی و دارایی گزارش داد، در سال ۹۸ بالغ بر ۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی مصوب شده است. جزئیات این گزارش نشان می‌دهد، در ۴ ماه نخست سال جاری نیز میزان سرمایه‌گذاری مصوب در کشور به حدود ۲,۴ میلیارد دلار رسیده است. تعداد ۵۹۰ فرصت سرمایه‌گذاری در سطح کشور شناسایی شده که از این تعداد ۱۹۲ فرصت سرمایه‌گذاری پالایش شدند و دارای استانداردهای لازم و انجام بازاریابی بین‌المللی است. این گزارش نشان می‌دهد، در بازه زمانی شهریورماه ۹۸ تا ۱۵ مردادماه ۹۹ به میزان ۶۳,۲۸ میلیون یورو تسهیلات از بانک توسعه اسلامی جذب شده است. از دیگر اقدامات در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی این که زمان صدور مجوز سرمایه‌گذاری خارجی از ۴۵ روز به ۲۲ روز کاری کاهش یافت.

۲۰۴

میلیارد دلار

در ۴ ماه نخست امسال
۲,۴ میلیارد دلار
برای طرح‌های
سرمایه‌گذاری
خارجی مصوب شده
است

سهم صندوق توسعه ملی در مبارزه با کرونا

اختصاص ۳۰ درصدی منابع کرونایی

وزارت امور اقتصادی و دارایی در یک گزارش مالی اعلام کرد که در پنج ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹ بیش از ۷ هزار میلیارد تومان بابت هزینه‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا به دستگاه‌های اجرایی از جمله وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان تأمین اجتماعی، دانشگاه‌های علوم پزشکی و... از محل منابع تأمین شده (صندوق توسعه ملی)، پرداخت شده است. براساس مصوبه سران قوا و اذن مقام معظم رهبری یک میلیارد یورو از صندوق توسعه ملی برای حمایت از کادر درمان در نظر گرفته شد که گفته شده ۳۰ درصد آن تاکنون پرداخت شده است. همچنین در این گزارش آمده است که در ۵ ماهه امسال ۷۵ هزار میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی منتشر شد.

۷ هزار میلیارد تومان

در ۵ ماهه سال ۱۳۹۹ بیش از ۷ هزار میلیارد تومان بابت
هزینه‌های ناشی از کرونا به دستگاه‌های اجرایی
اختصاص یافت

تامین مالی تولید از بورس محقق می‌شود؟ افزایش جذب سرمایه در بورس

گزارش رسمی وزارت امور اقتصادی و دارایی نشان می‌دهد که در مجموع در ۴ ماهه سال جاری بیش از ۲۳۱ هزار میلیارد تومان منابع از طریق بازار سرمایه تجهیز و جذب بازار سرمایه شد. این در حالی است که سال ۹۸ کل رقم جذب شده در بازار سرمایه ۲۶۴ هزار میلیارد تومان بود. طبق این گزارش ۱۲ شرکت تا ۸ مرداد ماه سال ۹۹ به ارزش ۱۵۵۶۱۵ میلیارد ریال در بورس و فرابورس عرضه اولیه شدند. همچنین مجوز افزایش سرمایه از محل مطالبات آورده نقدی و صرف سهام به مبلغ ۱۲۹۵۴۳ میلیارد ریال در ۴ ماهه ابتدایی سال ۹۹ صادر شد. یکی دیگر از اقدامات صورت گرفته که به پیشنهاد دولت و با مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا انجام شده انتشار ۱۰ و ۹۵۰ میلیارد تومان اوراق مرابحه عام مازاد بر سقف بودجه است که طی سه ماه اول سال ۹۹ منتشر شد.

۲۳۱ هزار میلیارد تومان

در ۴ ماه ابتدایی امسال ۲۳۱ هزار میلیارد تومان جذب بازار
سرمایه شده است

سه‌م ۳,۸ درصدی تعاون از اقتصاد واگذاری ۱۵ شرکت از طریق بورس

وزارت اقتصاد در گزارشی که نیمه شهریورماه منتشر شده، اعلام کرد که طی یک سال اخیر ۱۵,۴ هزار میلیارد تومان درآمد از محل فروش شرکت‌های دولتی به دست آمده است. طی یک سال اخیر دو بنگاه به ارزش ۲۹ هزار میلیارد ریال به صورت بلوکی، ۱۲۵ هزار میلیارد ریال از سهام ۱۵ شرکت دولتی نیز از طریق بورس و اوراق بهادار به صورت خرد و تدریجی و یک بنگاه به ارزش حدود ۶۲ هزار میلیارد ریال به صورت بلوکی بابت رد دیون دولت به سازمان تأمین اجتماعی واگذار شد. یکی از مسائل مهم، هدف‌گذاری سه‌م ۲,۵ درصدی تعاون از اقتصاد کشور طبق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و قانون برنامه ششم است که آخرین بررسی مرکز آمار ایران با لحاظ سهام عدالت این رقم را ۲,۸ درصد برآورد می‌کند.

۱۵,۴ هزار میلیارد تومان
مجموع واگذاری شرکت‌های دولتی در یک سال گذشته
۱۵,۴ هزار میلیارد تومان بوده است

تجارت در مناطق آزاد کاهش یافت افزایش سرمایه‌گذاری داخلی در مناطق آزاد

آمارهای رسمی وزارت امور اقتصادی و دارایی نشان می‌دهد که در سال ۹۸ میزان سرمایه‌گذاری داخلی در مناطق آزاد ۱۰ هزار و ۷۵۹ میلیارد تومان بوده که نسبت به سال ۹۷ افزایش داشته است. این در حالی است که ارزش سرمایه‌گذاری خارجی در این مناطق طی سال ۹۸ معادل ۲۱۱ میلیون دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته است. ارزش تولیدات این مناطق در سال ۹۸ بالغ بر ۴ هزار میلیارد تومان بوده است. همچنین میزان صادرات به خارج از کشور به ۹۴۱ میلیون دلار رسیده است. در حالی که صادرات در سال ۹۷ حدود یک میلیارد دلار بوده است. میزان واردات به منظور تولید عرضه و مصرف در مناطق نیز سال ۹۷ بیش از یک میلیارد ۲۹۰ میلیون دلار بوده که در سال گذشته به رقم ۷۱۸ میلیون دلار کاهش یافته است.

۱۰,۷ هزار میلیارد تومان
میزان سرمایه‌گذاری داخلی در مناطق آزاد در سال ۹۸
معادل ۱۰ هزار و ۷۵۹ میلیارد تومان بوده است

جزئیات فعالیت صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک کاهش تقاضا برای کسب و کارهای کوچک و متوسط

طی ۳ ماهه اول امسال مبلغ ضمانت‌نامه‌های صادره صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک با افت ۱۲,۹ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴ میلیارد و ۱۴۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. در این مدت تعداد طرح‌های ورودی برای دریافت ضمانت‌نامه صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک ۱۷ فقره بود که در مقایسه با ۳ ماهه اول سال قبل ۲۹,۲ درصد افت داشته است. در عین حال تعداد ضمانت‌نامه‌های صادره طی ۳ ماهه اول امسال برابر با مدت مشابه سال قبل یعنی ۶ فقره بوده است. تعداد ضمانت‌نامه‌های تمدیدی صندوق سرمایه‌گذاری صنایع کوچک هم با کاهش ۳۵,۹ درصدی طی ۳ ماهه اول امسال نسبت به ۳ ماهه اول سال قبل مواجه شده است به طوری که در این مدت فقط ۲۵ فقره ضمانت‌نامه تمدید شده است. مبلغ ضمانت‌نامه‌های تمدیدی نیز با افت ۴۰,۸ درصدی به ۱۷ میلیارد و ۲۴۴ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسیده است.

۱۲,۹ درصد
صندوق ضمانت‌نامه
سرمایه‌گذاری صنایع
کوچک در بهار امسال ۱۲,۹
درصد کاهش یافت

تعداد خودروهای دولتی کاهش یافت افزایش شناسایی املاک دولتی

گزارش وزارت اقتصاد نشان می‌دهد در بخش مدیریت دارایی‌های دولتی تا مردادماه سال ۹۹ بالغ بر ۴۴۱ هزار ۷۵۴ ملک دولتی ثبت شده که از این تعداد بیش از ۲۳ هزار ملک آن در یک سال اخیر شناسایی و ثبت شد. جزئیات این گزارش حکایت از آن دارد که طی یک سال منتهی به پایان مردادماه سال جاری ۹۰۷ فقره گواهی برای مستندسازی اموال غیرمنقول دولتی به منظور تثبیت مالکیت دولت صادر شده است. از مرداد سال ۹۸ تا مرداد سال ۹۹ تعداد ۷,۵ میلیون قلم اموال منقول شناسایی و ثبت شده است. در حوزه خودروهای دولتی، در یک سال گذشته تعداد خودروهای دولتی ۱۲۴۷ خودرو کاهش یافته است. وزارت اقتصاد اعلام کرد در راستای شناسایی اموال دستگاه‌های اجرایی بالغ بر ۶۳۴ ملک مزاد شناسایی و مجوز فروش آن صادر شده است.

۴۴۱ هزار مورد
تعداد ملک‌های دولتی تا مردادماه ۹۹
به ۴۴۱ هزار و ۷۵۴ مورد رسیده است

جزئیات فعالیت سامانه صدور مجوزها پاسخ به ۵۱ درصد درخواست‌های کسب و کار

مرکز مطالعات پایش و بهبود فضای کسب و کار اعلام کرد که مردم در سامانه صدور مجوزهای کشور بیش از ۸۵۵ هزار درخواست مجوز کسب و کار ثبت کردند که ۵۱ درصد مجوز آنها صادر شده است. از این تعداد بالغ بر ۸۴۸ هزار درخواست مجوز صنفی ثبت شده که به ۶۳ درصد آن یعنی ۵۳۸ هزار و ۹۲۹ درخواست پاسخ داده شد. سامانه سام به عنوان بخشی از پنجره واحد کسب و کار کشور در حوزه صدور مجوزهای کسب و کار یک سیستم اطلاعاتی تحت وب و قابل دسترسی در هر زمان و مکان است که به عنوان عامل توانمندساز در نظر گرفته شده است. دبیرخانه هیئت مقررات‌زایی و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار از طریق این سامانه وظایف قانونی خود را در زمینه نظارت بر زمان‌بندی و وضعیت فرآیند صدور مجوزهای کسب و کار توسط دستگاه‌های اجرایی انجام می‌دهد.

۸۵۵ هزار درخواست
در سامانه صدور مجوزهای کشور ۸۵۵ هزار
درخواست ثبت شده است

سازمان‌ها

سازمان بهداشت جهانی گزارش داد
بیماران غیر کرونایی در بحران

از وقتی که کرونا شایع شده، سازمان بهداشت جهانی هم به یکی از پرکارترین سازمان‌های جهانی تبدیل شده است. این سازمان اخیراً در گزارشی به بررسی وضعیت ۱۰۵ کشور جهان پرداخته است. البته این بررسی براساس داده‌هایی صورت گرفته که دولت‌ها در این کشورها منتشر کرده‌اند. اما مشکل فقط کرونا نیست، بسیاری از افراد به بیماری‌های غیر کرونایی مبتلا می‌شوند. به نظر می‌رسد که شرایط برای این بیماران مساعد نیست. طبق گزارش‌هایی که به دست آمده، نظام خدمات‌رسانی در حوزه درمان به بیماران غیر کرونایی، کاملاً مختل شده است. در واقع شرایط کرونایی باعث شده ۹۰ درصد از کشورها نتوانند به بیماران غیر کرونایی خود، خدمات درمانی لازم را ارائه دهند. بسیاری از بیماران خاص هم با بحران‌های جدی و خطر مرگ مواجه هستند.

۹۰ درصد

از کشورها به دنبال شیوع کرونا، در ارائه خدمات درمانی به بیماران غیر کرونایی با مشکل مواجه شده‌اند

برآوردهای بانک جهانی از انفجار بیروت
احیای یک شهر

بلافاصله بعد از انفجاری که در بیروت رخ داد، عده‌ای از کارشناسان راهی این شهر شدند تا عمق فاجعه را ارزیابی کنند. آن‌ها برنامه‌هایی هم برای احیای این شهر ارائه کرده‌اند. سازمان و اتحادیه اروپایی هم از دیگر سازمان‌هایی هستند که در کنار بانک جهانی در این شهر حضور داشته‌اند و تلاش کرده‌اند میزان خسارت‌ها را برآورد کنند. بسیاری از زیرساخت‌ها در این شهر تخریب شده و بخش‌های عمده‌ای به ویرانه تبدیل شده است. از طرف دیگر این شهر با بحران کرونا هم مواجه است. به همین دلیل به اقدامات فوری و حیاتی بخش برای ادامه زندگی نیاز دارد. دولت‌ها و سازمان‌ها تلاش دارند با ارائه برنامه‌های مختلف، به بازسازی سریع‌تر این شهر کمک کنند. بسیاری از افراد هم کمک‌های خود را روانه این شهر کرده‌اند.

۴.۶ میلیارد دلار

میزان خسارتی که طبق پیش‌بینی‌های بانک جهانی در انفجار بیروت ایجاد شده است

گزارش ماهانه فائو نشان داد

افزایش قیمت مواد غذایی

قیمت جهانی مواد غذایی در ماه آگوست برای سومین ماه متوالی، افزایش پیدا کرد. دلیل اصلی این اتفاق، افزایش تقاضا و ضعف دلار آمریکاست. شاخص قیمت مواد غذایی فائو، قیمت‌های بین‌المللی را رصد می‌کند. این داده‌ها براساس تجارت کالاهای خوراکی در سطح بین‌المللی به دست می‌آیند. غلات، ذرت و شکر جزو اقلامی هستند که فائو به صورت دائمی آن‌ها را بررسی می‌کند. البته ناگفته نماند که شرایط کرونایی هم در این افزایش قیمت، بی‌تاثیر نبوده است. اگر وضعیت نقل و انتقالات کالاهای خوراکی از جمله برنج و گوشت، بهبود پیدا کند، می‌توان انتظار داشت که این قیمت‌ها هم تا حدودی کاهش پیدا کند. اما ادامه وضعیت موجود برابر خواهد بود با افزایش دوباره اقلام خوراکی در سطح جهان. بعید است قیمت‌ها به سطوح خود در سال ۲۰۱۹ برسند.

۲

درصد

افزایش قیمت مواد
خوراکی در سطح جهان
در عرض یک ماه بوده است

صندوق بین‌المللی پول گزارش داد

ترومای تور بیسم

یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین بحران‌هایی که کرونا به وجود آورده، بحران در صنعت گردشگری است. بعید است هیچ صنعتی به اندازه صنعت گردشگری در این مدت آسیب دیده باشد. در شرایطی که مدام اصرار می‌شود همه در خانه بمانند، سفرها لغو شده و خبری از گردشگری نیست. اما این صنعت به صورت کلی در جهان، نقش مهمی را در اقتصاد ایفا می‌کند. بسیاری از آسیب‌های اقتصادی کشورها از همین بحران گردشگری ناشی می‌شود. در واقع اگر کشورها دوباره بتوانند گردشگر جذب کنند، جلوی بحران هم گرفته می‌شود. اما تا وقتی کرونا حضور دارد، خبری از گردشگری هم نخواهد بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد ۷۰ درصد از صنعت گردشگری به کل از بین رفته است. خبری از گردشگران جدید نیست و این می‌تواند بحران را دنباله‌دار کند.

۷۰ درصد

از صنعت گردشگری در سطح جهان
به دلیل شیوع کرونا، از بین رفته است

سازمان جهانی کار بررسی کرد

آینده چه شکلی است؟

بحران‌ها هر چند وقت یک بار به دنیا می‌آیند و با خود خیلی چیزها را نابود می‌کنند. در یک قرن گذشته، هفت بحران در جهان رخ داده که تأثیرات بین‌المللی داشته و به نوعی همه کشورهای جهان را متاثر کرده است. ابتدا دو جنگ جهانی بوده است که هر کدام در سال ۱۹۱۴ تا ۱۹۱۸ و همچنین ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۵ کل دنیا را به هم ریختند. بعد از دو همه‌گیری هم رخ داده، یکی آنفلوآنزای اسپانیایی در سال ۱۹۱۸ بوده و دیگری بیماری ایندز که از دهه ۸۰ میلادی رایج شده است. بحران سیاسی جنگ سرد هم در سال ۱۹۸۹ روی تمام جهان اثر گذاشت و در نهایت دو بحران مالی بود که مربوط به سال‌های ۱۹۲۹ و ۲۰۰۸ بوده است. حالا نوبت به بحران کرونا رسیده و این بحران هم مثل بقیه تمام خواهد شد. اما آینده بدون بحران‌های جدید نخواهد بود.

۷ مورد بحران

در یک قرن گذشته جهان را تکان داده و روی زندگی همه مردم زمین اثر منفی گذاشته است

شرکت اپل در تبلیغ آیفون جدید خود، روی مسئله حریم شخصی تمرکز کرده است. این شرکت در تبلیغ خود، به مقوله اشتراک گذاری بی رویه هم اشاره کرده و نشان داده چطور این رویه در شبکه‌های مختلف اجتماعی، می‌تواند حریم شخصی را مورد تعرض قرار دهد. این شرکت تصمیم دارد در محصولات جدید خود، بیشتر روی مقوله امنیت و حریم شخصی کار کند.

رسانه‌ها

نیویورک تایمز بررسی کرد آیا در رکود اقتصادی هستیم؟

ویروس کرونا منجر به بروز بحران‌های بسیاری در حوزه‌های اقتصادی شد. بسیاری از دولت‌ها و ایالت‌ها ناچار شدند نیروهای کاری خود را تعدیل یا به نوعی اخراج کنند. در حالی که تقاضا وجود دارد، اما راهی برای تولید و عرضه در شرایط کرونایی نیست. در آمریکا بیش از ۱ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از کارگران شغل خود را در یک ماه از دست داده‌اند. دولت‌های فدرال هم نمی‌توانند وضعیت اقتصادی را متعادل کنند. حتی کمک‌های کلاسی مثل کمک قهرمانانه ۱ تریلیون دلاری، نتوانسته اقتصاد این کشور را از بحران نجات دهد. آنچه در آمریکا مشاهده می‌کنیم بدون تردید نوعی بحران بزرگ است. افزایش مالیات هم نشان می‌دهد که به نوعی در رکود قرار گرفته‌ایم. به هر حال اقتصاد وضعیت سالمی ندارد و انتظار می‌رود به مرور بهبود پیدا کند.

۳۰۰ میلیارد دلار
کمبودی که در بودجه آمریکا برای سال جدید
به دلیل شیوع کرونا پیش بینی می‌شود

کاردین گزارش داد دادگاه نوجوانان برای تغییرات اقلیمی

چند سالی است که فعالان نوجوان و جوان در زمینه محیط‌زیست دست به کار شده‌اند و جنبش‌هایی برای آیندگان راه‌اندازی کرده‌اند. اکثر این جنبش‌های نوجوان و جوان، مربوط به کشورهای اروپایی است. حالا یکی از این جنبش‌ها در کشور پرتغال، دست به حرکتی متفاوت زده است. عده‌ای از فعالان کم‌سن‌وسال در این کشور، ۳۳ کشور جهان را بابت آلوده کردن جهان و تغییرات اقلیمی، محاکمه کرده‌اند. آن‌ها در دادگاهی، درخواست کرده‌اند این کشورها محاکمه شوند. به گفته این فعالان جوان، این کشورها بیشترین مسئولیت را در زمینه تغییرات اقلیمی دارند. آن‌ها با علم به اینکه این اقدامات منجر به تغییرات اقلیمی می‌شود، باز هم دست از کارهای جاه‌طلبانه خود برنداشته‌اند. به این ترتیب، باید محاکمه شوند.

۳۳ کشور
از سوی نوجوانان پرتغالی
به جرم ایجاد تغییرات اقلیمی محاکمه خواهند شد

رویترز خبر داد فرانسه به تکاپو افتاد

کشورهای اروپایی مدتی است که برای نجات اقتصاد خود به تکاپو افتاده‌اند. هر کدام از این کشورها، برنامه‌هایی را برای تحریک بخشی به اقتصاد در دستور کار خود قرار داده‌اند. فرانسه هم در برنامه‌های اقتصادی، تصمیم گرفته بسته‌های ۱۰۰ میلیارد یورویی که معادل ۱۱۸ میلیارد دلار است، برای رونق بخشی به اقتصاد ارائه دهد. کرونا اقتصادهای مختلف را با مشکلاتی عمیق مواجه کرده است. امانوئل مکران، رئیس‌جمهوری فرانسه امیدوار است با این بسته حمایتی و همچنین با برخی از اصلاحاتی که در ساختار کسب و کارها ایجاد کرده، رونقی را در اقتصاد فرانسه ایجاد کند. فرانسه در این مدت، مانند سایر اقتصادها، با بحران‌های شدیدی مواجه شده است. کشورهای اروپایی انتظار دارند با طرح‌ها و بسته‌های حمایتی، خود را از بحران نجات دهند.

۱۱۸ میلیارد دلار
ارزش بسته حمایتی
فرانسه که قرار است به
رونق بخشی اقتصاد
کمک کند

سی‌ان‌ان بیزنس بررسی کرد غول نفتی جهان چه می‌شود؟

همه‌گیری کرونا صنعت نفت را در جهان با مشکلاتی مواجه کرده است. بسیاری از بازیگران اصلی و بزرگ در عرصه نفت و انرژی ناچار شده‌اند بازی خود را عوض کنند. آرامکوی سعودی به عنوان شرکت نفت رسمی عربستان سعودی هم باید قواعد بازی را تغییر دهد. این شرکت، سودده‌ترین شرکت نفت در جهان است. سقوط قیمت نفت به این غول نفتی هم آسیب‌های جدی وارد کرده است. دولت تلاش داشت بخشی از سهام این شرکت را بفروشد، تا بتواند بخشی از کسری بودجه خود را جبران کند و به علاوه از اعتیاد اقتصاد خود به نفت هم جلوگیری کند. حالا آرامکو باید کاری کند که در گذشته از آن انتظار نمی‌رفت: قراردادهای را رها کند و دارایی‌های خود را بفروشد. این اتفاقی است که اکنون در این شرکت بزرگ رخ خواهد داد.

۳۳ درصد
افت قیمت نفت از ابتدای سال ۲۰۲۰ تاکنون
به دلیل شیوع ویروس کرونا بوده است

رویترز خبر داد آمازون کرونا را شکست داد

اقتصاد بریتانیا قرار است با آمازون زنده شود. این شرکت گفته در سال ۲۰۲۰، بیش از ۷ هزار نیروی جدید در این کشور استخدام خواهد کرد. همه این نیروها هم قرار است به صورت دائمی استخدام شوند. به این ترتیب، آمازون در سال ۲۰۲۰ حدود ۱۰ هزار نیروی جدید استخدام کرده است. بریتانیا از سال ۲۰۰۹ به بعد، یعنی بعد از بحران بزرگ مالی، با مشکلات بزرگی مواجه شده بود. در این سال‌ها دولت‌ها و شرکت‌ها تلاش کرده‌اند به این کشور کمک کنند. اکنون نوبت به آمازون رسیده است. تعداد افراد بریتانیایی که در استخدام شرکت آمازون هستند تا پایان امسال به ۴۰ هزار نفر خواهد رسید. این غول اینترنتی آمریکایی، مهم‌ترین نقش را در اقتصاد بریتانیا در این دوره بازی خواهد کرد. در حالی که کرونا ضربه می‌زند، این اقدام آمازون می‌تواند بریتانیا را از بحرانی جدی نجات دهد.

۷ هزار نفر
نیروی جدید بریتانیایی که آمازون وعده داده
تا پایان سال ۲۰۲۰ به صورت رسمی و دائمی استخدام کند

کاهش ۳۵ درصدی معاملات ملک نشانه‌های رکود تورمی در بازار مسکن

میلیون و ۱۰۷ هزار تومان رسید. تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در ۵ ماه نخست سال ۱۳۹۹ به حدود ۴۶ هزار و ۴۵۸ واحد رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۵۶٫۹ درصد افزایش نشان می‌دهد. در این مدت متوسط قیمت یک متر مربع بنای واحد مسکونی معامله‌شده در شهر تهران ۱۹ میلیون تومان بوده است که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۴۹٫۷ درصد افزایش نشان می‌دهد.

قیمت مسکن در تهران همچنان روند صعودی خود را دنبال می‌کند به طوری که در مردادماه نیز متوسط قیمت مسکن در تهران رشد ۱۰٫۵ درصدی نسبت به تیرماه تجربه کرد. این در حالی است که تعداد معاملات در این ماه کاهش ۳۵ درصدی داشته است. این موضوع نشانه‌هایی از رکود تورمی در بازار املاک محسوب می‌شود. در مردادماه متوسط قیمت یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی در تهران به ۲۳

۴۹.۷

درصد
رشد قیمت مسکن
در ۵ ماهه امسال
نسبت به ۵ ماهه ۹۸

۵۶.۹

درصد
افزایش تعداد معاملات
مسکن در ۵ ماهه ۹۹
نسبت به ۵ ماهه ۹۸

درصد تغییر	مقطع زمانی			متوسط قیمت هر متر مربع (میلیون تومان)
	نسبت به ماه مشابه سال قبل	نسبت به ماه قبل	مرداد ۹۹	
۷۷٫۴	۱۰٫۵	۲۳٫۱	۲۲۰٫۹	۱۳۰٫۲
۱۷۵٫۸	-۳۵٫۴	۹۰٫۸۰	۱۴۰۴۷	۳۲۹۲

درصد تغییر	پنج‌ماهه				متوسط قیمت هر متر مربع (میلیون تومان)
	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۳۹۸	
۴۹٫۷	۹۶٫۴	۱۹۰٫۴	۱۲٫۷	۶٫۴۷	
۵۶٫۹	-۵۴٫۱	۴۶۴۵۸	۲۹۶۱۹	۶۴۵۵۹	

روند نزولی شاخص قیمت تولیدکننده معکوس شد افزایش نرخ تورم تولید در بهار

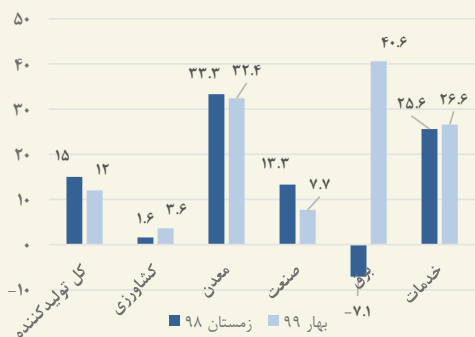
شاخص قیمت تولیدکننده که از بهار ۱۳۹۸ وارد روند نزولی شده بود و حتی در دو فصل پاییز و زمستان ۹۸ به منفی ۰٫۳ درصد رسیده بود، دوباره در فصل بهار ۹۹ با جهش جدی مواجه شده و با رشد ۱۱٫۷ درصدی نسبت به زمستان ۹۸، به ۱۱٫۴ درصد رسیده است. به نظر می‌رسد، گرانی و کمبود مواد اولیه و رشد هزینه‌های تولید از دلایل اصلی این جهش باشد. تورم نقطه به نقطه تولید در فصل بهار ۱۳۹۹ به ۱۲ درصد رسید که در مقایسه با همین اطلاع در فصل قبل ۳ واحد درصد کاهش داشته است. تغییرات میانگین شاخص کل قیمت تولیدکننده در چهار فصل منتهی به فصل بهار ۱۳۹۹ نسبت به دوره مشابه در سال قبل به ۲۳٫۶ درصد رسید که نسبت به همین اطلاع در فصل قبل ۱۳۰٫۱ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد.

تورم تولید در بهار ۹۹

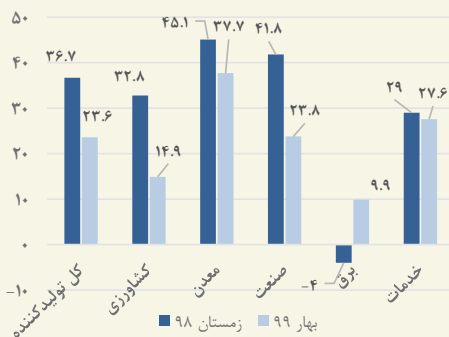
۱۱.۷

درصد
میزان افزایش
نرخ تورم تولید
در فصل بهار ۹۹
نسبت به زمستان ۹۸

تورم نقطه به نقطه



تورم سالانه



۲۳.۶

درصد
نرخ تورم تولیدکننده
در یک سال منتهی به
بهار ۹۹

کاهش نرخ تورم سالانه تورم نقطه‌ای افزایش یافت

گزارش مرکز آمار ایران از شاخص قیمت مصرف‌کننده نشان می‌دهد که نرخ تورم سالانه منتهی به مرداد ۹۹ کاهش یافته اما تورم نقطه به نقطه با افزایش مواجه بوده است. نرخ تورم نقطه‌ای در مرداد ماه ۱۳۹۹ به عدد ۳۰,۴ درصد رسیده که در مقایسه با ماه قبل ۳,۵ واحد درصد افزایش یافته است. نرخ تورم ماهانه مرداد ۱۳۹۹ نیز به ۳,۵ درصد رسیده که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل، ۲,۹ واحد درصد کاهش داشته است. طبق اعلام مرکز آمار، نرخ تورم سالانه مرداد ماه ۱۳۹۹ برای خانوارهای کشور به ۲۵,۸ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰,۶ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد. نرخ تورم سالانه برای خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب ۲۵,۹ درصد و ۲۵,۴ درصد بوده که به ترتیب ۰,۵ و ۱ واحد درصد نسبت به ماه قبل کاهش داشته است.

۲۲.۴

درصد

نرخ تورم بخش
خوراکی‌ها و
آشامیدنی‌ها در ۱۲
ماه منتهی به مرداد
۹۹

جزئیات نرخ تورم در کالاها و خدمات مختلف		
تغییر نرخ تورم ۹۹ نسبت به تیر ۹۹	تغییر نرخ تورم ۹۹ نسبت به مرداد ۹۸	گروه‌های اصلی
۳,۵	۲۵,۸	خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها
۵,۸	۳۱,۴	دخانیت
۳,۳	۳۲,۷	پوشاک و کفش
۲,۸	۲۵,۸	مسکن، آب، برق و سایر سوخت‌ها
۵,۹	۳۵,۸	اثاث، لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه
۱,۷	۱۲,۵	بهداشت و درمان
۵,۲	۶۵,۱	حمل و نقل
۱,۷	۱۲,۵	ارتباطات
۴,۷	۳۴,۳	تفریح و امور فرهنگی
۲,۲	۲۳,۹	تحصیل
۳,۳	۲۳,۲	رستوران و هتل
۳,۷	۳۳,۵	کالاها و خدمات متفرقه

۲۳.۶

درصد

نرخ تورم بخش
بهداشت و درمان
در ۱۲ ماه منتهی به
مرداد ۹۹

بهبود نسبی شاخص مدیران خرید تولیدکننده‌ها، درگیر تامین مواد اولیه

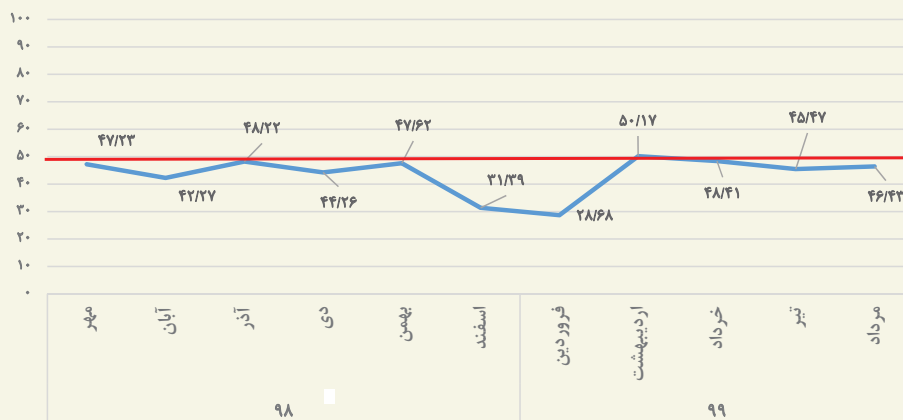
شاخص شامخ کل اقتصاد در مردادماه ۱۳۹۹ با ۰,۹۶ واحد بهبود نسبت به ماه قبل، ۴۶,۴۳ واحد اعلام شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد گرچه شامخ کل اقتصاد در مردادماه معادل ۲,۱۱ درصد نسبت به تیرماه بهبود یافته است اما همچنان از افزایش فشاری بر فعالیتهای در برخی حوزه‌های مهم نظیر تقاضای جدید مشتریان و حجم و قیمت مواد اولیه و لوازم مورد نیاز تولید حکایت دارد. طبق این گزارش، شاخص بخش صنعت نسبت به ماه‌های قبل شاهد ریزش جدی بوده و از ۵۵,۲۵ واحد در تیرماه به ۴۸,۰۸ واحد در مردادماه رسیده است. در این دوره، شاخص میزان سفارشات خرید مشتریان به ۴۱,۵۳ واحد رسیده که ۴ ماه گذشته کمترین مقدار را به ثبت رسانده است. بررسی نظرات فعالان اقتصادی در این دوره نشان می‌دهد، بیشترین بخش تأثیرگذار در کاهش شاخص میزان سفارشات خرید مشتریان، افت شدید تقاضا در بخش صنعت بوده است. از سوی دیگر در مردادماه امسال، شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده نیز به ۴۰,۲۴ واحد رسیده که کمترین مقدار در میان زیرشاخص‌های شامخ محسوب می‌شود و نشان‌دهنده کمبود مواد اولیه برای بنگاه‌های اقتصادی است.

۲.۱۱

درصد

میزان بهبود شاخص
مدیران خرید
در مرداد ۹۹

مقایسه شامخ کل اقتصاد در ۱۱ ماه گذشته (دوره اول تا یازدهم)



۴۰.۲۴

واحد

شاخص موجودی مواد
اولیه در مرداد ماه



هاروارد بیزینس ریویو: اشتباه در مدیریت منابع انسانی

شرکت‌های بزرگ کارکنان زیادی دارند و خطا در رهبری افراد می‌تواند آن‌ها را با بحران‌های عظیمی روبه‌رو کند

مجله هاروارد بیزینس ریویو مطلب روی جلد این شماره خود را به موضوع مدیریت منابع انسانی اختصاص داده است. این روزها مدیران منابع انسانی خیلی گرفتارند و دلیلش هم این است که در میانه عالم‌گیری ویروس کرونا و دور کاری کارکنان و رکود اقتصادی، سروکله زدن با افراد بسیار دشوارتر شده. اما مشکل اینجاست که اگر بیش از اندازه هم بر این موضوع تاکید کنیم و بخواهیم با اصول مهندسی و موشکافانه و دقیق با آن روبه‌رو شویم، دچار بحران‌هایی خواهیم شد که هاروارد بیزینس ریویو به آن‌ها تحت عنوان «مهندسی بیش از حد کارکنان» اشاره می‌کند. ادی ایگناتیوس که سردبیر مجله است، در همان اول کار سرمقاله‌ای نوشته و گفته که ما همواره در موقعیت‌های اضطراری مثل کووید-۱۹ با سؤالات قدیمی مواجه می‌شویم و باید جواب‌های جدیدی به آن‌ها بدهیم، به‌اضافه اینکه از درس‌های گذشته نیز استفاده کنیم. مطلب جالب دیگری که در این شماره منتشر شده، درباره حذر کردن از گرفتن اطلاعات بیش از حد در شرکت‌ها است. مخلص کلام این است که بسیاری از مدیران به‌طور فعال و آگاهانه از قرار گرفتن در برابر اطلاعات زیادی که به آن‌ها می‌رسد پرهیز می‌کنند و این کار می‌تواند در گرفتن تصمیم‌های بهتر به آن‌ها کمک کند. یکی از بخش‌های این شماره هاروارد بیزینس ریویو به محیط‌زیست اختصاص پیدا کرده است. اینکه شرکت‌ها چطور می‌توانند براساس مسئولیت اجتماعی خود به پایداری محیط‌زیست کمک کنند و در نهایت کسب و کار خود آن‌ها نیز از این حرکت منفعت کسب کند، حاصل سه مطلبی است که در این زمینه منتشر شده. این روزها که بحث تبعیض نژادی در آمریکا داغ است، مطلبی نیز در این شماره نوشته شده با این مضمون که چطور می‌توان در شرکت‌ها برابری نژادی نیروی کار را محقق کرد. زنجیره تامین کسب و کارها در جهان بعد از عالم‌گیری ویروس کرونا نیز از دیگر مباحثی است که در این شماره هاروارد بیزینس ریویو به آن پرداخته شده است. استفاده از یادگیری ماشینی هم موضوع یکی از مطالب این شماره است. این روزها بسیاری از شرکت‌ها از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند و یادگیری ماشینی هم یکی از شاخه‌های مهم و کاربردی هوش مصنوعی است. البته همواره نیز بحث فراوانی در میزان موفقیت خودکارسازی استراتژی‌ها مطرح بوده که این مطلب تلاش کرده از دید خوشبینانه به موضوع نگاه کند. نویسنده مطلب شرح می‌دهد که چطور کسب و کارها می‌توانند از یادگیری ماشینی برای موفقیت فعالیت خود بهره بگیرند و بخشی از کارهای خود را به هوش مصنوعی بسپارند.

فورچون: پیشی گرفتن چین از آمریکا

به نقطه‌ای رسیده‌ایم که دو قدرت بزرگ جهانی می‌خواهند از هم سبقت بگیرند

طرح جلد شماره جدید مجله فورچون در نگاه اول مثل یک پازل از راه‌های پیچ‌درپیچ است که باید مسیر درست را در میان آن‌ها پیدا کرد. اما از نزدیک که به طرح نگاه کنید، می‌بینید این‌ها مجموعه‌ای از نمودارها هستند که روی هم افتاده‌اند و در هم گره خورده‌اند؛ نمودارهای تولید ناخالص داخلی. دوتا از نمودارها با رنگ دیگری برجسته شده‌اند که نمودار چین و آمریکا هستند. بازه زمانی نمودار از سال ۱۹۹۰ است تا ۲۰۲۰ یعنی سه دهه را پوشش داده است. البته برای اینکه طرح جلدی گرافیکی و انتزاعی به دست بیاید، کمی اغراق و کمی تغییر در شکل واقعی نمودارها رخ داده است اما کلیت نمودارها حقیقت را نشان می‌دهد. در این طرح جلد می‌بینیم که در خلال این سه دهه چین با شیبی تند بالا آمده اما آمریکا هیچ تغییری نکرده و حالا در سال ۲۰۲۰ و نقطه انتهایی نمودار چین از آمریکا جلو زده است. تیتز فورچون فحواً کلام را چنین شرح داده است: «جهان بر سر دوراهی» و زیرتیتر نوشته است: «چطور اوج گیری چین نظم جهانی بعد از عالم‌گیری کرونا را شکل خواهد داد». مجله فورچون این شماره سی‌سالگی شاخص «فورچون گلوبال ۵۰۰» را هم جشن گرفته است. این شاخص ۵۰۰ شرکت بزرگ جهان را معرفی می‌کند. در سال ۲۰۱۹، بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان به ترتیب عبارت بوده‌اند از وال‌مارت، سینوپک گروپ، استیت گرید، شرکت ملی نفت چین، رویال داچ شل، آرامکو، فولکس واگن، بریتیش پترولیوم، آمازون و تویوتا. هنوز می‌توان دید که شرکت‌های نفتی و خودروسازی دست بالا را در بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان دارند. در سال گذشته میلادی، ۵۰۰ کشور بزرگ جهان ۳۳،۳ تریلیون دلار درآمد و ۲،۱ تریلیون دلار سود کسب کردند. آن‌ها در مجموع ۶۹،۹ میلیون نفر نیروی کار دارند و دفاتر مرکزی‌شان در ۳۲ کشور گسترده است. یکی از موضوعات دیگر این شماره خودروهایی الکتریکی است. فورچون مطلبی کار کرده درباره اینکه چطور شرکت تسلا که خودروهایی برقی می‌سازد به بزرگ‌ترین شرکت خودروسازی جهان تبدیل شده است. همچنین گزارشی در همین شماره منتشر شده درباره اینکه انقلابی نیز در ساختن کامیون‌ها و تریلی‌های الکتریکی در حال وقوع است. موضوع جالب توجه دیگر این شماره شرکت‌های سازنده نیمه‌رساناها هستند که چین و آمریکا بر سر جذب‌شان رقابت می‌کنند و حالا باید دید آن‌ها به کدام طرف وفادارتر خواهند بود.



نیوزویک: نگرانی از آینده اقتصاد

بخش زیادی از مردم آمریکا نگران آینده اقتصادی خودند و می‌گویند که رویای آمریکایی در نظر آن‌ها کم‌رنگ‌تر شده است

یک ویروس کرونا که مثل یک پتک بسته شده به زنجیر آمده و دارد یک فلک طلایی را خراب می‌کند. این طرح جلد آخرین شماره مجله نیوزویک است. هفت ماه از عالم‌گیری ویروس کرونا گذشته اما همچنان این موضوع همه جوانب زندگی شهروندان جهان را تحت تاثیر خود دارد. مطلب روی جلد نیوزویک می‌گوید که استرس‌ها و فشارهای بعد از دوران شیوع کووید-۱۹ نباید باعث شود که تصمیم‌گیری‌ها درباره مدیریت مالی به‌اشتباه گرفته شود بلکه باید خیلی خونسرد و عاقلانه کارهای مدیریتی مالی و تامین سرمایه را پیش برد تا کمترین افراد و کسب‌وکارها به دردمس بیفتند. نیوزویک در هر شماره خود یکی از شماره‌های دهه‌های قبلش را نیز مرور می‌کند. در این شماره جلدی از نیوزویک سال ۱۹۶۶ را آورده که وال استریت اوضاع خوبی نداشته و نمودارهای اقتصادی همه رو به پایین بوده، سپس یاد کرده از آن ایام که شباهت‌های زیادی با دوران کنونی دارد. چند صفحه از مجله این شماره اختصاص پیدا کرده به کتاب خاطرات یکی از مقامات سازمان سیا که به‌تازگی منتشر شده و درباره تاثیر روس‌ها بر انتخابات سال ۲۰۱۶ آمریکا حرف‌های زیادی دارد. حالا که بحث انتخاب آمریکا داغ است و باز نگرانی از اثرگذاری روسیه بر انتخابات با استفاده از رسانه‌های اجتماعی رو آمده، احتمالاً از این کتاب نیز استقبال خوبی خواهد شد. هنوز سال میلادی تمام نشده، نیوزویک مطلبی در این شماره منتشر کرده درباره اینکه بهترین فروشگاه‌های آنلاین سال ۲۰۲۱ چه خواهد بود و انواع فروشگاه‌های مد و لباس و خرده‌فروشی را پشت هم قطار کرده است. اوضاع اقتصادی مردم بد است که باید از حالا برای خریدهای سال بعد برنامه‌ریزی کنند. در بخش فرهنگی مجله نیز ۲۵ کتاب داستانی و غیرداستانی برای مطالعه در پاییز پیشنهاد شده است. این شماره مطلب مفصلی هم دارد درباره افراد آسیب‌پذیری که در عالم‌گیری کرونا صدمه دیده‌اند و الان نیاز به کمک دارند یا اینکه در شرایط بد اقتصادی به سر می‌برند و باید در سیاست‌گذاری‌ها مراقب آن‌ها بود. نتایج یک نظرسنجی هم که در بین آمریکایی‌ها انجام شده در دو صفحه این مجله به چاپ رسیده. شش نفر از هر ۱۰ آمریکایی در این نظرسنجی گفته است که بر اثر شیوع ویروس کرونا نظرش نسبت به «رویای آمریکایی» و آینده خودشان تغییر کرده و اکنون بیشتر نگران عواقب اقتصادی این ماجرا هستند. ۸۴ درصد شهروندان آمریکایی گفته‌اند که وضعیت اقتصادی زندگی‌شان به‌سبب شیوع کووید-۱۹ دستخوش تغییر شده است و نگران سال‌های آینده‌اند.



اکنونمیست: انتخابات مضمّن کننده

انتخابات آمریکا از همین حالا چهره چندان جذابی ندارد و معلوم است که پر خواهد بود از اتفاقات زشت و قبیح

مجله بریتانیایی اکنونمیست بیشتر از آنکه در کشور خودش مشتری داشته باشد در ایالات متحده خواننده دارد. برای همین، اتفاقاتی که به آمریکا ارتباط پیدا می‌کند برای این مجله نیز واجد اهمیت زیاد است. حالا این را هم به‌طعن بگوییم که آمریکا از بعد جنگ جهانی دوم چنان بساط خود را در همه‌جای جهان پهن کرده که مگر اتفاق بزرگی ممکن است در جایی بیفتد و به این کشور ربطی نداشته باشد با این کشور خودش را وارد معرکه نکند؟ باری، ماجرای انتخاب آمریکا که در نوامبر سال جاری میلادی برگزار خواهد شد یک رویداد سیاسی است که همه کشورهای جهان آن را دنبال خواهند کرد، به‌خصوص در این دوره که احتمال انتخاب دوباره ترامپ یا باختن او به یک جنگ حیثیتی در سیاست داخلی ایالات متحده تبدیل شده است. در هر حال، اکنونمیست روی جلد خود را به انتخابات آمریکا اختصاص داده و تیترو هم زده که معنی‌اش می‌شود انتخابات کریه یا انتخابات مضمّن کننده که اشاره دارد با اتهامات عجیب‌وغریبی که هر دو طرف برای بردن به یکدیگر می‌زنند. اکنونمیست در نسخه آسیایی خود طرح جلد را به کناره گرفتن شینزو آبه از نخست‌وزیری ژاپن اختصاص داده و روی جلد تیترو زده است: «چطور آبه ژاپن را تغییر داد». آبه طولانی‌ترین نخست‌وزیری در دوران ژاپن مدرن را تجربه کرد و به‌علت بیماری از کار خود استعفا داد. اما در این مدت که ۱۲ سال طول کشید، توانست اقتصاد ژاپن را متحول کند و بسته اقتصادی معروف خود را که به «آبه‌نامیکس» مشهور بود اجرا کند. او اقتصاد ژاپن را از رکود خارج کرد و توانسته پای نیروهای کار خارجی را به این کشور سالخورده بیش‌ازپیش باز کند. افزایش اهمیت هویت دیجیتال در دوران عالم‌گیری کووید-۱۹ نیز از دیگر موضوعاتی است که در اکنونمیست این شماره مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از کشورها برای کنترل رفت‌وآمد و فاصله‌گیری اجتماعی ناچارند افراد را رصد کنند و این کار با هویت دیجیتال آن‌ها اتفاق می‌افتد. در این شماره مطلبی هم به انتشار رسیده که به تامین مالی شرکت‌های چینی می‌پردازد و نویسنده می‌گوید حتی اگر جنگ تجاری بین آمریکا و چین اوج بگیرد، باز هم وال‌استریت و چین به هم نزدیک‌تر خواهند شد. این مطلب بر روند جهانی‌سازی و اینکه شرکت‌ها فارغ از مرزهای ملی به یکدیگر نزدیک می‌شوند تاکید دارد.



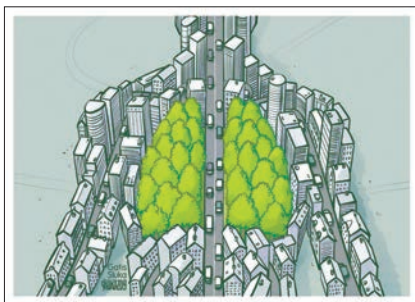
کار با اعمال شاقه اثر کانو گومز



توريسم اثر اسامه حجاج



بازمانده روز اثر مارکو دی آنجلیس



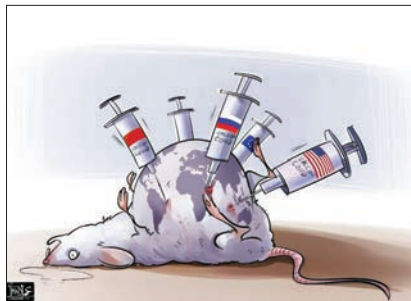
طبیعت اثر گاتیس اسلوکا



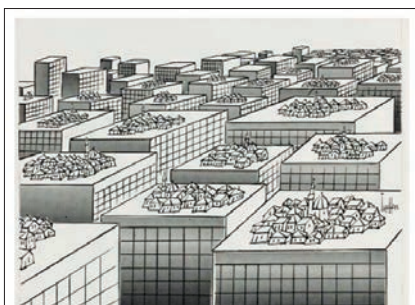
لبنان اثر ژان پلانتو



نان آور اثر اسیفور رهامام



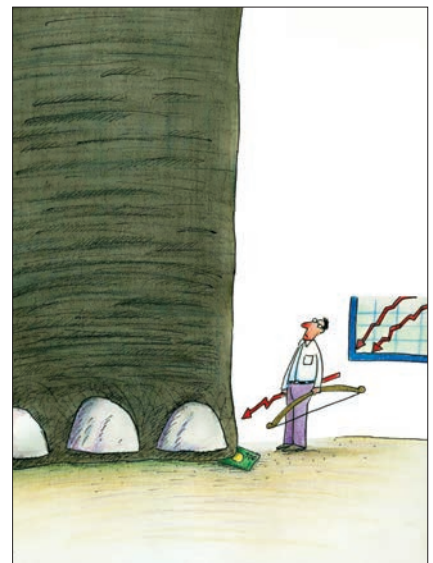
موش آزمایشگاهی اثر پانونی عماد



پشت‌بام‌نشینی اثر تورهان سلجوق



اروپا ۲۰۲۰ اثر امانوئل دل روسو



بورس اثر مسعود زردخشویی

..... جشن نامه



به مناسبت صدمین شماره آینده‌نگر

آینده‌نگری که در دست گرفته‌اید، صدمین شماره ماهنامه پارلمان بخش خصوصی در پایتخت است. در این شماره از نشریه دیدگاه‌های ده‌ها نفر از فعالان اقتصادی کشور، اعضای هیئت نمایندگان اتاق و کارشناسان اقتصادی و اجتماعی را درباره آینده‌نگری می‌خوانید.





تقویت ارتباط با مراکز پژوهشی

فرصت‌های آینده‌نگر فراوان است

جای بلند در توسعه

بایدها و نبایدهای آینده‌نگر در تدوین مدل توسعه

آینده‌نگر به دلیل وابستگی به اتاق بازرگانی و پارلمان بخش خصوصی به خودی خود از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اتاق بازرگانی به عنوان تشکل مردم‌نهادی که فعالان اقتصادی بخش خصوصی را گرد هم آورده، در اقتصاد کشور ما مهم است؛ بنابراین نشریه‌ای که این تشکل مردم‌نهاد هم آن را منتشر می‌کند، از نظر منبع و مرجع بودن اهمیت پیدا می‌کند. نشریه آینده‌نگر با توجه به دسترسی‌ای که به صاحبان حرف و مشاغل مختلف در فضای کسب و کار دارد، می‌تواند به بهترین شکل ممکن اخبار تجارت را



سیدبهاء‌الدین حسینی هاشمی

تحلیل‌گر بانکی

منعکس کند و با اتکا به توان کارشناسان تحلیل‌هایی را ارائه کند که برای فعالان اقتصادی مفید است. تحلیل‌ها و پیش‌بینی‌هایی که در آینده‌نگر به چاپ می‌رسد، برای آینده‌نگری و ارزیابی روندها و کسب اطلاعات از بازار و فضای کسب و کار مؤثر است و هرچه عمق این تحلیل و دقت آن‌ها افزایش پیدا کند، اعتبار و ارزش آینده‌نگر هم بیشتر می‌شود. آینده‌نگر باید به چرایی در راه فعالان اقتصادی برای تصمیم‌گیری بهتر تبدیل شود و البته نباید در این بین خود را به فعالان اقتصادی در بخش خصوصی محدود کند. صادرکنندگان و واردکنندگان همه بخش‌های اقتصادی می‌توانند به عنوان مخاطب از مطالب آینده‌نگر استفاده کنند و مأموریت شما این است که با ارائه اطلاعات و گزارش‌های داخلی و خارجی برای همه فعالان اقتصادی مؤثر باشید. از نظر من نشریه آینده‌نگر از پنج امتیاز، به امتیاز چهارم می‌رسد. هر از چندگاهی که نشریه را مطالعه می‌کنم می‌بینم که در بخش‌های مختلف از جمله تجارت گزارش‌های خوبی نوشته شده است. فکر می‌کنم برای بهبود بیشتر محتوای نشریه باید ارتباط مؤثرتری با مراکز پژوهشی برقرار کنید که در مجلس شورای اسلامی، دانشگاه‌ها، وزارت اقتصاد و دارایی، و بانک مرکزی کار می‌کنند. شکل‌گیری گروه‌های کارشناسی در بخش‌های مختلف مثل نفت و انرژی هم به ارائه تحلیل‌های دقیق و عمیق کمک می‌کند و عرصه را برای اظهار نظرهای تخصصی در نشریه بازتر می‌کند. آینده‌نگر نباید در ادامه راه خود به دیگر نشریات نگاه کند. این نشریه این فرصت را دارد تا کارهایی را بکند که دیگر نشریات نمی‌کنند. ارتباط با گروه‌های کارشناسی و البته مراکز پژوهشی زمینه را برای عمق بخشی به تحلیل‌های نشریه فراهم می‌کند. همان‌طور که از اسم آینده‌نگر پیدا است، این نشریه باید به تحلیل روندها در اکنون و آینده بپردازد. یکی از راه‌ها برای ارائه چنین تحلیل‌های عمقی استفاده از توان پژوهشگران در نشریه است به این معنا که از دل گزارش‌های دقیق آنها که البته گریزی هم به روندهای گذشته می‌زند، آینده را بررسی کنیم. ■

من قبل از اینکه از جایگاه رسانه‌های تخصصی بگویم باید به‌عنوان مخاطب مجله آینده‌نگر از جایگاه رفیع این مجله بگویم؛ یکی از بهترین نشریه‌های تخصصی ایران است؛ شاید بهترین نشریه تخصصی ایران معاصر. آینده‌نگر کارهای خوبی را تا به حال انجام داده و قدم‌های مهمی را به سوی توسعه اقتصاد کشور برداشته است. ماهنامه آینده‌نگر برای روشن شدن مسیر در آینده راه متفاوتی در پیش گرفته است. آنها به فکر ارائه مدل‌ها و نظر، راه و رویه‌های توسعه پایدار هستند. فعالان حوزه سیاسی درگیر قدرت هستند و تا به حال موفق نشده‌اند برای توسعه کشور مدل مناسب ارائه دهند. ما هنوز مدل توسعه ارائه ندادیم و بحث‌های توسعه گسیخته از هم عنوان می‌شود.



ناصر ریاحی

رئیس اتحادیه واردکنندگان دارو

نه در قالب مدل توسعه، بنابراین نمی‌تواند به مسیر برای توسعه به‌عنوان هدایتگر اقتصاد کشور برسد. نیروهای اقتصادی و فعالان اقتصادی در کنار اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی می‌توانند در این زمینه کار کنند. ماهنامه آینده‌نگر می‌تواند فرصت‌هایی را در اختیار پژوهشگران، فعالان اقتصادی و تحلیل‌گران قرار دهد تا نتایج کار خود را منتشر کنند؛ مشکل اصلی این است که این دانش‌جایی برای جمع‌بندی و ارائه ندارد. احزاب علاقه‌ای به این حوزه‌ها ندارند. آنها درگیر جزئی‌نگری هستند. سیاستمداران فکر می‌کنند مثلاً اگر مشکل فساد برطرف شود می‌توانند مسیر توسعه را هموار کنند یا اینکه اگر ۳ درصد تولید ناخالص داخلی به امر عدالت اجتماعی صرف شود، وضعیت جامعه بهتر می‌شود. در صورتی که در کشورهای اروپایی و آمریکایی حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد تولید ناخالص داخلی را صرف امر عدالت اجتماعی می‌کنند. از طرفی مشکل اصلی اقتصاد کشور نهادهای ناقص است؛ فساد و غارتگری به خاطر نقض همین نهادهای گسترده می‌شود. اولین و آسان‌ترین نحوه رسیدن به منافع رانت‌جویی است و این مشکل امروز اقتصاد ایران است. شفافیت جزو وظایف ذاتی دولت است؛ یکی از منابع بودجه عمومی دولت، مالیات است و دولت باید عملکرد شفاف داشته باشد، اگر چه در ایران این‌گونه نیست. اما نهادهای مدنی هم به‌عنوان جایی که باید سرمایه را به ارزش‌افزایی برسانند در توسعه کم‌کاری می‌کنند. وظیفه بسیار مهم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و بازرگانی این است که طراحی مدل توسعه سازگار با شرایط ایران را در دستور کار قرار دهد و آینده‌نگر هم باید در این مسیر گام بگذارد. باید اراده تدوین مدل توسعه در اتاق‌های بازرگانی باشد تا خبرنگاران و رسانه‌اش، مجموعه دانش خبر و کارشناسان را هم پیوند مستمر دهد تا در نهایت این اطلاعات به مدل تبدیل شود. اگر این هم‌پیوندی اتفاق نیفتد، آینده‌نگر در حد خبر روز تنزل می‌کند. آینده‌نگر به‌عنوان پایگاه فکری بخش خصوصی باید بتواند گفتمان خود را پالایش کند تا به دولت لایحه پیشنهاد کند و در نهایت به قانون تبدیل شود. اگر چه در ایران قانون‌گذاری به نهادهای سیاسی واگذار شده، اما باید توافقی اجتماعی صورت گیرد تا در نهایت جعل قانون اتفاق نیفتد. در مسیر آینده‌نگر باید برای هم‌پیوندی فعالان اقتصادی کارشناسان و خبرنگاران بهره گیرید. ■



مخاطرات آینده‌نگری

نقش آفرینی در بهبود سطح سواد اقتصادی

فعالیت رسانه‌های اقتصادی در شرایط کنونی کشور کار ساده‌ای نیست و شاید هر گروهی حاضر به پذیرش مخاطرات آن نباشد. جمع‌آوری دیدگاه‌های مختلف و رخدادهای کنونی که آثار و پیامدهای آن می‌تواند زمینه فعالیت بنگاه‌های اقتصادی را متاثر کند، یکی از اهرم‌های مؤثر در گذار آسان از شرایط سخت اقتصادی است و آینده‌نگر نشریه‌ای است که مخاطره انجام چنین کاری را پذیرفته است. به نظر من از این نظر باید به گروهی که آینده‌نگر را منتشر می‌کنند، دست‌مزد گفت چرا که در اقتصادهایی مثل اقتصاد ایران، مولفه‌های سیاسی بیش از مولفه‌های اقتصادی کار کرد



هادی حق‌شناس

تحلیل‌گر اقتصادی

دارد و پیش‌بینی کردن اقتصاد کشور، کاری پر مخاطره است. مهم‌ترین رسالت هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها و همه رسانه‌هایی که در حوزه اقتصادی کار می‌کنند، افزایش سطح سواد اقتصادی است. تولید ناخالص داخلی، رشد اقتصادی، تورم، سرمایه‌گذاری و بازار سهام، همه مفاهیم و واژه‌های تخصصی در حوزه اقتصاد است که شاید برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هم سنگین به نظر برسد. بنابراین نشریات باید با استفاده از نظر نیروهای متخصص و کارشناس، مردم را هرچه بیشتر با این مفاهیم آشنا کنند. اشخاص حقیقی که امروز در بازار سهام به کنشگری پرداخته و سرمایه خود را به جریان انداخته‌اند، با داشتن اطلاعات اقتصادی به کنشگران آگاه تبدیل می‌شوند تا توده‌ای که با هیجان‌زدگی بازار را به هم می‌ریزد. بنابراین نباید از نقش مهم رسانه‌های اقتصادی در افزایش سطح عمومی سواد اقتصادی مردم گذشت. به نظر من آینده‌نگر می‌تواند در این زمینه نقش عمده‌ای ایفا کند. آینده‌نگر می‌تواند به مردم بگوید اینکه می‌گوییم رشد اقتصادی منفی یا مثبت شده به طور مشخص یعنی چه؟ و اینکه بورس تا شاخص دو میلیون واحد بالا رفته و کاهش یافته چه معنایی دارد و آیا این سقوط و رشد شامل همه شرکت‌هاست یا خیر؟ اعداد و ارقام اقتصادی به طور مشخص در زندگی مردم چه معنایی دارد؟ وقتی از تورم می‌گوییم یعنی عدد تورم چه سهمی در سبد کالای مصرفی خانوار پیدا می‌کند؟ کار مهم نشریات اقتصادی پاسخ دادن به این پرسش‌هاست. پرسش‌هایی که می‌تواند به افزایش سطح سواد عمومی مردم کمک کند و به آگاهی هر چه بیشتر جامعه بنجامد. تحلیل‌های بنیادی با زبانی ساده و در عین حال دقیق می‌تواند آینده‌نگر را به چراغی روشن در مسیر فعالان اقتصادی تبدیل کند. ذی‌نفعان عمیق‌بخشی به فهم و درک اقتصادی کنشگران این عرصه با اتکا به رسانه‌هایی مثل آینده‌نگر هم، عموم مردم است. این امید وجود دارد که مطبوعات بیش از همیشه به این رسالت آگاهی‌دهی خود بپردازند. ■

تلاش برای تشنگی بیشتر مخاطب

غیبت آینده‌نگر در رسانه‌های اجتماعی

آینده‌نگر نسبت به دیگر نشریات در حوزه اقتصاد از پختگی و کیفیت خوبی برخوردار است. اما زمانی می‌توانیم به تحلیل درستی از نشریه آینده‌نگر برسیم که مخاطب آن را به طور مشخص تعریف کنیم. اگر منظور ما از مخاطبان آینده‌نگر، عموم کسب و کارهاست باید بگوییم که این نشریه برای همه کسب و کارها قابل استفاده نیست چرا که نشریه‌ای تحلیلی و سنگین است بنابراین محتوای آن لزوماً برای همه کسب و کارها و حتی برای بعضی بنگاه‌های اقتصادی بزرگ هم قابل استفاده نیست. از حیث تنوع در مطالب و محتوا و موضوعات، آینده‌نگر عملکرد موفقی



شهاب جوانمردی

مدیرعامل فناب

داشته است. محتوای این نشریه از تنوع خوبی برخوردار است و تلاش کرده چه در محتوای ترجمه‌شده و چه در پرونده‌های ویژه موضوعات عمده و کلان اقتصاد را پوشش دهد و به مجموعه‌ای از سلیقه‌ها و دیدگاه‌ها در باره یک موضوع به طور هم‌زمان برسد. طرح بیشتر مسائل مربوط به اقتصاد نوآوری از موضوعاتی است که آن را در کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال دنبال می‌کنیم و به نظر من نشریه آینده‌نگر ظرفیت خوبی برای طرح بیشتر این مسائل دارد. نکته مهم در این بین کار بیشتر ما در کمیسیون است تا محتوای لازم را برای عرضه و انتشار در این رسانه تهیه کنیم. به نظر من در آینده‌نگر این ظرفیت برای توجه بیشتر به مسائل حوزه اقتصاد نوآوری وجود دارد و ما باید به عنوان اعضای هیئت نمایندگان و کمیسیون‌های مربوط در این زمینه ارتباط مؤثرتری با نشریه برقرار کنیم. به نظر من آینده‌نگر برای بهبود سطح کیفی نشریه باید به دو نکته مهم توجه کند. نکته اول، انتشار مطالب آینده‌نگر در قالب پست‌های کوتاه در شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاشتن آن با مخاطبان در این فضاهاست. با این کار، به جای خواندن یک نشریه با بیش از ۱۹۶ صفحه محتوا و یا تورق آن می‌توان با دنبال کردن صفحات مجازی نشریه به موضوعات مورد نظر رسید. دست‌بندی محتوا با به اشتراک گذاشتن آن در فضای مجازی برای مخاطب ساده‌تر می‌شود. نکته دوم، یافتن پاسخ این سوال است: چه کنیم که کسب و کارها و مدیران ارشد آن‌ها انتشار این ده‌نگر را انتظار بکشند؟ فکر می‌کنم آینده‌نگر باید برای رسیدن به پاسخ این سوال هدف‌گذاری کند و ناب‌ترین تحلیل‌ها، اخبار و فرصت‌ها را برای ایجاد انتظار و تشنگی بیشتر در مخاطب ارائه دهد. باید محتوا و نحوه ارائه آن را به گونه‌ای طراحی کرد که مخاطبان نشریه، مدیران، سیاستگذاران، مسئولان و تصمیم‌سازان در فضای اقتصاد کشور به آینده‌نگر به عنوان یک مرجع نگاه کرده و منتظر آن بمانند. ■



بدون تعارف بنویسید

غیبت بعضی صنایع در آینده‌نگر

بررسی شماره‌های پیاپی نشریه نشان می‌دهد که آینده‌نگر روزبه‌روز بهتر شده و هر نسخه تازه از نظر کیفیت، تنوع و طراحی بهبود یافته است. کیفیت مطالب و محتوای نشریه در کنار ظاهر نشریه و طراحی‌اش، از نقاط قوت آینده‌نگر است. آینده‌نگر امروز جز نتیجه مدیریت خوب و تلاش تحریریه نیست اما یک نکته مهم در این بین استمرار نشریه و طرح مسائل اصلی و واقعیت‌ها بدون توجه به ملاحظات سیاسی است. از نشریه آینده‌نگر انتظار داریم حقایق و واقعیت‌ها را بیان کند و به گوش مسئولان برساند و امیدواریم مسئولان هم گوش شنوایی برای شنیدن این حقایق و

راه‌حل‌های بخش خصوصی داشته باشند. نکته دیگر، توجه بیشتر آینده‌نگر به صنایع مختلف است. در این نشریه درباره صنایع مختلف گزارش‌هایی می‌بینیم اما صنایع خاص و جوان‌تر در این رسانه کمتر مورد توجه است. برای مثال صنعت فرش ماشینی که به طور کلی در رسانه‌های کشور کمتر به آن توجه شده است. به دلیل بی‌توجهی عمده رسانه‌ها به این صنعت، این صنعت پرفرایده و صادراتی در کشور ما صدمه خورده است و البته محدودیت‌هایی داخلی هم باعث شده بسیاری از هنرمندان در صنعت فرش ایران به کشورهای دیگر از جمله هند، پاکستان، چین و... بروند و این هنر را توسعه دهند و اکنون محصول خود را به نام این کشورها صادر کنند. انتظار ما از رسانه‌ها این است که به پشت پرده‌ها بپردازند و حقایق را آشکار کنند تا دست صنعتگران ایرانی برای خدمت به کشور، ایجاد اشتغال پایدار و اثربخشی بر اقتصاد ایران بیشتر شود. بدون حقیقت‌نگری و آینده‌نگری حصول این نتیجه ممکن نیست و بدون پرداختن به چالش‌های صنایع راه به جایی نمی‌بریم. و البته باید در کنار چالش‌ها به راه‌حل‌ها هم نگاه کنیم. علاوه بر مشکلات بین‌المللی چالش‌هایی هم در داخل داریم که رسانه‌ها برای همگرایی و اتحاد بیشتر تولیدکنندگان باید به آن بپردازند. برای مثال در صنعت فرش کشور، محدودیت‌هایی مثل پیمان‌سپاری ارزی و ترکیب طرح‌های مختص مناطق به چالش‌هایی دامن زده که بد نیست آینده‌نگر به آن‌ها بپردازد. در بین فعالان صنفی بعضی ناهماهنگی‌ها باعث شده در حوزه بافت و فروش فرش دستباف در کشور و حتی صنعت فرش ماشینی به مشکلاتی برخوریم که رسانه‌ها می‌توانند درباره آن نقش آفرینی کنند. برای مثال در گذشته طرح فرش قم فقط در این شهر بافته می‌شد یا طرح فرش تبریز فقط مختص به این شهر بود و در این شهر بافته می‌شد اما اکنون همه طرح‌ها در همه شهرها بافته می‌شود. اگر رسانه‌ها ذره بین خود را روی این مسئله بیندازند، می‌توانند به هنر والای فرش دستباف کمک کنند و از ناهماهنگی‌ها بکاهند. ■



احمد صادقیان

عضویت نمایندگان اتاق تهران

سایه سنگین محافظه‌کاری

موقعیت‌سنجی لازمه فعالیت اقتصادی است

کنشگران عرصه اقتصاد دغدغه‌های متفاوتی از دیگر بازیگران جامعه دارند. طبیعی است که ثبات و بی‌ثباتی در اقتصاد کلان کشورها اصلی‌ترین دغدغه آن‌هاست و بنگاه‌های اقتصادی نسبت به پیامدهای این دغدغه بیشتر حساس‌اند و واکنش نشان می‌دهند. آن‌ها با توجه به دغدغه اصلی خود محتوایی را دنبال می‌کنند که قدرت ارزیابی آنان از وضعیت اقتصاد کلان را بیشتر کند چراکه باید متناسب با وضعیت اقتصاد کلان شرایط خود را تنظیم کنند و کسب و کار خود را پیش ببرند. برای کنشگران عرصه اقتصاد مهم است که بتوانند موقعیتی را که در آن قرار گرفته‌اند رصد کنند.

موقعیتی که در آن زندگی می‌کنند و فعالیت اقتصادی‌شان را انجام می‌دهند که می‌تواند تجارت اعم از واردات و صادرات باشد. موقعیت‌سنجی، همانی است که فعال اقتصادی به دنبال ابزار مناسب آن است و طبیعی است که نشریات تخصصی یکی از ابزارها در حوزه کسب و کارهای مختلف است. من نشریه آینده‌نگر را یکی از نشریات تخصصی در این زمینه می‌دانم که متناسب با فضای اقتصادی کشور در حال انتشار است و می‌تواند به موقعیت‌سنجی فعالان اقتصادی کمک کند. آینده‌نگر با ترجمه مقالات خارجی و پرداختن به مشکلات داخلی کسب و کار تصویر واقعی‌تری از موقعیت را به فعالان اقتصادی ارائه می‌دهد و از این حیث برای آنان جذاب و خواندنی است باین‌حال به دلیل وجود خط‌قرمزهای مطبوعات در آینده‌نگر، این نشریه هم گاه به راحتی نمی‌تواند علائم لازم برای شناخت موقعیت را به فعالان اقتصادی مخابره کند و در عمل دچار محافظه‌کاری می‌شود. بسیاری از مشکلات اقتصادی در کشور ما ناشی از سیاست است و زمانی که یک نشریه بخواهد اقتصاد سیاسی را در نظر بگیرد، مجبور به محافظه‌کاری برای بقای خود است. نکته دیگر محافظه‌کاری‌ای است که به موقعیت تاریخی ما بازمی‌گردد و در عمل باعث می‌شود همه دست به عصا حرکت کنند چه برسد به نشریات و مطبوعات. با توجه به این شرایط شاید انتظار بالایی است که از یک نشریه بخواهیم در حوزه تفسیر آراء، عقاید و اندیشه بعضی ملاحظات را کنار بگذارد و یک روزنامه‌نگار به ساختار سیاسی بپردازد و وارد حیاط خلوت آن شود. پرداختن به مشکلات امروز کار ساده‌ای نیست چراکه صرفاً مسائل را نمی‌توان از دیدگاه اقتصادی بررسی کرد و ردپای سیاست در همه عرصه‌های اقتصادی دیده می‌شود. در این شرایط دشوار، راه یک نشریه، راه ناهمواری است. چراکه هم در پرداختن به مسائل محدودیت دارد و باید ملاحظات را در نظر بگیرد و هم در مخاطبی دارد که به خوبی در میدان عمل با این مسائل دست و پنجه نرم می‌کند و می‌خواهد درباره همین مشکلات بخواند. ■



فریدون شیرین کام

پژوهشگر اقتصادی



جای صنایع کوچک در آینده نگر خالی است

غفلت از ابزارهای دیجیتال

یکی از مجموعه‌های منظم و طبقه‌بندی شده از اطلاعات، در حوزه اقتصاد داخلی و خارجی که هر ماه دریافت می‌کنم، ماهنامه آینده‌نگر است. یکی از خوبی‌های نشریه، پوشش عمومی حوزه اقتصاد و پرداختن به بازارهای مختلف اعم از سرمایه و پول و همچنین صنایع مختلف است. پرونده‌های ویژه متناسب با شرایط روز تهیه شده و دغدغه‌های اصلی اقتصاد کشور در آن دیده می‌شود. از دیگر بخش‌های جذاب نشریه برای من، بخش بین‌الملل به‌ویژه اخبار و گفت‌وگوهای خلاصه از مجله‌های معتبر دنیاست که صنعت یا روند تازه‌ای را در جهان اقتصاد معرفی



فرزین فردیس

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

می‌کند. روندهایی که به عنوان تصمیم‌گیران و صاحبان کسب و کار باید درباره آن بدانیم. گاه در فضای اقتصادی روندهایی شکل می‌گیرد که می‌تواند یک کسب و کار را به طور کامل از بین ببرد، یا فرصتی است که اگر کارآفرین از آن باخبر نشود، یک امتیاز برای توسعه کسب و کارش را از دست داده است. بنابراین دانستن از روندهای تازه‌ای که در فضای اقتصاد داخلی و بین‌المللی آغاز شده و ادامه دارد، به کارآفرینان کمک می‌کند. خوشبختانه آینده‌نگر در این زمینه عملکرد خوبی داشته اما باید در ادامه به دو نکته توجه کند. نکته اول، استفاده از ابزارهای دیجیتال برای گسترش دامنه مخاطبان و رساندن محتوای خوب نشریه به مخاطبان است. آینده‌نگر هم‌چنان یک ماهنامه سنتی و کاغذی است در حالی که بسیاری از رسانه‌ها در جهان با اتکا به ظرفیت فضای مجازی انتشار نسخه کاغذی را متوقف کرده‌اند. آدم‌های امروز مختصرپسند شده‌اند و بهتر است برای ارتباط با آن‌ها از ابزارهایی مثل پادکست و وب‌سایت غافل نماند. به نظر من برای حضور پررنگ‌تر در فضای مجازی آینده‌نگر باید دست به کار شود تا این مجله خوب به چاپ نسخه کاغذی بسنده نکند و در ابعاد گسترده‌تری، محتوای خود را به مخاطب برساند. نکته دوم، آینده‌نگر باید به صنایع کوچک‌تر در اقتصاد کشور توجه کند. پرونده‌های کنونی آینده‌نگر بیشتر به صنایع بزرگ مثل فولاد، زنجیره مواد غذایی، غلات، فرآورده‌های لبنی و کسب و کارهای بزرگ می‌پردازد که وزن بالایی در اقتصاد کشور دارند اما صنایع کوچک هم در حال توسعه‌اند و فعالان اقتصادی باید درباره آن‌ها بدانند. از جمله صنایع بازی با اپلیکیشن‌های موبایل که حتی به مرحله صادرات هم رسیده‌اند اما هنوز گزارش‌هایی درباره آنها در آینده‌نگر نخوانده‌ایم. با پرداختن به این صنایع، آینده‌نگر به رسالت خود که همان آینده‌نگاری و دادن تصویری واضح‌تر از آینده به فعال اقتصادی است عمل کرده است. چراکه فعالان اقتصادی به بررسی روندها و شناسایی پیامدهای آن‌ها برای پیشبرد کار خود در فضای اقتصاد امروز نیاز دارند. ■

سه سنجه توسعه

رسانه تخصصی، بایدها و نبایدها؟

۱- ماهنامه «آینده‌نگر» را به خواست دوستی تورق کرده‌ام؛ عنوان «آینده‌نگر» و بخش «توسعه» مهم‌ترین نکته‌ای است که در لحظه اول به چشم می‌خورد و خواننده را وادار به تفکر می‌کند. در حوزه توسعه سه سنجه مهم وجود دارد که بخشی از مجله آینده‌نگر یا باید به آن توجه کند یا توجه بیشتر؛ اولاد در مباحث بنیادی-نظری حوزه توسعه باید به مسئله پژوهش توجه شود؛ ما چاره‌ای نداریم جز مطرح کردن مبانی نظری. اگر چه آینده‌نگر مجله علمی-پژوهشی نیست و انتظاری چنین مطرح نیست ولی حتماً باید بخشی از مطالب، حتی ۱۰ درصد محتوا به مبانی نظری اصلی توجه کند؛ مخاطب همچنین انتظاری از نشریه تخصصی دارد و چاره‌ای جز این نیست.



مجید رضاییان

استاد روزنامه‌نگاری دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکز

۲- محور بعدی که باید مورد توجه قرار گیرد، «مدل» است. باید مدل‌های معتبر توسعه در دنیا مطالعه، تدقیق و تطبیق شود. مثلاً کشورهای موفق دنیا در حوزه آب یا کشاورزی چگونه عمل کرده‌اند؟ این مطالعات موردی در سئو‌های مشخص می‌تواند راهگشای مسیر باشد. سند بودجه‌ریزی و برنامه‌نویسی در دنیا چه مشخصه‌ای دارد؟ مدل توسعه با سوال مشخص باید مورد توجه روزنامه‌نگاران قرار گیرد؛ دلایل موفقیت یا عدم توفیق مدلی خاص در حوزه مشخص چیست و ما باید چه نکاتی را در به کار گرفتن آن مورد توجه قرار دهیم؟ به‌عنوان مثال روستاهای ایران بستر مناسبی برای انرژی‌های تجدیدپذیر مثل انرژی بادی و خورشیدی هستند. این می‌تواند بزرگ‌ترین انقلاب در حوزه کسب و کارها باشد. با این شیوه کار روستاها به درآمدی بی‌سابقه دست می‌یابند و جلوی مشکلات بعدی چون مهاجرت از حاشیه به مرکز در نتیجه وضعیت اقلیم و حاشیه‌نشینی و بیکاری گرفته می‌شود. در این حوزه ما می‌توانیم مدل‌های موفق توسعه و سیاست‌های توسعه‌ای را که در کشورهای مختلف دنیا به کار گرفته می‌شود، به صورت تطبیقی بررسی کنیم؛ در این صورت میزان موفقیت ما مشخص خواهد شد و اتفاقاً جای این‌گونه مباحث در رسانه‌هایی مثل آینده‌نگر است.

۳- در حوزه مسائل مربوط به «اکنون» و بررسی وضعیت کنونی ما است؛ ما اکنون چه کار می‌کنیم و آنچه از نظر توسعه دنبال می‌کنیم چه وضعیتی دارد؟ آیا ما در بررسی مسائل توسعه‌ای به دنبال مدل مشخصی هستیم یا نه؟ رفتارهای ما منطبق بر کدام مدل توسعه‌ای در دنیا است یا اصلاً منطبق بر هیچ مدلی نیست؟

روزنامه‌نگار فعال در رسانه‌های تخصصی باید از ظاهر خبر عبور کند و سئو را به صورت تحقیقی-تحلیلی بررسی کند. اگر هر رسانه‌ای این‌سه محور را مورد توجه قرار داد، حتماً می‌تواند در مسیر آینده گامی به‌پیش بردارد. مجله‌های مثل آینده‌نگر که صحبت از توسعه می‌کند باید این‌سه محور را در نظر داشته باشد و اگر تا الان رعایت می‌کرد حتماً برنده بازی عرصه ژورنالیستی خواهد بود؛ البته بازی برنده است. ■



آینده‌نگر در کدام مسیر گام برمی‌دارد؟

برای افزایش سهم بخش خصوصی قلم بزنید

مجله آینده‌نگر مثل هر محصول دیگری دارای نقاط ضعف و قوتی است، هرچند که توسط اتاق بازرگانی تهران منتشر می‌شود. مجموعه مقالاتی که در نشریه‌های معتبر جهان منتشر و در آینده‌نگر ترجمه می‌شود و به چاپ می‌رسد یا مصاحبه‌هایی که دیدگاه‌های تحلیل‌گران را منعکس می‌کند، از نقاط قوت نشریه است و می‌توان آن را از بخش‌های مثبت به شمار آورد. ساختار بخش خصوصی و عمق بخشیدن به آن یک جهت‌گیری عمده در نشریه‌های است که توسط اتاق‌های بازرگانی منتشر می‌شود.



مهدی کرباسیان

مدیرعامل سابق ایمیدرو

این روند در آینده‌نگر باید پررنگ‌تر شود. آینده‌نگر باید به ساختارهای بخش خصوصی و حل مشکلات آن بیشتر توجه کند. یکی از نگرانی‌های اساسی در کشور ما جایگاه بخش خصوصی و سهم اندک آن در اقتصاد کشور است بنابراین نشریه این بخش باید برای رسیدن این بخش به جایگاه اصلی و اساسی‌اش در تصمیم‌گیری‌های کلان تلاش کند. حرکت دولت‌ها به سمت اقتصاد خصولتی ضایعه‌ای سنگین برای اقتصاد کشور است و در این مسیر، صرف نقد کردن کافی نیست بلکه باید به دنبال یافتن راهکارها بود. راهکارهایی در این باره که چطور باید نقش و سهم بخش خصوصی را وسیع‌تر کرد و عمق اثربخشی آن در اقتصاد کشور را بالا برد. نشریه آینده‌نگر نشریه‌ای قابل استفاده و با محتوای مناسب است و اتاق بازرگانی باید از ظرفیت این نشریه به بهترین شکل برای رساندن صدای خود به گوش دولت‌ها و افزایش سهم خود در اقتصادها استفاده کند. مقالاتی که اکنون در مجله آینده‌نگر از دیگر نشریات دنیا ترجمه و چاپ می‌شود و همچنین نظرات اقتصاددانانی که در این نشریه کار می‌شود، و مصاحبه با فعالان اقتصادی داخلی، کاربردی است و امیدواریم در آینده این رسانه در فضای مجازی حضور بیشتری پیدا کند چراکه دنیا در همین مسیر حرکت می‌کند. بنابراین انتظار داریم در آینده، آینده‌نگر در ادامه مسیر خود، هرچه سریع‌تر به تعیین جهت‌گیری بپردازد که سهم بخش خصوصی و ساختارهای آن، در این جهت‌گیری بیشتر دیده شود. نکته دیگر حرکت آینده‌نگر در مسیر فناوری و استفاده از فرصت‌ها در فضای مجازی برای هرچه بیشتر دیده شدن نشریه است. در شرایطی که خوانش مطالب طولانی یا تورق نسخ کاغذی از حوصله مخاطب امروزی خارج شده، بد نیست آینده‌نگر به این فرصت‌ها بیشتر توجه کند. این نشریه ظرفیت خوبی دارد و باید از بیشترین توان خود برای افزایش سهم بخش خصوصی در اقتصاد استفاده کند. ■

هشدارها به موقع بیان شود

نقشه راه توسعه پایدار ترسیم شود

محتوای مجله آینده‌نگر در عین خواندنی بودن، متنوع است؛ این مجله محل ارائه و بررسی دیدگاه‌های متعدد در حوزه اقتصاد و حتی ذی‌نفعان متعدد است؛ کسی نمی‌تواند مجله را به سوگیری متهم کند و هر اندیشه و دیدگاهی در مجله جایی برای انتشار دارد و دقیقاً تضارب آرا در آنجا صورت می‌گیرد. این مجله فقط بیان‌گر نظر فرد خاص و گروه خاص نیست بلکه به تنوع و تکثر توجه دارد و گروه‌های مختلف یا اندیشه‌های متفاوت، همسو و گاه متضاد در آنجا قلم می‌زنند. افراد اندیشمند همه دانشگاه‌ها و اعضای اتاق‌های بازرگانی و فعالان اقتصادی در آنجا می‌نویسند. مجله بخش‌بندی‌های خوبی دارد و



حسن فروزان فرد

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

این دوره‌های مختلف قابل پیگیری است. به لحاظ فنی، گرافیکی، عکس و زیبایی‌شناختی مجله جایگاه بالایی دارد و با بهترین مجله‌های سراسری قابل مقایسه است. من نقطه ضعف خاصی در آن نمی‌بینم ولی معتقد هستم مجله به‌طور روشن، مصمم، و بدون ترس و احتیاط از اقتصاد آزاد و بخش خصوصی واقعی بگوید - که می‌دانیم راه نجات اقتصاد ایران است. باید دفاع تئوریک و نظری از برتری‌های اقتصاد آزاد را در شکل‌های گوناگون ترسیم کرد. مجله باید در این راه و در مسیر طرح مباحث گوناگون و صریح در حمایت از اندیشه اقتصاد آزاد تردید نکند. مجله آینده‌نگر باید چالش اقتصاد بخش خصوصی را با سیاست‌های روز مشخص کند و برای حل آن راهکار ارائه شود. این راهکارها و هشدارها باید به موقع بیان شود. اگرچه تا به حال مجله توانسته از دغدغه‌ها و چالش‌های بخش خصوصی بگوید ولی باید در کنار بیان چالش‌ها کار دیگری هم راهکارهای دیگری در پیش گرفت. باید اقدامات و پیشرفت‌های بخش خصوصی را براساس آمارهای دقیق اطلاع‌رسانی کند و کارنامه شفاف از عملکرد بخش خصوصی در اقتصاد کشور ارائه دهد. تا امروز اقتصاد ایران نفت‌محور و دولت‌محور بوده؛ اما به نظر می‌رسد نفت از گردونه اقتصاد در حال خارج شدن است و بخش خصوصی و پارلمان بخش خصوصی جایگاه بالایی در نظام حکمرانی کشور خواهد داشت. باید مطالبات بخش خصوصی مشخص، مستند، واضح و کارشناسی شده بیان شود. نظریه‌های ارائه‌شده توسط صاحب‌نظران مختلف به توسعه پایدار گره بخورد و نه توسعه و از دل این واکاوی‌ها نقشه راهی برای آینده ترسیم شود. همچنین پیشنهاد من این است که در ارائه مطالب نشریه حتماً باید به فکر استفاده از بسترهای الکترونیکی و شبکه‌های اجتماعی باشیم. نباید از فرصت شبکه‌های اجتماعی غفلت شود. شاید در آینده امکان چاپ و انتقال محتوا به مخاطب در بسترهای سنتی ممکن نباشد؛ باید از بسترهای نوین غافل نشد. ■



تحلیل‌های عمیق، نقطه قوت آینده‌نگر

تنوع در طراحی و محتوا

بخش خصوصی داعیه‌دار حضور بیشتر و نقش آفرینی فعالانه‌تر در اقتصاد کشور است بنابراین دور از انتظار نیست که پارلمان آن نشریه‌ای داشته باشد که نظرات این بخش را منعکس کند. به نظر من تردیدی درباره لزوم حضور بخش خصوصی در عرصه رسانه‌های کشور وجود ندارد، حال چه این رسانه‌ها دیجیتالی باشد و چه کاغذی. نظرات بخش خصوصی به عنوان بخشی که می‌خواهد بار عمده‌ای از اقتصاد کشور را به دوش بکشد، باید در فضای رسانه‌ها در قالب سایت‌های خبری و نشریات کاغذی منتشر شود تا به گوش تصمیم‌سازان برسد و سیاست‌گذاران آن را مدنظر قرار دهند. اتاق بازرگانی تهران به عنوان برترین اتاق بازرگانی کشور هم از فرصت رسانه‌ها برای اثربخشی بر تصمیم‌های سیاسی و اقتصادی استفاده کند. اینکه اتاق بازرگانی تهران نشریه آینده‌نگر را منتشر می‌کند، در شرایطی که در سطح کشور از فقر منابع رنج می‌بریم، یک اقدام مثبت برای ارتقای سواد اقتصادی مردم و صاحبان کسب و کار است. در فضای رسانه‌های کشور روزنامه‌ها و نشریات دیگر هم به مسائل و مباحث اقتصادی روز می‌پردازند اما جای تحلیل‌های عمیقی از این مسائل خالی است و آینده‌نگر می‌تواند با ارائه این تحلیل‌ها، این خلأ را پر کند. من شماره‌های مختلف آینده‌نگر را دیدم و به نظرم این نشریه، نشریه‌ای وزین است. محتوای نشریه از تنوع خوبی برخوردار است و همچنین نشریه از نظر شکلی و طراحی صفحه‌ها به گونه‌ای است که خوانش آن مخاطب را خسته نمی‌کند. تنوعی که در مطالب آینده‌نگر به عنوان یک ماهنامه اقتصادی وجود دارد، باعث می‌شود این نشریه پر حجم تا یک ماه مطالب خواندنی برای مخاطب خود داشته باشد اما باید از چاپ مطالب طولانی هم خودداری کرد چراکه خوانش مطالب مختصر و کم‌حجم برای مخاطبان پرمشغله و دغدغه‌آمیزی آینده‌نگر آسان‌تر است. به نظر من انتشار مطالب در حجم مختصر زمینه علاقه‌مندی بیشتر مخاطب را فراهم می‌کند چراکه در فرصت کوتاه و مناسب به آنچه می‌خواهد می‌رسد. شاید بتوان آینده‌نگر را در بازه‌های زمانی کوتاه‌تر مثل دوهفته‌نامه منتشر کرد تا مطالب برای خوانندگان خواندنی‌تر شود. همچنین استفاده از فرصت‌های فضای مجازی می‌تواند آینده‌نگر را بیش از گذشته به مخاطبان معرفی کند. نباید فراموش کرد که رسانه‌های بزرگ دنیا هم مطالب خود را در قالب پست‌های کوتاه در فضای مجازی عرضه می‌کنند که خوانش آن برای مخاطبان امروز مناسب است. بنابراین آینده‌نگر هم می‌تواند از فرصت فضای مجازی برای عرضه مطالب و محتوای متنوعی که در این نشریه تولید می‌شود استفاده می‌کند. امیدوارم در آینده نگر در ادامه همین مسیر را طی کند. ■



حسین میر محمدصادقی

حقوق‌دان

مخاطبان عام هم در نشریه دیده شوند

جای گزارش‌های میدانی در نشریه خالی است

زمانی که انتشار آینده‌نگر آغاز شد، نگران بودم مطالب نشریه به همه مخاطبان در فضای کسب و کار کشور ارتباط برقرار نکند و طرح ثقیل و سنگین مفاهیم اقتصادی مانع جذب فعالان اقتصادی شود. اما به تدریج این مجله توانست به انتظارات پاسخ دهد و علاوه بر برقراری ارتباط با مخاطبان، سطح معلومات را هم بالا ببرد. آینده‌نگر توانست در این دوره با عمق بخشی به مطالب و طرح ساده مفاهیم اقتصادی، به دیدگاه مخاطبان نشریه عمق و سطح ببخشد. آینده‌نگر به طور معمول یک ماه با من است و آن را می‌خوانم و به نظر من، تقسیم‌بندی‌های مجله یکی از نقاط قوت آن در خواندنی‌تر شدن آن است. طرح عقاید و افکار مختلف در حوزه اقتصاد و به چالش کشیدن صاحب‌نظران از دیگر نقاط قوت آینده‌نگر است. بهتر است در آینده، آینده‌نگر نگاه خود به مخاطب را تقویت کند به این معنا که به دایره وسیع‌تری از مخاطب در فضای کسب و کار و اقتصاد کشور برسد. نکته دیگر توجه بیشتر به نقطه نظرات مخاطبان و دیده شدن آن‌ها در فضای نشریه است. مخاطب آینده‌نگر در این روزها، مخاطب خاص است اما کاش مخاطبان عام، مردم کوچک و بازار و کسبه خرد هم در این نشریه بیشتر مورد توجه قرار بگیرند و دغدغه‌های آنان بیشتر دیده شود. حتی می‌توان بخشی را در نشریه به نظر مخاطبان اختصاص داد. جای گزارش‌های میدانی از بازارها، کوچه‌ها و خیابان‌های شهر و کارخانه‌ها در نشریه خالی است و مسائل کارگران و تصمیم‌های کلان دولت‌ها که بر سفره‌های مردم اثر می‌گذارد، در نشریه دیده نمی‌شود. بهتر است نشریه برای بهتر شدن بر سه موضوع تمرکز کند. موضوع اول، وضعیت کنونی فعالیت‌های اقتصادی در ایران است. موضوع دوم، ظرفیت‌های اقتصاد ایران و موضوع سوم آینده اقتصاد ایران با توجه به تغییرات ژئوپلیتیکی در مناطق مختلف جهان و در قطب‌های ثروت و قدرت است. به نظر می‌رسد با تمرکز بر این سه محور می‌توان به تحلیل‌های فنی و صحیحی رسید که برای همه فعالان کسب و کار و اهالی اقتصاد قابل بهره‌برداری است و توان مقایسه اقتصاد کشور با دیگر بازیگران عرصه اقتصاد را برای خوانندگان نشریه فراهم می‌کند. فکر می‌کنم نشریه آینده‌نگر در شرایط کنونی برای خوانش یک ماه مخاطب خود کافی است و من نشریه را برای یک ماه مطالعه می‌کنم. این مجله همیشه با من است و امیدوارم در آینده با تقویت روند شناسی‌ها، افزایش تحلیل‌های عمیقی، گسترده‌تر شدن دایره سوژه‌ها به ویژه موضوعات مربوط به زندگی مردم، این نشریه در مسیر هرچه بهتر شدن گام بردارد. هرچه مخاطبان بیشتر در این نشریه دیده شوند، به محبوبیت آینده‌نگر هم اضافه می‌شود. ■



محمدرضا میرتضوی

رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان تهران



ابهام‌زدایی از فضای اقتصادی

آینده‌نگر مثل یک درس دانشگاهی است

فضای اقتصادی برای بسیاری از مردم فضایی ناشناخته است. بسیاری از رفتارها و مشاغل برای مردم آشنایی‌زایی نشده و از آن‌ها بی‌خبرند. دیگر اینکه بسیاری از شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی که در تلاطم امواج فضای کسب و کار روزگار می‌گذرانند، برای رسیدن به تحلیلی دقیق از خود، آینده و مسیری که پیمودند به ناظران بیرونی نیاز دارند. در اینجا است که پای رسانه‌ها به عنوان رکنی مهم از فضای اقتصاد کشور به میان می‌آید تا به نحو احسن سکان این کشتی را به دست گیرد و آن را هدایت



هرویگ یاریجانیان

فعال صنعت پلیمر

کند. رسانه‌ها در شناساندن محصولات، مشاغل و کالاها به عموم مردم سهم دارند و از طرف دیگر، می‌توانند در تحلیل فضای کنونی و رسیدن به دیدگاهی درباره آینده، به صاحبان مشاغل و حرف و بنگاه‌های اقتصادی کمک کنند. این روزها که جامعه از نبود الگوهای موفق درباره آینده نسل‌های بعدی رنج می‌برد، رسانه‌ها می‌توانند با معرفی کارآفرینان، رفتار و روحیات آن‌ها مسیر نسل‌های آینده را تغییر دهند و ارزش کارآفرینی و فعالیت اقتصادی آن‌ها را به جامعه یادآوری کنند. نقش رسانه‌ها به نظر من کم از سازمان‌های اقتصادی مسئول در این حوزه نیست و اگر به رسانه‌ها بها بدهیم، سرنوشت خوبی در انتظار اقتصاد کشور است. به نظر من چیزی که در این روزها کم نداریم، سوژه و موضوع اقتصادی است که ارائه راه حل برای آنها کار رسانه‌هاست. رسانه‌ها می‌توانند زمینه تسهیل کسب و کار در کشور را فراهم کنند چراکه آنها امکان دسترسی به مجموعه‌ای از افکار و عقاید را دارند و از سوی دیگر، می‌توانند از مسئولان دولتی، کارگزاران و تصمیم‌گیرندگان در فضای اقتصاد کشور درباره روند امور بپرسند و آنها را مورد خطاب قرار دهند. نشریه آینده‌نگر در بین رسانه‌های اقتصادی به مثابه یک درس دانشگاهی سنگینی است. از نظر من آینده‌نگر نشریه‌ای کامل و دقیق و منبعی برای این‌روزهای بازرگانان و فعالان اقتصادی است. خوانش این ده‌نگر به تسلط بیشتر فعالان اقتصادی کمک می‌کند. تحلیل‌های ارائه‌شده در این نشریه دقیق است و دیدگاه و بینش مخاطبان درباره آینده اقتصاد را شکل و درصد خطای آن را کاهش می‌دهد. آینده‌نگر می‌تواند در گام‌های بعدی محتوای خود را در فضای مجازی بیشتر منتشر کند، با این حال مثل همه شرکت‌های بزرگ دنیا که هنوز دست از چاپ کردن کاتالوگ برنداشته‌اند یا رسانه‌های بزرگی که همچنان نسخه چاپی دارند، نباید از انتشار نسخه کاغذی این نشریه صرف‌نظر کرد. نسخه کاغذی ارتباط گرم‌تری با مخاطب برقرار می‌کند و در زمانه‌ای که ممکن است وسایل الکترونیکی به دلایل مختلف کارآمد نباشد، نسخه کاغذی همراه وفادار خواننده است. ■

ارتباط با مراجع اقتصادی جهانی نقطه قوت آینده‌نگر است

جای شما در رسانه‌های اجتماعی خالی است

در دوره‌های دشوار اقتصادی مثل روزهای کنونی که فشار تحریم‌ها به بالاترین میزان خود رسیده، رسانه‌ها در گذار از این شرایط دشوار نقش مؤثری دارند. انعکاس نقطه نظرات کارشناسان و ارائه تحلیل‌های اقتصادی مناسب به تسهیل فضای کسب و کار کمک کرده است و دیدیم که بسیاری از قوانین با تلاش رسانه‌ها تغییر کرده و به‌روز شده است. تلاطم‌هایی که در بازار ایجاد شده هم از مسائلی است که در رسانه‌ها دیده شده و هشدار درباره شرایط ناشی از این تلاطم‌ها زمینه اقدامات سیاست‌گذاران را فارغ از درستی یا نادرستی اقدام آن‌ها فراهم کرده است. رسانه‌ها در شرایطی مثل



شریف نظام مافی

رئیس اتاق مشترک ایران و سوئیس

امروز نقشی کلیدی در امور اقتصادی بازی می‌کنند. شبهات در بازارها برای تجار و فعالان اقتصادی بسیار است و رسانه‌ها می‌توانند با اطلاع‌رسانی در این باره به اهرم مبارزه با تحریم تبدیل شوند و گذار از شرایط کنونی را برای فعالان اقتصادی تسهیل کنند. نشریه آینده‌نگر، ماهنامه اتاق بازرگانی تهران، در بین رسانه‌های اقتصادی از نظر تولید محتوا پیشروست و محتوای آن به‌دردیخور و اطلاعات آن کارآمد است. ارتباط آینده‌نگر با مجموعه مجله اکونومیست، ترجمه کتب و مقالات این رسانه جهانی و انتشار آن در آینده‌نگر از مهم‌ترین امتیازات ماهنامه اتاق بازرگانی است و نشان می‌دهد ارتباط مؤثری بین این ماهنامه و یکی از مهم‌ترین مراجع اقتصادی در جهان ایجاد شده است. به نظر من آینده‌نگر باید در آینده نزدیک، حضور خود در فضای مجازی را پررنگ کند و در رسانه‌های اجتماعی محتوای خود را به اشتراک بگذارد. بسیاری از مردم اطلاعات مورد نیاز خود را به‌طور روزمره از تلفن‌های هوشمند و همراه خود و دیگر وسایل دیجیتالی دریافت می‌کنند، بنابراین آینده‌نگر نباید به چاپ ماهانه نسخه کاغذی اکتفا کند. انتشار محتوا و حضور فعالانه در اینستاگرام و تبادل بیشتر اطلاعات با مخاطبان از راهکارهایی است که می‌تواند به بهبود آینده‌نگر کمک کند. آینده‌نگر هرچند به‌طور ماهانه منتشر می‌شود اما اطلاعات بعضی از مقالات در امور روزمره فعالان اقتصادی کارآمد است، بنابراین باید برای تقویت ارتباط مجازی و روزانه و حضور در روزمره فعالان اقتصادی تلاش کند. به نظر من انتشار پادکست از محتوای نشریه به‌ویژه مقالات اکونومیست برای ساکنان تهران که زمان زیادی را در ترافیک سپری می‌کنند، بسیار مفید است. امیدوارم آینده‌نگر در ادامه مسیر خود به‌از فرصت فضای مجازی به خوبی استفاده کند. به نظر من این نشریه فرصت‌های خوبی برای عرضه محتوای خود در شبکه‌های اجتماعی دارد و نباید از این فرصت صرفه نظر کند. به‌ویژه که این مسیری غیرقابل اجتناب است چراکه همه رسانه‌ها در این مسیر حرکت می‌کنند. ■



از کنشگری کور کورانه تا برتری اندیشه

آینده‌نگر، چراغی در مسیر اقتصاد

ارزش گذاری نظام آموزشی در کشورهای توسعه یافته به شکلی صورت گرفته که پیشرفت جوانان از اواسط دوره متوسطه منوط به فعالیت‌های اجتماعی و ایفای مسئولیت‌هایی در خدمت به جامعه باشد؛ در آموزش عالی دانشجویانی موفق ترند که از بستر دانشگاه جذب نظام اقتصادی شوند که موفق ترین این افراد از دهه پنجم زندگی خود به فعالیت‌های سیاسی فراخوانده می‌شوند.

این هرم، در جهان کمتر توسعه یافته کاملاً وارونه است: حاکمیت، جوانان را در اوج ناپختگی به عرصه فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی سوق

می‌دهد، کنش‌گری‌های کور کورانه در همه این حوزه‌ها که ظرف چند سال جای خود را به بینشی مختصر دهد، پاسخ مطالبات این نسل، سرکوب است و در پی سرخوردگی، جماعت زیادی جلای وطن می‌کنند، فرار سرمایه‌های فکری اتفاق می‌افتد و اندک باقی‌ماندگان راهی عرصه عمل در حوزه‌های مختلف از جمله اقتصاد می‌شوند. استقرار این هرم نامتجانس در نظام حکمرانی، این باور را به بخش کثیری از فعالان اقتصادی می‌آموزاند که توسعه کسب و کار جز با جسیبیدن به هسته قدرت و برخورداری از مواهب آن میسر نیست و نهایت نقدها و تلاشها در جهت بهبود، به توسعه و تعمیق نفوذ و حضور رفقای هم‌تیم در دیوان‌سالاری حاکمیت و بهره‌برداری طولانی‌تر از مواهب آن محدود است. مجله «آینده‌نگر» رسانه‌ای حرفه‌ای است که در چنین فضایی، خصوصاً در چند سال اخیر، رسالتی خطیر و حساس را برعهده گرفته است: کوشش برای گردآوری و انتشار آرا و نظرات آن دسته قلیل از فعالان اقتصادی که بر اصول و مسئولیت اجتماعی خود باور دارند، به اثربخشی دانش و اقتصاد و همراهی دو عرصه علم و عمل تلاش می‌کنند، کاری مهم و اثرگذار است. آشنا کردن فعالان اقتصاد با مسائل روز، اندیشه‌ها و ایده‌های توسعه پایدار، مدل‌های توسعه در کشورهای مختلف با اقتصاد توسعه یافته و بررسی مشکلات ساختاری نظام تصمیم‌گیری و سیاسی کاری مهم و البته بسیار ضروری است که این مجله در این مسیر گام برمی‌دارد. به عنوان یک عضو کوچک از علاقه‌مندان به توسعه پایدار کشور عزیزمان، از این که هر ماه گرانگه اندیشه فعالان و صاحب‌نظران اقتصادی و اجتماعی کشورمان، بر روی میز مدیران کشور میهمانی همیشگی است عمیقاً خرسندم و سلامت و سعادت مدیر مسئول بزرگوار، شورای سیاست‌گذاری محترم، سردبیر عزیز و هیئت تحریریه گرانقدر این نشریه را آرزومندم. امیدوارم این مجله هر روز به ابزار علم و دانش مجهزتر شود و در واکاوی مسائل اقتصاد کشور پویاتر از قبل عمل کند و روشنگر مسیر فعالان اقتصادی و کنشگران عرصه اقتصاد باشد. ■



سید توحید صدرنژاد

رئیس اتحادیه صنایع بازیافت
و عضو کمیسیون توسعه پایدار
اتاق ایران

صدایی رسا برای بخش خصوصی

آینده‌نگر از خواسته بخش خصوصی غفلت نکند

مجله آینده‌نگر یکی از بهترین مجله‌های روز اقتصادی است؛ یک نهاد بخش خصوصی باید رسانه تخصصی داشته باشد، من به‌عنوان یک فعال اقتصادی از این اقدام دفاع می‌کنم و این کار خوبی است؛ باید صدای واقعی بخش خصوصی در جامعه طنین‌انداز باشد؛ به خصوص در جامعه‌ای که بخش خصوصی تحت انواع فشارهای حقوقی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی است. مهم‌تر از آن شبهه بخش خصوصی‌ها و آن چیزی که تحت عنوان «خصولتی» از آنها یاد می‌شود، عرصه را به‌شدت بر بخش خصوصی واقعی تنگ کرده است؛ در چنین موقعیتی اینکه ما یک



محمد رضا نجفی منش

عضو هیئت نمایندگان اتاق
تهران

رسانه‌ای داشته باشیم که صدای بخش خصوصی واقعی باشد، خیلی برای جامعه اهمیت دارد و به نظر من به بخش خصوصی واقعی هم کمک می‌کند تا خود را تبیین کند، خود را از خصولتی‌ها متمایز کند و بتواند صدای خود را به گوش تمام سطوح جامعه از حکومت تا نهادهای مدنی، خود بخش خصوصی و مردم برساند بدون رسانه تخصصی و حرفه‌ای نمی‌توان از مطالبات برحق یک حوزه گفت. بخش خصوصی در ایران مسائل و مشکلات خاص خود را دارد که شاید از حوصله رسانه‌های عمومی پرداختن به آنها خارج باشد.

من هر قدر که مجله آینده‌نگر را ورق می‌زنم، نمی‌توانم جز نقاط قوت و اهمیت و جایگاه آن در نزدیک فعالان اقتصادی و تصمیم‌گیران آن بگویم؛ ولی پیشنهاد می‌کنم سوزها و مطالبات بخش خصوصی نه یکباره که بارها و بارها تکرار شود تا با توجه به اهمیت و جایگاه این مجله و تأثیرگذاری که در میان فعالان اقتصادی، سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیران دارد، محمل و محل اثر باشد. ما نباید از بیان مطالبات به‌حق اقتصاد توسعه‌گرا و بخش خصوصی واقعی در کشور غافل شویم. باید مطالبات بخش خصوصی واقعی، تولید، اثر منفی رانت و فساد بر اقتصاد، بهبود مستمر محیط کسب و کار، عواقب تصدی‌گری دولت و تضعیف بخش خصوصی و خیلی از مشکلات دیگر به تکرار بگوییم تا شاید محل اثر باشد. الان حجم اطلاعات ارائه شده به مردم و مشکلات دولت بسیار بالاست و برخی از موضوع‌های باید چون نماز یومیه هر روز تکرار شوند تا از آنها غفلت نشود؛ بخش خصوصی به حمایت‌های رسانه‌ای نیاز دارد و دنیای امروز دنیای اطلاعات است. بخش خصوصی برای بالندگی خود نیاز به رسانه تخصصی و آزاد دارد و از طرفی همین حوزه خود بایستی مدافع فضای آزاد، مستقل و رقابتی بخصوص غیرحکومتی، غیردولتی رسانه‌ای در کشور باشد تا شاید در بستری مطمئن این صداها خوانده و گفته شود. ■



آینده تمام‌نما

آینده‌نگر، فراتر از بخش خصوصی

از فرصت تکنولوژی بهره بگیرید

محتوای آنها را نکتید

حدود پنج‌سال است که مخاطب اصلی ماهنامه آینده‌نگر هستیم؛ من و دوستانم در سندیکای صنعت آسانسور در این پنج سال هر ماه مجله را در در محل کار خود دریافت کرده و خوانده‌ایم. گاهی به نقد و گاهی به استناد از/ به مجله گفته‌ایم و شنیده‌ایم. همکاران من بارها اتفاق افتاده که در جمع دوستان خود برای تکمیل نظرات کارشناسی خود به این مجله و مقاله‌های آن ارجاع داده‌اند و این به کیفیت مطالب، به نظر دقیق کارشناسان و تلاش همکاران اتاق ایران در ماهنامه برمی‌گردد. خیلی از گزارش‌های اقتصادی، زندگی‌نامه کارآفرین‌های داخلی و خارجی، اقتصاد



محمد رضا زهره‌وندی

عضوهیئت
نمایندگان اتاق ایران

بین‌الملل، مباحث اندیشه‌ای و توسعه‌ای این مجله قابل اعتناست. یکی از کارهای مهم در مجله مشارکت همه اعضای هیات‌نمایندگان در تولید محتواست؛ آینده‌نگر با بی‌طرفی از نگاه و نظر همه فعالان اقتصادی و تشکیلی استفاده کرده است و هیچ‌کس نمی‌تواند بگوید که فقط صدا و نگاه بخشی از افراد یا هیئت‌نمایندگان در آنجا منعکس می‌شود. این نشریه آینده‌تمام‌نمای مسائل اقتصاد کشور و منعکس‌کننده نگاه همه فعالان اقتصادی، کارشناسان و اقتصاددان‌هاست. ماهنامه که می‌خواهد صدای بخش خصوصی و بیناگر دیدگاه و نگاه این بخش باشد، باید به تبیین منافع بخش خصوصی و منافع ملی بپردازد و همسویی و محل احتمالی تلاقی این منافع را بیابد؛ تا بدون متهم شدن به جانب‌داری، بتواند رسالت خبری خود را در بیان دیدگاه بخش خصوصی انجام دهد؛ البته تا الان هم این‌گونه عمل کرده است و باید آن رویه را ادامه دهد. روی میز هر فعال اقتصادی مجله آینده‌نگر دیده می‌شود. من بارها به جاهای رفته‌ام که اتاق بازرگانی را نمی‌شناسند ولی مخاطب مجله آینده‌نگر هستند و این غنیمتی بزرگ است که باید قدر دانسته شود.

از طرف دیگر در کشور ما هنوز منافع ملی به صورتی شفاف از طرف دولتمردان برای بخش خصوصی تبیین نشده و به همین دلیل است که یکجایی در پاسخ به مطالبه بخش خصوصی می‌گویند به منافع ملی خدشه وارد می‌شود و درجایی دیگر می‌گویند منافع ملی در نظر گرفته نشده است. در حقیقت، یکی از کارهایی آینده‌نگر می‌تواند به‌واسطه دسترسی آسان به نمایندگان و سیاست‌گذاران بخش خصوصی انجام دهد این است که به تبیین این دو جنبه بپردازد تا راهکاری برای بخش خصوصی و چراغ راهی برای اعتدالی آن باشد. من معتقدم که این مجله برای تبیین دیدگاه بخش خصوصی از قالب‌های نوین رسانه‌ای هم استفاده کند؛ محتوای تولید شده در بسترهای الکترونیکی و فناوری هم‌بازنشر شود؛ همچنین به رسانه‌های صوتی و تصویری هم رد کنار رسانه کاغذی توجه شود و همه اینها در راستای هم و تکمیل‌کننده هم هستند. ■

تردیدی نباید داشت که بخش خصوصی به رسانه تخصصی نیاز دارد؛ رسانه در هدایت افکار عمومی و در شکل دادن به افکار سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان نقش اساسی دارد. من چندین شماره از مجله آینده‌نگر را مطالعه کرده‌ام و به اهمیت و جایگاه این نشریه تخصصی واقف هستم. بخش خصوصی در ایران مشکلات زیاد دارد و هنوز بعد از گذشت چهل سال از پیروزی انقلاب، درباره مشروعیت و جایگاه آن تردید وجود دارد؛ برای همین سیاست‌گذاری این حوزه با نوسانات زیادی مواجه است. بنابراین از طریق این رسانه تخصصی مثل ماهنامه آینده‌نگر بخش خصوصی



محمد رضا طلائی

رئیس کمیسیون فناوری
اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران

می‌تواند افکار دو گروه را در جامعه شکل و جهت دهد؛ اول اینکه مردم درباره بخش خصوصی چگونه فکر کنند و دوم اینکه سیاست‌گذاران در چه بستری درباره بخش خصوصی تصمیم‌سازی کنند و از آن مهم‌تر فضای فکری بخش خصوصی را مدبرانه هدایت کنند. از طرق این مجله و بخش‌های مختلف ایده، اندیشه و راهبردهای آن می‌توان بیان کرد که صنعت و اقتصاد جهان معاصر وارد فضای دیگری شده است. اما در این میان به‌هیچ وجه نمی‌توان از تحولات تکنولوژیک صنعت رو بردان شد؛ تحولات تکنولوژی و فناوری‌های نوین اقتصاد و رسانه را با دنیای دیگری روبه‌رو کرده ولی خیلی از بنگاهداران و فعالان اقتصادی با تحولات بنگاهداری و اداره کسب‌وکارها مدرن در دنیا آشنا نیستند. رسانه باید سطح دانش و آگاهی مدیران بخش خصوصی را به عنوان مشاوران سه قوه جهت دهد و با شرایط و تحول روز همدلی او همراهی و همکاری ایجاد کند؛ در اثر همین آگاه‌سازی است که می‌توان آنها را به نیروهای فعال و تأثیرگذار در حوزه تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری تبدیل کرد. رسانه بخش خصوصی می‌تواند تحول‌ساز باشد؛ این تحول هم در صنعت و صاحبان صنعت لازم است و هم در نگاه سیاست‌گذار و مردم به جایگاه بخش خصوصی. از طرفی مجله آینده‌نگر برای اینکه صدای خود را به موقع، سریع و دقیق به گوش مخاطبان خود برساند، نباید از بستر شبکه‌های اجتماعی، تکنولوژی‌های نوین و رسانه‌های جدید غفلت کند. دبیران و سردبیران این مجله می‌توانند مطالب خود را به صورت خلاصه و موجز در کانال تلگرامی مجله، اینستاگرام و توئیتر منتشر کنند تا علاقه‌مندان از این دانش و اطلاعات بهره بگیرند؛ ما باید از همه فرصت‌های نوین و سنتی در اشاعه اندیشه و ایده و مطالب خود استفاده کنیم. البته به صورت بی‌دلیف‌انالاین در اختیار خواننده‌هاست ولی ما به‌هیچ‌نماید از فرصت رسانه‌های نوین غافل شویم. حتی می‌توان این مطالب را در قالب‌های صوتی و به صورت پادکست در کانال تلگرامی ارائه کرد؛ نباید به راحتی از این محتوای باکیفیت گذشت و باید در قالب‌های متعدد ارائه شود. ■



هنوز باید رسانه کاغذی خواند

آیندهنگر و نقشه راه بخش خصوصی

ماهانامه آیندهنگر یکی از مجله‌های وزین و پرمحتوای کشور است؛ این مجله از منظر تحلیل و پیش‌بینی جایگاه خوبی در میان فعالان اقتصادی و تحلیل‌گران دارد. مباحث نظری و تحلیلی دقیقی از وضعیت سیاست‌گذاری در ایران، مدل‌های توسعه در ایران و جهان، تجربه اقتصاد دنیا از مطالب ارائه شده در ماهنامه آیندهنگر است که به فعالان اقتصادی نگاه خاص و ویژه می‌دهد. خیلی از فعالان اقتصادی و تحلیل‌گران این مجله را می‌پسندند. البته ما نمی‌توانیم بگوییم همه نیازهای فعالان اقتصادی را مجله باید پوشش بدهد و همه رسانه‌های اتاق تهران باید در یک راستا و به کمک



عباس آراگون

عضو هیئت‌نماینده‌گان اتاق تهران

هم بروند. مجله آیندهنگر اتاق تهران باید مطالبات بخش خصوصی از نهادهای سیاست‌گذار را دنبال کند. مسئولیت اتاق پیگیری مطالبات و دغدغه‌های اقتصاد بخش خصوصی است و مجله باید این دغدغه‌ها را منعکس کند. باید چالش اقتصاد بخش خصوصی با سیاست‌های روز مشخص شود و برای حل آن راهکار ارائه شود. این راهکارها و هشدارها باید به موقع بیان شود. اگرچه تا به حال آیندهنگر توانسته از دغدغه‌ها و چالش‌های بخش خصوصی بگوید ولی باید در کنار بیان چالش‌ها کار دیگری هم راهکارهای دیگری در پیش گرفت. آیندهنگر باید اقدامات و پیشرفت‌های بخش خصوصی را براساس آمارهای دقیق اطلاع‌رسانی کند و کارنامه شفاف از عملکرد بخش خصوصی در اقتصاد کشور ارائه دهد. باید با رسانه‌های عمومی دیگر ارتباط برقرار کند تا اخبار اقتصاد بخش خصوصی و دیدگاه آنها در سطح گسترده‌تری منعکس شود؛ اگرچه در شرایط حاضر این کار انجام می‌شود ولی باز هم نیاز به ارتباط گسترده‌تری است. تا امروز اقتصاد ایران نفت‌محور و دولت‌محور بوده؛ اما به نظر می‌رسد نفت از گردونه اقتصاد در حال خارج شدن است و بخش خصوصی و پارلمان بخش خصوصی جایگاه بالایی در نظام حکمرانی کشور خواهد داشت. در این شرایط آیندهنگر رسالت سنگین‌تری خواهد داشت. باید مطالبات بخش خصوصی مشخص، مستند، واضح و کارشناسی شده بیان شود. از طرفی در صورت تعامل است که می‌توان به شناخت دقیق‌تری از وضع موجود و مطالبه‌ها رسید. همه اینها می‌تواند مأموریت آیندهنگر باشد؛ البته تیم مجله تیم حرفه‌ای است و محتوای جذاب و مفیدی را برای مخاطب تهیه می‌کند؛ با مجله‌هایی مثل آیندهنگر باید بگوییم که هنوز دوره مجلات کاغذی به پایان نرسیده است. هنوز مجله آیندهنگر خوانده می‌شود و خیلی‌ها ترجیح می‌دهند مطالب مفید و تخصصی را در نشریه‌های کاغذی بخوانند نه به صورت بسته کوتاه در گوشی‌های همراه؛ رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بیشتر کاربرد اطلاع‌رسانی دارند نه تحلیل و تبیین مسائل. ■

آیندهنگر فقط نشریه اعضای اتاق نیست

جای بعضی صنایع در نشریه خالی است

در اسفندماه سال ۸۸ بود که انتشار آیندهنگر کلید خورد. در آن زمان من در شورای سیاست‌گذاری آینده نگر بودم و با حساسیت خاصی در این شورا در کنار دیگر دوستان اهداف و محتوای نشریه را رصد و بررسی می‌کردیم. ما پیش از انتشار به مدت شش ماه برای تولید محتوا مطالعه کردیم و به دنبال دیده شدن همه جریان‌های اقتصادی در نشریه آیندهنگر بودیم. امروز هم خوشحالیم که آیندهنگر به طور مستمر منتشر شده و تداوم انتشار آن یکی از نیازهای مخاطب بوده که پاسخ داده شده است. آیندهنگر امروز برندی است و به نظر من صرف این برند امتیاز بالایی دارد اما در زمینه



محمد رضا بهرامن

عضو هیئت‌نماینده‌گان اتاق تهران

تولید محتوا باید بازنگری‌هایی در این نشریه انجام شود. آیندهنگر صرفاً نشریه اعضای اتاق بازرگانی تهران نیست بلکه متعلق به همه صنعت‌گران و اقتصاددانان و اقتصاددوستان کشور است بنابراین نباید در مصاحبه‌ها صرفاً به دنبال انعکاس نظرات اعضای هیئت‌نماینده‌گان اتاق بود و به یک قشر خاص محدود شد. این روزها در آینده نگر می‌بینیم که گفت و گوها محدود به افراد و کارشناسان خاص شده است و بد نیست در انتخاب مصاحبه شوندگان هم تنوع را در نظر بگیریم و دایره این افراد را گسترده کنیم. هرچند این نشریه توسط اتاق بازرگانی تهران منتشر می‌شود اما صرفاً نشریه اعضای اتاق نیست. آینده نگر می‌تواند نظرها و افکار و آرای که به هر نحو به توسعه بخش خصوصی کمک می‌کند را منتشر کند و در این زمینه محدودیتی ندارد. نکته دیگر، تلاش برای افزایش ضریب نفوذپذیری آیندهنگر است. این نشریه ممکن است روی میز نمایندگان مجلس و رئیس مجلس قرار بگیرد بنابراین باید به نوعی محتوای آن را تهیه کرد که همه جریان‌های اقتصادی را در برگیرد و به آن‌ها بپردازد. روندشناسی و آینده‌نگری برای کشور خودمان در آینده‌نگر تا چه اندازه دیده شده است؟ در آیندهنگر بعضی صنایع غایب است. برای مثال ۲۵ درصد از اقتصاد کشور ما با صنایع معدنی درگیر است اما در آیندهنگر چیزی درباره معدن نمی‌بینیم. نشریه اتاق تهران باید همه صنایع را ببیند چرا که ۴۰ درصد اقتصاد کشور در اتاق تهران متمرکز شده است و ما در تصمیم‌سازی‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای داریم. باید از همه ظرفیت‌ها برای ایفای این نقش استفاده کنیم. آیندهنگر برای ادامه مسیر خود به اصلاحاتی نیاز دارد و باید بیش از دوره‌های گذشته به مسائل و روندهای آینده در کشور بپردازد. نیازهای مخاطبان آیندهنگر باید بیشتر دیده و بررسی شود و نشریه بر مبنای نیازهای این مخاطبان تهیه شود و به طبع برسد. اتاق تهران ظرفیت‌های بالایی برای انتشار نشریه خوب و وزین دارد و امیدواریم در آینده با انجام بعضی اصلاحات، اثربخشی نشریه بیشتر شود. ■



از فضای آن لاین غافل نشوید

از همه بسترهای رسانه‌ای استفاده شود

نه سیاه نه خاکستری

آینده‌نگر مرجعی معتبر برای فعالان اقتصادی است

نشریه آینده‌نگر از سطح کیفی بسیار بالایی برخوردار است و من واقعا به شما و سایر دوستانتان تبریک می‌گویم. من یکی از خواننده‌های مجله هستم و در هر زمانی که فرصت داشته باشم حتما برخی از مقاله‌های آن را می‌خوانم. اما به دوستان پیشنهاد می‌کنم که در ارائه و بسته‌بندی این مجله ارزشمند و این محتوای باکیفیت باید و باید از تکنولوژی و فناوری‌های روز بهره بگیرند. شاید خیلی از همکاران من در عمل فرصت نداشته باشند که مجله را به همراه خود داشته باشند ولی وقتی مطالب و محتوای نشریه به صورت خلاصه و نکات مهم در کانال تلگرامی مجله و در بستر شبکه‌های اجتماعی منتشر



علیرضا کلاهی صمدی

عضویت نمایندگان اتاق تهران

شود، حتما بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته من تأکید می‌کنم به طور مرتب محتوای خوب منتشر کردن کار راحتی نیست ولی آینده‌نگر همیشه این کار را انجام می‌دهد و این قابل تقدیر است. اولین بُعد به ماهیت انتشار مجله به عنوان مرجع اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی و به‌طور کلی محتواسازی در خصوص مسائل مختلف و روز اقتصادی برمی‌گردد که بدون شک آینده‌نگر در این خصوص، نمره قبولی را کسب می‌کند. علاوه بر این، مجله به لحاظ سمعی و بصری و ویژگی چندرسانه‌ای بودن بسیار مورد توجه است و باید به این عرصه توجه شود. نقشه راه دقیقی که برای مجله در ابتدای کار ترسیم شده، نقطه قوت آن بوده و مسیر صحیح پیموده‌شده، نشئت گرفته از آن نقشه راه است. با این حال، با توجه به شرایط جدید موجود در فضای اقتصادی کشور و همچنین چالش‌های احتمالی پیش روی اقتصاد بخش خصوصی، ضروری است تا این نقشه راه و استراتژی فراگیرتر از گذشته تعریف شود. توصیه من این است که حتما و حتما این محتوای خوب در شبکه‌های اجتماعی و حتی در سایت و بخش رادیویی منتشر شود. به‌ر حال چه نشریه کاغذی، چه شبکه اجتماعی و چه بخش صوتی و تصویری همه باید در یک راستان گام بردارند و از همه این بسترها برای ارائه این محتوای خوب بهره گرفته شود. به‌عنوان مثال شما با یک استاد دانشگاه برجسته دانشگاه گفت‌وگو می‌کنید و چقدر خوب می‌شد که این امکان فراهم می‌شد تا مخاطب در کنار مجله کاغذی، فایل صوتی یا تصویری این گفت‌وگو را هم استفاده می‌کرد و به انتخاب خود از آنها بهره می‌گرفت. این روزها عمده مصرف‌میدیا روی تلفن همراه است. در ماشین، آسانسور، مترو و حتی در حاشیه جلسات این گوشی همراه است که می‌توانیم محتوای مورد توجه را از آن بهره بگیریم؛ به هیچ‌وجه نباید از فضای آن لاین غافل شد و همه این محتوا، اهداف و راهبرد توسعه‌گرا در همه بسترهای رسانه‌ای مورد توجه و عرضه قرار گیرد؛ نباید به ذائقه مخاطبان خود بی‌تفاوت بمانید؛ و در دسترس‌ترین مسیر همین الان شبکه‌های اجتماعی است که مجله در آن حضور کم‌رنگ‌تری دارد؛ تأکید می‌کنم نباید از این فضاها غفلت کرد. ■



محمود نجفی عرب

رئیس فدراسیون اقتصاد سلامت ایران

مجله آینده‌نگر یکی از وزین‌ترین مجله‌های تخصصی - علمی و اقتصادی ایران است؛ این چیزی که من می‌گویم نظر خودم و بسیاری از دوستانی است که خواننده مجله هستند؛ همه به اتفاق این نظر را دارند و بارها در دانشگاه و محافل علمی از کیفیت و وضعیت مجله گفته شده است. برای همین واقعا باید از دوستان فعال در مجله و روابط عمومی اتاق تهران قدر دانی شود. بخش‌های مختلف مجله از متون ترجمه شده تا مصاحبه‌های تحلیلی و تفصیلی مرتبط با مسائل میان‌رشته‌ای و تأثیرگذار در حوزه توسعه و محیط کسب‌وکار، گزارش‌های اقتصادی تا معرفی محیط

کسب‌وکار همه ارزشمند و مفید است. امیدواریم این مجله همیشه به این صورت ادامه یابد و واقعا هیچ نقطه ضعفی در این مجله وجود ندارد. من هیچ نقطه تاریکی در مجله نمی‌بینم و انصافا باید از این مجله تعریف کرد. خیلی از دوستان دانشگاهی من بارها و بارها از این مجله تعریف کرده‌اند. انعکاس دیدگاه و نظرات بخش خصوصی اقدام ارزشمندی است که از زمان انتشار ماهنامه آینده‌نگر صورت گرفته و امروز با توجه به شرایط حاکم بر اقتصاد کشور این وظیفه بسیار مهم‌تر از قبل شده است. امروز بخش خصوصی با انبوهی از مقررات در حوزه‌های مختلف به خصوص واردات و صادرات، آثار تحریم‌ها بر سیاست خارجی کشور و... مواجه است که بر همین اساس ضروری است تا آینده‌نگر با تمرکز بر این مسائل روز، بخش خصوصی و انعکاس آنها، درصدد حل مشکلات موجود برآید. ارتباط میان فعالان بخش خصوصی از یک سو باید با مردم و از سوی دیگر باید با تصمیم‌سازان سیاسی و اقتصادی کشور برقرار شود و به اعتقاد من حلقه وصل اتاق بازرگانی با این دو بخش جامعه در ماهنامه آینده‌نگر دنبال می‌شود. وقتی گزارش‌های میدانی، نگاه مردم، نگاه دانشگاهی‌ها و تحلیل‌گران و جامعه‌شناسان را در کنار دیدگاه فعالان بخش خصوصی و کنشگران اقتصادی می‌بینیم، متوجه می‌شویم که آینده‌نگر دقیقا در همان مسیر گام برمی‌دارد که توسعه پایدار از آن مسیر میسر می‌شود. این نشریه در پی پیوند دادن دیدگاه جامعه، دانشگاه و اقتصاد است و این اقدامی ارزشمند است که باید از دوستان فعال در این حوزه قدر دانی شود. بررسی عملکرد آینده‌نگر و محتوای این مجله در طول این چند سال نشان می‌دهد موفق شده به گونه‌ای عمل کند که در حال حاضر به منبع و مرجع تحلیلی معتبر و دست‌اول برای فعالان اقتصادی کشور تبدیل شود. تنوع مطالب منتشر شده در آن اعم از مصاحبه، یادداشت، تحلیل و... از نقاط قوت این مجله است و من باز هم تأکید می‌کنم نه تنها نقطه سیاه که هیچ نقطه خاکستری در کارنامه این نشریه دیده نمی‌شود. ■



از تعارض تا تفاهم

آینده‌نگر محل تلاقی نگاه‌ها باشد

من خواننده مداوم مجله نیستم، اگرچه از آن غافل هم نیستم. این مجله خود را رسانه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران معرفی می‌کند؛ اتاق بازرگانی الان خود را پارلمان بخش خصوصی معرفی می‌کند و قبلاً نماینده اصناف و گروه‌های مختلف اقتصادی بود. اتاق در چرخه عمر خود دوره‌ها و نقش‌های مختلف داشته است. اتاق در ادامه مسیر خود به تغییر رویکرد نیاز دارد و رسانه آن هم به تبع باید این تغییر را داشته باشد و آن این است که از نقش پارلمان بخش خصوصی به نقش رهبری بخش خصوصی گذر کند. در این تغییر رویکرد باید مجله اتاق هم ترسیم‌گر مسیر باشد، نظریه‌های این حوزه را



سجاد غرقی

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران

بررسی کند؛ تجارب بخش خصوصی در کشورهای مختلف دنیا را ببیند و آنها را معرفی کند. در کنار این راهبردها باید مجله آینده‌نگر تصویری روشن از فضای کسب‌وکار در ایران ارائه دهد. این تصویر باید حاوی فرصت‌های کسب‌وکار و موانع سیاسی و اقتصادی و حقوقی و فرهنگی کسب‌وکار باشد؛ البته در بخش‌های مختلف این کار انجام می‌شود ولی باز هم انجام و ادامه و حتی بهبود و تدقیق آن ضروری است. محتوای مجله باید حاوی آموزش‌هایی برای تولیدکننده و تاجر و مصرف‌کننده باشد. ساختار آینده‌نگر و موضوع‌بندی‌های آن نشان می‌دهد که طراحان آن چنین دغدغه‌هایی داشته‌اند و تقریباً همه موضوع‌های مرتبط با کسب‌وکار را در آن تعبیه کرده‌اند. اما در عمل باید تقیصه‌های کوچک و گاه بزرگ بررسی و اصلاح شود. این مجله باید به سوژه‌های مختلف حوزه صنعت، معدن، تجارت و کشاورزی و کسب‌وکارهای نوین بپردازد؛ مثلاً الان یکی از سوژه‌های مهم و روز تدوین استراتژی توسعه صنعتی است. مجله اتاق تهران باید بتواند نقشی اجماع‌ساز درباره آن ایفا کند و فقط به ارائه گزارشی مختصر بسنده نکند. چه بسا صاحب‌نظران، تحلیل‌گران و حتی برنامه‌ریزان در فضای رسانه‌ای می‌توانند باهم گفت‌وگو کنند و درباره موضوعی واحد که قبلاً محل اختلاف بود به نظر مشترکی برسند و این محل اثرگذاری و اعتبار برای یک رسانه است. با اینکه زنجیره‌های متعدد اقتصادی می‌توانند در عین تعارض، باهم اجماع کنند؛ در مجله آینده‌نگر می‌توان این اجماع‌سازی را انجام داد. من معتقدم اجماع‌سازی فقط با سیاست‌گذاری ممکن نیست بلکه بیشتر با گفت‌وگو و تولید محتوای ارزشمند ایجاد می‌شود و بستر همین رشد اندیشه‌ای در فضای رسانه‌هایی مثل آینده‌نگر است. در تولید محتوا و دانش لازم نظر ذی‌نفعان پرسیده شود و چه بسا بخشی از این با نظرسنجی انجام می‌شود. در نهایت آینده‌نگر محل تلاقی این نگاه‌ها و ارائه راه‌حل باشد. آینده‌نگر باید تریبون بحث و جدل مسائل اقتصادی باشد و مبنای آن در نهایت حل تعارض‌ها به نفع توسعه پایدار اقتصادی باشد نه دامن زدن به مشکلات. در واقع رسالت سنگینی برعهده ما هانامه آینده‌نگر است که تحلیلی-تبیینی است. ■

به سر نوشت کسب‌وکار بی‌اعتنا نباشید

مأموریت آینده‌نگر ارائه راهبرداست

من مجله آینده‌نگر را یکی از مجله‌های خوب اقتصادی می‌دانم و قدر زحمات دوستان را می‌دانم؛ البته در طول این مدت مجله برخی از سیاست‌های خود را تغییر داده است. توجه به مدیریت بین‌المللی، اقتصاد جهانی، مجله‌های اقتصادی دنیا، کارآفرین‌های جهان و سرنوشت آنها و توجه به مسیرهایی که برای رسیدن به اهداف خود طی می‌کنند، کار خوبی است ولی کافی نیست. در کنار عرضه این تجربه ما باید مسائل و مشکلات عرصه‌های مختلف اقتصاد داخلی را باید مورد توجه قرار دهیم. ما نباید از بدنه کسب‌وکارهای داخلی غافل شویم. اما من معتقد هستم که این دو همپای هم



حمیدرضا صالحی

رئیس کمیسیون انرژی اتاق ایران

مورد توجه نیست. مثلاً باید به وضعیت همه تشکلهای و همه رشته‌های تخصصی توجه شود. در حوزه انرژی که حوزه تخصصی من است پیشنهاد می‌کنم گزارشی درباره وضعیت امروز و دیروز و فردای این صنعت نوشته شود؛ وضعیت آن در منطقه بررسی شد و یا اینکه در گزارشی میزان صادرات برق ایران به کشورهای مختلف بررسی شود و موانع آن عنوان شود. حتی می‌توان به بسترهای نو در حوزه انرژی و فرصت‌های آن توجه شود و یا تحلیل‌گران درباره فرصت‌های روز اقتصادی در حوزه‌های متعدد بگویند. البته ما نظر برخی از نماینده‌های اتاق‌ها را در مجله می‌بینیم ولی این سوژه‌ها به صورت پروژه‌ای و مرتب و نظام‌مند در مجله دنبال نمی‌شود. من معتقدم که باید این سوژه‌ها از ابعاد مختلف و در شماره‌های مختلف کار شود. این تکرار و بررسی از جهت‌های مختلف هم باعث می‌شود که از نظر تحلیل‌گران بیشتری استفاده شود و هم اینکه مطالب مهم و راهبردهای اصلی بخش خصوصی مورد بی‌توجهی و حتی فراموشی قرار نگیرد. آینده‌نگر نشریه مسائل بین‌المللی نیست؛ این مجله باید به مسائل داخلی هم توجه کند. در کنار این مسائل معتقد هستم که مأموریت اصلی آینده‌نگر اطلاع‌رسانی نیست؛ مأموریت آن تبیین و ترویج اقتصادی خصوصی و سالم است. بنگاهداری بخش خصوصی و اصول آن باید موشکافی شود. این اصل که سیاست و تجارت باید از همدیگر جدا باشد، یکی از اصول اولیه اقتصاد بخش خصوصی است. هر جا که حکمرانی و بنگاهداری خلط شد، حتماً رگه‌های فساد در آنجا پیدا می‌شود. باید مجله آینده‌نگر به طور مستمر در این مورد موضع‌گیری داشته باشد. ما نباید تکرار مطالبات خود را ضعف بدانیم؛ با تکرار و استمرار در بیان است که گاهی هدفی وصول می‌شود و گاهی برای بهبود وضعیت برداشته می‌شود. در این مسیر می‌توان سرنوشت بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی و مسیری را که طی کرده‌اند، منتشر کرد؛ سرگذشت کسانی که قدم در راه پرپیچ‌وخم کارآفرینی گذاشته‌اند. از آینده‌نگر انتظار می‌رود دید همه‌جانبه‌ای به مسائل بخش خصوصی در همه حوزه‌ها داشته باشد. ■



برای آینده

لZoom تمرکز رسانه‌ها بر بخش خصوصی

افزایش سطح شفافیت در کشور کمک کنند و به مردم بگویند وضعیت کسب و کارها چگونه است و آن‌ها در چه مسیری حرکت می‌کنند. رسانه‌ها باید به مردم اعلام کنند که ما کجای مسیر ایستاده‌ایم و هر نوع رکود و توقفی چه دلیلی داشته و هر رونقی بر چه اساس رخ داده است. اثربخشی دیگر رسانه‌ها در بهبود فضای کسب و کار، منوط به رساندن حرف کسب و کارها به گوش مسئولان و تصمیم‌گیران است. سیاست‌گذاری که با تصمیم خود می‌توانند مانعی از موانع کسب و کار را کم کنند یا به آن بیفزایند از دیگر مخاطبان رسانه‌ها به شمار می‌روند. هرچه رسانه‌ها در این زمینه فعالانه‌تر عمل کنند، احتمال اجرایی شدن نظرات بخش خصوصی در فضای کسب و کار بیشتر است. نشریه آینده‌نگر از رسانه‌های اقتصادی کشور است و باید انتشار آن را به فال نیک گرفت. بخش خصوصی به رسانه‌ای برای طرح دیدگاه‌های خود نیاز دارد اما به نظر من، نشریه آینده‌نگر با وجود تنوع در مطالب، در زمینه اعلام نظرات بخش خصوصی می‌تواند پیشرو شود. نشریه نباید به چند عضو داخلی در اتاق بازرگانی در دریافت دیدگاه‌ها و تحلیل‌ها محدود شود بلکه باید با نگاهی جامع مسائل و مباحث همه بخش خصوصی را در بر گیرد و از نظرات همه بهره‌بردار.

توجه هرچه بیشتر رسانه‌ها به بخش خصوصی، امری مثبت و اثربخش در بهبود فعالیت این بخش است. زمانی که رسانه‌ها ذره‌بین خود را روی بخشی قرار دهند و آن را با جزئیات نقد و تحلیل کنند، نقاط ضعف و قوت آن بخش است که استخراج می‌شود و می‌توان به دنبال راه‌حل‌ها و راهکارهای بهبود و از بین بردن نقاط ضعف رفت. توجه رسانه‌ها به بخش خصوصی هم بدون تردید، به بهبود عملکردها منجر می‌شود. رسانه‌ها می‌توانند در بهبود فضای کسب و کار هم نقش مهمی ایفا کنند، به‌ویژه در شرایطی که فضای کسب و کار کشور درگیر چالش‌های ریز و درشتی است که عرصه را بر فعالان اقتصادی تنگ کرده است. شفافیت هرچه بیشتر، رهاورد اصلی توجه رسانه‌ها به بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله بخش خصوصی است و شفافیت هم گم‌شده این روزهای فضای اقتصاد کشور است. رسانه‌ها می‌توانند با رصد فضای اقتصادی به



احمد فرشچیان

عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران



آینده‌نگری یک جهت‌گیری شناختی و عقلی به آینده شخصی است، نوعی استدلال عملی و کنترل کردن خود است که به افراد در جهت رسیدن به اهداف دوردست خود، یعنی حفظ وضعیت موجود و سپس اهداف بلندمدت، کمک‌های مؤثری می‌کند.

آینده‌نگری در مسیر توسعه پایدار

مجله آینده‌نگر و کسب‌وکارها در ایران



رضا پدیدار

رئیس کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران

مسیری را در پیش گرفتن و یک جهت‌گیری عملی نسبت به اهداف آتی برای نوعی دقت و تیزبینی در زمینه انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌ها و بی‌ملاحظه نبودن درباره خطرها و چشم داشتن به تصمیم‌های درازمدت‌تر و متعالی‌تر در هنگام تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت را آگاه‌سازی می‌کند. مجله آینده‌نگر نقاط قوت زیادی دارد و بد نیست مواردی از تجربیات در این یکصد شماره را برای یادآوری بیان کنم:

● بر رفتارهای تکانه‌های فعالان اقتصادی در جامعه کنترل و نظارت دارد.

● عواقب تصمیماتی را که مدیران و مسئولان اقتصادی می‌گیرند، مطرح می‌کند.

● نوعی تلقی دوراندیشانه همراه با طرح و برنامه و اهداف درازمدت برای آینده فعالان اقتصادی و مدیران تصمیم‌گیر دارد.

● همواره مهارت‌های مناسبی را برای مقاومت در برابر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای خود و دیگر مدیران در برابر تکانه‌ها و هوس‌های آنی ارائه می‌دهد تا از موقعیت‌هایی که در آنها مجبور به چنین تصمیم‌هایی می‌شوند، دوری کنند.

● در بازه روند اقتصادی کسب و کارها و فرایند اجرایی و عملیاتی که باید در زندگی خود داشته باشیم، سبک‌های خاصی را حاصل از فکر و اندیشه انسان ایران و جهان ارائه می‌دهد که موجب تامل و تدبیر در فعالان اقتصادی می‌شود و امکان عملی شدن خواسته‌ها را فراهم می‌کند.

● بین آرزوها و خواسته‌ها و اهدافشان نوعی هماهنگی ایجاد می‌شود که این هماهنگی‌های رفتاری و حرفه‌ای در مجله آینده‌نگر موجب ترغیب و استواری و سامان‌بخشی منسجم با حداقل تعارضات در فرایند کسب‌وکار می‌شود.

مجله آینده‌نگر در مسیر پویایی و رشد خود می‌باید یک رابطه و پل قوی بین فعالان اقتصادی و مدیران تصمیم‌گیر در نظام اجرایی و مدیریتی کشور فراهم آورد و آنان را در وضعیتی قرار دهد که خواسته‌های آتی به نفع منافع بلندمدت‌تر و در قالب یک تصمیم عاقلانه قرار گیرد و اصولاً اسیر شرایط حاکم نشود. به قول معروف مدیران تصمیم‌گیر در جامعه بر نفس خود مسلط شوند و کنترل درستی را اعمال کنند. مجله آینده‌نگر باید شکل آینده‌نگری خود را با آنچه که از نظر گذشت و در قالب جدول «تنظیم اهداف» با آرزوها و خواسته‌ها به‌روزرسانی کند و به صورت کاملاً حرفه‌ای و تخصصی در حوزه‌های مختلف صنعت، معدن، تجارت و کشاورزی و نیز توجه ویژه به نسل چهارم صنعتی در جهان انقلاب دیجیتال و دانش‌بنیان حرکت کند تا از این منظر به پایگاه حرفه‌ای اقتصاد کشور تبدیل شود. و کلام آخر اینکه زن‌های خوب مجله آینده‌نگر باید تکثیر و توسعه یابد که اگر چنین شود تصمیمات مهم دولت‌ها را دوراندیشانه می‌نماید. آینده‌نگر حاصل تفکر و تدبیر اندیشمندان و کارشناسان و دانشگاهی‌های کشور در رشته‌های مختلف اقتصادی، جامعه‌شناسی، سیاست و غیره است که همگی در بالاترین مراکز علمی، آموزشی و اجرایی این کشور تربیت شده‌اند. ■

با یکی از دوستان خوبم در نشریه وزین و اثرگذار آینده‌نگر درباره این مطلب مهم که چه انتظاری از یک رسانه تخصصی دارید، صحبت می‌کردیم و این نکته قابل طرح نظرم را جلب کرد که اصولاً مبنای تصمیمات روزانه انسان را چه نکات و یا پارامترهای مهمی تشکیل می‌دهد و چگونه به تصمیم و فرایند آن دست می‌یابیم. خاطر م هست در دوران تحولات تکمیلی اسناد داشتیم که همیشه می‌گفت از خودتان سوال کنید که چرا این کار را کردم ولی بعدش پیشیمان شدم؛ فلان تصمیم را گرفتم و بسیار بود؛ یا بعضی اوقات به زبان می‌آوریم که نباید آن کار را می‌کردم یا نباید این عمل را انجام می‌دادم و همچنین در فرهنگ سنتی خودمان همیشه می‌گوییم که «چرا عاقل کند کاری که باز آرد پیشیمانی». این نکات و ده‌ها و صدها نمونه دیگر بر جنبه‌های از جنبه‌های پیچیده آدمی دلالت دارند. در طی سال‌های سال در حوزه‌های تخصصی به آنها پرداخته شده و به عنوان یکی از توانایی‌های مثبت افراد از آن یاد می‌کنند. یعنی با «آینده‌نگری یا دوراندیشی» در زندگی اجتماعی و خانوادگی و یا در محیط‌های کاری و تخصصی باید مراقب بود و به قول معروف به دور و برمان توجه کنیم یعنی به خودمان و نه به دیگران، تصمیم‌هایمان و رفتار و کردارمان را به طور دقیق و منطقی ببینیم که بسیاری از ما ایرانی‌ها به این صفت حسنه، نیاز مبرم داریم و ضرورت دارد تا درباره وضعیت فعلی و آینده‌مان مطابق اصول و معیارهای متعارف و حتی نامتعارف کار و زندگی آگاه باشیم. چراکه آینده‌نگری یک ویژگی مثبت در انسان است. پروفیسور مارتین سلینگمن و دکتر کریستوفر پترسون دو روان‌شناس جهانی که بیش از دیگر روان‌شناسان در این عرصه خاکی در مورد آینده‌نگری و نقش آن در توسعه فردی و خانوادگی و اجتماعی سخن گفته‌اند، یکی از بارزترین صفات اثربخش جامعه انسانی را نگاه به آینده و یا بهتر بگوییم آینده‌نگری دانسته‌اند و چنین ابراز می‌دارند: آینده‌نگری یک جهت‌گیری شناختی و عقلی به آینده شخصی است، نوعی استدلال عملی و کنترل کردن خود است که به افراد در جهت رسیدن به اهداف دوردست خود، یعنی حفظ وضعیت موجود و سپس اهداف بلندمدت، کمک‌های مؤثری می‌کند. افراد آینده‌نگر به‌طور حساب‌شده و دوراندیشانه، به‌عواقب تصمیمات و اعمالشان توجه می‌کنند، به‌گونه‌ای موفقیت‌آمیز در برابر هوس‌ها و تکانه‌های آنی و دیگر تصمیم‌های لحظه‌ای و بدون فکر و اندیشه مقاومت می‌کنند، در زندگی انعطاف‌پذیری و اعتدال را پیشه خود می‌سازند و تلاش می‌کنند تا بین امیال و آرزوهایشان در آنچه که در پایان نصیب‌شان می‌شود، نوعی تعادل و توازن برقرار سازند. هدف از بیان نکات فوق شاهد مثالی است که مجله آینده‌نگر از بدو فعالیت خود در این یکصد شماره هدف‌گذاری کرده و دوره‌های متحولی را برای فعالان حوزه‌های مختلف برای جامعه فعال اقتصادی در تمام بخش‌های فعالیتی اعم از خصوصی، دولتی، فردی، گروهی، اجتماعی و حرفه‌ای فراهم کرده است. در شماره‌های مختلف مجله آینده‌نگر می‌توان گفت که آینده‌نگری حاصل از کسب اطلاعات و تجارب مثبت

رسانه تخصصی، صدای دموکراتیک جامعه

شبکه‌های اجتماعی نیاز به رسانه تخصصی را بیشتر می‌کند



حسن نمکدوست تهرانی

استاد روزنامه‌نگاری

سال‌ها تلاش می‌شد مسائل اقتصادی به‌عنوان مسئله اصلی در جامعه توسط حکومت انکار شود. مسائل اقتصادی در یک نظام ایدئولوژیک سیاسی معمولاً به‌عنوان مسئله دسته‌چندم تلقی می‌شوند و اولویت اول نیستند. فرهنگ، سیاست، عرفان و عالم‌لاهورت بیشتر در یک نظام ایدئولوژیک مورد توجه قرار می‌گیرند ولی نشریه‌های تخصصی این مسئله را برعکس کرد

سال ۱۳۷۰ احمد میرعابدینی، زمانی که دکتر علی اسدی، جامعه‌شناس و صاحب‌نظر حوزه رسانه در مرکز پژوهش‌های رادیو تلویزیون مسئولیت پژوهشی داشتند، گفت‌وگویی با وی انجام دادند. این مصاحبه زمانی انجام شد که دکتر اسدی بعد از سال‌ها بیماری مزمن کلیوی، پیوند کلیه گرفته بود و یک ماه بعد از دنیا رفت. در آنجا از مرحوم اسدی درباره آینده مطبوعات، رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران، پرسیده شده است. پاسخ دکتر اسدی این بود که به آینده رسانه‌ها در ایران و آینده روزنامه‌نگاری خوش‌بین است. دلیلش این بود که روزبه‌روز به نشریات تخصصی افزوده می‌شود؛ یعنی به‌زعم او، اینکه ما با اقبال به رسانه‌های تخصصی مواجه هستیم، نویدبخش و امیدوارکننده بود. توضیحی که خود ایشان می‌دهند، این بود که نشریات تخصصی به‌جد به تعمیق آگاهی‌های جامعه در زمینه‌های مختلف کمک خواهد کرد. ما بنابر یک الگوی کلاسیک می‌گوییم که مطبوعات دو وظیفه اصلی برعهده دارند، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی. وجه اطلاع‌رسانی را عمدتاً بر دوش خبر قرار می‌دهیم. آگاهی‌رسانی را عمدتاً معطوف می‌کنیم به مقاله، مصاحبه، گزارش، نقد، میزگرد و نظیر اینها. به‌گفته دکتر اسدی نشریه تخصصی وظیفه دوم را که وظیفه‌های بسیار مهم است، بر دوش داشته و دارند. وقتی ما در گذر زندگی روزمره با انبوه خبرها مواجه می‌شویم و روزبه‌روز هم بر تعداد این خبرها افزوده می‌شود، سازوکارها و رسانه‌هایی باید وجود داشته باشد که از میان انبوه خبرهایی که ممکن است آغشته به شبه‌خبر، ضدخبر، شایعه، دروغ و... باشند، تعدادی را که روی زندگی واقعی مردم تأثیر مشخصی دارند، انتخاب کنند و به‌صورت عمیق به آنها بپردازند؛ درواقع گزینش‌گری را با دقت تمام انجام دهند و بر پایه آن با دقت تمام در جزئیات متکی به دانش تخصصی و اطلاعات روزآمد و براساس مسئولیت اجتماعی، موضوعاتی را که در سرنوشت زندگی مردم تأثیر دارد، مورد واکاوی قرار بدهند و جوانب مختلف آن را توضیح دهند، ارزیابی کنند و از رهگذر تمام این تلاش، مردم به مرور پی ببرند که ماهیت و واقعیت رویدادها چه است و جایگاه خودشان در آن وضعیت چگونه است و چه تصمیم‌هایی بنا بر آگاهی‌هایی که به دست آورده‌اند، اتخاذ کنند.

وجه دیگر کارکرد نشریات تخصصی این است که این نشریات در عین حال که وظیفه آگاهی‌بخشی برعهده دارند، صدای اقشار و صنوف مختلف جامعه هم هستند، چیزی که در طول تاریخ بسیار کم‌مجال بیان و فرصت شنیده شدن پیدا کرده است. به‌گفته حمید اشرف، جامعه‌شناس صنف در جامعه ایرانی برخلاف روالی که در جامعه اروپایی و غربی داشته، بدین گونه بوده است که معمولاً به دست حکومت‌ها شکل می‌گرفتند یا حتی اگر شکل نمی‌گرفتند، حکومت یک تمایل بی‌پایانی داشت که در مقدرات صنوف دخالت کند و در حقیقت زمام امور صنوف را در دست بگیرد. اعمال نفوذ کند و به تعبیر امروزی‌ها صنوف را مال خود کند و از طریق آنها به اهداف خود برسد. بنابر توضیحی که دکتر اشرف و دیگر جامعه‌شناسان می‌دهند، رویکرد به اصناف در ایران به گونه‌ای بوده است که گویا اصناف قرار است

که مدافع حکومت‌ها باشند؛ یعنی نهادهای صنفی که شکل می‌گیرد، به زعم حکومت گویا قرار است برای این تشکیل شوند که از منافع حکومت دفاع کند؛ در حالی که این روال کاملاً باید برعکس باشد. صنف شکل می‌گیرد که از منافع صنف و جامعه در برابر تعرضات حکومت دفاع کند. همچنین بنا بر تأویلی که آقای دکتر اسدی می‌کردند، اینکه اصناف مختلف دارای نشریات تخصصی شوند، یک پل یا گذر لازم است برای این که صنوف جایگاه واقعی خود را که نمایندگی اعضا است پیدا کنند و بتوانند از منافع صنف در مقابل تعرض‌های حکومت دفاع کنند. تعرض‌ها و دست‌اندازی‌های حکومت در تاریخ ایران بی‌پایان بوده است. در حقیقت نشریات تخصصی، می‌تواند ارگان‌های جوامع صنفی در ایران تلقی شود و بنابر این کمک کند به این که فضا به مراتب دموکراتیک‌تر شود، صدای صنوف شنیده شود، مباحث آنها مطرح شود، اعضای صنف کم‌کم احساس هویت کنند. البته منظور من این نیست که همه چیز باید به رسانه واگذار شود، رسانه تنها یکی از ابزارهاست و یکی از اهداف رسانه‌ها این است که چنین وضعیتی را فراهم کند. امروز انجمن حسابداران خبره ایران، مجله‌ای به اسم «حسابدار» منتشر می‌کند. مجله حسابدار کمک می‌کند که صدای انجمن و جامعه حسابداران خبره ایران شنیده شود. مجله «پنده‌نگر» اتاق بازرگانی هم سواى این که کمک کرده دانش جامعه نسبت به مسائل اقتصادی بازرگانی تعمیق پیدا کند، ارگان و تربیون بازرگانان، صاحبان صنایع، دست‌اندرکاران معادن، مدیران، متخصصان، صاحب‌نظران این حوزه هم هست که صدایشان از طریق آن شنیده شود و کمک می‌کند به این که بازرگانان ایران، کنشگران اتاق بازرگانی، صنعتگران و معدن‌کاران هویت مستقل خود را با هم به اشتراک بگذارند، درخصوص این هویت مشترک فکر کنند، تصمیمات مشترک خود را بیان کنند، حتی اختلاف دیدگاهی خود را بیان کنند، برای هم فضای تعاملی و گفت‌وگویی ایجاد کنند و به این ترتیب به مرور هویت صنفی خود را در مقابل آن روند معکوس تاریخی که عرض کردم، متجلی کنند

از نگاه یک روزنامه‌نگار، به نظر من نقطه‌عطف انتشار نشریات تخصصی در ایران، به اوایل دهه ۶۰ برمی‌گردد؛ اوایل دهه ۱۳۶۰ جامعه در وضعیت بسیار پیچیده‌ای قرار داشت. در سال‌های آغازین دهه ۶۰ به لحاظ رسانه‌ای، فضایی بسیار محدود، بسته، یک‌دست، تک‌صدایی رسانه‌ای بود. دو کانال تلویزیونی موجود کاملاً شبیه هم بودند و صرفاً صدای حکومت در این کانال‌ها شنیده می‌شد. روزنامه‌های اصلی کشور محدود بود به کیهان، اطلاعات، جمهوری اسلامی و رسالت. البته ابرار هم منتشر می‌شد؛ ولی عمدتاً این چهار تا روزنامه بودند که فضای مطبوعاتی کشور را شکل می‌دادند. آنها هم روزنامه‌هایی کاملاً ایدئولوژیک و در انطباق با سیاست‌هایی که رادیو تلویزیون داشت. خبرگزاری جمهوری اسلامی هم که طبعاً در آن موقع یگانه خبرگزاری کشور بود، همین وضعیت را داشت. ما در حقیقت در یک فضای بسیار تک‌صدایی ایدئولوژیک به دور از هر گونه تنوع و تکرار بودیم و اصلاً مجالی به اینکه رسانه جریان اصلی پر شمارگان روزانه شکل

نظام آموزش عالی در ایران، با نظام تولید و نظام اقتصاد ارتباط تعریف شده‌ای ندارد؛ یعنی نظام دانشگاهی ما به گونه‌ای تعریف نشده است که بتواند به چرخش اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جامعه، به صورت مشخص کمک کند. گویا اینها دو جهان متفاوت هستند.

جامعه هستند. بازارهای مختلف از بازار سرمایه تا بازارهای دیگر، صادرات و واردات مسأله اصلی جامعه هستند. الان ما به سادگی در خصوص اینها صحبت می‌کنیم. بخش مهمی از این اتفاق سوای این که جریان طبیعی زندگی هم حمایت می‌کند از این منطق، ناشی از تلاشی بوده است که اقتصاددانان ما، کسانی که در حوزه‌های تخصصی صنعت، تولید و بانکی بحث می‌کردند و مجرا و کانال بحث شأن هم همین نشریات تخصصی بودند. اینها سامان دادند به این که این بحث‌ها به نتیجه‌ای برسد.

اما چرا دانشگاه ما پشتیبان چنین رویکردی نیست؟ این سؤال یک پاسخ کلی دارد و یک پاسخ جزئی. پاسخ کلی این است که اساساً نظام آموزش عالی در ایران، با نظام تولید و نظام اقتصاد ارتباط تعریف شده‌ای ندارد؛ یعنی نظام دانشگاهی ما به گونه‌ای تعریف نشده است که بتواند به چرخش اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جامعه، به صورت مشخص کمک کند. گویا اینها دو جهان متفاوت هستند. دانشگاه پاسخ‌گوی نیازهای صنعت ما نیست. نه تنها الان نیست، ۲۰ سال پیش هم نبوده است. ۵۰ سال و ۸۰ سال پیش هم نبوده است. در خصوص این هم افراد زیادی بحث کرده‌اند که اساساً نظام علم در ایران که نماد آن دانشگاه است، پاسخ‌گوی مقتضیات جامعه مفروض ایران در هیچ زمینه‌ای نیست. گویا اساساً ما دانشگاه را تعریف نکردیم که به مسائل مبتلا به جامعه پاسخ بدهد. این به معنای آن نیست که هیچ کدام از رشته‌های دانشگاهی ما پاسخ‌گوی مسائل جامعه نیستند. طبعاً وقتی ما پزشکی و دندان پزشکی تربیت می‌کنیم، آنها می‌آیند و مسائل این حوزه‌ها را حل می‌کنند؛ ولی مقصود من مسائل کلان جامعه است. این که ما بتوانیم راهبردها و رویکردها را پیدا کنیم، خط و مشی‌ها را تدوین کنیم، بتوانیم مأموریت‌ها را تعریف کنیم و به طور مثال کمک کنیم به هدف‌گذاری بخش صنعت، برای صنعت چه در کلان و چه به صورت بخشی، هدفی تعریف می‌شود. نظام دانشگاهی ما باید دغدغه کمک به حل این مسأله داشته باشد یا این که مسائل راهبردی و اجرای تجارت ما مورد توجه دانشگاه قرار بگیرد و دانشگاه تلاش کند که پاسخ‌گوی چنین مسائلی باشد. چنین چیزی در هیچ زمینه‌ای در ایران وجود ندارد. این پاسخ کلی است. به صورت اختصاصی هم اساساً ما در نظام آموزش رسانه‌ای و روزنامه‌های کشور، در قید و بند مسائل ۴۰، ۵۰ سال گذشته خود مانده‌ایم. آموزش رسانه‌های دانشگاهی در ایران فریز شده است، دارای تحول و تحرک نیست. الان در مهم‌ترین دانشگاه آموزش رسانه‌های کشور، موضوعات و مباحثی که مطرح می‌شود، چقدر انطباق دارد با واقعیت‌های ارتباطی رسانه‌های امروز جهان و حتی امروز ایران؛ یعنی الان مردمی که در ایران زندگی می‌کنند، رویکرد شأن نسبت به مطبوعات، رادیو و تلویزیون، فضای مجازی و خبر گذاری‌ها، مثل ۱۰ سال پیش است؟ در حالی که در دانشگاه‌های ما آنچه به عنوان دانش ارتباطات در مقطع کارشناسی تدریس می‌شود، عمدتاً مربوط است به بیان یک سری اصول بسیار کلی و ابتدایی مفاهیم و مسائل روزنامه‌نگاری. آن هم در سطح تعریف، این که خبر چیست، ارکان خبر چیست، سبک‌های خبری چیست، آن هم برای روزنامه؛ یعنی اساساً بحث در خصوص خبر در رادیو، تلویزیون، خبر در شبکه‌های اجتماعی، پیام رسانی، خبر در رسانه‌های پخش مستقیم، و خبر در بازار جهانی، اصلاً چنین بحث‌هایی وجود ندارد. یکی از بارزترین نمادها و نمونه‌های این که نظام دانشگاهی ما پاسخ‌گوی مسائل زندگی واقعی صنعت و اقتصاد نیست، آموزش رسانه‌های است. دلیل این امر هم روشن است. رویکردی که حکومت به رسانه‌ها دارد، بسیار محدود گرا، انحصار گرا و بسیار سیاست زده و ایدئولوژیک است و اساساً حکومت که مالک، مدیر، سیاست‌گذار، بهره

۵

بگیرد، دولت نمی‌داد. کما اینکه طبق قانون اساسی تا همین الان هم، انحصار رادیو تلویزیون متأسفانه در دست حکومت است. از جهت اجتماعی هم کشور در کوران جنگ بود و محدودیت‌هایی که در دوران جنگ وجود داشت، طبعاً بر فضای کلی جامعه هم حاکم بود. دانشگاه‌ها یا هنوز تعطیل بودند یا به نازگی از تعطیلی بر اثر انقلاب فرهنگی در آمده بودند، وضعیت استخدام استادها نابسامان بود. در چنین فضایی ما با دو تا مجله مواجه شدیم که خوشبختانه تا همین الان هم هستند؛ البته فراز و فرود داشتند؛ ولی ناگهان فضای یک دست کاملاً ایدئولوژیک سیاست‌زده انحصاری تک‌صدایی را به چالش کشیدند. یکی از آنها «مجله فیلم» بود که فکر می‌کنم از سال ۶۲ شروع به انتشار کرد و هم زمان با آن «مجله صنعت حمل‌ونقل» بود. هر دوی اینها مجله‌های تخصصی بودند که با جدیت تمام به حوزه‌ای که به آن تعلق داشتند با عمق بسیار زیاد می‌پرداختند. مجله فیلم، مجله‌ای بود که فقط یک مجله نبود بلکه یک مکتب بود. صنعت حمل‌ونقل هم با وجود اسم عجیب و غریبی که داشت، تبدیل شد به مامن و جایگاه متخصصان حوزه‌های مختلف اقتصادی در زمینه‌های مختلف؛ نکته مهم این بود که این نشریات توانستند با جامعه مخاطب وسیعی ارتباط برقرار کنند. اگر شمارگان این مجله‌ها را در سال‌های ۶۵ تا ۶۷ ببینید، متعجب خواهید شد که چطور ممکن است مجله‌ای با زمینه تخصصی صنعت حمل‌ونقل چند ۱۰ هزار تیراژ داشته باشد. یا مجله فیلم در کشوری که تولید و نمایش فیلم با محدودیت‌های عجیبی مواجه است، بتواند به تیراژ و شمارگان بسیار بالایی برسد. این دو مجله توانستند هم دانش و رویکرد تخصصی را مورد توجه قرار بدهند و هم دانش و رویکرد روزنامه‌نگاران را؛ یعنی در حقیقت می‌توان گفت که این دو نشریه خیلی خوب توانستند محل تقاطع در زمینه‌های خاص و تخصص در زمینه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای بشوند و دلیل موفقیت شأن هم در همین آمیزه این اکسیر موفق دانش تخصصی در یک حوزه و دانش روزنامه‌نگارانه است. بعد از آن است که می‌بینیم به مرور بر تعداد نشریات تخصصی افزوده می‌شود و تنوع بیشتری پیدا می‌کنند. انجمن‌های مختلف صنفی و حرفه‌ای دارای مجله می‌شوند. سازمان‌های تخصصی دارای مجله می‌شوند، مثل «مجله تدبیر» که یکی از مجلات بسیار خوب در حوزه مدیریت بود و در سازمان آموزش مدیریت صنعتی منتشر می‌شد. مجله آینده‌نگر در دوره‌های بعدی منتشر می‌شود، در زمینه انرژی نشریات مختلفی منتشر می‌شود. حتی ما نشریه‌ای برای صنعت کفش، صنعت چرم، مجله پسته و زمینه‌های مختلف دیگر داشتیم. در حقیقت این باب می‌شود که انجمن‌های صنفی از یک طرف و بعد سازمان‌های تخصصی از طرف دیگر دارای نشریات تخصصی شوند و این فضای رونقی بگیرد، به‌ویژه که آنگاه مباحث واقعی جامعه هم در دستور کار قرار می‌گیرد.

۴

یکی از موضوعاتی که سال‌ها تلاش می‌شد به عنوان مسأله اصلی در جامعه توسط حکومت انکار شود، مسائل اقتصادی بود. مسائل اقتصادی در یک نظام ایدئولوژیک سیاسی معمولاً به عنوان مسأله دسته‌چندم تلقی می‌شوند و اولویت اول نیستند. فرهنگ، سیاست، عرفان و عالم لاهوت بیشتر در یک نظام ایدئولوژیک مورد توجه قرار می‌گیرند؛ ولی واقعیت این است که انتشار نشریات بسیار قوی اقتصادی در همان دهه‌های ۶۰ و ۷۰ که به وجوه مختلف مسائل پیچیده اقتصادی جامعه ایران می‌پرداختند، اقتصاد را همچنان که در واقعیت زندگی همچنین است، از رده‌های چندم جلوتر آوردند و مورد توجه قرار دادند و اکنون است که ما راحت صحبت می‌کنیم در خصوص این که اقتصاد، معیشت، تورم و تولید مسائل اصلی

وقتی مادر گذر
زندگی روزمره با
انبوه خبرها مواجه
می‌شویم و روز به
روز هم بر تعداد
این خبرها افزوده
می‌شود، ساز و
کارها و رسانه‌هایی
باید وجود داشته
باشد که از میان
انبوه خبرهایی که
ممکن است آغشته
به شبهه خبر، ضد
خبر، شایعه، دروغ
و... باشند، تعدادی
را که روی زندگی
واقعی مردم تأثیر
مشخصی دارند،
انتخاب کنند و به
صورت عمیق به
آنها بپردازند

بردار، قضاوت کننده و حکم‌دهنده در خصوص رسانه‌ها است، نیازی به آموزش حرفه‌ای تخصصی رسانه‌ای را احساس نمی‌کند که بخواهد نظام دانشگاهی را در این جهت تقویت کند و سامان بدهد.

در شرایطی که خیلی‌ها از افول نشریات کاغذی عمومی می‌گویند و جایگزینی آن با شبکه‌های اجتماعی و غیره، تنها حوزه‌ای که شبکه‌های اجتماعی در سرنوشت آن تأثیر بدی ندارد و به‌عکس ضرورت حضور و وجود آنها را بیشتر می‌کند، زمینه نشریات تخصصی است. ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که به شدت روایت‌های متنوعی از رویدادها به طرز فزاینده‌ای در اختیار عموم مردم قرار می‌گیرد. به عمد می‌گویم روایت‌های متعدد چون در این نوع روایتگری شما خبر را می‌بینید، شبه‌خبر را می‌بینید، ضدخبر را می‌بینید، شایعه و دروغ را می‌بینید، مجموعه‌ای از اینها که روز به روز به دلیل امکانات رسانه‌ای نو پدید می‌آید که همگان امکان برخورداری از آن را دارند، هم در مقام تولید کننده و هم در مقام مخاطب، بر تعدادشان افزوده می‌شود و به طور روز افزونی سیل روایت از رویدادها در فضاهای مختلف اجتماعی بیان می‌شود. در چنین وضعیتی طبیعی است که مخاطب نه فرصت گزینش‌گری دارد و نه امکان تشخیص کامل و نه زمان تجزیه و تحلیل دارد. با هر امکان جدیدی که به امکانات رسانه‌ای افزوده می‌شود، طبعاً بر سیل روایت‌ها هم به همین میزان افزوده می‌شود. از سوی دیگر گزینش کردن از بین این همه روایت کار دشواری است. واقعا تشخیص راست و دروغ بودن و شایعه بودن یا نبودن، حب و بغض و... در این فضای پر از روایت کار بسیار دشوار است. نکته بعد اینکه فرض کنیم که ما گزینش‌گری کردیم؛ اما چگونه می‌توانیم به عمق مسائل پی ببریم. در این جا است که اتفاقاً رسانه‌های تخصصی، ام‌از روزنامه‌های تخصصی، خبر گذاری‌های تخصصی، شبکه‌های رادیو تلویزیونی تخصصی، کتاب‌های تخصصی، مستندسازی تخصصی، تولید پادکست و ویدئوی تخصصی و چند رسانه‌ای تخصصی، بسیار حیاتی می‌شود چون ما احتیاج داریم که از میان این همه صدای متعدد و این همه روایت متنوع، بتوانیم مجال اندیشیدن، عمل و تعمق پیدا کنیم. اگر چنین نکنیم، جهان می‌تواند برای ما بسیار نگران کننده باشد؛ چون دانش و وقت ما در وضعیت کنونی صرف انبوهی روایت‌ها می‌شود، بدون عمق بخشیدن. چیزی که خیلی از اندیشمندان به آن پرداختند، این است که ما به مرور سطحی شویم. راه حل عبارت از این است که برویم سراغ دانش و رسانه تخصصی، رسانه‌ای که کمک می‌کند به این که ما از انبوهی سیل آسای رویدادها، رویدادهایی که واقعا می‌تواند بر زندگی ما تأثیر واقعی داشته باشد، ببینیم که بهتر است از میان این رویدادها چه رویدادی را انتخاب کنیم.

چگونه نشریات و رسانه‌هایی را که مورد نظر است بهتر کنیم؟ تولید رسانه‌ای در جهان امروز به زعم من متکی به دورکن است. یکی دانش تخصصی در یک حوزه و دیگری دانش تخصصی در حوزه رسانه؛ در حقیقت اکسیر طلایی تلفیق این دو است. اگر ما می‌خواهیم نشریه‌ای در حوزه اقتصاد منتشر کنیم، باید حضور توأمان دانش اقتصاد و دانش تخصصی روزنامه‌نگاری را ببینیم. اگر می‌خواهیم در حوزه نفت نشریه انتشار دهیم، باز باید دانش تخصصی نفت و دانش تخصصی روزنامه‌نگاری داشته باشیم. اگر می‌خواهیم در حوزه ورزش، نقاشی، آشپزی، خیاطی، رسانه داشته باشیم یا برنامه تلویزیونی تولید کنیم، باید تلفیق هر دوی اینها باشد. باید به آن توجه کنیم که مسیر قدری زمان بر است، به این معنا که ما به عنوان دوره گذر، نشریات تخصصی را به این صورت تحلیل کردیم که تعدادی روزنامه‌نگار در این نشریه باشند و تعدادی آدم متخصص. این راه حل امکان‌پذیر و واقع‌بینانه‌ای

بوده است که طی این سال‌ها ما به سراغ رفتیم و کماکان هم ناچار هستیم که به آن متکی باشیم؛ اما به مرور این وضعیت باید تغییر کند؛ یعنی ما روزنامه‌نگاران متخصص یا متخصصان روزنامه‌نگار تربیت کنیم. اتفاقاً به همین دلیل است که من به نظام آموزش رسانه‌ای حرفه‌ای در ایران انتقاد دارم. من معتقد هستم که باید دوره کارشناسی آموزش رسانه‌های تبدیل شود به دوره کارشناسی ارشد آموزش رسانه‌ای، به این معنا که افرادی که حداقل دارای آشنایی با رشته‌ای در سطح لیسانس هستند، بیایند در دوره کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری یاد بگیرند، کسی باشد که اقتصاد خوانده باشد، در دوره کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری یاد بگیرد و تبدیل شود به روزنامه‌نگار اقتصادی. یعنی این دو تخصصی که به ناگزیر و به عنوان یک راه حل منطقی، الآن در رسانه‌های تخصصی لحاظ کردیم، گام بعدی که باید برای آن رخ بدهد، عبارت است از ترکیب و آمیختن این دو عرصه با هم و یکپارچه شدن آنها عکس این مسأله بسیار دشوار است. نمی‌گویم ناممکن؛ اما بسیار دشوار و مسیری است که ما در این سال‌ها طی کردیم و زمانی که به گذشته نگاه می‌کنیم، با وجود تلاش بسیاری که بعضی از همکاران ما کردند؛ اما واقعا گستره وسیعی پیدا نکرده است. به‌طور مثال یک نفر روزنامه‌نگاری خوانده است و بعد تصمیم گرفته است که خبرنگار اقتصادی شود. داریم نمونه‌هایی که بسیار خوب و موفق هستند؛ اما اینها نمونه هستند، جریان اصلی نیستند. جریان اصلی روزنامه‌نگاری کم دقتی است که ما تحت عنوان روزنامه‌نگاری اقتصادی با آن مواجه هستیم. دوستانی که روزنامه‌نگاری خواندند و بعد خودشان بنا بر علاقه، با مطالعه و پیگیری شخصی با مباحث اقتصادی آشنا شدند، هم مسیر خیلی طولانی را طی کردند و هم مسیر بسیار پر پیچ و خمی را طی کردند؛ اما اگر کسی باشد که لیسانس یا فوق لیسانس اقتصاد دارد و ما به او روزنامه‌نگاری یاد بدهیم، نخست اینکه می‌تواند یک دوره کوتاه‌تری طی کند چون بسیاری از درس‌هایی که در دوره کارشناسی روزنامه‌نگاری تدریس می‌شود، بی‌ارتباط با مباحث روزنامه‌نگاری است و نکته دوم کسی که لیسانس روزنامه‌نگاری می‌گیرد و بخواهد اقتصاد بخواند، ورودش به دانشگاه بسیار دشوار خواهد بود و به صورت فردی مطالعه کردن هم پیچیدگی‌های خودش را دارد؛ بنابراین در این صورت زمان را هدر دادیم؛ اما اگر فردی در یک رشته خاص کارشناسی دارد و ما به او روزنامه‌نگاری یاد بدهیم، این آموزش می‌تواند حداکثر در یک دوره ۲ ساله باشد و ما دانش روزنامه‌نگاری را به طور جامع به او آموزش بدهیم. الآن ما در جهانی هستیم که فرقی بین روزنامه‌نگاری کاغذی با روزنامه‌نگاری آن لاین، روزنامه‌نگاری رادیو تلویزیونی، روزنامه‌نگاری پخش مستقیم، روزنامه‌نگاری شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها وجود ندارد. روزنامه‌نگارها باید تمام این مهارت‌ها را بیاموزند و در حقیقت چند رسانه‌ای باشند، نه تکرر رسانه‌ای. این مستلزم آن است که ما محتوای آموزشی را تغییر بدهیم. بخشی از تغییر هم این است که بیسن دانش تخصصی زمینه‌ای که علاقه‌مندان به روزنامه‌نگاری دارند، پیوند برقرار کنیم. کسی که نفت خوانده است می‌تواند بعد از دو سال روزنامه‌نگار نفتی بسیار خوبی شود، کسی که صنعت خوانده یا تخصص فرش و قالی دارد یا کسی که طراح لباس است و هر کسی که هر تخصصی دارد، می‌تواند در یک بازه زمانی معقول در دانشگاه انواع روزنامه‌نگاری را یاد بگیرد و ماحصل آن آمیزه‌ای از تخصص رسانه‌ای و یک دانش خاص. این چیزی است که فضای ارتباطی رسانه‌ای ما در جایی که بحث حرفه‌ای‌گری مطرح است، به آن نیاز دارد. آینده روزنامه‌نگاری، آینده رسانه‌گری، آینده دانش ارتباطی تخصصی در ایران منوط است به شکل گرفتن چنین چیزی؛ یعنی آمیزه و اکسیری که هر دو وجه را توأمان داشته باشد. ■

تولید رسانه‌ای در جهان امروز به زعم من متکی به دورکن است. یکی دانش تخصصی در یک حوزه و دیگری دانش تخصصی در حوزه رسانه؛ در حقیقت اکسیر طلایی تلفیق این دو است. اگر ما می‌خواهیم نشریه‌ای در حوزه اقتصاد منتشر کنیم، باید حضور توأمان دانش اقتصاد و دانش تخصصی روزنامه‌نگاری را ببینیم

سال‌هاست در ایران ورود مجلات تخصصی با نظارت شدید دولتی روبه‌روست. ابتدا بهانه نشریات پورنوگرافی و صور قبیحه بود ولی بعدها به همه زمینه‌ها تعمیم یافت. هرچند دیگر مسافری با داشتن نشریه‌ای گلاسه و چاپ برون مرزی مؤاخذه نمی‌شود ولی همچنان در دهکده‌های مطبوعات و کتابفروشی‌ها نشانی از نشریات تخصصی سایر کشورها دیده نمی‌شود.

تخصص، نیاز امروز مخاطب

نشریات تخصصی و زمینه‌های هفت گانه



حسین افخمی

استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

وضعیت امروز نشریات تخصصی در ایران حیرت‌انگیز است. به طوری که روزنامه‌ها هم دارند تخصصی می‌شوند. سینما و هنر، علم و فناوری، صنعت و تجارت، اقتصاد، ورزش، توریسم و حوادث را می‌توان هفت حوزه تخصصی موضوعی مطبوعات روزانه ایران به شمار آورد. پدیده‌ای که حتی در کمتر کشوری که با اقتصاد آزاد و رقابتی هم اداره می‌شود، می‌توان مشاهده کرد. این نوع تخصص‌گرایی در مطبوعات در زمینه‌های علمی، هنری و ورزشی با نشریات هفتگی، ماهنامه و فصلنامه پیش‌تر تجربه کرده‌ایم.

البته تنوع در زمینه‌های تخصصی مجلات از نظر موضوعی گاه انتهایی ندارد. دسته‌بندی تخصص در روزنامه‌ها معمولاً به ده تا پانزده حوزه خبری خلاصه می‌شود. از بارزترین آنها حوزه‌های ورزش، اقتصاد، سیاست، مجلس، دفاعی، آموزشی، هنر، رسانه‌ها، صنعت، انرژی، کشاورزی، حوادث، کارگران، مذهب و شهرستان‌ها را می‌توان ذکر کرد. روزنامه‌نگار شافل در این حوزه هم باید بتواند از طریق تماس با منابع متخصص داده‌ها را جمع‌آوری کند، هم رقابتی عمل کند و هم ارزش نو بودن را در آن برجسته کند. تخصص حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در اینجا به دانش عمیق و مطالعه مداوم نیاز دارد.

در جهان نیز سال‌هاست نمونه‌های موفق از نشریات تخصصی منتشر می‌شوند که اغلب آنها گستره توزیع فراملی دارند. مجله‌های نشنال جئوگرافی، اکونومیست، بیزینس ویک، نیچر، ساینفتیک آمریکا، لانسنت و نیوساینست از هفت نشریه تخصصی حوزه اقتصاد با علم هستند که خوانندگانی پروپاقرص در سراسر جهان دارند. اینها به نشریات نخیه‌پسند یا نخیه‌گرا هم شهرت دارند. شمارگان آنها بعضاً به چند میلیون نسخه می‌رسد. البته در این میان هفته‌نامه آمریکایی «ریدرز دایجست» را که گلچین مطالب را به صورت عمومی منتشر می‌کند و زمانی در ۲۹ کشور تیراژی بالغ بر ۱۵ میلیون نسخه داشت، می‌توان یک استثنا به شمار آورد. در یک بررسی نه‌چندان دقیق می‌توان مجلات تخصصی رایج در ایران و جهان را به هفت گروه زیر دسته‌بندی کرد:

- **مجلات اجتماعی:** این گونه مجلات تخصصی اغلب بر اساس تفاوت‌های اجتماعی که بیشتر به ذوق و سلیقه خوانندگان مربوط می‌شود و بی‌ارتباط با علاقه‌آگهی دهندگان نیست شکل می‌گیرند. هرچند در محتوای این گروه از نشریات مطالب تخصصی جنبه عام دارد. مجله‌های زنان، جوانان و کودکان از این دسته‌اند که به سن و جنسیت تفکیک شده‌اند.

- **ژورنال‌های علمی-پژوهشی:** به تعداد مراکز یا هسته‌های پژوهشی و گاه آموزشی می‌توان چنین نشریاتی را مشاهده کرد. البته تیم تولید مطالب در غالب این نشریات تربیت‌شده روزنامه‌نگاری نیستند. اما محتوای این ژورنال‌ها معمولاً منبع الهام روزنامه‌نگاران در سایر رسانه‌ها هستند. از جمله در دل این دسته از نشریات بسیاری از نشریات علمی دیده می‌شوند که با همت روزنامه‌نگاران علمی نویسنده‌ها می‌شوند و هدف آنها عمومی‌سازی علم است. مجله «دانشمند» یا «دانستنی‌ها» دو برند مشهور در ایران معاصر هستند که عمر نسبتاً مفیدی دارند.

- **مجلات فکاهی و طنز:** در تاریخ مطبوعات ایران علاقه خوانندگان به این گونه نشریات در خور توجه است. عناوینی چون «سسیم شمال»، «چلنگر»، «توفیق» و «گل‌آقا» نمونه‌های موفق این دسته از نشریات هستند. در اغلب کشورهای جهان ردپایی از نشریات طنز و فکاهی دیده می‌شود. «پانچ» چاپ لندن و «شارلی ابد» چاپ پاریس و ده‌ها مورد دیگر مثال‌زدنی هستند.

- **نشریات پورنوگرافی:** مثال و شهادی از این نوع نشریه در ایران نداریم، ولی در سایر بلاد نمونه‌هایی هرچند انگشت‌شمار وجود دارد. از جمله مجله هفتگی «پلی بوی» که در جغرافیای آمریکا منتشر می‌شود و البته توزیع فرامرزی دارد.

- **مجلات مسائل خارجی:** مجلاتی که سیاست‌های جهانی و منطقه‌ای را در قاب امور بین‌المللی مورد بررسی قرار می‌دهند. حوزه‌ای که بیشتر به امور دیپلماسی، جنگ، صلح و امنیت و به تازگی مسئله جهانی شدن می‌پردازد. از نمونه‌های موفق در این زمینه «فارین پالیسی» و «لوموند دیپلماتیک» را می‌توان مثال زد.

- **مجلات مسکلی:** شامل آن دسته از مجلات تخصصی ارگان احزاب می‌شود که در آنها سیاست‌های یک حزب برای آگاهی اعضا و گاه شهروندان عادی مورد بحث قرار می‌گیرد. «یزوستیا» در مسکو و «اومانیته» در

پاریس و یکی از نمونه‌های مشابه آن در ایران، می‌توان از مجله «دیده‌های رستاخیز» ارگان حزب رستاخیز (۵۷-۱۳۵۲) نام برد که برای اطلاع عموم روی دهکده‌ها قرار می‌گرفت و عمدتاً به بحث‌های تئوریک می‌پرداخت. ● **مجلات صنفی:** این نوع نشریات معمولاً ارگان تشکلات صنفی هستند یا صرفاً شاغلان یک حرفه و صنف را مخاطب خود قرار می‌دهند، مانند مهندسان، مدیران، کارگران و... که در این حالت، به صورت تجاری و خارج از وابستگی به یک تشکل منتشر می‌شوند. محتوای تخصصی بر محوریت مسائل مشترک یک صنف قرار دارد. بدون شک ترویج و آموزش دانش مشترک و نشر اطلاعات مرتبط با منافع صنفی از ویژگی‌های بارز آن است. بازنمایی دستاوردهای اعضا در این اجتماعات بخشی از مطالب اختصاصی این نشریات است. فصلنامه تخصصی «کانون وکلا» در ایران یکی از این نمونه‌هاست و البته ده‌ها نشریه دیگر.

مجلات صنفی و کسب و کار معمولاً از نشریات ارگان به شمار می‌روند. این نشریات گاه از گان انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی کارگری و گاه سخنگوی انجمن‌های کارفرمایی هستند. نوشته‌های این گونه نشریات چون از خوانندگانی کنشگر برخوردارند از شور و حال و رویکردی توسعه‌ای و چالشی برخوردار است. دیدگاه‌های تخصصی نویسندگان و حتی نوشته‌های خوانندگان این نشریات منبع تخصصی ارزشمندی است برای رسانه‌های خبری چه به صورت بازنشر و چه به صورت سوزهای برای تهیه گزارش‌های خبری و تحلیلی بیشتر. بنابراین، این گونه نشریات از یک طرف با مخاطب‌های آشنا و به نوعی با اعضای داخلی یک نهاد صنفی روبه‌رو هستند و از طرفی نخبگان رسانه‌ای، کنشگران اجتماعی و دولت‌مداران را مورد خطاب قرار می‌دهند که در تحولات جامعه نقش آفرین هستند.

فرصت برای روزنامه‌نگاری تخصصی فراهم شده است. با نگاهی خوش‌بینانه به توسعه تکنولوژی ارتباطات برخی از محدودیت‌ها شکسته شده‌اند یا تغییر ماهیت داده‌اند. ورود اینترنت در دنیای ارتباطات، روش‌های کنترل مطبوعات در گمرکات کشور را به کلی دگرگون کرد. دیگر مأموران گمرک از مسافران سفرهایی خارجی که در جامه‌دان‌های خود کتاب، نشریه، نوار صوتی و تصویری و دیسک و سی‌دی جای داده‌اند، پرسش نمی‌کنند. اما گاه محتوای موبایل و رایانه مسافر هنوز از عناصر نامطلوب به شمار می‌رود و باید کمی مورد تفتیش قرار گیرد.

سال‌هاست در ایران ورود مجلات تخصصی با نظارت شدید دولتی روبه‌روست. ابتدا بهانه نشریات پورنوگرافی و صور قبیحه بود ولی بعدها به همه زمینه‌ها تعمیم یافت. هرچند دیگر مسافری با داشتن نشریه‌ای گلاسه و چاپ برون مرزی مؤاخذه نمی‌شود ولی همچنان در دهکده‌های مطبوعات و کتابفروشی‌ها نشانی از نشریات تخصصی سایر کشورها اثری دیده نمی‌شوند. شاید فضای مجازی این رفتار ارتباطی را تغییر داده است. دنیای مردم مطبوعات ما سال‌هاست با این گونه نشریات بیگانه است. آنچه می‌شنویم و یا می‌خوانیم عمدتاً گلچینی از مطالبی است که از سوی خبرنگاران و رسانه‌های غیرتخصصی دروازه‌بانی و غربالگری می‌شود و به دست مخاطبان می‌رسد.

آموزش و تدریس دانش و فنون نشریات تخصصی نیز سال‌هاست رواج یافته است. در ایران با تأسیس مجله «کیهان ورزشی» در اواخر دهه ۱۳۳۰ نوعی تخصص به ورزشی‌نویسی اضافه شد. یعنی ورزش هم یک موضوع تخصصی ششدر دهه چهل هم درسی زیر عنوان روزنامه‌نگاری تخصصی پایه‌گذاری شد. هرچند انتشار مجلات تخصصی عمری طولانی‌تر دارند، ولی معمولاً نوع بدوام و مستمر آنها را فقط در ورزش و علم می‌توان مشاهده کرد. البته از نوع سیاست و اقتصاد و دین هم داشته‌ایم ولی در طوفان‌های سیاسی معمولاً تعطیل شده‌اند. هم‌اکنون در مورد آموزش روزنامه‌نگاری تخصصی می‌توان از دوره کارشناسی‌ارشد روزنامه‌نگاری پزشکی در دانشگاه شیراز نام برد که بعضی آن را رسانه و سلامت هم می‌نامند. مدیریت ارتباطات ورزشی در دانشگاه پیام نور و روزنامه‌نگاری بین‌المللی در دانشکده خبر هم دو رویکرد تخصصی دیگر است. تخصصی شدن در فنون مجله‌نگاری مثل مجله «بندنگر» نیز یکی از نیازهای امروز جامعه است که جای آموزش و پژوهش آن هنوز بسیار خالی است و ضروری است از زیر سایه سنگین آموزش فنون مطبوعات روزانه و خبرگزاری خارج و مستقل شود. هفت زمینه تخصصی نیز می‌تواند علاوه بر فصلنامه‌های علمی-پژوهشی به حوزه‌های اجتماعی، مسکلی، بین‌المللی، فنی و سرگرمی گسترش یابد تا با رویکرد توسعه‌یاب و نقد سیاست‌های جاری و گذشته‌افق آینده را بر ستون‌های دانش و آگاهی ترسیم کنند. ■

حفظ رسانه کاغذی بدون توجه به کارایی آن ممکن است صاحبان این رسانه‌ها را در دام «مناسک‌گرایی» گرفتار سازد و اگر این اتفاق روی دهد آنگاه همه راه‌ها و امکان‌ها برای تغییر و بهبود رسانه مسدود خواهد شد.

سرنوشت رسانه‌های کاغذی: پایان یا آغازی دیگر؟

آینده‌نگر در مسیر تضارب آرا



خالد توکلی

جامعه‌شناس

۱ آیا پایان رسانه‌های کاغذی فرارسیده است؟ آیا باید به استقبال این پایان رفت؟ رسانه‌های کاغذی را چرا باید حفظ کرد؟ آیا این رسانه‌ها و رسانه‌های مجازی رقیب همدیگر هستند یا امکان همکاری و اشتراک مساعی میان آنها وجود دارد؟ این پرسش‌ها و پرسش‌های پرشمار دیگری، امروزه گریبان فعالان عرصه رسانه‌های جمعی کاغذی را گرفته و آنها را به فکر فرو برده است. به لحاظ روش‌شناختی انتخاب هر کدام از این پرسش‌ها می‌تواند به پاسخ‌ها و راهکارهای متفاوت منجر شود. برای مثال، اگر این پرسش مبنای تفکر و برنامه‌ریزی برای آینده قرار گیرد که آیا دو نوع از رسانه رقیب همدیگر به‌شمار می‌آیند، آن‌گاه، به‌عنوان راهکار و مسیر آینده، باید به دنبال حذف یکی از این دو رفت. اما اگر پرسش از امکان اشتراک مساعی و همکاری باشد، پاسخ و راهکارها مسیر دیگری را در پیش خواهند گرفت. در این نوشتار، این پرسش مورد بررسی اجمالی قرار می‌گیرد که آیا امکان همکاری میان رسانه کاغذی و مجازی وجود دارد؟

اگر این پرسش مبنای تفکر و تأمل قرار گیرد، سخن از پایان یا حذف ناموجه و بی‌معنی خواهد شد و جست‌وجوی ظرفیت‌ها و امکاناتی که امکان هم‌افزایی داشته باشند در دستور کار قرار خواهد گرفت. علاوه بر این، از تعصب ورزیدن و داشتن نگاه نوستالژیک نسبت به نوع رسانه - کاغذی باشد یا مجازی - نیز سخنی به میان نمی‌آید، در نتیجه امکان تغییر و انعطاف در برنامه‌ریزی، جایگزین تصلب و تعصب خواهد شد.

۲ نکته حائز اهمیت برای حفظ رسانه کاغذی آن است که ابتدا بایستی بتوان از بند تعلق نسبت به آن آزاد شد. حفظ رسانه کاغذی بدون توجه به کارایی آن ممکن است صاحبان این رسانه‌ها را در دام «مناسک‌گرایی» گرفتار سازد و اگر این اتفاق روی دهد آنگاه همه راه‌ها و امکان‌ها برای تغییر و بهبود رسانه مسدود خواهد شد. به عبارت دیگر، حفظ رسانه در گرو بهبود عملکرد آن است و برای بهبود عملکرد نیز باید از آن فاصله گرفت تا بتوان نقایص و معایب آن رسانه را دید و در جهت اصلاح آن گام برداشت.

حفظ ظاهر یک نوع رسانه صرفاً به این دلیل که در گذشته دارای کارکرد و فایده بوده است یا داشتن حسن نوستالژیک نسبت به آن، استدلال موجهی برای تداوم آن رسانه نیست؛ این استدلال مانع از آن می‌شود تغییرات و ظرفیت‌های تکنولوژیک و اجتماعی جدید را درک کرد و از آنها برای بهینه‌سازی رسانه کاغذی بهره برد. رسانه کاغذی یا مجازی، هیچ‌کدام به خودی خود دارای ارزش ذاتی نیستند و اگر یکی بر دیگری ترجیح داده می‌شود صرفاً باید به این دلیل باشد که در دستیابی به اهداف رسانه کارآمدی، بهتر عمل می‌کند. در وضعیت کنونی، نادیده گرفتن امکانات رسانه‌های مجازی، به نفع رسانه کاغذی نیست و پافشاری بر ادامه روش‌ها و رویه‌های گذشته رسانه را از اهداف رسانه‌های خود دور می‌سازد.

۳ نکته دیگری که در این رابطه باید مورد تأکید قرار گیرد توجه به نقش و جایگاه مخاطب است. شناختن ذائقه و انتظارات مخاطبین رسانه، می‌تواند مدیران و دست‌اندرکاران رسانه را در گرفتن تصمیم مناسب یاری رساند. این که چه نوع رسانه‌ای منتشر شود، چه مسائلی در چه سطحی مورد بررسی قرار گیرند و... همه، تا حد زیادی به نظر و رأی مخاطب وابسته هستند. از سوی دیگر نباید فراموش کرد که یکی از وظایف اصلی رسانه، فرهنگ‌سازی و ترویج برخی از باورها و ارزش‌ها در جامعه به‌طور عام و مخاطبین به‌طور خاص است. رسانه کاغذی برای برخی از اقشار جامعه و تبیین برخی از موضوعات جذابیت و کارایی دارد. یک نشریه کاغذی با شناسایی این مخاطبین و موضوعات، خواهد توانست حضور موفق خود را تداوم بخشد و در ضمن در جامعه نیز تأثیرگذار باشد.

۴ در نظریه‌های جامعه‌شناسی ارتباطات آمده است که رسانه‌های تصویری مانند تلویزیون نمی‌توانند تجربه‌های عمیق انسانی را به مخاطب منتقل کنند، در نتیجه، مخاطب درکی سطحی از پیام‌هایی که در این رسانه منتشر می‌شود، خواهد داشت. تجربه رسانه‌های مجازی و آنلاین نشان داده است که برای نشریه‌های تخصصی که مخاطب خاص و جدی دارند، زیاد مناسب نیستند. از آن جایی که مطالعه مطالب این نشریات به تأمل و دقت فراوان نیاز دارد، رسانه‌های کاغذی بهتر می‌توانند این امکان را برای مخاطب فراهم کنند تا بتواند با مطالب مندرج در نشریه به‌صورت عمقی‌تر، ارتباط برقرار کند.

رسانه‌هایی مانند ماهنامه «آینده‌نگر» که به‌صورت تخصصی، مسائل و موضوع‌های مختلف را مورد بررسی قرار می‌دهند و مخاطب جدی و خاص دارند برای آن که بتوانند عمق مسائل را کندوکاو و از سطحی شدن پرهیز کنند، چاره‌ای جز تداوم انتشار کاغذی نشریه ندارند. پرهیز از سطحی‌شدن و برآورده ساختن انتظارات مخاطب جدی و اهل فکر نیازمند تلاش دقیق، به‌روز و فراوان است. علاوه بر این، امکان گفت‌وگو و تضارب آرا و نگاه انتقادی به مسائل نیز می‌تواند موجب جذب مخاطب جدی و مداوم برای نشریه شود و انتظارات آنها را برآورده سازد. گفت‌وگو و تضارب آرا هم می‌تواند به‌صورت نوشتاری باشد و هم گاهی می‌تواند به‌صورت حضوری و در قالب سمینار و همایش‌های مختلف انجام گیرد. البته در دنیای جدید نباید از امکانات و ظرفیت‌های شبکه‌ها و رسانه‌های مجازی غافل شد. انتشار مطالب کوتاه و معرفی مقالات و مباحثی که در نشریه آمده است در فضای مجازی می‌تواند مخاطب بیشتری را برای نشریه فراهم آورد. افزون بر این، برقراری ارتباط میان دست‌اندرکاران نشریه، مخاطب و نویسندگان مطالب و تعامل میان این سه در فضای مجازی سریع‌تر ممکن و میسر می‌شود و غفلت از این ظرفیت ممکن است منجر به از دست دادن مخاطب شود. ■

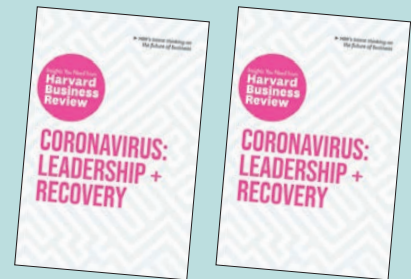
در دنیای جدید
نیاید از امکانات
و ظرفیت‌های
شبکه‌ها و
رسانه‌های مجازی
غافل شد. انتشار
مطالب کوتاه و
معرفی مقالات
و مباحثی که در
نشریه آمده است
در فضای مجازی
می‌تواند مخاطب
بیشتری را برای
نشریه فراهم آورد

..... ویژه شماره ۱۰۰

Harvard
Business
Review

کرونا و کسب و کار

گزیده‌ای از دو کتاب جدید هاروارد بیزینس ریویو
هدیه آینده‌نگر برای مدیران به مناسبت انتشار صدمین شماره



سان تزو، نویسنده کتاب معروف «هنر جنگ» می‌گوید که آشفتگی همواره فرصتی است برای نوآوری. در طول تاریخ بارها این مسئله ثابت شد اما برخی شرکت‌های نوآور در دنیا توانستند در زمان بحران کرونا دوباره آن را به اثبات برسانند. آنها علاوه بر آن که خیال مشتریان را از بابت تداوم اصول شرکت راحت کردند، روش‌های جدید و نوآورانه‌ای را هم برای مدیریت دوران بحران به کار گرفتند تا آینده را بهتر بسازند. شاید برای برخی این تصور وجود داشته باشد که بحران کرونا بالاخره با ورود واکسن به بازار به پایان خواهد رسید و نیازی به پرداختن بیشتر به موضوع وجود ندارد. اما آنچه که از مدت‌ها پیش درباره‌اش هشدار داده شده بود - یعنی نآآمدگی جهان برای مقابله با پاندمی‌ها - در این دوران کاملاً خودش را نشان داد. اگر بحران کرونا در پاییز و زمستان پیش رو وارد مرحله جدیدی شود و حتی اگر بحران مشابهی در انتظار جهان باشد، لازم است که شرکت‌ها تجربه و آینده‌نگری لازم را برای مدیریت سریع آن و عدم ضربه خوردن کسب و کارشان کسب کرده باشند. این پرونده درباره کسب و کار در زمان کرونا را مجله هاروارد بیزینس ریویو با یادداشت‌هایی از چهره‌های آکادمیک و اقتصادی منتشر کرده و در آن درس‌های زیادی است برای بحران فعلی و بعدی.

فرزانه سالمی، کاوه شجاعی

گروه آینده‌پژوهی

[کرونا و کسب و کار / ۱]

بحران می‌رود، مشتری می‌ماند

چگونه مناسبات خود با مشتریان را در میان بحران تحکیم کنید



جیمز ودربی

استاد متخصص در حوزه
سیستم مدیریت اطلاعات
(MIS) در دانشگاه تگزاس



تد والدرون

استادیار
استراتژی پایدار و کار آفرینی
در دانشگاه تگزاس

شرکت‌هایی بودند که لزوم تعطیلی برخی شعبات برایشان محرز شده بود. آنها از فهرست مشتریان که در اختیارشان بود استفاده کردند تا آنها را تشویق به خرید آنلاین کنند و به آنها اطمینان دهند که در صورت وجود هر پرسشی از سوی مشتریان آماده خدمت‌گذاری هستند و البته اطلاعات لازم در مورد فروشگاه‌های دیگر خود را در اختیار آنها گذاشتند.

سه به مشتریان اطمینان دهید که ماموریت شرکت تغییر نخواهد کرد

سه

به مشتریان اطمینان دهید که به رغم بروز شرایط بحرانی و لزوم ایجاد تغییرات، همچنان به ارزش‌های اصلی شرکت که باعث جذب مشتریان شده بود پایبند هستید و این مسئله را در اولویت قرار داده‌اید. مثلاً شرکت هانس ویتلر که خدمات خودرو در آمریکا ارائه می‌داد، پس از بروز بحران کرونا روش خود را تغییر داد و به مشتریان اعلام کرد که خودرو آنها را برای تعمیر از درب منزل آنها تحویل خواهد گرفت و بعد از تعمیرات، آن را باز خواهد گرداند.

نوآور باشید

چهار

نوآوری در زمان بحران اهمیت زیادی دارد. در شرایطی مثل بحران کرونا یا بحران‌های مشابه، لازم است به مشتریان خود نشان دهید که راه‌های جدیدی برای خدمات‌رسانی به آنها در اختیار دارید؛ مثلاً این که کالاها یا خدمات جدیدی برای حل یک مشکل جدید را در اختیار آنها قرار دهید. یک نمونه اخیر این بود که در روزهای آغازین بحران کرونا در آمریکا که کمبود شدید نان و آرد در فروشگاه‌ها مشاهده می‌شد، فادراکز که یک همبرگر فروشی زنجیره‌ای است، با یک نوآوری وارد عمل شد و به جای همبرگر، شروع به تولید نان و ارائه مستقیم آن به مشتریان کرد. همچنین شرکت‌های مختلفی در دنیا روی تولید مواد ضد عفونی و مایع دستشویی متمرکز شدند تا آنچه را که واقعا مشتریان می‌خواستند به آنها ارائه بدهند. این حرکتی امیدبخش بود که مشتریان فراموشش نمی‌کنند.

آینده‌تان را برای مشتری ترسیم کنید

پنج

شما باید شفافیت لازم را برای توضیح توانایی شرکت برای بازگشت به الگوی عادی کسب و کار (انگار که بحران رخ نداده باشد) نشان دهید. همچنین نکاتی که شرکت از تجربه دوران بحران آموخته و به کار گرفته را برای مشتریان توضیح دهید. این یعنی به آنها ثابت می‌کنید که بعد از ماه‌ها یا سال‌های بحرانی، شرکت آمادگی بازگشت کامل به شرایط عادی را دارد و البته تحولات دوران بحران را هم به شکل موفقیت‌آمیزی به کار خواهد گرفت. ■

یکی از چالش‌های اصلی شرکت‌ها در دوران یک پاندمی همه‌گیر این است که چطور فروش خود در زمان حال را تقویت کنند اما در عین حال به فکر آینده هم باشند و اولویت‌ها و انتظارات مشتریان خود در دوران بحران را سرلوحه فعالیت خود قرار دهند. این شرایط به خصوص برای کسب و کارهای کوچک‌تر سخت‌تر است چون آنها منابع لازم برای گذراندن دوران‌های طولانی از بحران و کم‌درآمدی را در اختیار ندارند. اینجا پنج استراتژی مهم و اساسی را که شرکت‌ها در میان بحران می‌توانند برای حفظ مشتریان خود در زمان حال و آینده به کار بگیرند توضیح می‌دهیم.

چهره‌های انسانی از شرکت ترسیم کنید

اول

به مصرف‌کنندگان و مشتریان خود نشان دهید که شرکت‌تان تبعات اجتماعی بحران حاضر را درک می‌کند و فقط به دنبال کسب سود در این دوران سخت نیست. به همین منظور، گام‌هایی را که شرکت‌تان برای کمک به مشتریان، کارکنان و سهامداران خود در این دوران برداشته است توضیح دهید. صفحات شرکت در شبکه‌های اجتماعی جزو مهم‌ترین ابزارهای شما در این راه هستند. یکی از نمونه‌هایی که در دوران بحران کرونا شاهدش بودیم این بود: بسیاری از رستوران‌ها به جای آن که نیروهای خود را در این زمان تعدیل کنند، آنها را به کارهای دیگری مثل دلیوری غذا منتقل کردند. این در حالی بود که پیش از این، از خدمات برون‌سپاری برای دلیوری استفاده می‌شد. مشتریان وفادار رستوران که از قبل با کارکنان آشنایی داشتند، با دیدن چهره آنها در هنگام تحویل غذا احساس مثبتی پیدا می‌کردند و در عین حال به آنها یادآوری می‌شد که تداوم خدمات گرفتن از رستوران ضامن حیات آن خواهد بود. در نمونه‌های دیگر، نهادهای مالی به نشانه حسن نیت، تسویه بدهی‌های مشتریان خود را بخشوده یا به تعویق انداختند. این نشانه‌ای بود از اینکه نهاد مالی معتمد شما به شما اعتماد دارد و ترجیح می‌دهد شما مشتری‌اش باقی بمانید. در واقع مشتری‌های شما در زمان بحران به دنبال این است که ببینند شما چه ارزشی به او می‌دهید. اگر حس کند که برای او ارزش قائل شده‌اید و شرایط دشوارش را درک کرده‌اید، به شما وفادار می‌ماند.

به مشتریان راه تعامل را نشان بدهید

دو

هر تحولی را که در زمینه کاری شرکت رخ می‌دهد به اطلاع مشتریان برسانید. این می‌تواند شامل تغییر ساعات کاری، تعطیلی شعباتی از کارخانه‌ها و تاسیسات، تعدیل نیرو، تغییرات در خدمات مشتریان و گزینه‌های سفارش باشد. در جریان این تغییرات، مشتریان باید حس کنند که شرکت در جهت تامین نیازها و منافع آنها چنین تصمیماتی را اجرایی کرده است. مثلاً دو شرکت بزرگ اپل و لولولمون جزو

نباید در لاک دفاعی فرو بروید و مثل یک روبات مکانیکی عمل کنید. به جایش رفتاری که انتظار دارید در چنین شرایطی با خودتان بشود نشان بدهید.

[کرونا و کسب و کار / ۲]

بار هستی

چطور مسئله تعدیل نیرو را مدیریت کنیم؟



ربکا ناینت

استاد دانشگاه وزلین (ایالت کانیکات) در حوزه چالش‌های مدیریتی

و حقوقی کارکنان تعدیل شده باشید.

انسان باشید

اگر ناچارید که خبر را به صورت مجازی بدهید، باید همدلی داشته باشید و با احترام با افراد تعدیل شده رفتار کنید و به آنها توضیح دهید که مشکل از آنها نبوده؛ بلکه شرایط بحرانی و رکود جهانی ناشی از کرونا باعث این تعدیل بوده است. نباید در لاک دفاعی فرو بروید و مثل یک روبات مکانیکی رفتار کنید. بلکه رفتاری که انتظار دارید در چنین شرایطی با خودتان بشود نشان دهید. به حرف‌ها و گله‌گذاری‌های نیروهای تعدیل شده گوش بدهید و اگر راه حلی برای آنها داشتید ارائه بدهید. نکته دیگر این است که در لفافه حرف نزنید و نیروهای تعدیل شده را بابت موقعیت‌شان گیج نکنید. جملاتی واضح و کوتاه و توضیح‌دهنده به کار ببرید و در عین حال سعی کنید لحن‌تان سرد نباشد.

پیشنهاد کمک بدهید اما زیادی نباشد

طبیعی است که موضعی همدلانه نسبت به نیروهای تعدیل شده داشته باشید و بخواهید به آنها کمک و مشاوره لازم را برسانید. این موضوع را باید در همان مکالمه اولیه به آنها بگویید. فرد تعدیل شده نیاز به زمان دارد تا با این خبر ناگوار کنار بیاید و شرایط خودش را بررسی کند. احتمالش هست که بعد از فکر کردن، سوالاتی برای او پیش بیاید. در این صورت، در دسترس باشید و اطلاعات لازم در مورد مزایای بیکاری و مسائل مشابه را در اختیار او قرار دهید. اما توجه داشته باشید که وعده‌های توخالی یا قول‌هایی که می‌دانید شما و شرکت از عهده‌شان بر نمی‌آید ندهید. حتماً دل‌تان می‌خواهد که ناراحتی او را با وعده‌هایتان کم کنید اما اگر بعداً نتوانید این وعده‌ها را محقق کنید شرایط منفی‌تری به وجود خواهد آمد. یکی از جملاتی که خیلی‌ها دوست دارند بگویند این است که وقتی اوضاع اقتصادی بهتر شود، نیروهای تعدیل شده دوباره جذب سازمان خواهند شد. اما از آنجایی که شما نمی‌دانید در آینده قرار است چه بشود، بهتر است چنین وعده‌هایی ندهید. ■

نیاز به کاهش هزینه‌ها قابل درک است اما این نکته را نباید از نظر دور داشت که شرایط فعلی یک بحران مقطعی و رکود کوتاه‌مدت نیست؛ بلکه پاندمی کرونا یک لحظه تاریخی استثنایی است که روی اقتصاد کشورهای مختلف و نیز جوامع، مشاغل و زندگی‌های مختلفی تاثیر دارد.

ضربه‌ای که ویروس کرونا به بازار مشاغل زد بسیار عمیق بود و تبعاتش هم طولانی‌مدت است. مدیران از یک سو با استرس و ناراحتی ناشی از کنار گذاشتن بخشی از نیروهای خود مواجه‌اند و از سوی دیگر، درباره موقعیت خودشان دچار تردید و نگرانی می‌شوند. در برخی موارد، تعدیل نیرو تنها راه برای حفظ حیات سازمان است. در چنین شرایطی چطور باید احساس تقصیر را مدیریت کرد؟ چطور باید خبر تعدیل را به نیروهایی که امکان ملاقات رودررو با آنها وجود ندارد داد؟ هر مدیری برای آینده خودش چه کار می‌تواند بکند؟

واقعیت این است که تعدیل نیرو در شرایط عادی کاری دشوار است اما در میان بحران کرونا، این کار از لحاظ احساسی و شناختی بسیار سخت‌تر است. جاشوا مارگولیس، استاد دانشکده بازرگانی هاروارد در این خصوص می‌گوید: «حجم زیاد بی‌اطمینانی و عدم قطعیت در این زمانه باعث می‌شود مدیران هم در تصمیم‌گیری‌ها با معضلات بیشتری مواجه شوند. اگر قرار بر تعدیل نیرو باشد، مدیر مربوط می‌داند که از یک سو مسئولیت دارد سازمان تحت مدیریت خود را نجات بدهد و از سوی دیگر نمی‌تواند نیروهای خود را هم مورد بی‌توجهی قرار دهد.»

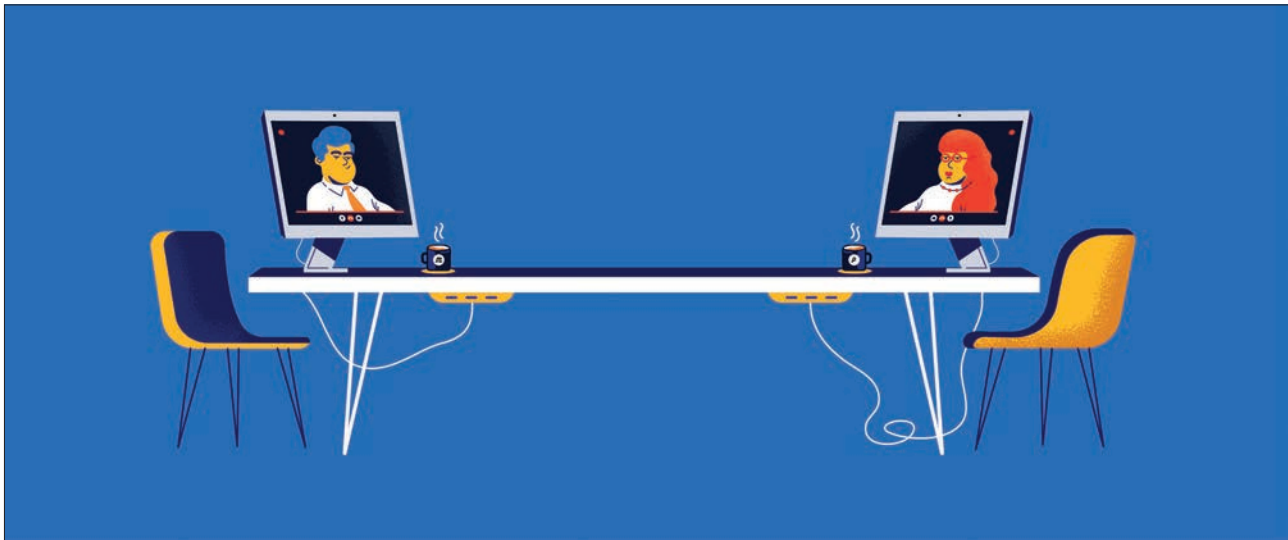
تعدیل نیرو چقدر ضرورت دارد؟

توصیه مارگولیس این است که در زمان تصمیم‌گیری در خصوص تعدیل نیرو، ضرورت این کار را از جنبه‌های مختلف بررسی کنید. نیاز به کاهش هزینه‌ها قابل درک است اما این نکته را نباید از نظر دور داشت که این شرایط، یک بحران مقطعی و رکود کوتاه‌مدت نیست؛ بلکه پاندمی کرونا یک لحظه تاریخی استثنایی است که روی اقتصاد کشورهای مختلف و نیز جوامع، مشاغل و زندگی‌های مختلفی تاثیر دارد و واکنش به آن هم لزوماً مشابهی به تصمیم‌گیری‌های قبلی حرفه‌ای مدیران نخواهد داشت. در واقع بهترین کار این است که مدیران را معاونان را جمع کنید و این پرسش را بررسی کنید که چه راه‌های دیگری برای کاهش هزینه وجود دارد و چگونه می‌توان تبعات منفی بحران کرونا را در سازمان یا شرکت پخش کرد و از سرریز شدن آن روی یک مسئله خاص مثل هزینه حفظ کارکنان جلوگیری کرد. در واقع تعدیل نیرو باید جزو آخرین گزینه‌ها باشد و ضرورت آن در حفظ حیات سازمان ثابت شده باشد.

اطلاعات جمع کنید

اگر به این نتیجه رسیدید که تعدیل نیرو ضروری است حتماً خود را برای خبر کردن نیروهایی که قرار است تعدیل شوند آماده کنید. فکر کنید که چطور و در چه زمانی می‌توانید این خبر ناگوار را به شکل انفرادی به اطلاع آنها برسانید و چه حرفی باید بزنید. قطعاً این نیروها پرسش‌های زیادی از شما خواهند داشت و بنابراین شما باید آمادگی لازم را برای پاسخگویی داشته باشید. اگر در ذهن خودتان به شفافیت لازم در خصوص اینکه قرار است چه بشود رسیده باشید، همه چیز آسان‌تر خواهد بود و استرس کم‌تری متوجه دو طرف خواهد شد. در این خصوص با بخش منابع انسانی و همچنین بخش حقوقی سازمان مشورت کنید تا قادر به پاسخگویی در خصوص سوالات مالی





[کرونا و کسب و کار / ۳]

سیزده پرسش (و پاسخ) درباره دور کاری

چطور کار شرکتی را در دوران بحران پیش ببریم؟

دارند، آن را به شکلی حفظ کنند تا حس ایزوله شدن در زمان کار پیش نیاید. واقعیت این است که از دور کاری و کار در منزل می توان لذت برد. می توانید موسیقی مورد علاقه تان را گوش بدهید و به شکلی جدید برای روز خود برنامه ریزی کنید. این وضع می تواند خیلی جالب باشد. مدیران هم باید ارتباط خود را با کارکنان حفظ کنند و روی کار آنها و همین طور همکاری بین آنها نظارت داشته باشند.

یعنی چه جور نظارتی؟ گروهی یا تکی؟ از طریق تلفن یا با تماس تصویری؟ اصلا کار فرما چگونه می تواند از تمرکز، تعهد و رضایت کارکنانی که از منزل کار می کنند اطمینان



حاصل کند؟

اول اینکه باید مکالمه های گروهی درباره اوضاع جدید کار صورت بگیرد و برخی مسائل روشن شود. مثلا اینکه هر چند وقت یکبار باید ارتباط برقرار کرد؟ این ارتباط باید تصویری باشد یا تلفنی یا از طریق رسانه های اجتماعی مرتباً؟ بهترین راه برای کار در کنار یکدیگر چیست؟ در واقع همگی باید دور کاری را درک کنند و اعتماد داشته باشند که این روش کار خواهد کرد. در مرحله بعدی، مسئله این است که روش های قبلی کاری را نباید ناگهان کنار گذاشت. اگر کارها به شکل جلساتی پیش می رفته، باید تقریباً به همان شکل و فقط از راه دور ادامه پیدا کند. حتی ارتباط بیشتر هم خواهد بود. برخی گروهها از جمله کارکنان تازه وارد که روی پروژه های بزرگ کار می کنند، باید بیشتر از بقیه در این ارتباطات سهیم باشند. حتی ساعات استراحت را هم می توان مثل سابق با همکاران گذراند؛ مثل زمان قهوه نوشیدن یا ناهار خوردن که می تواند به شکل تصویری و همزمان صورت بگیرد. تحقیقات مختلف نشان داده که تیم های مجازی می توانند به اندازه

دور کاری یکی از واقعیت هایی است که شیوع ویروس کرونا آن را به همه قبولاند. نحوه کار در شرکتها و سازمان های مختلف در همین راستا تغییر کرد و چاره های برای روسا نگذاشت جز آن که دور کاری را نه فقط برای افرادی که علائم احتمالی کرونا دارند، بلکه برای بسیاری از کارکنان دیگر هم اجباری کنند. شرایط پاندمی ممکن است در آینده هم به شکل های مختلفی ادامه داشته باشد و بنابراین برای پیشگیری از بروز اختلال در کار، باید برای سناریوهای قرنطینه ای آماده بود. تسیدال نیلی استاد مدیریت بازرگانی در دانشگاه هاروارد در این پرسش و پاسخ توضیح می دهد که چطور می توان به صورت موثر از منزل کار کرد، چطور باید جلسات مجازی را مدیریت کرد و چطور می توان در میان بحران یا شرایط غیر عادی به فعالیت تیمی ادامه داد.

اولین کاری که رهبران و مدیران می توانند برای کمک به کارکنان شرکت و بهبود روند دور کاری انجام دهند چیست؟



اینکه تجهیزات و زیرساخت های لازم را فراهم کنند. آیا کارکنان به تکنولوژی لازم برای دور کاری دسترسی دارند؟ لپ تاپ دارند؟ امکان اتصال به سازمان مربوطه را دارند؟ نرم افزار لازم برای کار یا ویدیو کنفرانس را در منزل دارند؟ باید اطمینان حاصل شود که هیچ یک از کارکنان از این بابت از قافله عقب نیست.



تسیدال نیلی

کارکنانی که از لحاظ روان شناختی برای دور کاری آماده نیستند چطور باید خود را با اوضاع جدید وفق بدهند؟



آنها باید به دیسپلین جدیدی برای مدیریت اوقات روز برسند. ساعت شروع و پایان کار را تعیین کنند و به ریتم مناسبی برای کار روزانه خود برسند. اگر به داشتن ارتباط زیاد با همکاران دیگر عادت

کارکنان همواره باید حس کنند که در جریان کار هستند. یعنی باید مشخص باشد که در سطوح سازمانی چه اتفاقاتی دارد رخ می‌دهد.

برای کار شرکتی در اختیار ما قرار گرفته‌اند که امکانات مختلف اشتراکی و راه‌های مختلف یادگیری را به شکلی آسان‌تر از گذشته فراهم کرده‌اند.

کمی درباره جلسات مجازی صحبت کنیم. برای بهبود این جلسات چه کار می‌توان کرد؟ اصولاً اولیه‌ترین توصیه‌ای که در این زمینه می‌شود این است که هدف جلسه را به روشنی بیان کنید، برایش برنامه داشته باشید و چنین مواردی. آیا جزئیات مفیدتری در این خصوص می‌توانید ارائه بدهید؟

اول اینکه پیشنهاد این است که از ویدیو کنفرانس استفاده شود و همه بتوانند یکدیگر را ببینند. هر اصولی که قبلاً در جلسات شرکتی داشته‌اید می‌توانید اینجا هم اعمال کنید. مثلاً اگر موبایل‌ها را در طول جلسه خاموش می‌کردید، حالا هم همین کار را بکنید. اما یک نکته که جلسات مجازی را از جلسات واقعی جدا می‌کند این است که نباید خیلی سریع وارد موضوع بحث شوید؛ بلکه بهتر است دقایق اول جلسه را به تلاش برای به صحبت‌کشاندن کارکنان و خیر گرفتن از اوضاع آنها بگذرانید. واقعیت این است که در حالت عادی، همکاران خود را در آپدات خانه یا راهرو یا سر میزهایشان می‌دیدید و با آنها حرف‌های معمولی و کاری می‌زدید. اما حالا چنین گزینه‌ای از زندگی کاری همه شما حذف شده است. این تغییر شرایط، یعنی روش مدیریت جلسه هم می‌تواند با قبل تفاوت داشته باشد. مثلاً اینکه بحث را به صورت خشک و رسمی آغاز نکنید. احوال‌پرسی کنید و اگر افرادی را در تیم می‌بینید که در موقعیتی پایین‌تر قرار دارند یا کم‌تر از همه حرف می‌زنند، اول سراغ آنها بروید. همچنین اصلی‌ترین موضوعاتی را که می‌خواهید در این جلسه مطرح کنید توضیح دهید و بگویید که انتظار دارید در این جلسه چه ببینید. از سوی دیگر، مسائل مطرح‌شده قبلی را پیگیری کنید. می‌توانید بعد از جلسه‌ای که با زوم یا اسکایپ برگزار شده، رئوس موضوعات را با ارسال ایمیل یا پیام‌های دیگر دوباره مورد تأکید قرار دهید و بحث در مورد آنها را با کارکنان از این راه تداوم بدهید. در واقع ضروری است که از روش‌های ارتباطی مختلف برای کار از راه دور استفاده کنید. نکته دیگر هم این است که در یک جلسه واحد، چندین موضوع پیچیده یا بحث‌برانگیز یا استرس‌آور را مطرح نکنید. مواجهه با این موارد در جلسات مجازی، سخت‌تر از جلسات عادی است و ممکن است نتایج دلخواه را نیز به همراه نیاورد چون راه تفکر و مباحثه در شرایط مجازی پیچیده‌تر است. این هم جزو مواردی است که به تدریج و با کسب تجربه، می‌توان

بهره‌وری را همزمان با دورکاری می‌توان حفظ کرد و حتی افزایش داد چون زمان رفت و آمد بین شرکت و منزل و همچنین برخی اختلالات کاری در زندگی دفتری از چنین شرایطی از میان برداشته می‌شوند

در دوران دورکاری، نگرانی‌هایی در باب درآمد و مسائل مشابه پیش می‌آید. کارکنان باید اطمینان حاصل کنند که با وجود دورکاری، درآمدشان مختل نمی‌شود.



تیم‌های مستقر در یک مکان، از اعتماد و همکاری متقابل بهره ببرند. تنها نکته‌اش این است که باید دیسپلین برقرار باشد.

بهترین کارهایی که کارفرماها می‌توانند برای ایجاد فرهنگ دورکاری مناسب انجام دهند چیست؟

در آمازون شاید بیشتر از ده هزار کتاب فقط به زبان انگلیسی درباره مجازی شدن و رهبری کارها از راه دور وجود داشته باشد. چرا این قدر این موضوع مورد توجه است؟ چون این کار سخت است و مدیران و روسا باید رویش انرژی بگذارند. نکته اول این است که کارکنان همواره باید حس کنند که در جریان کار هستند. یعنی باید مشخص باشد که در سطوح سازمانی چه اتفاقاتی دارد رخ می‌دهد. اینکه کارکنان در منزل خودشان باشند این حس را منتقل می‌کند که از اصل قضیه دور افتاده‌اند. آنها می‌خواهند بدانند که در شرکت و در رابطه با مشتریانش و همین‌طور در خصوص اهداف شرکت چه تحولاتی دارد رخ می‌دهد. ارتباطی که در این خصوص باید وجود داشته باشد اهمیت زیادی دارد. مسئله دیگر هم این است که در دوران دورکاری، نگرانی‌هایی در باب درآمد و مسائل مشابه پیش می‌آید. کارکنان باید اطمینان حاصل کنند که با وجود دورکاری، درآمدشان مختل نمی‌شود. نکته آخر هم اینکه در جریان جلسات گروهی در زمان دورکاری، باید تعادلی بین زمانی که به کارکنان مختلف اختصاص داده می‌شود وجود داشته باشد و در واقع صدای همه شنیده شود. در غیر این صورت، شکاف‌های کاری افزایش پیدا خواهند کرد.

این شرایط چگونه روی بهره‌وری تأثیر می‌گذارد؟

دلیلی ندارد که فکر کنیم بهره‌وری از دورکاری ضربه می‌خورد. بهره‌وری را همزمان با دورکاری می‌توان حفظ کرد و حتی افزایش داد چون زمان رفت و آمد بین شرکت و منزل و همچنین برخی اختلالات کاری در زندگی دفتری در چنین شرایطی از میان برداشته می‌شوند. البته حضور در منزل هم اختلالاتی مختص به خودش را در کار ایجاد می‌کند که باید به صورت شخصی به آنها رسیدگی شود. در زمینه بهره‌وری، یک چالش بزرگ در زمان دورکاری این است که ممکن است قابلیت‌تان در زمینه حل و فصل سریع مشکلات را به دلیل عدم گفتگوی رودررو و نیز به تأخیر افتادن گفتگوها از دست بدهید. اگر چنین چالشی را مدیریت کرده باشید، بهره‌وری کاهش پیدا نخواهد کرد.

اگر دورکاری به مدتی بسیار طولانی ادامه پیدا کند، مدیران چطور می‌توانند بهره‌وری کارکنان را به صورت واقعی بسنجند و کار آنها را ارزیابی کنند؟

فقط یک جمله را باید خطاب به مدیران گفت: به کارکنان خود اطمینان کنید. این زمانه و دورانی است که مجبوریم جمله ارنست همینگوی را آویزه گوش مان کنیم: «بهترین راه برای این که بفهمی می‌توان به کسی اطمینان کرد این است که به او اطمینان کنی.» در شرایط دورکاری نمی‌توان واقعاً دید که کارکنان چه کار می‌کنند. اما اگر آنها را به ابزار لازم برای کار مجهز کرده باشید، کارهایشان را به صورت واضح برایشان تعیین کرده باشید و روی آنها نظارت مناسب را اعمال کرده باشید، نتیجه دلخواه را به دست خواهید آورد. در واقع تحلیل و ارزیابی شما از بهره‌وری کارکنان حتماً باید مبتنی بر نتایج باشد که از کار آنها به دست آورده‌اید. واقعیت این است که دورکاری مدت‌هاست که در جوامع به عنوان موضوعی قابل تامل پذیرفته شده است. امروز ما تمام تکنولوژی‌هایی را که برای کار و همکاری از راه دور لازم‌اند در اختیار داریم. ابزارهای مختلفی از طریق رسانه‌های اجتماعی

راحت‌تر مدیریتش کرد.

زمان و کار در منزل اطمینان کنند.

تا اینجا درباره ارتباطات درون‌سازمانی حرف زدیم. حالا کارکنانی که باید به صورت مجازی و مداوم با مشتریان در ارتباط باشند باید به چه توصیه‌هایی عمل کنند؟

۱۰

ملاقات‌ها و ارتباطات مجازی برای فروش یا مذاکره و امور مشابه، به شکل گریزناپذیری باید با مشتریان ادامه داشته باشد و از لحاظ مجازی، همان نکات مربوط به همکاری درون‌سازمانی باید مورد توجه قرار بگیرد. حتی اهمیت استفاده از رسانه‌های تصویری در این ارتباط بسیار اهمیت بیشتری دارد. هر ارتباط رودرویی که قرار بوده با مشتری داشته باشید، حالا باید به صورت مجازی داشته باشید و اینجاست که باید از ایده‌های خلاقانه بهره ببرید.

در سازمان‌هایی که هم نیروی کار یدی و هم اداری دارند باید چه برخوردی با مسئله ارتباط مجازی داشت؟ احتمالش زیاد است که کارگران یدی به امکانات لازم

۱۱

برای این ارتباطات مجهز نباشند

هر سازمانی باید راهی برای حمایت از کارکنان خودش داشته باشد و گرنه ارتباط با کارکنان در بخش‌های مهم و ضروری برای عملیات ممکن است قطع شود. به نظر ما باید یک کارگروه ویژه برای رسیدگی به این موضوع تشکیل شود تا در هر مورد، راهی برای برقراری ارتباط و مجهز کردن نیروها پیدا کنند. این باعث می‌شود احساس ارزشمندی نیروی کار بالا برود. در شرایط جدید، به نظرات نیروهای کاری مختلف نیاز بیشتری احساس می‌شود.

اگر حس کنیم که به رغم تلاش‌های یمان، برخی از کارکنان با شرایط کنار نیامده‌اند و احساس ایزوله‌بودن و جدافتادگی دارند و به تمرکز لازم برای کار نرسیده‌اند، باید چه کار کنیم؟

۱۲

معمولا نشانه‌اش این است که این افراد ایمیل‌های کم‌تری می‌زنند یا کم‌تر در بحث‌های گروهی شرکت می‌کنند. در این صورت باید با آنها حرف زد و دیگران را هم تشویق کرد. باید دید نیاز آنها چیست و آن را فراهم کرد. مثلا شاید آنها برای پیشبرد کار احتیاج به کمک داشته باشند. واقعیت این است که وقتی به شکل ناگهانی، روتین‌های روزانه و ارتباطات افراد با دیگران را به هم می‌زنید، آنها را وارد چالشی می‌کنید که مواجهه با آن برای همه آسان نیست. مدیرعامل در چنین شرایطی باید خودش را بیشتر از سابق نشان بدهد و در ویدیو کنفرانس‌ها حضور داشته باشد تا به کارکنانش احساس امنیت و امید و اعتماد به آینده بدهد.

آیا دور کاری، عملکرد سازمان‌ها و تیم‌ها را برای همیشه تغییر می‌دهد؟

۱۳

افق کاری آنها را که حتما وسیع می‌کند. سازمان‌ها و تیم‌ها و افراد در شرایط جدید دارند تجربه جدیدی کسب می‌کنند. بسیاری از سازمان‌ها تمایل داشتند که از قبل هم این تجربه را به دست بیاورند و آن را تست کنند. قرار نیست دور کاری تا ابد و برای تمام نیروهای کاری ادامه داشته باشد اما جنبه مثبت قضیه این است که ما داریم به مهارت‌های مهم و جدیدی می‌رسیم که حتما برای آینده به کار می‌آیند. من به این مسئله کاملا امیدوارم. ■

در شرایطی که افراد به شکل رودرو با هم صحبت نمی‌کنند، چگونه می‌توان مکالماتی را که پر از عصبانیت یا احساسات شدید هستند مدیریت کرد؟

۸

معمولا در جلسات مجازی، زمان به شکلی متفاوت از جلسات معمولی سپری می‌شود. ممکن است چند مسئله که در نظر داشتید مطرح کنید، امکان طرح در جلسه را پیدا نکرده باشد. فرض کنیم که مسائل باقی‌مانده، مسائلی ناشی از دلخوری یا انتقاد یا موارد مشابه است. در حالت مجازی، این گزینه که بعد از جلسه سراغ افراد بروید و دغدغه یا ناراحتی‌تان را از مسائل مطرح‌شده به صورت رودرو بیان کنید وجود ندارد و درست هم نیست. بنابراین هر چه هست را باید کم و بیش در جلسه رفع و رجوع کنید. اینکه در جریان جلسات به افراد حاضر اجازه دهید که با هم اختلاف نظر داشته باشند معمولا به خلاقیت کار گروهی کمک می‌کند. اما در فضای مجازی، اعضای تیم به اندازه حالت عادی احساس امنیت روانی نمی‌کنند و بنابراین ممکن است مواضع نابجای بیشتری داشته باشند. این یعنی به خصوص در ابتدای دور کاری، تنش‌ها ممکن است افزایش پیدا کند. اما کم کم که به بحث و گفتگوی کاری در فضای مجازی بیشتر عادت کردید راحت‌تر می‌توان موضوعات را از حالت موضع‌گیری شخصی خارج کرد و به الگوی مناسبی رسید.

در شرایطی که کشورهای زیادی با تعطیلی مدارس و مهدکودک‌ها مواجه‌اند، چطور باید از کارکنان انتظار داشت که با این مسئله کنار بیایند؟

۹

رهبران سازمان‌ها باید متوجه این موضوع باشند که مرز بین منزل و کار در ماه‌های اخیر به طور جدی تغییر کرده و خط مشی‌های آنها نیز به همین نسبت باید دائم به‌روز شود. مهم‌ترین ضرورت احتمالا این است که انعطاف‌پذیری زیادی در ساعات کاری کارکنان به وجود بیاید. افراد دیگر مجبور نیستند سر ساعت اداری که برای ناهار تعیین شده، غذا بخورند. همه چیز منعطف‌تر و سیال‌تر شده است و اینجا فقط مهم است که کارها به مقصد برسند. مدیران باید به توانایی نیروی کار خود در زمینه مدیریت

یک چالش بزرگ در زمان دور کاری این است که ممکن است قابلیت‌تان در زمینه حل و فصل سریع مشکلات را به دلیل عدم گفتگوی رودرو و نیز به تاخیر افتادن گفتگوها از دست بدهید



در این زمانه، «کارگر ایده‌آل» کسی نیست که در ساعات کار بیشترین میزان کار را انجام داده باشد، بلکه کسی است که با کسب بیشترین اطلاعات در هر ساعتی از زندگی‌اش، به فردی حرفه‌ای‌تر و امروزی‌تر بدل شده باشد.



[کرونا و کسب‌وکار/۴] آنچه می‌سوزاند و خاکستر می‌کند

با فرسودگی ناشی از کار در منزل چه کنیم؟

در زمان دورکاری به خاطر بحران، باید کارهای پراکنده را کنار گذاشت. درواقع کارکنان باید انرژی خود را روی اموری که در اولویت هستند بگذارند.



لورا گیورجی

استادیار مدرسه بازرگانی لندن



ونسا بانز

پژوهشگر دانشگاه کورنل
در حوزه علوم اجتماعی

محوطه مجتمع بپردازید و بعد از آن، روتین کاری خود را شروع کنید. نکته دیگر این است که حتی در مورد مهم‌ترین امور هم کار کردن در تمام روز اصلاً جواب نمی‌دهد. بر اساس تحقیقات انجام‌شده، زمان مفید کار برای هر کس در روز حدود سه ساعت است؛ آن هم در شرایطی که اختلال خاصی رخ نداده باشد. در موقعیتی که کارکنان مشغول دور کاری و کار در منزل هستند موارد برای حواس‌پرتی حتی بیشتر است. اگر کارکنان حس کنند که هر لحظه از روز باید در دسترس باشند و هر وقت آزادی که در طول روز پیدا می‌کنند هم باید به کار اختصاص پیدا کند، احتمال آن که آنها دچار فرسودگی از کار شوند به شدت بالا می‌رود. بهترین راه برای اجتناب از این وضع آن است که محدودیت‌هایی را برای کار تعریف کنید. این مسئله به خصوص از لحاظ زمان اهمیت دارد. وقتی پیام یا ایمیلی در ساعات غیر کاری دریافت می‌کنید، پاسخی با محتوای اینکه در حال حاضر پاسخگو نیستید بفرستید تا به تدریج مشخص شود که در ساعات غیرمتعارف قرار نیست به امور کاری بپردازید. این روش را حتی در ساعات کاری که نیاز به چند ساعت کار بی‌وقفه و بدون حواس‌پرتی دارید هم می‌توانید به کار بگیرید.

نکته دیگر این است که باید توجه کنید که همان‌طور که شما چنین محدودیت‌هایی را تعریف کرده‌اید، سایر همکاران‌تان هم احتمالاً این کار را کرده‌اند. بنابراین، باید ساعات کاری یا روشی که آنها برای کار در طول روز در پیش گرفته‌اند را به رسمیت بشناسید و برنامه‌هایتان را بر این اساس تنظیم کنید و در نهایت به تعادلی در کار برسید. این درواقع حوزه‌ای است که مدیران و کارکنان به یک اندازه باید در برقراری تعادل در آن تلاش کنند.

تمرکز روی مهم‌ترین کارها

در زمان دورکاری به خاطر بحران، باید کارهای پراکنده را کنار گذاشت. درواقع کارکنان باید انرژی خود را روی اموری که در اولویت هستند بگذارند؛ چون حتی مشخص نیست که فردا چه خواهد شد. معمولاً در شرایط کار در منزل، این حس برای کارکنان به وجود می‌آید که باید بهره‌وری بالای خود را به نمایش بگذارند و به همین جهت ممکن است آنها روی اموری که فوریت و نه ضرورت دارند بگذارند تا نتیجه کارشان زودتر دیده شود. تحقیقات ثابت کرده که چنین ترجیحاتی در درازمدت فایده خاصی ندارند و باعث انباشته‌شدن کارهای بزرگ‌تر و مهم‌تری می‌شوند که قاعدتاً باید اولویت به آنها داده می‌شد. ■

در دورانی مثل بحران کرونا که برخی دورکاری‌های اجباری را به دنبال داشته است، بسیاری از مدیران از بابت حفظ بهره‌وری کارکنان دور کار خود نگران هستند. اما آنچه که باید دغدغه اصلی آنها باشد، این است که در چنین شرایطی یک ریسک درازمدت خودش را نشان می‌دهد: فرسودگی ناشی از کار. توجه به این ریسک واقعا مهم است. وقتی مرز بین کار و وقت آزاد در خانه از بین برود، بسیاری از کارکنان دچار چالش در زمینه برقراری تعادل در زندگی حرفه‌ای و خصوصی خود می‌شوند. برخی از آنها برای اثبات وفاداری خود به شرکت و نشان دادن قابلیت‌ها و بهره‌وری خود، مدت زمان زیادی کار می‌کنند؛ بعد از ظهرشان با شب درآمیخته می‌شود و تعطیلی آخر هفته مثل یک روز کاری به نظر می‌آید و جایی برای استراحت واقعی باقی نمی‌ماند. از آنجا که از برخی کارکنان خواسته می‌شود که در ماه‌های متوالی دور کار باقی بمانند، رسیدگی به این چالش اهمیت زیادی دارد.

مسئله جدا کردن زندگی حرفه‌ای و خصوصی مهم است اما محقق‌کردنش اصلاً آسان نیست؛ به خصوص در زمانه‌ای که اقتصاد اطلاعات این قدر اهمیت یافته است. در این زمانه، «کارگر ایده‌آل» کسی نیست که در ساعات کار بیشترین میزان کار را انجام داده باشد، بلکه کسی است که با کسب بیشترین اطلاعات در هر ساعتی از زندگی‌اش، به فردی حرفه‌ای‌تر و امروزی‌تر بدل شده باشد.

از سوی دیگر، وقتی دورکاری در جریان است ممکن است ایمیل‌ها و پیام‌های کاری در تمام ساعات روز رد و بدل شوند و انتظار برای پاسخگویی به آنها هم وجود داشته باشد. این شرایط به خصوص برای کارکنانی که فرزندان‌شان به دلیل تعطیلی یا نیمه‌تعطیلی مدارس و مهد کودک‌ها در منزل هستند دشوارتر است. بسیاری از آنها برای کاهش خطر کرونا حتی در منزل هم از خدمات مراقبت از بچه‌ها استفاده نمی‌کنند و در چنین شرایطی، هر لحظه کاری در منزل می‌تواند با زندگی خصوصی درآمیخته باشد.

اینجا سعی می‌کنیم به این پرسش پاسخ دهیم که جدایی کار از زندگی چطور امکان‌پذیر است؟

ایجاد و حفظ مرزهای فیزیکی و اجتماعی

در حالت عادی، پوشیدن لباس رسمی و حرکت به سمت محل کار نشان‌دهنده تبدیل شما به یک نیروی کار بود. در حالت دورکاری، صبح‌ها لباسی کمی غیررسمی‌تر از لباس محل کار بپوشید و سر ساعت به یک فعالیت فیزیکی مثلاً سر زدن به پارک نزدیک خانه یا

[کرونا و کسب و کار/ ۵]

چطور دور کاری را مُد کنیم

آیا شرکتتان را برای دور کاری دائمی آماده کرده‌اید؟



ماکزیم سیج

دانشیار مدیریت و سازمان در
دانشگاه میشیگان، پژوهشگر
شبکه‌های روابط اجتماعی
در سازمانی



لیندر ال. گریر

دانشیار مدیریت و سازمان در
دانشگاه میشیگان، پژوهشگر
رهبری موثر سازمان‌ها

همچنان که کرونا شرکت‌ها را مجبور به پذیرش دور کاری می‌کند، سازمان‌های بزرگ و کوچک کم‌کم می‌بینند مشاغلی که باید حتما در محل کار انجام می‌شدند می‌توانند از راه دور به نتیجه برسند. تعدادی از شرکت‌ها، از جمله توئیتر و فیس‌بوک، بعضی از وظایف را به طور دائم از راه دور کرده‌اند. این روند البته برای همه وظایف یا همه کارمندان جواب نمی‌دهد، اما اینکه بخشی از نیروی کارتان را به طور دائم تبدیل به کارمند مجازی کنید مزایای مختلفی دارد.

اول، استخدام افرادی که نزدیکی محلی با شما دارند طبیعتاً محدودکننده است. به طور میانگین آمریکایی‌ها در فاصله ۲۵ کیلومتری از محل کارشان زندگی می‌کنند و محل سکونت حدود ۹۸ درصد آنها در فاصله کمتر از ۸۰ کیلومتر از محل کار خود قرار دارد. مدیران عامل شرکت‌های مهمی که توانسته‌اند اکثر مشاغل خود را مجازی کنند می‌گویند که دسترسی به استعدادهای مختلف بدون محدودیت محل زندگی‌شان یکی از مزیت‌های اصلی رقابتی این سیستم بوده است. به علاوه یکی از دلایل موفقیت شرکت‌های تکنولوژیک آمریکایی در سیلکون ولی دسترسی آنها به تجمع عالی استعدادهای محلی در این منطقه بوده است. حالا تصور کنید شرکت شما در نقطه‌ای دیگر از دنیا باشد و بتواند برنامه‌نویس‌ها را از سیلکون ولی استخدام کند، تیم مهندسی‌اش را از دیترویت بیاورد و مدیر مالی‌اش را از لندن.

دوم، داشتن گزینه دور کاری به شرکت شما کمک می‌کند برای کارمندان احتمالی‌تان جذاب‌تر شوید. ما موقع تحقیق برای نوشتن این مقاله چندین گفت‌وگو با مدیران اجرایی بلندپایه در صنایع مختلف انجام دادیم تا بهتر متوجه چگونگی واکنش این شرکت‌ها با بحران کرونا شویم. در یکی از مصاحبه‌ها، یک مدیر از این ناراحت بود که نمی‌تواند یک مدیر موفق بازاریابی را برای دفتر فیلادلفیای شرکتش استخدام کند چرا آن مدیر می‌خواهد همچنان در کلمبوس اوهایو زندگی کند. این اتفاقی نادر نیست. نتایج یک بررسی جدید نشان می‌دهد مردم به طور میانگین حاضرند تا ۸ درصد از دستمزدشان کم شود اما در خانه کار کنند.

سوم، دور کاری می‌تواند باعث صرفه‌جویی واقعی در وقت کارمندان شود. طبق برآورد اداره آمار آمریکا در سال ۲۰۱۷ آمریکایی‌ها به طور میانگین روزانه ۵۲ دقیقه را در رفت و آمد به محل کار می‌گذراندند. در کالاشهرهای پرتراфик این وضع به مراتب بدتر است: میانگین رفت و آمد کاری در شهر نیویورک یک ساعت و ۱۲ دقیقه است و در جاکارتا ۲ ساعت! طبق بررسی‌ها دور کاری می‌تواند در شهرهای مختلف بین ۲۸ تا ۵۰ روز از روزهای کاری افراد طی سال را آزاد کند. به گفته یکی از مدیران فروشی که با او مصاحبه کردیم «به جای آنکه برای رفت و برگشت به دفتر یک مشتری سه ساعت رانندگی کنم، با دور کاری می‌توانم طی آن زمان ۵ دیدار برگزار کنم و شاید فروش پنج برابری داشته باشم.»

۴ قدم به سمت دور کاری دائمی بعضی وظایف

البته حرکت شرکت‌های سنتی به سمت دور کاری آسان نیست و این تحول به زمان نیاز دارد. برای اینکه ببینید کدام یک از وظایف و سمت‌ها در شرکت‌تان را می‌توانید به دور کارها بسپارید بهتر است این قدم را بردارید:

مشخص کردن وظایف حیاتی و مهارت‌های مورد نیاز برای انجام آنها

روی سمت‌های کنونی در شرکت‌تان قفل نشوید چرا که این سمت‌ها در دورانی دیگر طراحی شده‌اند. به جای آن به وظایف و مسئولیت‌ها فکر کنید. مثلاً یک تحلیل‌گر بازاریابی ممکن است این وظایف را داشته باشد: جمع‌آوری و تحلیل دیتا، مطالعه بازار، تحلیل جمعیت هدف، بررسی فایده‌بخشی کانال‌های بازاریابی.

وقتی این لیست را طراحی می‌کنید خود را به وظایف کنونی محدود نکنید. نیازهای آینده را هم لحاظ کنید. ببینید تیم شما چه مهارت‌هایی دارد و به چه مهارت‌هایی در آینده نیاز خواهد داشت. بازخورد مشتریان به محصولات و ارزیابی‌های عملکرد شرکت و کارکنان را در نظر بگیرید. به دنبال هدفی میانمایه‌نابشید، ببینید هر وظیفه در وضعیت ایده‌آل چطور باید انجام شود. وقتی مهارت مورد نیاز برای انجام ایده‌آل آن وظیفه را تخمین زدید حالا ببینید کدام یک از وظایف جدید را باید حتما در شرکت انجام داد و کدام یک را می‌توان از راه دور به نتیجه رساند. گاهی مجبورید برای بهتر انجام دادن یک وظیفه، نیرویی را جذب کنید که جز با پیشنهاد دور کاری جذب نمی‌شود.



دورکاری می‌تواند باعث صرفه‌جویی واقعی در وقت کارمندان شود. بر اساس برآورد اداره آمار آمریکا در سال ۲۰۱۷ آمریکایی‌ها به طور میانگین روزانه ۵۲ دقیقه را در رفت و آمد به محل کار می‌گذرانند. طبق بررسی‌ها دورکاری می‌تواند در شهرهای مختلف بین ۲۸ تا ۵۰ روز از روزهای کاری افراد طی سال را آزاد کند.

بررسی مخارج و مزایا

۲

حالا نوبت برآورد هزینه‌های حضور فرد در دفتر شرکت و مقایسه آن با هزینه‌های دورکاری می‌شود. وقتی شروع به جمع و تفریق می‌کند به خاطر داشته باشید که با دورکاری هزینه ملک کاهش می‌یابد. یکی از مدیران مورد مصاحبه ما گفت: «هر دلاری را که خرج محل کار می‌کنم نمی‌توانم خرج کارکنان، تکنولوژی یا رابطه‌سازی با مشتری‌انم بکنم. به همین خاطر حالا که به خاطر کرونا فکر کردن به دورکاری آسان‌تر شده، برای اولین بار می‌توان به هزینه ملک به عنوان هزینه قابل حذف نگاه کرد.»

البته دورکاری بی‌هزینه هم نیست و گاهی خرید تکنولوژی‌های مورد نیاز هزینه‌های سنگینی را روی دست شرکت می‌گذارد.

نوسازی سیستم شغلی شرکت هم‌زمان با بلندمدت کردن دورکاری بعضی سمت‌ها

۳

اکثر شغل‌ها برای دورکاری بهینه نشده‌اند (دست‌کم نه تا امروز). در محیط‌های مجازی شما عموماً مجبورید به تأخیر در ارتباط و حاضر نشدن همه سر ساعت تن بدهید. زمانی که شما می‌توانستید به اتاق یا سر میز همکاران بروید نوعی ارتباط رو در روی بی‌مقدمه به وجود می‌آمد که این را در دورکاری از دست می‌دهیم. دورکاری باعث می‌شود فحوای احساسی اجتماعی رفتار همکاران را که قبلاً از زبان بدن و شکل حرف‌زدنش درک می‌کردیم نینیم. و این هر نوع همکاری را سخت‌تر می‌کند.

برای غلبه بر این چالش‌های ارتباطی و مشکلات هماهنگی باید روی ساخت سیستم سلسله‌مراتبی شفاف‌تر و روندهای سازمانی رسمی‌تر تمرکز کنید. بهتر است خجالت را کنار بگذارید، قلم و کاغذ بردارید، هر شغل را با جزئیات کامل توصیف کنید، برای کارمندان راهنما بنویسید تا بتواند وظیفه‌اش را بهتر انجام دهد. هم‌زمان باید راه گزارش‌دهی کارمند به نفر بالایی (یا خودتان) را هموار کنید تا دورکاری باعث دوری نشود. کارمند شما در بخش‌هایی از این روند بازتعریف شغل باید با شما همکاری کند تا این احساس به وجود نیاید که بدون اطلاع او شغلی را عوض کرده‌اید. ضمناً تا جایی که امکان دارد بهتر است تیم‌ها و وظایف را طوری طراحی کنید که یا همه افراد حاضر در یک تیم دور کار باشند یا همه آنها در محل کار حاضر

شوند. تیم‌های دوگانه - بخشی در خانه و بخشی در دفتر شرکت - همیشه با سخت‌ترین چالش‌های ارتباطی روبه‌رو می‌شوند.

به علاوه افرادتان را به انجام تماس‌های تصویری بیشتر و همچنین جلسات بیشتر اما کوتاه‌تر تشویق کنید تا نقاط ارتباطی بیشتری به وجود آید و کیفیت همکاری از راه دور بالا رود. سرمایه‌گذاری روی ابزارها و نرم‌افزارهای همکاری از راه دور (مثل وایت‌برد مجازی، نرم‌افزار مدیریت پروژه، وبکم‌ها و میکروفون‌های کیفیت بالا) می‌تواند به تیم شما در مواجهه با چالش‌های دورکاری کمک بیشتری کند.

حداقل رسانی هماهنگی‌های غیر ضروری بین دورکارها

۴

هر سازمانی - با هر ساختاری که برایش چیده‌اید - تعداد بسیار زیادی نقطه وابستگی بین تیم‌ها دارد، یعنی جاهایی که اعضای تیم روی یکدیگر اتکا می‌کنند تا وظایف را تکمیل کنند یا دست به برآورد نتیجه بزنند. اینکه شما چطور وظایف تیم‌های مختلف را طراحی می‌کند می‌تواند تعداد نقاط وابستگی را بالا یا پایین بیاورد. هماهنگی تیم‌های مرتبط با این وظایف طبیعتاً هزینه دارد و بالا و پایین رفتن تعداد نقاط وابستگی این هزینه را بالا یا پایین می‌آورد.

البته تعدادی از نقاط وابستگی در وضعیت کسب و کار حیاتی‌اند و اصلاً امکان حذف آنها را نداریم. برای مثال تیم‌های بازاریابی و مهندسی حتماً باید با هم هماهنگ باشند تا بتوانیم محصولاتی تولید کنیم که هم به لحاظ تکنیکی بی‌عیب هستند و هم از دید مصرف‌کننده پرازش به حساب می‌آیند. اما نقاط وابستگی فراوانی داریم که ممکن است غیر ضروری باشند شما می‌توانید با حذف آنها زندگی تیم‌های دورکار را آسان‌تر کنید و هزینه‌های شرکت را پایین بیاورید.

یکی از سازمان‌های تحت بررسی ما، اخیراً ۳ پروژه مهم را قبول کرده بود که باید توسط تیم دورکار برنامه‌نویس جاوا انجام می‌شد. پروژه اول به بهبود وضعیت سامانه مشتریان یک وبسایت مربوط بود. دو پروژه بعدی روی کرونا متمرکز بودند؛ اولی توسعه یک اپ بود که میزان تراکم کارکنان در نقاط مختلف دفتر کار را نشان می‌داد تا بتواند به فاصله‌گذاری اجتماعی بیشتر کمک کند. اپ دوم هم قرار بود مسیر حرکت و ارتباط کارکنان شرکت را دنبال کند تا مدیریت بتواند در حوزه قرنطینه و ریسک کرونا تصمیمات بهتری اتخاذ کند.

طبیعتاً نقاط وابستگی فراوانی بین دو پروژه مربوط به کرونا وجود داشت؛ نه فقط این دو پروژه به لحاظ موضوعی به هم مرتبط بودند، هر دو به تحلیل موقعیت مکانی کارکنان بر اساس اطلاعات اتصال آنها به اینترنت نیاز داشتند. خیلی زود برای مدیریت روشن شد که توسعه هر دو اپ را باید به یک تیم بسپارد و پروژه سامانه مشتریان را می‌شود به کل به تیم دیگری محول کرد. وقتی مدیریت شرکت دو پروژه مرتبط با هم را به یک تیم سپرد می‌دانست که همکاری را آسان‌تر می‌کند و روند توسعه هر سه پروژه سریع‌تر و موثرتر انجام خواهد شد. البته حرکت بعضی وظایف به سمت دورکاری سخت‌تر از بقیه است. اکثر ماها ترجیح می‌دهیم که موقع عمل جراحی، شخص جراح بالای سرمان باشد و ما را از خانه رهبری نکند. یا اگر خانه‌مان را دزد زد ترجیح‌مان این است که پلیس واقعی به خانه‌مان سر بزنند نه پلیس مجازی. با این همه آن روزهایی که کل افراد یک تیم در یک زمان مشخص خود را به دفتری مشخص می‌رسانند در حال سپری شدن است (یا سپری شده است). اینکه سازمان شما چقدر سریع و موثر دنیای جدید را بفهمد و طبق قوانینش عمل کند میزان موفقیت شما را در دوران کرونا و پس از آن مشخص خواهد کرد. ■

آن روزهایی که کل افراد یک تیم در یک زمان مشخص خود را به دفتری مشخص می‌رسانند در حال سپری شدن است (یا سپری شده است). اینکه سازمان شما چقدر سریع و موثر دنیای جدید را بفهمد و طبق قوانینش عمل کند میزان موفقیت شما را در دوران کرونا و پس از آن مشخص خواهد کرد



[کرونا و کسب و کار / ۶]

مدیر بودن در میان بحران

۵ درسی که سال سخت به مدیران آموخت



بحران در اختیار داشته باشد، از قبل تعیین شده باشد تا هر چه سریع تر رده‌های بالای شرکتی را در مسیر درست قرار دهد. این مساله اهمیت بسیار زیادی دارد.

سه برای بحران بعدی آماده شویم

سه

بحران کرونا بحرانی یک‌جانبه نبود. باید انتظار مراحل کاملا مختلفی از آن را در آینده داشته باشیم و حتی برای ایپدیمی‌های جدید آماده شویم. بررسی واکنش‌های شرکتی و سازمانی به بحرانی دینامیک مثل بحران کرونا نشان داد همواره یک متغیر وجود دارد که موفقیت نسبی در عبور از بحران را تعیین می‌کند: میزان آمادگی و پیش‌بینی. آمادگی برای بحران بعدی یا مرحله بعدی بحران فعلی حالا چارهای ندارد جز آن که چیزی فراتر از واکنش‌های خلق الساعه باشد.

چهار به آنچه گذشت فکر کنیم

چهار

به جای آن که نفسی به راحتی بکشیم و به روال عادی خود بازگردیم، باید از موقعیت اتمام احتمالی بحران به عنوان فرصتی برای یادگیری استفاده کنیم. در زمانی که بحران جریان دارد، واکنش‌ها و اقدامات مختلف در قبال آن باید مستند شود و بعدا مورد استفاده قرار بگیرد. در موقعیت‌هایی که بحرانی با سرعت زیاد رخ می‌دهد، ضعف‌های سازمانی به وضوح نمایان می‌شوند که از جمله آنها می‌توان به عدم توانایی مدیران در تصمیم‌گیری‌های فوری و تمایل افراطی به حصول توافق جامع در مورد تصمیمات به منظور کاهش مسئولیت اشاره کرد. یک نمونه از صنایعی که در موارد زیادی با بحران مواجه بوده و از آن درس‌های ارزشمندی گرفته، صنعت حمل و نقل هوایی است. بعد از هر رخداد کوچک یا بزرگ در این عرصه، علل آن بر اساس پروتکل‌های از پیش تأیید شده مورد بررسی قرار می‌گیرد و نتایج جدید به دست می‌آید. این درس‌گرفتن از رخدادها تلخ و اشتباهات گذشته در این صنعت کاملا به موضوی بدیهی بدل شده است.

پنج برای یک جهان متفاوت آماده باشیم

پنج

باید انتظار داشته باشیم که بحران کرونا همه چیز را در جامعه و کسب و کارها تغییر داده باشد. این تحولات در حوزه‌هایی مثل خرید آنلاین، آموزش آنلاین و سرمایه‌گذاری در حوزه بهداشت و سلامت واضح‌تر است؛ اما به این حوزه‌ها محدود نمی‌شود. شاید یکی از مهم‌ترین تغییرات در حیطه کار شرکت‌ها تغییر در زنجیره‌های تامین آنها باشد. باید مدتی بگذرد تا تاثیر معنی‌دار بحران کرونا بر این مساله را درک کنیم و بازتاب آنها روی برنامه‌های شرکتی را ببینیم. ■

وقتی بحران کرونا جهان گیر شد، شرکت‌ها در جرات مختلفی از آمادگی برای مواجهه با آن را به نمایش گذاشتند. پتانسیل بالای بحران کرونا برای ایجاد اختلال در کسب و کارها و نیز اهمیت آماده شدن برای بحران‌های بعدی باعث می‌شود به آموخته‌هایمان از این بحران توجه بیشتری نشان دهیم. ما این ۵ درس مهم را از بحران کرونا گرفتیم:

یک اطلاعات را به درستی فیلتر کنیم

یک

جهان دارد با سرعتی باورنکردنی و روز به روز تغییر می‌کند. در ابتدای شیوع ویروس کرونا، برخی کشورها و کسب و کارها به این مساله دل خوش کرده بودند که این بیماری در جهان همه‌گیر نخواهد شد و راهی برای کنترل آن پیدا خواهد شد و حتی ممکن است به چین محدود بماند. اما وقتی سرایت ویروس به نقاطی خارج از ووهان نیز قطعی شد، باید همه‌گیری ویروس کرونا و شیوع آن در جهان توسط همه دولت‌ها و کسب و کارها پذیرفته می‌شد که باز هم این طور نشد. در واقع آنهایی که از ابتدا این اطلاعات را کسب کردند و آن را پذیرفتند و سعی در آمادگی برای مقابله با آن داشتند، گام‌های بزرگی از دیگران جلو افتادند. نکته دیگر این است که کسب و کارها باید قادر به فیلترگذاری و اولویت‌بخشی به اخبار و اطلاعات باشند. رسانه‌ها اغلب روی اخبار جدید تمرکز می‌کنند و تصویر بزرگ‌تر را به مخاطب نشان نمی‌دهند. آنها گاهی حتی تفاوت واضحی بین اطلاعات نرم، سخت و حتی گمانه‌زنی قائل نمی‌شوند. اینکه شما استراتژی کسب و کار خود را بر اساس اخباری که دیروز در رسانه‌ها هایلایت شده تعیین کنید، اشتباه است. در عین حال، توجه به منبع اخبار و اهدافی که این منبع دنبال می‌کند هم نباید از نظر دور بماند. از سوی دیگر، شما باید همواره تصویری که از بحران می‌بینید را در قاب جدیدی قرار دهید و آن را دوباره ارزیابی کنید؛ و گرنه دچار اینرسی در دیدگاه می‌شوید. یک ضرب‌المثل معروف چینی می‌گوید ژنرال‌های بزرگ صبح‌ها فرمان می‌دهند و غروب‌ها آن را عوض می‌کنند. البته سازمان‌های بزرگ نمی‌توانند به این اندازه انعطاف‌پذیر باشند. مدیران آنها هم معمولا هراس دارند که با تغییر نظرشان، افرادی بی‌ثبات و ناآگاه به نظر برسند. ولی در مجموع، وقتی سرعت رخدادها بالاست، واکنش به آنها هم باید متناسب باشد.

دو بوروکراسی را در نظر بگیریم

دو

مسائل حساس و مهم حتما در نظر بالاترین مقامات شرکتی از لحاظ مدیریت ریسک، مسئولیت‌های حقوقی و مسائل مشابه اهمیت زیادی دارد و می‌تواند در دالان‌های نظرات و اختلاف نظرات آنها گم شود. بنابراین ضروری است که تیمی معتمد و باهوش که اهرم‌های لازم برای تصمیم‌گیری سریع و تاکتیکی را در مواجهه با



مارتین ریوز

رئیس انستیتوی سی‌سی
هندرسن (اندیشکده
استراتژی و مدیریت)



نیکلاس لانگ

مدیر انستیتوی سی‌سی آلمان



فیلیپ کارلسون سلزاک

اقتصاددان انستیتوی سی‌سی

اگر کسی در متروی شلوغ دچار حمله قلبی شود، احتمال آن که کسی به کمکش برود کم‌تر از متروی خلوت است. این پدیده همان تقسیم‌شدن مسئولیت است؛ یعنی اگر آدم‌های زیادی مسئول به نظر برسند، هیچ کدامشان مسئول نیستند. اوضاع در جلسه مجازی نیز همین طور است.

[کرونا و کسب‌وکار / ۷]

از خواب‌آور به خواب‌پران

چطور بحرانی به نام جلسات مجازی را مدیریت کنیم



جاستین هیل

طراح دوره‌های آموزشی
وایتل اسمارتز



جوزف گرانی

نویسنده و روان‌شناس اجتماعی

اگر مسئولیت‌هایی افراد تفکیک نشده باشد احتمال عمل کردن پایین می‌آید. در واقع در جلسه مجازی بهتر است وقتی که مشکلی را مطرح کردید، افراد را به تیم‌های کوچک‌تر تقسیم کنید تا مجبور شوند بلافاصله با یکدیگر وارد تعامل شوند و مسئولیت بخشی از کار را به عهده بگیرند. حتی می‌توانید فشار زمانی هم برای حل آن به کار بگیرید. این شرایط باعث خارج‌شدن آنها از وضعیت ناظر و تبدیل شدن آنها به نقش آفرین می‌شود.

قانون کم‌ترین پاور پوینت

هیچ چیز به اندازه حمله اطلاعاتی پی‌درپی باعث خستگی و بی‌توجهی شرکت‌کنندگان در جلسه نمی‌شود. هرچقدر هم که تیم شما به صحبت‌های شما توجه کنند باز احتمالش هست که در میان توفان اطلاعاتی شما حواس‌شان پرت شود. بنابراین حتما اطلاعات مورد نظر خود را با مسائل جالب‌تر ترکیب کنید و کم‌ترین میزان اسلاید را به کار ببرید. این شرایط به معنی آن است که وقت کم‌تری صرفا روی حرف‌های شما گذاشته می‌شود و جا و زمان بیشتر برای تعامل گروهی باز می‌شود.

قانون پنج دقیقه

هیچ وقت بدون آن که مشکلی برای حل کردن به تیم داده باشید بیشتر از پنج دقیقه صحبت نکنید. واقعیت این است که همواره خطر آن وجود دارد که شرکت‌کنندگان به ناظر صرف بدل شوند و بیرون آوردن آنها از این حالت بسیار کار دشواری است. اگر مساله مهمی در میان است، می‌توانید از تیم نظرسنجی کنید که جلسه چطور ادامه پیدا کند یا جست‌وجوی راه‌حل برای مشکل مطرح‌شده چگونه ادامه یابد. این قواعد البته در بسیاری از جلسات حقیقی هم کاربرد دارند اما واقعیت این است که در شرایطی که جلسات مجازی ناگهان به ضرورت بدل شده‌اند، کارآمدسازی آنها اهمیت زیادی پیدا کرده است. بحران جلسه هم موضوعی مدیریت‌پذیر است. ■

چهار

پنج

یک

وقوع بحران معمولا باعث حواس‌پرتی‌ها و عدم تمرکزهای شدید در تمام رده‌های کاری می‌شود. اگر قرار باشد در کنار تمام سختی‌های دوران بحران، با یک تیم دورکار هم مراد داشته باشیم، شرایط برایمان سخت‌تر می‌شود. در جلسات رودررو، تظاهر به حضور در جلسه و تمرکز روی مسائل مطرح‌شده خیلی آسان‌تر است. اما حالا که با جلسات طولانی مدت مجازی مواجه هستیم، چطور باید نتیجه دلخواه را به دست آوریم؟

معمولا جلسات با چهار هدف عمده تشکیل می‌شوند: دیگران را تحت تاثیر قرار دادن، گرفتن تصمیم، حل مشکل و یا تحکیم مناسبات با دیگران. در پژوهشی که اخیرا در مورد جلسات مجازی و حقیقی انجام شده یک نتیجه جالب به دست آمده است: اینکه اگر چند قاعده مهم در جلسات مجازی رعایت شود، میزان کارآمدی آنها می‌تواند به اندازه جلسات حقیقی یا حتی بیشتر باشد. حالا تصور کنید شما یک مدیر میانی در یک شرکت بین‌المللی هستید و طی یک جلسه پانزده دقیقه‌ای مجازی باید همکاران خود را ترغیب کنید که موقعیت‌های فروش جهانی را از منطقه متبوع خودشان توسعه بدهند. شما برای این جلسه اسلایدهایی نیز آماده کرده‌اید. قواعدی که باید برای حفظ توجه شرکت‌کنندگان در جلسه مجازی به کار ببرید شامل این موارد می‌شود:

قانون شصت ثانیه

اگر تیم شما مشکل را «حس» نکرده باشند، نمی‌توانید آنها را به حل مشکل سوق دهید. در ۶۰ دقیقه اول جلسه، کاری کنید که احساسات تیم برانگیخته شود. مثلا آمار شوک‌آور یا نقل قول جالب یا مقایسه‌ای که مشکل را کمی دراماتیک‌تر کند ارائه بدهید. مثلا اگر آماری از رقیب نشان دهید که حس عقب‌ماندن را در میان اعضای تیم خودتان برانگیزد، توجه آنها به حرف‌هایی که می‌خواهید در جلسه بزنید بیشتر جلب می‌شود. حتی ممکن است به ماجرای یکی از مشتریان شرکت اشاره شود که به دلایل مشخصی تصمیم گرفته سراغ شرکت دیگری با خدمات‌رسانی بهتر برود. تمام اینها خوراک ذهن برای شرکت‌کنندگان در جلسه هستند. در واقع هر تاکتیکی که در این راستا به کار ببرید، باید حتما به درک بهتر مشکل منجر شود.

قانون مسئولیت

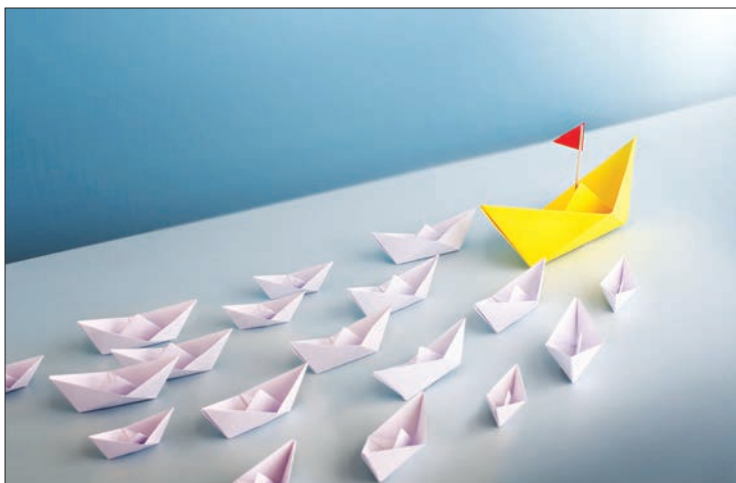
وارد هر موقعیت اجتماعی که می‌شویم به صورت ناخودآگاه به دنبال آن هستیم که نقش یا جایگاه خود را در آن مشخص کنیم. بدترین مشکل در جلسات مجازی این است که شرکت‌کنندگان به جای آن که نقشی برای خود در نظر بگیرند، به یک ناظر صرف بدل شوند. شما وظیفه دارید نقش آنها را تعیین کنید.

قانون جایی برای فرار نیست

تحقیقات نشان داده اگر کسی در متروی شلوغ دچار حمله قلبی شود، احتمال آن که کسی به کمکش برود کم‌تر از متروی خلوت است. روان‌شناسان اجتماعی معتقدند که این پدیده همان تقسیم‌شدن مسئولیت است. اگر آدم‌های زیادی مسئول به نظر برسند، هیچ کدامشان مسئول نیستند. اوضاع در جلسه مجازی نیز همین طور است.

دو

سه



کرونا نیاز به تشویق دارد

چطور ریسک کرونا را با روش «خانه نشینی نوبتی / تصادفی» کاهش دهیم



لارا بودرو

استادیار دانشکده کسب و کار
کلمبیا



سیلوین چسنگ

استاد اقتصاد دانشگاه پرینستون

در وضعیت ایده آل، یک کارمند در صورتی که خودش نشانه‌های اولیه کرونا را بروز داد یا کسی از نزدیکانش چنین شد داوطلبانه ماجرا را گزارش می‌کند. اما ما در جهان ایده آل زندگی نمی‌کنیم و خیلی از کارمندان اصولاً دلشان نمی‌خواهد که به بقیه بگویند احتمالاً آلوده به ویروس مرگباری هستند

به نظر می‌رسد شرکت‌های دنیا حالا کرونا را به عنوان واقعیت موجود پذیرفته‌اند و تلاش می‌کنند سیاست‌ها و روش‌هایی را پیدا کنند که از کارمندانشان در برابر ابتلا به ویروس محافظت بیشتری کند. به خصوص که روند ابتلا و مرگ و میر به صورت موجی بالا می‌رود و بدون تردید پایین و زمستان سختی پیش رو خواهیم داشت.

در وضعیت ایده آل، یک کارمند در صورتی که خودش نشانه‌های اولیه کرونا را بروز داد یا کسی از نزدیکانش چنین شد داوطلبانه ماجرا را گزارش می‌کند. اما ما در جهان ایده آل زندگی نمی‌کنیم و خیلی از کارمندان اصولاً دلشان نمی‌خواهد که به بقیه بگویند احتمالاً آلوده به ویروس مرگباری هستند. با وجود اینکه سازمان بهداشت جهانی تلاش زیادی کرده تا ابتلا به کرونا ننگ و بدنامی به حساب نیاید هنوز در جوامع گوناگونی مردم سعی می‌کنند ابتلای خود را مخفی کنند و حتی مرگ عزیزانشان بر اثر کرونا را طور دیگری جلوه دهند. گزارش‌های فراوانی منتشر شده که نشان می‌دهد افرادی که از کرونا جان به در برده‌اند و درمان شده‌اند در محل کار یا زندگی با رفتار بد همکاران و همسایه‌ها روبه‌رو شده‌اند و این نگاه تبعیض آمیز علیه کادر درمان - حتی با وجود عدم ابتلا به کرونا - هم دیده می‌شود. به همین خاطر کارفرماها برای مدیریت مؤثر نیروهای حاضر در اداره یا کارخانه باید مطمئن شوند که کارکنان با راحتی بیشتری ریسک کرونای خود را آشکار می‌کنند. ما مدتی پیش روی چگونگی گزارش نقض پروتکل‌های ایمنی و همچنین چگونگی گزارش آزار جنسی در چندین کارخانه تولید پوشاک تحقیقی انجام دادیم. در مورد میزان ثمربخشی انواع سیستم‌های گزارش‌دهی در محل کار به نتایجی رسیدیم و اعتقاد داریم که درس‌هایی که از بررسی این موضوعات حساس گرفتیم می‌تواند به مدیران در حوزه گزارش ریسک کرونا کمک کند.

روش جواب‌داده: خانه‌نشینی نوبتی / تصادفی

یکی از این شیوه‌های گزارشی، اتخاذ سیاست «خانه‌نشینی نوبتی / تصادفی» در محل کار است. در این سناریو، تمام کارکنان به طور منظم مورد بررسی و سوال قرار می‌گیرند: هم در مورد نشانه‌های کرونا و هم میزان ریسک در معرض قرار گرفتن آنها. بر اساس جواب‌های کارکنان به این پرسشنامه‌ها، میزانی حداقلی از کارکنان، چیزی بین ۵ تا ۱۰ درصد را، به طور سیستماتیک انتخاب و به مدت یک هفته به مرخصی می‌فرستید. در میان این افراد تمام کسانی که ریسک کرونای خود را بالا ارزیابی کرده بودند حضور دارند، به اضافه چند نفر از افرادی که ریسکی نداشته‌اند اما به صورت رندوم انتخاب شده‌اند.

همه کارکنان از شکل این روش انتخاب آگاه هستند و این گونه دقیقاً معلوم نمی‌شود که از بین افراد به مرخصی رفته، چه کسی ریسک کرونای بالایی داشته و کسی مورد تبعیض یا رفتار بد قرار نمی‌گیرد. بعد از اتمام یک هفته، افراد به مرخصی رفته مورد بررسی قرار می‌گیرند تا معلوم شود کرونا دارند یا نه. حالا افرادی که نشانه‌های کرونا را بروز داده‌اند تحت نظارت پزشک قرار می‌گیرند.

سیاست «خانه‌نشینی نوبتی / تصادفی» به کارمندانی که ریسک خود

را بالا گزارش می‌دهند این امکان را می‌دهد که تا حدی احساس منفی همکاران را کنترل کنند. کارمندی که به خانه فرستاده می‌شود می‌تواند به همکاران خود بگوید که انتخابش به عنوان نیروی مرخصی‌رونده کاملاً تصادفی بوده است. به همین خاطر افراد با اطمینان بیشتری ریسک خود را به مدیریت گزارش می‌دهند و با خیال راحت‌تر به مرخصی می‌روند. این روش البته هزینه هم دارد: هزینه سیاست چرخش تصادفی آن تعداد کارکنانی هستند که بدون ریسک به خانه فرستاده می‌شود. اما این هزینه‌ای از پیش حساب شده است تا سلامت کلیت مجموعه بهتر حفظ شود و ترس افراد از گزارش ریسک خود باعث گسترش کرونا در شرکت نشود. از این منظر می‌توان به جز در بحث کرونا، در حوزه‌های حساس دیگری که نیاز به گزارش کارکنان است استفاده کرد. موضوعاتی مثل آزار جنسی و روحی، سلامت روانی، فرسودگی از کار و دیگر تهدیدات عمده علیه کارمندان اکثراً گزارش داده نمی‌شوند چون افراد از داغ ننگ ناشی از آن می‌ترسند. نکته اینجاست که کرونا باعث شده همه این مشکلات جدی‌تر گذشته شوند: چون هم بی‌ثباتی شغلی افزایش یافته و مردم از اخراج شدن بیشتر می‌ترسند، هم افراد بیشتر از گذشته در محیط‌های کاری در کنار هم حبس شده‌اند و این احتمال هر گونه تنشی را افزایش داده است. سرمایه‌گذاری روی راه‌های بهتر گزارش‌دهی باعث می‌شود هم شرکت شما اطلاعات بهتری درباره کارکنان کسب کند و هم حفاظت بهتری از کارکنانی بشود که آسیب‌پذیرترند.

روشی که دهه‌ها عمر دارد

«خانه‌نشینی نوبتی / تصادفی» روی متد نظرسنجی «پاسخ تصادفی» بنا شده است که دهه‌هاست محققان علوم اجتماعی از آن استفاده می‌کنند تا اطلاعات حساس را جمع‌آوری کنند. ایده کلیدی اینجا «امکان انکار» است. پرسش‌نامه‌ها باید طوری طراحی شوند که با انتشار نتایج‌شان افرادی که پاسخ حساسی داده‌اند شناسایی نشوند. آنها باید بتوانند امکان انکار داشته باشند. برای مثال یک محقق می‌خواهد میزان استفاده از داروهای غیرقانونی میان ورزشکاران را اندازه بگیرد. او می‌تواند میان پاسخ‌دهنده این کارت‌ها را پخش کند: ۲۰ کارت که روی آنها نوشته شده «آیا از داروهای غیرقانونی بهبود عملکرد بدن استفاده می‌کنید؟» و ۱۰ کارت که روی آنها نوشته شده «سوالی وجود ندارد. فقط بنویسید بله». هر ورزشکار از میان کارت‌ها به صورت رندوم یکی را انتخاب می‌کند. اگر ورزشکاری پاسخ «بله» بدهد، محقق نمی‌تواند متوجه شود که آن ورزشکار خاص واقعا از داروی غیرمجاز استفاده کرده یا کارت «سوالی وجود ندارد. فقط بنویسید بله» را برداشته است. اما چون محقق از تعداد کارت‌های سوال‌دار و بی‌سوال آگاه است می‌تواند در نهایت برآورد موثری از تعداد ورزشکاران دوپینگ‌ی به دست بیاورد. بررسی‌های ما نشان داده که استفاده از این روش در بحث‌های مدیریتی می‌تواند آمار گزارش‌دهی صادقانه را به شدت بالا ببرد. بر همین اساس استفاده از امکان انکار کمک می‌کند که کارمندان، خطاکاران را بیشتر لو دهند حتی اگر احتمال انتقام وجود داشته باشد.

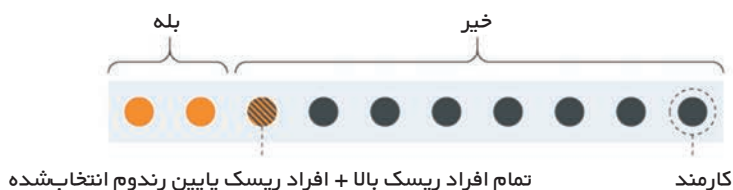
از این متد می‌توان به جز در بحث کرونا، در حوزه‌های حساس دیگری که نیاز به گزارش کارکنان است استفاده کرد. موضوعاتی مثل آزار جنسی و روحی، سلامت روانی، فرسودگی از کار و دیگر تهدیدات عمده علیه کارمندان اکثرا گزارش داده نمی‌شوند چون افراد از داغ تنگ ناشی از آن می‌ترسند.

چطور کارکنان را وادار کنیم ریسک کرونای خود را گزارش دهند؟

افرادی را که ریسک ابتلای خود را بالا گزارش داده‌اند به همراه چند کارمند بدون ریسک (که به طور رندوم انتخاب شده‌اند) به مرخصی بفرستیم تا برای بقیه کارکنان معلوم نباشد چه کسی دقیقا کرونا داشته و نگاه منفی به افراد مرخصی‌رفته پایین بیاید.

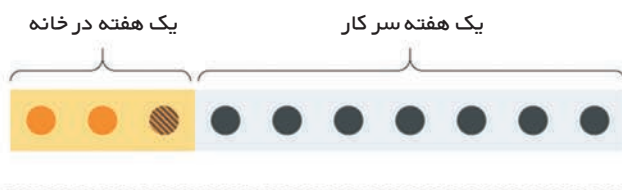
فاز اول: پرسش از نیروی کار

کل کارکنان در مورد نشانه‌های کرونا و میزان ریسک در معرض قرار گرفتنشان مورد معاینه و پرسش قرار می‌گیرند.



فاز دوم: فرستادن افراد به مرخصی

گروه انتخاب‌شده به مرخصی فرستاده می‌شوند



فاز سوم: معاینه نیروی کار

کارکنان مرخصی‌رفته، پس از بازگشت به کار معاینه می‌شوند



فاز چهارم: مراقبت از نیروی کار

افرادی که تست کرونایشان مثبت شده یا نشانه‌های جدی دارند به مراکز درمان معرفی می‌شوند



طبق اطلاعاتی که ما به دست آورده‌ایم ارتش آمریکا از روشی مشابه در عراق و افغانستان استفاده کرده تا افراد محلی را به افشای اطلاعات حساس علیه مقاومت‌ها تشویق کند.

چطور خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی را اجرا کنیم؟

دپارتمان‌های منابع انسانی می‌توانند خودشان این متد را اجرا کنند اما شاید آسان‌تر این باشد که با شرکت‌های تحقیق و نظرسنجی قرارداد ببندید تا پرسش‌نامه طراحی کنند و لیست نهایی را که اسامی افراد ریسک بالا را حتی برای دپارتمان منابع انسانی فاش نمی‌کند تهیه کنند. این خیلی مهم است که درصد حداقلی از نیروی کار به خانه فرستاده شوند تا هویت کارکنان ریسک بالا محفوظ بماند. می‌توان برای شروع حدود ۵ تا ۱۰ درصد نیروی کار را به این شکل مرخصی هفتگی فرستاد، بعد یک نظرسنجی برگزار کرد تا معلوم شود حالا کارکنان برای گزارش دهی ریسک‌شان راحت هستند یا نه، و بعد با توجه به پاسخ آنها، آن درصد را پایین یا بالا برد.

نکته مهم در متد خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی این است که مرخصی‌ها باید با حقوق باشد اما دور کاری هم باید داشته باشیم تا شرکت ضربه مالی کمتری بخورد. در صورتی که مدیریت متوجه شود کارکنان از این سیستم سوءاستفاده می‌کنند و با پاسخ‌های اشتباه می‌خواهند به مرخصی بیشتری بروند باید قانونی وضع شود که هر کارمند نمی‌تواند در هر شش ماه بیشتر از ۲ یا ۳ بار به مرخصی رود. و بالاخره این روش موقعی بهتر جواب می‌دهد که کارکنان نسبت به ریسک در معرض کرونا قرار گرفتن خود واقعا آگاهی داشته باشند. به همین خاطر بهتر است شرکت‌ها کارمندان را تشویق کنند که برنامه‌های ردگیری تماس‌های فیزیکی افراد را در موبایل‌شان نصب کنند تا بهتر متوجه ریسک کرونای خود شوند.

آیا خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی روش مناسب شرکت شماست؟

اینکه این متد مناسب سازمان شماست یا نه، به دو عامل بستگی دارد: آسانی اجرای آن در شرکت شما، و میزان سود آن برای سلامت کارکنان. خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی اصولا در شرکت‌هایی بهتر جواب می‌دهد که با ظرفیت کامل کار نمی‌کنند یا برنامه‌های دور کاری ترتیب داده‌اند. در چنین وضعیتی هزینه فرستادن چند کارمند سالم دیگر به خانه بالا نخواهد بود. در ضمن اجرای سیاست خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی نشان‌دهنده تعهد شما و کارمندان‌تان به سلامت عمومی خواهد بود و این می‌تواند به کاهش اضطراب بازگشت فرد سابقا مبتلا به کرونا به محل کارش کمک کند.

در چه صورت سود این روش برای سلامت کارکنان شما بالاست؟ وقتی که کارکنان شرکت در معرض ریسک بالای ابتلا به کرونا قرار دارند یا کارمندان‌تان به لحاظ اقتصادی افرادی آسیب‌پذیر هستند. مثلاً می‌توان به کارگاه‌های بسته‌بندی گوشت اشاره کرد: کارکنان در اینجا نزدیک به هم کار می‌کنند و دمای پایین باعث انتقال راحت‌تر بیماری می‌شود. به علاوه کارکنان به لحاظ اقتصادی آسیب‌پذیرند و می‌دانند که احتمال بیکاری‌شان بالاست به همین خاطر با ترس از دست دادن شغل‌شان احتمالا ریسک کرونای خود را گزارش نمی‌کنند.

و بالاخره شاید بهتر باشد که در دپارتمان‌های مختلف سازمان‌تان سیاست‌های متفاوت خانه‌نشینی نوبتی/تصادفی داشته باشید. به این معنا که در دپارتمان‌هایی که افراد به لحاظ اقتصادی آسیب‌پذیری در آنها کار می‌کنند این متد با تعداد بیشتری از افراد انجام می‌شود تا آنها راحتی بیشتری برای گزارش ریسک کرونای خود پیدا کنند. ■

[کرونا و کسب و کار / ۹]

به زنجیره نو نیازمندیم

چطور چالش زنجیره تامین را به فرصت تبدیل کنیم



جیمز بی رایس

قائم مقام مرکز تحقیقات
حمل و نقل و لجستیک آم آی تی

یکی از چالش برانگیزترین موارد مدیریت بحران این است که راه حل های منطقی برای اختلال های پیش آمده در زنجیره تامین پیدا کنیم. طبعاً حالت ایده آل این است که پیش از بروز بحران برای مواجهه با آن آمادگی داشته باشیم؛ چون در غیر این صورت گزینه هایمان برای مقابله با اختلال در زنجیره تامین خیلی محدود می شود. با این وجود، هر بحرانی که از سر می گذرانیم تجربه ای است در جهت آن که با بحران های بزرگ تر به شیوه ای آسان تر مقابله کنیم. این فهرستی است از کارهایی که در مواجهه با اختلالات زنجیره تامین از دست ما برمی آید.

اطلاعات را از منبعش به دست بیاورید

یافتن اطلاعات درست در میان یک بحران عظیم همواره کاری بسیار دشوار است. همواره ممکن است دولت ها در تلاش باشند برای جلوگیری از هراس مردم، از ارائه اطلاعات کامل در خصوص بحران اجتناب کنند. در چنین شرایطی، راهکار مناسب برای کسب و کارها این است که ارتباطات محلی مناسبی در نقاط شیوع بحران برقرار کنند و تصمیم گیری های مهم خود را بر مبنای اطلاعات دست اول و ارزشمندی که از این طریق به دست می آورند ادامه دهند. این شرایط به حل سریع تر اختلال ها در زنجیره تامین کمک می کند.

در این دوران لازم است که زنجیره های تامین دوباره از نو طراحی شوند؛ به طوری که قابلیت واکنش آنها به سیاست های تجارت جهانی، دینامیک تامین کالا و نیز اختلال در زنجیره کاملاً تغییر کند.

عواقب غیر مترقبه را در نظر بگیرید

دو

منتظر مشکلات شدید و نابهنگام و غیر مترقبه در زنجیره تامین خود باشید. در سال ۲۰۰۵ که توفان ریتا ایالات هیوستون و لویزیانای غربی آمریکا را در نوردید، پالایشگاه های منطقه با مشکلات جدی مواجه شدند. شش ماه بعد، شرکت های مختلف که از بسته بندی هایی مبتنی بر فرآورده های آنها استفاده می کردند، تازه اختلال در زنجیره تامین خود را حس کردند و مجبور شدند متوسل به راه های پرهزینه برای حل مشکل خود بشوند. بنابراین، کشف نقاط احتمالی اختلال همواره در مدیریت پس از بحران اهمیت زیادی دارد.

یک مرکز عملیات جامع و فوری راه بیندازید

سه

اکثر سازمان ها امروزه چیزی شبیه ستاد عملیاتی دارند اما معمولاً آن را در سطوح بالای شرکتی نگه می دارند. ولی این کافی نیست و باید یک ساختار مفصل تر و عمیق تر برای مرکز عملیات فوری در شرکت وجود داشته باشد و پروتکل های لازم برای آن تعریف شده باشد تا اختلال در زنجیره تامین ما باعث سرگردانی طرفین معامله با ما نشود.

همه تامین کنندگان خود را بشناسید

چهار

تا چند رده عقب تر از تامین کنندگان خود را بشناسید. شرکت هایی که این کار را نمی کنند در لحظه اختلال در زنجیره های تامین با مشکلات جدی مواجه می شوند. مثلاً بعد از زلزله سندی در ژاپن در سال ۲۰۱۱، چند هفته طول کشید تا شرکت ها متوجه آسیبی که متوجه زنجیره تامین شان شده بشوند چون اکثرشان از باز بگرن لایه های مختلف در این زنجیره خبر نداشتند. در نتیجه وقتی که متوجه آسیب شدند، برای مقابله موثر با آن دیر شده بود. در عین حال بهتر است از قبل مناسباتی را با منابع متنوع و اصلی برقرار کرده باشید؛ چون آغاز مناسبات در زمان بحران کار سخت تری است.

آسیب پذیری های خود را بشناسید و سعی کنید

پنج

بسیاری از زنجیره های تامین دارای وابستگی های متقابل هستند که شرکت را در معرض ریسک قرار می دهد. نمونه اش شرکتی است که به یک تامین کننده خاص (که یک کارخانه واحد دارد و سهمی بزرگ از بازار را به خود اختصاص داده) کاملاً وابسته باشد. مثلاً در جریان بحران کرونا وابستگی شدید شرکت هایی مثل اپل و حتی برخی خودروسازان به قطعات ساخت چین آشکار شد و حتی مورد انتقاد قرار گرفت.



درگیری تجاری چین و آمریکا، خروج انگلیس از اتحادیه اروپا (برگزیت) و حالا هم بحران کرونا باعث شده که اعتماد به زنجیره جهانی تامین به کل زیر سوال برود.

شش

برنامه‌های تداوم کسب‌وکار را تدوین کنید

این برنامه‌ها باید تاکیدشان روی حوزه‌های مهم و حیاتی باشد و به نوعی بک‌آپ در حوزه‌های مختلف حمل و نقل، ارتباطات، تامین و گردش نقدی تلقی شوند. تامین کنندگان و مشتریان خود را در توسعه این برنامه‌ها شریک کنید. در عین حال ممکن است لازم باشد برنامه‌های آلترناتیو دیگر در حوزه منابع انسانی مثل هماهنگی برای دور کاری و اتوماسیون بیشتر را نیز در نظر داشته باشید.

هفت

هوای کارکنان تان را داشته باشید تا کار نخواستند

وضعیت کارکنان تان باید برای شما بیشترین اهمیت را داشته باشد چون مستقیم روی کار تاثیر دارد. شرکت‌هایی که بعد از توفان کاترینای آمریکا در سال ۲۰۰۵ توانستند با سرعت بیشتری خود را احیا کنند، آنهایی بودند که کارکنان خود در نقاط مختلف در ایالات جنوب شرقی آمریکا را ردگیری و پیدا کردند. شرکتی مثل پروکتر و گمبل حتی پارازیت‌ها را هم فراتر گذاشت و برای کارکنان و خانواده‌های آسیب‌دیده آنها مزایایی مثل دریافت زودهنگام دستمزد و نیز ارائه مسکن و سهمیه غذایی را در نظر گرفت. در واقع شرکت‌های موفق در مواجهه با بحران تلاش می‌کنند که مشکلات کارکنان خود را برطرف کنند تا آنها بتوانند با خیال راحت‌تر روی کار متمرکز باشند. مثلاً در سال ۲۰۰۹ وقتی که توفان یخ در لویزیویل در ایالت کنتاکی رخ داد، برخی کارفرماها وظیفه رساندن کارکنان خود از منزل به کارخانه و برعکس را با رعایت نکات ایمنی برعهده گرفتند چون نمی‌خواستند کار تعطیل شود.

هشت

طراحی زنجیره تامین خود را مورد بازبینی قرار دهید

تا مدتی پیش بسیاری از شرکت‌های جهانی، زنجیره تامین خود را بر مبنای حرکت آزاد کالاها در جهان طراحی کرده بودند و این به آنها اجازه می‌داد محصولات مورد نظر خود را از ارزان‌ترین لوکیشن‌ها در سراسر جهان تامین کنند. اما درگیری تجاری چین و آمریکا، خروج انگلیس از اتحادیه اروپا (برگزیت) و حالا هم بحران کرونا باعث شده که اعتبار این فرضیه به کل زیر سوال برود. در این دوران لازم است که زنجیره‌های تامین دوباره از نو طراحی شوند؛ به طوری که قابلیت واکنش آنها به سیاست‌های تجارت جهانی، دینامیک تامین کالا و نیز اختلال در زنجیره کاملاً تغییر کند. معمولاً دو گزینه در این راه وجود دارد. اولی توسل به یک منبع ثانویه است و دیگری توسل به منابع محلی.

در گزینه توسل به منبع ثانویه، زنجیره تامین طوری طراحی می‌شود که قابلیت پشتیبانی (بک‌آپ) در جایی که خلأ تامین، تولید و توزیع به وجود آمده، داشته باشد. این قابلیت می‌تواند ریسک اختلال در زنجیره تامین را پخش کند؛ اما یک ایراد هم دارد؛ اینکه هزینه‌های بالای اداری، نظارت بر کیفیت و غیره را به وجود می‌آورد. در گزینه توسل به منابع محلی، شرکت تصمیم می‌گیرد که در هریک از بازارهای بزرگ خود، تاسیسات تولیدی با منابع محلی داشته باشد. این گزینه هم ریسک را پخش می‌کند و به رغم بالا بردن برخی هزینه‌ها مثل سرمایه‌گذاری، باعث کاهش هزینه حمل و نقل می‌شود. البته اینها نوعی ساده کردن افراطی موضوع است. تحلیل و ارزیابی مفصل‌تر لازم است؛ به خصوص از این جهت که شرکت‌ها در انتخاب

یکی از دو گزینه بالا، باید حتماً هزینه‌ها را در نظر بگیرند و به این مساله دقت کنند که چنین گزینه‌هایی چطور روی قابلیت آنها برای خدمات‌رسانی به مشتریان و رقابت در برابر شرکت‌های دیگر اثر می‌گذارد. تصمیم‌گیری درباره اینکه کدام گزینه ایده‌آل است پاسخی ثابتی ندارد. شرکت‌ها باید به صورت مرتب شرایط خود را مورد بررسی و تحلیل مجدد قرار دهند و گزینه مورد نظر خود را نیز به تناسب آن تغییر دهند.

اصولاً پیش‌بینی بروز بحران‌های جهانی (از جمله پیش‌بینی شیوع ویروس کرونا) چیزی نبود که به راحتی امکان‌پذیر باشد. اما شرکت‌ها می‌توانند تاثیر چنین بحران‌های عظیمی را از راه‌هایی مثل تنوع‌بخشی به زنجیره تامین خود کاهش دهند. ضروری است که پیش از بروز اختلال در زنجیره تامین برای آن آمادگی داشته باشیم. ■

در جریان بحران کرونا، وابستگی شدید شرکت‌هایی مثل اپل و برخی خودروسازان به قطعات ساخت چین مورد انتقاد قرار گرفت.



چرا باید یخ در شکم داشته باشیم

این ضرب‌المثل سوئدی بهترین توصیف را برای بقا در بحران ارائه می‌دهد

اینکه در یک دوران بحرانی مدیریت و رهبری شرکت یا سازمانی را به عهده داشته باشیم وضعیت استرس‌آور است. اگر در مواجهه با بحران خیلی سریع عمل کنیم، ممکن است بعداً به این نتیجه برسیم که واکنش نامتناسب بروز داده‌ایم. اگر هم دیر واکنش نشان بدهیم، احتمالش هست که کسب و کار خودمان را به نابودی بکشانیم. شاید عاقلانه‌ترین راه این باشد که طبق آن ضرب‌المثل سوئدی معروف، یخ در شکم داشته باشیم! یعنی خونسردی خود را در موقعیت حساس حفظ کنیم. برای این منظور، ابتدا باید برای خود روشن کنیم که اوضاع تا چه حد بد است و اینکه آیا احتمال کمک بیرونی (مثل کمک دولتی) وجود دارد یا نه. در سال ۲۰۰۸ که بحران مالی جهانی رخ داد و دولت آمریکا به نهادهای مالی کمک کرد که سر پا بمانند، افکار عمومی واکنش حمایتی نداشتند. اما در مورد بحران فعلی، «تقصیر» بر عهده یک بخش خاص از اقتصاد نیفتاده و بنابراین، امکان آن که دولت‌ها کمک‌های بیشتری به کسب و کارها بکنند و حمایت مردم را نیز داشته باشند بالاست.

نکته بعدی این است که هر نشانه منفی در زمینه کسب و کار خود را ابدی تلقی نکنیم. اگر کسب و کار دیگری در میان این بحران مجبور شده که سفارش ما را لغو کند، به این معنی نیست که وضع تا ابد همین‌طور باقی خواهد ماند. بلکه باید هر یک از این موارد منفی احتمالی را بررسی کرد و احتمال ظهور مجدد آنها در آینده نزدیک را سنجید. حتی می‌توان با طرف‌های دیگر در این خصوص مذاکرات را نیز ادامه داد تا زمان مناسب دوباره‌ای برای ازسرگیری سفارش‌ها فرابرسد.

[کرونا و کسب و کار / ۱۰]

زمانی برای مستی عقل

چرا در میان بحران بیش از پیش به خلاقیت و رویکردی نیاز داریم



باید از لحاظ زمانی طبقه‌بندی‌هایی داشته باشیم که هر یک از آنها الگوی تفکر متفاوتی را می‌طلبد. مثلا در جریان بحران کرونا تقریبا می‌توان این دسته‌بندی را ارائه داد:

مرحله اول: تاکید روی واکنش سریع و سپس دفاع است.

مرحله دوم: تمرکز به سمت طرح‌ریزی و اجرای برنامه‌هایی برای تحمل رکود احتمالی سوق داده می‌شود.

مرحله سوم: وقتی رکود کمی فروکش کند، تاکید روی احیا و تطبیق‌پذیری قرار می‌گیرد.

مرحله چهارم: موقعیت به تدریج انعطاف‌پذیرتر می‌شود و شرکت‌های خلاق به سمت بازآفرینی پیش می‌روند و رویکردهای بسیار جدیدی را در استراتژی خود به کار می‌گیرند.

ما اخیرا بین ۲۵۰ شرکت چندملیتی در این زمینه نظرسنجی کردیم تا ببینیم چه معیارهایی را در پیش گرفتند تا بحران کرونا را مدیریت کنند. بعضی از شرکت‌ها در مرحله واکنشی و برخی دیگر در مرحله استراتژی‌سازی برای مدیریت این بحران بودند. واقعیت این است که در عرصه بحران کرونا و تاثیر آن روی کسب و کارها همواره باید بین تغییرات موقتی و دائمی روی تقاضا تفاوت قائل شویم. اما شرکت‌ها چطور می‌توانند جلوی قربانی شدن تخیل و تفکر خلاق را در جریان تحمل بحران بگیرند؟ آنچه می‌خوانید نتایجی است که ما در این زمینه از تحقیق اخیر خود به دست آوردیم.

بلاخره بجنگ یا فرار کن

یک

بحران‌ها فشار شدیدی روی رهبران و مدیران کسب و کارها وارد می‌کنند و باعث می‌شوند فرصت تفکر از بین برود. اما تا زمانی که واقعا روی موضوع تمرکز نکرده باشید اصلا قادر به دیدن تصویر بزرگ‌تری از آینده و نقش خودتان در آن نخواهید بود. اکثر اوقات در عرصه کسب و کار ما با سیستم عصبی غریزی که مشابه «بجنگ یا فرار کن» در حیوانات است عمل می‌کنیم. این غریزه به ما کمک کرده که در موقعیت‌هایی با فشار بسیار شدید، دوام بیاوریم. درست مثل این است که بخواهیم قابلیت «فرار برای آن که طعمه نشویم» را توصیف کنیم. اما یک سیستم عصبی مهم دیگر برای ما سیستمی مشابه «استراحت کن تا هضم کنی» در حیوانات است. این یعنی به آرامش برسیم تا کارکردهای ذهنی و جسمی مان بهبود پیدا کند. می‌توانیم اجداد خود را در روزهایی که با شکار زنده می‌ماندند تصور کنیم که بعد از آن فشار شدید به خود استراحت می‌دادند. بنابراین برای مدیریت بحران‌ها ما به یک ریتم متعادل از فعالیت و تعمق در کسب و کار خود نیاز داریم.

سوال‌های موثر بپرس

دو

در زمان بحران معمولا ما پاسخ‌های سریع و فوری برای مشکلات خود نداریم. کاری که از دستمان برمی‌آید این است که سوال‌های لازم در خصوص بحران و وضعیت خود در آن را مطرح کنیم. طبیعی‌ترین سوالاتی که در میان یک بحران پرسیده می‌شود معمولا سوالاتی در وجه مجهول و منفعل است؛ مثل «حالا چه بلایی سر ما می‌آید؟» اما امکان شکل دادن و تغییر شرایط به سود خودمان، فقط در صورتی وجود دارد که پرسش‌هایمان در وجه معلوم باشد؛ مثل «حالا چه گزینه جدیدی می‌توانیم درست کنیم؟» راه برای خلاقیت در میان بحران با پرسیدن

این روزها کسب و کاری که به ضرورت مدیریت بحران ایمان نیاورده باشد کمیاب است. واقعای غیرمنتظره و مهم در جهان رخ داده و اولین واکنش غریزی ما نسبت به آن، دفاع از خود و سپس درک و مدیریت آن است. بحران در واقع یک دشمن تقریبا پیش‌بینی‌ناپذیر است که مغلوب‌کردنش عملا به بازگشت به حالت عادی تعبیر می‌شود.

اما احتمالش هست که ما قادر به بازگشت به واقعیت‌های دوران پیشابحران نباشیم. پاندمی‌ها، جنگ‌ها و سایر بحران‌های اجتماعی به شدت عقیده‌ها، نیازها و رفتارها را تغییر می‌دهند و بنابراین مدیریت همه چیز را وارد مرحله جدیدی می‌کنند. حالا باید به دنبال قابلیت خلق، توسعه و به‌کارگیری مدل‌های ذهنی از موقعیت‌ها و چیزهایی بود که هنوز به وجود نیامده‌اند اما راه رشد از آنها می‌گذرد.

خلاقیت یکی از چیزهایی است که زنده‌نگه‌داشتنش در شرایط سخت کاملا ضروری است. شرکت‌هایی که قادر به این کار هستند همواره نتیجه عالی در می‌کنند. آمار و ارقام نشان می‌دهد در دوران‌های رکود و کم‌رشدی، ۱۴ درصد از شرکت‌ها صرفا به خاطر سرمایه‌گذاری در حوزه‌های جدید رشد‌قادر به جلوزدن از بقیه هستند. نمونه‌اش شرکت اپل است که اولین آیباید خود را در سال ۲۰۰۱ - یعنی زمانی که اقتصاد آمریکا دچار رکود بود و درآمد شرکت به میزان ۳۳ درصد کاهش یافته بود - به بازار فرستاد. اپل از پس میدان دادن به این محصول جدید توانست در عرصه تحقیق و توسعه پول بیشتری خرج کند و در سال ۲۰۰۳ آیتونز استور و بعد هم مدل‌های جدید آیباید را عرضه کند که دوران رشد شدید اپل را کلید زد.

وقتی به قدرت تخیل پا بدهیم، از وفق دادن با شرایط جدید عبور می‌کنیم و شرایط جدید را خودمان شکل می‌دهیم. برای این منظور



مارتین ریزنر

رئیس انستیتوی سی‌جی
هندرسن (انادیشکده مدیریت و
استراتژی)



جک فالر

عضو ارشد انستیتوی سی‌جی
هندرسن و متخصص نورو
ساینس

آمار و ارقام نشان می‌دهد در دوران‌های رکود و کم‌رشدی، ۱۴ درصد از شرکت‌ها صرفاً به خاطر سرمایه‌گذاری در حوزه‌های جدید رشد، قادر به جلوگیری از بقیه هستند.

این سوال‌ها ایجاد می‌شود:

چه نیازهایی در این دوران بحران به وجود آمده؟ مشتری ما به چه محصولی نیاز پیدا کرده که قبلاً در دسترسش نبوده؟ ما در چه زمینه‌ای نتوانسته‌ایم نیاز مشتری را در این دوران برآورده کنیم؟ اگر قرار بود شرکت را بکوییم و از نو بسازیم وارد چه حوزه‌ای می‌شدیم و چه محصولی به بازار می‌فرستادیم؟ علت اینکه برخی مشتری‌های ما در این دوران هم به ما وفادار مانده‌اند چیست؟ چه نیازی از آنها را نتوانسته‌ایم برآورده کنیم؟

سه

از بازی نترس

بحران‌ها باعث می‌شوند ما بیش از اندازه هدف‌محور شویم و به دنبال واکنش‌های جدی باشیم. اما این شرایط ممکن است مانعی پیش روی خلاقیت باشد. اینجا هم می‌توانیم از آنچه در حیوانات برای بقا می‌بینیم الگو بگیریم. مثلاً حیوانات جوان دائم در حال بازی و به اصطلاح کشتی گرفتن با هم هستند چون این بازی دائمی آنها را برای جنگ‌های بزرگ برای بقا در دوران‌های بعدی آماده می‌کند. حالا ما هم با دورانی پیش‌بینی نشده مواجهیم که با سرعت در حال تغییر است. وقتی به تخیل اجازه بازی بدهیم، مغز می‌تواند ارتباطات جدیدی بین ایده‌ها برقرار کند و از آن رویکرد ابزاری و هدف‌محور برای حل مشکلات در زمان بحران فاصله بگیرد. یورگن ویگ نودستورپ مدیرعامل گروه برند لگو در این خصوص می‌گوید: «خلاقیت در واقع نشان دادن اطلاعات موجود در جاها و ترکیب‌های جدید و مفید است. درست مثل بازی با قطعه‌های لگو.»

چهار

سیستم اشتراک ایده درست کن

یک نفر یک جایی در شرکت و سازمان شما دارد به خاطر شرایط پیش آمده، دنبال راه‌های جدید می‌گردد. اما ایده‌پردازی نباید در سطح فردی باقی بماند بلکه ایده‌ها با خروج از یک ذهن و ورود به ذهن‌های دیگر تکامل پیدا می‌کنند. شرکت‌ها برای مدیریت بحران حتماً باید به اشتراک ایده‌ها توجه نشان دهند و این کار در فضایی بی‌طبقه صورت بگیرد؛ نه اینکه ایده‌های مدیران

بیشتر از کارکنان مورد توجه باشد. بدترین چیز این است که افراد ایده‌دار حس کنند ایده‌شان به اندازه کافی منطقی و قابل اجرا نیست و آن را با دیگران به اشتراک نگذارند. ما در جریان بحران کرونا با یک عدم قطعیت تاریخی مواجه شده‌ایم و برای عبور از آن حتماً به این ایده‌ها نیاز داریم.

پنج

تجربه را تشویق کن

دغدغه‌های مالی شرکت‌ها در میان بحران تشدید می‌شود و نیاز به کاهش هزینه در ذهن همه جا می‌افتد. اما اگر قرار بر بقا است، باید از منابع موجود برای تجربه و آزمون استفاده کرد؛ حتی اگر بودجه کم باشد. نظام‌های طبیعت فقط در صورتی مقاوم می‌شوند و دوام می‌آورند که تنوع پیدا کرده باشند و تنوع هم فقط از راه امتحان کردن چیزهای جدید به دست می‌آید. ایده‌ها باید در جهان واقعی امتحان شوند تا مسیرهای جدید ایجاد کنند. نمونه‌اوله کرک کریستینسن موسس برند لگو را در نظر بگیرید که در ابتدای کارش سازنده خانه و وسایل خانه از جمله نردبان چوبی و تخته بود اما دوران رکود بزرگ در دهه ۱۹۳۰ او را زمین زد چون دیگر مشتریانی پولی برای خرج کردن برای خانه‌هایشان نداشتند. نتیجه این شد که او تجربه‌اش را به ابعاد کوچک‌تر منتقل کرد و ساخت اسباب‌بازی را شروع کرد. او در این راه باز هم با مشکل مواجه شد چون چوب در بازار جهانی کمیاب شده بود. نتیجه بعدی این شد که او اسباب‌بازی‌ها را از جنس دیگری یعنی پلاستیک بسازد و تجربه‌ای کاملاً جدید داشته باشد. مرحله بعدی این بود که او ساخت قطعات اسباب‌بازی به شکل سنتی را کنار گذاشت و قطعات مخصوص لگو را ابداع کرد. این نوآوری از دل چند بحران مختلف حاصل شد. این خاصیت بحران‌هاست. تمام بحران‌ها آبستن میلیون‌ها فرصت جدید هستند. کسب و کارهایی که شاید در آغاز بحران کرونا داشتند برای بقا دست و پا می‌زدند، در این دوران راه‌هایی پیدا کرده‌اند برای آن که در بازار باقی بمانند و همه اینها از میدان‌دادن به خلاقیت نشأت گرفته است. شاید خلاقیت در این دوران خیلی لوکس به نظر برسد اما در واقع یک ضرورت برای ساختن آینده است. ■

دغدغه‌های مالی شرکت‌ها در میان بحران تشدید می‌شود و نیاز به کاهش هزینه در ذهن همه جا می‌افتد. اما اگر قرار بر بقا است، باید از منابع موجود برای تجربه و آزمون استفاده کرد

اکثر اوقات در عرصه کسب و کار ما با سیستم عصبی غریزی که مشابه «بجنگ یا فرار کن» در حیوانات است عمل می‌کنیم. این غریزه به ما کمک کرده که در موقعیت‌هایی با فشار بسیار شدید، دوام بیاوریم.



[کرونا و کسب‌وکار/ ۱۱]

باد ما را نخواهد برد

چرا بحران‌ها لزوماً برای شرکت‌ها بد نیستند



نانسی کوهن

استاد مدیریت بازرگانی
دانشگاه هاروارد

می‌گویند صداقت بی‌رحمانه و امید توجیه‌دار مهم‌ترین نشانه‌های یک مدیر موفق در تلاش برای بقای شرکت یا سازمان یا تیمش است. همواره تهدیدهای جدیدی می‌توانند آینده سازمان‌ها و شرکت‌ها را از آنچه که پیش‌بینی می‌شد به انحراف بکشانند؛ و مدیر وظیفه دارد که خودش و دیگران را برای گذر از این توفان‌ها آماده کند. اما رهبران واقعی دقیقاً در زمان‌های بحرانی چه کار می‌توانند بکنند؟ درست حدس زدید: آنها باید کار و هدفی برای تیم خود یا ملت خود تعیین کنند و بعد از آنها بخواهند که کار را انجام دهند. در جریان جنگ داخلی آمریکا، آبراهام لینکلن از مردان ایالات شمالی آمریکا خواست که با جنوبی‌ها بجنگند. فرانکلین روزولت در دهه ۱۹۳۰ از ملت آمریکا خواست که پول‌هایشان را در بانک‌ها نگه دارند تا جلوی بحران گسترده مالی گرفته شود و همسرش الینور روزولت هم زنان آمریکایی را تشویق کرد که همزمان با مردان که در جنگ جهانی دوم می‌جنگیدند، در کارخانه‌ها مشغول به کار شوند. در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی مارتین لوتر کینگ از طرفداران خود خواست که در اعتراضات و اعتصابات علیه تبعیض نژادی شرکت کنند. این رهبران هدفی مشخص داشتند و مردم این هدف را برایشان برآورده کردند.

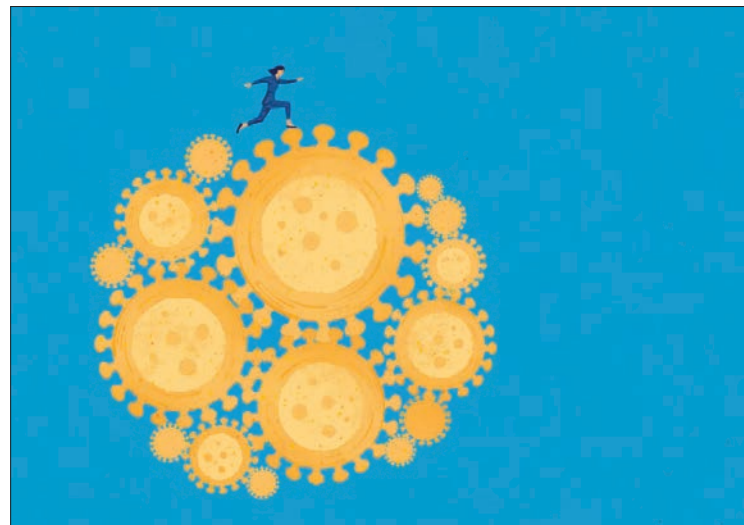
در بحران‌های امروزی جهان نیز مدیران و رهبران ابتدا باید خود و هدف خود را باور کنند. بهترین رهبران معمولاً در مواجهه با بحران رفتار ثابتی دارند: مغلوب ابهام و آشفتگی ناشی از بحران نمی‌شوند و به دنبال این هستند که قوانین دوران بحران را کشف کنند و در این راه از تیم یا هواداران خود کمک می‌گیرند. نمونه یک رهبر که شرایطی بسیار سخت را پیش روی خود می‌دید اما همچنان نیروهای زیر دست خود را به کار می‌گرفت و امیدش را از دست نمی‌داد ارنست

هر شرکت و سازمانی در
جریان بحران به یک «اتاق
جنگ» برای تصمیم‌گیری‌ها و
پیشروی نیاز دارد.

شکل‌تون جهانگرد و سرپرست ماموریت اکتشافی قطب شمال بود. او در زمستان سرد و تاریک قطب و در حالی که می‌دانست با کشتی‌اش در میان یخ‌ها گیر افتاده است، ماموریت خود را از اکتشاف به بقا تغییر داد و قواعد جدیدی را برای آن تعیین کرد و بر همان مبنای تیم خود را برای تحقق هدف جدید به کار گرفت. با چندین برنامه که شاید در آغاز بیهوده به نظر می‌رسیدند- مثل ساخت اردو روی یخ‌ها- او توانست تیم خود را نجات بدهد.

روش مواجهه با بحران‌های امروزی‌تر مثل پاندمی کرونا هم خیلی به این جریان بی‌ربط نیست. مدیران باید از نیروهای خود کارهای جدیدی برای بقای سیستم بخواهند. حتی فرصت دورکاری و جلسات مجازی نیز برای بعضی‌ها توفیق اجباری بود و باعث شد که برخی مناسبات ناکارآمد و بیهوده در سازمان‌ها و شرکت‌ها حذف شود و به جایش درک بهتری از راه پیش رو به وجود بیاید. در عین حال این نکته را هیچ وقت نباید نادیده گرفت که بحران‌ها به شدت انرژی‌بر هستند و باعث فرسودگی و عقب‌افتادن بسیاری از کارها می‌شوند. اگر کسی در جریان پاندمی کرونا برخی اعضای خانواده یا همکار و دوستش را از دست داده باشد، این فرسودگی و بی‌معنایی برایش بیشتر می‌شود. بنابراین در زمان بحران، ضروری است که شرکت‌ها و سازمان‌ها در زمینه مقابله با این فرسودگی‌ها هم سرمایه‌گذاری کنند و مثلاً خدمات کوچینگ برای کارکنان خود ارائه بدهند. بسیاری از نیروها در این زمان دچار بحران‌های مالی و ناامیدی به آینده می‌شوند که می‌تواند نقش‌آفرینی آنها در شرکت یا سازمان شما را نیز تحت تاثیر قرار بدهد.

جنبه دیگر قضیه این است که مشتریان و مصرف‌کنندگان نیز دقیقاً در معرض همین بحران‌ها قرار دارند. وظیفه مدیران کسب و کارها این است که راهکارهایی را نیز برای کاهش این دغدغه‌ها در مشتریان تدوین کنند و مثلاً روش‌های پرداختی راحت‌تر و درازمدت‌تری را برای آنها در نظر بگیرند. رهبران و مدیران نترس در مواجهه با بحران خیلی سریع متوجه می‌شوند که هر قاعده و قانونی که قبلاً در امور خود دنبال می‌کردند دیگر مناسبتی با شرایط جدیدی ندارد و باید برنامه‌های رو به جلوی جدیدی تدوین شود. آنها سرعت در تصمیم‌گیری را بر دقت ارجح می‌کنند چون می‌دانند در بحران‌ها مساله مهم این است که دچار اینرسی نباشند و از هر عامل موثری که دم‌دستان است برای پیشبرد کار استفاده کنند. اگر بخواهیم به دنیای همان سیاستمدارانی که پیشتر درباره‌شان حرف زدیم برگردیم، می‌توان گفت که هر شرکت و سازمانی در جریان بحران به یک «اتاق جنگ» برای تصمیم‌گیری‌ها و پیشروی نیاز دارد. درست مثل دوران جنگ، ممکن است در زمان بحران هم اشتباهاتی رخ دهد که تلفات و خسارات به جا بگذارد. با این وجود، از سر گذراندن تمام این خطرها بهتر از دست روی دست گذاشتن است؛ چون شاید بعداً ببینید بحران شما را با خود برده است. ■



تغییر مسیر در هر صنعتی امکان‌پذیر است. اما موفقیت این تغییرات در مدل تجاری پیش شرط‌هایی دارد. اول از همه تغییر مسیر باید هم‌راستا با یک یا چند روند بلندمدت باشد که ناشی از بحران کنونی‌اند: مثل حرکت به سمت دورکاری.

[کرونا و کسب‌وکار/ ۱۲]

راهنمای دورزدن بدون سقوط

بحران کرونا باعث شده شرکت‌ها بیش از قبل به تغییر مسیر ناگهانی (pivoting) روی آورند



مائورو گی‌ین

استاد اقتصاد سیاسی در
دانشکده کسب‌وکار دانشگاه
پنسیلوانیا

خود را جمع کردند و گروهی دیگر که هنوز دوام آورده‌اند به تغییر شکل فکر می‌کنند. یک راه معمول برای فکر کردن به رستوران این است که آن را آشپزخانه‌ای به همراه محل نشستن در کنار آن فرض کنیم. اما همزمان رستوران‌ها آشپزخانه‌هایی‌اند که محصول‌شان را می‌توان به طرق مختلف به مشتریان رساند و هر کدام از اینها مدل تجاری خاص خود را دارند: مشتری می‌تواند همان‌جا توی رستوران غذايش را بخورد، مشتری می‌تواند غذا را تحویل بگیرد و خانه ببرد، مشتری می‌تواند از خانه غذا سفارش بدهد و تحویل بگیرد، و...

یک چرخش ناگهانی صنعت رستوران‌داری در مواجهه با کرونا این است که مثلاً رستوران بگوید در ازای مبلغی مشخص به شما در هفته یا در ماه تعداد غذایی مشخص می‌دهد - با منوی محدود در چنین حالتی رستوران‌دار می‌تواند با مشخص بودن میزان تقاضا و میزان نیاز خود به مواد اولیه درصد سود خود را بالا ببرد. یک تغییر دیگر در مدل تجاری می‌تواند پخت غذاهای نیمه‌آماده و ارسال مواد خام همراهش باشد تا مشتری آنها را در خانه بپزد و خیالش از بابت کرونا راحت شود. رستوران حتی می‌تواند برای مشتری لینکی را بفرستد که به طور تصویری راه پخت غذا را آموزش می‌دهد.

همان‌طور که می‌بینید تغییر مسیر در هر صنعتی امکان‌پذیر است. اما موفقیت این تغییرات در مدل تجاری پیش شرط‌هایی دارد. اول از همه تغییر مسیر باید هم‌راستا با یک یا چند روند بلندمدت باشد که ناشی از بحران کنونی‌اند: مثل حرکت به سمت دورکاری.

دوم: تغییر مسیر باید در راستای ظرفیت‌های کنونی شرکت باشد و تصمیمات استراتژیک بنیادینش را نقض نکند.

و سوم: تغییر مسیر باید مسیری پایدار به سمت سوددهی ارائه کند که ارزش برند را در چشم مشتریان پایین نمی‌آورد. ■

رکود اقتصادی تقریباً ناشی از بحران کرونا ضربه‌ای سنگین به کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک جهان بود. اینجا حتی شیوه زندگی ما هم مورد تهدید قرار گرفته بود و تحلیل‌گران از «فول خرده‌فروشی» و «سقوط تمدن» حرف می‌زدند. کم نبودند مدیرعاملانی که به این نتیجه رسیدند که قرار است همه چیز تغییر کند. آنها فکر می‌کردند برای بقا باید شرکت را کلاً متحول کنند یا ورشکسته شوند. اما ماجرا در نهایت اینقدر سیاه و سفید نشد. تعداد زیادی از شرکت‌ها استراتژی تازه‌ای در پیش گرفتند یا مدل تجاری جدیدی معرفی کردند که هم در کوتاه‌مدت بقای شرکت را تضمین کند و هم به رشد بلندمدت آنها کمک کند. این چرخش و تغییر مسیر ناگهانی (pivoting) البته کار آسانی نیست اما می‌توان از تجربه دیگر شرکت‌ها در این حوزه استفاده کرد. مثلاً اسپاتیفای را در نظر بگیرید که شرکت پیشروی جهان در حوزه پخش آنلاین موسیقی به حساب می‌آید. در تئوری، این نوع از پلتفرم تمامی ویژگی‌های یک شرکت موفق در اقتصاد قرنطینه‌ای را دارد: مشتریانی در خانه گرفتار شده‌اند و برای فرار از واقعیت افسردگی آور دوران کرونا به رادیوی آنلاین موبایل یا تبلت‌شان گوش می‌دهند.

اما ماجرا به این سادگی نبود. این شرکت پیشروی سوئدی در دوران کرونا به شدت دنبال تغییر مسیر بود تا بتواند یک مشکل کلیدی خود را حل کند. مدل تجاری اسپاتیفای - برخلاف رقیبش اپل میوزیک - بیش از آنکه روی خرید حق اشتراک بنا شده باشد، بر اشتراک رایگان و پخش آگهی برای مشترکان تکیه دارد. در چنین وضعیتی تعداد مشترکان رایگان اسپاتیفای باید خیلی بالا برود تا درآمد شرکت از آگهی‌ها افزایش یابد. اما قبل از شروع بحران کرونا، شرکت متوجه شد که سرعت رشد میزان درآمدش از تبلیغات از سرعت رشد تعداد مشترکان جدیدش بالاتر است. این خطری بالقوه بود و اسپاتیفای نیاز داشت که کاربران جدیدی را جذب کند، اما ماجرا خیلی هم اضطرابی به نظر نمی‌رسید. تا اینکه کرونا ضربه خود را زد و آگهی‌دهندگان مجبور شدند بودجه تبلیغات خود را پایین بیاورند. حالا خطر کمبود مشترک تازه خطری بالفعل شده بود. اولین چرخش ناگهانی اسپاتیفای در مواجهه با کرونا، ارائه محتوای اختصاصی به شکل پادکست بود. در یک ماه اول هنرمندان کاربران بیش از ۱۵۰ هزار پادکست آپلود کردند و اسپاتیفای با سلب‌ریتی‌ها قرار دادهایی اختصاصی بست تا برایش پادکست تولید کنند یا آهنگ‌های مورد علاقه خود برای کاربران را گلچین کنند. این تغییر استراتژی به این معناست که اسپاتیفای از این پس می‌تواند بیشتر از قبل سلیقه کاربران را مدیریت کند. اینجا اسپاتیفای از روش موفق نت‌فلیکس کپی کرد. نت‌فلیکس از مدت‌ها پیش متوجه شده بود که تولید فیلم و سریال و در نتیجه داشتن کپی‌رایت آثار سودده‌تر از فقط پخش آثار دیگران است. به همین خاطر است که این روزها سریال‌های بیشتری را می‌بینید که توسط نت‌فلیکس تولید شده‌اند. اسپاتیفای در بخش موسیقی و پادکست به همین راه می‌رود.

چرخش ناگهانی اصولاً برای پلتفرم‌های دیجیتال خوب جواب می‌دهد، اما کسب و کارهای سنتی و غیر دیجیتال چطور؟ اینجا می‌توانیم وضعیت رستوران‌ها را بررسی کنیم که ضربه سنگینی از کرونا خوردند. بحران این بخش آنقدر جدی است که گروهی از صاحبان رستوران‌ها کلا کسب و کار



[کرونا و کسب و کار / ۱۳]

تویتر چطور به بحران کرونا واکنش نشان داد

ناگهان دور کاری!

گفت و گو با مدیر منابع انسانی تویتر

حدود شش ماه پیش - در اوج بحران کرونا- تویتر اعلام کرد که توانسته تمام ۵ هزار کارمندش را دور کار کند. این چرخش ناگهانی و گسترده به سمت دور کاری حالا داستانی آشنا به نظر می‌رسد، اما تبعات آن و معنایش برای آینده کار، کارکنان و محیط‌های کاری هنوز مشخص نیست.

ما چند هفته پیش با جنیفر کریستی، مدیر ارشد منابع انسانی تویتر، در این باره تلفنی گفت و گو کردیم. او بر ایمان توضیح داد که هدایت کارکنان در چنین تحول سریعی چطور امکان پذیر شد، چه چالش‌هایی پیش آمد و شرکت چطور از نیروهای دور کارش حمایت کرد. کریستی همچنین پیش‌بینی‌هایی در مورد وضعیت کار پس از پایان کرونا انجام داد. گزیده‌ای از این گفت‌وگو را بخوانید.



■ می‌شود گفت ما بهار و تابستانی تاریخی داشته‌ایم و شما جایی عنوان کرده‌اید که تویتر هیچ وقت مانند گذشته نخواهد شد.

منظورتان از این جمله چه بوده؟

مردم مجبور شده‌اند روتین‌های جدیدی داشته باشند. و این‌ها روتین‌هایی یکی دو هفته‌ای نیست، درست است؟ کارکنان واقعا دارند می‌فهمند که ظرفیت‌هایشان در دور کاری چیست و مدیران هم در مدیریت افراد از راه دور کم‌کم راحتی بیشتری احساس می‌کنند. پس با پایان بحران کرونا، «نرمال جدید» هر شکلی داشته باشد با نرمال سال ۲۰۱۹ متفاوت است. طبیعتا این فقط محدود به تویتر نمی‌شود. شرایط همه عوض خواهد شد.

■ این حرکت شرکت به سمت دور کاری برای شما به عنوان مدیر بخش منابع انسانی چطور بوده؟ آیا درباره وظایف و مسئولیت‌هایتان به شیوه‌ای جدید فکر می‌کنید؟

حالا بخش منابع انسانی بیشتر از قبل در زندگی شخصی کارکنان درگیر شده است. حالا نیاز است که ما در هر سطحی از کارکنانمان حمایت کنیم: سلامت فیزیکی، سلامت احساسی و سلامت روانی. ما این تابستان کمپ‌های مجازی برای والدین تویتر ترتیب دادیم تا بتوانند به فرزندان‌شان گزینیهایی برای ارتباط بهتر، یادگیری و سرگرمی بدهند. چنین کاری از ما در دوره پیش از کرونا بعید بود. من فکر نمی‌کنم که بعد از پایان کرونا ما بی‌خیال همه این ابتکار عمل‌ها می‌شویم. احتمالا این شکل از حمایت مستقیم از کارکنان در زندگی خصوصی و حرفه‌ای‌شان را ادامه خواهیم داد.

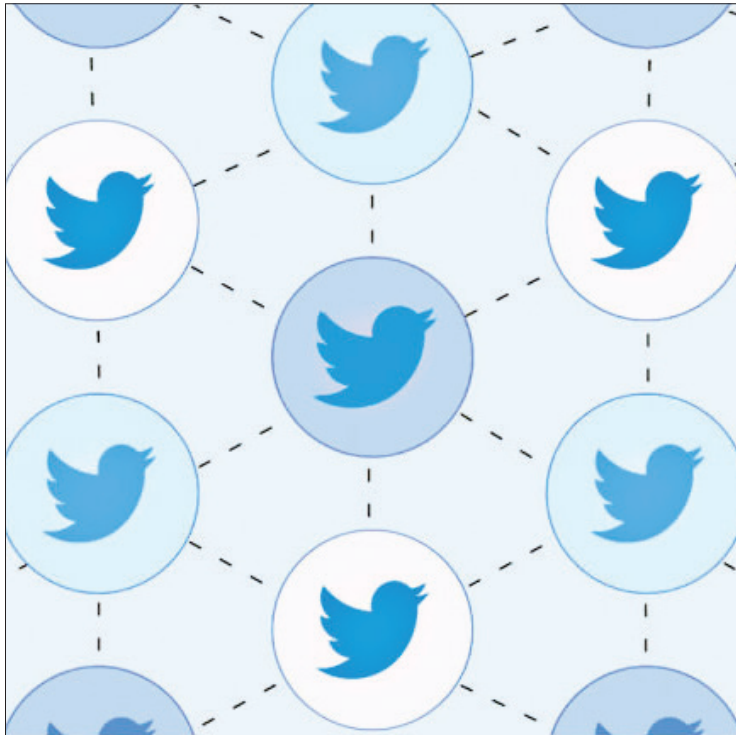
■ در روزهای منتهی به تصمیم دور کاری سراسری در تویتر - در ماه مارس - آمادگی شما برای این وضعیت چگونه بود؟

در واقع ما حدود دو سال بود که برای شکلی از دور کاری آماده می‌شدیم، البته طبیعتا ما بحران بیماری‌ای جهانی را پیش‌بینی نکرده بودیم. ما پذیرفته بودیم که «کار از خانه» روندی رو به رشد در بازار کار است و داشتیم برای انعطاف‌پذیری بیشتر آماده می‌شدیم. کارکنان عموماً نیازهای زیادی دارند. آنها می‌خواهند برای شرکتی کار کنند که هدف بزرگی دارد، شرکتی را می‌خواهند که با آنها درست رفتار می‌کند و بالاخره شرکتی را می‌خواهند که انعطاف‌پذیر باشد تا مجبور نباشند برای سر کار ماندن در همه بخش‌های زندگی‌شان دست به فداکاری بزنند. ما می‌خواستیم با حرکت به سمت دور کاری چنین شرکتی باشیم.

■ بزرگ‌ترین تغییر سازمانی شما در واکنش به کرونا چه بود؟

اول: روند استخدام در تویتر قبل از کرونا به شدت غیرمجازی بود. ما افراد را برای یک سری مصاحبه دعوت می‌کردیم چون ما شرکتی متمرکز بر افرادی و محیط‌های کاری ما محیط‌هایی به شدت اجتماعی‌اند. چرخش به سمت استخدام کاملاً مجازی نیازمند تلاش فراوانی بود تا مطمئن شویم مدیران و کارمندان بخش کارگزینی برای این روند آماده‌اند. از طرف دیگر باید مطمئن می‌شدیم که افراد متقاضی کار هم در این روند تجربه خوبی خواهند داشت: ما سعی می‌کردیم به طور مجازی همان رفتاری را بکنیم که با نیروهای جدید قبل از دوران دور کاری می‌کردیم: برای آنها تور مجازی از دفتر کار برگزار کردیم، با نیروهای کنونی آشناشان کردیم و هیچ حمایت تکنولوژیکی را از آنها دریغ نکردیم. می‌خواستیم برای این نیروهای تازه نفس این احساس به وجود آید که ما واقعا به فکرشان هستیم.

ما کلا امسال سیستم ارزشگذاری و نمره‌دهی به عملکرد کارمندان را معلق کرده‌ایم چون استرس افراد طبیعتا بالاست و نیاز داریم که کارکنان مان روی سلامت روانی شان متمرکز باشند.



■ تجربه حضور در دفتر کار بخشی از فرهنگ توئیتر بوده است. دورکاری چه تاثیری بر این فرهنگ گذاشته است؟ طی این تحول چه چیزهایی را از دست داده‌اید و چه به دست آورده‌اید؟

بگذارید اول مثالی از تجربه موفق مان بزنم. ما قبل از کرونا جلسات ماهانه‌ای در دفتر سان‌فرانسیسکو برگزار می‌کردیم که به طور مستقیم در دیگر دفاتر پخش می‌شد و همه کارکنان توئیتر در آن حاضر بودند. این جلسات به OneTeam مشهور بودند. در دوران کرونا نمی‌خواستیم این جلسات را لغو کنیم اما نسبت به برگزاری کاملا مجازی آن هم مطمئن نبودیم. اما طی ماه‌های اخیر این جلسات مجازی برگزار شده‌اند و آنقدر موفق بوده‌اند که احتمالا بعد از کرونا هم آن را به همین شکل ادامه خواهیم داد. به کمک نرم‌افزار اسلک موقع برگزاری جلسه، همه می‌توانند در لحظه نظر دهند یا سوال بپرسند که این باعث افزایش شفافیت و پاسخگویی سخنرانان می‌شود. و چون همه از راه دور در جلسه حضور دارند تجربه همه مشابه خواهد بود و این باعث شده آن احساس احتمالا منفی بین کارمندان معمولی‌تر و افراد قدرتمند حاضر در دفتر مرکزی کاهش یابد.

■ و مهم‌ترین چالش‌های این روند چه بوده؟

خستگی و فرسودگی کاری. ما چندین نظرسنجی بین کارکنان برگزار کرده‌ایم که یکی از آنها ویژه والدین بوده است. و متوجه شده‌ایم اکثر کارکنان در مورد زمان‌بندی کار در خانه به شدت دچار مشکل شده‌اند. در دوران پیش از کرونا، شما در راهروی اداره یکی دو دقیقه با همکاران حرف می‌زدید و کارتان راه می‌افتاد، اما حالا باید جلسه‌ای بگذارید که ناگهان نیم ساعت وقت‌تان را می‌گیرد. سر کارکنان در خانه شلوغ‌تر از قبل شده است.

در واکنش به این مشکل، ما دستورالعمل تازه‌ای برای جلسات مجازی صادر کردیم؛ اگر می‌خواهید جلسه‌ای را به صورت آنلاین میزبانی کنید، حتما باید دستور جلسه مشخص داشته باشید. ما کارکنانمان را تشویق کردیم که گاهی با تلفن با افراد حاضر در جلسه تماس بگیرند چون چت کردن عموما بیشتر طول می‌کشد. قرار شد قبل از آغاز جلسه کاملا مشخص باشد که افراد کی آنلاین می‌شوند و کی آفلاین. اینها باعث شد فشار از افراد کمی برداشته شود.

■ توئیتر بیش از ۵ هزار کارمند در سراسر دنیا دارد. آیا در حوزه سلامت فیزیکی و روانی آنها در دوران کرونا شما کمکی به آنها ارائه می‌دهید؟

ما روان‌شناسی داریم که ریاست «برنامه سلامت جهانی» ما را برعهده دارد و او کمک می‌کند که کارکنان مان احساس دورافتادگی نداشته باشند و در هر شرایطی از متخصصین مشاوره بگیرند.

برای والدینی که کارمند توئیتر هستند هم گروهی ویژه ایجاد کرده‌ایم که هم از ما مشاوره می‌گیرند و منابع در اختیارشان قرار می‌دهیم، هم به آنها این امکان را می‌دهیم که درباره مشکلاتشان به آسانی صحبت کنند تا بیشتر متوجه چالش‌هایشان شویم. ساعات کار والدین توئیتر انعطاف‌پذیرتر از بقیه است.

■ آیا در دوران جدید سیستم ارزشیابی عملکرد کارکنان توئیتر تغییری کرده؟

بله، ما کلا امسال سیستم ارزشگذاری و نمره‌دهی به عملکرد کارمندان را معلق کرده‌ایم چون استرس افراد طبیعتا بالاست و ما

نیاز داریم که کارکنان مان روی سلامت روانی شان متمرکز باشند. ■ نقش مدیران بخش‌های مختلف توئیتر در این دوران تغییر کرد؟

چون موفقیت هر گونه تحول بزرگی در شرکت بدون همکاری این گروه از مدیران امکان‌پذیر نیست. آنها هستند که دورکاری‌ها را مدیریت می‌کنند و همزمان حواس‌شان به وضعیت روحی کارمندان هست. آنها هستند که به مدیریت ارشد مجموعه در فهم شرایط کارمندان یاری می‌رسانند. به همین خاطر ما آموزش هدفمند آنها در دوران کرونا را انجام دادیم و منابع آنلاینی را در اختیارشان گذاشتیم. انعطاف‌پذیر کردن ساعات کار افراد هر تیم وظیفه سنگینی است که بر عهده مدیر آن تیم است.

■ با دورکار شدن همه کارمندان، سرنوشت محیط‌های کاری توئیتر چه می‌شود؟

کارمندان ما حتی قبل از کرونا گزینه «دورکاری برای همیشه» را داشتند. با توجه به نظرسنجی‌های اخیر و اطلاعاتی که از کارمندان مان گرفته‌ایم علاقه فزاینده‌ای را در میان آنها به دورکاری همیشگی می‌بینیم. اما باید دید واقعا چند درصد کارمندان بعد از کرونا می‌خواهند کاملا دورکار باشند و همین سرنوشت فضای کار را مشخص خواهد کرد. احتمالا گروه زیادی نه دورکار دائم خواهند شد نه همیشه به دفتر خواهند آمد و راهی میانه را برمی‌گزینند. محیط‌های کاری آینده برای این گروه از کارمندان آماده خواهد شد. پیش‌بینی شخص من این است که بعد از کرونا، پرتعدادترین گروه از کارمندان ما آنهایی هستند که دیگر نمی‌خواهند تمام‌وقت در دفاتر توئیتر کار کنند. ■

ما حدود دو سال بود که برای شکلی از دورکاری آماده می‌شدیم، البته طبیعتا بحران بیماری‌ای جهانی را پیش‌بینی نکرده بودیم. ما پذیرفته بودیم که «کار از خانه» روندی رو به رشد در بازار کار است و داشتیم برای انعطاف‌پذیری بیشتر آماده می‌شدیم که کرونا پیش آمد

[کرونا و کسب و کار / ۱۴]

مدیریت فروشگاه در دوران کرونا

چطور می شود هم فروش را حفظ کرد هم سلامت کارکنان و مشتریان را؟

در چنین وضعیتی، طبق فرمول لیتل چهاره ای نداریم تا زمان حضور مشتریان در فروشگاه را پایین بیاوریم تا نرخ ورود موثر بالا رود. اینجا مدیران فروشگاهها باید روی افزایش راندمان تجربه خرید تمرکز کنند. اگر در دوران پیش از کرونا خیلی از فروشگاهها ترجیح می دادند خریدار باطمینان خرید کند، حالا باید قفسهها طوری طراحی شوند که روند تصمیم گیری خریدار را تسریع کنند. در چنین حالتی حتی موسیقی در حال پخش در فروشگاه هم به نوعی تغییر می دهند که احساس آرامش خریدار پایین بیاید و به جایش سریع تر حرکت کند. مشتریان اصولا در فروشگاهها در دو حالت انتظار می کشند: یکی در انتظار فروشنده برای کمک گرفتن در امر انتخاب و خرید، و دیگری ورود به صف و انتظار برای پرداخت پول. به همین خاطر مدیران باید مهره های خود را برای تسریع امور در این دو بخش بچینند.

مدیریت پراکندگی

اصل ۲ برای افزایش راندمان و نرخ ورود موثر، بهتر بود فروشگاه شبیه یک خط تولید کارآمد باشد: مشتریان در زمان تعیین شده و با فاصله زمانی مشخص وارد فروشگاه می شدند تا فاصله گذاری اجتماعی رعایت شود. اما در زندگی واقعی چنین چیزی رخ نمی دهد و هر کس در زمانی که خودش می خواهد وارد فروشگاه می شود، اینجا است که پراکندگی به سیستم تزریق می شود. یک راه برای مدیریت این پراکندگی این است که راهروهای بین قفسهها را اتوبان در نظر بگیریم و تعامل مشتریها با هم را مثل تصادف ماشینها به حساب آوریم. اینجا هدف ما باید کاهش ریسک تصادف باشد.

پس یک جاده روستایی با دو لاین را در نظر بگیرید. اگر هر راننده با سرعتی تقریبا مشابه بقیه در هر لاین حرکت کند هیچ دو ماشینی به هم نمی رسند و احتمال تصادف بسیار پایین می آید. از طرف دیگر اگر نیمی از ماشینها سریع و نیم دیگر کند حرکت کنند خودروها بارها به هم می رسند و ریسک تصادف به طرز عجیبی بالا می رود. حالا جای جاده و راننده، سوپرمارکت و مشتری بگذارید. اینجا هم همان اصول را داریم. بررسی های ما نشان می دهد که اگر همه خریداران با سرعتی مشابه حرکت کنند احتمال آنکه با هم برخورد داشته باشند پایین تر است، و اگر هر کس با سرعت متفاوتی راه برد تعداد تعاملها میان مشتریان بالاتر می رود. مهندسان ترافیک که مدتهاست از بالا رفتن تعداد تصادفات به خاطر تفاوت سرعت ماشینها باخبرند محدودیت حداقل و حداکثر سرعت در جادهها را وضع کرده اند تا سرعت همه خودروها به هم نزدیک شود. اما در فروشگاهها چطور می توان چنین سیاستی در پیش گرفت؟ تعدادی از سوپرمارکت های زنجیره ای در آمریکا ساعتی از روز را به مشتریان ۶۰ سال به بالا اختصاص داده اند و طبیعتا این افراد

قوانین و دستورالعمل های فاصله گذاری اجتماعی در کشورهای مختلف، و حتی در ایالات یا استان های هر کشور با هم متفاوت است. اجباری یا اختیاری بودن ماسک در خرده فروشیها هم چنین وضعیتی دارد. شما به عنوان مدیر فروشگاه فارغ از قوانین و دستورالعملها باید به عنوان کسی که مسئول سلامت کارکنان و مشتریان است تصمیماتی بگیرید که علاوه بر جان آدمها بر میزان فروش هم تاثیر می گذارد.

شما مجبورید موقع تصمیم گیری نکات مختلفی را مد نظر داشته باشید: از قدرت بیماری در شهرتان گرفته، تا نگاه مردم محل نسبت به فاصله گذاری اجتماعی و حتی جنگ های سیاسی مقامات بر سر کرونا. نکته اینجا است که چون دستورالعملها کلی صادر می شوند و نوع فروشگاه، وضعیت مشتریان و میزان شلوغی/خلوتی کسب و کار شما را در نظر نمی گیرند، در نهایت این شما هستید که باید تصمیم آخر را بگیرید. اینجا ما سه اصل کلی را که به شما کمک می کند سلامت افراد حاضر در فروشگاه را تامین کنید معرفی می کنیم. اینها سه اصل بر پایه بنیادهای علم مدیریت عملیات، تحقیقات ما در مورد چگونگی شلوغ و خلوت شدن فروشگاهها و آخرین اطلاعات موجود در مورد شکل واگیر کرونا بنا شده اند.

تراکم کمتر، جریان سریع تر

اصل ۱ همه متخصصان بر این واقعیت تاکید دارند که برای پایین آوردن ریسک ابتلا به کرونا مدیران فروشگاهها باید میزان تراکم افراد در محیط فروشگاه را پایین بیاورند. ساده ترین راه اینجا محدود کردن تعداد مشتریان حاضر در فروشگاه است. معادله مشهوری که به «فرمول لیتل» معروف است به ما در فهم رابطه تراکم با فروش کمک می کند. به کمک آن می توانیم تاثیر مالی فاصله گذاری اجتماعی بر خرده فروشیها بهتر درک کنیم:

نرخ ورود موثر به فروشگاه (مشتری در ساعت) = تعداد مشتریان حاضر در فروشگاه تقسیم بر زمان سپری شده در فروشگاه (به ساعت)

یک راه برای افزایش نرخ ورود موثر به فروشگاه (و فروش بالاتر) این است که تعداد مشتریان حاضر در فروشگاه را بالا ببریم. اما در دوره فاصله گذاری اجتماعی این با دعوت مشتری بیشتر به فروشگاه امکان پذیر نیست. پس باید فضای بیشتری را به فضای کنونی فروشگاه اضافه کنیم که این یکی را می توان به روش های مختلف (با هزینه های مختلف) انجام داد: مثلا باز کردن شعبه جدید راه پرهزینه تر فضای فضای فروش است. رستوران های نه چندان لوکس اما راه کم هزینه تری را مدت هاست انجام می دهید: وقتی رستوران پر است مشتریان غذا را می گیرند در پارکینگ یا خیابان های اطراف آن را می خورند. اما این راه به درد فروشگاهها نمی خورد.



رابرت شامسکی

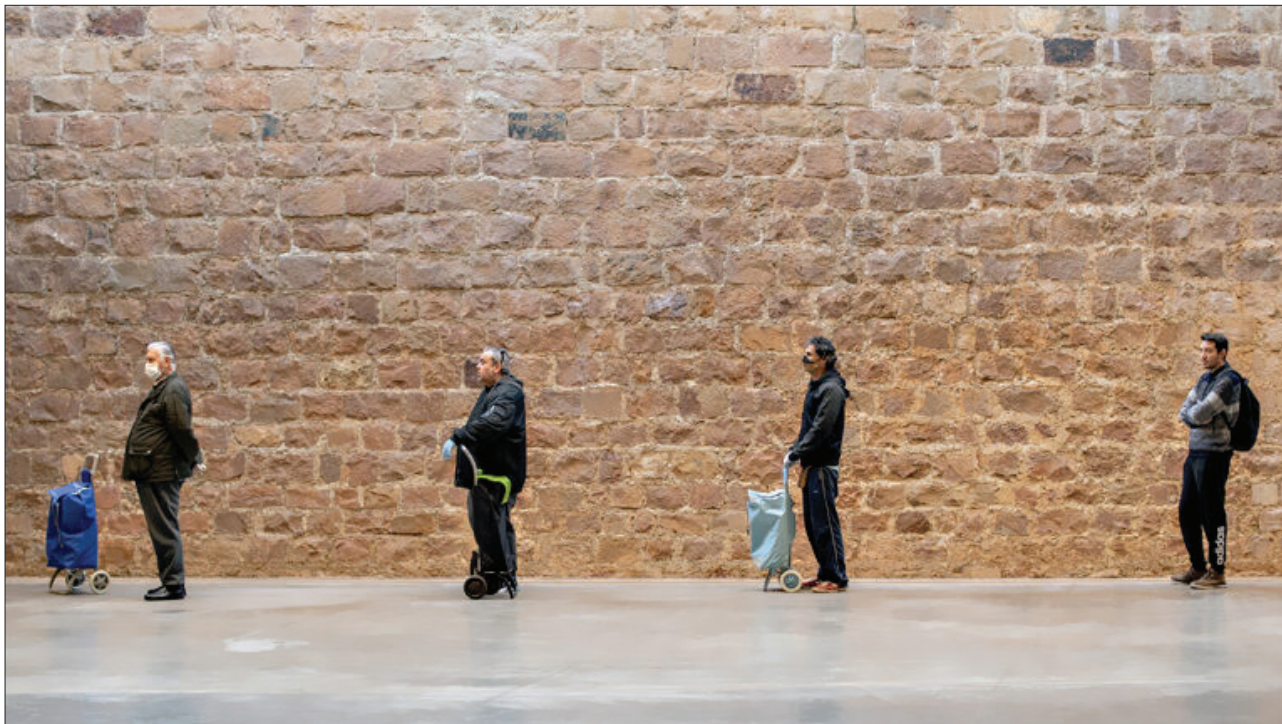
استاد مدیریت عملیات در دانشکده کسب و کار دانشگاه دارتموث



لارنس دبو

استاد مدیریت عملیات در دانشکده کسب و کار دانشگاه دارتموث

مدیریت مشتریان با مدیریت خط تولید فرق دارد، و مدیریت رفتار مشتریان بدون خراب کردن تجربه خریدشان کار آسانی نیست. به همین خاطر شما به عنوان مدیر فروشگاه باید از تکنیک‌های علوم رفتاری استفاده کنید تا بتوانید به صورت غیرمستقیم به هدف‌تان برسید.



برده‌اند. دیدن این تصاویر روی هویت مشترک و ارتباط قوی‌تر میان طرفین تأکید می‌کند و هنجارهای مورد نظر شما هم ترویج می‌شود. به جای تابلوها و هشدارهایی مثل «به سمت راست بروید» یا «ورود به این بخش ممنوع» می‌توانید به طور ظریفی برای مشتریان مرز درست کنید و مثلاً به کمک بنرهای تبلیغ محصول یا اعلام تخفیف آنها را به مسیر مد نظرتان بکشانید. به طور کلی محیط فروشگاه شما باید طوری برای دوران کرونا بازطراحی شود که احساس مصنوعی بودن به وجود نیاید و خرید کردن به لحاظ اجتماعی همچنان تجربه‌ای مثبت باشد.

با همین روش‌ها می‌توانید از سلامت و ایمنی کارکنان خود حفاظت کنید. حالا بیشتر از قبل کارکنان کم‌دستمزدی که اصولاً در فروشگاه دیده نمی‌شدند اهمیت پیدا کرده‌اند. فروشگاه‌ها باید تجهیزات حفاظتی برای آنها تهیه ببینند، به آنها وقت بدهند تا فضای کارشان را پاک کنند و البته با طراحی حرفه‌ای تر فضای فروش، فاصله‌گذاری اجتماعی را تقویت کنند. مدیران باید کارکنان را به همکاری در تغییر دکوراسیون با هدف فاصله‌گذاری تشویق کنند. مدیران باید برای کارکنانی که پیشنهادات مناسبی در این حوزه دارند بسته‌های تشویقی در نظر بگیرند. شرایط کاری این افراد به طور ناگهانی خطرناک شده و باید بتوانید انگیزه بیشتری در آنها ایجاد کنید و وضع‌شان را بهبود ببخشید.

اینکه فروشگاه شما بتواند به مشتریان و کارکنان نشان دهد که سلامت آنها برایش اهمیت دارد می‌تواند به برند شما در رقابت با دیگران قدرت ببخشد. مشتریان عموماً نسبت به چنین فروشگاه‌هایی وفاداری بیشتری احساس می‌کنند و این رفتار شما را بدون پاداش نمی‌گذارند. رفتار فروشگاه شما در دوران کرونا، آینده پسا‌کرونا می‌تواند تضمین می‌کند. ■

با سرعتی نزدیک به یکدیگر خرید می‌کنند. گزینه دیگر تشویق مشتریان به نوبت گرفتن و آمدن با قرار قبلی است. تعدادی از کفش فروشی‌ها، موزه‌ها یا استخرها از همین روش استفاده می‌کنند تا تعداد مشتریان را کنترل کنند.

رویکرد محبوب دیگر برای کاهش برخورد مشتریان یک طرفه کردن راهروهای بین قفسه‌هاست. تحقیقات ما نشان می‌دهد که این روش تعداد برخوردهای نزدیک میان مشتریان را واقعاً کاهش می‌دهد.

مدیران فروشگاه‌ها می‌توانند مناطق هر بخش را طوری طراحی کنند که سرعت حرکت در آنها متفاوت باشد؛ مثلاً یک بخش برای خرید سریع مایحتاج روزانه، یک بخش برای خرید بسته‌های آماده مواد غذایی و بخش سوم برای گشت و گذار و خرید کندتر. اینجا هم ایده اصلی این است که مشتریان را در گروه‌هایی جدا کنید که سرعت حرکت بین‌شان مشابه است.

تشویق غیرمستقیم کارکنان و مشتریان به انجام کار درست

اصل ۳

مدیریت مشتریان با مدیریت خط تولید فرق دارد، و مدیریت رفتار مشتریان بدون خراب کردن تجربه خریدشان کار آسانی نیست. به همین خاطر شما به عنوان مدیر فروشگاه باید از تکنیک‌های علوم رفتاری استفاده کنید تا بتوانید به صورت غیرمستقیم به هدف‌تان برسید و گرنه با دستور دادن بیش از حد باعث رنجش و از دست دادن مشتریان خود می‌شوید. مثلاً به جای آنکه بگویید «لطفاً ماسک بزنید» را پشت شیشه بچسبانید بهتر است پوسته‌هایی از مشتریان محلی و کارکنان‌تان را چاپ کنید که در آنها رضایت ماسک زده‌اند و دست‌شان را به نشانه موفقیت یا پیروزی بالا

یک راه برای مدیریت پراکندگی افراد در فروشگاه‌ها این است که راهروهای بین قفسه‌ها را اتوبان در نظر بگیریم و تعامل مشتری‌ها با هم را مثل تصادف ماشین‌ها به حساب آوریم. اینجا هدف ما باید کاهش ریسک تصادف باشد

الگوی مدیرعامل همه‌کاره - فرمانده تک و تنها بر فراز هرم شرکت - رسمی یادگار از تفکر مدیریتی قرن بیستم است. البته چندین استثنای مهم اینجا داریم: جف بزوس، ایلان ماسک و مارک زاکربرگ. اما در تحقیق مشترک‌مان با انجمن روان‌شناسی آمریکا متوجه شدیم که برای اکثر ما انسان‌های فانی، تنها مدیرعامل بودن خیلی سخت است.

[کرونا و کسب‌وکار/ ۱۵]

آسایش دو گیتی با روش دومدیرعاملی

دوره حساس کنونی راه‌حل نو می‌خواهد

همزمان انتظارات از رهبری مدرن متحول شده است. سازمان‌ها باید سریع‌تر تصمیم‌گیری کنند، کمتر از قبل سلسله‌مراثی شده‌اند و مجبورند با تغییرات بیشتر دنیای کنونی خود را وفق دهند. تغییرات نسلی در نیروی کار و جامعه کار مدیرعاملی را که سال‌هاست در شرکتش فرمانده است سخت‌تر می‌کند. به همین خاطر مهارت‌های نرم غیر سنتی به مهارت‌های پیش شرط رهبری تبدیل شده‌اند.

آیا یک مدیرعامل می‌تواند همه این مهارت‌ها را در خود جمع کند؟ گاهی اوقات امکان دارد یک شرکت خوش اقبال کسی را پیدا کند که هم یک‌دنده و سرسخت است و هم کار تیمی بلد است و دیگران را خوب درک می‌کند. اما در اکثر اوقات شرکت‌ها چنین مدیر همه‌فن‌حریفی را گیر نمی‌آورند و بهتر است به گزینه دو رهبری تن دهند. اینجا مدیرعامل‌ها نیاز نیست بی‌نقص باشند و هر کدام می‌توانند نقاط ضعف طرف مقابل را بپوشانند.

خیلی اوقات در شرکت‌ها با انتخاب مدیرعامل، نفر دومی که برای رسیدن قدرت تلاش می‌کرده سازمان را ترک می‌کند. اما در وضعیت دو مدیرعاملی دچار مشکل فرار مغزها نمی‌شویم. البته معرفی مدیرعامل دوم قرار نیست مثل جادو عمل کند و همه مشکلات را حل کند. ساختار دومدیرعاملی نیاز به مراقبت و تلاش دائمی دارد. و ما از سال ۲۰۱۷ در حال تجربه بالا و پایین این سیستم هستیم. موقعی که ما هم‌مدیرعامل شرکت شدیم، با توجه به تجربه همکاری سابق‌مان، تصمیم گرفتیم وظایف را میان خودمان تقسیم کنیم و هر کس آن بخشی را که در آن خیلی خوب است برعهده بگیرد. جان سابق‌های طولانی در بازاریابی و تبلیغات داشت و در فهم مشتری، برندینگ و رهبری استراتژیک بهتر عمل می‌کرد. ویل که مدرک ام‌بی‌ای داشت تعیین استراتژی کلی کسب و کار، امور مالی، مدیریت فروش را برعهده گرفت.

تقسیم وظایف مدیرعاملی به جان اجازه داد که بیشتر سفر برود و شخصا برود با مشتریان بازمعرفی کند و ویل این فرصت را پیدا کرد که سرمایه‌های انسانی و مالکیت معنوی شرکت را زیر ذره بین بگیرد و با تغییرات در ساختار از آنها استفاده بهتر کند. ویل بخش عمده روزش را به مدیریت مدیران میانی می‌گذراند و پیش‌بینی‌های بودجه‌ای هر بخش را مدیریت می‌کرد. جان در دوران کرونا رهبری کارگروه تحقیق تاثیر کرونا بر کسب و کارها و انتشار گزارش هفتگی در این حوزه را برعهده گرفته و در این حوزه به مشتریان مشاوره می‌دهد.

نکته اینجا است که ما در دو شهر متفاوت زندگی می‌کنیم اما در طول روز چندین بار به طور آنلاین یا تلفنی با هم صحبت می‌کنیم، تصمیمی می‌گیریم یا دست به مشورت می‌زنیم. (برای بحث‌های جدی‌تر ماهی دو بار جلسه حضوری می‌گذاریم). ما هر جمعه برای هفته آینده به طور مجازی استراتژی هفته آینده را تعیین می‌کنیم.

البته در حوزه‌هایی مسیریان ما هم تداخل پیدا می‌کند اما مراقبیم که کاملا در بخش طرف مقابل دخالت نکنیم. ما عمیقا به قضاوت و تصمیمات طرف مقابل اطمینان داریم و می‌دانیم که هر جایی از اختیارات و قدرت را به طرف مقابل دادیم، در کل قدرت شرکت پایین نمی‌آید. ■

وقتی این تابستان اعلام شد تد ساراندوس، مدیر ارشد محتوای نتفلیکس به سمت «هممدیرعامل» یا CO-CEO ارتقا پیدا کرده و حالا با رد هستینگز همزمان شرکت را رهبری می‌کند، خیلی‌ها به این نتیجه رسیدند که نتفلیکس عقل سلیم را نادیده گرفته است. طی یک سال گذشته چندین شرکت مهم از جمله اوراکل، Salesforce.com و اس‌آپ ساختار هممدیرعاملی خود را کنار گذاشتند و به روش سنتی تک‌مدیرعاملی برگشتند. به همین خاطر بود که وال استریت جورنال نوشت: «هممدیرعاملی از مد افتاده، چرا نتفلیکس به دنبال زنده کردن این مدل مدیریتی است؟»

ما نظر مشخصی درباره این مدل مدیریتی داریم چون از سال ۲۰۱۷ به عنوان هممدیرعامل The Harris Poll با هم کار کرده‌ایم. واقعیت اینجا است که الگوی مدیرعامل همه‌کاره - فرمانده تک و تنها بر فراز هرم شرکت - رسمی یادگار از تفکر مدیریتی قرن بیستم است. البته چندین استثنای مهم اینجا داریم: جف بزوس، ایلان ماسک و مارک زاکربرگ بنیانگذاران آمازون، تسلا و فیس‌بوک جزو همین فرماندهان‌اند که کنترل شرکت را کاملا در دست دارند. اما در تحقیق مشترک‌مان با انجمن روان‌شناسی آمریکا متوجه شدیم که برای اکثر ما انسان‌های فانی، تنها مدیرعامل بودن خیلی سخت است. چشم‌انداز بیزینس مدرن بسیار سریع در حال تغییر است و مسئولیت‌های روی دوش مدیرعامل آنچنان بی‌شمار است که یک نفر نمی‌تواند همزمان هم مسیر استراتژیک شرکت را مشخص کند، بر تصمیمات فراوان درونی موسسه نظارت کند و هم‌زمان چهره عمومی شرکت باشد.

نکته اینجا است که سایز تیم‌های اجرایی شرکت‌ها طی سه دهه گذشته دو برابر شده است: بخش‌های متفاوتی درون شرکت‌ها اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند (مثل منابع انسانی) و اصلا بخش‌های جدیدی به وجود آمده‌اند (استراتژی دیجیتال و امنیت دیتا). اما شغل ریاست شرکت همچنان یک‌نفره باقی مانده است.



جان گرزما

هممدیرعامل شرکت
The Harris Poll

ویل جانسون

هممدیرعامل شرکت
The Harris Poll

منبع: موسسه نظرسنجی و مدیریت وجهه شرکت‌ها



ایده‌ها

[این صفحه‌ها به مرور ایده‌های ناب اقتصادی می‌پردازد.]



[۵ ایده بزرگ ۱. اقتصاد و حاکمیت]

کشور یعنی همه چیز

از نظر ژان بودن، حاکمیت عامل اصلی کامیابی است

نسیم بنایی

دبیر بخش ایده‌ها

ژان بودن، فیلسوف و حقوق‌دان مشهور فرانسوی در قرن شانزدهم میلادی است، که زمانی عضو پارلمان پاریس بود و زمانی هم در دانشگاه تولوز حقوق درس می‌داد. ژان بودن بیش از هر چیز بابت نظریه حاکمیت خود شهرت دارد و

جدای از آن در زمینه جالب دیوشناسی هم آثاری می‌نوشت.

پیش از این که با اندیشه اقتصادی بودن آشنا شویم، بد نیست با تفکر سیاسی این فیلسوف نزدیکی بیشتری پیدا کنیم. در این زمینه پژوهش‌های مناسبی در فضای ایران انجام شده است که در میان آن‌ها می‌توان به یادداشت آقای امیررضا ثعالبی اشاره کرد که در ادامه بخش‌هایی از آن را با هم مطالعه می‌کنیم. اندیشه سیاسی بودن، از همان آغاز تعریف موضوع سیاست، از نظام اندیشه سیاسی قدما فاصله می‌گیرد. در اندیشه بودن، دقت در تعریف، بی آنکه صرف نکته‌پردازی در قلمرو بحث منطقی باشد، برخاسته از رویکردی معرفتی است و بودن، مانند ماکیاوولی، به نوعی جایگیری معرفتی در سیاست دست می‌زند تا سیاست را از قلمرو اخلاق و فلسفه قدیم چنان که قبل تر هم اشاره شد، به حوزه اندیشه واقع‌گرای جدید انتقال دهد. از این روست که بودن، در آغاز کتاب خود، در مخالفت با دیدگاه قدما، سرشت واقع‌گرای علم سیاست جدید را برجسته می‌کند. پیش‌تر با اشاره به ماکیاوولی آوردم که او در نقادی از رویکرد نویسندگان سیاسی متقدم، که سیاست را بر شالوده بایدهای اخلاقی بنیاد می‌گذاشتند، با اعلام جدایی سیاست از اخلاق فردی آن را به‌عنوان حوزه‌ای مستقل بررسی کرد.

بودن، در اشاره‌ای به کوشش‌های فیلسوفان قدیم و جدید برای بنیانگذاری «مدینه فاضله» ای که پایه‌ای در واقعیت ندارد، با نفی تمایز میان «مدینه فاضله» افلاطون و «آرمانشهر» تامس مور، می‌نویسد: «ما، در تعریف کشور، قید «سعادت‌مندان» را لحاظ نمی‌کنیم... به هر حال، ما را سر آن نیست که کشوری در عامل مثل بنیاد کنیم، چنان که افلاطون و تامس مور، صدر اعظم انگلستان، در عالم خیال اندیشیده‌اند، بلکه قواعد سیاست را تا حد ممکن از نزدیک دنبال خواهیم کرد». هم او، به مناسبت دیگری می‌نویسد «صد توصیف نمی‌تواند ذات و ماهیت امر واحدی را روشن کند و، از این رو، برای به دست دادن تعریفی واحد از «کشور»، مفهوم «حاکمیت» را در کانون بررسی خود قرار می‌دهد. در اندیشه سیاسی بودن، کشور، در واقعیت آن، بر پایه قدرت حاکم استوار می‌شود و، در قلمرو دانش، بر پایه مفهوم «حاکمیت» از این

رو، تامین زندگی سعادت‌مندان و نیل به فضیلت‌های اخلاقی را نمی‌توان از وظایف قدرت حاکم دانست. بودن در تمثیلی نسبت میان آرمان‌گرایی و غایت اصلی سیاست را به تربیت کودکی تشبیه می‌کند که نیازهای اولیه او رفع نشده باشد. مثل کشوری که تامین سعادت و عمل به فضیلت و یا به گفته بودن «فضیلت‌های اخلاقی، صنایع ظریفه و تامل درباره امور طبیعی و الهی» را مقدم بر حفظ آرامش در درون و دفاع از تمامیت ارضی در بیرون قرار دهد، مثل کسی است که بخواهد کودکی را پیش از رفع نیازهای اولیه او تربیت کند.

قدیمی‌ترین تورم‌شناسی تاریخ

در سال ۱۵۶۸ میلادی، بودن در پاسخ به نظریه‌های اقتصادی ژان دو مالستوا اثری با عنوان «تناقضات مالستوا» نوشت. بودن در این اثر یکی از اولین نمونه‌های برخورد علمی با پدیده تورم را ارائه کرده است. باید توجه داشته باشیم که این پدیده تا پیش از قرن شانزدهم میلادی شناخته شده نبود. برای درک این بحث ابتدا باید شرایط اقتصادی آن روزگار را بهتر بدانید. تا سال ۱۵۵۰ میلادی، افزایشی که در عرضه پول غرب اروپا رخ داده بود مزایایی کلی را همراه خود آورده بود. از سوی دیگر اما نوعی تورم پدید آمد. نقره‌ای که از معادن پوتوسی آمریکای جنوبی، از طریق اسپانیا، وارد می‌شد، همراه با منابع نقره و طلا و دیگر منابع جدید باعث شدند که تغییراتی در مسائل پولی پدید بیاید.

پیش از بودن، مارتین آزپلیکوئتا در سال ۱۵۵۶ به این مسئله پرداخته بود. به نظر آزپلیکوئتا یکی از مسائلی که می‌توانست در افزایش قیمت‌ها تاثیر گذار باشد، تا حد بسیار زیادی ورود فلزات گران‌بها به این قاره بود. آزپلیکوئتا با تحلیل این پدیده، در کنار عوامل بسیار زیادی به رابطه موجود بین مقدار کالا و پول در گردش اشاره کرد. این بحث‌ها که عمدتاً در دهه ۱۵۶۰ میلادی صورت گرفتند بعدها به مبنایی برای «نظریه مقداری پول» تبدیل شدند. بودن در کنار این بحث‌ها از عوامل دیگری هم نام برد: افزایش جمعیت، تجارت، امکان مهاجرت اقتصادی و مصرفی که از دید او مذموم بود. به طور کلی بودن یکی از فلاسفه سیاسی مشهور تاریخ است، اما اندیشه‌های اقتصادی او هم در کنار دید سیاسی حاکمیت‌گرایش جذابیت خاص خود را دارد. ■

ژان بودن

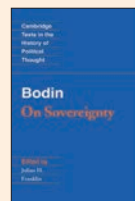
ژان بودن در سال ۱۵۳۰ میلادی در شهر زیبای آنژ فرانسه به دنیا آمد پدر او که به احتمال زیادی از خباطان شناخته شده منطقه بود، زندگی سطح متوسطی را برای خانواده‌اش فراهم کرده بود. همین مسئله باعث شد که ژان بتواند امکانات تحصیلاتی قابل قبولی داشته باشد. در حال حاضر اطلاعات شفاف و مطمئنی از بسیاری از مراحل زندگی ابتدایی او در دسترس نیست اما گویا او در سال‌های ۱۵۴۷ یا ۱۵۴۸ سری به ژنوه و در آنجا با دادگاه‌های هرطقه درگیری پیدا کرد. البته در این مورد اختلافاتی هم به چشم می‌خورد. بودن عمده فعالیت خود را در دوشهر پاریس و تولوز انجام داد و در نهایت در سال ۱۶۹۶ در شهر لاودر شمال فرانسه درگذشت.

کتاب‌شناسی

درباره حاکمیت

سال: ۱۹۹۲

در این کتاب با نکات مهم و برجسته نظریه حاکمیت بودن به خوبی آشنا می‌شویم. نظریه حاکمیت بودن یکی از نمونه‌های بسیار قدرتمند ایدئولوژی سلطنت‌طلبی است. در این کتاب بخش‌هایی از کتاب برجسته بودن، «کشش دفتر درباره جمهوری»، وجود دارد. بودن در آثار خود توضیح می‌دهد که حاکمیت چیزی ضروری است و قدرت حکومتی باید در دست یک فرد یا گروه خاص قرار گیرد. این نظر بودن در دوران بحران اقتدار در جنگ‌های مذهبی فرانسه، باعث شد که او تفسیری مطلق‌گرا از سلطنت‌های فرانسه و دیگر کشورهای اروپایی به دست دهد.



[۵ ایده بزرگ ۲. اقتصاد و ثروت]

از اسمیت هم لیبرال تر

ژاک تورگو از ثروت ملل و اشخاص می گوید

ژاک تورگو

آن روبر ژاک تورگو، در بهار ۱۷۲۷ به دنیا آمد و در بهار ۱۷۸۱، یعنی زمانی که هنوز ۵۴ ساله نشده بود، درگذشت. محل تولد و مرگ او شهر پاریس است. پدرش تاجر شناخته شده و بلندمرتبه‌ای بود و مادرش هم از خاندانی بزرگ، بخشی از تحصیلات خود را در کلیسا گذراند و بخشی را هم در سوربن اما نهایتاً زیر بار روحانی شدن نرفت، زیرا این مسئله را خلاف عقاید شخصی‌اش می‌دانست. رفته‌رفته به اقتصاد علاقه فراوانی پیدا کرد و تحصیلات و مطالعات خود را در این زمینه افزایش داد. تورگو از سال ۱۷۷۶ تا ۱۷۷۶ مدیر کل امور مالی فرانسه لوئیس شانزدهم بود. تورگو که امیدهایی فراوان به انقلاب آمریکا داشت، نهایتاً با دلی چرکین اما پرامید در گذشت.

آن روبر ژاک تورگو، که با نام تورگو هم شناخته می‌شود، اقتصاددان و دولت‌مرد فرانسوی است. گرچه بسیاری او را یک فیزیوکرات می‌دانند و حتی لیونل رابینز هم در درس گفتارهای تاریخ اندیشه اقتصادی خود، او را در دسته فیزیوکرات‌ها قرار داده است، امروزه بسیاری او را یکی از مدافعان ابتدایی لیبرالیسم اقتصادی می‌دانند. بسیاری می‌گویند که او یکی از اولین اقتصاددان‌هایی است که متوجه قانون بازده نزولی مطلوب در کشاورزی شد.

پیش از آن که وارد ایده‌های اقتصادی او شویم، شاید بهتر باشد به بهانه توجهی که او به مسئله بازده نزولی داشت، اساساً با این قانون بیشتر آشنا شویم. هر چه بیشتر داشته باشید، سود اضافی که از

بیشتر داشتن عایدتان می‌شود هم کمتر می‌شود؛ همچنین به عنوان مضرات افزایش ظرفیت تولید (مراجعه شود به صرفه در مقیاس) شناخته می‌شود. برای مثال وقتی کارگران سرمایه زیادی داشته باشند، اعطای کمی سرمایه به آن‌ها نمی‌تواند بهره‌وری آن‌ها را زیاد افزایش بدهد. اما اگر همان سرمایه به کارگران اعطا شود که سرمایه کمی دارند یا اصلاً سرمایه ندارند، بهره‌وری آن‌ها خیلی بالا می‌رود. این مسئله از اثر همگرایی نیز حمایت می‌کند. اقتصاددان‌ها می‌گویند اگر جایی (بر فرض) میان نرخ رشد کشورهای در حال توسعه و کشورهای توسعه‌یافته همگرایی باشد، سرمایه از بازده نزولی آسیب نمی‌بیند یا دست‌کم نزول آن قدر زیاد نخواهد بود. حتی ممکن است بازده صعودی هم حاصل شود.

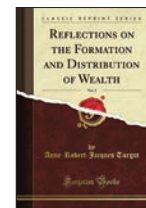
در نهایت قانون بازده نزولی می‌گوید افزایش برخی از عوامل تولید نسبت به سایر عوامل تولید که مقدارشان ثابت است باعث می‌شود کل محصول افزایش یابد ولی پس از نقطه‌ای محصولی اضافی که به دنبال افزایش واحدهای اضافی عوامل تولید به دست می‌آید روبه کاهش می‌گذارد. این کاهش بازده اضافی نتیجه این امر است که مقادیر تازه از منابع متغیر به تدریج با مقدار کمتری از منابع ثابت ترکیب می‌شود.

کتاب‌شناسی

تاملاتی درباره شکل‌گیری و توزیع ثروت

سال: ۱۷۷۰

این کتاب به موضوعات مختلفی از جمله جامعه کشاورزی، سرمایه، بازرگانی، پول، ماهیت بهره و ثروت ملی و شخصی می‌پردازد. این کتاب نه تنها در اوج روشنگری، بلکه در زمانی نوشته شد که اقتصاد رفته‌رفته خود را به عنوان علمی مجزا به جهان معرفی می‌کرد. این کتاب که چند سال پیش از «ثروت ملل» آدام اسمیت نوشته شد، به عقیده بسیاری از اقتصاددان‌ها ارزشی کمتر از کتاب اسمیت ندارد و می‌توان آن را به عنوان یکی از برجسته‌ترین آثار تاریخ علم اقتصاد در نظر گرفت. برخی از نظراتی که تورگو در این کتاب منتشر کرد، رفته‌رفته تبدیل به مفاهیمی کلیدی در علم اقتصاد شدند.



وقتی کارگران سرمایه زیادی داشته باشند، اعطای کمی سرمایه به آن‌ها نمی‌تواند بهره‌وری آن‌ها را زیاد افزایش بدهد. اما اگر همان سرمایه به کارگران اعطا شود که سرمایه کمی دارند یا اصلاً سرمایه ندارند، بهره‌وری آن‌ها خیلی بالا می‌رود.

پیش از این که وارد دیگر ایده‌های اقتصادی تورگو شویم، بهتر است بدانید اولین کسی که درباره «ایده پیشرفت» به شکلی دقیق و انحصاری چیزی نوشته، تورگو است. او در اثری با عنوان «بررسی فلسفی پیشرفت‌های پیاپی ذهن بشری» (۱۷۵۰) این ایده را به شکلی نسبتاً دقیق مطرح کرده است. برای تورگو، پیشرفت تنها محدود به هنر و علوم نیست، بلکه مبنای آن‌ها یعنی کل فرهنگ، رفتار، اخلاق، ادب، نهادها، اقتصاد و جامعه را هم دربرمی‌گیرد.



ثروت

شناخته شده‌ترین اثر تورگو در زمینه اقتصاد، «تاملاتی درباره شکل‌گیری و توزیع ثروت» نام دارد. او این اثر را در دوران ابتدایی آموزشیش نوشت و به احتمال زیاد مخاطب اصلی تعالیمش دو شاگرد جوان چینی بوده‌اند. این اثر در سال ۱۷۶۶ نوشته شده، در سال ۱۷۶۹-۱۷۷۰ در نشریه دوپون منتشر شد و پس از آن هم به شکلی جداگانه در سال ۱۷۷۶ منتشر شد. البته باید گفت که دوپون تغییراتی را به متن وارد کرده بود تا بتواند آن را بیشتر مطابق و مشابه آموزه‌های فرانسوا کنه کند، و همین مسئله باعث شد نوعی سردی بین او و تورگو پدید آید. تورگو در «تاملات» خود ابتدا سراغ ریشه‌های بازرگانی می‌رود. او از این مسیر نظریه کنه را مبنی بر این که زمین منبع ثروت است توسعه می‌دهد و جامعه را به سه طبقه تقسیم می‌کند: طبقه مولد یا کشاورز، طبقه حقوق‌بگیر یا صنعت‌گر، و طبقه مالک. علاوه بر این تورگو یک نظریه قابل توجه درباره نرخ بهره هم ارائه می‌کند. او پس از بحث کردن درباره تکامل سیستم‌های مختلفی که برای جمع‌آوری وجود دارند و ماهیت مبادله، پول و کاربردهای سرمایه، نظریه‌های درباره مالیات تک ارائه داد. در این نظریه او محصول خالص زمین باید مشمول مالیات شود. جدای از این مسئله، به نظر او باید آزادی کاملی در بازرگانی و صنعت پدید آید.

در بخش دیگری از کتاب تورگو درباره انباشت سرمایه هم بحث می‌کند. به نظر او همه چیز توسط دهقان و برداشت‌کننده و پرورش‌دهنده محصول آغاز می‌شود و به دست آمدن اولین درآمدها (تولید اضافه). در این مرحله، تولید اضافه اولین مرحله سرمایه را نمایندگی می‌کند. به نظر تورگو این سرمایه را می‌توان به طرق مختلف به کار برد: خریداری زمین، سرمایه‌گذاری در تشکیلات تولیدی، سرمایه‌گذاری در کالاهای سرمایه‌داری لازم برای افزایش خروجی کشاورزی، سرمایه‌گذاری در راه‌اندازی یک کسب‌وکار تجاری به منظور ایجاد بازارهای جدید و وام و پول قرض دادن. گرچه روش‌های مختلف به کار بردن سرمایه، نتایج مختلفی دارند، به نظر تورگو می‌توان رابطه‌ای بین کاربردهای گوناگون سرمایه‌ای که بر نرخ بهره اقتصاد تأثیر می‌گذارد با بازده این سرمایه‌گذاری‌ها پیدا کرد. تورگو نظریه‌های اقتصادی فراوانی دارد و این که چرا چنین اقتصاددانی به اندازه کافی در کشورمان شناخته شده نیست، جای تعجب فراوان دارد. ■

اقتصاددان‌ها عمدتاً این نظر را داشتند که وجه اقتصادی باید از باقی وجوه زندگی اجتماعی جدا شود. کنت کاملاً مخالف این نظر بود. او می‌گفت که باید از جامعه‌شناسی با همان روش تحلیل ارگانیسم‌ها، به عنوان یک چتر گسترده استفاده کرد، که در دل آن دیگر علوم اجتماعی، مانند اقتصاد هم گنجانده شده است. از این طریق امکان یکپارچه‌سازی زندگی اجتماعی انسان از ابعاد علمی، پدید می‌آید.

[۵ ایده بزرگ ۳. اقتصاد و علم]

آیا اقتصاد، علمی مستقل است؟

آگوست کنت می‌گوید «خیر! اقتصاد تنها زیرشاخه‌ای از جامعه‌شناسی است»

آگوست کنت

اوایل سال ۱۷۹۸ میلادی بود که آگوست کنت در شهر مونت‌پلیه فرانسه به دنیا آمد. او در خانواده‌ای محافظه‌کار دوران کودکی خود را گذراند و از نزدیک تجربه «جمهوری اول» را داشت. کنت در سال ۱۸۱۴ وارد مدرسه بسیار قدرتمند اکول‌پلی‌تکنیک پاریس شد. اما تنها ۲ سال بعد که این دانشگاه توسط بوربون‌ها تعطیل شد، مجبور شد از دانشگاه خارج شده و در پاریس به تدریس خصوصی ریاضی بپردازد. کنت رفته‌رفته شهرتی به عنوان یک جامعه‌شناس و فیلسوف دست‌وپا کرد و نهایتاً در سال ۱۸۵۷ در همان شهر پاریس، وقتی هنوز ۶۰ ساله هم نشده بود، درگذشت.



بازشناسی نمی‌کنند، برای درک دیدگاه تکاملی پوزیتیویستی او کافی است به یکی از ایده‌های کلیدی‌اش بپردازیم: «قانون مراحل سه‌گانه». این قانون که توسط کنت در مجموعه نوشته‌های «درس‌هایی درباره فلسفه پوزیتیو» توسعه داده شده است، ادعا می‌کند که جامعه به عنوان یک کل، و هر علم مشخصی، در سه مرحله ذهنی رشد می‌کند: (۱) مرحله الهیاتی، (۲) مرحله متافیزیکی و (۳) مرحله پوزیتیو.

مرحله الهیاتی به توضیح خدایگان تشخیص یافته در باورهای بسیار قدیمی می‌پردازد. در زمان‌های بسیار قدیم، مردم باور داشتند که تمام پدیده‌های موجود در طبیعت مخلوق یک وجود فراطبیعی بوده است. انسان‌ها نتوانستند که دلایل طبیعی پدیده‌هایی گوناگون را کشف کنند، به همین خاطر هر یک از آن‌ها را به قدرتی آسمانی نسبت دادند و برای هر پدیده خدایی را متصور شدند. مرحله متافیزیکی در امتداد همان مرحله الهیاتی قرار می‌گیرد. همین مسئله با توضیح مفهوم خدا آغاز شد. زمانی که خدا دیگر به معنای «پروردگار دریا» یا «خدای خورشید» نبود، تبدیل به مفهومی انتزاعی شد که از دل خود طبیعت را به پیش می‌راند. تفکر متافیزیکی دیگر به خدایی شخصی‌سازی شده کاری نداشت و آن را قبول نمی‌کرد. این نوع تفکر تنها با فلسفه غرب همراه نمی‌شد، بلکه در بسیاری باورها و ادیان شرقی مانند هندویسم هم موجود بود.

مرحله سوم که مرحله پوزیتیو یا مرحله علمی نام دارد، به تبیین علمی جهان تکیه می‌کند. این تبیین بر اساس مشاهده، آزمایش و مقایسه صورت می‌گیرد. کنت بر این نظر بود که ممکن است که هر سه مرحله به صورت هم‌زمان در یک جامعه وجود داشته باشند، اما به هر حال تحلیل علمی تنها محدود به مرحله‌هایی است و جامعه‌شناسی و زیرشاخه‌ای یعنی علم اقتصاد هم نمی‌تواند از این مرحله خارج شود. ■

آگوست کنت ریاضی‌دان، فیلسوف و دانشمند علوم اجتماعی فرانسوی بود، که امروز بسیاری او را پدر جامعه‌شناسی و پوزیتیویسم می‌شناسند. کنت که در دوران جوانی به عنوان یک روزنامه‌نگار و معلم ریاضی مشغول به کار بود، با سن سی‌و‌هفتاد اقتصاددان معروف آن سال‌ها آشنا شد و بعد از چند سال بر سر حق چاپ برخی آثار با او به اختلاف خورد. کنت علم اقتصاد را به عنوان علمی مستقل قبول نداشت. به نظر او، علم اقتصاد شاخه‌ای از علم جامعه‌شناسی بود. کنت بر این نظر بود که یک جامعه باید بر اساس روند رشد خطی خودش تحلیل شود. مبنای این روش هم تبدیل جامعه به ارگانیسم‌هایی کوچک بود که هر یک از آن‌ها مراحل رشد خاصی، نظیر مرحله

مذهبی، متافیزیکی و علمی را طی می‌کردند. تحلیل پوزیتیویستی یا تجربی کنت برای میدان‌های جامعه‌شناختی تنها به مرحله آخر، یعنی مرحله علمی، قابل پیاده‌سازی بود. اقتصاددان‌ها عمدتاً این نظر را داشتند که وجه اقتصادی باید از باقی وجوه زندگی اجتماعی جدا شود. کنت کاملاً مخالف این نظر بود. او می‌گفت که باید از جامعه‌شناسی با همان روش تحلیل ارگانیسم‌ها، به عنوان یک چتر گسترده استفاده کرد، که در دل آن دیگر علوم اجتماعی، مانند اقتصاد هم گنجانده شده است. از این طریق امکان یکپارچه‌سازی زندگی اجتماعی انسان از ابعاد علمی، پدید می‌آید.

این نظر مخالفان و موافقان بسیاری داشت و دارد. مکتب تاریخی آلمان و مکاتب تاریخی انگلستان و فرانسه و از همه مهم‌تر، نهادگرایان آمریکایی، در ابعادی موافق کنت بودند. آن‌ها کنت را تبدیل به سردمداری کردند برای مخالفان با نگاه اقتصادی کلاسیک و نئوکلاسیک که در آن‌ها رفتار و تصمیم‌گیری اقتصادی، به عنوان یک امر ثابت در کل عالم در نظر گرفته می‌شود. اقتصاددان‌های نئوکلاسیک و کلاسیک، رفتار اقتصادی را از بافتار تاریخی و اجتماعی جدا کرده و سپس به تحلیل آن می‌پرداختند. مخالفت کنت با چنین دیدگاهی باعث شد که اقتصاد سیاسی خاصی توسط او راه‌اندازی شود که تا به امروز هم توان تحلیلی نسبتاً بالایی دارد.

کتاب‌شناسی

مقدمه‌ای به فلسفه پوزیتیو

سال: ۱۹۸۸

این کتاب که برای اولین بار در سال ۱۸۳۵ منتشر شد پس از ۱۸۰ سال هنوز هم اثری خواندنی در چارچوب «تاریخ اندیشه بشری» به حساب می‌آید. از شانس بد کنت، مشهورترین بخشی که از این کتاب در ذهن هم مانده، امروز به اسم «خطای معروف کنت» شناخته می‌شود. کنت در این کتاب نوشته بود که مردم هرگز ترکیبات شیمیایی سیاره‌های گوناگون را کشف نخواهند کرد. تقریباً ۳۰ سال از این ادعا بزرگ و گذشته بود که با استفاده از طیف‌سنجی، شناخت ترکیبات سیاره‌های مختلف آغاز شد. گرچه ادعاهای جزئی کنت تقریباً رد شده‌اند، اما ساختار نگاه او هنوز هم برای خیلی‌ها جذاب است.



اقتصاد سیاسی کنتی

جان ایوب کرنز، اقتصاددانی است که لقب «آخرین اقتصاددان کلاسیک» را به دوش می‌کشد. کرنز در نوشته‌ای تحت عنوان «کنت و اقتصاد سیاسی» تحلیل خاصی از جایگاه کنت به دست می‌دهد. کرنز می‌گوید هیچ اقتصاددانی در قرن هجدهم نتوانسته حرف‌های بحث‌برانگیزی به اندازه کنت بزند، و از سوی دیگر نظریه‌ها و نظام‌هایی که به او نسبت می‌دهند، تفاوتی آشکار با آثار خود او دارد. اهمیت کنت به حدی است که گرچه بسیاری از نظرات او مغشوش و غیرشفاف بوده، اما بسیاری از افراد، چه موافق پوزیتیویسم باشند و چه مخالف آن، سمپاتی عمیقی را در بسیاری از نکات با کنت احساس می‌کنند. گرچه بسیاری افراد هنوز هم کنت را به عنوان یک اقتصاددان

در اقتصاد کلان، ضریب فاکتوری است که نسبت و تناسب‌ها را مشخص می‌کند: میزان تغییری که در متغیرهای درون‌زا با تغییر متغیرهای برون‌زا ایجاد می‌شود. به عنوان مثالی ساده، اگر متغیر اول ما ۱ واحد تغییر کرده و باعث شود متغیر دوممان به اندازه M تغییر کند، ضریب همان M است.

[۵ ایده بزرگ ۴. اقتصاد و سیاست‌گذاری]

تأثیر متغیرهای مختلف اقتصادی بر هم

ریچارد کان با «ضریب» جعبه‌دنده اقتصاد کلان را به ما نشان داد

تغییر در تغییرسنجی

زمانی که اقتصاد کلان را در سطح مقدماتی مطالعه می‌کنیم، با دو نوع ضریب متفاوت آشنا می‌شویم که بد نیست در اینجا کم و بیش با آن‌ها آشنا شویم.

بانک‌های بازرگانی پول خلق می‌کنند، مخصوصاً تحت سیستم بانک‌داری ذخیره کسری که در سطح جهان استفاده می‌شود. در این سیستم، پول زمانی خلق می‌شود که بانک یک وام جدید صادر کند. دلیل این مسئله هم این است که با دریافت و خرج شدن وام، عمده این مبلغ نهایتاً به شکل سپرده به خود سیستم بانک‌داری برگشته و به عنوان بخشی از عرضه پول در نظر گرفته می‌شود. پس از

این که بخش‌هایی از این سپرده‌ها به عنوان ذخیره‌های بانکی اجباری کنار گذاشته شدند، تراز برای ارائه وام‌های مجدد توسط بانک‌ها ایجاد می‌شود. این فرایند چندین بار ادامه پیدا کرده و با عنوان «اثر ضریب» شناخته می‌شود.

ضریب در کشورهای مختلف متفاوت بوده و تا حد زیادی هم وابسته به مقادیر پولی است که در نظر گرفته می‌شود. برای درک بهتر این مسئله در نظر بگیرید که M۲ سنج‌های برای عرضه پول ایالات متحده و M۰ سنج‌های برای مبنای پولی این کشور است. اگر ۱ دلار افزایش M۰ توسط فدرال رزرو منجر به این شود که M۲ به اندازه ۱۰ دلار افزایش پیدا کند، ضریب پول ۱۰ است.

ضرایب مختلفی داریم که بعضی از آن‌ها به منظور تحلیل تأثیر سیاست‌های مالی، یا دیگر تغییرات برون‌زای مربوط به مخارج، بر مجموع خروجی، انجام می‌شوند و جزئی از ضرایب مالی در نظر گرفته می‌شوند. از سوی دیگر دیگر یک ضریب کینزی داریم که معمولاً توسط اقتصاددان‌های کینزی برای محاسبه تأثیری تغییرات بر تقاضا مجموع استفاده می‌شد. پل سامولسن و الوین هانسن البته نه در همکاری با یکدیگر، یک مدل ضریب-شتاب‌دهنده، توسعه دادند که سامولسن بر آن نام مدل هانسن-سامولسن را گذاشت، زیرا می‌گفت تحت تأثیر هانسن این مدل را توسعه داده‌است.

مفهوم ضریب به شکل ساده خود ابتدا در «جدول اقتصادی» فرانسوا کنه شکل پیدا کرده بود. در این اثر او می‌بینیم که چطور تغییرات یک متغیر در بازه زمانی مشخصی، باعث تغییرات در متغیرهای بازه زمانی دیگری می‌شود. با این حال نظریه امروزی ضریب در دهه ۳۰ میلادی توسط کان، کینز، گیبیلین و افرادی دیگر توسعه داده شد که در مطالعات یک اقتصاددان قدیمی‌تر به نام آلفرد دی‌لیزای استرالیایی که در دهه ۱۸۹۰ میلادی صورت گرفته بود، بیان شدند. با این حال دست کم همین یک نظریه نشان می‌دهد که ریچارد کان اقتصاددانی نیست که بتوان به سادگی از کنار او گذشت. ■



ریچارد فریدیناند کان، یکی از اقتصاددان‌هایی است که در دسته کینزی‌های کم‌برج قرار می‌گیرد. منظور از «کینزی‌های کم‌برج» گروهی خاص از اقتصاددانان بریتانیایی است که نظریه عمومی جان مینارد کینز را به شکلی «بنیادگرایانه‌تر» از جریانی توسعه دادند، که به آن‌ها اقتصاددانان نوکینزی دوران پس از جنگ می‌گوییم. ریشه این گروه ۵ نفری هستند که در محفل کینز در دانشگاه کمبریج فعالیت می‌کردند. این گروه در اوایل دهه ۳۰ میلادی متشکل از جوان و آستین رابینسون، پیرو زرافا، جیمز مید و ریچارد کان بود. این گروه در ابتدا شکلی از یک حلقه مطالعاتی داشت که روی «جستاری درباره پول» کینز کار می‌کردند و پس از آن هم نظرهای خود را درباره «نظریه عمومی» کینز که در سال ۱۹۳۶ منتشر شد ارائه دادند.

ریچارد کان که اقتصاددانی نسبتاً کم‌کار بود و کم می‌نوشت بیشتر به خاطر ایده‌های مشهور شد که در سن ۲۵ سالگی، یعنی سال ۱۹۳۱، صورت‌بندی کرد: مفهوم ضریب. این مفهوم به حدی مهم و تأثیرگذار بود که خود کینز هم از آن استقبال کرد و آن را در «نظریه عمومی» گنجانده که البته این مسئله می‌توانست اندکی مایه ناراحتی کان شود، ولی او نسبت به استادش چنین حساسی پیدا نکرد و جوان رابینسون بیشتر در مطرح شدن نام او تأثیر گذاشت. حال پرسش اصلی این می‌تواند باشد که «مفهوم ضریب» چیست؟ در اقتصاد کلان، ضریب فاکتوری است که نسبت و تناسب‌ها را مشخص می‌کند: میزان تغییری که در متغیرهای درون‌زا با تغییر متغیرهای برون‌زا ایجاد می‌شود. به عنوان مثالی ساده، اگر متغیر اول ما ۱ واحد تغییر کرده و باعث شود متغیر دوممان به اندازه M تغییر کند، ضریب همان M است. این مفهوم کاربردهای فراوانی در علم اقتصاد دارد که در ادامه با کلیت این کاربردها بیشتر آشنا شده و تغییراتی که این مفهوم در طول عمرش از سرگذرانده را با هم می‌خوانیم.

ریچارد کان

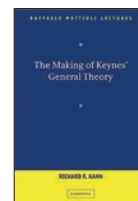
ریچارد فریدیناند کان که بعدها با لقب بارون هم شناخته شد، در تابستان ۱۹۰۵ میلادی در همپستد انگلستان به دنیا آمد. خانواده‌اش یهودیان ارتدکسی بودند که مشاغل فرهنگی داشتند و در زمینه آموزش فعالیت می‌کردند. کان به کینگز کالج کمبریج رفت و در آنجا در زمینه‌های ریاضی، فیزیک و علوم طبیعی دوره‌هایی را گذراند و در نهایت تحت تعلیم جرالدها و جان مینارد کینز، اقتصاد آموخت. دست‌آوردهای کان در زمینه علم اقتصاد باعث شد که در سال ۱۹۴۶ به درجه شوالیه‌ای برسد و از آن به بعد با لقب بارون شناخته شود. کان نهایتاً در اواخر بهار ۱۹۸۹، در کمبریج انگلستان درگذشت.

کتاب‌شناسی

شکل‌گیری نظریه عمومی کینز

سال: ۱۹۸۴

کان که از نزدیک تحت آموزش‌های کینز با فضای ذهنی او به خوبی آشنا بود در این اثر سعی کرده توضیح دهد کینز چه مسیری را طی کرد تا به اثر مشهور خود «نظریه عمومی اشتغال، بهره و پول» رسید. تحلیل کان از این وقایع بسیار مناسب است و مطالب بسیار زیادی به ما می‌دهد. کان ابتدا تصویری به ما ارائه می‌دهد از این که چه عواملی در ذهن کینز تأثیرگذار بودند و نظر او را به این سو کشاندند. پس از این توضیحات کان سراغ میزان اهمیت بخش‌های مختلف اندیشه کینز رفته و در نهایت چیزی تحویل ما می‌دهد که به این راحتی‌ها در جایی پیدا نمی‌شود.



یکی از مشهورترین مسائل اقتصاد و علوم کامپیوتر، «مسئله ازدواج پایدار» است. مسئله ازدواج پایدار به صورت خلاصه چنین صورتی دارد: اگر یک مجموعه مرد داشته باشیم و یک مجموعه زن، و افراد هر یک از این دو مجموعه بر اساس اولویت‌های خود، افراد مجموعه مقابل را رتبه‌بندی کرده باشند، باید ازدواج بین مرد و زنی انجام شود که هر کدام، هیچ مرد یا زن دیگری را در رتبه ۱ قرار ندهاده باشند. وقتی چنین شرایطی مهیا شود، می‌توانیم از پایداری ازدواج سخن بگوییم.

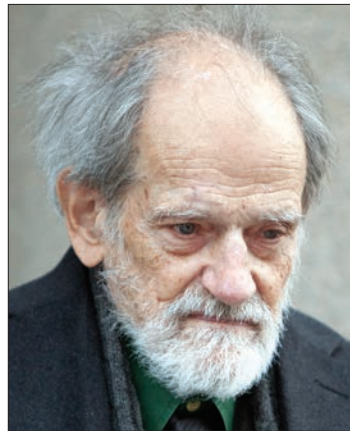
[۵ ایده بزرگ ۵. اقتصاد و نظریه بازی]

چطور همه افراد می‌توانند ازدواجی پایدار داشته باشند؟

لوید شیلی، الگوریتمی خاص برای حل این مسئله ارائه می‌دهد

شاید نام هیچ اقتصاددانی به اندازه لوید شیلی، بر روی مدل‌ها و الگوریتم‌های مختلف قرار نگرفته باشد. این اقتصاددان آمریکایی که در سال ۲۰۱۲ موفق به اخذ نوبل اقتصاد شد، یکی از تاثیرگذارترین چهره‌های اقتصاد ریاضیاتی و نظریه بازی است.

یکی از مشهورترین مسائل اقتصاد و علوم کامپیوتر، «مسئله ازدواج پایدار» است. مسئله ازدواج پایدار به صورت خلاصه چنین صورتی دارد: اگر یک مجموعه مرد داشته باشیم و یک مجموعه زن، و افراد هر یک از این دو مجموعه بر اساس اولویت‌های خود، افراد مجموعه مقابل را رتبه‌بندی کرده باشند، باید ازدواج بین مرد و زنی انجام شود که هر کدام،



ارزش شیلی

«ارزش شیلی» طرح یک راه‌حل در نظریه بازی است. این طرح اولین بار در سال ۱۹۵۳ توسط لوید شیلی مطرح شد. بر اساس این طرح، به هر یک از بازیکنان هم‌دست در نظریه بازی، توزیعی خاص از مجموع ارزش افزوده تولید شده توسط همه بازیکنان، ارائه می‌شود. «ارزش شیلی» با مجموعه‌ای از ویژگی‌های مطلوب شناخته می‌شود. هارت در سال ۱۹۸۹ این طرح را به شکلی کامل بررسی کرد.

برای فهمیدن دقیق این طرح، باید سری بزینم به چینش آن: مجموعه‌ای از بازیکنان در همکاری با هم دست‌آوردی به صورت مجموع حاصل می‌کنند. از آن جایی که ممکن است برخی از بازیکنان تاثیر بیشتری در این اتحاد یا قدرت چانه‌زنی بالاتری نسبت به دیگران داشته باشند، در هر بازی خاص، چه توزیع خاصی از ارزش افزوده تولید شده، باید به دست بیاید؟ به بیان دیگر: در یک همکاری، اهمیت هر بازیکن چقدر است، و یک بازیکن مشخص باید توقع معقولانه چه میزان عایدی را داشته باشد؟ «ارزش شیلی» یک پاسخ ممکن به این سوال را ارائه می‌دهد. تاثیر این طرح شیلی خود را در بازی‌هایی که بر اساس تقسیم هزینه ایجاد می‌شوند نشان می‌دهد. این بازی‌ها با توابع هزینه‌ای سر و کار دارند. در این بازی‌ها، قاعده تقسیم هزینه که «هزینه آنارشی» را بهینه‌سازی می‌کند، و در ادامه آن پایداری قیمت‌ها پدید می‌آید، دقیقاً قاعده‌ای مبتنی بر «ارزش شیلی» است. در تاثیر لوید شیلی همین نکته بس است که تقریباً ۶۰ سال پس از چنین طرح‌ها و نظریات درخشانی، هنوز هم قابلیت دفاع و کاربرد آن‌ها در بسیاری از تصمیمات اقتصادی وجود دارد. ■

هیچ مرد یا زن دیگری را در رتبه ۱ قرار ندهاده باشند. وقتی چنین شرایطی مهیا شود، می‌توانیم از پایداری ازدواج سخن بگوییم.

برای حل این مسئله الگوریتم‌های مختلفی تا کنون پیشنهاد شده‌اند و از ظاهر قضیه هم معلوم است که چنین مثالی در دنیای واقعی، کاربردهای بسیار زیادی دارد. معروف‌ترین مثال واقعی از چنین مسئله‌ای تخصیص دانشجویان پزشکی به نوبت‌های بیمارستانی است. سال ۲۰۱۲ بود که نوبل اقتصاد به لوید شیلی و الوین راث به خاطر «نظریه تخصیص پایدار و کاربردش در طراحی بازار» داده شد.

سال ۱۹۶۲ بود که دیوید گیل و لوید شیلی ثابت کردند که به ازای هر تعداد برابر از زن و مرد، همواره راهی برای حل این مسئله وجود دارد و می‌توان تمام ازدواج‌ها را پایدار ساخت. این روش امروزه با نام الگوریتم گیل-شیلی شناخته می‌شود. این الگوریتم سه مرحله مختلف دارد:

در مرحله اول، هر مرد، از زنی که بیش از بقیه دوست دارد، خواستگاری می‌کند و زن به خواستگار مورد نظرش «شاید» و به باقی خواستگارهای «خیر» پاسخ می‌دهد. با این مرحله هر زنی با مرد مورد علاقه خود «نامزد» شده و بالعکس.

در مرحله بعد، هر مردی که تا کنون نامزد پیدا نکرده، به زن مورد علاقه‌اش -چه نامزد داشته باشد، چه نداشته باشد- پیشنهاد ازدواج می‌دهد. زن هم اگر نامزد نداشته باشد، یا این مرد جدید را به نامزد فعلی‌اش ترجیح دهد با «شاید» پاسخ می‌دهد. در نهایت هم این دورها آن قدر تکرار می‌شوند که همه نامزد داشته باشند.

این الگوریتم ادعا می‌کند که در نهایت همه ازدواج کرده و تمام ازدواج‌ها هم پایدار خواهند بود. طی نیم قرن اخیر، جدای از الگوریتم‌های دیگر، گام‌های بسیاری برای بهینه‌سازی این الگوریتم صورت گرفته‌است. بهینه‌سازی یک الگوریتم به معنی کم‌تر کردن مراحل محاسباتی آن است، تا در صورت پیاده‌سازی در یک فضای واقعی، با سرعت بیشتری به پاسخ برسد.

لوید شیلی

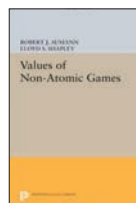
لوید شیلی در ژوئن ۱۹۲۳ در شهر کمبریج ایالت ماساچوست آمریکا به دنیا آمد. او که تحصیلات خود را در آکادمی فیلیپس اکستر آغاز کرد، برای تکمیل کارش ابتدا به دانشگاه هاروارد رفته و در نهایت به منظور گرفتن دکتری به دانشگاه پرینستون رفت. «ارزش شیلی» از پایان نامه دکتری او بیرون آمد و از همان سال ۱۹۵۳ نام او را در بین چهره‌های مهم اقتصاد قرار داد. در سال ۲۰۱۲، در حالی که ۸۹ سال سن داشت، موفق به دریافت جایزه نوبل اقتصاد شد و ۴ سال بعد، یعنی در بهار ۲۰۱۶ درگذشت. او پیش‌تر از نوبل جایزه نظریه جان فون نیومان را هم در سال ۱۹۸۱ برده بود. فهرست بلندی از مدل‌ها و الگوریتم‌های اقتصادی، نام شیلی را در عنوان خود دارند.

کتاب‌شناسی

ارزش‌های بازی‌های غیر اتمی

سال: ۱۹۷۴

«ارزش شیلی» که مربوط به بازی‌هایی با چندین شخصیت است و این شخصیت‌ها را در حالتی «هم‌دستانه» با هم قرار می‌دهد، تا پیش از انتشار این کتاب به اندازه کافی توجه‌ها را به خود جلب کرده بود. این کتاب، مفهوم ارزش در نظریه بازی را، به طبقه‌های بازی‌های غیر اتمی هم کشانده‌است. تا پیش از این کتاب، «ارزش شیلی» درباره بازی با بازیکنانی محدود، کاربرد داشت. در این کتاب با رفتن سراغ بازی‌های غیر اتمی، مجموعه بی‌نهایتی از بازیکنان در نظر گرفته می‌شود، که در آن هیچ بازیکن منفردی اهمیت خاصی ندارد. این کتاب در وهله اول بیشتر مربوط به ریاضی و علوم کامپیوتر است تا اقتصاد، و برای مطالعه آن باید آشنایی مقدماتی با توابع عملگر خطی وجود داشته باشد.



الینور اوستروم تصمیم‌گیری دموکراتیک



زمانی که فرآیند تصمیم‌گیری دموکراتیک باشد و دولت‌ها اختیارات استفاده‌کنندگان از منابع را به رسمیت بشناسند، مدیریت این منابع موفقیت‌آمیزتر خواهد بود. خود استفاده‌کنندگان یا کسانی که به آن‌ها پاسخگو باشند، باید وظیفه نظارت بر استفاده از منبع مشترک و مجازات خاطیان را بر عهده بگیرند. یا این که مجازات‌ها باید زمانی که تخطی‌ها تکرار می‌شوند، تشدید شوند.

زندگی‌نامه

الینور اوستروم در سال ۱۹۳۳ در لس آنجلس به دنیا آمد. او از اعضای هیئت عملی دانشگاه‌های آریزونا و ایندیانا بود. در سال ۲۰۰۹ الینور اوستروم، استاد علوم سیاسی دانشگاه ایندیانا، به نخستین زن برنده جایزه نوبل اقتصاد تبدیل شد. او این جایزه را «به پاس تحلیل‌هایش در حوزه حاکمیت اقتصادی به خصوص در مبحث منابع مشترک» دریافت کرد. او دکترای خود را در رشته اقتصاد ادامه نداد و در علوم سیاسی دکترای خود را دریافت کرد. اوستروم در سال ۲۰۱۱ به سرطان لوزالمعده مبتلا شد.

موفقیت

الینور اوستروم عقیده داشت مردم دنیا از عقل سلیم برخوردارند. یعنی اگر آنها را به حال خود رها کنی، راه‌های منطقی و عقلانی برای نجات و زنده ماندن پیدا می‌کنند. او در آثار تحقیقاتی خود ثابت کرده است که می‌توان اختیار اداره منابع مشترک را به استفاده‌کنندگان آنها داد. منابع مشترک یا منابع با دسترسی مشترک، منابعی هستند که بیش از یک فرد، امکان استفاده از آنها را داشته باشد و در عین حال، مصرف هر فرد از آن منابع، موجب کاهش دسترسی دیگران به آنها شود. از جمله این منابع مشترک می‌توان به آب آشامیدنی، آبی که در آبیاری مصرف می‌شود، ذخایر ماهی، جنگل‌ها و مراتع اشاره کرد.

لارنس رابرت کلاین فرضیات اقتصادی



به هیچ‌وجه لازم نیست فرضیات اقتصادی مبتنی بر واقعیات تجربی باشند. مثالی ساده از این نوع نگاه ریاضیات ساده است. اینکه عدد ۱ بزرگتر از صفر است، چیزی نیست که در واقعیات تجربی با دست قابل نمایش دادن باشد، بلکه اصلی عقلانی است.

زندگی‌نامه

کلاین در سال ۱۹۲۰ در شهر اواما در ایالات نبراسکا متولد شد. لیسانس خود را در سال ۱۹۴۲ در رشته کامپیوتر از دانشگاه کالیفرنیا و دکترای خود را در رشته اقتصاد در سال ۱۹۴۴ از انستیتوی فنی ماساچوست اخذ کرد. او در این دانشگاه دانشجوی پل سامولسون بود. کلاین مدت کوتاهی در طول سال ۱۹۴۰ به حزب کمونیست پیوست.

موفقیت

او سپس تدریس در دانشگاه پنسیلوانیا را آغاز کرد. در سال ۱۹۴۷ نخستین کتاب خود را تحت عنوان انقلاب کینزی منتشر کرد. او در سال ۱۹۶۰ رئیس انجمن اقتصادسنجی آمریکا و در سال ۱۹۷۷ رئیس انجمن اقتصاددانان آمریکا شد. کلاین در سال ۱۹۸۰ به دلیل اهتمامی که در پیشبرد اقتصادسنجی کاربردی به خرج داده بود، برنده جایزه نوبل در اقتصاد شد.

کارمن راینارت حفظ ارزش پول



البته، مشکلات پیش فرض خارجی، پیش فرض داخلی و تورم همه به طور یکپارچه با یکدیگر مرتبط هستند. دولتی که ترجیح می‌دهد بدهی خود را نپردازد برای حفظ ارزش پول کشورش به سختی قابل اعتماد است. آنچه واضح است این است که بارها و بارها، کشورها، بانک‌ها، اشخاص و بنگاه‌ها در اوقات خوب و بدون آگاهی کافی از خطرات ناشی از رکود اجتناب‌ناپذیر، بدهی‌های زیادی را به خود می‌گیرند.

زندگی‌نامه

کارمن راینارت متولد ۷ اکتبر ۱۹۵۵، یکی از برجسته‌ترین اقتصاددان‌های زن در دنیاست. برخی حتی او را تأثیرگذارترین اقتصاددان زن زنده اقتصاد کلان می‌دانند. راینارت سمت‌های مختلفی در معروف‌ترین دانشگاه‌ها از جمله دانشگاه مریلند و همچنین موسسه‌های بزرگ اقتصادی در دنیا داشته است. کارمن پس از تحصیل در دانشگاه کلمبیا، به عنوان اقتصاددان ارشد در «بتر استرنز» (Bear Sterns)، صندوق بین‌المللی پول، و مدرسه کندی هاروارد کار کرده است. او یکی از نویسندگان کتاب «این بار اوضاع فرق می‌کند: هشت قرن حماقت مالی» و «رشد در زمان بدهی» است.

موفقیت

او یکی از مدافعان اصلی ریاضت‌های مالی دولتی پس از بحران مالی ۲۰۰۸ بود. سال ۲۰۱۰ بود که کارمن راینارت اقتصاددان انگلیسی‌زبان به همراه همکارش مقاله‌ای علمی با عنوان «رشد در زمان بدهی» منتشر کردند. این مقاله حاصل مطالعه بر روی داده‌های اقتصادی ۴۴ کشور دنیا در بازه‌های ۲۰۰ ساله بود. مخالفان مقاله کنت روگف و کارمن راینارت معتقدند تحلیل این دو توجیه مخارج بسیار زیاد دولت و دیگر اقدامات ریاضتی در اقتصادهایی که با کشمکش روبه‌رو هستند را تأیید کرده است.

لئون والراس هزینه تولید



در تعادل مبادله کالا در برابر کالا، مسئله هزینه تولید مهم نیست، اما اگر مسئله تعادل به طور کلی و عمومی مدنظر باشد، موضوع هزینه تولید و کم و کیف آن نیز مطرح است. هزینه تولید ناشی از قیمت عوامل مختلف آن است که هر یک بازار خاصی دارند و روش تعیین آنها با قیمت یک کالا ساختار معمولی متفاوت است و مولود برخورد عرضه و تقاضا در بازار است.

زندگی‌نامه

والراس ۱۶ دسامبر سال ۱۸۳۴ در فرانسه به دنیا آمد. والراس پسر مدیر مدرسه فرانسوی آگوست والراس بود. پدرش یک اقتصاددان حرفه‌ای نبود، با این حال تفکر اقتصادی او تأثیر زیادی بر پسرش داشت. او قبل از روی آوردن به اقتصاد به عنوان مدیر بانک، روزنامه‌نگار، نویسنده رمان‌های عاشقانه و کارمند راه‌آهن کار می‌کرد.

موفقیت

این مرد فرانسوی در دانشگاه پاریس تحصیل کرد و استاد اقتصاد سیاسی در دانشگاه لوزان شد. او بنیانگذار مکتب ریاضی لوزان است، با استفاده از اصول ریاضی به تحلیل و تشریح مسائل اقتصادی پرداخت. او یکی از اولین چهره‌هایی بود که از سودمندی حاشیه‌ای استفاده کرد و اولین کسی شد که تعادل عمومی را در عناصر اقتصاد خالص به صورت ریاضی اجرا کرد. این امر باعث شد که او در تئوری تعادل عمومی گسترده‌تر، پیشگام باشد.



جیمز توبین چسبندگی دستمزدها

وقایع مالی در تقاضا برای دارایی‌های واقعی یعنی سرمایه‌گذاری‌ها و تقاضای مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارد. با توجه به انعطاف‌ناپذیری دستمزد در کوتاه مدت، تغییرات در تقاضا برای کالاها و بازار کار منجر به تحولات در اشتغال به جای تغییرات در سطح قیمت‌ها و نرخ تورم می‌شود. چسبندگی دستمزدها در عمل در کوتاه مدت باعث می‌شود تا خانوارها و بنگاه‌ها به سختی بتوانند برنامه‌هایشان را با اطلاعات جدید تعدیل کنند.

زندگی‌نامه

جیمز توبین در سال ۱۹۱۸ در شامپاین ایالات متحده متولد شد. پدر او در دانشگاه ایلینوی در اربانا-شامپین به عنوان خبرنگار کار می‌کرد و پس از آن در جنگ جهانی اول شرکت کرد. جیمز در سال ۱۹۳۵ به پیشنهاد پدرش به هاروارد رفت و فوق لیسانس خود را از این دانشگاه دریافت کرد.

موفقیت

با وقوع جنگ جهانی تحصیلات او به وقفه افتاد، اما در سال ۱۹۴۷ پایان‌نامه دکترای خود را با موضوع نظریه و آمار تابع مصرف تکمیل کرد. توبین پس از فارغ‌التحصیلی به تدریس و تحقیق در موسسات تحقیقی و دانشگاه‌های ایالات متحده پرداخت. او نظریه‌های درباره بازارهای مالی و رابطه آن با تصمیمات سرمایه‌گذاری، مصرف، تولید، اشتغال و قیمت‌ها ارائه داد که در این زمینه جایزه نوبل را از آن خود کرد.



اویگن بوم فون باورک انتظار درآمد بیشتر

بهره بدون توجه به اینکه سرمایه‌معلق به چه کسی باشد باید پرداخت شود. سه دلیل وجود دارد که چرا نرخ‌های بهره مثبت هستند. اول اینکه مطلوبیت حاشیه‌ای مردم در طول زمان کاهش می‌یابد چرا که آن‌ها انتظار درآمد بیشتری را در آینده دارند. دوم، به دلایل روان‌شناختی مطلوبیت حاشیه‌ای یک کالا با زمان کاهش پیدا می‌کند ولی سومین دلیل، اولویت فنی کالاها در زمان حال نسبت به زمان آینده است و از لحاظ فهم بسیار مجادله‌آمیزتر و سخت‌تر است.

زندگی‌نامه

اویگن بوم فون باورک در سال ۱۸۵۱ در اتریش زاده شد. او در دانشگاه وین حقوق خواند و در حین تحصیل در رشته حقوق کتاب اصول اقتصاد کارل منگر را خواند. پس از وین، در دانشگاه‌های هایدلبرگ، لایپزیگ و ینا، اقتصادسیاسی و علوم اجتماعی خواند.

موفقیت

او در سال ۱۸۹۵ وزیر دارایی اتریش شد. در سال ۱۹۰۴ وزارت را ترک گفت و تا زمان مرگش به سال ۱۹۱۴ در دانشگاه وین اقتصاد تدریس کرد. در سال‌های دهه ۱۸۸۰ بود که او نخستین بار، دو جلد از شاهکار سه جلدی اش، «سرمایه و بهره» را منتشر ساخت. نقد او به نظریات مارکس از مهم‌ترین دلایل شهرت و تأثیرگذاری او بر اقتصاد قرن بیستم است.



ایروینگ فیشر نرخ‌های بهره، حاصل برهم‌کنش دو نیرو

نرخ‌های بهره از برهم‌کنش دو نیرو نتیجه می‌شوند: «رجحان زمانی» سرمایه از دید افراد و اصل فرصت سرمایه‌گذاری، مبنی بر این‌که درآمدی که اکنون سرمایه‌گذاری می‌شود، درآمد بیشتری را در آینده به بار خواهد آورد. طول دوره، به خودی خود در بهره‌وری تأثیر ندارد. این جریان درآمدی از موجودی سرمایه‌ای که آن را به بار آورده، مجزا است؛ هرچند نرخ بهره این دو را به هم پیوند می‌دهد.

زندگی‌نامه

فیشر در ساجرتیس نیویورک در سال ۱۸۶۷ به دنیا آمد. پدرش یک معلم بود و پسر خود را با اندیشه اینکه او باید فرد مفید و مؤثری برای جامعه شود پرورش داد. در زمان کودکی و نوجوانی او از خود توانایی خارق‌العاده در ریاضیات بروز داد. او در سال ۱۸۸۸ به عنوان دانشجوی ممتاز از دانشگاه ییل فارغ‌التحصیل شد و برای دکتری اقدام کرد. در سال ۱۸۹۱ فیشر اولین دکترایش را در رشته اقتصاد از همان دانشگاه ییل دریافت کرد.

موفقیت

پایان‌نامه او در سال ۱۸۹۲ با عنوان تحقیقات ریاضی در زمینه تئوری ارزش و قیمت منتشر شد. البته کار فیشر بلافاصله به رسمیت شناخته شد و مورد توجه قرار گرفت. بعد از فارغ‌التحصیل شدن از دانشگاه او به پاریس و برلین سفر کرد و در آنجا به مطالعه و درس خواندن می‌پرداخت. از سال ۱۸۹۰ به بعد در دانشگاه ییل باقی ماند و ابتدا به عنوان استادی به فعالیت و درس دادن پرداخت و در سال ۱۸۹۸ به عنوان استاد تمام در اقتصاد سیاسی کارش را ادامه داد. او در سال ۱۹۱۸ به عنوان رئیس انجمن اقتصاد آمریکا منصوب شد.



لودویگ فن میزس واژگان معمول زبان سیاسی

واژگان معمول زبان سیاسی احقانه هستند. چپ چیست و راست چیست؟ چرا هیتلر باید راست باشد و استالین، دوست موقت او، چپ؟ چه کسی مرتجع است و چه کسی ترقی‌خواه؟ ارجاع در برابر یک سیاست نابخردانه محکوم نیست و پیشرفت به سوی آنتیوپ ستودنی نیست. هیچ چیز نباید تنها به خاطر آن‌که جدید است، رادیکال است یا مد روز است پذیرفته شود.

زندگی‌نامه

پدر فن میزس، آرتور فون میزس، مهندس راه‌آهن و کارمند دولت و مادرش، آدله فون میزس بود. او در سال ۱۸۸۱ در اتریش به دنیا آمد. از ابتدا علاقه خاصی به تاریخ و سیاست داشت. به همین خاطر پس از فارغ‌التحصیلی در سال ۱۹۰۰، در دپارتمان حقوق و علوم دولتی در دانشگاه وین شروع به تحصیل کرد. فون میزس در فوریه ۱۹۰۶ فارغ‌التحصیل شد. او کار خود را به عنوان کارمند دولت در اداره امور مالی اتریش آغاز کرد، اما بعد از چند ماه به دلیل بیزاری از سازمان‌های دولتی آن‌جا را ترک کرد.

موفقیت

فون میزس، در جنگ جهانی اول، به عنوان افسر توپخانه اتریش - مجارستان و همچنین به عنوان مشاور اقتصادی وزارت جنگ به خدمت مشغول بود. فون میزس در پاییز ۱۹۱۹، مشهورترین مقاله‌اش با عنوان «محاسبه اقتصادی در جامعه سوسیالیستی» را نوشت. میزس در اوایل دهه ۱۹۲۰، با موفقیت به مبارزه با تورم در اتریش پرداخت و توانست تأثیر مهمی بر اصطلاحات پولی و مالی سال ۱۹۲۲ بگذارد.

سیر ریچارد برانسون بی‌تجربگی دارایی است



- زیباترین چیز در یادگیری این است که کسی نمی‌تواند آن را از تو جدا کند.
- بی‌تجربگی یک دارایی است. آن را در آغوش بگیر.
- اگر برای تغییر منتظر فرد دیگر یا زمان دیگری هستی، تغییری به وجود نخواهد آمد. ما خود، کسی هستیم که منتظرش هستیم. ما خود، تغییری هستیم که به دنبالش می‌گردیم.

زندگی نامه

ریچارد برانسون در ۱۸ جولای سال ۱۹۵۰ در منطقه بلک‌هیت در جنوب شرقی لندن متولد شد. ریچارد در مدرسه ابتدایی اسکاتیکلیف و سپس در مدرسه کلیف و یو هاوز تحصیل کرد. او یک مجله دانش آموزی با نام Student را اداره می‌کرد که فروش نسبتاً خوبی در مدارس داشت.

موفقیت

پس از مدتی، شهرت مجله او به حدی شد که توانست با اشخاص سرشناس دهه ۱۹۶۰ مانند میک جگر و رونالد دیوید لینگ نیز مصاحبه کند. او تحت نام ویرجین به فروش آلبوم‌ها و قطعات موسیقی روی آورد. کسب و کار ویرجین از همان ابتدا رونق مناسبی داشت. او همچنین بعد از موفقیت شرکت ویرجین، در سال ۱۹۸۴ شرکت هواپیمایی Virgin Atlantic Airways را تأسیس کرد. ریچارد برانسون جوایز متعددی برای فعالیت در صنایع هوافضا و موسیقی دریافت کرده است.

توماس آلوا ادیسون استفاده از ایده



- اگر همه کارهایی که در آن توانا هستیم را انجام دهیم، خود را گیج می‌کنیم.
- تقریباً هر فردی که ایده‌ای را می‌سازد، آن را به نقطه‌ای می‌رسد که در آن غیرممکن به نظر می‌رسد، و سپس دلسرد می‌شود. این جایی نیست که دلسرد شویم.
- ارزش یک ایده در استفاده از آن نهفته است.

زندگی نامه

توماس ادیسون در ۱۱ فوریه سال ۱۸۴۷ در اوهایو متولد شد. توماس تنها چند ماه به مدرسه رفت و پس از آن، مادرش وظیفه آموزش او را بر عهده گرفت. ادیسون در کودکی به دلایل متعدد به کم‌شنوایی نیز مبتلا بود. توماس ادیسون در سال ۱۸۵۹ مدرسه را ترک کرد و به‌عنوان یک شاگرد در خط آهن بین دیترویت و پورت هوران مشغول به کار شد.

موفقیت

ادیسون ۶ سال در سیستم تلگرافی مناطق مختلف مشغول به کار بود. تلاش‌های ادیسون برای بهینه‌سازی تجهیزات تلگراف، سرانجام در سال ۱۸۶۰ میلادی نتیجه داد و او، یک تلگراف دوسیمه اختراع کرد. ادیسون یک کارآفرین مستقل بود که اختراعاتش را به شرکت‌های مختلف می‌فروخت. توماس ادیسون بیش از هزار اختراع دارد. وی همچنین برنده جوایزی همچون لژیون دونور شده است. از مهم‌ترین اختراعات توماس ادیسون می‌توان به لامپ الکتریکی، گرامافون، باتری، کینتوگراف فونوگراف و تلسکوپ اشاره کرد.

سرگی برین همه می‌خواهند موفق شوند



- بدبختی است که همه می‌خواهند موفق باشند، اما من می‌خواهم به این موضوع توجه کنم که ابتکارهای زیادی در زندگی داشته باشم که، قابل اعتماد و اخلاقی باشند و در نهایت یک تفاوت بزرگ در جهان ایجاد شود.
- ما فقط می‌خواهیم افراد خوب و پر استعداد با ما کار کنند.

زندگی نامه

سرگی برین ۴۴ ساله در تاریخ ۲۱ اگوست سال ۱۹۷۳ در مسکو به دنیا آمد. آن‌ها در زمان جنگ شوروی به دلیل وضعیت ناپسندآمیز کشورشان و آینده سرگی، خانوادگی به آمریکا مهاجرت کردند. سرگی برین در سال ۱۹۹۳ وارد دانشگاه استنفورد کالیفرنیا شد و در این زمان با لری پیج آشنا شد. سرگی برین نیز مانند لری پیج در تسلا موتورز سرمایه‌گذاری کرده است. در حال حاضر سرگی برین با همکاری لری پیج هردو مدیرعامل شرکت آلفابت‌اند که موسس گوگل به حساب می‌آیند. برین مدیرعامل آلفابت است و از طرف دیگر گوگل ایکس و شرکت‌های دیگری را زیر مجموعه خود دارد.

موفقیت‌ها

آن‌ها با هم یک مقاله پژوهشی تحت عنوان «آنا تومی یک موتور جست‌وجوی بسیار بزرگ‌بر» منتشر کردند. تحقیقات مشترک سرگی برین و لری پیج مورد استقبال شدید استادان استنفورد قرار گرفت و آن‌ها متوجه شدند که با توسعه الگوریتم، می‌توانند یک موتور جست‌وجوی واقعی فوق‌العاده بسازند. در سال ۲۰۱۰، آن‌ها خودرویی بدون سرنشین معرفی کردند که با بهره‌گیری از هوش مصنوعی با استفاده از دوربین‌های ویدئویی و سنسورهای ردیاب خود را کنترل می‌کرد. او در حال حاضر ۵۵٫۲ میلیارد دلار سرمایه دارد.

لری پیج هیجان صبح بلند شدن



- اگر کار مهمی می‌کنید، پس دارید دنیا را تغییر می‌دهید. شما از صبح بلند شدن هیجان‌زده‌اید.
- شما هرگز یک رویا را از دست نمی‌دهید. فقط تبدیل به سرگرمی می‌شود.
- برای توسعه ایده نیازی به داشتن یک شرکت ۱۰۰ نفره ندارید.
- همیشه بیشتر از حد انتظار تحویل دهید.

زندگی نامه

او در ۲۳ مارس سال ۱۹۷۳، در شهر ایست لنسینگ ایالت میشیگان آمریکا به دنیا آمد. یکی از دلایل علاقه به هوش مصنوعی لری شغل پدرش بود. خانه آنها همیشه پر از کامپیوتر و مجلات علمی بود. لری پیج لیسانس مهندسی کامپیوتر خود را از دانشگاه میشیگان و فوق لیسانس علوم کامپیوتر را از دانشگاه استنفورد گرفت و در دانشگاه استنفورد با شریک خود سرگی برین آشنا شد.

موفقیت

پیج و برین می‌خواستند راهی پیدا کنند تا وبسایت‌ها را به لحاظ اهمیت درجه‌بندی کنند. آنها نام اولیه این موتور جست‌وجو را BackRub گذاشتند و در سال ۱۹۹۶ آن را بر روی سرور وبسایت دانشگاه استنفورد راه‌اندازی کردند. آنها پس از جست‌وجوهای بسیار، با بررسی مجدد نام و نشانه ساخته خود، به نام گوگل رسیدند.



آریانا هافینگتون خودم بزرگترین قاضی‌ام

- من آموختم که هیچ کس اندازه خودمان به تحقیرها و شکست‌ها اهمیت نمی‌دهد. شاید من آن روز در آن برنامه تلویزیونی فکر کردم که کار من تمام است، اما دیگران به اندازه من به یک برنامه تلویزیونی آن قدر اهمیت نمی‌دادند.
- من عاشق همه کارهایم هستم. هرکدام از آنها چالش‌ها و ارزش خود را دارند، من سیزدهمین کتابم را تمام کردم و این موضوع زمانی اتفاق افتاد که با خودم گفتم دیگر کتاب نمی‌نویسم؛ چیزی در نوشتن کتاب هست که همیشه مرا به درون خود می‌کشد.

زندگی‌نامه

آریانا هافینگتون در سال ۱۹۵۰ در یونان به دنیا آمد. همچنین در سال ۱۹۸۶، او با مایکل هافینگتون، میلیونر نفتی آمریکا که بعدها نماینده مجلس ایالت کالیفرنیا شد، ازدواج کرد. آن‌ها بعد از ۱۱ سال طلاق گرفتند. آریانا که در زمان کمپین انتخاباتی شوهر خود شهرت پیدا کرده بود، در نهم ماه می سال ۲۰۰۵ هافینگتون پست کار را تاسیس کرد. او در سال ۲۰۱۱ این سایت را به AOL به قیمت ۳۰۰ میلیون دلار فروخت و شرکت استارت‌آپ با پلت فرم دیجیتال با موضوع سلامت راه‌اندازی کرد.

موفقیت‌ها

هافینگتون ۲۳ ساله بود که اولین کتابش با عنوان «زن مونت» را در مورد قوانین در حال تغییر در مورد زنان نوشت که به ۱۱ زبان ترجمه شد. همچنین در سال ۱۹۷۹ ترانه‌ای از ایرنه پاپاس منتشر شد که شعر آن از آریانا الهام گرفته بود. پس از آن که در سال ۱۹۸۰ از لندن به نیویورک نقل مکان کرد به نوشتن ادامه داد و پرفروش‌ترین کتاب خود را در سال ۱۹۸۱ با عنوان ماریا کالاس، که زندگی‌نامه ستاره اپرا ماریا کالاس بود، منتشر کرد. او ۱۳ کتاب تا به امروز منتشر کرده است.



متیو بولتون هدیه به تمام دنیا

- من آنچه را که تمام دنیا می‌خواهد فروخته ام: قدرت.
- ما با اختراعی که انجام دادیم توانستیم صنعت را متحول کنیم و به افراد آنچه نیاز دارند «قدرت» یا «نیرو» ببخشیم.

زندگی‌نامه

او در سال ۱۷۲۸ در انگلیس به دنیا آمد. متیو بولتون پیشگام در تولید بود. پدرش در بدو تولد او سازنده اسباب بازی بود. متیو به یک مدرسه محلی رفت و سپس ترک تحصیل کرد و به مشاغل پدرش پیوست. او مسئولیت تجارت اجداد خود را در سال ۱۷۵۷ به عهده گرفت. وقتی پدرش در گذشت، او به فلزات گران‌بها علاقه‌مند شد و تجارت اسباب بازی را پشت سر گذاشت.

موفقیت

در سال ۱۷۶۱ پس از استفاده از بیشتر ثروت خود، او ملک بزرگ‌تری را برای تجارت در حال رشد خود خریداری کرد. او که در نزدیکی بیرمنگام کارگاهی صنعتی داشت در ۱۷۷۵، با وات شریک شد تا موتورهایی برای تأمین نیروی ماشین‌های صنعتی بسازند. به طوری که بولتون به جیمز وات برای تکمیل ماشین بخار، کمک مالی کرد. در ۱۷۸۶، بولتون ماشین‌های ضرب سکه را با استفاده از نیروی بخار به کار انداخت و در ۱۷۹۰، این طرح را به ثبت رساند. او در سال ۱۸۰۹ از دنیا رفت.



پیتر جونز ترحم یا عشق؟

- تا زمانی که دیگر چیزی برای هدیه دادن نداریم، همه چیز را هدیه داده‌ایم. افسوس که ما ترحم داشتیم، نه عشق.
- برای موفقیت، ما نیاز به توسعه بیشتر در تجارت و ادغام بیشتر داریم.
- واقعیت این است که هر یک از افراد دارای استعداد کارآفرینی می‌توانند از نقطه متفاوتی کار خود را شروع کنند، اما همه آنها باید فرآیند تفکر درست برای ورود به عرصه کارآفرینی و در پیش گرفتن رفتاری شبیه به یک کلان‌ثروتمند را فرا بگیرند.

زندگی‌نامه

جونز ۱۸ مارس سال ۱۹۶۶ در انگلستان به دنیا آمد. در شانزده سالگی در آزمون سرمربی‌گری انجمن تنیس روی چمن انگلیس کسب موفقیت کرد و در هفده سالگی به تاسیس نخستین شرکت اختصاصی خود که در واقع یک آکادمی ورزش تنیس بود پرداخت. او در ۱۹ سالگی کسب‌وکار جدیدی را در زمینه تهیه و فروش کامپیوتر و خدمات مرتبط با آن راه‌اندازی کرد و زمانی که تنها ۳۵ سال داشت صاحب یک شرکت بزرگ تجاری با سرمایه ۲۰۰ میلیون پوند بود.

موفقیت

او تاجر معروفی است که علاقه به تلفن‌های همراه، تلویزیون، رسانه، اوقات فراغت، خرده‌فروشی و املاک دارد. آخرین سرمایه‌گذاری اصلی او در برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی بوده است. همچنین برنامه پرتعداد دیگری به نام غول ثروت را با هدف دل و جرات دادن به جوانان جوانی نام در کسب‌وکار و ایجاد انگیزه کارآفرینی در آنها در شبکه تلویزیونی ITV انگلیس بنیان نهاده و خود شخصاً اجرای برنامه را بر عهده دارد.



پنی استریتر از هر لحظه لذت ببرید

- هر لحظه از زندگی لذت ببرید. زیرا هر روز روزی متفاوت با چالش‌های جدید است.
- افراد موفق کسانی هستند که هرگز از تلاش دست نمی‌کشند.
- آن‌ها پیوسته و به روش‌های جدید می‌اندیشند تا سازمان خود را به سمت جلو هدایت کنند.

زندگی‌نامه

پنی استریتر در زیمبابوه در سال ۱۹۶۷ متولد شد و در سال ۱۹۷۹ این کشور را ترک کرد. تا سال ۱۹۸۳ در زوهانسبورگ تحصیل کرد. او پس از ترک مدرسه در ۱۵ سالگی از طریق طرح آموزش جوانان کار خود را در بخش استخدام آغاز کرد. در سال ۱۹۸۹ پنی استریتر یک کسب و کار استخدام راه‌اندازی کرد. این کار او با شکست همراه شد. همچنین طلاق گرفت، که با سه فرزند بی‌خانمان و بی‌پناه شد.

موفقیت

پس از چند سال کار در مشاغل استخدامی افراد دیگر، استریتر در سال ۱۹۹۵ دوباره با یک سرمایه‌گذاری جدید، که به عنوان سرگرمی مهمانی کودکان تأمین می‌شد، دوباره تلاش کرد. «۲۴ Hours Ambition»، یک آژانس کارمندان پرستاری، در سال ۱۹۹۶ راه‌اندازی شد. پس از رشد سریع، طی یک دهه، این شرکت خدمات خود را برای پوشش پزشکان محل سکونت، متخصصان بهداشت، مراقبان، مددکاران اجتماعی و معلمان / مدرسان گسترش داد.

بابک پرویز، مخترع و از مدیران آمازون سال‌های جذابی در پیش است



فکر می‌کنم در سال‌های آینده اهمیت علوم انسانی افزایش پیدا خواهد کرد. به ویژه بخش‌هایی از آن که با خلاقیت در ارتباط است. بخش‌هایی از علوم انسانی تحلیلی است و آنچه را خلق کرده‌اید مورد بررسی قرار می‌دهد. چه آن مخلوق یک رمان باشد، یا یک قطعه موسیقی، یا نمایش‌نامه یا نقاشی، بخشی از علوم انسانی همواره به دنبال نحوه تعامل اثر با انسان است. ترکیب فناوری و علوم انسانی در سال‌های آینده پدیده‌های جذاب خواهد بود.

زندگی

بابک پرویز که اکنون دهه پنجم زندگی پرپاراش را پشت سر می‌گذارد، در حوزه‌های مختلفی مانند مهندسی الکترونیک، فیزیک، شیمی، زیست‌شیمی، ادبیات انگلیسی، فناوری نانو، زیست فناوری، واقعیت افزوده و رایانه‌های پوشیدنی تحصیل و تحقیق کرده است. او در مقطع کارشناسی رشته‌های مهندسی الکترونیک و زبان و ادبیات انگلیسی به ترتیب از دانشگاه‌های شریف و واشنگتن فارغ‌التحصیل شد. در ادامه در مقطع کارشناسی ارشد رشته فیزیک دانشگاه میشیگان و مقطع کارشناسی ارشد و دکترای مهندسی الکترونیک دانشگاه میشیگان تحصیل کرد و فوق دکترای خود را در رشته شیمی و زیست‌شیمی از دانشگاه هاروارد کسب کرد.

موفقیت

اگرچه نام بابک پرویز از سال ۲۰۰۸ و پس از انتخاب او به عنوان مخترع برترین اختراع سال مجله تایم بر سر زبان‌ها افتاد، اما این دانش‌آموخته دانشگاه شریف، از سال ۲۰۱۳ و با خبر ساز شدن محصول آزمایشی جدید شرکت گوگل، اولین محصول الکترونیکی پوشیدنی به نام عینک گوگل، بیشتر از همیشه توسط رسانه‌ها و علاقه‌مندان به فناوری شناخته شد.

محمد موسوی، مدیرعامل کارخانه فیروز مسیر پرپیچ و خم زندگی



محمد موسوی، مدیرعامل کارخانه تولید لوازم آرایشی و بهداشتی فیروز معتقد است: «زندگی مسیر پرپیچ و خمی است، پر از موانعی که سد راه می‌شوند، بهانه‌هایی برای بازگو کردن خاطرات تلخ، شکست‌های زندگی؛ اما همین قصه‌ها با به وجود آمدن شرایطی، زمینه‌ساز موفقیت‌های بزرگ می‌شوند.»

زندگی

او در سال ۱۳۳۳ در خانواده‌ای مذهبی در قزوین به دنیا آمد و پسر پنجم خانواده بود. پدرش سید قوام، از معتمدین شهر بود و در خیابان عبیدزاکانی مغازه علافی (عمده‌فروشی خواروبار) داشت. مادرش هم خانه‌دار بود و در نه‌سالگی محمد در گذشت ولی کارهایی که برای او کرد در شکل‌گیری شخصیت و مسیر آینده‌اش بسیار چشم‌گیر بود. محمد موسوی در دهه ۳۰ که هنوز فلج اطفال در کشور مهار نشده بود، در دوسالگی دچار این بیماری و از دو پا فلج شد و مسیر کار و کارآفرینی را با این شرایط در جوانی پیش برد.

موفقیت

محمد موسوی در چهارمین دهه زندگی‌اش به دنبال موقعیتی بود تا به قول خود کار بزرگی انجام دهد و این اتفاق در نهایت در سال ۱۳۷۹ با حضورش در مزایده خرید کارخانه‌ای رخ داد که مسیر زندگی‌اش و حتی بسیاری از معلولان دیگر را تغییر داد: کارخانه تولید محصولات آرایشی و بهداشتی «فیروز» که توسط بنیاد مستضعفان بعد از پیروزی انقلاب مصادره شده بود و او در مزایده موفق شد آن را خریداری کند. موسوی با بازگشایی دوباره این مجموعه، فضایی را ایجاد کرد که ۷۰ درصد افرادی که مشغول به کار می‌شوند همچون خود او معلول باشند. این کارخانه بیش از ۱۱۰ نوع محصول تولید می‌کند.

علیرضا مروت‌پور، از بنیان‌گذاران کارخانه نان‌آوران سه اصل کلیدی کارآفرینی



علیرضا مروت‌پور معتقد است هر کارآفرین با پیش‌بینی روزهای سخت باید بتواند قدرت ریسک‌پذیری خود را بالا ببرد؛ او می‌گوید: «من در مسیر کسب‌وکار به سه اصل کلیدی باور داشتم به کار و هدف، صداقت و تلاش، ایمان دارم و معتقدم هیچ کاری بدون توجه به این اصول به نتیجه مطلوب نخواهد رسید.»

زندگی

علیرضا مروت‌پور سال ۱۳۳۲ در خیابان ری تهران به دنیا آمد. او در خانواده‌ای نسبتاً پرجمعیت و با چهار خواهر بزرگ شد. شغل خانوایی در خانواده آن‌ها بیش از یک قرن قدمت دارد و موروثی است؛ پدر علیرضا، عموها و پدربزرگش همه نانوا بودند. او دانش‌آموخته عمران است ولی در نهایت ترجیح داد کار خانوادگی را البته با روشی جدید پیش بگیرد.

موفقیت

علیرضا مروت‌پور در نیمه دهه ۷۰ مجوزهای لازم را برای ایجاد کارخانه تولید نان صنعتی دریافت کرد و در نهایت با ظرفیت تولید ۵ تن نان در روز، کارخانه نان‌آوران را در سال ۱۳۷۹ افتتاح کرد زمانی که این کارخانه آغاز به کار کرد هنوز نان به‌صورت بسته‌بندی چندان در ایران وجود نداشت و کارخانه نان‌آوران جزو اولین کارخانه‌هایی است که نان را در ایران بسته‌بندی کرد و به فروش رساند. کارخانه نان‌آوران فعالیت خود را با ۵ نفر شروع کرد و حالا ۱۲۰۰ نفر در این مجموعه کار و روزانه چند تن از انواع نان را تولید می‌کنند.

زهره جلیل ثانی، مدیرعامل شرکت چاپ مجلسی زنگ‌خبرها را باید شنید



زهره جلیل ثانی می‌گوید: «فکر می‌کنم زمانی که شرکت ما وارد بحران مالی شد زنگ خطری برای ما به صدا درآمد و نتیجه شنیدن این صدا، تغییر در روش مدیریت و تفکر جدید برای ماندن و ماندگاری و بیرون آمدن از مشکلات بود. بدین ترتیب تحول جدید و نگاه متفاوتی نسبت به کار و حرفه‌ای که می‌توان گفت از جایگاه خاصی در دنیای امروز برخوردار است، به وجود آمد.»

زندگی

زهره جلیل ثانی سال ۱۳۲۸ در شیراز متولد شد، پدرش فرد سرشناسی در شهرشان بود و نمایندگی فروش چرخ خیاطی سینگر را برعهده داشت ولی هم‌زمان با نوجوانی او با بحران مالی سختی روبه‌رو شد. کلاس هفتم بود که با خانواده به تهران آمدند و مدتی بعد در کارخانه تولید دارو مشغول به کار شد. او هم‌زمان با کار، تحصیل هم می‌کرد و در کلاس‌های متفرقه شرکت می‌کرد و امتحان می‌داد تا جایی که دیپلمش را در رشته بازرگانی کسب کرد.

موفقیت

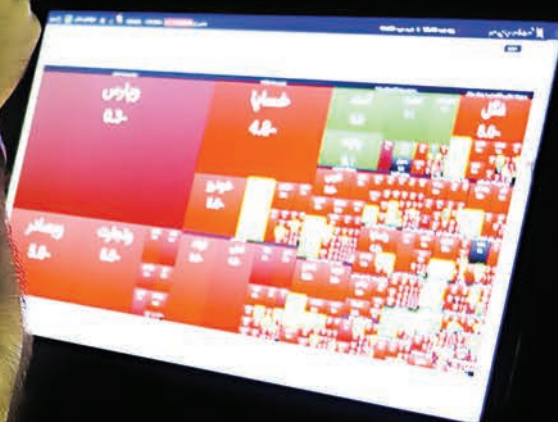
شرکت بازرگانی مجلسی نمایندگی بیش از ۵۰ نوع ماشین‌آلات مربوط به چاپ خصوصاً در زمینه پس از چاپ و بسته‌بندی را از کشورهای چین، انگلیس، هند و آلمان دارد. همچنین در کنار این تجارت، در سال ۱۳۸۴ زهره جلیل ثانی چاپخانه مجلسی را راه‌اندازی کرد که بیشتر کارهای مطبوعاتی (روزنامه‌های ورزشی و چند روزنامه صبح) چاپ می‌کند.

آینده ما

وضعیت بورس در سال ۹۹ چه نسبتی با اقتصاد ایران دارد؟

آینه ناتمام

بازار سرمایه ایران هیچ نشانه‌ای از وضعیت تولید ناخالص داخلی ایران ندارد. بورس تا اواخر مرداد با سرعت رکوردها را جابه‌جا کرد اما دوران اصلاح بازار و قرمز شدن شاخص‌ها نیز فرارسید تا نگرانی‌ها از مقصد بعدی نقدینگی افزایش یابد.



محمد عدلی

دبیر بخش آینده ما

پناهگاه لرزان

چرا بورس مسیر معکوس در پیش گرفت؟

شد تا پول‌ها روانه بازاری شود که دولت نیز در آن نقش کلیدی دارد و برای تامین بودجه خود به آن پناه آورده است. از یک طرف سرمایه‌گذارانی که برای حفظ ارزش پول خود در روزگاری که نرخ تورم برای ماه‌های متوالی بالای ۲۰ درصد، سیر می‌کند، وارد بازار سرمایه شدند تا سرمایه خود را به سوددهی برسانند، از سوی دیگر پای دولتی در میان است که برای تامین بودجه جاری و عمرانی خود بر روی همین سرمایه‌های داخلی حساب کرده است. در شرایطی که درآمدهای ارزی دولت تنزل یافته و درآمدهای مالیاتی نیز در شرایط رکود اقتصادی، ظرفیت رشد ندارد، تامین مالی از محل نقدینگی داخلی به هدف دولت تبدیل شد. دولت آن بند از بودجه را فعال کرد که در آن مجوز فروش دارایی و اوراق مالی را از مجلس گرفته بود. در سال‌های گذشته استفاده از این بند چندان ساده نبود به همین دلیل کمترین درجه موفقیت را در میان سایر ابزار درآمدی دولت به خود اختصاص می‌داد چراکه اوراق دولتی با نرخ سود ثابت در روزگاری که بازار ارز و طلا بازدهی‌های چندبرابری را به سرمایه‌گذاران هدیه می‌داد، چندان مشتری نداشت. فروش سهام دولتی نیز در بازار سرمایه طی سال‌های گذشته چندان موفقیت‌آمیز نبود. دولت موفق نمی‌شد آن میزانی که در قانون بودجه درخواست کرده در بازار عرضه کند چراکه این بازار هم کسش چندان برای افزایش عرضه نداشت. در سال جاری اما همه چیز با هم همراه شد تا دولت روی خوش به بورس نشان دهد. نیاز به تامین کسری بودجه مهم‌ترین عامل تمایل دوت به بورس

سال ۹۹ تازه آغاز شده بود که رنگ سبز شاخص‌های بازار سرمایه روی چشم سیاستمداران نقش بست. توجه دولت‌مردان به بازاری جلب شد که می‌توانست پناهگاه آن‌ها برای فرار از بحران کسری بودجه باشد. آن‌ها روزگار ناخوشایندی را پیش چشم خود می‌دیدند، در سالی که انتظار داشتند آثار تحریم از میان برود و اقتصاد بعد از دو سال رکود، به سوی بهبود شاخص‌ها حرکت کند، کرونا از راه رسید و معادلات را برهم زد. نشانه‌های تدارک رکود اقتصادی از همان آغاز سال نمایان شد. اقتصاد جهان نیز به سوی رکود گام برداشت و تقاضا برای خرید نفت به حداقل رسید. نفت ایران در این شرایط اندک مشتریان خود را نیز از دست داد و قیمت آن نیز به نازل‌ترین میزان خود طی سه سال گذشته رسید. هر چند دولت‌مردان چندان بر روی نفت برای تامین بودجه سال ۹۹ حساب باز نکرده بودند اما چشم‌اندازی برای تحقق بودجه در سایر بخش‌ها نیز وجود نداشت. در این شرایط چشم امید دولت به بازاری معطوف شد که چشمک‌هایی به رنگ سبز زده بود. پس از دو سال التهاب در بازارهای ارز، طلا، مسکن و خودرو، نوبت به بازار سرمایه رسیده بود که رنگ رونق را به خود ببیند و به پناهگاهی برای نقدینگی سرگردان و هراسان تبدیل شود. منافع دولت نیز با رشد شاخص‌های بورس گره خورد تا تب بازار سرمایه همه‌گیر شود. اپیدمی بورس در ایران از بیماری کرونا فراگیرتر شد تا تعداد سهامداران و میزان سرمایه ورودی به این بازار رشدی افسانه‌ای را تجربه کند. حمایت از بورس به کلام همه مسئولان دولتی الصاق

چرا باید خواند:

تا قبل از سال ۹۹

مفهوم بازار سرمایه

برای عموم ناشناخته

بود و تنها عده‌ای که

عنوان سهامداران

حرفه‌ای را یک

می‌کشیدند، با آن سر

و کار داشتند اما به

یکباره بورس مفهومی

عمومی پیدا کرده

است چراکه تعداد

سهامداران به ۴۸

میلیون نفر رسیده است.

تحولات بازار سهام در

این شرایط به اندازه

اکثریت جمعیت ایران

در برگیری دارد. سال

۹۹ سال ویژه‌ای برای

بازار سرمایه است که از

چند زاویه قابل ارزیابی

است.

دلایل اصلاح بازار در ماه‌های گذشته چیست؟

عدم تناسب شاخص‌ها با عملکرد شرکت‌ها

شد بازار با این شرایط بالا بیاید سیل نقدینگی بود که به سمت این بازار گسیل شد و سمت تقاضا را به شدت تحریک کرد. دلیل این موضوع نیز روشن بود؛ دولت به دلیل نیازهای مالی خود تصمیم گرفت مقداری از دارایی‌هایش را در بورس عرضه کند. تقریباً اولین بار بود که دولت و حاکمیت به بورس توجه کرده بودند. در گذشته هم سیاستمداران هنگام انتخابات سمت بورس می‌آمدند اما این بار ماجرا بسیار متفاوت بود. در واقع موضوع آزادسازی سهام عدالت و تبلیغاتی که در ابتدای سال انجام دادند موجب شد تا پول‌های مردم به سمت بازار سرمایه گسیل شود. این رشد چند برابری اتفاقی خاص بود و هیچ کدام از اهالی قدیمی بازار سرمایه و باتجربه‌ها چنین شرایطی را تجربه نکرده بودند. در همین

بورس در ماه‌های ابتدایی سال با حمایت و تبلیغات دولت رونق زیادی گرفت و شاخص طی چند ماه چند برابر شد که اتفاقی بی‌سابقه بود. دلایل این رشد برخاسته از خود بازار نبود گرچه که شرایط سال گذشته مانند افزایش قیمت دلار باعث شد مزیت رقابتی برای خیلی از شرکت‌ها فراهم شود و وضعیت بهتری پیدا کنند. در این زمان شرکت‌های صادر ات‌محور و شرکت‌هایی که قیمت محصولاتشان با نرخ ارز هم‌راستا بود شرایط خوبی را در صورت‌های مالی تجربه کردند که در صورت‌های مالی امسال و سال آینده‌شان هم می‌توان انتظار داشت که چنین اتفاقی رخ دهد اما میزانی که سطح عمومی قیمت‌ها در بازار بالا آمد خیلی تناسب دقیق و قابل ردیابی با وضعیت عملکرد شرکت‌ها نداشت. آنچه که باعث



امین رنجبر

کارشناس بازار سرمایه

ایدی بورس در ایران از بیماری کرونا فراگیرتر شد تا تعداد سهامداران و میزان سرمایه ورودی به این بازار رشدی افسانه‌ای را تجربه کند. حمایت از بورس به کلام همه مسئولان دولتی الصاق شد تا پول‌ها روانه بازاری شود که دولت نیز در آن نقش کلیدی دارد و برای تامین بودجه خود به آن پناه آورده است.

روند افزایش سرمایه و سهم تولید از آن	
سال منتهی به ۳۱ خرداد ۹۹	تغییر ارزش بر حسب میلیون ریال
افزایش سرمایه از محل مطالبات و آورده نقدی	۱۳۱.۴۱۱.۷۳۹
جمع کل افزایش سرمایه	۱.۰۸۱.۴۵۹.۰۶۶
عرضه اولیه	۱.۶۸۹.۰۶۷.۵۴۵
اوراق بدهی منتشره	۱.۰۰۰.۸۰۸.۲۰۵
خالص ورود نقدینگی حقیقی	۸۳۸.۸۷۳.۱۴۳
تغییر در ارزش کل بازار	۴۶.۲۴۳.۱۷۳.۸۱۸



۵۰۸

هزار واحد

شاخص کل بورس در
ابتدای سال ۹۹

بیشتر از خریداران و حمایت‌گران بود. با این حال فعالان بازار سرمایه کاهش شاخص را که از اواخر مرداد آغاز شد و در شهریور نیز ادامه یافت به عنوان اصلاح بازار تلقی می‌کنند و نام سقوط و ریزش را برای آن مناسب نمی‌دانند. بازار سرمایه از ۲۰ مرداد تا ۱۸ شهریور، یک ماه تلخ را برای صاحبان سهام طی کرد هرچند که همچنان با سقوط فاصله دارد. شاخص کل بورس از ۲ میلیون واحد به دامنه ۱,۵ میلیون واحد بازگشت اما حرفه‌ای‌ترها از روی تحلیل تکنیکال برآورد می‌کنند که تا شاخص به سطح ۱,۲ میلیون واحد نرسد، نمی‌توان نام آن را سقوط گذاشت و همچنان اصطلاح اصلاح بازار را برای آن مناسب می‌دانند. ■

۲,۳

درصد

سهم شرکت‌ها از
افزایش ارزش بازار
در یک سال منتهی به
پایان بهار ۹۹

و تلاش سازمان بورس و حقوقی‌های بازار هم ناکام ماند. این موضوع می‌تواند سیگنالی باشد مبنی بر اینکه کار از دست بزرگ‌های بازار خارج شده است. این موضوع موجب شده تا در دوان اصلاح، فشار فروش‌ها سنگین‌تر شود و می‌شود گفت یک هراس در بین سرمایه‌گذاران ایجاد شده مبنی بر اینکه بازار در حال دست رفتن است و به هر قیمتی باید سهامشان را به فروش برسانند.

البته وضعیت نزولی بازار هم مانند وضعیت عجیب و غریب صعودی پایدار نخواهد بود. سرمایه‌گذاران باید به این موضوع توجه کنند که این بازار، بلندمدت است. بسیاری از سرمایه‌گذاران این بازار را کسانی تشکیل می‌دهند که کمتر از ۶ ماه است کد بورسی گرفته‌اند و قاعدتاً سرمایه‌گذاری‌هایشان قدیمی و مدت‌دار نیست. این افراد باید بدانند که بورس بازار یک‌ماهه، دوماهه و شش‌ماهه نیست. آنها سهام شرکت‌هایی را می‌خرند و در آن شریک می‌شوند که مجموعه‌های بزرگی هستند که برای بازه‌های زمانی طولانی ایجاد شده‌اند بنابراین تصمیماتشان را باید با فعالیتی که در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند هم‌راستا کنند. اگر بدانند که چه سهمی را با چه هدفی خریدند خیلی در نوسانات نگران نخواهند بود. ■

بود به همین دلیل از بالاترین مقام دولت تا مدیران میانی، جملگی مردم را به سوی بورس تشویق کردند. ورود سرمایه‌های جدید، تقاضا را افزایش داد و قیمت سهام آنچنان با شتاب پیشروی کردند که مرزهای تحلیل‌های تکنیکال را پشت سر گذاشتند. هم‌زمان عرضه سهام شرکت‌های دولتی به بورس سرعت گرفت تا عمق بازار افزایش یابد و دولت نیز از آن منتفع شود.

سیاست‌های حمایتی دولت از بورس به قدری همه‌جانبه بود که در اردیبهشت سال جاری، سود بانکی نیز کاهش یافت تا انگیزه برای ورود سپرده‌های بانکی به بورس نیز افزایش یابد. همه این سیاست‌ها و حمایت‌ها در کنار عطش سهامداران جدید و قدیم به کسب سود موجب شد شاخص کل بورس از ۵۰۸ هزار واحد در ابتدای سال ۹۹ به دو میلیون واحد در نیمه مرداد ماه برسد. یعنی در ۵ ماه و نیم ابتدایی امسال میانگین بازدهی بورس به ۴۰۰ درصد رسید.

رشد سریع شاخص بورس، بازدهی‌های سنگینی به سهامداران هدیه کرد. حتی ناواردها هم از این بازار سودهای بزرگ کسب کردند اما در همان روزهای خوش نیز حرفه‌ای‌ها چندان خوشحال نبودند، آن‌ها می‌دانستند که بازاری که دست دولت در آن پرزور است و با تنفس حقوقی جان می‌گیرد، نمی‌تواند پایدار باشد. از اواخر مرداد ماه این ترس به شکل واقعیت درآمد. اصلاح بازار آغاز شد و حمایت‌ها نیز نتوانست موج سهامداری را که از ترس سوخت سرمایه به صف‌های فروش پیوسته بودند، کنترل کند. شروع اصلاح بازار از جایی شروع شد که برخی حقوقی‌ها به فروش سهام دست زدند و نقد کردن بخشی از سهام خود را به ادامه همه‌جانبه سهامداری ترجیح دادند. سهامداران خود این رفتار حقوقی‌ها را اینگونه ترجمه کردند که الان وقت فروش سهام و نقد کردن است چراکه بازار به قله رسیده است. در این شرایط موج فروش از راه رسید و جمعیتی که هیجانی وارد بازار شده بودند، به طور هیجانی به صف‌های فروش پیوستند. جمع کردن صف‌های فروش با حمایت دولت هم نتوانست کار ساز باشد و قدرت فروشنده‌ها

ماه‌ها مشکلات عجیب و غریبی که بیشتر زیرساختی بود را تجربه کردیم. مشکلاتی که هیچ کس برایش آماده نبود و تجربه‌ای در این خصوص نداشت. تعدد ابلاغیه و دستورالعمل‌ها از جانب سازمان بورس افزایش یافت و شرایط غافل‌گیرکننده بود. بازار به جایی رسید که رشد شاخص بالایی را تجربه کرد و از سویی اخبار متناقض از سمت دولت در خصوص دارا دوم (صندوق پالایش یکم) منتشر و بحث مخالفت وزیر نفت با عرضه پالایشگاه‌ها به صورت صندوق ETF مطرح شد که این موضوعات تردیدهایی را به بازار القا کرد. رشد بازار موجب شد به جمع سرمایه‌گذاران قدیمی که اواسط این راه، آن را نقد کرده بودند و کنار نشسته بودند افزوده شود. سودها خیلی زیاد بود و افراد شروع به حفظ سود کردند. شرکت‌های حقوقی هم که منافع زیادی را کسب کرده بودند ترجیح دادند بخشی از این منافع را حفظ کنند. این روند ذخیره سود و اخبار متناقض کم‌کم موجب شد تا فشار فروش به سمت عرضه در بازار تقویت شود.

به هر حال اصلاح در فرآیندهای صعودی همیشه طبیعی است و این روندها همیشه بوده اما طی دو مرحله سازمان بورس تلاش کرد از شرکت‌های حقوقی بخواهد با یک برنامه‌ای از بازار حمایت کنند و بتوانند روند اصلاحی را متعادل کنند. اما به دلایل متعددی این اتفاق نیفتاد

افزایش قابل توجه سهامداران و سهام‌اولی‌ها چه آثاری دارد؟

موج‌سواران هیجان‌زده

طی دو سال گذشته بورس از نظر بازدهی عقب‌تر از بازارهای ارز، مسکن، طلا و خودرو ایستاده بود به همین دلیل ورود به این بازار برای سرمایه‌های خرد و سرگردان منطقی نبود. از اواخر سال گذشته که بازارهای دیگر به آرامش نسبی رسیدند، تاخت و تاز بورس آغاز شد. همین نشانه کوچک کافی بود تا سرمایه‌ها از سایر بازارها به سوی این بازار روانه شود. ورود سریع سرمایه به این بازار تقاضا را افزایش داد و قیمت سهام رشد تصاعدی را تجربه کرد تا سبز شدن شاخص‌ها در این بازار، موجب ترغیب بیشتر افراد برای ورود به بورس شود. تشریفات آموزشی دیگر رنگ باخت و صفاها مقابل دفاتر پیشخوان دولت برای دریافت کد بورسی و احراز هویت طولانی‌تر شد. راه‌های احراز هویت آنلاین و ثبت نام‌های غیر حضوری نیز بلافاصله از سوی سازمان بورس و کارگزاری‌های فعال بورسی، گشایش یافت تا ورود به بورس ساده‌تر شود. تعداد سهامداران در فاصله زمانی چند ماه آنچنان رونق گرفت که تعداد کدهای بورسی از حدود ۹ میلیون در مرداد ۹۸ به بیش از ۴۸ میلیون در مرداد ۹۹ رسید البته آزادسازی سهام عدالت نیز به این آمار کمک فراوانی کرد. نیمی از دارندگان سهام عدالت گزینه اداره سهام از سوی خود را برگزیدند که به مفهوم اضافه شدن این افراد

بازار سرمایه تا قبل از سال ۹۹، محلی برای سرمایه‌گذاری افراد خاص بود. آن‌ها که اطلاعات عمیقی نسبت به عملکرد شرکت‌های بورسی و تحولات بازار سهام داشتند، در این بازار سرمایه‌گردانی می‌کردند. حقوقی‌ها نیز همیشه بازیگر اصلی این بازار بوده‌اند. در اقتصاد دولتی و شبه‌دولتی ایران که بسیاری از شرکت‌های بورسی به ویژه بزرگ‌ترهای بازار به دولت یا نهادهای عمومی غیردولتی وابستگی دارند، فعالیت در بازار سرمایه پیچیدگی‌های زیادی دارد که نمی‌توان با رویکردهای سراسری و ساده در آن به فعالیت پرداخت. از همین رو توصیه همیشگی این است که ورود به این بازر باید از مسیر آموزش بگذرد. سامانه‌هایی وجود دارد که می‌توان با پول مجازی در آن به معامله روزانه در بورس پرداخت. این فعالیت با اطلاعات واقعی بازار انجام می‌شود اما سود و زیانی در کار نیست و اثری بر بازار ندارد. این سامانه‌ها طراحی شده است تا افراد بعد از طی کردن دوره آموزش‌های بورسی، تجربه معاملات آنلاین و سود و زیان را از سر بگذرانند و بعد وارد معاملات واقعی شوند. همه مسیرهای منطقی برای ورود به بورس در سال جاری رنگ باخت. از اواخر سال گذشته نشانه‌های سوددهی فزاینده نرخ تورم در بازار سرمایه خودنمایی کرد.

۱۴۵۶۵

نفر
میانگین روزانه
ثبت‌نام
در سامانه سهام
در ۳ ماه نخست
سال ۹۸

افزایش قابل توجه سهامداران، چه شرایطی را برای بازار سرمایه رقم زده است؟

وقتی تحلیل‌ها رنگ می‌بازند

بازار را بهبود می‌بخشد. این موضوع در یک سال گذشته تحریک‌کننده بود تا بورس را به عنوان یک موقعیت استثنایی جلوه دهد. رشد عجیب نقدینگی دست مردم هم یکی از موضوعات مهم بود و روزی ۱۰۰۰ تا ۱۱۰۰ میلیارد تومان تولید نقدینگی جدید داشتیم که باید در محلی سرمایه‌گذاری می‌شد.

از طرفی رشد قیمت در بازار سرمایه اثرپذیری اجتماعی خیلی کمتری نسبت به رشد قیمت در بازارهای موازی مانند مسکن و ارز دارد. اگر قیمت دلار ۲۰ تا ۳۰ درصد رشد کند کل ۸۰ میلیون جمعیت کشور از آن متاثر می‌شوند و قیمت‌ها جابه‌جا می‌شود و اثر مخرب دارد. اما رشد ۳۰ تا ۱۰۰ درصد در بازار سرمایه کسی را دچار مشکل نمی‌کند. همچنین محدودیت‌هایی که بانک مرکزی برای خرید و فروش دلار گذاشته بود، موجب شد تا خرید دلار محدود شود و ورود نقدینگی به بازار ارز برای پول‌های درشت غیرممکن شود.

همه این عوامل در کنار این موضوع که دولت مشکل کسری بودجه

سال ۹۹ یک سال استثنایی در تاریخ بورس بود تا جایی که تحولات بازار را به قیل و بعد از این سال تقسیم‌بندی کرد. در گذشته افراد فعال در بازار محدود و شناخته‌شده بودند و مصطلح بود که می‌گفتند بازار سرمایه بازار کوچکی است. شدت گرفتن تحریم‌ها در سال گذشته، محدودتر شدن ارتباطات تجاری ایران با سایر کشورها، عرضه کمتر اجناس و مایحتاج مردمی و کاهش واردات موجب شد تا انتظارات تورمی مردم بالاتر رود و ذهن‌ها آماده پذیرش بحران شود. در یک سال گذشته کم شدن مرادفات تجاری و محدودیت‌های تحریمی ورود ارز به کشور را مختل کرد. زمانی که طرف عرضه به مشکل بر می‌خورد و طرف تقاضا سر جای خود می‌ماند، باعث کشش رو به بالای قیمت‌ها می‌شود. با افزایش قیمت دلار مردم به این سمت حرکت کردند که نقدینگی‌شان را تبدیل به دارایی کنند که یکی از بهترین محل‌ها برای این کار بورس و خرید سهام شرکت‌ها بود. در تحلیل وضعیت شرکت‌ها و تحلیل EPS آن‌ها، قیمت بیشتر دلار، برابر با سود ریالی بالاتر شرکت‌هاست و این موضوع کلیت

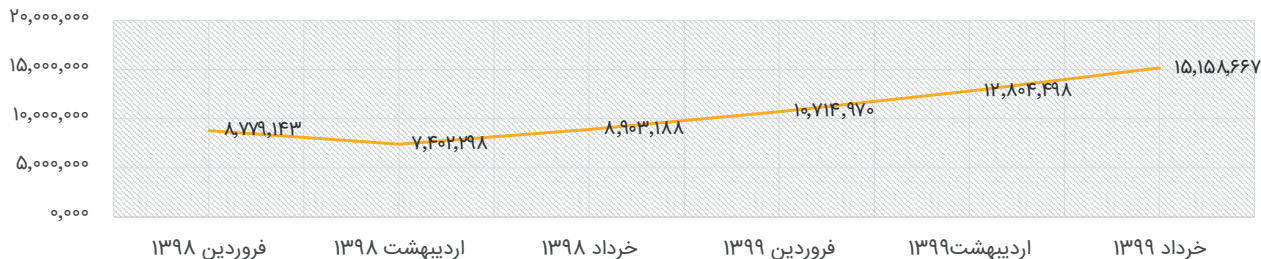


احسان حاجی‌علی‌اکبر

کارشناس بازار سرمایه

تعداد سهامداران در فاصله زمانی چند ماه آنچنان رونق گرفت که تعداد کدهای بورسی از حدود ۹ میلیون در مرداد ۹۸ به بیش از ۴۸ میلیون در مرداد ۹۹ رسید البته آزادسازی سهام عدالت نیز به این آمار کمک فراوانی کرد.

افزایش بی سابقه تعداد افراد فعال در بازار سرمایه: تعداد کل کدهای فعال



هشدار داده‌اند، پرنگ‌تر شده است و آن ایجاد موج‌های هیجانی در بازاری است به حقوقی‌ها در یک سوی آن به رفتار غیرواقعی بازار دامن می‌زنند و در سوی دیگر هیجانات ناشی از عملکرد غیرحرفه‌ای‌ها می‌تواند مانع از شکل‌گیری مسیرهای منطقی در عملکرد بازار سهام شود. طی ماه‌های گذشته که جو حاکم در بازار سرمایه، خرید سهام و رشد قیمت‌ها بوده است، همه افراد حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای موفق به کسب سود قابل توجهی شده‌اند. همین موضوع موجب شده تا بسیاری از سهامداران جدید فقط روی خوش بازار را به خود ببینند. با ورود به روزهای پایانی مردادماه که بازار وارد دوره اصلاح شد، روی دیگری از آن به نسل جدید سهامداران معرفی شد تا مشخص شود که شناخت از بازار چه اهمیتی در مدیریت پرتفوی دارد. عملکرد هیجانی افراد جدیدالورود به بورس، موج‌های سنگینی را ایجاد کرده که مقابله با آن حتی برای دولتی‌ها و حقوقی‌ها که در چند نوبت قصد حمایت از بازار را داشتند، دشوار شده است. ■

به فعالان بازار سرمایه و دارندگان کد بورسی است. بزرگ‌ترین کارگزاری ایران که بیشترین مشتری را در میان دارندگان کد بورسی دارد، در بهمن سال گذشته ۷۰۰ هزار مشتری داشته است اما در شهریور سال ۹۹ تعداد مشتریان این کارگزاری به ۷ میلیون نفر رسیده است. رشد تعداد سهامداران با افزایش سرمایه‌گذاری همراه شد و آمارهای کیفی بورس را نیز به مانند آمارهای کمی تکان داد. گزارش سازمان بورس و اوراق بهادار نشان می‌دهد که مجموع ارزش معاملات بورس‌ها در دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۳۱ تیرماه سال ۱۳۹۸ معادل ۴۹۷ هزار میلیارد تومان بوده که در دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۳۱ تیرماه سال ۱۳۹۹ به ۲۲۶۴ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. طبق این آمارها، تعداد سهامداران حدود ۵ برابر شده است و ارزش معاملات نیز بیش از ۴ برابر رشد یافته است. ورود این تعداد سهامدار به بورس در فاصله زمانی کوتاه، بی‌سابقه بوده است. دولت از ورود همگانی به بورس استقبال کرده است اما خطری که حرفه‌ای‌ها در این ایام نسبت به آن

۴۰۰
درصد
بازدهی بورس در ۵ ماه
و نیم ابتدایی سال ۹۹

به این فکر افتادند که باید جلوی این مسیر را گرفت بنابراین قوانین و مقررات را محدودتر کردند. اعتبار خرید کارگزاری‌ها را کم کردند؛ همچنین مجوزی که صندوق‌های با درآمد ثابت برای سرمایه‌گذاری را پایین تر آوردند. احساس خطر کردند که این سیل ممکن است مشکل‌ساز شود و شاید تبعات اجتماعی داشته باشد. چند تصمیم منفی و تمایل به ترمز کشیدن بازار موجب شد، فروش از روی ترس شروع شود و مردم به هر قیمتی پولشان را خارج کنند. در این شرایط به نظر می‌آید بخش عمده اصلاح یا ریزش‌ها انجام شده اما هنوز به اتمام نرسیده است. با فشار و فروش‌هایی که وجود دارد نمی‌توان قطعی در مورد کف بازار صحبت کرد. از لحاظ تحلیل تکنیکال، شاخص یا حمایت یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحدی، هستند که می‌توانند از لحاظ روانی ارزندگی را برای معامله‌گران بازار ایجاد کنند. بازار مدتی به صورت نوسانی عمل می‌کند و به تعال می‌رسد و راه خود را پیدا می‌کند. در مجموع ما بعد از همه این اتفاق‌ها اکنون بازاری را با تعداد افراد بیشتری داریم که بسیاری از آنها با ماهیت بازار آشنا شده‌اند. این رشد‌ها و افت‌ها موجب شد تا بازار سرمایه موضوع روزمره مردم شده و از این به بعد بورس یک بحث مغفول عجیب، ناشناخته و مهجور نیست؛ با این شرایط می‌تون گفت بازار نسبت به سال گذشته بسیار عمیق‌تر شده است. سرمایه‌گذاری از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری و قراردادهای سبدگردانی می‌تواند هیجانات بازار را کم کند و اقدام از این روش‌های غیر مستقیم می‌تواند برای سهام‌اولی‌هایی که فرصت و شناخت کافی ندارند بهترین انتخاب باشد. ■

درد و باید به نوعی این کسری بودجه‌ها را جبران و نقدینگی را مهار می‌کرد، موجب شد تا بهترین و جذاب‌ترین گزینه را پرنگ کند که همان بازار سرمایه بود. نقدینگی که برای تبدیل به مسکن و خودرو کافی نبود، می‌توانست در بازار سرمایه تبدیل به دارایی شود. این اتفاق افتاد که نسبت فعالان بازار به شدت متفاوت شد یعنی اگر در دو سال قبل بخش عمده معاملات روزانه توسط شرکت‌های حقوقی و اشخاص حقیقی بزرگ انجام می‌شد و ۶۰ تا ۷۰ درصد گردش معاملات را این فعالان انجام می‌دادند، این نسبت در یک سال گذشته شروع به تغییر کرد و از ۳ میلیون کد سهامداری فعال از دو سال گذشته به مرز ۱۰ میلیون کد بورسی رسید. از طرف دیگر دولت موضوع سهام عدالت را مطرح کرد و عمدتاً ۵۰ میلیون سهام‌دار عدالت هم درگیر بازی شدند. بخش عمده بازار را افراد حقیقی که در مرحله آشنایی با بازار سرمایه بودند، تشکیل دادند. زمانی که وزنه فعالان تأثیرگذارتر و باتجربه‌تر سبک‌تر شد و جای خود را به افراد حقیقی نابلد و غیر حرفه‌ای داد، عملاً تحلیل رنگ خود را از دست داد. چون نقدینگی به بازار هجوم آورد و بارها بسیاری از فعالان حرفه‌ای با وجود تحلیلی که داشتند، از رشد شاخص‌ها جا ماندند. در یک سال گذشته مدل بازی عوض شد و مدل بر اساس تحلیل سهم و تحلیل تکنیکال و بنیادی نبود، در این شرایط فقط تحلیل نقدینگی بود که می‌توانست جواب دهد. در ادامه کنترل کردن چنین سیل نقدینگی کار راحتی نبود و بعد از شاخص یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد، دولتمردان

۲,۰۳
میلیون واحد
شاخص کل بورس در
نیمه مرداد ۹۹

بررسی نقش دولت و کارگزاری‌ها در رفتار بازار سرمایه و روند اصلاح شاخص

سایه سنگین آن‌ها

مانده آمینی

خبرنگار بخش آینده ما

فرش قرمز دولت برای دعوت از مردم در بازار سرمایه، کم‌کم زرق و برق خود را از دست داد. در حالی که مسئولان، رسانه‌ها و حتی کارشناسان مدام از سرمایه‌داران خرد درخواست می‌کردند نقدینگی خود را به بازار سرمایه بیاورند، جذابیت‌های این بازار در اواخر تابستان سال جاری به تمامی از بین رفت و سهامداران خرد و تازه‌نفسی در مرداد و شهریور متحمل ضررهای هنگفتی شدند؛ به خصوص آن‌ها که خود مستقیماً به میدان بورس آمده بودند. هیجان‌ها و ترس‌های تازه‌واردان فشار صف‌های فروش را چندین برابر کرد و دومینوی اصلاح شاخص و فروش سهم‌اولی‌ها اما در تداوم قرمزنشینی شاخص تاثیر بسیاری گذاشت تا جایی که سیاست‌گذاران و دولتی‌ها در صدد حمایت از بورس برآمدند. سخنگوی دولت علی ربیعی بارها و بارها از پشت تریبون‌هایی که در اختیار داشته گفته است که دولت در بازار سرمایه دخالت نمی‌کند و صرفاً قصد حمایت دارد. اما منظور از حمایت بدون دخالت چیست؟ دولت چقدر و چطور می‌تواند مانع اصلاح قیمت‌ها در بازار سرمایه شود؟ کارشناسان اقتصادی بر این باورند که شفاف‌سازی، پرهیز از دستکاری شاخص، تزریق آرامش به بازار و تمیز دادن مرز حمایت از دخالت، می‌تواند از مهم‌ترین محورهای سیاستی دولت در قبال بورس باشد. بورسی که این روزها نگاه خیلی‌ها به تغییرات شاخص کل آن دوخته شده است. کارگزاری‌ها هم البته یک سوی پر قدرت این ماجرا هستند. آن‌ها به عنوان نمایندگان سهامداران می‌توانند با ابزارهای مختلفی شرایط سرمایه‌گذاری را جذاب‌تر کنند، صف‌های فروش را جمع کنند و با ارائه صندوق‌های کارآمد و مختلف مردم را به حضور غیر مستقیم در بازار تشویق کنند. به خصوص که از اول مهرماه سقف اعتباردهی در کارگزاری‌ها دوباره تا ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است.

دولتی‌ها در این ایام چه کردند؟

سایه دولت بر روی بازار سرمایه در این روزها بیش از هر زمان دیگری سنگینی می‌کند. در اواخر مرداد و اوایل شهریور، سازمان بورس تهران با مدیران ارشد حقوقی‌ها جلسات متعددی گذاشته است. علی صحرایی، مدیر عامل بورس تهران در پایان چهارمین جلسه با مدیران ارشد حقوقی گفته است: حمایت از سهامداران در این جلسات در اولویت است و قرار نیست از چند نماد خاص صرفاً حمایت به عمل آید و نمادها و شرکت‌های دیگری هم قرار است طی روزهای آتی مورد حمایت قرار گیرند. او در پایان یکی از این جلسات ادعا کرده است که مشکل فعلی نقدشوندگی بازار است و علت اصلی برگزاری این جلسات حل مشکل است و این خبر خوش را به سهامداران می‌دهیم که طی روزهای آینده سایر صنایع که تاکنون مورد حمایت قرار نگرفته‌اند در دستور کار بورس خواهد بود. ارائه صندوق‌های ETF یکی دیگر از اقدامات حمایتی دولت از بورس بود. دولت سهام‌های دو صندوق ابتدایی ارائه شده را با تخفیف ۲۰ درصدی به سهامداران فروخت و صندوق اول با نام دارا دوم هم کارنامه خوبی از خود بر جای گذاشت. البته عرضه صندوق دوم با نام پالایش چندان نتوانست تاثیر مثبتی روی بازار بگذارد و البته تا لحظه تنظیم این گزارش هم استقبال قابل توجهی از آن نشده است. همچنین سازمان برنامه و بودجه مکلف شده است که ماهانه ۵ درصد از تخصیص بودجه دستگاه‌هایی را که متناسب با گزارش سازمان بورس اوراق بهادار نسبت به افزایش سهم شناور آزاد شرکت‌های مربوطشان اقدام نکرده اند، کاهش دهد. ربیعی گفته است بنا داریم تا با کوچک کردن خود (دولت) سهم بیشتری از طریق بورس به مشارکت مردم در اقتصاد کشور بدهیم. از سوی دیگر هیئت وزیران مصوبه

دولت چه نقشی در مدیریت بازار سرمایه و افزایش نوسانات بورس دارد؟

از انتشار اخبار ضد و نقیض جلوگیری شود

آن‌ها اثر گذار باشد. در واقع سیاست‌گذاری‌های پولی و مالی می‌تواند نقدینگی کشور را با جذابیت‌هایی که در فرصت‌های سرمایه‌گذاری‌های مختلف ایجاد می‌کند به سمت بازارهای سرمایه‌های مانند بانک‌ها، انواع اوراق مشارکت، صکوک و بورس یا سایر فرصت‌های سرمایه‌پذیر هدایت کند. دولت با مدیریت کردن و ایجاد آرامش در بازارها و دادن چشم‌اندازهای روشن از فضای اقتصادی است که می‌تواند روی هر کدام از این بازارها موثر باشد و این اطمینان را ایجاد کند که سرمایه‌گذاری در مورد هر کدام از این فرصت‌های سرمایه‌پذیر تا چه اندازه می‌تواند درست‌تر، بلندمدت‌تر و آگاهانه‌تر باشد تا سرمایه‌گذاران با اطمینان بیشتری بتوانند نسبت به سرمایه‌گذاری خود اقدام کنند و منابع بیشتری به آن تخصیص دهند. زمانی که شرایط مبهم و متغیر باشد و شرایط سیاسی و

نقش دولت این روزها پررنگ‌تر به نظر می‌رسد. در مدتی که بورس رشد منفی را تجربه کرده و سرمایه‌گذاران با احتیاط بیشتری نسبت به قبل در حال سرمایه‌گذاری در بازار هستند و حالتی از ترس و اضطراب را برای حفظ ارزش فعلی سرمایه‌های خود دارند، شاید بیشتر باید نقش دولت به عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار در روند صعودی یا نزولی بازار را مورد ارزیابی قرار داد. چرا که سیاست‌گذاری‌های دولت، اظهار نظرها و مواضعی که در شرایط حساس کنونی دارد، می‌تواند هم موجب ایجاد فضای التهابی و یا ایجاد آرامش نسبی در بازار بورس شود. در واقع هر گونه سیاست مربوط به تعرفه گذاری، اعمال قوانین و مقررات در سطح حاکمیت و دولت می‌تواند بر صادرات و واردات و بهای تمام شده آنها، نرخ فروش محصولات شرکت و در نهایت سود عایدی

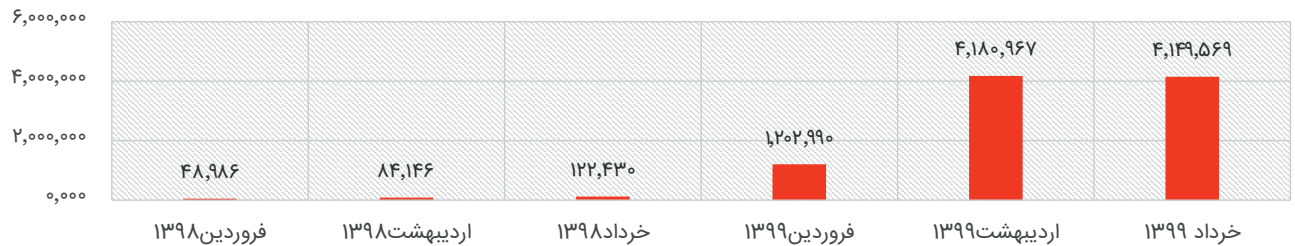


احسان رضایور

کارشناس بورس

صندوق‌های سرمایه‌گذاری کارگزاری‌ها یکی از ارکان مهم بازار سرمایه‌اند. سببگردانان کارگزاری‌های مختلف می‌توانند با عرضه‌های ناگهانی یا با جمع کردن صف فروش یک سهم، قیمت یک سهم را جابه‌جا کنند. این واسطه‌های مردم و بورس همچنین می‌توانند با ارائه ابزار تشویقی مثل اعتباردهی، در ایام رکود بازار را رونق بخشند و با حذف ناگهانی این ابزار به بازار رکود ناگهانی تزریق کنند.

افزایش بی‌سابقه تعداد افراد فعال در بازار سرمایه: تعداد نفرات ثبت نام شده در سامانه سجام



جای خود را به نظارت و حمایت قانونی از بازار سرمایه بدهد. آن‌ها راه کنونی را راه ترکستان می‌دانند. عده‌ای دیگر هم معتقدند که دولت با برخی نمادها در بازار سرمایه شاخص‌سازی می‌کند تا روند اصلاح را کند و بازار را به ضرب و زور متعادل کند که نتیجه این اقدام احتمالا یک ریزش تاریخی دیگر خواهد بود. مثلا سعید راسخی اقتصاددان بر این باور است که ورود دولت به بورس موجب بر هم زدن تحلیل‌های تکنیکال و بنیادی شده است.

حمایت کارگزاری‌ها به عنوان سهامدار عمده

صندوق‌های سرمایه‌گذاری کارگزاری‌ها یکی از ارکان مهم بازار سرمایه‌اند. سببگردانان کارگزاری‌های مختلف می‌توانند با عرضه‌های ناگهانی یا با جمع کردن صف فروش یک سهم، قیمت یک سهم را جابه‌جا کنند. این واسطه‌های مردم و بورس همچنین می‌توانند با ارائه ابزار تشویقی مثل اعتباردهی، در ایام رکود بازار را رونق بخشند و با حذف ناگهانی این ابزار به بازار رکود ناگهانی تزریق کنند. این روزها یکی از ابزار دخالت دولت در بازار سرمایه کارگزاری‌ها شده‌اند. محصول جلسات سازمان بورس با این سهامداران عمده عموماً یک نتیجه دارد: حقوقی‌ها به حمایت از بازار و متعادل سازی عرضه و تقاضا کمک کنند. نقش سه کارگزاری بزرگ کشور در این میان از بقیه کارگزاری‌ها پررنگ‌تر است. ■

دیگری هم در راستای تقویت و مدیریت عرضه سهام شرکت‌ها در بازار سرمایه و تامین مالی داشته است. در این راستا دولت لایحه افزایش سرمایه شرکت‌های بورسی را با قید دو فوریت تصویب کرد تا به مجلس ارسال شود. یکی دیگر از اقدام‌های اخیر و پرسر و صدای دولت، ورود منابع صندوق توسعه ملی به بازار سرمایه است. علی ربیعی در هجدهم شهریورماه اعلام کرد که یک درصد از دارایی صندوق توسعه ملی در جهت پایداری بازار بورس قرار می‌گیرد تا فشار فروش سهامداران خرد را کاهش دهد. اقدامی که خود محل پرسش و انتقاد بسیاری از فعالان بخش خصوصی مانند رئیس اتاق ایران و چین، مجیدرضا حریری قرار گرفته است.

به ترکستان می‌رویم

دولت از واژه حمایت استفاده می‌کند و منتقدان معتقدند نمی‌شود به خاطر تامین کسری بودجه در بازار دخالت کرد. اقتصاددان‌های بسیاری هم بر این باورند که دخالت‌های کنونی دولت در بازار سرمایه عاقبت خوشی ندارد. آن‌ها بر این باورند که دخالت دولت (در جهت تبلیغ نماد خاص، حمایت از نمادهای خاص، سیاست‌های کوتاه مدت و ضد حمایتی)، ناهماهنگی‌های ارکان دولتی و تصمیم‌گیری‌های مقطعی و حساب نشده، مبتنی بر آزمون و خطا، عجولانه و متغیر (همچون دوزمانه کردن بازار که تصمیم اشتباهی بود و البته به سرعت اصلاح شد) باید به حداقل برسد و

می‌گذارد. بنابراین مراقبت از این بازارها و اطمینان بخشی و چشم‌انداز دادن‌های شفاف از همه اینها می‌تواند در ثبات و پایداری شان در میان مدت و بلند مدت تاثیر جدی داشته باشد و این بدان معنی است که نقش دولت در نوسانات بازار بسیار مهم است. اقداماتی که دولت انجام می‌دهد یا می‌تواند انجام دهد لزوماً ماهیت عملیاتی ندارد و می‌تواند از جنس توصیه‌های یا گفتاری درماني باشد که البته اگر همراه با یک سری اقدامات عملیاتی نباشد طبیعتاً در کاهش اعتماد عمومی به اظهار نظرهای مسئولان تاثیر گذار است. کاهش این اعتماد جوانب مختلف سیاسی و اجتماعی هم ممکن است پیدا کند. دعوت عمومی به بازار که در چند ماه اخیر اتفاق افتاد که موجب جلب توجه آخرین طیف سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز به بازار سرمایه شد به واسطه موضع‌گیری‌های حمایت‌گرایانه‌ای بود که از سوی مقامات دیده می‌شد. اما ورود بدون تجربه و مستقیم، این افراد را در کوتاه‌مدت دچار ضرر و زیان کرد و حمایت‌هایی مورد انتظار و وعده داده شده نخواست ارزش پول آنها را حفظ کند تا خاطره خوبی از این سرمایه‌گذاری برایشان به جا بماند. بنابراین دولت و سیاست‌گذاران اقتصادی باید سعی کنند با انتشار اخبار و سیاست‌های ضد و نقیض و با موضع‌گیری‌ها و تصمیمات غیر مقطعی و با پشتوانه ضعیف‌تر به التهابات موجود دامن نزنند تا وضعیت پایدارتری در بازار به وجود آید. ■

اقتصادی دائم دستخوش تغییرات شود طبیعی است که رویکرد سرمایه‌گذاران بسیار کوتاه‌مدت می‌شود و حرکت و جریانات نقدینگی بین بازارها ماهیت سفته‌بازانه و نوسان‌گیرانه می‌شود. با این رویه همانطور که می‌بینید که در مدت اخیر هم شاهد روند نزولی بازار سرمایه بودیم. در چنین شرایطی نقدینگی نمی‌تواند در بازاری مدت بلند حضور داشته باشد تا در آنجا سرمایه‌گذاری مولد ایجاد کند و قدرت برنامه‌ریزی بلند مدت به آن سرمایه‌پذیر بدهد؛ به ویژه در بازار سرمایه و به ویژه بخش تولید. چون تولید روزمره تر هم با مسئله نرخ گذاری و تعرفه‌های تمام شده و افزایش و کاهش‌های این چنینی مواجه است و به جز سیاست‌های داخلی از اتفاقات بیرونی مثل قیمت‌های جهانی، نرخ ارز در مقیاس بین‌المللی تاثیر می‌پذیرد. اگر سرمایه‌گذار نگاه کوتاه مدت داشته باشد عملاً به ریسک پرخطر ورود پیدا نمی‌کند چون ورود به بخش تولید دوره زمانی بلندمدت‌تری هم برای بازگشت سرمایه نیاز دارد و از طرفی نقدشوندگی کمتری هم برای سرمایه‌گذاران دارد. این موضوع می‌تواند وضعیت تولید ناخالص ملی را در بلند مدت تحت تاثیر منفی خود قرار دارد. در ادامه می‌تواند در وضعیت سهام شرکت‌ها نیز تاثیر گذار باشد و آنها را هم دست‌خوش تغییرات و نوسانات هیجانی کند. بازارهای مالی بسیار حساس هستند و به پیشواز اتفاقات می‌روند؛ تا جایی که حتی پیشگویی مسائل سیاسی و اجتماعی هم روی این بازارها تاثیر



درصد

افزایش ثبت نام در سامانه سجام در بهار امسال نسبت به بهار ۹۸

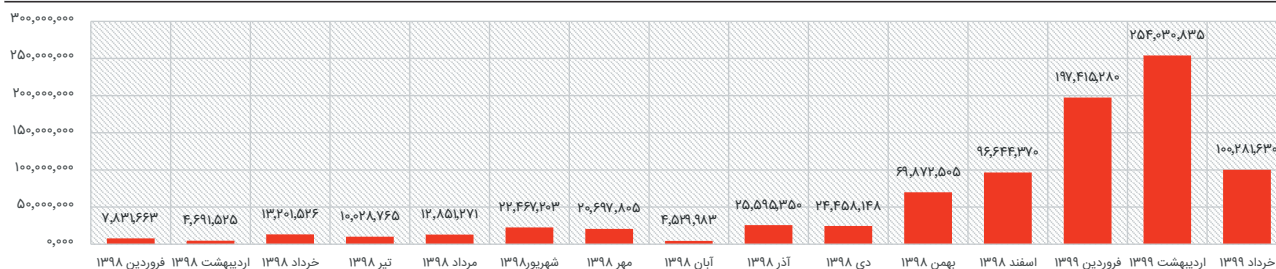
بررسی عملکرد بورس در سی سال گذشته و پیش‌بینی رفتار بازار سرمایه در آینده

تاریخ یک بازار

چشم‌گیر چند ماه اخیر شده است. جهش‌های شاخص از اسفندماه سال گذشته کلید خورد؛ شاخص که در محدوده ۴۸۰ تا ۵۳۰ هزار نوسان می‌کرد سال ۹۸ را در تاریخ بیست و هشتم اسفند ماه با ۴۶۰ هزار واحد به پایان رساند و سنگ بنای جهش‌های تاریخی عجیبی را در سال جاری گذاشت. پنجم فروردین سال جاری رشد شاخص با عدد ۴۷۰ هزار واحد شروع شد و تقریباً بدون هیچ اصلاح و وقفه‌ای در بیست و یکم اردیبهشت به کانال یک میلیون وارد شد و این روند تقریباً تا دو میلیون واحد ادامه پیدا کرد و بعد از فتح این کانال تاریخی، ورق برگشت.

شاخص دو میلیون واحدی چندان روی تابلو دوام نیاورد. تنها چند روز بعد از دوازدهم مردادماه که خبر دو میلیونی شدن شاخص کل بورس به صدر اخبار رسانه‌ها نشست، روند نزولی شاخص ادامه پیدا کرد و بازار وارد اصلاح عمیقی شد تا جایی که پرونده شاخص با یک میلیون و ۵۵۰ هزار در پایان روز نوزدهم شهریور ماه بسته شود؛ بی‌اعتنا به همه خبرهای خوبی که در هفته‌های قبلی در باره این بازار منتشر شده بود. تحلیل‌گران این بازار اما بر این باورند که نام این روند «ریزش» نیست بلکه بازار سرمایه وارد «اصلاح» ناگزیری بعد از رشدهای

ورود بی سابقه نقدینگی عموم مردم: خالص ورود نقدینگی حقیقی (میلیون ریال)



تحولات سیاسی و اقتصادی آینده چه تاثیری روی بورس می‌گذارد؟

ترامپ پیروز شود، شاخص بورس رشد پیدا می‌کند

رشد را طی کند. چنین افزایش شاخصی قطعاً یکی از ناگره‌هایی است که اوضاع بد اقتصادی را نشان می‌دهد نه بهبود عملکرد شرکت‌ها. شاخصی که باید به تناسب نرخ ارز یا به تناسب رشد نرخ تورم رشد می‌کرد بیش از حد تصور رشد کرد و این موضوع نگرانی‌هایی را ایجاد کرد و موجب شد تا قیمت‌های بالاتر از ارزش ذاتی روی تابلوی بورس ثبت شود. همین رشد غیر واقعی موجب شد تا ما در بازه زمانی نیمه مرداد تا نیمه شهریور شاهد اصلاح عمیق در بازار باشیم. اصلاح عمیق شاخص به تبع رشد بدون پشتوانه‌ای بوده که در ماه‌های گذشته و حتی سال ۹۸ افتاده است. با این نگاه، برای پیش‌بینی آینده بازار سرمایه ما باید سه تحول اساسی را در آینده سیاسی بررسی و تحلیل کنیم چرا که این تحولات به شدت روی بورس ایران تاثیر گذارند. اولین تحولات سیاسی بحث مکانیزم ماشه است که باید دید می‌تواند در شورای امنیت راه به جایی می‌برد و آیا آمریکا می‌تواند از این لحاظ ایران را تحت فشار قرار دهد. اگر آمریکا این مکانیزم ماشه را فعال کند و ایران را مجدداً تحت تحریم‌های بیشتر قرار دهد حتماً نرخ دلار افزایش پیدا می‌کند و ما برای یک مدت کوتاهی افت شاخص را به

برای پیش‌بینی آینده بازار سرمایه باید رویکرد تحلیلی گرانه اتخاذ کنیم. باید بررسی کنیم که چه مولفه‌هایی موجب شدند که رشد شاخص صورت بگیرد و چه مولفه‌هایی موجب شدند که شاخص مجدداً روند نزولی را طی کند. بعد از بررسی این دو مولفه است که می‌توان گفت تحولات سیاسی و اقتصادی آینده چه تاثیری بر بازار سرمایه خواهند گذاشت. بورس همیشه تحت تاثیر مولفه‌های سیاسی بوده است. در اکثر اوقات محدودیت‌هایی که به لحاظ سیاسی اعمال شده و تنش‌های این حوزه، به طور مستقیم و غیر مستقیم بر فعالیت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کشور تاثیر گذاشته است؛ چه سیاست‌های داخلی و چه بین‌المللی که مهم‌ترین آنها برجام و تحریم‌های اقتصادی بوده است. حتی رشد شاخص در دو سال اخیر ناشی از عوامل برون‌زا مانند نرخ ارز که آن هم خودش تحت تاثیر اوضاع و احوال محدودیت‌های ناشی از تحریم قرار گرفته، بوده است و گرنه اتفاق و تحول خاصی در این مدت به لحاظ بهبود عملکرد، راندمان و کارایی شرکت‌ها نیفتاده است. در واقع در این مدت تاثیر تورم و افزایش نرخ ارز دست‌آویزی شد تا قیمت سهم شرکت‌ها افزایش پیدا کند و شاخص بورس روند رو به



حمید میر معینی

کارشناس بازار سرمایه

یکی از رکوردهای شاخص سهام به ۱۲ سال پیش یعنی پنجم آبان ۸۷ بازمی‌گردد که این شاخص با افت ۵٫۳ درصدی مواجه شد و در همان دوران مهاجوری بورس حساسی سر و صدا کرد. بعد از آن افت ۵٫۵ درصدی شاخص کل بورس در اسفند ۹۳ یکی از بزرگ‌ترین ریزش‌های تاریخی بورس (بر اساس درصد) است.

تاریخچه نمای بازار

دهه هفتاد

- شاخص بورس تهران در پایان سال ۷۰ به ۴۷۲ واحد رسید. این شاخص (که در آن سال‌ها تعریف دیگری داشت)؛ اگرچه در سال ۷۲ کاهش یافت اما از ۴۰۰ واحد پایین‌تر نرفت و در رقم ۴۰۳ واحد متوقف شد.
- شاخص بازار سرمایه در پایان سال ۷۳ صعودی چشمگیری داشت و رقم ۶۹۴ واحد را برای خود به ثبت رساند و در سال ۷۴ رقم شاخص به ۱۵۴۹ واحد رسید و در پایان سال ۷۵ نیز توانست تا ۱۹۳۷ واحد پیشروی کند. این شاخص پس از افزایش در سال‌های پایانی دولت سازندگی، با روندی کاهشی مواجه شد و در سال ۷۶ به ۱۶۵۳ واحد عقب‌نشینی کرد.
- در پایان سال ۷۷، شاخص کل بورس تهران جایگاهی بهتر از ۱۵۳۸ واحد را کسب نکرد.
- شاخص کل بورس در سال ۷۸ با رشد مواجه شد و به ۲۲۰۶ واحد رسید و در سال ۷۹، توانست رقم ۲۹۷۸ واحد را در پایان این سال برای خود ثبت کند.

دهه هشتاد

- نماگر بازار در پایان سال ۸۰ به ۳۷۵۹ واحد و در سال ۸۱ به ۵۰۶۳ واحد رسید
- شاخص کل سال ۸۲ در جهشی عجیب تا ۱۱ هزار و ۳۷۹ واحد بالا آمد و سال ۸۳ هم کار خود را با عدد ۱۲ هزار و ۱۱۳ واحد به پایان رساند.
- دولت اصلاحات در حالی به کار خود پایان داد که شاخص کل بورس در سال ۸۴ با روندی کاهشی همراه شد و در نهایت به ۹۴۵۹ واحد بسنده کرد.
- در سال ۸۷، به واسطه سیاست‌های دولت نهم، شاخص به ۷۹۶۶ واحد بازگشت و نزول تاریخی را رقم زد.
- نماگر بازار سرمایه اما در سال ۸۸ بار دیگر روند صعودی را در پیش گرفت و رقم شاخص به ۱۲ هزار و ۵۳۷ واحد رسید.
- شاخص کل بورس تهران با ادامه روند روبه رشد خود در دقایق ابتدایی معاملات در روز ۱۲ بهمن‌ماه ۸۹، از مرز ۲۱ هزار واحد گذشت.

دهه نود

- سال ۹۰ اما کارنامه شاخص نسبت به سال ۸۹ چنگی به دل نمی‌زد و نماگر بازار سرمایه در آخرین روز کاری اسفند ماه روی ۲۸ هزار و ۵۷۸ واحد ایستاد.
- پرونده شاخص در سال ۹۱، در تاریخ بیست و هفتم اسفند ما در کانال ۴۵ هزار واحدی بسته شد.
- رشد ملایم شاخص کل بازار در سال‌های ۹۱ تا زمستان ۹۲ ادامه داشت. تا اینکه در یکم دی ماه ۹۲ این نماگر وارد کانال ۸۴ هزار واحدی شد.
- بعد از رشد ملایم در سال‌های ۹۰ تا ۹۲، اصلاح ملایم بازار ادامه داشت تا جایی که در بیست و شش اسفند ماه سال ۹۴ شاخص به ۸۰ هزار واحد رضایت داد.
- رشد ملایم و نوسانات بازار در دهه ۹۰ ادامه داشت اما با ورود به سال ۹۷ و تشدید تحریم‌ها علیه ایران دوباره اتفاق تازه‌ای در بازار سرمایه افتاد. در دوازدهم خرداد ماه ۹۷ شاخص کل ۹۱ هزار واحد اعلام شد اما در پایان همین سال و در بیست و هفتم خرداد ماه شاخص به کانال ۱۹۰ هزار واحدی صعود کرده بود.
- تاریخ اقتصاد ایران سال ۹۸ را فراموش نمی‌کند. در ابتدای این سال، شاخص کل ۱۷۹ هزار و در پایان این سال (بیست و هشتم اسفند ماه) ۵۴۶ هزار واحد بود.
- در ابتدای سال ۹۹ و در روز پنجم فروردین شاخص کل ۵۳۵ هزار واحد و در پایان روز نوزدهم شهریور ماه این نماگر به یک میلیون و ۵۵۰ هزار واحد رسید.

پیش‌بینی بازار کنونی سرمایه اما دیگر به سیاق سابق راحت نیست. حالا دیگر بیش از ۴۸ میلیون کد بورسی صادر شده است و بیش از هفت میلیون سهامدار فعال در بازار وجود دارد. هیجانات بازار زیاد و فشار خرید و فروش آشنایی شده است. از سوی دیگر نرخ دلار با نوسانات جدی مواجه شده و در کنار همه این‌ها چیزی به انتخابات آمریکا باقی نماند. بعضی تحلیل‌گران بر این باورند که بازار تا انتخابات آمریکا روند متعادلی در پیش خواهد گرفت و حمایت‌های سهامداران عمده روند بازار مثبت خواهد کرد. بعضی دیگر اما فکر می‌کنند که جهش‌های شاخص در سه ماه ابتدایی امسال راه چاره‌ای جز اصلاح ادامه‌دار برای بورس نگذاشته‌است. هرچه که پیش آید به نظر می‌رسد در نهایت می‌توان گفت که سال ۹۹ قرار نیست تجربه رویایی سال ۹۸ را برای سهامداران این بازار دوباره تکرار کند.

بالا و پایین‌های بورس اتفاق تازه‌ای نیست

افت این روزهای شاخص، افتی تاریخی است اما بازار سرمایه کم از این بالا و پایین‌ها نداشته است. شاخص بورس تهران که در سال ۶۹ با عدد پایه ۱۰۰ تعریف شده بود در مرداد ماه سال ۹۹ عدد دو میلیون را هم به خود دید و بی‌شک این روند با فراز و فرودهای مختلفی همراه بود. یکی از رکوردهای شاخص سهام به ۱۲ سال پیش یعنی پنجم آبان ۸۷ بازمی‌گردد که این شاخص با افت ۵٫۳ درصدی مواجه شد و در همان دوران مهاجوری بورس حساسی سر و صدا کرد. بعد از آن افت ۵٫۵ درصدی شاخص کل بورس در اسفند ۹۳ یکی از بزرگ‌ترین ریزش‌های تاریخی بورس (بر اساس درصد) است. ریزشی که بر اثر بازگشایی نمادهای بزرگ پالایشی رخ داد. پیش از آن هم البته در دی ماه ۹۲ نیز شاهد یک ریزش بزرگ ۲٫۷ درصدی بودیم و حالا هم به نظر می‌رسد بعد از اصلاح طولانی و عمیق باید منتظر روند مثبت تعادلی - نه چندان طولانی - باشیم. ■

لحاظ ریسک سیاسی خواهیم داشت ولی دلیل اینکه این افت شاخص شاید تنش‌های سیاسی خیلی شدیدی در بر نداشته باشد ممکن است از آن سو با رشد احتمالی نرخ دلار بازار سرمایه مجدداً رشد را تجربه کند. دومین تحول سیاسی مهم انتخابات آمریکاست. اگر ترامپ رئیس‌جمهور شود حتماً شرایط بسیار متفاوت‌تر خواهد بود چرا که شدت فشارهای سیاسی و اقتصادی به کشورمان بیشتر خواهد بود و همین شدت باعث می‌شود دلار با زهم افزایش نرخ را تجربه کند. این افزایش نرخ دلار حتماً منجر به همان چرخه‌ای می‌شود که چند ماه قبل موجب افزایش رشد شاخص شد. اما اگر جو بایدن در انتخابات پیروز شود حتماً ریزش شاخص بیشتر را تجربه خواهیم کرد. بعد از انتخاب این کاندیدا احتمالاً گزینه مذاکره با آمریکا و احیای برنامه باز روی میز خواهد آمد و ما دوباره از محدودیت‌های تحریمی خارج می‌شویم. در چنین شرایطی دیگر افزایش نرخ ارزی که موجب می‌شد تمام بازارها به موازات هم رشد کنند را نخواهیم داشت و بازارها عمدتاً واقعی‌تر می‌شوند. نگاه دارایی محور بازار سرمایه هم حتماً تبدیل به نگاه سودمحور می‌شود و مولفه‌های مؤثر بر سودآوری شرکت‌ها بیشتر مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند. باید دید چه صنایعی تحت تأثیر کاهش تحریم‌ها می‌توانند اوضاع بهتری در تولید، فروش، تأمین مواد اولیه، آرزآوری و سودآوری داشته باشند. سومین اتفاق سیاسی مهمی که داریم انتخابات ریاست جمهوری ایران است که می‌تواند روی بازار سرمایه تأثیرگذار باشد. میزان تنش‌هایی که در انتخابات می‌افتد یا همین‌طور بهره‌برداری‌هایی که جناح‌های مختلف می‌توانند از بازار سرمایه کنند تأثیر مستقیمی بر بورس خواهد داشت. ■

یک روش برای برطرف کردن این مشکل ایجاد یک دیدار مجازی شخصی در ابتدای هر جلسه مجازی است. نصیحت شماره یک اندی مولینسکی این است که «آن را شخصی کنید» و به دنبال آن «صمیمیت را تداعی کنید».

آینده بلندمدت کار در منزل

با دور کاری تعاملات شخصی خود با همکاران مان را از دست خواهیم داد



نیکولا هنیکان

جامعه‌شناس

منبع گاردین

چرا باید خواند:

دو کاری بعد از شیوع

جهانی ویروس کرونا

به یک وضعیت طبیعی

در کسب و کارها تبدیل

شده اما از نظر مدیریت

منابع انسانی جزییاتی

را در طولانی مدت در بر

خواهد داشت که در این

مطلب می‌خوانید.

عالم‌گیری ویروس کرونا به طرق مختلف تبعات زیادی برای افراد داشته است. توجه‌داشتن به روابط کاری، یعنی بازگرداندن جرقه‌های انسانیت، قدمی کوچک برای سبک‌کردن این بار است

از شما هستند اما وقتی ما با فردی تعامل داریم، کمتر احتمال دارد این طور به نظرمان بیاید. ما احساس می‌کنیم که با آدم‌ها در ارتباط هستیم. ما حس می‌کنیم عضوی از چیزی بزرگ‌تر از طبیعت حرفه‌ای شغل‌مان هستیم. با تغییر وضعیت به حضور آنلاین چطور؟ همه این حسن تفاهم‌ها از پنجره بیرون ریخته می‌شوند. زمانی برای ماهیت انسانی نیست، هم‌هانش کسب‌وکار.

و مشکل همین‌جا نهفته است. ماهیت انسانی از دست می‌رود. این ارتباط و انسانیت ما است. این چیزی است که حقیقتاً ما را وادار می‌کند همکاران مان را دوست داشته باشیم و به آن‌ها توجه کنیم. این تعامل‌های کوچک و خرده ارتباطات است که در طول زمان روی هم جمع می‌شود و تصویری کامل از یک فرد برای ما می‌سازد، چیزی که به ما سرخ‌های اطلاعاتی می‌دهد تا به ما کمک کند بفهمیم بهترین راه تعامل با آن‌ها چیست. این جزئیات ما را بر این می‌دارد که آن‌ها و احوالات‌شان را درک کنیم و در مقابل، به آن‌ها کمک می‌کند که ما را درک کنند.

یک روش برای برطرف کردن این مشکل ایجاد یک دیدار مجازی شخصی در ابتدای هر جلسه مجازی است. نصیحت شماره یک اندی مولینسکی این است که «آن را شخصی کنید» و به دنبال آن «صمیمیت را تداعی کنید». او از قدرت این گفت‌وگوی کوتاه و روشن نگه داشتن دوربین برای تبادل حالات چهره و احساسات تعریف و تمجید می‌کند. آه انسانیت! تعامل و کار هر دو در صدر دستور جلسه قرار می‌گیرند. کار بیشتری می‌برد اما در مجموع، برای تقویت عامل ارتباط ارزشمند است. ما که از خانه کار می‌کنیم می‌توانیم مراقب باشیم سر کار آن‌طور که هستیم خود را نشان دهیم، نه فقط در پوسته نقشی که داریم. می‌توانیم متوجه باشیم که تمام لحظه‌های ارزشمند ارتباط را با افرادی که با آن‌ها کار می‌کنیم از دست می‌دهیم؛ پس بگذارید ابتدای هر جلسه توفقی داشته باشیم؛ دقایقی را برای پذیرایی و گذراندن با مثال‌ها بگذاریم. صمیمی و انسانی بودن، تبادل یک لحظه، جرقه‌ای ایجاد می‌کند.

گفتنی‌های زیادی هست درباره تعاملات یک‌به‌یک افراد و این نکته که این تعاملات در شکل‌های زیادی قابل وقوع است. مطمئن نیستیم اولین دفعه‌ای که با یک همکار کل یک مکالمه نوشتاری را تنها با ارسال گیف انجام دادم، نوعی خودپسندی بود یا شرمساری، اما چیزی که به یقین می‌توان گفت این است که ما به‌طریقی ارتباط برقرار کردیم که شاید هیچ‌وقت در دفتر کار اتفاق نمی‌افتاد و در نتیجه حالا ما همدیگر را بهتر از هر وقت دیگر می‌شناسیم. به یاد داشته باشیم افراد درون‌گرای اطراف ما حقیقتاً با یک مکالمه گروهی مشکل دارند، درحالی که از یک شروع انفرادی لذت می‌برند. تضاد میان تنفر از جمع و دوست‌داشتن افراد، گیرافتادن در یک جلسه گروهی دیجیتالی که حرف‌ها حول یک موضوع تک‌بعدی است بسیاری از ما را در موقعیتی غیرعادی قرار می‌دهد. عالم‌گیری ویروس کرونا به طرق مختلف تبعات زیادی برای افراد داشته است. توجه‌داشتن به روابط کاری، یعنی بازگرداندن جرقه‌های انسانیت، قدمی کوچک برای سبک‌کردن این بار است. ■

وقتی در دفتر کار مشغول هستیم، ممکن است همکاری را ببینیم که تمام روز را با هدفونی بر گوش یک جا نشسته، با پیشانی چین‌خورده و ما خیال می‌کنیم که کارهای زیادی باید انجام دهد و درگیر به‌موقع رساندن کاری است. یا در آبدارخانه به کسی برمی‌خوریم که به ما می‌گوید آسم پسرش بدتر شده است و ما خیال می‌کنیم که او چقدر خسته است و برای فرزندش نگران.

در جهان جدیدی که بسیاری از ما صد درصد زمان خود را در خانه کار می‌کنیم، بسیاری از این تعاملات کوچک زندگی واقعی دیگر وجود نخواهد داشت. خیالات ما از فهم اوضاع و احوال همکاران فاصله زیادی خواهد گرفت. اگر من با یکی از این همکاران جلسه‌ای داشته باشم و به نظرم بیاورد پریشان و حواس‌پرت است، بلافاصله حسی به من می‌گوید که او احتمالاً به خاطر شرایطش دچار استرس است.

اما وقتی این تعاملات را نداریم و ناگهان با پلیکیشن‌هایی مانند میت، تیم یا زوم وارد یک ارتباط مجازی با افرادی که پریشان هستند می‌شویم چگونه می‌توانیم این رفتارها را تعبیر کنیم؟ یا بدتر از آن، کسانی که به نظر آزرده یا خشمگین هستند؟ ما نمی‌توانیم کمکی بکنیم اما رفتار آن را به دل می‌گیریم. ما حسی نسبت به حال و روز آن‌ها نداریم. شانس برای بررسی آن نداریم، برای اینکه ببینیم چه کار می‌کنند. در آن لحظه، ما از این فرد فقط یک چهره با ابعادی غیرعادی روی صفحه کامپیوترمان داریم. و حتی اگر با یک جمله متعارف مانند «حال تان چطور است؟» شروع کرده باشیم، خیلی نمایشی است و شاید افراد آن‌قدر احساس راحتی نکنند که در چنین فضای استرس و خستگی خود را با ما در میان بگذارند. زیرا این محیط برای کار بیش از اندازه خصوصی به نظر می‌آید. با زن جوانی در ویکتوریا صحبت می‌کردم که از خانه کار می‌کند و درگیر قرنطینه است. او در میان حق‌هایش جویده‌جویده می‌گفت: «من احساس می‌کنم دیگر برای هیچ‌کس اهمیت ندارد. هر کس که با او حرف می‌زند تنها کار خودش را از من پیگیری می‌کند و فقط همین.» البته این طبیعت کار کردن است؛ افراد تنها پیگیری کار خودشان





آکادمی



عکس: رضا مطهریان

عصر بازنگری فرارسیده

بازگرداندن اعتبار سیاست‌گذار؛ چیستی و چگونگی؟

اعتبار سیاست‌گذار براساس شواهد موجود در کمترین سطح خود نزد مردم قرار گرفته است. انباشت تاریخی ناکارآمدی، انبوه وعده‌های محقق‌نشده، شاخص‌های متنوع اقتصادی-اجتماعی و مهم‌تر از همه نبودن نشانه‌های امیدوارکننده‌ای که حاکی از تغییر مسیر و عزم سیاست‌گذار باشند، این بی‌اعتباری را تشدید کرده است. چگونه می‌توان این اعتبار را به آنها برگرداند؟ این مقاله را بخوانید.

بازنگری

طرح مسئله

اعتبار سیاست‌گذار براساس شواهد موجود در کمترین سطح خود نزد مردم قرار گرفته است. انباشت تاریخی ناکارآمدی، انبوه وعده‌های محقق‌نشده، شاخص‌های متنوع اقتصادی-اجتماعی و مهم‌تر از همه نبودن نشانه‌های امیدوارکننده‌ای که حاکی از تغییر مسیر و عزم سیاست‌گذار باشند، این بی‌اعتباری را تشدید کرده است. آیا در چنین شرایطی نیز می‌توان به بازگرداندن اعتبار سیاست‌گذار امید داشت؟ آیا راهی برای بازگرداندن اعتبار سیاست‌گذار قابل توصیه است؟ این شاید از پیچیده‌ترین سؤالات پیش روی فعالان سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و سیاست‌گذار ایرانی است. من تلاش می‌کنم ملاحظاتی برای پاسخ دادن به این سؤال را روشن کنم.



محمد فاضلی

عضو هیئت علمی
دانشگاه شهید بهشتی

برخی علل بی‌اعتباری سیاست‌گذار

چرا سیاست‌گذار تا به این درجه بی‌اعتباری رسیده است؟ بی‌اعتباری سیاست‌گذار محصول چند چیز است:

بحران دست‌آورد: مشکل امروز سیاست‌گذار این است که دست‌آوردهای معنادار و پایدارش ناچیز است. من پیش‌تر بارها نوشته‌ام که نظام حکمرانی و دولت‌ها در چهار دهه گذشته ساخت‌وسازهای بسیار کرده‌اند. جاده، سد، نیروگاه، کارخانه فولاد و انبوهی از زیرساخت‌های دیگر با سرمایه‌گذاری دولت‌ها ساخته شده‌اند. مشکل این است که حکمرانی نتوانسته سازوکارهای نرم‌افزاری اداره کشور را بهبود دهد. قوانین، قواعد فضای کسب‌وکار، نظام بانکی، شیوه‌های تقسیم و تفویض قدرت، قواعد حاکم بر تأمین مالی و بودجه‌ریزی، سیاست خارجی و داخلی، مناسبات مردم و قدرت سیاسی



چرا باید خواند:

اگر می خواهید درباره

مسائل و مشکلات

سیاست گذاری در

ایران و جایگاه آن

بدانید، خواندن این

مقاله به شما توصیه

می شود.

سیاست گذار و حکمران نه تنها دغدغه های مردم و فعالان اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را به رسمیت نمی شناسد، وارد گفت و گو نمی شود و گوشه ای برای شنیدن ندارد، بلکه گاه آشکارا همه دغدغه هایشان را انکار می کند.

همه به نحوی است که مشوق و مولد بالندگی بخش خصوصی، افزایش مشارکت مردم در اداره کشور و خلق ثروت متناسب با ظرفیت های کشور نبوده است. سیاست گذار نیز همواره بر دست آورد های در زمینه ساخت و سازها تأکید می کند اما آنچه واقعاً برای مردم و فعالان اقتصادی اهمیت دارد، میزان تسهیل فعالیت، سلامت و شفافیت رفتار حکمرانی و ساختن چشم انداز روشنی برای آینده است. حاکمان دائماً دست آورد های ساخت و سازی خود را به رخ می کشند و آن چه به واقع بر شاخص هایی نظیر تورم، رشد اقتصادی، بیکاری، سلامت و فساد اثر دارد ساز و کار های حکمرانی است.

۲ **تکرار ایده ها و روش ها:** مردم در همه سطوح و اقشار، شاهد تکرار شدن ایده ها و روش های سیاست گذار هستند. نکته آزار دهنده آن است که سیاست گذار همه آن ایده ها و روش هایی را تکرار می کند که در طول چند دهه گذشته ناکارآمدی و اثرات سوء آن ها بارها آشکار شده است. همه مسیر های منجر به چند دهه تورم دو رقمی، رشد اقتصادی پایین، بیکاری دو رقمی، توسعه نامتوازن و سربر آوردن فساد های بزرگ تکرار می شوند. سیاست گذار کماکان در همه سطوح از تن دادن به توصیه های کارشناسی و علمی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی سر باز می زند.

۳ **آدم های تکراری:** من قبلاً نوشته ام که سیاست در ایران به جای گردش نخبگان دچار رسوب نخبگان شده است. مجموعه ای که نخبگان نظام سیاسی و بوروکراسی هستند چند دهه است که به چهره های تکراری تبدیل شده اند. مشکل چهره های تکراری فقط این نیست که حاوی هیچ ایده جدیدی نیستند. آن ها به همراه خود شبکه آدم هایی را وارد حکمرانی و بوروکراسی می کنند که در طول چند دهه شبکه ای از منافع و آدم ها را در حول و حوش خود و در لایه های مختلف بوروکراسی و مراکز تصمیم گیری پدید آورده و گسترش داده اند. این شبکه ها مجموعه ای از منافع تثبیت شده و وابسته به مسیر طی شده دارند که مانع از تغییرات و جاری شدن ایده های جدید در نظام حکمرانی می شوند.

۴ **گذر نکردن از خطوط قرمز:** نظام حکمرانی نشان داده است که شماری خطوط قرمز را بنا نهاده و قادر یا مایل به عبور کردن از آن ها نیست. این خط قرمزها از سیاست خارجی تا سیاست فرهنگی و اجتماعی بسط یافته اند. خط قرمز که گفته می شود اغلب چیزی نظیر رابطه با آمریکا به ذهن متبادر می شود، اما خط قرمزهایی هستند که اقتصاددان ها، جامعه شناسان و فعالان سیاسی بارها درباره آن ها سخن گفته اند و تأثیر عبور کردن از آن ها بر افق گشایی و اصلاح ساز و کارها را توضیح داده اند اما حکمرانی قادر یا مایل به عبور کردن از آن ها نیست.

۵ **سیاست انکار:** سیاست گذار و حکمران نه تنها دغدغه های مردم و فعالان اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را به رسمیت نمی شناسد، وارد گفت و گو نمی شود و گوشه ای برای شنیدن ندارد، بلکه گاه آشکارا همه دغدغه های شان را انکار می کند. سیاست گذاران دائم تلاش می کنند تا منتقدان را سیاه نمایی کننده و بدبین جلوه دهند که نقاط مثبت را نمی بینند. سیاست گذار اغلب بر نکات مثبتی تأکید می کند که از منظر حکمرانی وظایف حداقلی حکومت است و مردم و فعالان حاضر نیستند تفاخر سیاست گذار نسبت به آن ها را به رسمیت بشناسند. این سیاست انکار، مردم و فعالان را به این نقطه رسانده است که سیاست گذار تجاهر می کند، واقعاً نمی بیند، منافعی اجازه نمی دهد

واقعبیت را ببیند، یا حتی گاه شنیده می شود که سیاست گذار و حکمران مردم را مسخره می کند.

آیا راهکاری برای اعتبار سازی هست؟

برخی علت های بی اعتبار شدن سیاست گذار و حکمرانی را توضیح دادیم. آیا می شود در حضور این علت ها به اعتبار سازی برای سیاست گذار اندیشید؟ تصور این است که تا وقتی این علت ها حضور دارند اعتبار سازی برای سیاست گذار و حکمران ناممکن است. اعتبار سازی زمانی امکان پذیر می شود که نظام حکمرانی بازنگری را آغاز کند به نحوی که علت های ذکر شده کمرنگ شوند و مردم احساس کنند مسیر تدریجی از میان رفتن آن ها آغاز شده است.

مسیرهایی به تدریج در سیاست و نظام حکمرانی شکل گرفته اند و علت های مذکور را پدید آورده اند که از میان بردن آن ها زمان می برد و درمان یکباره و در کوتاه مدت آن ها ناممکن است. منافع حیل حول هریک از علت ها شکل گرفته اند که ممد حیات آن ها نیز هستند.

بازگشت اعتبار سیاست گذار در درجه اول نیازمند گروه متعددی است که بر پیچیدگی های پدید آورنده علل مذکور آگاه هستند و از نظریه یا نظریات روشن و به دقت تصریح شده ای برای تبیین پیدایش و راهکار های از میان بردن این علل برخوردار هستند. داشتن فهم نظری روشن و آشکار کننده ساز و کار های مولد علل مذکور و ناکارآمدی های منبعث از آن ها ضروری است.

این گروه متعدد به شرطی می تواند برای اعتبار سازی اقدام کند که مجهز به ابزار های گفت و گوی اجتماعی قوی باشد به نحوی که بتواند با گروه هایی از جامعه گفت و گو کند و برای پیشبرد برخی اصلاحات معطوف به نتایج کوچک اما معنادار، زمان بخرد. زمان خریدن یکی از اصلی ترین ملزومات هر گونه تلاش برای بازسازی اعتبار سیاست گذار است.

گروه متعدد به اعتبار سازی می تواند راهبرد «پیام های معنادار ضعیف» را برای اعتماد سازی به کار بگیرد. دو سوی یک مبادله که هیچ اعتمادی به یکدیگر ندارند، برای آغاز مبادله، به حداقلی از اعتماد سازی نیاز دارند. یکی از راه های اعتماد سازی در چنین شرایطی دادن امتیاز های کوچک معنادار به یکدیگر است. این امتیازها به حدی کوچک هستند که اگر هر یک از طرفین از ادامه دادن تعامل خودداری کند، در مقابل دست آوردی که می تواند در صورت تلاطم مبادله به دست آورد، ناچیز است؛ اما هم زمان اندازه دست آورد به حدی معنادار است که به او انگیزه تلاطم مبادله را می دهد. آن ها پیام های معنادار ضعیف با یکدیگر مبادله کرده و فرایند اعتماد سازی را طی می کنند.

سیاست گذار در کنار توضیح دادن درباره گذشته و دست کشیدن از سیاست انکار، می تواند به امتیازات کوچک معنادار بیندیشد و آن ها را مبنایی برای اعتماد سازی در نظر بگیرد. سیاست گذار در این مسیر مجبور است ائتلاف سازی نیز انجام دهد.

ترکیبی از گفت و گوی اجتماعی فراگیر، پیام های معنادار ضعیف و ائتلاف سازی راهکار هایی برای اعتماد سازی و سپس اعتبار سازی پیش رو می نهند. مهم این است که سیاست گذار تمام و کمال وجود و اثربخش شدن علت هایی را که در ابتدا بر شمرديم بپذیرد و ادامه وضع موجود را خطرناک تلقی کند. مهم این است که سیاست گذار در یاد این ها مسائلی ساختاری هستند و با تعویض کنشگران و پای فشردن بر روندهای ساختاری گذشته، اتفاق مهمی رخ نخواهد داد و چیزی درمان نمی شود. عصر بازنگری فرارسیده است و بدون بازنگری، اثر گذاری علت هایی که در ابتدا بر شمرديم متوقف نخواهد شد. ■

شرایط خاص بازار مسکن، که نیازمند نقدینگی بالا بوده و همچنین درجه نقدشوندگی این بازار نیز بسیار کند است توانست نقش خود را در جذب نقدینگی ایفا کند، به نحوی که آمارها نشان می‌دهد تعداد معاملات مسکن در فروردین ماه سال ۹۹ معادل ۱۰ درصد معاملات ماه فروردین سال قبل شده است.

آزمون بزرگ بورس

تحلیلی بر وضعیت امروز بازار سرمایه

در طول پنجاه سال عمر بورس تهران، سال ۱۳۹۹ از نظر نوسان شاخص بورس، سالی استثنایی بوده است؛ در این سال بالاترین نرخ رشد اتفاق افتاد در حالی که تولید و صنعت زیر فشار تحریم و بیماری کووید ۱۹ رشد منفی را تجربه می‌کرد. چرا بورس رشد کرد و دلیل آن چیست؟ در این مقاله پاسخ را می‌خوانید.



ابراهیم بهادرانی

اقتصاددان

چرا باید خواند:

اگر می‌خواهید درباره

وضعیت امروز بورس

وبایدها و نیایدهای

آن بخوانید، خواندن

این مقاله تحلیلی به

شما توصیه می‌شود.

افتادند.

۲- رشد بی‌رویه شاخص بورس در نیمه دوم سال ۹۸ و ۴ ماهه اول سال ۹۹ و دهان‌بده شدن رشد شاخص بورس و سوددهی این بازار، باعث شد که سرمایه‌گذاران جدید و مبتدی این بازار را به‌عنوان پناهگاه جدید دارایی‌های خود انتخاب کنند.

۳- نرخ رشد نقدینگی به‌نحوی که در پایان سال ۹۸ این رشد به رقم ۳۱/۳ درصد رسید که در پنج سال اخیر بی‌سابقه بوده است همچنین کاهش تولید ناخالص ملی از سال ۹۷ به بعد موجب افزایش انتظارات تورمی در اذهان شد.

۴- قفل شدن بازارهایی که در سال‌های قبل و در هنگام بالا رفتن انتظارات تورمی، سفته‌بازی در آن بازارها رواج می‌یافت نظیر بازار ارز، سکه، طلا و...

۵- شرایط خاص بازار مسکن، که نیازمند نقدینگی بالا بوده و همچنین درجه نقدشوندگی این بازار نیز بسیار کند است نتوانست نقش خود را در جذب نقدینگی ایفا کند، به‌نحوی که آمارها نشان می‌دهد که تعداد معاملات مسکن در فروردین ماه سال ۹۹ معادل ۱۰ درصد معاملات ماه فروردین سال قبل شده است.

۶- تشویق دولت به ورود افراد به بازار سرمایه، با ابزارهایی نظیر آزادسازی سهام عدالت

۷- عدم تجدید ارزیابی دارایی‌های شرکت‌ها علی‌رغم ۶ برابر شدن قیمت ارز در طول سال‌های ۹۷ و ۹۸ و غیرواقعی بودن استهلاک دارایی‌ها و تقسیم سود غیرواقعی بین سهامداران در مجامع شرکت‌ها

۸- افزایش درآمد شرکت‌هایی که تولید صادراتی داشتند به علت رشد قیمت ارز

۹- کاهش نرخ سود بانکی پرداختی به پس‌اندازکنندگان معادل ۱۰ درصد برای سپرده‌های کمتر از یک سال و ۱۵ درصد به پس‌انداز بلندمدت در حالی که نرخ تورم در سال گذشته معادل ۴۱/۲ درصد گزارش شده است.

۱۰- عدم شفافیت در بورس و شایعه‌سازی و ایجاد تقاضای کاذب برای

از پانزدهم بهمن‌ماه سال ۱۳۴۶ که بورس تهران فعالیت رسمی خود را با پذیرش بانک توسعه صنعتی و معدنی شروع کرد، تاکنون وضعیتی نظیر پنج‌ماهه اول سال ۱۳۹۹ راه از نظر نوسان در شاخص بورس، شاهد نبودیم. در طول این سال‌ها، رکورد بیشترین افزایش شاخص تا پایان سال ۱۳۹۷ مربوط به یکشنبه ۱۶ شانزدهم دی‌ماه ۱۳۹۴ بود که پس از اعلام توافق اولیه در برجام با رشد ۲ هزار ۴۳۵ واحدی شاخص به وقوع پیوست. در طول سال ۱۳۹۸، نرخ میانگین سکه معادل ۳۰ درصد، نرخ دلار کمتر از ۲۰ درصد، مسکن حدود ۶۲ درصد و شاخص بورس معادل ۲۳۲ درصد رشد کرده است در حالی که تورم برابر اعلام بانک مرکزی حدود ۴۱/۲ درصد رشد کرده است. در طول سال ۱۳۹۹ تا نوزدهم مردادماه بورس با سرعت غیرقابل باوری، به رشد خود ادامه داد به‌نحوی که شاخص کل بورس به دو میلیون و ۷۸ هزار و ۵۴۶ واحد رسید که از آن زمان به بعد، ریزش خود را شروع کرد. به‌طور کلی وضعیت رشد شاخص بورس در سال ۱۳۹۹ برابر جدول ۱ است.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود شاخص کل بورس در طول چهار ماه اول سال ۹۹، ۲۶۸/۴ درصد رشد کرده؛ به‌عبارت‌دیگر قیمت میانگین هر سهم در طول چهار ماه مذکور ۲/۶۸ برابر شده است. این رشد بی‌رویه در زمانی اتفاق افتاده که بنگاه‌های اقتصادی از یک‌طرف تحت تأثیر فشار تحریم اقتصادی قرار داشته و از طرف دیگر شیوع بیماری کرونا، باعث کاهش تقاضا و عرضه‌شده است.

دلایل رشد شاخص بورس به‌صورت بی‌رویه

۱- رشد تورم در سال‌های ۹۷ و ۹۸ و تشدید انتظارات تورمی، به‌نحوی که نرخ تورم در سال ۹۷ معادل ۳۱/۲ درصد و در سال ۹۸ معادل ۴۱/۲ درصد توسط بانک مرکزی گزارش شده است که با توجه به نرخ رشد ارز، طلا، مسکن و غیره، انتظار تورم بیشتری را در اذهان زنده می‌کرد و به همین دلیل مردم به فکر تبدیل دارایی‌های خود به سهام شرکت‌ها که بتواند از آب رفتن دارایی‌هایشان جلوگیری کند،

جدول ۱

تاریخ	۹۹/۱/۵	۹۹/۱/۳۱	۹۹/۲/۳۱	۹۹/۳/۳۱	۹۹/۴/۳۱	۹۹/۵/۱۹	۹۹/۶/۱۲
شاخص	۵۲۰,۱۰۸	۶۹۰,۱۲۶	۹۸۶,۷۵۹	۱,۲۷۰,۶۰۳	۱,۹۱۶,۲۰۱	۲,۰۷۸,۵۱۲	۱,۶۳۱,۸۸۴
درصد رشد	-	۳۲/۷	۴۳	۲۸/۸	۵۰/۸	۸/۵	-۲۱/۵
درصد رشد نسبت به اول سال	-	۳۲/۷	۸۹/۷	۱۴۴/۳	۲۶۸/۴	۲۹۹/۶	۲۱۳/۸

سهام برخی از شرکتها باعث تغییر قیمت برخی از سهام شرکتها شد و این امر سفته‌بازی را گسترش داد و باعث حبابی شدن قیمت برخی از شرکتها شد.

۱۱- عدم بی‌طرفی سیاست‌گذاران و ناظران به علت عرضه سهام دولتی و عدم نظارت کافی و بهینه مقامات دولتی بر بورس و همچنین عدم تصمیم‌گیری هماهنگ در تصمیم‌گیری‌های مسئولان.

اثرات رشد شاخص و اختصاص نقدینگی به بازار بورس

الف- جذب نقدینگی

برابر گزارش بانک مرکزی نقدینگی سه‌ماهه اول سال ۹۹ از رقم ۲/۴۷ هزار هزار میلیارد تومان در پایان اسفندماه سال ۹۸، به رقم ۲/۶۵ هزار هزار میلیارد تومان در ۹۹/۳/۲۹ افزایش یافته است که نشان‌دهنده ۷/۳ درصد رشد در سه‌ماهه اول سال بوده که ۲/۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش نشان می‌دهد به عبارت دیگر، نقدینگی روزانه حدود دو هزار میلیارد تومان و در سه‌ماهه اول سال معادل ۱۸۰ هزار میلیارد تومان در سال ۹۹، رشد یافته است.

لازم به ذکر است که اگر نقدینگی در فصول بعدی سال نیز به همین میزان افزایش یابد. نقدینگی در پایان سال ۹۹ با حدود ۲۹ درصد رشد به حدود ۳/۲ هزار هزار میلیارد تومان خواهد رسید که بیش از دو برابر نقدینگی پایان سال ۹۷ که معادل ۱/۵۳ هزار هزار میلیارد تومان بود، خواهد شد.

از طرف دیگر تولید ناخالص داخلی با توجه به پیش‌بینی‌های انجام‌شده در طول مدت مذکور ۱۶ درصد کاهش خواهد یافت بنابراین برقراری تعادل میان نامعاده رشد بی‌رویه نقدینگی و کاهش ۱۶ درصدی تولید ناخالص داخلی که تا تاریخ ۹۹/۴/۱۶ نسبت به اسفند سال ۹۶ با ۱۷/۸ برابر شدن شاخص سهام ۶/۱ برابر شدن قیمت سکه، ۴/۵ برابر شدن قیمت دلار و ۲/۵ برابر شدن قیمت ماشین‌پراید و ۳/۳ برابر شدن قیمت میانگین مسکن به وقوع پیوسته است، در صورتی که در جذب نقدینگی دچار تعلل شود و یا سیاست‌گذاری در بورس باعث هجوم سرمایه‌گذاران به فروش سهام خریداری شده گردد و نقدینگی سرگردان به بازارهای دیگر هجوم آورد باعث بی‌ثباتی بیشتر بازارها و رشد انفجاری قیمت‌ها خواهد شد.

دولت هر چه سریع‌تر تجدید ارزیابی دارایی‌ها را تصویب کرده و شرکتها موظف شوند نسبت به مشخص کردن ارزش واقعی دارایی‌های خود اقدام کنند تا سود شرکتها به صورت شفاف برای عموم مشخص شود

ب- تأمین کسری بودجه
در سال‌های قبل از اعمال تحریم مجدد آمریکا، می‌توان گفت که حدود ۴۰ درصد هزینه بودجه سالیانه از محل درآمدهای مالیاتی و حدود ۴۰ درصد دیگر از محل درآمد حاصل از فروش نفت و حدود ۲۰ درصد مابقی از طریق سود شرکت‌های دولتی و سایر منابع حاصل می‌شد اما در سال‌های ۹۷ و ۹۸ که تحریم‌های ظالمانه مجدداً اعمال شد نسبت درآمد نفت کاهش یافت و میزان کسری بودجه افزایش یافت.

دولت در سال ۹۸ با صرفه‌جویی نسبی در هزینه‌های جاری، فروش دارایی و انتشار حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان انواع ابزارهای تأمین مالی که حدود دو برابر سال ۹۷ بود، توانست هزینه‌های بودجه را تأمین کند.

در سال ۹۹ چند عامل زیر، کسری بودجه را افزایش خواهد داد که عبارت‌اند از:

- ۱- کاهش رشد درآمد مالیاتی به علت رکود اقتصادی ناشی از شیوع ویروس کرونا و اعمال شدیدتر تحریم
- ۲- کاهش قیمت جهانی نفت خام، به علت وجود مازاد عرضه ناشی از عدم تفاهم عربستان و روسیه برای کاهش عرضه در اوایل شیوع کرونا و همچنین اضافه شدن عرضه نفت شل ایالات‌متحده آمریکا و کاهش تقاضای جهانی نفت به علت رکود ناشی از شیوع ویروس بیماری کرونا در جهان
- ۳- هزینه‌بر بودن انتقال درآمد ناشی از صدور نفت و برق و سایر کالاها و خدمات صادراتی به کشور
- ۴- افزایش هزینه مبارزه با شیوع ویروس کرونا و مبارزه با تورم ۴/۱۲ درصدی سال گذشته، نیازمند منابع درآمدی جدیدی در بودجه است که دولت سعی می‌کند با فروش بیشتر دارایی و انتشار اوراق دولتی و پیش‌فروش کردن نفت، تا حدی نسبت به تأمین کسری بودجه اقدام کند.

ج- تأمین نسبی کسری نقدینگی بنگاه‌ها توسط بازار سرمایه
برابر گزارش بانک مرکزی در سال ۱۳۹۸ معادل ۹۷۵ هزار میلیارد تومان توسط بانک‌ها، به بخش‌های مختلف اقتصادی اعتبار تخصیص داده‌شده که نسبت به سال قبل معادل ۲۶ درصد رشد را

جدول ۲

نوع	عنوان	سال ۹۷	سال ۹۸	درصد رشد ۹۸ به ۹۷	۴ ماهه ۹۹	درصد رشد تقریبی
سرمایه‌ای	تأسیس شرکت‌های عام	۱,۲۰۰	۲,۰۰۰	۶۷	۰	-
	مجوز داده‌شده افزایش سرمایه	۲۵۴,۶۸۴	۴۱۷,۷۳۷	۶۴	۱۲۹,۵۳۳	-۰/۰۷
	افزایش سرمایه از محل مازاد تجدید ارزیابی	۳۷۲,۹۱۱	۶۷۹,۶۱۲	۸۳	۱۹۶,۴۵۳	-۰/۱۳
	عرضه اولیه سهام شرکتها	۱۹,۲۸۲	۵۳,۰۰۵	۱۷۵	۱۳۷,۰۴۴	۶۷۶ برابر ۷/۶۷
	افزایش ارزش صندوقها	۹۷,۰۱۰	۴۸۹,۹۸۲	۴۰۵	۱,۳۱۸,۰۹۷	۷۰۷ برابر ۸/۰۷
بدهی	انتشار انواع ابزارهای تأمین مالی	۵۰۹,۳۸۹	۱,۰۰۶,۷۶۲	۹۸	۵۳۳,۶۰۱	۵۹ برابر ۱/۵۹
	جمع کل	۱,۲۵۴,۴۷۶	۲,۶۴۹,۰۹۸	۱۱۲	۲,۳۱۴,۷۳۸	۱۶۳ برابر ۲/۶۳

عدم شفافیت در بورس و شایعه‌سازی و ایجاد تقاضای کاذب برای سهام برخی از شرکت‌ها باعث تغییر قیمت برخی از سهام شرکت‌ها شد و این امر سفته‌بازی را گسترش داد و باعث حیابی شدن قیمت برخی از شرکت‌ها شد.

حیابی شدن قیمت بسیاری از شرکت‌ها شد که از قیمت‌های واقعی فاصله گرفتند و از حالت ایجاد بازار رقابتی در آن خبری نبود.

۳- با متضرر شدن سرمایه‌گذاران کوچک به علت کاهش شش‌اخص به وظیفه اصلی این بازار که جمع‌آوری سرمایه‌ها و پس‌اندازهای کوچک است در صورتی که کاهش شش‌اخص با سرعتی که پیش‌گرفته که در طول حدود ۲۳ روز یعنی از نوزدهم شهریورماه معادل ۲۱/۵ درصد کاهش یافته است، ادامه یابد سرمایه‌گذاران و دارندگان سرمایه را، برای همیشه از سرمایه‌گذاری در این بازار پیشیمان خواهد کرد.

ولذا الزامی است که حمایت از سرمایه‌گذاری را با اعمال شرایط زیر مدنظر قرار دهد:

۱- شرکت‌های بازارساز برای سهام شرکت‌ها فعال شوند تا از کاهش بیشتر ارزش سهام جلوگیری شود و سرعاً هلدینگ‌های فاقد بازارساز، موظف به تأسیس شرکت بازارساز و حمایت از سهام شرکت‌های گروه خود شوند.

۲- دولت راهبردهای جهش تولید را که به‌عنوان شعار اصلی اقتصاد در کشور اعلام شده عملی کند به‌گونه‌ای که چشم‌انداز سود شرکت‌ها متناسب با نرخ تورم و بالاتر از نرخ بازدهی ارز و طلا، برای سهامداران قابل‌رؤیت شود.

۳- دولت هر چه سریع‌تر تجدید ارزیابی‌ها را تصویب کرده و شرکت‌ها موظف شوند، نسبت به مشخص کردن ارزش واقعی دارایی‌های خود، اقدام نمایند تا سود شرکت‌ها به‌صورت شفاف برای عموم مشخص شود.

۴- سازمان بورس: شفافیت را در بازار افزایش دهد؛ نظارت بر بازار را با بی‌طرفی کامل اعمال کند تا از ایجاد سفته‌بازی در بازار جلوگیری شود استفاده از صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای سهامداران خرد را به‌صرفه و تشویق کند؛ آموزش فرهنگ سهامداری را به خریداران جزء اجرایی کند.

۵- دولت اوراق دولتی متناسب با نرخ تورم را عرضه کند.

۶- عرضه‌های اولیه را ادامه در بورس ادامه یابد.

۷- سیاست‌گذار پولی، نسبت به افزایش سود سپرده بانکی با توجه به میزان تورم اقدام کند. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

▲ در طول سال ۱۳۹۸، نرخ میانگین سکه معادل ۲۰ درصد، نرخ دلار کمتر از ۲۰ درصد،

مسکن حدود ۶۲ درصد و شاخص بورس معادل ۲۳۲ درصد رشد کرده است در حالی که تورم برابر اعلام بانک مرکزی حدود ۴۱/۲ درصد رشد کرده است.

▲ رشد بی‌رویه شاخص بورس در نیمه دوم سال ۹۸ و ۴ ماهه اول سال ۹۹ و دهان‌به‌دهان شدن رشد شاخص بورس و سوددهی این بازار، باعث شد که سرمایه‌گذاران جدید و مبتدی این بازار را به‌عنوان پناهگاه جدید دارایی‌های خود انتخاب کنند.

▲ دولت راهبردهای جهش تولید را که به‌عنوان شعار اصلی اقتصاد در کشور اعلام شده عملی کند به‌گونه‌ای که چشم‌انداز سود شرکت‌ها متناسب با نرخ تورم و بالاتر از نرخ بازدهی ارز و طلا، برای سهامداران قابل‌رؤیت شود.

▲ شرکت‌های بازارساز برای سهام شرکت‌ها فعال شوند تا از کاهش بیشتر ارزش سهام

جلوگیری شود و سرعاً هلدینگ‌های فاقد بازارساز، موظف به تأسیس شرکت بازارساز و حمایت از سهام شرکت‌های گروه خود شوند. ■

نشان می‌دهد در حالی که تورم تولیدکننده در سال مذکور معادل ۳۶/۷ درصد گزارش شده است که این امر مشکلاتی را برای تأمین زنجیره تولید بنگاه‌های اقتصادی فراهم خواهد کرد از طرف دیگر وضعیت سرمایه‌گذاری در چند سال اخیر نشان می‌دهد که نرخ سرمایه‌گذاری به تولید ناخالص ملی کشور که در دهه ۸۴-۷۵ بیش از ۳۰ درصد تولید ناخالص داخلی بوده در سال ۹۷ به ۱۸ درصد و در سال ۹۸ به ۱۶ درصد کاهش یافته است که با محاسبه استهلاک دارایی‌ها، میزان سرمایه‌گذاری منفی شده است.

با توجه به کسری بودجه کشور و مشکلات رشد نقدینگی انتظار این است که کمبود نقدینگی بخش‌های حقیقی اقتصاد از طریق تقویت بازار سرمایه جبران شود که وضعیت بازار مذکور در سال ۹۸ و در چهارماهه اول سال ۹۹ برابر اعلام سازمان بورس ارزش جذب و تجهیز منابع در طول سال‌های ۹۷ و ۹۸ و ۴ ماهه اول سال ۹۹ به شرح جدول ۲ است.

به‌طوری‌که ملاحظه می‌شود مجوز داده‌شده به افزایش سرمایه در سال ۹۸ نسبت به ۹۷ معادل ۶۴ درصد و تأسیس شرکت‌های سهامی عام معادل ۶۷ درصد رشد داشته است.

افزایش سرمایه از محل مزاد تجدید ارزیابی که سرمایه‌گذاری جدید محسوب نمی‌شود برابر ۸۳ درصد است.

عرضه اولیه سهام شرکت‌ها در سال ۹۸، معادل ۱۷۵ درصد و در ۴ ماهه اول سال ۹۹ معادل ۶۷۶ درصد رشد داشته است، که نشان‌دهنده تلاش دولت برای عرضه بیشتر سهام به‌منظور تأمین تقاضای خریداران و تأمین کسری بودجه از این طریق بوده است.

انتشار اوراق بدهی در سال ۹۸ حدود ۲ برابر سال ۹۷ و در ۴ ماهه اول سال ۹۹ حدود ۵۹ درصد رشد داشته است که سهم بخش خصوصی در آن بسیار جزئی بوده است و سهم غالب آن متعلق به دولت به‌منظور تأمین کسری بودجه و جمع‌آوری نقدینگی از بازار و بخش کمی هم متعلق به شهرداری‌ها است.

نتیجه‌گیری

● توسعه بازار سرمایه با توجه به رشد نقدینگی، کسری بودجه و نیاز به تأمین بیشتر سرمایه برای سرمایه‌گذاری و تولید، امری لازم و ضروری برای اقتصاد کشور است و می‌تواند تأمین‌کننده کسری بودجه، جاذب نقدینگی و تأمین‌کننده کسری نقدینگی فعالیت‌های اقتصادی بخش خصوصی باشد که بایستی نسبت به تعمیق بیشتر آن و ایجاد تعادل بلندمدت در آن، تلاش شود.

● متأسفانه در طول یک سال گذشته، شاخص در مداری قرار گرفت که بورس از برخی از وظایف خود، که همانا مدیریت انتقال و توزیع ریسک، ایجاد شفافیت اطلاعات، کشف قیمت واقعی و ایجاد بازار رقابتی است، فاصله گرفت به‌نحوی که نتوانست:

۱- از توزیع ریسک به نحو صحیح جلوگیری کند در حالی که با شرایط پیش‌آمده ریسک را بیشتر متوجه سرمایه‌گذارانی کرد که در ماه‌های تیر و مرداد در این بازار سرمایه‌گذاری کرده‌اند که اگر حمایت نشود با ریزش بیشتر بورس کسانی که از ابتدای سال ۹۹ در بازار سرمایه‌گذاری کرده‌اند نیز، دچار زیان خواهند شد و سود به جیب کسانی خواهد رفت که از اطلاعات واقعی شرکت‌ها باخبر بوده و از بی‌خبری خریداران سوءاستفاده کرده‌اند.

۲- شایعه و ایجاد تقاضای کاذب و گسترش سفته‌بازی باعث

افزایش هزینه
مبارزه با شیوع
ویروس کرونا و
مبارزه با تورم
۴۱/۲ درصدی
سال گذشته،
نیازمند منابع
درآمدی جدیدی
در بودجه است که
دولت سعی می‌کند
با فروش بیشتر
دارایی و انتشار
اوراق دولتی و
پیش‌فروش کردن
نفت، تاحدی
نسبت به تأمین
کسری بودجه
اقدام کند

غفلت سیاستمداران از اندیشه‌ورزان

نسبت «اندیشه اقتصادی» با برنامه‌های ناظر بر «توسعه سیاسی ایران»

مدل‌های توسعه اقتصادی چقدر در نظام فکر سیاستمداران و احزاب ایران جای دارد؟ آنها چقدر مطالبات اقتصادی را براساس علم و واقعیت در ساختار قدرت تبیین و تحلیل می‌کنند؟ آیا این ضعف مخصوص طیف فکری مثل چپ‌ها یا راست‌هاست یا هر دو؟ پاسخ را در این مقاله بخوانید.

تجارت

ساختاری و زدوخوردهای سیاسی بوده است، اما در تراز امری واقعی، نسبت تعیین‌کننده‌ای میان برنامه‌ها، فلسفه وجودی و منطق عملکرد احزاب و فعالان سیاسی با دیدگاه‌ها یا برنامه‌های اقتصادی آن‌ها دیده نمی‌شود. حتی احزاب سوسیالیست و چپ هم، فراتر از شعارزدگی‌های ایدئولوژیک و یا ضرورت‌های موثر بر سازماندهی‌های تشکیلاتی، جمع‌آوری نیروی حزبی و نفوذ سیاسی به اجزای طبقات محروم و فقیر، هرگز نتوانسته‌اند به طور جدی به طرح مطالبات اقتصادی صرف و متمرکز بر تحلیل طبقاتی و دیدگاه‌های اقتصادی، اکتفا کنند.

همین وضعیت، در خصوص جنبش‌های اجتماعی ایران نیز مشاهده می‌شود. در طول تاریخ یکصد سال گذشته، مسئله اساسی جنبش کارگران یا فعالان محیط زیست یا کنشگران حوزه‌های متنوع حقوق زنان و حتی جنبش دانشجویی یا سایر نهادهای جامعه مدنی و انجمن‌های مردم‌نهاد، «حق حیات» و «توسعه سیاسی» بوده است و نه بیشتر. هرگز و در هیچ دوره‌ای، جنبش‌های اجتماعی ایران، فرصتی برای طرح مطالبات صنفی و طبقاتی پیدا نکرده‌اند؛ چرا که با برآورده نشدن پیش‌نیازهای بی‌جایگزین و فراهم نبودن حقوق ابتدایی تری مانند دموکراسی، حقوق بشر و امنیت در کلیه صور قضایی، اقتصادی و سیاسی و به جهت ناپایداری سازمان‌های صنفی و فضای امنیتی جامعه، نوبت به طرح مطالبات پسینی نرسیده است. جامعه کارگری ایران هنوز اندر خم به رسمیت رساندن و فعال‌سازی سندیکاهای مانده است و با تجربیاتی مانند جنبش کارگری فرانسه که به چانه‌زنی‌های صنفی و طبقاتی با هیئت حاکمه در خصوص سهم پرداخت منابع مالی تامین اجتماعی یا تلاش برای برخورداری از سایر شاخص‌های حقوق بنیادین کار مشهور است، آشنایی ندارد. می‌توان بر این وضعیت شوریید و معترض شد. اما قصد این نوشتار، ارزیابی و تحلیل جامعه‌شناختی مسئله است و نه موضع‌گیری سیاسی یا اعتراض حزبی.

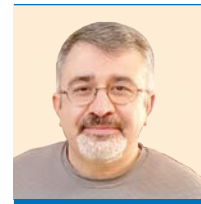
در طول بیش از یکصد سال که از ورود جامعه ایران به مناسبات تاثیر گرفته از روند نوسازی اجتماعی و مدرنیسم می‌گذرد، منازعات تاریخ معاصر و راه‌حل‌ها و مطالبات فراگیر جامعه ایران، همواره ماهیت سیاسی داشته‌اند و این واقعیت انکارناپذیر در شعارها و آرمان‌های انقلاب مشروطه، نهضت ملی و انقلاب اسلامی مانند «حاکمیت قانون، استقلال، آزادی، حاکمیت ملت و حقوق بشر» تبلور یافته است. بررسی اسناد تاریخی و مواضع انتشار یافته در بیانیه‌ها و مواضع صریح احزاب ایران، حتی احزاب چپ مانند حزب توده ایران یا گروه‌های چریکی مارکسیستی حکایت می‌کنند که عدالت اقتصادی،

در طول تاریخ تمدن و از زمان پیدایش «عقل انتزاعی» و ظهور شاخص‌هایی که از آن‌ها به «فرهنگ انسانی» تعبیر می‌شود، «انسان خردورز» بنا بر ضرورت‌های عینی و بر اساس رشد نظام‌های ارتباطی، با مفاهیم پایه مالی که مرتبط با حیات اقتصادی و روابط اجتماعی‌اش به شمار می‌رفته است، مانند بازار، پول، سرمایه، مبادله، کالا، سود، کم‌فروشی، عدالت و نظایر آن به مثابه ارزش‌های اخلاقی و مبانی ارتباطات مالی آشنا می‌شود، اما «اندیشه اقتصادی» علم یا مجموعه علوم و دیدگاه‌های متاخری است که متأثر از فرآیند توامان انقلاب صنعتی و نتایج رشد سرمایه‌داری، از اواخر قرن هجدهم میلادی به بعد که انسان عصر جدید به مفاهیم نو مانند «صرف بهینه از منابع محدود» و بهره‌گیری از داده‌ها و روش‌های ریاضی در تحلیل پدیده‌های انسانی نائل آمد، آغاز می‌شود و توسعه پیدا می‌کند.

«اندیشه اقتصادی» شامل تاریخ اقتصاد، موضوعات، جهت‌گیری‌ها، گرایش‌ها و الگوهایی می‌شود که نظریه‌های مدرن راجع به چگونگی و ترتیب ترجیحات ذهنی شهروندان یا اجتماعات انسانی را در امور تولید، توزیع و مصرف، تبیین کرده و منشأ مالکیت، روابط کار و ماهیت ارزش افزوده را توضیح می‌دهد. این علم، بنا بر شیوه‌های علمی و محاسباتی، پدیده‌ها و روابط اقتصادی را تفسیر می‌کند و به شیوه‌های گوناگون دستیابی به انواع نظم اقتصادی، الگوهای عدالت‌گرایانه و دربرگیرنده الزامات و ساختارهای تامین اجتماعی، نظام‌های بانکی، مالیاتی و گمرکی و یا برنامه‌های فردگرایانه رشد و توسعه اقتصادی می‌پردازد که بر ارتقای ارزش پولی، بهبود درآمد سرانه و تکمیل و اصلاح ظرفیت‌های معیشتی اثرگذارند.

به طور طبیعی، انتظار می‌رود که گزینش هر سنخ اندیشه اقتصادی، در طرح مطالبات، آرمان‌ها، چشم‌اندازها و اهداف اقتصادی موثر باشد. در جوامع توسعه‌یافته اعم از مدل‌های متنوع دموکراتیک و یا توتالیتر، میان مشی، برنامه‌ها و عملکرد احزاب و فعالان سیاسی با دیدگاه‌های اقتصادی آن‌ها، رابطه‌ای جدی مطرح است که موید طرح مطالبات، جهت‌گیری‌ها و مرزبندی میان دسته‌بندی‌های گوناگون سیاسی می‌شود. به عبارت دیگر، ضرورت تشکیل احزاب گوناگون در هر کشور توسعه‌یافته، افزون بر اهداف و چشم‌اندازهای سیاسی، تابعی است از گرایش‌ها و مطالبات اقتصادی متمایز از هم و تعامل بنیادینی که میان احزاب سیاسی با طبقه اقتصادی یا اصناف خاصی وجود دارد و برسراننده پایگاه رای ایشان و زمینه‌ساز ورود به ساختار قدرت است یا اثرگذاری بر آن و ارتباط با توده‌ها را فراهم می‌آورد.

در ایران اما وضع بدین صورت نیست و اگرچه مجادله قدیمی «تقدم آزادی یا عدالت؟» همواره مطرح و منشأ مرزبندی‌های



مهدی معتمدی‌مهر

پژوهشگر مسائل اجتماعی

چرا باید خواند:

اگر می‌خواهید

درباره اندیشه

اقتصادی و عدالت در

برنامه‌های احزاب

و سیاستمداران در

ایران بدانید، خواندن

این مقاله به شما

توصیه می‌شود.

آزادی، حقوق بشر و غلبه بر ارکان استبداد که پایه‌ای‌ترین مفاهیم عصر جدید و نازل‌ترین سطح حقوق و مطالبات اولیه انسان مدرن به شمار می‌روند، مهم‌ترین خواسته‌ها و مسائل جامعه ایران قلمداد می‌شوند. در یک جامعه پیشامدومکراتیک یا توسعه‌نیافته، نه «حکومت» و نه «ملت» از ظرفیت و سرمایه اجتماعی لازم برای دستیابی به توسعه و رشد اقتصادی بهره نمی‌برند و هرگز نوبت به طرح صادقانه و موثر هیچ مطالبه دیگری نمی‌رسد.

ضرورت تشکیل
احزاب گوناگون
در هر کشور
توسعه‌یافته،
افزون بر اهداف
و چشم‌اندازهای
سیاسی، تابعی
است از گرایش‌ها و
مطالبات اقتصادی
متمايز از هم و
تعامل بنیادینی
که میان احزاب
سیاسی با طبقه
اقتصادی یا
اصناف خاصی
وجود دارد که
برسازنده پایگاه
رای ایشان و
زمینه‌ساز ورود
به ساختار قدرت
است یا اثرگذاری
بر آن و ارتباط با
توده‌ها را فراهم
می‌آورد

اخلاقی و فرهنگی، تنها با راه‌حل سیاسی مواجه است و این که احزاب و فعالان سیاسی به طرح مطالبات معیشتی و جهت‌گیری‌های اقتصادی نمی‌پردازند، نه از سر مسئولیت‌گریزی، تنبلی، ترس یا عدم شناخت، بلکه ناشی از وضعیتی تحمیلی و ممانعتی متعمدانه و ساختاری در برابر فرآیند گذار به دموکراسی، تحقق حاکمیت قانون و وصول به شیوه‌ها، الگوها و الزاماتی است که از توان ایجاد «حاکمیت مطلوب» و تقویت نهادهای جامعه مدنی، شفافیت، نظم عمومی، توسعه پایدار، عدالت اجتماعی و سیاسی و مشارکت عمومی برخوردارند.

ارزیابی شرایط ایران و نگاهی گذرا به تاریخ جهان نشان می‌دهد که تا مسئله «آزادی» و «دموکراسی» در ایران به سرانجام نرسد، مسئله «تن» و «عدالت» و «فساد» و «تبعیض» و «فقر» حل نخواهد شد و تا شهروند ایرانی در موضع «شهروندی» قرار نگیرد، سایر مطالبات صنفی، اقتصادی یا اجتماعی‌اش قابل طرح در عرصه عمومی نبوده و فراگیر نخواهند شد و بلکه در حصار اراده‌گرایانه شعارهای پوپولیستی و ضرورت‌های جناحی و حزبی باقی خواهند ماند.

در یک جامعه پیشامدومکراتیک یا توسعه‌نیافته، نه «حکومت» و نه «ملت» از ظرفیت و سرمایه اجتماعی لازم برای دستیابی به توسعه و رشد اقتصادی بهره نمی‌برند و هرگز نوبت به طرح صادقانه و موثر هیچ مطالبه دیگری نمی‌رسد.

در چنین شرایطی، مطالبات اقتصادی و صنفی و طرح «عدالت» فراتر از تجلیات ارزشی و شعاری، محقق نخواهد شد. چرا که در جهان مدرن که اندیشه اقتصادی، حاکم بر روابط و متمایزسازنده و توضیح‌دهنده دسته‌بندی‌های سیاسی و اجتماعی است، انسان منهای آزادی و نابخوردار از حقوق اساسی و سازمان‌یافتگی سیاسی و اجتماعی، از کرامت شهروندی حتی در معنای حداقلی هم برخوردار نیست و اصولاً شهروندی او به رسمیت شناخته نشده است. نخست باید محرز شود که حکومت‌ها با «شهروندان» مواجه‌اند و نه با «توده‌های پراکنده» و «رعیت‌ها». آن‌گاه به طور طبیعی و به ساده‌ترین نحو، مطالبات صنفی، اقتصادی، عقیدتی و حتی نگرش‌های ضدتبعیض در حوزه‌های جنسیتی و نژادی و قومی به فرجام خواهند رسید. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **هنوز، اهداف عمده یا هدف بنیادین جنبش مشروطه محقق نشده‌اند و شهروند ایرانی به رغم آن که به طور جدی در طول دهه‌های پیشین، خواستار «حقوق شهروندی» و «حق حاکمیت ملت» بوده است، اما هنوز از حداقل استانداردهای ناظر بر تحقق حاکمیت قانون و حقوق ملت برخوردار نیست، در جایگاه مدنی شهروندی قرار ندارد و از مشارکت دموکراتیک در سرنوشت سیاسی خویش، محروم مانده است.**
- ▶ **هرگز و در هیچ دوره‌ای، جنبش‌های اجتماعی ایران، فرصتی برای طرح مطالبات صنفی و طبقاتی پیدا نکرده‌اند؛ با برآورده نشدن حقوق ابتدایی نری مانند دموکراسی، حقوق بشر و امنیت در کلیه صور قضایی، اقتصادی و سیاسی و به جهت ناپایداری سازمان‌های صنفی و فضای امنیتی جامعه، نوبت به طرح مطالبات پسینی نرسیده است.**
- ▶ **اگر چه در ایران مجادله قدیمی «تقدم آزادی یا عدالت؟» همواره مطرح و منشأ مرزبندی‌های ساختاری و زدوخورد‌های سیاسی بوده است، اما در تراز امری واقعی، نسبت تعیین‌کننده‌ای میان برنامه‌ها، فلسفه وجودی و منطق عملکرد احزاب و فعالان سیاسی با دیدگاه‌ها یا برنامه‌های اقتصادی آن‌ها دیده نمی‌شود.**

سوسیالیسم، حکومت طبقه کارگر و منافع محرومان، هرگز به طور فراگیر و در تراز شعارها و مطالبات سیاسی یادشده مطرح نبوده‌اند.

در دعوای حزبی یا مناقشات فکری و قلمی بر سر تقدم «استبداد، استعمار، استعمار و استثمار» به عنوان مسئله اصلی ایران معاصر، طرفداران نظریه «استثمار» و جریاناتی که تضاد اصلی را میان «خلق و امپریالیسم» یا «خلق و سرمایه» تبیین می‌کردند، نه تنها در اقلیت محض قرار دارند، بلکه خودشان نیز، در مقام عمل و در راستای پیشبرد حضور اجتماعی و اثرگذاری بر افکار عمومی، ترجیح می‌دهند که تأکید اصلی‌شان بر مطالبه آزادی‌های اساسی و غلبه بر استبداد صورت پذیرد. از همین روست که طبقه متوسط شهری، افزون بر اثرگذاری انکارناپذیر بر ساختار مطالبات عمومی و ماهیت آرمان‌های اجتماعی، از بالاترین سهم انسانی در کمیت کادر موسس یا هیئت رهبری احزاب چپ ایران برخوردار بوده است.

در سالیان اخیر و متأثر از نزول پایگاه اجتماعی اصلاح‌طلبان و بحران‌هایی که حوزه ورود و اثرگذاری احزاب سیاسی را محدود کرده‌اند، برخی احزاب یا فعالان سیاسی دموکراسی‌خواه و اصلاح‌طلب، در راستای نقد عملگرایانه و آسیب‌شناسی «اصلاحات» و به منظور برون‌رفت از بن‌بست کنونی یا کاهش هزینه‌های سیاسی و امنیتی، به طرح ضرورت عبور از «توسعه سیاسی» به «توسعه اقتصادی» و جایگزین‌سازی اراده‌گرایانه شعارها و گفتمان «عدالت‌خواهانه» به جای گفتمان و مطالبات «آزادی‌محور» پرداخته و گفته‌اند که باید به جای مسئله آزادی، بر ضرورت عدالت تأکید کنیم، اما همین احزاب و جریانات نیز در عمل، هنوز در چارچوب الزامات صرف سیاسی استقرار دارند و هنوز هم مهم‌ترین مطالبه و پیگیری‌شان بر سر مسائلی مانند نظارت استصوابی و ممانعت از راهیابی به ارکان قدرت است که ماهیت مطلق سیاسی دارند.

یگانه پاسخی که بر این وضعیت نامتوازن جامعه سیاسی ایران وجود دارد و دلایل فروماندگی در امر سیاست و ناتوانی از طرح مطالبات غیرسیاسی از جمله دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و الزامات اقتصادی را توضیح می‌دهد، این واقعیت است که هنوز، اهداف عمده یا هدف بنیادین جنبش مشروطه محقق نشده‌اند و شهروند ایرانی به رغم آن که به طور جدی در طول دهه‌های پیشین، خواستار «حقوق شهروندی» و «حق حاکمیت ملت» بوده است، اما هنوز از حداقل استانداردهای ناظر بر تحقق حاکمیت قانون و حقوق ملت برخوردار نیست، در جایگاه مدنی شهروندی قرار ندارد و از مشارکت دموکراتیک در سرنوشت سیاسی خویش، محروم مانده است.

ملت ایران در انقلاب اسلامی شعار آزادی، استقلال، جمهوریت و توسعه را سر داد اما جامعه سیاسی ایران و زمینه‌های اجتماعی ناشی از رسوبات فرهنگ استبدادی، به ضرورت بی‌بدیل و زیرساختی تحقق حاکمیت قانون و الزام حاکمیت به پذیرش محدودیت‌های قانونی، تن نداد. از همین رو، با وجود منهدم ساختن نظام خودکامه پهلوی و برخی پیشرفت‌های اجتماعی و دستاوردهای اقتصادی و صنعتی، زمینه‌ها و ساختارهای اثرگذار بر بازتولید قانون‌گریزی، خشونت، فساد و تبعیض ساختاری بر جای ماند و جامعه ایران اعم از حاکمیت و اجزایی عمده از توده‌های مردم اعم از گرایش‌های سنت‌گرایانه یا روشنفکرانه، همچنان بر مدار توسعه‌نیافتگی و حتی توسعه‌گریزی و دموکراسی‌هراسی قرار دارند.

اتفاقی نیست که جامعه سیاسی ایران به رغم ابتلا به بحران‌های عظیم و ساختاری در عرصه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی و حتی

مدرسه‌زدایی یا فرصتی برای بازبینی

کرونا سیستم آموزشی را تغییر می‌دهد؟

نظام آموزش سنتی با شیوع ویروس کرونا دچار چالش‌های جدی شد؛ این چالش‌ها در چه حوزه‌هایی قابل بازبینی و یا ادامه است؟ آیا این شیوه آموزشی توانسته چالش‌ها را برطرف کند و در ادامه مسیر خود دچار چه موانعی در حوزه آموزش انسانی خواهد بود؟

بازتاب

به پیش می‌رود، در دیگر کشورهای جهان نیز، بیش یا کم، اوضاع همین است. به تازگی، آن هم تنها در چند کشور، برای نمونه فنلاند - که در آموزش و پرورش جهان، الگو و پیشرو بهسازی به شمار می‌رود - خبرهایی از یک سری دگرگونی‌های بنیادی، در آموزش مدرسه‌ای (از پیش‌دبستانی تا پایه ۱۲) به گوش می‌رسد. اما تا دگرگونی بنیادین آموزش مدرسه‌ای، هنوز راه درازی در پیش است. کار کرونا این بود که آموزش مدرسه‌ای دیرینه‌ای را که ما سخت به آن خو کرده‌ایم و جور دیگری نمی‌توانستیم تصور کنیم به تعطیلی کشاند و فرصتی به ما داد تا آموزش متفاوتی را تجربه کنیم. همین ذهن ما را به اندیشیدن به آموزش‌شناسی، آموزش‌گری و آموزش‌دانی دیگری می‌کشاند. گرچه ما آموزش مجازی را در خدمت آموزش مدرسه‌ای سنتی قرار دادیم اما همین هم که رخ داد/ می‌دهد قدرت نهفته آموزش مجازی را نشان داد/ می‌دهد. آموزش مجازی دوران کرونا، ساعت‌های آموزش را تغییر داد. آموزگار، درس خود را ارائه می‌داد و دانش‌آموز می‌توانست آن را هر وقت که دوست داشت گوش کند. در زمان ارائه درس لزومی نداشت که دانش‌آموز، حاضر باشد؛ می‌توانست نباشد و بعداً بیاید و درس را گوش کند. زمان آزمون هم، مثلاً به بعدازظهرها کشیده شد؛ لزومی نداشت که آزمون‌ها صبح برگزار شوند. کلاس‌ها، راس ساعت ۸ یا یک ربع به ۸ آغاز نمی‌شدند، حضور و غیابی هم انجام نمی‌شد (شاید در همه مدرسه‌ها این گونه نبوده و مقررات سفت و سخت‌تری اجرا شده باشد اما دست کم در برخی مدرسه‌ها این گونه بود).

تا همین جا می‌توان پذیرفت که زمان آموزش، کمی تغییر کرد. شاید چیز چندان مهمی به نظر نرسد و گفته شود که با بازگشایی مدرسه‌ها، دوباره به وضعیت گذشته برخواهیم گشت، اما شاید آغاز یک دگرگونی بزرگ‌تر باشد. آزمون‌های برخط آنلاین‌ای هم که ما گرفتیم اعتبار گذشته را نداشتند. نسبت به گذشته، درصد خیلی بیشتری از بچه‌ها، تقلب کردند. یک بار به‌طور اتفاقی، حدود ۱۰ پسر یازدهم دبیرستان را دیدم که تازه آزمون زیست‌شناسی را به‌طور گروهی و در خانه یکی از هم‌کلاسی‌هایشان برگزار کرده بودند و داشتند به این آزمون‌های برخط می‌خندیدند که گروهی و کتاب‌باز هستند! برخی دانش‌آموزان، خودشان آزمون ندادند و پرسش‌های آزمون را پدر- مادر، برادر، خواهر، دوست، آشنا و حتی برخی آموزگاران دیگر پاسخ دادند. این کارها، ناخواسته، به اعتبارزدایی از آزمون کمک می‌کنند. آموزش آینده، شاید به سمت و سویی برود که در آن آزمون، جایگاه مهم کنونی را نداشته باشد. آموزش مجازی، فضا را برای نزدیک شدن به برخی دگرگونی‌های مهم در آموزش مدرسه‌ای سنتی فراهم می‌کند و کرونا که آموزش مجازی را بسیار گستراند تجربه برخی از این دگرگونی‌ها را در اختیار ما نهاد. از دیرباز برخی منتقدان آموزش سنتی به نقد قانون‌هایی پرداخته‌اند که بر این آموزش فرمان می‌راند. برخی از این منتقدان همچون ایوان ایلیچ از «مدرسه‌زدایی از جامعه» سخن گفته‌اند. در جامعه خود ما هم دکتر علی شریعتی در کتاب «مکتب و تعلیم و تربیت» به نقد پاره‌ای از نظم و مقررات آموزش مدرسه‌ای پرداخته‌اند. شریعتی با انتقاد از گذاشتن همه دانش‌آموزان هم‌سن و سال در یک کلاس و مجبور کردن همه آنها به یادگیری یک محتوا در یک سال می‌نویسد: «معلم،

کرونا یک شوک بود و روند معمول زندگی و از آن میان آموزش را به هم زد. مدرسه‌ها را به تعطیلی کشاند و به زور، آموزش مجازی را بیش و جدی‌تر از پیش، به درون زندگی ما انسان‌ها پمپاژ کرد. تا پیش از کرونا، به هیچ رو آموزش مجازی در این سطح گسترده، وجود نداشت و جدی گرفته نمی‌شد. دانش‌آموزان، دانشجویان، پدر- مادران، آموزگاران، استادان و روی هم رفته همه کسانی که با آموزش در پیوند هستند هم‌اکنون آموزش مجازی را تجربه کرده‌اند و اهمیت آن را درک کرده‌اند و بعید است به این زودی‌ها خاطره آن را فراموش کنند. نکته مهم همین تجربه و فراموش نکردن است. آموزش مجازی، از سایه به روشنایی آمده و از فانتزی به واقعیت جدی زندگی بدل گشته است؛ گیرم برای چند ماهی یا حتی سالی. کرونا، آموزش مجازی را به بخشی از واقعیت آموزش تبدیل کرد و نشان داد که جهان مجازی، از قضا خیلی هم واقعی است. پس بعید نیست که از این به بعد، پیایی یا گه‌گاه، فیل مان یاد هندوستان کند و بخواهیم در بخش بیشتری از آموزش، از فضای مجازی بهره بگیریم. آموزش مجازی، در سطحی گسترده، تجربه شده است و بنابراین می‌توان انتظار داشت که در نظریه‌پردازی‌های حرفه‌ای و آماتور آموزشی، بیشتر به آن توجه شود و همین، چه‌بسا خودش باعث دگرگونی‌های سطحی یا بنیادین در آموزش مدرسه‌ای شود. آموزش مجازی، ناخواسته و البته خیلی جدی و گسترده، پا به آموزش مدرسه‌ای سنتی نهاده است. این که چه بلایی به سر آن بیاورد، پیدا نیست اما بعید است به آسانی و بدون دگرگونی کم یا زیاد، پا از آن بیرون بگذارد. راست این است که آموزش مدرسه‌ای ایران، از زمان راه‌اندازی تاکنون، دگرگونی بنیادین به خود ندیده است و مدرسه‌ها و کلاس‌های ما، تقریباً همان‌هایی هستند که صد سال پیش بودند. به سخن دیگر، از صد سال پیش تاکنون، آموزش مدرسه‌ای از ساختار و قانون‌هایی تقریباً یکسان پیروی کرده است. حکومت‌ها آمده‌اند و رفته‌اند و به پیروی از این آمد و شده‌اند، درون‌مایه سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی علمی کتاب‌های درسی تغییر کرده‌اند. وایت بورد و تخته‌های هوشمند، در برخی مدرسه‌ها، به جای تخته سیاه ایستاده‌اند. برخی مدرسه‌ها، هوشمند شده‌اند، سایت رایانه‌ای دارند و در هر کلاس، لپ‌تاپی گذاشته‌اند. اما ساختار کاری آنها فرق چندانی با مدرسه‌های صد سال پیش ندارد. مدرسه همان مدرسه است. خانواده‌ها از یک زمانی که خیلی هم دور نیست تصمیم گرفتند کودکان‌شان را به روشی خاص آموزش دهند و آن روش همچنان در آموزش مدرسه‌ای بر جای مانده است. البته این تنها در ایران نیست که مدرسه سال‌هاست بدون دگرگونی بنیادین



مهدی بهلولی

کارشناس حوزه آموزش و پرورش

چرا باید خواند:

اگر به مسائل و

موضوع‌های حوزه

آموزش علاقه‌مند

هستید، خواندن این

مقاله به شما توصیه

می‌شود.

آموزش مجازی فضا را برای نزدیک شدن به برخی دگرگونی‌های مهم در آموزش مدرسه‌ای سنتی فراهم می‌کند و کرونا که آموزش مجازی را بسیار گستراند تجربه برخی از این دگرگونی‌ها را در اختیار ما نهاد. از دیرباز برخی منتقدان آموزش سنتی به نقد قانون‌هایی پرداخته‌اند که بر این آموزش فرمان می‌راند.

چستی آموزش چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای

ژائو از آموزش چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای و براساس توانمندی‌های دانش آموز دفاع می‌کند. در اینجا بد نیست کمی درباره این آموزش توضیح دهیم. آموزش میان‌رشته‌ای و چندرشته‌ای، بر روی یک پیوستار می‌نشیند؛ پیوستاری که از گونه‌های ظرف آغاز می‌شود و به گونه‌های رادیکال پیش می‌رود. در سوسی ظرف پیوستار، میان‌رشته‌ای موضوع‌هایی از دیسپلین‌های مختلف تلقی می‌شود که به نوعی به یک موضوع کلی مربوط می‌شوند. بنابراین در این مطالعات، دو دیسپلین یا بیشتر، دانش دیسپلینی خاص خود در یک موضوع مشترک را به کار می‌گیرند. در ادامه این پیوستار، نگرشی دیگر تعامل استحکام‌بخشی مرزهای دیسپلینی و جای نقد دیالکتیکی رادیکال دوطرفه حوزه‌های متضاد را باز می‌گذارد. این دیدگاه ممکن است در عین حفظ یکپارچگی شدید دیسپلینی، صرفاً نقد و تبادل انتقادات نظرات را به کار ببرد. با حرکت بیشتر در امتداد پیوستار، گونه دیگری از میان‌رشته‌ای رخ می‌نماید که بر این استوار است که برخلاف چند دیسپلینی که طرفداران آن نیاز نیست که راجع به امور با یکدیگر به بحث بپردازند این گونه میان‌رشته‌ای‌ها، کمتر نیازمند کم و بیش تلفیق بوده و حتی تا حدودی ملزم به اصلاح و تعدیل زیربخش‌های دیسپلینی هستند. در سر دیگر پیوستار، میان‌رشته‌ای دیدگاه فروپاشی مرزهای دیسپلینی و رخ نمودن یک دیسپلین جدید وجود دارد. این نوع میان‌رشته‌ای را معمولاً تحت عنوان فرارشته‌گی می‌شناسند. تمایز میان چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای هم این است که اولی از ترکیب چند رشته مجزا حاصل می‌شود و دومی کلیت و وحدت کامل را در نگاه به هر موضوع دارد. در واقع در چندرشته‌ای «همجواری رشته‌های گوناگون» رابطه آشکار بین رشته‌ها، دیده نمی‌شود. مثلاً تلفیق موسیقی، ریاضی و تاریخ در یک برنامه درسی، در این نوع، هم‌زمان از طریق چند نظام رشته‌ای «با اصول سازمان‌دهنده رشته‌های مختلف»، یک پدیده، موضوع یا مسئله بررسی می‌شود. در اینجا تمرکز رشته‌های مختلف بر روی یک مسئله است، بدون اینکه تلاش مستقیمی برای ارتباط بین آنها صرف یا دنبال شود.

بحث این است که آموزش مجازی در دوران کرونا، دگرگونی‌هایی در آموزش مدرسه‌ای سنتی پدید آورد. تا اینجا کار این دگرگونی‌ها، از ژرفای زیادی برخوردار نیستند اما تجربه یک نوع آموزش دیگر را فراگیر کردند؛ تجربه‌ای که بعید است بدون هیچ اثری بر آموزش مدرسه‌ای سنتی، از یادها برود. زمان‌های آموزش، بخش‌بندی دانش برای آموزش، کنار هم گذاشتن دانش‌آموزان براساس سن و سال، درون‌مایه درس‌های آموزشی و خیلی از قاعده‌های کنونی آموزش مدرسه‌ای، در آینده می‌تواند دگرگون شود و کرونا احتمالاً در این داستان دگرگونی آموزش مدرسه‌ای، حضور خواهد داشت. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

▶ آموزش مجازی، در سطحی گسترده، تجربه شده است و بنابراین می‌توان انتظار داشت که در نظریه پردازی‌های حرفه‌ای و آمانور آموزشی، بیشتر به آن توجه شود و همین، چه بسا باعث دگرگونی‌های سطحی یا بنیادین در آموزش مدرسه‌ای شود.

▶ آموزش مدرسه‌ای ایران، از زمان راه‌اندازی تاکتون، دگرگونی بنیادین به خود ندیده است و مدرسه‌ها و کلاس‌های ما، تقریباً همان‌هایی هستند که صد سال پیش بودند.

▶ آموزش مجازی در دوران کرونا، دگرگونی‌هایی در آموزش مدرسه‌ای سنتی پدید آورد. تا اینجا کار این دگرگونی‌ها، از ژرفای زیادی برخوردار نیستند اما تجربه یک نوع آموزش دیگر را فراگیر کردند؛ تجربه‌ای که بعید است بدون هیچ اثری بر آموزش مدرسه‌ای سنتی، از یادها برود.

▶ زمان‌های آموزش، بخش‌بندی دانش برای آموزش، کنار هم گذاشتن دانش‌آموزان براساس سن و سال، درون‌مایه درس‌های آموزشی و خیلی از قاعده‌های کنونی آموزش مدرسه‌ای، در آینده می‌تواند دگرگون شود و کرونا احتمالاً در این داستان دگرگونی آموزش مدرسه‌ای، حضور خواهد داشت.

پلیس راه نیست که رانندگان را مقید کند که سبقت نگیرند و فاصله دوساعته مبدأ تا مقصد را شش‌ساعته طی کنند! و در جای دیگری از همین کتاب می‌نویسد: «یکی از برجسته‌ترین خصائص نوع انسان فردیت و به عبارت بهتر شخصیت است. هیچ نوعی چون انسان، فاصله میان دو «فرد»ش، تا این اندازه نیست... بنابراین درست است که ضرورت‌های عملی و اداری، نظم‌های ثابت، قالب‌های تعیین‌شده و احکام یکنواخت و ملاک‌های مشترک را اقتضا دارد ولی در این ضرورت‌های عملی و اداری - که متأسفانه هر چه پیشتر می‌رویم، بیشتر می‌شود- انسان‌ها، قالب‌ریزی می‌شوند و آنچه از دست می‌رود، رشد آزاد و متنوع انسان است.» البته شریعتی در این کتاب، به گمان این نگارنده، به اسطوره‌سازی از مکتب‌خانه می‌پردازد و مکتب را نهاد آموزشی آزادی-بنیاد جلوه می‌دهد که با تاریخ آن، همخوان نیست اما انتقادهای او به آموزش مدرسه‌ای، درخور درنگ و ارزشمند است؛ به‌ویژه از این نظر که در کشور ما، توجه به آموزش و آسیب‌شناسی آن، در میان روشنفکران چندان باب نبوده است و نیست.

فرصت‌های بازنگری آموزش سنتی

با گسترش کووید-۱۹ برخی اندیشه‌ورزان آموزشی، پیشنهاد دادند که تهدید کرونا را فرصت بدانیم و از آن برای دگرگونی بنیادین در آموزش مدرسه‌ای بهره بگیریم؛ «یانگ ژائو» یکی از همین افراد است. ژائو، استاد ممتاز در مدرسه عالی دانشگاه ایالت کالزاس آمریکا و استاد رهبری آموزشی در دانشکده تحصیلات تکمیلی آموزش و پرورش ملیون استرالیا است. او پیش از آن در کرسی ریاست و مدیر موسسه آموزش جهانی و برخط در دانشکده آموزش و پرورش دانشگاه ایالت اورگن کار کرده است. در دانشگاه اورگن او همچنین استاد بخش سنجش، سیاست و رهبری آموزشی بوده است. یانگ ژائو، پیش از اورگن، استاد ممتاز دانشگاه در دانشکده آموزش و پرورش دانشگاه ایالت میشیگان بوده که به عنوان مدیر بنیان‌گذار مرکز آموزش و فناوری، مدیرعامل موسسه کنفیسوس و همچنین مدیرعامل مرکز آمریکایی-چینی پژوهش درباره برتری آموزشی هم کار کرده است. ژائو، زاده کشور چین است و تادوره لیسانس در چین بوده اما تحصیلات تکمیلی خود را در آمریکا انجام داده است. کارهایش بر الزامات جهانی شدن و فناوری در آموزش متمرکز است. تاکنون از او بیش از ۱۰۰ مقاله و ۳۰ کتاب منتشر شده است. ژائو در دو یادداشت پیاپی که به تازگی منتشر کرد به نقد آموزش مدرسه‌ای سنتی پرداخت و فرصت را مناسب برای بازنگاری آموزش و پرورش دید و این که آموزش و پرورش از این فرصت بهره بگیرد و به سوی آموزش چندرشته‌ای و میان‌رشته‌ای برود. او از «دستور زبان» آموزش مدرسه‌ای (ساختارها و قاعده‌های منظمی که کار آموزش را سازماندهی می‌کنند و کردارهای سازمانی استاندارد شده در تقسیم زمان و مکان، دسته‌بندی دانش‌آموزان و پخش آنها در کلاس‌های درس و تکه‌تکه کردن دانش در درون موضوع‌های درسی) سخن گفت که آن چنان طبیعی و خودپیدا [بدیهی] جلوه می‌کند که اندیشه دگرگون کردن آنها نیز به ذهن کمتر کسی خطور می‌کند. او به نقد جدول‌های زمانی برنامه درسی، تکه‌تکه کردن دانش و ریختن آن در درون موضوع‌های درسی، و گروه‌بندی بچه‌ها بر اساس سن و سال پرداخت. ژائو یادداشت نخست خود را این‌گونه آغاز کرد: «پنیر سویا پنیر نیست» چیزی است که من به گروهی از آموزشگران دبستان کواری بای (ESF)، بنیاد مدرسه‌های انگلیسی، مدرسه‌ای در هنگ‌کنگ، گفتم که مصمم به تبدیل بحران کووید-۱۹ به فرصتی برای بازنگاری آموزش و پرورش است. پنیر سویا، پنیر نیست پس ما، نه باید از آن انتظار بو و مزه یکسانی با پنیر داشته باشیم و نه نیازی به وانمود این داریم که پنیر سویا مزه و بویی همانند پنیر می‌دهد. پیامی که من کوشیدم برسانم این است که ما باید این حقیقت را بپذیریم که هم‌اکنون مدرسه‌ها بسته‌اند و نیازی به وانمود این نداریم که می‌توانیم آموزش برخط را همانند مدرسه‌های رو در رو ارائه دهیم. به‌جایش، ما باید از این موقعیت تازه حداکثر بهره را ببریم. آموزش برخط نمی‌تواند جایگزین همه نقش‌هایی شود که مدرسه‌ها در جامعه ما بازی می‌کنند اما می‌تواند کاری خیلی بیش از نسخه کوچک و کم‌اهمیت‌تر آموزش مدرسه‌ای رو در رو انجام دهد.»

کرونا و کار آفرینی: تهدید یا فرصت؟

تحلیلی بر تاثیر کووید-۱۹ بر اقتصاد جهان

در شرایط شیوع ویروس کرونا و آسیب دیدن کسب و کار، کار آفرینان چه مسیری را باید برای ادامه راه انتخاب کنند؟ آیا فرصت‌ها و تدبیرهای قبل از شیوع ویروس کرونا می‌تواند راهگشای وضعیت فعلی باشد؟ راهکار جدید کدام است؟ این مقاله را بخوانید.

تجارت الکترونیک، عرش گستر



نسیم توکل

کار آفرین و مدیرعامل گروه تجارت الکترونیک، عرش گستر

چرا باید خواند:

اگر می‌خواهید

درباره فرصت‌ها و

تهدیدهای ناشی از

شیوع ویروس کرونا

در حوزه کار آفرینی

پدایتید، خواندن این

مقاله به شما توصیه

می‌شود.

این بیماری به یک بحران کامل جهانی و اعمال محدودیت‌های گسترده در زمینه ارتباطات اجتماعی بوده است، در نتیجه با توجه به افت شدید بازارهای سهام جهان و کاهش ارتباطات اجتماعی، باید خود را برای رگردهای بزرگ‌تر اقتصادی نیز آماده کنیم.

کاهش تقاضا: نتیجه مستقیم شیوع کرونا

رکود اقتصادی ناشی از کووید ۱۹، بیش از هر چیز منجر به کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان و کاهش ارتباطات مردمی شده است. در نتیجه، بسیاری از صنایع جهان با افت تقاضا مواجه شده‌اند که نمونه بارز آنها صنایعی مانند گردشگری و حمل‌ونقل هستند. کم شدن تقاضای مصرف‌کنندگان در رأس زنجیری قرار دارد که به مرور، دیگر رویدادهای اجتماعی جهان را مختل خواهد کرد. با کاهش تقاضا در صنایعی مانند اتومبیل، نفت یا حمل‌ونقل، لزوم کمک دولت‌ها بیش از پیش احساس می‌شود، اما دولت‌ها نیز محدودیت‌های خود را داشته و در نتیجه صنایع مذکور برای پوشش دادن هزینه‌های خود، مجبور به کم کردن تعداد کارمندان و دیگر هزینه‌های جاری می‌شوند؛ در پایان نیز مردمی که شغل خود را از دست داده یا با کاهش درآمد مواجه شده‌اند، در تشدید روند کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان سهیم می‌شوند و این رویکرد، به صورت زنجیروار تمام بخش‌های یک جامعه را درگیر کرده و رکود اقتصادی بزرگی را رقم خواهد زد.

کرونا نه اولین بحران جهان است، نه آخرین!

تجربه زیسته جوامع جهانی که بحران‌های دیگری را در گذشته از سر گذرانده‌اند، می‌تواند تا حدی راهگشا باشد. در این میان، خصوصاً کمک دولت‌ها در افزایش رفاه کارمندان و کمک به مشاغل آسیب‌دیده، از بروز یک فاجعه بزرگ جهانی جلوگیری خواهد کرد. دوشنبه سیاه ۱۹۸۷ که با سقوط عمده بازار سهام همراه بود، بحران مالی سال ۲۰۰۸ که یک خطر جدی برای مؤسسات مالی بزرگ محسوب می‌شد و انفجار حباب اقتصادی موسوم به دات. کام در سال ۲۰۰۰، از جمله مهم‌ترین بحران‌های مالی به شمار می‌روند که در روزهای نه‌چندان دور جامعه جهانی را درگیر کرده بودند و شاید بسیاری از خوانندگان این مقاله نیز آنها را به یاد بیاورند. نکته مهمی که در تمام بحران‌های اقتصادی تاریخ بشر صدق می‌کند، از سر گذراندن آنهاست. به هر روی، انسان در مواجهه با تنگناهای اقتصادی راه چاره‌ای خواهد یافت و در مورد بحران جاری، قطعاً شاهد فرصت‌هایی نیز خواهیم بود. کمک دولت‌ها در کنار رونق گرفتن کسب و کارهای اینترنتی مانند تجارت الکترونیک، بارقه‌های امیدی هستند که نشان می‌دهند بحران کرونا نیز زمانی به پایان خواهد رسید و اقتصاد جهان با جایگزین کردن شیوه‌های نوین و بعضاً متفاوت سرمایه‌گذاری، کار آفرینی و درآمدزایی، به حیات خود ادامه خواهد داد. در ک

به جرئت می‌توان گفت بحران ناشی از ویروس کرونا شبیه هیچ یک از بحران‌هایی نیست که طی قرن گذشته تجربه کرده‌ایم، حتی گسترش ویروس سارس در سال‌های آغازین دهه ۲۰۰۰ نیز به گستردگی این ویروس نبوده است. از سوی دیگر، امکان درمان و کشف واکسن این بیماری در حاله‌ای از ایهام فرورفته و هر روز خبرهای متفاوتی درباره آن شنیده می‌شود. کووید-۱۹ یک بحران بزرگ جهانی است که شیوه درمان و زمان پایان یافتن آن بر کسی روشن نیست. علاوه بر خطر جانی که مردم جهان را تهدید می‌کند، متزلزل شدن پایه‌های ساختار اقتصادی جوامع نیز از تبعات منفی است که این بحران در پی دارد و رکود اقتصادی ناشی از آن در اکثر نقاط جهان به طرز محسوسی قابل مشاهده است. در این میان، کار آفرینان و فعالان بخش اقتصادی، چاره‌ای جز پذیرش این بحران، شناسایی درست آن و یافتن راهکارهایی برای بقا نخواهند داشت. بر همین اساس، در ادامه ضمن بر شمردن خسارت‌هایی که این بحران به اقتصاد جهانی وارد کرده است، به‌عنوان یک کار آفرین و فعال اقتصادی، فرصت‌های این دوران بحرانی را گوشزد می‌کنم، فرصت‌هایی که به اعتقاد من با راهکارهای پیش‌گرونی محقق نمی‌شوند و کار آفرینان، بازرگانان و فعالان اقتصادی باید به دنبال راهکارهای جدیدی باشند که بقای کسب و کار آنها را تضمین کند.

کرونا با اقتصاد جهان چه کرده است؟

اگرچه تعیین دقیق خسارات ناشی از کووید-۱۹ امکان‌پذیر نیست، اما در میان اقتصاددانان توافق گسترده‌ای مبنی بر اثرات منفی شدید آن بر اقتصاد جهانی وجود دارد. اقتصاد، نقطه آماج ویروس کرونا است و این اپیدمی بزرگ، بیش از هر چیزی، اقتصاد جهان را هدف قرار داده است. پیش‌بینی می‌شود اکثر اقتصادهای بزرگ جهان، حداقل ۲،۴ درصد از ارزش تولید ناخالص داخلی (GDP) خود را طی سال ۲۰۲۰ از دست بدهند. بر همین اساس، زبان‌های احتمالی ناشی از بحران کرونا، متخصصان برجسته اقتصاد جهان را بر آن داشت که پیش‌بینی‌های خود را درباره رشد اقتصاد جهان از حدود ۳،۰ درصد به ۲،۴ درصد کاهش دهند که این روند به خوبی شرایط اقتصادی وخیم ناشی از گسترش این ویروس را منعکس می‌کند؛ شرایطی که قطعاً اقتصاد جهان را در دوران پساکرونا نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد.

برای درک بهتر این عدد، بهتر است نگاهی به تولید ناخالص داخلی جهان و روند کاهش آن در سال ۲۰۱۹ بیندازیم؛ تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۱۹ معادل ۸۶،۶ تریلیون دلار تخمین زده شده بود که افت اقتصادی آن تنها ۰،۴ درصد، تقریباً معادل ۳،۵ تریلیون دلار بود. حال اگر این آمار را با کاهش رشد اقتصاد جهان از ۳ درصد به ۲،۴ درصد مقایسه کنیم، قطعاً شاهد خسارت قابل توجهی در فرایندهای اقتصادی جهان خواهیم بود. این نکته را نیز باید در نظر بگیریم که پیش‌بینی‌های فوق قبل از تبدیل شدن

آن چیزی که در همه این تهدیدها و فرصت‌ها قابل توجه است، فناوری‌های نوین و خصوصاً فضای دیجیتال است، به این معنا که حتی صنعتی مانند گردشگری نیز به لطف فناوری دیجیتال، می‌تواند تورهایی مجازی برگزار کرده و در این شرایط بحرانی به بقای خود امیدوار باشد.

این نکته مهم ضروری است که با ابزارهای پیشاکرونا نمی‌توان کشتی اقتصاد جهان را به ساحل امن رساند و باید به دنبال ابزارها و راهکارهای جدید و کارآمد باشیم.

آیا کرونا روند کار آفرینی جهان را تغییر خواهد داد؟

کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان در کنار تغییر نوع تقاضا، از جمله مهم‌ترین پیامدهای شیوع کووید-۱۹ در جهان به شمار می‌روند. کرونا نه تنها میزان تقاضا را کاهش داده، بلکه در اولویت‌بندی تقاضای مصرف‌کنندگان نیز تغییراتی ایجاد کرده است، به طوری که بسیاری از مردم جهان با توجه به وقفه‌ای که در میزان درآمدشان ایجاد شده است، در انتخاب محصولات مورد نیاز خود اولویت‌بندی کرده و تلاش خود را منوط به برآورده کردن نیازهای ضروری ترمی کنند.

بدیهی است که یک کارآفرین نمی‌تواند در این جاده جدید اقتصادی با همان کفش‌های قبلی خود راه برود. کرونا رویکردهای گذشته را تغییر داده و حتی ترندهای جدیدی را رقم زده است که کارآفرینان و فعالان اقتصادی، چاره‌ای جز کنار آمدن با این رویکردهای جدید نخواهند داشت. پیشنهاد من به سازمان‌ها و مؤسسات تجاری این است که صرف نظر از نوع فعالیتی که دارند، به ارزیابی مجدد استراتژی‌های خود پرداخته و با شناخت جاده جدیدی که کرونا ترسیم کرده است، راه خود را پیدا کنند. با سپری شدن چندین ماه از شیوع این ویروس، نهادها و سازمان‌های اقتصادی جهان تقریباً به یک شناخت نسبی از ترندهای هم‌سو با کرونا رسیده‌اند. شاید مهم‌ترین رویکردی که در سیستم اقتصادی جهان بعد از شیوع ویروس کرونا شکل گرفته است، مبحث دور کاری باشد. فرایند دور کاری مانند یک تیغ دولبه عمل کرده است، یعنی از جهاتی برای شرکت‌ها سودآور بوده و از جهاتی نیز عملکرد ناخوشایندی داشته است. سیستم کارآفرینی و اقتصادی جهان چاره‌ای جز پذیرش فرایند دور کاری ندارد و چه‌بسا این رویکرد حتی در دوران پساکرونا نیز به عنوان یک فرهنگ سازمانی پذیرفته شده و در برخی از بخش‌های شرکت‌ها تداوم پیدا کند. از سوی دیگر، کووید-۱۹ تا اندازه‌ای به روند بهینه‌سازی ارتباطات و مجهز شدن سیستم‌های اقتصادی جهان به فناوری پیشرفته نیز کمک کرده است، چرا که ارتباطات از راه دور و رعایت فاصله اجتماعی، اهمیت تکنولوژی‌های نوین مبتنی بر دیجیتال را بیش از پیش برجسته کرده است.

فرایند دور کاری الگوهای مدیریتی تازه‌ای را در فرهنگ سازمانی می‌طلبد که قطعاً در نحوه مدیریت کارآفرینان تأثیر خواهد گذاشت. اگرچه شیوه دور کاری مزایای قابل توجهی مانند کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از هدر رفتن زمان اضافی و تقویت پتانسیل کاری دارد، اما در صورتی کارایی خواهند داشت که با یک رویکرد مدیریتی درست، فرهنگ این شیوه جدید برای کارمندان درونی شود. بر این اساس، سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی باید تمرکز عمده‌ای روی تغییر سیاست‌ها و فلسفه کاری خود داشته باشند تا بتوانند فرهنگ کاری منعطف را ترویج کنند. بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، برگزاری جلسات تجاری مجازی و تولید محتواهای جدید برای جذب مشتریانی که تغییر کرده‌اند، از جمله مهم‌ترین نکاتی به شمار می‌روند که هر کارآفرینی باید در دوران بحرانی کنونی به آنها توجه داشته و در رویکرد مدیریتی خود از آنها استفاده کند.

کرونا، تهدیدی که می‌تواند به فرصت تبدیل شود

علی‌رغم مشکلات عدیده‌ای که گسترش این ویروس برای اقتصاد جهان به وجود آورده است، در برخی از صنایع نیز شاهد رشد و شکوفایی هستیم. به بیان بهتر در همین شرایط بغرنج اقتصادی نیز کارآفرینان و فعالان اقتصادی می‌توانند تهدیدها را به فرصت تبدیل کرده و با شناخت درست

بازارهای جهانی و نیازهای جدید مخاطبان، فرصت رشد اقتصادی را فراهم کنند. صنعت رسانه یکی از حوزه‌هایی است که بعد از شیوع کرونا رشد قابل توجهی را تجربه کرد. مردم جهان به منظور رعایت فاصله اجتماعی، ارتباطات گسترده‌تری را در فضای رسانه‌ها خصوصاً رسانه‌های اجتماعی شکل داده‌اند و در این میان، صنعت رسانه از طریق ارائه اطلاعات مورد نظر مخاطبان، بخش مهمی از نیازهای آنها را پوشش می‌دهد. حوزه تجارت الکترونیک نیز با افزایش توجه مخاطبان روبه‌رو شده است. گروه آمازون به رغم تنش‌های اولیه‌ای که در نتیجه ترافیک سنگین آنلاین داشت، خیلی زود توانست بر مشکلات مذکور فائق شده و عملکرد مالی خود را ارتقا بخشد. در کنار دو صنعت رسانه و ای کامرس، حوزه آموزش آنلاین نیز رشد قابل توجهی را تجربه کرد و برنامه‌هایی مانند اسکایپ یا زوم محبوبیت بیشتری کسب کردند، چرا که علاوه بر روند آموزش و پرورش جهان که به سمت فضای آنلاین نزدیک شد، بسیاری از جلسات سازمان‌ها نیز در فضای ابری برگزار شد و در نتیجه این صنعت نیز رشد چشم‌گیری را تجربه کرد.

در پی شیوع ویروس کرونا، هریک از بخش‌های اقتصاد جهان، تهدیدها و فرصت‌هایی را تجربه کرده‌اند. برخی از صنایع مانند گردشگری یا حمل‌ونقل با تنش روبه‌رو شده و صنایعی مانند آموزش آنلاین یا تجارت الکترونیک فرصت‌های جدیدی را برای رشد خود به دست آورده‌اند. آن چیزی که در همه این تهدیدها و فرصت‌ها قابل توجه است، فناوری‌های نوین و خصوصاً فضای دیجیتال است، به این معنا که حتی صنعتی مانند گردشگری نیز به لطف فناوری دیجیتال، می‌تواند تورهایی مجازی برگزار کرده و در این شرایط بحرانی به بقای خود امیدوار باشد. ضمن اینکه فناوری‌های دیگری مانند اینترنت اشیا یا هوش مصنوعی نیز می‌توانند مطمئن نظر کارآفرینان قرار گرفته و در شرایط کنونی، استراتژی‌هایی را برای حفظ و بقای یک کسب‌وکار ارائه دهند.

بدون تردید بحران رو به رشدی که در پی شیوع ویروس کرونا گریبان جهان را گرفته است، موجی از بی‌اعتمادی را بین مدیران و سرمایه‌گذاران ایجاد کرده و تا حدی ریسک آنها را در پذیرش ایده‌های جدید و راه‌اندازی کسب‌وکارها کاهش داده است. از همین رو، توصیه من به فعالان بخش خصوصی و جوانانی که به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکار خود هستند این است که بی‌گدار به آب نزنند؛ یعنی از طریق مطالعه بازار و فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از کرونا، برنامه استراتژیک خود را طراحی کرده و خصوصاً فناوری‌های نوین را در ترسیم نقشه کارآفرینی خود، مدنظر داشته باشند. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **رکود اقتصادی ناشی از کووید ۱۹، بیش از هر چیز منجر به کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان و کاهش ارتباطات مردمی شده است. بسیاری از صنایع جهان با افت تقاضا مواجه شده‌اند که نمونه بارز آنها صنایعی مانند گردشگری و حمل‌ونقل هستند.**
- ▶ **کمک دولت‌ها در کنار رونق گرفتن گرفتن کسب‌وکارهای اینترنتی مانند تجارت الکترونیک، بازه‌های امیدئی هستند که نشان می‌دهند بحران کرونا نیز زمانی به پایان خواهد رسید و اقتصاد جهان با جایگزین کردن شیوه‌های نوین و بعضاً متفاوت سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و درآمدزایی، به حیات خود ادامه خواهد داد.**
- ▶ **حوزه تجارت الکترونیک با افزایش توجه مخاطبان روبه‌رو شده است. گروه آمازون به رغم تنش‌های اولیه‌ای که در نتیجه ترافیک سنگین آنلاین داشت، خیلی زود توانست بر مشکلات مذکور فائق شده و عملکرد مالی خود را ارتقا بخشد.**
- ▶ **مردمی که شغل خود را از دست داده یا با کاهش درآمد مواجه شده‌اند، در تشدید روند کاهش تقاضای مصرف‌کنندگان سهیم می‌شوند و این رویکرد، به صورت زنجیروار تمام بخش‌های یک جامعه را درگیر کرده و رکود اقتصادی بزرگی را رقم خواهد زد.**

بدون تردید بحران رو به رشدی که در پی شیوع ویروس کرونا گریبان جهان را گرفته است، موجی از بی‌اعتمادی را بین مدیران و سرمایه‌گذاران ایجاد کرده و تا حدی ریسک آنها را در پذیرش ایده‌های جدید و راه‌اندازی کسب‌وکارها کاهش داده است

[نگاه مدیر دولتی]

سایه ابریشم بر سر تجارت استراتژیک

از جاده ابریشم باستانی تا ابتکار کمربند راه



امین ترفع

مدیر کل تجاری سازی و امور تشکل‌های وزارت راه و شهرسازی

چرا باید خواند:

ابتکار یک کمربند، یک

راه و ترانزیت شرق به

غرب چه فرصت‌هایی

را برای ایران فراهم

می‌کند؟ این مقاله را

پخوانید.

نکته‌هایی که باید بدانید

▶ یکی از مهم‌ترین **کریدورهای اقتصادی** ابتکار **یک کمربند یک راه، کریدور اقتصادی چین** پاکستان است که **سرمایه‌گذاری ۴۶ میلیارد دلاری** چین در زیرساخت‌های اقتصادی و حمل و نقلی آن در حال انجام است.

▶ باید کلیه ابزارهای نرم در حوزه **تجارت و اقتصاد** به کار گرفته شوند تا علاوه بر افزایش **جسبندگی اقتصادی** با کشورهای منطقه و فرامنطقه، **عدم قطعیت** از فضای کسب و کار داخلی رخت بر بندد و منافع کشورمان با **منافع توسعه‌ای چین** در **شرکت برد-برد** با کشورهای همسایه و منطقه، همسو شود.

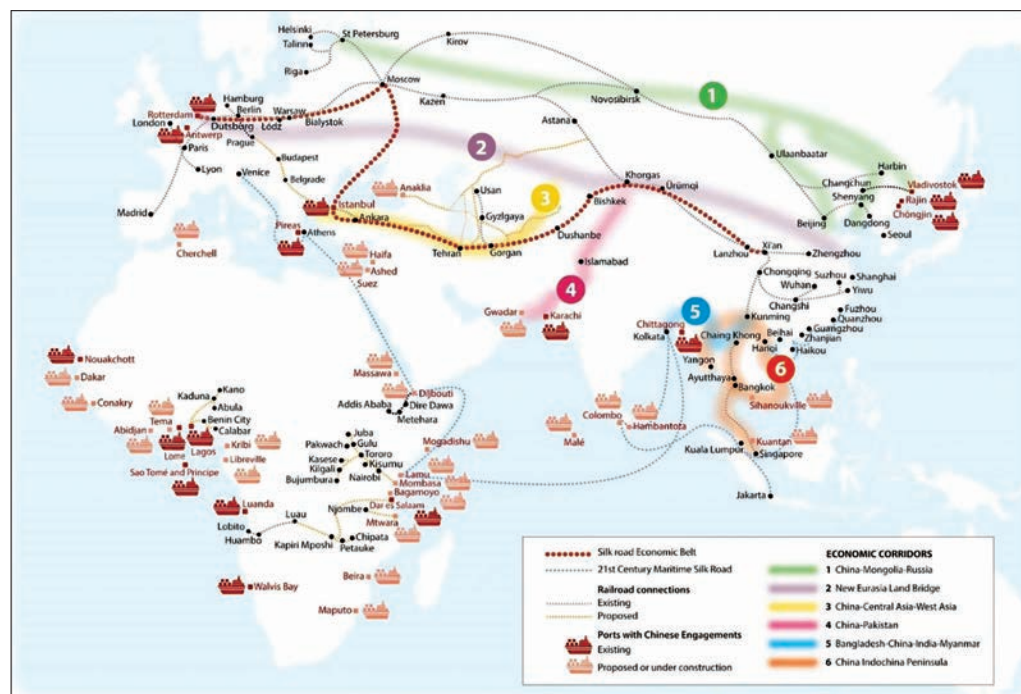
▶ **هریک از کشورهای منطقه** به منظور **همسوس شدن با جریان توسعه چین**، به طور مستمر برای **پیش‌بینی پذیری** شاخص‌های اقتصادی و سیاسی، **سهولت کسب و کار** و ایجاد پیوندهای استراتژیک **تجارت آزاد** با کشورهای منطقه و فرامنطقه تلاش می‌کنند و به تقویت **جسبندگی‌های اقتصادی** خود با قدرت‌های اقتصادی می‌پردازند.

▶ هم‌زمان با **اصلاحات ساختاری**، استان‌های شرقی در **سواحل دریای چین** نقشی محوری برای ایجاد توسعه در کشور را **عهده‌دار** شدند تا به **مثابه موتور محرکی**، **جریان توسعه** را به کل کشور توسعه دهند. تا سال ۲۰۰۲، **توسعه استان‌های شرقی** چنان شگفتی‌ساز شد که نیمه غربی چین به طور قابل توجهی از آن بازماند

مهد پرورش شاعران و دانشمندان علوم عقلی و نقلی اسلامی بسیاری بوده که بدیل آنان را گنبد دوار به ندرت به خود دیده است. البته ادیان دیگر نیز از طریق این شبکه تجاری بنا بر توان تبلیغی خود از غرب تا شرق منتقل و منتشر شدند. به عبارت بهتر، الگوی تجارت تا حدود ۴۰۰ سال قبل، بر ایجاد آمیختگی فرهنگی، دینی و باورهای فکری میان ملت‌ها استوار بوده است. در دوران صفویه، شاه عباس با هدف تقویت جایگاه ایران در تجارت فراسرزمینی شرق و غرب، تصمیم گرفت تا ۱۰۰۱ کاروانسرای جدید در شهرهای مهم این مسیر بسازد و بناهای قبلی را مرمت و بازآفرینی کند. هر چند که ساخته شدن همه ۱۰۰۱ کاروانسرا مقول به تشکیک است اما چندصد کاروانسرای که ساخته شدند، تاثیرگذاری ایران بر جریان تجارت و باورهای فکری و دینی کشورهای منطقه را افزایش داد و حوزه تمدنی ایرانی را به ماورای مرزهای جغرافیایی گسترش داد. این شبکه، صرفاً جریان تجارت و باورهای فکری و دینی را منتقل نمی‌کرد، بلکه همچون شرایطی که امروز با آن مواجهیم، بیماری‌های همه‌گیری همچون طاعون نیز از طریق این شبکه در میان کشورهای انتشار می‌یافت.

با رشد ظرفیت‌های حمل و نقل دریایی، به مرور زمان جریان تجارت از برّ به بحر منتقل شد. شاید در نگاه نخست این‌طور به نظر برسد که این شیوه تجارت، گشایش بزرگی را در تبادلات میان کشورهای ایجاد کرده است. هر چند ظرفیت‌های این تغییر مَد را برای افزایش سرعت موبیلیتی نمی‌توان نادیده گرفت، اما لازم به ذکر است که چین در زمان اوج تجارت زمینی از طریق جاده ابریشم، بالاترین GDP را در میان کشورهای جهان داشت و این تغییر مسیر تجارت به بحر بود که افول جایگاه اقتصادی چین را به دنبال داشت. این عارضه، دامن گیر سایر کشورهای مسیر، از جمله ایران نیز شد و تبادل و تضارب افکار و ادیان را با ابزارهای نرم دچار چالش کرد و قرابت‌های تمدنی کشورهای منطقه را کمرنگ ساخت. چنانچه امروز در کوچه پس‌کوچه‌های قدیم شهرهای محوری در جاده ابریشم همچون سمرقند، بخارا، اصفهان و تبریز قدم بزنید، شکوه و عظمت بناهای تجاری و فرهنگی و تصور جریان‌های تاریخی که به وسیله آنها رقم خورده، نفس را در سینه حبس می‌کند. اما چنانچه با چشم بصیرت بنگرید، شاهد زوال تمدنی خواهید بود که از همه شکوهش در تجارت و علم، تنها پوسته خشت و گلی آن بر جای مانده است. پس از انقلاب فرهنگی و ایجاد اصلاحات اقتصادی در چین توسط دنگ شیائوپینگ و نسل جدید رهبران، نظام اقتصادی آن کشور به سوی سوسیالیسم بازارمحور سوق پیدا کرد. چین در کنار حفظ چارچوب حاکمیت عمومی، سیاست گشودن درها به روی جهان را اتخاذ کرد. دولت برنامه‌ریزی دستوری را وا گذاشت و نقش ارشادی را پررنگ کرد و نیروها و عوامل بازار اجازه مداخله بیشتری در عرصه اقتصادی یافتند. ساختار بنگاه‌های ناکارآمد دولتی تغییر اساسی پیدا کرد و بنگاه‌های زیان‌ده تعطیل شدند. هم‌زمان با این اصلاحات ساختاری، استان‌های شرقی در سواحل دریای چین نقشی محوری برای ایجاد توسعه در کشور را عهده‌دار شدند تا به مثابه موتور محرکی، جریان توسعه را به کل کشور توسعه دهند. تا

اگر ایران و چین در پی مناسباتی به واقع مشارکتی، جامع و راهبردی اند، ناگزیر از شناختی مشارکتی، جامع و راهبردی از یکدیگرند و چنانچه نهادهای فرهنگی دو کشور به گونه‌ای عملگرا در این حوزه فعال نشوند و طرحی نو درنندازند، نه تنها مشارکت جامع راهبردی که کلیت پروژه نگاه به شرق در ایران با خطر شعارزدگی و توقف در سطوح اعلامی مواجه خواهد بود.



دیگر لازم بود
تا به تبعیت از
دوران شکوه قرون
گذشته، انتقال
مجدد جریان
تجارت به بر،
اولویت باید تا از
آن طریق علاوه
بر ایجاد توسعه
متوازن در داخل
خاک چین،
پیشروی مرزهای
اقتصادی و
تجاری آن کشور
به سوی غرب
و کشورهای
آسیای مرکزی
و اروپا صورت
گیرد به طوری که
کشورهای غربی
بتوانند نقش
موتور محرک
را برای توسعه
سرزمین‌های
بخش غربی چین
فراهم کنند

کمربند راه همراهی می‌کنند و تلاش می‌کنند با همه توان، نقش سازنده و مکمل را با شرکای منطقه‌ای خود در این ابتکار ایفا کنند. یکی از برنامه‌های قدرتمندی که در منطقه آسیای مرکزی و اروپای شرقی تمرکز دارد، برنامه همکاری‌های اقتصادی منطقه‌ای آسیای مرکزی (CAREC) است که توسط بانک توسعه آسیایی ایجاد و پشتیبانی می‌شود و در زیرساخت‌های اقتصادی و حمل و نقلی کشورهای مذکور سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد. هدف نهایی همه این سرمایه‌گذاری‌ها عموماً اتصال اروپا به چین از طریق کشورهای آسیای مرکزی است.

به منظور موفقیت کامل ابتکار کمربند راه، چین همواره رویکرد اجتناب و دوری از تنش و مناطق پرتنش را دارد. لذا هریک از کشورهای منطقه به منظور همسو شدن با جریان توسعه چین، به طور مستمر برای پیش‌بینی‌پذیری شاخص‌های اقتصادی و سیاسی، سهولت کسب و کار و ایجاد پیوندهای استراتژیک تجارت آزاد با کشورهای منطقه و فرامنطقه تلاش می‌کنند و به تقویت چسبندگی‌های اقتصادی خود با قدرت‌های اقتصادی می‌پردازند.

کشور مانیز از این چارچوب خارج نیست. هرچه بتوانیم پیوندهای تجاری استراتژیک و چسبندگی‌های اقتصادی با کشورها و مناطق پیرامونی را در فضای بدون تنش تقویت کنیم، امکان نقش‌آفرینی بیشتری در برنامه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی از قبیل ابتکار کمربند راه و تقویت ترانزیت شرق به غرب، برایمان فراهم خواهد شد. امروز باید بپذیریم که موقعیت جغرافیایی، صرفاً مزیتی نسبی است که چنانچه با مزیت‌های رقابتی پیش گفته همراه نشود، برتری خود را از دست داده و ظرفیت‌هایش به نفع سایر مناطق جغرافیایی تخلیه می‌شود. از این رو کلیه ابزارهای نرم در حوزه تجارت و اقتصاد باید به کار گرفته شوند تا علاوه بر افزایش چسبندگی اقتصادی با کشورهای منطقه و فرامنطقه، عدم قطعیت از فضای کسب و کار داخلی رخت بریندد و منافع کشورمان با منافع توسعه‌ای چین در شراکت برد-برد با کشورهای همسایه و منطقه، همسو شود. ■

سال ۲۰۰۲، توسعه استان‌های شرقی چنان شگفتی‌ساز شد که نیمه غربی چین به طور قابل توجهی از آن بازماند و ۹۲ درصد جمعیت تنها در ۸ درصد سرزمین‌های شرقی استقرار یافتند. این عدم توازن شرق و غرب یا به عبارت بهتر، توسعه نامتوازن، تنها به ایجاد شکاف اقتصادی در کشور محدود نبود، بلکه تفاوت‌های عمیق فرهنگی، قومی، مذهبی را نیز باعث شد و این تفاوت‌ها، بر عمیق‌تر شدن شکاف اقتصادی دامن زد. از این رو، درک این شکاف‌های عمیق و پیامدهای منفی آن توسط رهبران چین، منجر به اتخاذ سیاست‌هایی از جمله شکل‌گیری ایده اولیه کمربند راه برای پر کردن این شکاف‌ها میان شرق و غرب شد. مهم این بود تا با تکیه بر نرخ رشد بالای GDP، فاصله شرق و غرب چین کاهش یابد. از این رو شبکه قطار پرسرعت چین با سرعت ۴۲۰ کیلومتر در ساعت، بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۹ به طول ۲۴۵۰۰ کیلومتر کشیده شد. از سوی دیگر لازم بود تا به تبعیت از دوران شکوه قرون گذشته، انتقال مجدد جریان تجارت به بر، اولویت یابد تا از آن طریق علاوه بر ایجاد توسعه متوازن در داخل خاک چین، پیشروی مرزهای اقتصادی و تجاری آن کشور به سوی غرب و کشورهای آسیای مرکزی و اروپا صورت گیرد به طوری که کشورهای غربی بتوانند نقش موتور محرک را برای توسعه سرزمین‌های بخش غربی چین فراهم کنند. از این رو همسایگان شمالی و غربی چین که بالاترین GDP را در میان کشورهای منطقه دارا بودند (روسیه، قزاقستان، پاکستان)، جایگاهی کلیدی را برای ایفای این نقش مکمل پیدا کردند. سرانجام، رئیس‌جمهور چین در سال ۲۰۱۳، ابتکار کمربند راه را در قزاقستان معرفی کرد. این ابتکار از ۶ کریدور اقتصادی تشکیل شده که کریدور شماره ۳ از مسیر ایران عبور می‌کند. یکی از مهم‌ترین کریدورهای اقتصادی این ابتکار، کریدور اقتصادی چین-پاکستان است که سرمایه‌گذاری ۴۶ میلیارد دلاری چین در زیرساخت‌های اقتصادی و حمل و نقلی آن در حال انجام است.

در حال حاضر هریک از کشورهای منطقه با همسوسازی جریان توسعه و منافع خود با چین، از طریق مکانیزم‌های دوجانبه و چندجانبه، با ابتکار

تله پیش فرض‌های غلط

چگونه اقتصاد ایران را باید تحلیل کرد؟

برای تحلیل وضعیت فعلی و نیز پیش‌بینی آینده اقتصاد کشور چه باید کرد و الزامات کار کدام است؟ با کدام راهکار می‌توان اقتصاد ایران را از مشکلات رها کرد؟ راهکارها میان مدت هستند یا بلندمدت؟ این مقاله را بخوانید.

تله



سیدمرتضی افقه

استاد اقتصاد دانشگاه
شهید چمران اهواز

چرا باید خواند:

گرمی خواهید درباره
اقتصاد ایران و شرایط
آینده آن بدانید،
خواندن این مقاله به
شما توصیه می‌شود.

در بلندمدت اما
اقداماتی ریشه‌ای
و اساسی در
ساختارهای
معیوب پیش‌گفته
باید صورت پذیرد.
بدیهی است
چنین اقداماتی که
احتمالاً با منافع
برخی ممکن است
در تضاد باشد
پرهزینه و توأم با
مقاومت‌ذی‌نفعان
خواهد بود

پیش از ورود به بحث، ذکر دو نکته ضروری است: اول، برای تحلیل وضعیت فعلی و نیز پیش‌بینی آینده اقتصاد کشور، مروری بر تحولات گذشته ضروری است. به همین دلیل تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور را از پایان جنگ تاکنون بررسی می‌کنم. دوم، از آنجا که تعریف یا مفهوم توسعه به عنوان نقطه هدف حرکت یک جامعه مبنای برنامه‌ریزی‌ها و تخصیص منابع است، ابتدا تعریفی از توسعه که تصور می‌شود متناسب با ساختارهای فعلی کشور است ارائه می‌شود. به عنوان یک فرضیه، به نظر می‌رسد یکی از دلایل عمده و اساسی ناکامی‌های سه دهه گذشته که منجر به بسیاری از مشکلات امروز شده، ابهام در مفهوم توسعه (نقطه هدف) یا به عبارت بهتر نداشتن تعریفی مشترک از آن بین تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان کشور به خصوص از بعد نظری است. تردیدی نیست که هدف نهایی جوامع، ریشه‌کنی فقر مطلق و افزایش هرچه بیشتر سطح رفاه همه افراد جامعه است. با این وصف، تعیین هدف شرط لازم است اما شرط کافی چگونگی نیل به این هدف و ابزار و سیاست‌های لازم برای حرکت در این مسیر است. در واقع چگونگی تعریف توسعه، کمیت و کیفیت تخصیص منابع کمیاب کشور را متناسب با ساختارهای موجود و نیز اولویت‌های لازم برای پیشرفت و رفاه اقتصادی جامعه را به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان نشان می‌دهد. به عنوان مثال، اگر توسعه با نگرشی محدود این‌گونه تعریف شود: «فرایندی است که به افزایش مستمر درآمد ملی یا درآمد سرانه منجر می‌شود»، تمام امکانات و تلاش‌ها به سمت افزایش درآمد ملی و سرانه از هر روش ممکن (از جمله صرفاً از طریق فروش منابع طبیعی مثل نفت) هدایت خواهند شد. ناگفته پیداست که چنین تعریفی از توسعه، جامعه را به پیشرفتی ناپایدار و متکی به منابعی محدود و غیرقابل اتکا خواهد رساند. از منظری دیگر، اگر همچون دادلی سیرز توسعه را فرایندی بدانیم که «ضمن افزایش درآمد سرانه، باعث کاهش فقر، نابرابری و بیکاری خواهد شد»، برنامه‌ریزی و تخصیص منابع در جهت نیل به این سه هدف شکل خواهد گرفت. اما اگر توسعه را چنان که در این نوشتار تأکید می‌شود، این‌گونه تعریف کنیم که: «فرایندی است که انسان توسعه‌نیافته را به انسان توسعه‌یافته تبدیل می‌کند»، آن‌گاه برنامه‌ها بر تربیت انسان‌های توسعه‌یافته متمرکز خواهند شد. در واقع مبنا قرار دادن این تعریف، رشد و پیشرفتی پایدار و خودافزا و در همه ابعاد را نتیجه خواهد داد. آنچه که در سه دهه گذشته در کشور

رخ داده و باعث ناکامی‌ها و بی‌ثباتی‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی شده مبنا قرار دادن همان تعریف ساده اول از توسعه در تمامی تصمیمات و اقدامات بوده و هست.

از آنجا که تعریف انسانی از توسعه (تعریف سوم) از منظر این نوشتار متناسب با شرایط و ساختارهای فعلی کشور است، تبیین بیشتر آن ضروری است. در مرور روند تکاملی مفهوم توسعه، به تعریفی اثرگذار می‌توان اشاره کرد که: «توسعه فرایندی است که به تسلط انسان بر طبیعت و محیط پیرامون او منجر می‌شود و این تسلط دامنه انتخاب و آزادی انسان را افزایش می‌دهد.» تسلط انسان بر طبیعت و محیط پیرامون این امکان را فراهم می‌کند تا انسان بتواند با به‌خدمت‌گرفتن همه منابع موجود در طبیعت، کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه را تولید کند. اما تسلط انسان بر طبیعت و محیط پیرامون تنها و تنها از طریق شناخت آن و با بهره‌گیری از ابزار علم و دانش و انجام پژوهش‌های علمی وسیع میسر خواهد شد. براین مبنا، می‌توان گفت که انسان تنها و تنها منبع و محرک پیشرفت و رفاه اقتصادی و غیراقتصادی است که می‌تواند با بهره‌گیری از عقل و اندیشه و ابتکار خود جامعه را در جاده توسعه قرار دهد.

بنابراین، یکی از مهم‌ترین تحولاتی که باید اتفاق بیفتد تا جامعه در مسیر توسعه قرار گیرد، تغییر در تعریف ثروت از منظر مردم و به خصوص تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان است. بدین معنا که جامعه باید باور کند که تنها و تنها یک منبع (ثروت) برای توسعه در جامعه وجود دارد و آن انسان است و هیچ جایگزین و بدیلی برای این منبع (ثروت) منحصر به فرد وجود ندارد. براین اساس تمامی منابع غیرانسان مثل نفت و طلا و... که به غلط ثروت تلقی می‌شود وقتی ارزشمند و قابل استفاده‌اند که انسان‌های متخصص و با دانش بتوانند آن‌ها را به کالا و خدمات مورد نیاز جامعه تبدیل کنند. بنابراین در نبود نیروهای انسانی پرورش یافته برای توسعه، منابع خدادادی موجود یا توسط بیگانگان مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند؛ یا بلااستفاده می‌مانند؛ یا با بهره‌برداری نامناسب تلف می‌شوند.

ملاحظه می‌شود که برخلاف تصور رایج در کشور، شرط اساسی و اولیه برای نیل به توسعه، ایجاد تحولات فکری-فلسفی در نگرش جامعه به خصوص تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان نسبت به زندگی مادی (این جهانی)، به انسان و به جایگاه او در این جهان و نیز باور به توان انسان به تسلط بر طبیعت و محیط پیرامون است. با این توضیحات، اکنون می‌توان به تعریفی جامع‌تر و سازگارتر

یکی از دلایل عمده و اساسی ناکامی‌های سه دهه گذشته که منجر به بسیاری از مشکلات امروز شده، ابهام در مفهوم توسعه (نقطه هدف) یا به عبارت بهتر نداشتن تعریفی مشترک از آن بین تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان کشور به خصوص از بعد نظری است.

بوده است. در واقع درآمدهای نفتی در طول سه دهه گذشته، بی‌کفایتی‌ها و سوءتدبیرهای حاکم را کتمان کرده است و اکنون با قطع نسبی درآمدهای نفتی، مشکلات اقتصادی و به تبع آن اجتماعی، فرهنگی و سیاسی با سرعت و به گونه‌ای تهدیدکننده نمود یافته‌اند.

علاوه بر مشکل بینشی و نگرشی ضدتوسعه موجود که مطرح شد، اعمال و اجرای برخی سیاست‌های غلط نیز به ناکامی‌های موجود کمک کرده است. از جمله می‌توان به تأکید بر سیاست خصوصی‌سازی و آزادسازی‌هایی که از پایان جنگ تاکنون به صورتی ناکارآمد اعمال و اجرا شده اشاره کرد. توضیح آنکه، پس از انقلاب و در طول جنگ هشت ساله، به دلیل حاکمیت تفکر سوسیالیستی بر اغلب انقلاب‌های جهان و تأثیرپذیری انقلابیون کشور از این تفکر از یک سو، و تنش‌ها و درگیری‌های ابتدای انقلاب و پس از آن شروع جنگ ۸ ساله، تمرکزگرایی و دولت‌گرایی بر نظام تصمیم‌گیری کشور حاکم بود و البته با توجه به شرایط متزلزل این دوره اجتناب‌ناپذیر بود. لازم به ذکر است که تفکر سوسیالیستی حاکم در دهه اول پس از انقلاب، در همه تصمیمات و قوانین کشور از جمله قانون اساسی، قانون کار، مدیریت‌های شورایی و... حاکم بود. پس از پایان جنگ و هم‌زمان با آغاز ریاست جمهوری مرحوم رفسنجانی، چرخشی عمیق نسبت به این شیوه مدیریت سیاسی و اقتصادی در کشور رخ داد. در این زمان، مشاورین آقای رفسنجانی که طرفدار مکتب نئوکلاسیکی بودند تنها راه چاره خروج از مشکلات پس از انقلاب و جنگ را توسل به مکانیزم بازار آزاد و خصوصی‌سازی‌ها دانستند. از آن دوره تاکنون بحث خصوصی‌سازی و آزادسازی‌ها در اقتصاد ترجیح‌بند اغلب توصیه‌ها، سخنرانی‌ها و نوشته‌های بعضاً افراد غیرمتخصص شده است. تأکید بر این نگرش اگرچه در بستر مناسب خود بسیار مطلوب و کارگشا می‌توانست باشد، اما به دلیل نبود بستری لازم برای به‌کارگیری این سیاست و وجود ساختارهای ضدتوسعه‌ای اشاره‌شده در سطور بالا، نه تنها منجر به نتایج مورد نظر طرفداران این تفکر نشد، بلکه در بسیاری موارد نتایجی عکس حاصل شد که خسارات زیادی به منابع کشور نیز وارد آورد. علاوه بر نبود بستری لازم برای

با ساختارهای فعلی کشور اشاره کرد که: توسعه فرایندی است که طی آن نگرش منفی افراد نسبت به زندگی مادی، به انسان و به جایگاه او در این جهان تغییر می‌یابد. ایجاد چنین تحولی در بینش و نگرش تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان کشور موجب پرورش انسان‌هایی خواهد شد که آن‌ها را انسان‌های توسعه‌یافته نامیده‌ام. در نهایت توسعه را می‌توان این‌گونه تعریف کرد که: «فرایندی است که انسان توسعه‌نیافته را به انسانی توسعه‌یافته تبدیل می‌کند. انسان توسعه‌یافته آن‌گاه، مولد و منشأ رشد و پیشرفتی پایدار در همه ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی خواهد بود.» بنابراین برای نیل به توسعه باید پذیرفت که توسعه فرایندی تربیتی، اخلاقی و نرم‌افزاری است بر خلاف تعریف پذیرفته‌شده در کشور که فرایند سخت‌افزاری و بر مبنای صرفاً رشد اقتصادی است.

با این توضیحات، اکنون می‌توان ادعا کرد که یکی از دلایل عقب‌ماندگی و ناکامی‌های کشور در طول سه دهه گذشته به رغم برخورداری از نیروهای انسانی جوان، متخصص، دلسوز و پرتوان، تکیه بر تعریفی ساده و محدود به رشد درآمد سرانه بوده است. همین نگاه محدود و انحرافی به مفهوم توسعه باعث شده که سالانه هزاران نفر از نخبگان کشور (نخبه در همه زمینه‌ها) در پیش چشم تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان از کشور مهاجرت کنند و در عوض تمام تلاش‌ها بر کشف هر چه بیشتر نفت و سایر منابع پایان‌پذیر متمرکز باشد. حاکمیت این نگرش غلط و ضدتوسعه باعث شده تا ثروت‌های بی‌بدیل جامعه (نیروهای نخبه) را دودستی تقدیم کشورهایی کنیم که بعضاً دشمن می‌پنداریمشان و در عوض به شرکت‌های کشورهای بیگانه التماس کنیم که منابع نفتی و گازی‌مان را برای فروش و کسب درآمدی موقت و ناپایدار از اعماق زمین استخراج کنند.

به علاوه، حاکمیت تفکر غیرتوسعه‌ای یا ضدتوسعه‌ای موجود در کشور منجر به شکل‌گیری ساختارهایی ناکارآمد و ضدتولید در همه ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اداری اجرایی شده که نه تنها توان لازم برای رشد و پیشرفت اقتصادی را ندارند بلکه خود به موانعی جدی در مسیر توسعه تبدیل شده‌اند. از جمله چنین ساختارهای ضدتوسعه‌ای، نظام گزینش، انتصاب، تعیین و استخدام مدیران، مسئولان و کارکنان در همه سطوح و ابعاد و در همه نهادها، سازمان‌ها و دستگاه‌هایی که از بودجه عمومی ارتزاق می‌کنند هستند که بدون تردید از جمله موانع عمده و اساسی پیشرفت و رفاه اقتصادی در جامعه‌اند. در واقع وجود ساختارهایی این‌چنین ناکارآمد و ضدتوسعه مانع از آن خواهد شد که حتی بهترین و تخصصی‌ترین برنامه‌های توسعه به نتیجه برسند. ناکامی در نیل به اهداف شش برنامه و ده‌ها سند توسعه، از جمله سند چشم‌انداز، اقتصاد مقاومتی، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، سیاست‌های کلی نظام و نامگذاری بیش از ۱۵ سال با عناوین اقتصادی گواه این مدعاست. در واقع تلاش در اجرای برنامه‌های توسعه‌ای در چنین بستر و ساختارهای ضدتوسعه‌ای نه تنها به اهداف تعیین شده نخواهد رسید بلکه در بسیاری موارد موجب اتلاف منابع فراوان و فرصت‌سوزی‌های جبران‌ناپذیری شده است. اینکه اقتصاد کشور با وجود چنین ساختارهای ناکارآمد و ضدتوسعه‌ای هنوز با بحران جدی و فروپاشی مواجه نشده به دلیل دوپینگ ناشی از درآمدهای نفتی

توسعه فرایندی است که طی آن نگرش منفی افراد نسبت به زندگی مادی، به انسان و به جایگاه او در این جهان تغییر می‌یابد. ایجاد چنین تحولی در بینش و نگرش تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان کشور موجب پرورش انسان‌هایی خواهد شد که آن‌ها را انسان‌های توسعه‌یافته نامیده‌ام

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **مشکلات فعلی کشور** اگرچه عمدتاً نمود اقتصادی دارند (تورم، بیکاری، فقر و نابرابری و...) اما چون ریشه‌هایی غیراقتصادی (نکات فوق) دارند با فرمول‌ها و توصیه‌های اقتصادی در بهترین حالت نتایجی محدود و کوتاه مدت خواهند داشت.
- ▶ با توجه به قیمت فعلی و احتمالاً آینده نفت، در آمدی که بتواند انبوه مشکلات فعلی کشور را حل کند برای کشور حاصل نخواهد شد. در نتیجه، تنها راه، توجه و تقویت جدی ظرفیت‌های تولیدی کشور است.
- ▶ باید گروهی خارج از سازوکارهای رسمی و با اختیارات کاملاً تام و ویژه تعیین شوند و با تحکم و جدیت تمرکز خود را بر رفع موانعی از تولید بنگاه‌های داخل بگذارند که کمترین ارتباط را با تحریم‌های خارجی دارند.
- ▶ درآمدهای نفتی در طول سه دهه گذشته، بی‌کفایتی‌ها و سوءتدبیرهای حاکم را کتمان کرده است و اکنون با قطع نسبی درآمدهای نفتی، مشکلات اقتصادی و به تبع آن اجتماعی، فرهنگی و سیاسی با سرعت و به گونه‌ای تهدیدکننده نمود یافته‌اند.

به کارگیری این تفکر، غفلت طرفداران نظریه مکانیزم بازار آزاد از نقش مهم و انکارناپذیر دولت (به معنی کل حاکمیت) در فرایند توسعه بوده است. تجربه تمامی کشورهای پیشرفته کنونی نشان می‌دهد که هیچ جامعه و کشوری به توسعه‌ای پایدار نرسیده است مگر آنکه از دولتی توسعه‌خواه، پیش‌رونده و پیش‌برنده و برخوردار از نیروهای انسانی کارآمد و متخصص و بوروکراسی‌ای روان و پویا برخوردار باشد. در واقع در غیاب چنین دولتی، حتی کارآمدترین و باتجربه‌ترین سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز زمین‌گیر می‌شوند.

با توجه به مطالب فوق، اکنون می‌توان دریافت که نابسامانی‌ها و مشکلات اقتصادی و اجتماعی فعلی کشور ناشی از ناکارآمدی نظام تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در سه دهه گذشته بوده است که خود متأثر از حاکمیت نگرش‌های ضد توسعه‌ای و ضد تولیدی در بین تصمیم‌گیران بوده است. حاصل آنکه امروز کشور با اقتصادی ضعیف و شکننده و کاملاً وابسته به خارج مواجه است. همین نابسامانی‌ها و ساختارهای معیوب باعث شده‌اند که کمترین گام در نیل به مهم‌ترین هدف اقتصادی انقلاب که قطع یا کاهش وابستگی به فروش نفت (خام) بود، برداشته شود. به همین دلیل امروز برای چرخاندن موتور اقتصاد کشور، لازم است که همچنان نفت خام صادر کنیم تا با استفاده از ارزهای حاصل از آن، نیازهای تولید در هر چهار بخش اقتصادی شامل کشاورزی، صنعت، خدمات و نفت را تأمین کنیم. همین وضعیت است که باعث شده تا اقتصاد کشور در مقابل تشدید تحریم‌ها این چنین آسیب‌پذیر و شکننده شود.

حال چه باید کرد؟ با توجه به شرایط فوق‌الذکر، برای کاهش یا حل نسبی مشکلات اقتصادی و غیراقتصادی موجود دو پیشنهاد کوتاه و بلندمدت را می‌توان ارائه کرد:

کوتاه‌مدت: اگر چه ساختارهای ناکارآمد حاکم بر نظام تصمیم‌گیری در اجراء، نظارت، قانون‌گذاری و... مانع از آن خواهد شد که از راه‌حل‌های ارائه‌شده نتیجه مطلوب حاصل شود، اما در صورتی که گروهی خارج از سازوکارهای رسمی و با اختیارات کاملاً تام و ویژه تعیین شوند و با تحکم و جدیت تمرکز خود را بر رفع موانعی از تولید بنگاه‌های داخل بگذارند که کمترین ارتباط با تحریم‌های خارجی را دارند، بنابراین کاهش تولید آن‌ها نه به دلیل تحریم بلکه به دلیل ناکارآمدی نظام اداری، اجرایی، نظارتی و قضایی و... است. رفع این موانع قابل حل داخلی از یک طرف افزایش نسبی تولید را به دنبال دارد و از طرف دیگر بخشی از بیکاری موجود را کاهش می‌دهد. اگر این پیشنهاد با موفقیت اجرایی شود، آنگاه زمینه لازم برای توجه به استلزامات حل بلندمدت مشکلات اقتصادی کشور (تحولات عمیق نگرشی و ساختاری) فراهم خواهد شد.

بلندمدت: در بلندمدت اما اقداماتی ریشه‌ای و اساسی در ساختارهای معیوب پیش‌گفته باید صورت پذیرد. بدیهی است چنین اقداماتی که احتمالاً با منافع برخی ممکن است در تضاد باشد پرهزینه و توأم با مقاومت ذی‌نفعان خواهد بود. نکته حائز اهمیت آنکه تصمیم‌گیران و مسئولان کشور باید متقاعد شوند که نفت دیگر نمی‌تواند همچون گذشته محور بی‌تدبیری یا سوءتدبیرها را به دوش بکشد زیرا، حتی اگر تحریم‌ها به طور کامل برچیده شوند، اولاً رقباتی تولیدکننده نفت در جهان بسیار

زیاد شده‌اند؛ ثانیاً با توجه به قیمت فعلی و احتمالاً آینده نفت، درآمدی که بتوان اتبوه مشکلات فعلی کشور را حل کند برای کشور حاصل نخواهد شد. در نتیجه، تنها راه، توجه و تقویت جدی ظرفیت‌های تولیدی کشور است. اما برای آنکه تولید و اشتغال و رفاه مادی و اقتصادی به طور جدی و نه شعاری مورد توجه قرار گیرند، لازم است که این اهداف جزو اولویت‌های اصلی حاکمیت شوند. بنابراین تغییر نگرشی جدی و اساسی در بینش و نگرش حاکمیت نسبت به امور رفاهی و معیشتی مردم ضروری و اساسی بلکه حیاتی است. برای سرعت بخشیدن به این تحول عمیق، و از آن‌جا که نظامی دینی بر کشور حاکم است، بهتر است رهبران دینی کشور، تولید و اشتغال و کاهش فقر و در مجموع زندگی مادی مردم را به یک ارزش دینی همچون ارزش‌های دیگری که سال‌هاست با جدیت از آن‌ها مراقبت می‌شود تبدیل و تبلیغ کنند. از آن مهم‌تر اینکه دیکتاتوری (حاکمیت، سلطه یا هر نام دیگری) تولید بر نظام تصمیم‌گیری کشور حاکم شود؛ بدین معنا که با هر تصمیم، اقدام، قانون و عمل و سوءتدبیری که باعث کاهش تولید و اشتغال و رفاه جامعه شود برخورد جدی شود و عوامل دخیل در آن به شدت مجازات شوند و در مقابل، عواملی که موجب رونق تولید و اشتغال و رفاه مادی در جامعه شده‌اند با تشویق عملی و نظری مواجه شوند.

برای نیل به چنین هدفی، مهم‌ترین تغییر باید در نظام تعیین، انتصاب، گزینش و استخدام مأموران حکومتی در همه سطوح و قوا و نهادها صورت پذیرد و نظامی مبتنی بر شایستگی‌ها و تخصص‌ها جایگزین نظام مبتنی بر روابط سیاسی، گروهی، قومی، و مذهبی شود. بدیهی است، همان‌گونه که ذکر شد، ورود به چنین تصمیمات و اقداماتی با مقاومت ذی‌نفعان همراه خواهد شد و بنابراین پرهزینه خواهد بود اما برای نجات کشور گریزی از این‌گونه اقدامات زبرنابی نیست. شاید این آخرین فرصت برای انجام چنین تحولاتی در کشور باشد.

و آخرین نکته اینکه، انجام توصیه‌های فوق که بسترساز تحولات اقتصادی است، شرط لازم برای نیل به رشد و رفاه اقتصادی است و بنابراین در حیطه تخصصی اقتصاددانان نیست. شرط کافی اما آن است که به کمک اقتصاددانان با توجه به ساختارهای ایجادشده و توانمندی‌های انسانی و غیرانسانی بهترین سیاست‌های اقتصادی شناخته و به کار گرفته شوند. به همین دلیل است که مکرر بیان کرده‌ام که مشکلات فعلی کشور اگرچه عمدتاً نمود اقتصادی دارند (تورم، بیکاری، فقر و نابرابری و...) اما چون ریشه‌هایی غیراقتصادی (نکات فوق) دارند با فرمول‌ها و توصیه‌های اقتصادی در بهترین حالت نتایجی محدود و کوتاه‌مدت خواهند داشت زیرا مشکل فعلی اقتصاد کشور نبود ساختارهای معیوب و ناکارآمد بیان شده است در حالی که بخش قابل توجهی از تئوری‌ها و فرمول‌های اقتصادی برای شرایط مطلوب و باثبات در بخش‌های غیراقتصاد تدوین و توصیه شده‌اند. بنابراین، در حالی که سوخت تولید کشور یعنی فروش نفت از کشور گرفته شده است و تولید در شرایط بسیار نامطلوبی قرار گرفته و احیای آن بیش از آنکه به فرمول‌های صرفاً اقتصادی متکی باشد به اقدامات غیراقتصادی فوق‌الذکر وابسته است، اقتصاددانان و نسخه‌های آنان بیش از آنچه تاکنون انجام داده‌اند، کاری از دستشان برنمی‌آید. ■

برای سرعت
بخشیدن به تحول
عمیق، و از آن‌جا
که نظامی دینی بر
کشور حاکم است،
بهتر است رهبران
دینی کشور، تولید
و اشتغال و کاهش
فقر و در مجموع
زندگی مادی مردم
را به یک ارزش
دینی همچون
ارزش‌های دیگری
که سال‌هاست با
جدیت از آن‌ها
مراقبت می‌شود
تبدیل و تبلیغ کنند

اگر مقداری فشارهای فرهنگی و سیاسی بر طبقه متوسط کم شود، وحدت و انسجام ملی افزایش می‌یابد و می‌توان در فضای جدید با انتخاب رئیس‌جمهور و شوراهای متفاوت و دارای انگیزه و برنامه، امید را به جامعه بازگرداند تا اعتماد و سرمایه اجتماعی از دست‌رفته بازسازی شود

جز دعا و بکا چاره نیست

دولت دوازدهم در ماه‌های پایانی چه می‌کند؟

چرا باید کرد و چه می‌توان کرد؟ این پرسش از دولت دوازدهم در ماه‌های پایانی عمر خود است. آیا دولت برای پیدا کردن راه‌حلی باید به گره‌گشایی از سیاست خارجی دست بزند یا چاره در گره‌گشایی از مشکلات داخلی است؟ این مقاله را بخوانید.

تاج



مسعود سپهر

استاد علوم سیاسی
دانشگاه شیراز

چرا باید خواند:

اگر می‌خواهید بدانید

آخرین گام دولت

دوازدهم چه باید

باشد، خواندن این

مقاله به شما توصیه

می‌شود.

بودجه سال جاری با کسری عظیم منابع ناشی از عدم فروش نفت عدم بازگشت ارز و مطالبات ارزی، کاهش درآمد مالیاتی و گمرکی به دلیل کرونا، تورم، رکود و کاهش فزاینده ارزش پول ملی روبه‌روست. ابتکاراتی مانند پیش‌فروش نفت به مردم برای جذب نقدینگی و پرهیز از استقراض از بانک مرکزی هم با کارشکنی رقبای سیاسی داخلی به‌جایی نمی‌رسد. در همین حال اراده سیاسی لازم برای تصمیمات بزرگ نیز وجود ندارد یا ابزارهای آن در دست دولت نیست. مطابق روال معمول همه دولت‌ها در سال پایانی تمایل بسیار برای افتتاح طرح‌های نیمه‌تمام وجود دارد که با سد بلند کمبود اعتبارات مواجه است. به نظر می‌رسد غیر از روند غالب روزمرگی و مواجهه با بحران‌های فوری تمام تلاش دولت جذب حداکثر نقدینگی ممکن از طریق فروش سهام شرکت‌های دولتی استقراض از بانک مرکزی فروش اوراق مشارکت استفاده از صندوق ذخیره ارزی و هر روش دیگر برای تأمین هزینه‌های جاری و اتمام طرح‌های نیمه‌تمام عمرانی است. باز هم به سوال نخستین برگردیم: با توجه به همه تنگناها، غیر از امور جاری روزمره، آیا دولت و به ویژه شخص رئیس‌جمهور کار دیگری می‌تواند بکند؟ وقتی اکثریت مردم و عمدتاً طبقه متوسط جدید برای ریاست جمهوری آقای روحانی را دوباره برگزیدند و در مقابل رقبا به او اعتماد کردند، چه چیزی در او دیدند؟ سرمایه اقبال عمومی و اعتماد اجتماعی در آن مقطع چه شد؟ به گمان من تصویر آقای روحانی در اندام مردم در سال ۹۶، یک جنگجو بود که در کنار جهانگیری، در برابر دو نامزد همسوی دیگر، برای ادامه مسیر خود و تحقق وعده‌ها مصمم می‌نمود، اما در اندک زمانی چهره جهانگیری به عنوان نماد اصلاح طلبی، محو و مخدوش شد و در مقابل با ورود دو رقیب دیروز به مسئولیت دو قوه دیگر و گسترش اختیارات مجمع سران قوا، رئیس‌جمهور در موضع اقلیت و انفعال قرار گرفت و بی‌اعتمادی به صندوق رای فراگیر شد. درست است که رئیس‌جمهور در عرصه اقتصادی دست و پا بسته است اما هنوز شخص دوم مملکت، تنها منتخب مستقیم همه ملت و مسئول اجرای قانون اساسی است. آقای روحانی حتی اگر نیم‌نگاهی به قدرت در آینده هم داشته باشد، در ساختار عینی قدرت فعلی، پذیرشی ندارد که امیدوار باشد با حمایت آنان به مرکز قدرت بازگردد و تنها گزینه او در این مسیر بازگرداندن نام نیک و سرمایه اجتماعی خود است. آنچه در ماه‌های پایانی از رئیس‌جمهور منتخب ملت انتظار می‌رود، بازگشت به وعده‌ها به رأی‌دهندگان خود در حوزه مسائل سیاسی اجتماعی و فرهنگی است. رئیس‌جمهور می‌تواند در مورد بسیاری اصول مغفول قانون اساسی رسماً و علناً موضع‌گیری کند و تذکر قانون اساسی بدهد. آقای روحانی می‌تواند لوائح جدیدی در راستای حقوق ملت به مجلس بفرستد یا آنکه می‌داند تصویب نمی‌شود تا به صورت یک مطالبه همگانی در آید. می‌شود دوباره منشور حقوق شهروندی را از فراموشخانه دولت درآورد و هر روز تکرار کرد. وزارت کشور و ارشاد می‌تواند در این فرصت باقی‌مانده به نهادهای مدنی در صف انتظار مجوز توجه فوری کنند. این سیاه بسیار طولانی است. دولت برای ورود به عرصه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی همیشه با این همه رقبا مواجه می‌شود که در این و آنفسای بحران اقتصادی و کرونا جای این بحث‌ها نیست. رئیس‌جمهور باید بداند برای اقتصاد بیش از این کاری نمی‌تواند انجام بدهد اما دولت می‌تواند در فرصت باقی‌مانده، اعتماد به نفس رأی‌دهندگان خود یعنی طبقه متوسط جدید را به عنوان رکن اصلی توسعه و تنها تکیه‌گاه قابل اتکا در مسیر بحرانی آینده، تقویت کند و از تشدید انسداد و سرکوب سیاسی قابل پیش‌بینی پس از خود تا حدودی بکاهد تا چراغ امید همچنان روشن بماند و سرمایه اجتماعی اصلاح‌طلبی در مقابل براندازان و خوشنظربانان حفظ شود. البته می‌دانم انتظار چنین اقداماتی از رئیس‌جمهور و دولت داعی دور از حاجت است؛ اما چه کنیم که در این زمانه سخت تنها سلاح ما دعا و بکاست. ■

ماه‌های پایانی دولت دوازدهم در پیش است؛ شاید سخت‌ترین زمان برای ملت و کمترین انتخاب‌ها برای دولتی که چونان شناگری دست و پا بسته در میان سهمگین‌ترین طوفان‌ها به دریا می‌افتد و باید خود را به ساحل نجات برساند. سوال «چه باید کرد؟» به‌سادگی با «چه می‌توان کرد؟» عوض می‌شود؛ معضل بزرگ سیاستمداران ایران از همان سال‌های نخستین انقلاب تا امروز ناتوانی در مرزبندی بین سیاست داخلی و سیاست خارجی و نکشاندن دعوی درون خانواده به بیرون است. تردید ندارم که اگر در ماجرای اشغال سفارت آمریکا رقابت‌ها و تسویه‌حساب‌های بازیگران سیاست داخلی با هم نبود، هرگز گروگان‌گیری این همه طولانی نمی‌شد و این چنین خسارات و تبعات بلندمدتی بر جای نمی‌ماند. این واقعیت تلخ هنوز هم ادامه دارد و از ابزار سیاست خارجی برای پیشبرد منافع شخصی و جناحی و تسویه‌حساب با رقیب داخلی استفاده می‌شود. کاری که به‌سادگی در چند ماه باقی‌مانده دولت می‌توان انجام داد آن است که گره‌هایی که بر دست‌وپای دولت زده شده کمی باز شود تا حداقل غرق نشود و همه را هم با خود نبرد. اگر مقداری فشارهای فرهنگی و سیاسی بر طبقه متوسط کم شود، وحدت و انسجام ملی افزایش می‌یابد و می‌توان در فضای جدید با انتخاب رئیس‌جمهور و شوراهای متفاوت و دارای انگیزه و برنامه، امید را به جامعه بازگرداند تا اعتماد و سرمایه اجتماعی از دست‌رفته بازسازی شود. همه این‌ها چه باید کرد است که به‌سادگی قابل انجام است اما به دلیل ترجیح منافع شخصی و جناحی قطعاً غیرممکن است. بعضی گمان می‌کنند که امکان گشایش در روابط خارجی با عدم انتخاب دونالد ترامپ وجود دارد؛ اگر مسلم بدانیم که ترامپ انتخاب نمی‌شود که البته نهایت خوش‌بینی است، تازه باید بدانیم که دولت جدید آمریکا در آذرماه وارد کاخ سفید می‌شود و هیچ دلیل منطقی برای بازگشت به برجام و لغو تحریم‌ها در بدو ورود ندارد. از نظر بایدن که دیگر تا ۴ سال نیاز به رأی مردم ندارد و حالا باید در قامت رئیس‌جمهوری ایالات‌متحده همه گروه‌های ذی‌نفع از جمله لابی صهیونیستی را راضی کند، هیچ عجله‌ای وجود ندارد. به‌رحال او همچون باراک اوباما و ترامپ مایل است غیر از مسئله هسته‌ای، مسائل مهم‌تر خود را با ایران به نفع آمریکا حل کند. اکنون که بی‌سابقه‌ترین تحریم‌های آمریکا، ایران را در موقعیت خطرناکی قرار داده است، بی‌میل نخواهد بود اگر ضربه نهایی را هم نمی‌زند، حداقل با امتیاز برنده باشد و بازگشت به برجام و لغو تحریم‌ها بدون مذاکره جدی و طولانی قابل تصور نیست. از سوی دیگر با توجه به در پیش بودن انتخابات ایران در خردادماه رقبای داخلی هم تمایل ندارند مشکلات به دست این دولت حل شود و آمریکا نیز ترجیح می‌دهد با دولت بعدی که مدت طولانی‌تری بر سر کار خواهد بود به تفاهم برسد. به همین لحاظ از نظر سیاست خارجی در چند ماه آینده گشایش متصور نیست یا لااقل در شرح وظایف دولت فعلی نخواهد بود. اگر از این دو راه‌حل کلان که به یک امر برمی‌گردد و اساس آن ترجیح منافع ملی و یکپارچگی همه جناح‌ها و گروه‌ها برای حل معضلات است، بگذریم، تنها باید به امید کارهای کوچک و مقطعی باشیم. معضلات امروز مردم ما بر کسی پوشیده نیست؛ دولت در

ساخت کارخانه یا خرید شرکت؟

دیدگاه‌های مختلف در مورد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

خارجی در کشورشان امر مطلوب است. به طور میانگین ۷۲ درصد از افراد شرکت‌کننده در این نظرسنجی با احداث کارخانه در کشورشان توسط سرمایه‌گذاران خارجی موافق بودند و ۲۶ درصد مخالف آن بودند. بر خلاف آن، تنها ۴۰ درصد از شرکت‌کننده‌ها، خریداری شرکت‌ها و بنگاه‌های محلی توسط افراد یا شرکت‌های خارجی را مثبت قلمداد کردند و ۵۸ درصد با این امر مخالف بودند. در میان تمامی کشورهای شرکت‌کننده در این تحقیق تمایل به احداث کارخانه توسط سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به طور چشمگیری بالاتر از خریداری شرکت‌های داخلی محلی توسط سرمایه‌گذاران خارجی است.

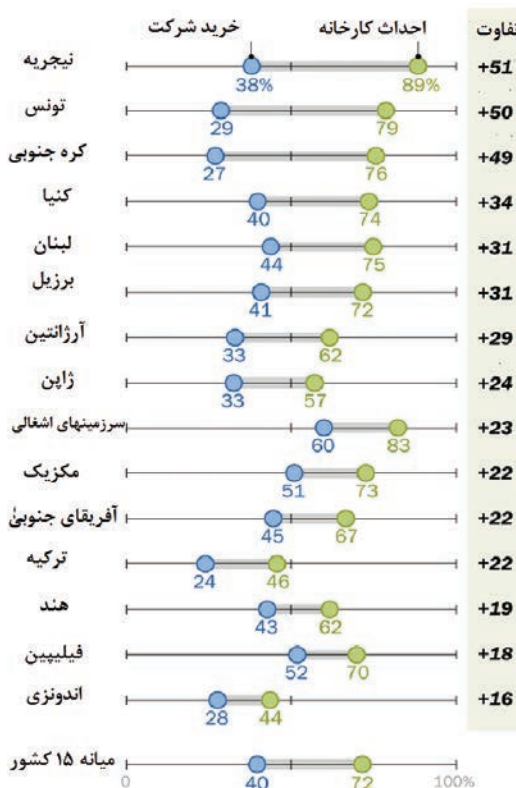
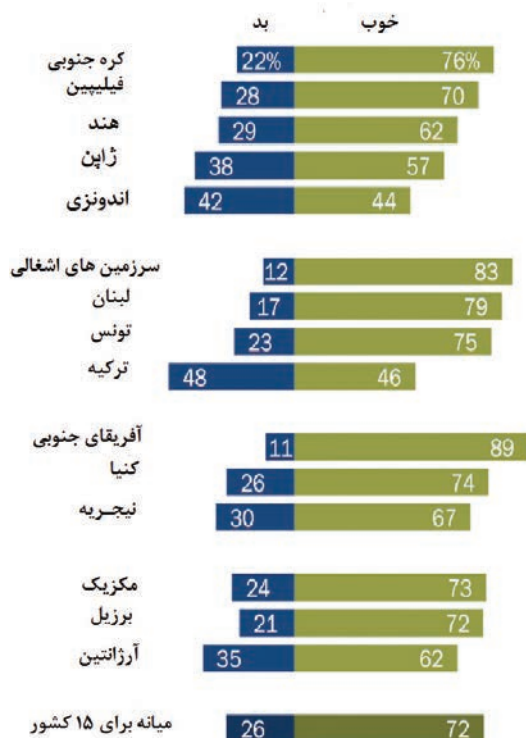
۱۳ ملت از میان ۱۵ ملت شرکت‌کننده در این تحقیق معتقد بودند که احداث کارخانه‌های جدید توسط سرمایه‌گذاران خارجی (سرمایه‌گذاری‌های گرین فیلد) امر مطلوبی است. این شامل تقریباً سه‌چهارم شرکت‌کنندگان از کشورهای نیجریه، تونس، کره جنوبی، لبنان، کنیا، مکزیک و برزیل می‌شود. در میان شرکت‌کنندگان از کشورهای ترکیه و اندونزی اختلاف نظری بیشتری وجود داشت و به ترتیب ۴۶ درصد و ۴۴ درصد از آنها موافق با ساخت کارخانه توسط سرمایه‌گذاران خارجی بودند.

نتایج یک تحقیق که توسط موسسه تحقیقاتی پیو (PEW) در خصوص تمایل مردم کشورهای مختلف نسبت به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) در کشورشان صورت گرفته حاکی از نگاه مثبت و استقبال آنها از این موضوع است. یافته‌های این تحقیق که در سال ۲۰۱۹ انجام یافته و ۱۵ کشور را در بر میگیرد نشان می‌دهد که مردم در خصوص خریداری شرکت‌های داخلی توسط سرمایه‌گذاران خارجی احتیاط بیشتری از خود نشان می‌دهند. این تحقیق قبل از شیوع و فراگیری کووید-۱۹ صورت گرفته که بر اساس آمار سازمان ملل منجر به کاهش ۴۰ درصدی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دنیا شده است.

منبع: مرکز خدمات سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

مقایسه حمایت افراد از «احداث» کارخانه یا «خرید» شرکت توسط شرکت‌های خارجی

درصد کسانی که می‌گویند «احداث» کارخانه یا «خرید» شرکت توسط شرکت‌های



خارجی هستند. همچنین تقریباً نیمی (۵۲ درصد) از مردم فیلیپین و همچنین مکزیک (۵۱ درصد) همین نظر را داشتند.

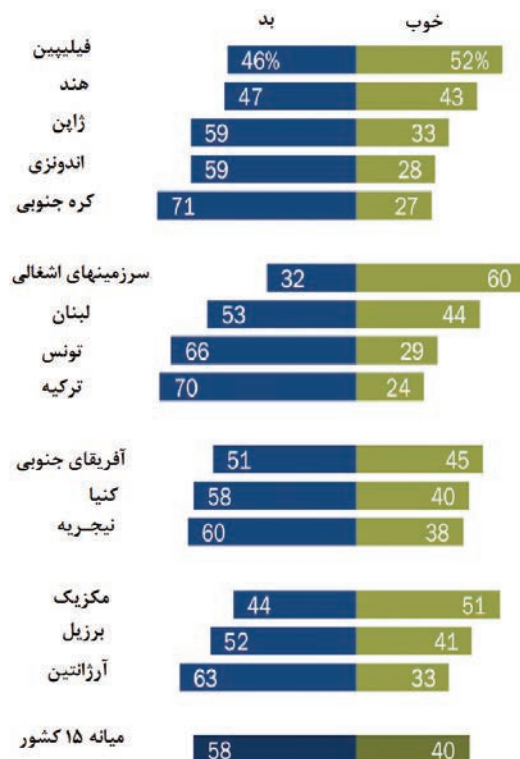
حمایت از «خرید» شرکت‌های داخلی توسط شرکت‌های خارجی

درصد کسانی که می‌گویند «خرید» شرکت‌های داخلی توسط شرکت‌های خارجی در کشورشان امر مطلوب یا نامطلوب است. حمایت از خریداری شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی داخلی توسط سرمایه‌گذاران خارجی هم نسبت به سال ۲۰۱۴ در اکثر کشورها کاهش یافته است. حمایت از این قسم سرمایه‌گذاری‌ها کاهش دورقمی در میان کشورهای نیجریه، کنیا، برزیل، فیلیپین، اندونزی، هند و آفریقای جنوبی داشته است. ژاپن تنها کشوری است که در آن رشد چشمگیری در حمایت از سهامدار شدن سرمایه‌گذاران خارجی نسبت به سال ۲۰۱۴ شکل گرفته است. با وجود اینکه درصد ژاپنی‌هایی که از این دست سرمایه‌گذاری حمایت می‌کنند در سال ۲۰۱۹ تقریباً دو برابر شده است، اما همچنان تنها ۳۳ درصد از آنها موافق با این دست سرمایه‌گذاری‌ها هستند. ■

کشور	۲۰۱۴	۲۰۱۹	تفاوت بین ۲۰۱۹ و ۲۰۱۴	افزایش/کاهش
ترکیه	۳۰	۲۴	-۶	↓
آفریقای جنوبی	۵۷	۴۵	-۱۲	↓
هند	۵۶	۴۳	-۱۳	↓
اندونزی	۴۱	۲۸	-۱۳	↓
برزیل	۵۵	۴۱	-۱۴	↓
فیلیپین	۶۶	۵۲	-۱۴	↓
کنیا	۶۶	۴۰	-۲۶	↓
نیجریه	۶۴	۳۸	-۲۶	↓
تونس	۲۵	۲۹	+۴	-
مکزیک	۵۰	۵۱	+۱	-
سرزمین‌های اشغالی	۶۱	۶۰	-۱	-
لبنان	۴۷	۴۴	-۳	-
کره جنوبی	۳۰	۲۷	-۳	-
آرژانتین	۳۷	۳۳	-۴	-
ژاپن	۱۷	۳۳	+۱۶	↑

حمایت از «احداث» کارخانه توسط شرکت‌های خارجی

درصد کسانی که می‌گویند «احداث» کارخانه توسط شرکت‌های خارجی در کشورشان امر مطلوب یا نامطلوب است. در حالی که ساخت کارخانه توسط سرمایه‌گذاران خارجی در سال ۲۰۱۹ به طور کلی مورد حمایت بوده، این حمایت نسبت به سال ۲۰۱۴، آخرین باری که این تحقیق صورت گرفته بود، در بسیاری از کشورها کاهش یافته است. به طور مثال در اندونزی در سال ۲۰۱۴، به طور میانگین از هر ده نفر، هفت نفر (۶۹ درصد) معتقد بودند که سرمایه‌گذاری‌های گرین فیلد خوب هستند که این نظر با ۲۵ درصد تقلیل در سال ۲۰۱۹ به ۴۴ درصد کاهش یافته. همچنین در کنیا و برزیل، سهم افرادی که سرمایه‌گذاری‌های از این دست را مثبت تلقی می‌کردند کاهش دورقمی داشته است. بر خلاف نظرات مثبتی که در خصوص احداث کارخانه توسط سرمایه‌گذاران خارجی وجود دارد، شرکت‌کنندگان ۸ کشور از ۱۵ کشور نظر مساعدی نسبت به خریداری شرکت‌های داخلی توسط سرمایه‌گذاران خارجی ندارند. تقریباً دوسوم از شرکت‌کنندگان کره جنوبی، ترکیه و تونس و همچنین اکثریت شرکت‌کنندگان آرژانتین، نیجریه، ژاپن، اندونزی و کنیا مخالف خریداری شرکت‌ها و بنگاه‌های داخلی توسط سرمایه‌گذاران



تخریب خلاق

راه‌حلی برای بازیابی از رکود ناشی از کرونا و تقویت رشد اقتصادی

ترجمه: مرکز خدمات سرمایه‌گذاری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

منبع: موسسه فرین، دانشگاه کلگری

آشنایی با ایده‌های جوزف شومپیتر برای کسانی که دغدغه بازیابی از رکود و ترویج رشد اقتصادی را دارند می‌تواند بینش‌های راهگشایی فراهم کند. جوزف شومپیتر (۱۸۸۳-۱۹۵۰) استاد دانشگاه هاروارد بود و اولین فرد خارجی بود که به ریاست انجمن اقتصادی آمریکا رسید. سال‌ها از مرگ شومپیتر می‌گذرد اما نظریه‌های او همچنان الهام‌بخش هستند و بینش‌های ارزشمندی در مورد چگونگی بهبود و بازیابی از رکود ارائه می‌دهند. شومپیتر به دلیل رواج و محبوبیت اصطلاح «تخریب خلاق» شناخته می‌شود. تخریب خلاق فرآیندی است که از طریق آن نوآوری‌های جدید به وجود می‌آید و متعاقباً باعث می‌شود روشهای قدیمی انجام کارها از بین برود. تخریب خلاق نه تنها ویژگی اساسی اقتصاد بازار آزاد است، بلکه منبع اصلی پیشرفت اقتصادی است. به بیان ساده‌تر، خلاقیت، نوآوری، نبوغ و کوشش کارآفرینان محور رونق اقتصادی است.

رشد و شکوفایی اقتصادی نیازمند تلاش غیر متمرکز کارآفرینان مستقلی است که در راستای دستیابی به سود و پرستیژ دست به ایجاد ترکیبات جدیدی از منابع مولد (از جمله مواد اولیه، نیروی کار و نبوغ) می‌زنند. در این فرآیند که مبتنی بر آزمون و خطاست، سیستم سود و زیان بازخورد سریع در مورد کیفیت نوآوری ارائه می‌دهد و این فرآیند منجر به آینده‌های روشن‌تر، مرفه‌تر و ثروتمندتر می‌شود. هیچ پاسخ صحیح از پیش داده‌شده‌ای به سوالات یا موضوعات وجود ندارد، بلکه بهترین مسیر برای آینده روشن متکی به فرآیند آزمایش‌های غیرمتمرکزی است که متکی به ساختار تشویقی ایجادشده از تلافی ترجیحات مصرف‌کننده و هزینه فرصت منابع مولد مورد نیاز است.

کارآفرینانی که با ایده‌های جدید، محصولات با قیمت‌های مناسب (قیمتی که حداقل درآمد کافی برای تأمین هزینه‌های تولید را پوشش دهد) عرضه می‌کنند، به سوددهی خواهند رسید و تلاش‌های آنها در آینده ادامه خواهد یافت. درآمد ناکافی و در نتیجه ضرر منجر به شکست کسب و کار می‌شود. همچنین عدم موفقیت می‌تواند نتیجه ناکارآمدی هزینه‌های بالا باشد. به عنوان مثال کسب و کاری که ممکن است در یک مکان پایین شهر سودآور باشد، در صورتی که در منطقه بالای شهر که نرخ‌های اجاره بالاتر است مستقر شود، سودآور نخواهد بود. بنابراین اینکه کدام منابع در ترکیب آورده می‌شوند از اهمیت برابری با ارزش آنچه تولید می‌شود برخوردار است.

هیچ جام جهان‌نمایی در این فرآیند وجود ندارد. هیچ فرد خردمند یا برنامه‌ریز مرکزی که بتواند از قبل ایده‌های خوب را پیش‌بینی کند، بهترین راه پیش‌رو را تشخیص دهد و بداند کدام منابع برای برآورده کردن نیازها به بهترین وجه مناسب هستند وجود ندارد. عدم قطعیت، محدودیت دانش و تغییر در شرایط مداوم بازار، این امر را غیرممکن می‌سازد. در عوض این سیستم سود و زیان است که این فرآیند کشف را آگاهی‌بخشی و هدایت می‌کند.

نگاه شومپیتر به کارآفرینی به عنوان یک فرآیند تخریب خلاق برخلاف دیدگاه‌های بسیاری از اقتصاددانان دیگر (از جمله ایزرائل کوزنر، استاد دانشگاه نیویورک) است. آنها معتقد هستند کارآفرینی نیروی تشییع‌کننده در اقتصاد است و نقش کارآفرینان پر کردن شکاف‌هایی است که در بازارها وجود دارد و بازارها را به تعادل نزدیک می‌کند.

در صورتی که شومپیتر کارآفرین را برهم‌زننده تعادل موجود و به‌وجودآورنده وضعیت جدید می‌داند

برای پرورش کارآفرینی، نوآوری و رونق اقتصادی سه نکته کلیدی و ساده وجود دارد که سیاست‌گذاران باید مورد توجه قرار دهند:

۱. باید کاری کرد که جامعه، کارآفرینان را به عنوان قهرمان (که واقعاً هم هستند) ببیند. از ایده‌های شش‌رور جلوه دادن و هیولاسازی از کارآفرینان موفق و فعالان کسب و کار باید دست برداشت. آرزوی کارآفرین موفق شدن باید به اندازه پزشک، مهندس یا سیاستمدار شدن برای کودکان ارزشمند و برانگیزاننده باشد.
۲. باید اطمینان حاصل کرد که بازارها رقابتی هستند. از موانع ایجادشده توسط دولت که از شرکت‌های فعلی در برابر ورود رقبای جدید محافظت می‌کند (مجوز و غیره) باید جلوگیری و آن را حذف کرد.
۳. باید اجازه داد سیستم سود و زیان کار کند. به شرکت‌های ناکام نباید یارانه داد، نباید طرح‌های موردعلاقه خود را انجام داد و با نفوذ سیاسی به برخی صنایع یارانه داد.

موانع کارآفرینی و نوآوری در ایران قابل توجه است، اما تهدید رکود، می‌تواند فرصتی باشد برای انجام اصلاحاتی تا مسیر برای رشد اقتصادی در آینده فراهم شود. بسیاری از بخش‌های اقتصاد از طریق انواع مکانیسم‌های دولتی از جمله محدودیت‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی، انحصارهای دولتی و الزامات صدور مجوز، در برابر رقابت محافظت می‌شود. برای مثال یکی از موانع اصلی در حوزه مجوزها است. مجوزدهی در کشور به یک ابزار قدرت‌نمایی و فساد برای نهاد دولت تبدیل شده است. از طرفی دادن وظیفه صدور مجوز به نهادهای صنفی، دارای این تعارض منافع است که چرا باید به رقبای خود اجازه ورود دهند؟ انواع و اقسام کانون‌ها همانند کانون وکلای دادگستری، کانون سردفتران رسمی و کانون کارگزاران بورس و... برای خود مقررات و حق انحصار تعریف می‌کنند تا دادن مجوز در صنف خود را سخت و ورود رقیب جدید را محدودتر کنند. شاید اگر مطالعه‌ای در این زمینه انجام شود و با اعداد و رقم تاثیر این موانع بر اقتصاد کشور برجسته شود، عمق آسیب بیشتر نمایان شود. برای مثال ترور تامب (Trevor Tombe)، اقتصاددان دانشگاه کلگری کانادا در پژوهشی موانع تجاری بین استان‌های کانادا را به طور گسترده مورد مطالعه قرار داده و نتیجه گرفته است که رفع موانع و اجازه دادن به شرکت‌ها برای رقابت در فرای مرزهای استانی، می‌تواند اقتصاد کانادا را بین ۵۰ تا ۱۳۰ میلیارد دلار در سال بهبود دهد.

موانع بی‌شمار دیگری برای کارآفرینی و رونق اقتصادی می‌توان برشمرد؛ برخورداری از معافیت‌های مالیاتی، دریافت یارانه مستقیم از دولت و مقررات حمایتی برای بخش‌ها و صنایع خاص از این جمله است. جوزف شومپیتر برای اولین بار در دهه ۱۹۲۰ متوجه شد محدودیت در کار کارآفرینان می‌تواند پیامدهای پرهزینه‌ای برای رشد اقتصادی و کوتاه‌مدت و بلندمدت داشته باشد. اکنون بعد از صد سال، و با توجه به اینکه ایران و جهان به شدت نیاز به رشد اقتصادی و بازیابی از رکود دارند، درس‌های شومپیتر باید با دقت بیشتری مورد توجه قرار گیرد. پاسخ به مشکل، وضع موانع بیشتر نیست بلکه باز کردن بازارها برای رقابت کارآفرینی است. ■

.....روایت.....

«آینده‌نگر» سیاست‌های جدید صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی را بررسی می‌کند

ابزار بلا تکلیف تجارت

مسئولیت اتاق‌های بازرگانی در صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی کاهش یافت. اختلال در صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی موجب شده تا فعالان اقتصادی لب به گلایه بکشایند و نامه‌هایی نیز از سوی بخش خصوصی به دولت ارسال شود. البته بخش خصوصی معتقد است که در رویه‌های گذشته نیز کارت‌های بازرگانی از سوی وزارت صمت تایید می‌شد و اتاق بازرگانی تنها پرونده‌ها را تکمیل می‌کرد و به این وزارت‌خانه می‌فرستاد. اما در حال حاضر این رویه دستخوش تغییراتی شده است. صدور و تمدید کارت در سامانه جامع تجارت که سامانه‌ای تازه کار است، انجام می‌شود و باگ‌ها و مشکلات این سامانه نیز اجازه نمی‌دهد تا مانند گذشته، کارها به راحتی پیش برود.



رویه صدور کارت بازرگانی نشان می‌دهد که اتاق‌ها، در تایید یا رد متقاضیان دریافت ابزار تجارت خارجی نقشی نداشتند و تنها به عنوان پیشخوان عمل می‌کردند و این وزارت صمت است که نقش مستقیم در این رویه داشته است؛ اما هیچ‌گاه در مواردی که بحث تخلف کارت‌های بازرگانی مطرح می‌شود، نامی از این وزارت‌خانه به میان نمی‌آید.

کارت بازرگانی باز هم در چالش جدید

تغییر مسیر در سیاست‌های تجاری

حالی است که فعالان اقتصادی اعتقاد دارند ادعای بانک مرکزی در خصوص میزان ارز بازنگشته بخش خصوصی به کشور، نادرست است. البته اخیراً اعلام شده که ۲۰۵۶ صادرکننده نسبت به رفع کامل تعهدات ارزی خود در سال‌های ۹۷ و ۹۸ اقدام کرده‌اند و میزان صادرات این گروه به ۱۴۰۲ میلیارد یورو می‌رسد. از سوی دیگر نیز بررسی‌های اتاق بازرگانی ایران نشان می‌دهد از مجموع حدود ۱۵ هزار صادرکننده‌ای که هیچ ارزی به کشور بازنگردانده‌اند، تنها ۵ هزار صادرکننده، دارای کارت بازرگانی بوده‌اند.

آخرین تصمیم وزارت صمت در مورد کارت‌های بازرگانی نیز از سوی مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صمت اعلام شده است. سعید عباسپور در مورد وضعیت صدور کارت بازرگانی و شرایط تمدید آن و همین‌طور ممنوعیت‌های ثبت سفارش خبری اعلام کرده است که مطابق آن، صدور مجوز صدور کارت بازرگانی برای صادرکنندگان مبتدی ممنوع شده است. این تصمیم شامل افرادی می‌شود که برای اولین بار درخواست دریافت کارت بازرگانی داده‌اند. این اقدام با هدف جلوگیری از سوءاستفاده احتمالی و انباشتنی تعهدات ارزی در دستور کار سیاست‌گذار تجاری قرار گرفته است. در عین حال، تمدید کارت بازرگانی برای کسانی که دارای تعهد ارزی هستند، ممنوع خواهد بود.

آنچه مسلم است موضوع رفع تعهد ارزی بر کارت‌های بازرگانی سایه افکنده و موجب تصمیمات جدید در این خصوص شده است. اما آیا با رویه جدید، تخلفات کاهش خواهد یافت یا خیر؟

برخی از کارشناسان بر این باورند که محدود کردن صدور کارت بازرگانی مکانیزم بازار آزاد را زیر سوال خواهد برد. چرا که این امر موجب می‌شود انحصار تجارت خارجی از این پس در دست کسانی باشد که پیش از این تصمیمات، کارت بازرگانی دریافت کرده‌اند. تبعات انحصار در هر حوزه‌ای هم بر هیچ‌کس پوشیده نیست. البته چندی پیش اتاق بازرگانی به منظور ساماندهی تجارت خارجی به خصوص صادرات، پیشنهاد سقف ۵۰۰ هزار دلاری برای صادرکنندگان نوپا را ارائه داد که مورد قبول واقع شد. اما آنچه سعید عباسپور اعلام کرده با این تصمیم مغایرت دارد.

با توجه به اینکه محدودیت‌های کارت‌های بازرگانی به دلیل مدیریت ارزی در کشور اتفاق افتاده است، بد نیست به آخرین آمارهای اعلام‌شده از بازگشت ارز صادراتی به کشور تا لحظه تنظیم این گزارش نگاهی بیندازیم.

- ۲۰۵۶ صادرکننده خوشنام به طور کامل تعهد ارزی ۹۷ و ۹۸ را ایفا کرده‌اند.
- ۱۴/۲ میلیارد یورو از سوی صادرکنندگان خوشنام به کشور بازگشته است.
- ۶۲۱ صادرکننده خوشنام، غیرتولیدی (۳۰ درصد) هستند.
- ۱۴۳۵ صادرکننده خوشنام واحدهای تولیدی هستند.
- ۷/۵ میلیارد یورو از ارزهای بازگشته به کشور، مربوط به سال ۹۷ است.
- ۶/۷ میلیارد یورو از ارزهای بازگشته مربوط به سال ۱۳۹۸ است.
- بیش از ۹۲ درصد تعهدهای ایفاشده ارزی از سوی بنگاه‌های تولیدی انجام شده است.
- بیش از ۶۲ درصد ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگانی که صد درصد تعهدات خود را ایفا کرده‌اند، توسط صادرکنندگانی انجام شده که بیشتر از ۱۰۰ میلیون یورو صادرات داشته‌اند. این گروه از صادرکنندگان شامل ۲۴ واحد تولیدی با حدود ۹ میلیارد یورو صادرات هستند.
- بیش از ۱۳۳۳ صادرکننده که صد درصد تعهدات خود را ایفا کرده‌اند، صادراتی کمتر از یک میلیون یورو داشته و فقط ۲/۶ میلیارد یورو صادرات به این گروه تعلق دارد. ■

بمانجان ندیمی

دبیر بخش روایت

اختیارات اتاق بازرگانی در صدور و تمدید کارت بازرگانی محدود شده است. پس از اعمال این محدودیت، از ابتدای مرداد تا زمان نگارش این نوشتار، کارت جدیدی صادر نشده و روند تمدید کارت‌ها هم به کندی صورت می‌گیرد. این موضوع بهانه‌ای بود برای آنکه بار دیگر موضوع کارت‌های بازرگانی را زیر دربین بگذاریم.

کارت بازرگانی، ابزار تجارت خارجی در ایران محسوب می‌شود که فعالیت تجاری بدون آن امکان‌پذیر نیست. متقاضیان کارت بازرگانی پیش از این مدارک خود را به اتاق بازرگانی ارائه می‌دادند و پس از تکمیل، پرونده‌ها به وزارت صمت می‌رفت و تایید نهایی از سوی این دستگاه دولتی صورت می‌گرفت. اما حال این رویه تغییر کرده و نقش اتاق‌های بازرگانی در صدور و تمدید کارت‌ها کاهش یافته است. در حال حاضر صدور و تمدید کارت در سامانه جامع تجارت انجام می‌شود. سامانه‌ای که به گفته فعالان اقتصادی دارای مشکلات جدی است. از این رو نه تنها کارتی در این مدت صادر نشده، بلکه تمدید کارت‌ها هم با مشکلات اساسی روبه‌رو بوده است. این اختلال در خصوص کارت‌های بازرگانی بی‌شک در تجارت خارجی و البته تولید کشور تاثیرگذار خواهد بود.

دولت همواره در ادوار مختلف، انگشت اتهام خود را در مورد تخلفات کارت‌های بازرگانی، به سوی اتاق بازرگانی می‌گرفت. به گونه‌ای که این نهاد بخش خصوصی متهم به صدور کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای بود. این در حالی است که رویه صدور کارت بازرگانی نشان می‌دهد که اتاق‌ها، در تایید یا رد متقاضیان دریافت ابزار تجارت خارجی نقشی نداشتند و تنها به عنوان پیشخوان عمل می‌کردند و این وزارت صمت است که نقش مستقیم در این رویه داشته است. اما هیچ‌گاه در مواردی که بحث تخلف کارت‌های بازرگانی مطرح می‌شود، نامی از این وزارت‌خانه به میان نمی‌آید. بنابراین برخی اعتقاد دارند که سلب مسئولیت از اتاق‌ها در این خصوص، اتهامات وارد شده را نیز کمتر می‌کند. بدیهی است که وقتی مسئولیت اتاق در صدور کارت‌های بازرگانی کاهش یابد، دیگر جایی برای متهم کردن این نهاد وجود ندارد.

اما اتهامات به کارت بازرگانی هم‌زمان با سیاست‌های ارزی دو سال اخیر بیشتر شده است. صادرکنندگان بیش از پیش متهم به تخلف در بازنگرداندن ارز شده‌اند. این در

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▲ **اتهامات به کارت بازرگانی هم‌زمان با سیاست‌های ارزی دو سال اخیر بیشتر شده است.**
- ▲ **دولت همواره در ادوار مختلف، انگشت اتهام خود را در مورد تخلفات کارت‌های بازرگانی، به سوی اتاق بازرگانی می‌گرفت.**
- ▲ **وقتی مسئولیت اتاق در صدور کارت‌های بازرگانی کاهش یابد، دیگر جایی برای متهم کردن این نهاد وجود ندارد.**
- ▲ **در حال حاضر صدور و تمدید کارت در سامانه جامع تجارت انجام می‌شود.**
- ▲ **اختلال در خصوص کارت‌های بازرگانی بی‌شک در تجارت خارجی و البته تولید کشور تاثیرگذار خواهد بود.**

پیشنهاد اتاق این است که قبل از اینکه این رویه رسماً شروع شود، اولاً زیرساخت‌های آن در وزارت صمت از آمادگی کامل برخوردار باشد و دوماً در سه اتاق استانی برای مثال تبریز و مشهد و اصفهان، به صورت آزمایشی و پیلوت کارت‌های بازرگانی صادر و تمدید شود تا نقایص این سامانه مشخص و رفع شود.

اتاق بازرگانی همچنان در صدور کارت نقش دارد

تناقض مخرب در صدور کارت بازرگانی



مظفر علیخانی

معاون امور تشکل‌ها و استان‌های اتاق ایران

طرف دیگر، این دو رویکرد باید در کشور تعیین تکلیف شوند؛ یعنی نمی‌شود با سیاست‌های متفاوت در زمان‌های متفاوت و در دولت‌های متفاوت و زمان تصدی وزرای متفاوت تغییر رویکرد را تجربه کنیم، چون آثار این رویکردها، بر صدور کارت، بر سیاست‌های تجاری و ارزی تأثیر گذار است و منجر به بهبود یا عدم بهبود محیط کسب و کار می‌شود.

اما مسئله‌ای را که بهانه این نوشتار است از اینجا آغاز می‌کنم. در گذشته پرونده‌های صدور کارت بازرگانی به صورت فیزیکی تشکیل می‌شد، متقاضیان دریافت کارت به اتاق مراجعه می‌کردند و برابر ضوابط و شرایط مندرج در ماده ۱۰ آیین‌نامه، تشکیل پرونده می‌دادند؛ اتاق پرونده تکمیل شده را به صورت فیزیکی به سازمان‌های صمت استانی می‌فرستاد و آنها پس از بررسی، اگر پرونده کامل بود، آن را تأیید می‌کردند و به اتاق اجازه صدور کارت یا تمدید کارت داده می‌شد. اگر پرونده‌های ناقص بود نیز آن را جهت رفع نقص عودت می‌دادند. نکته حائز اهمیت این است که عملکرد اتاق در فرایند صدور و تمدید بر اساس ضوابطی است که در هیئت وزیران تصویب شده است. یعنی شروط صدور و تمدید را اتاق تعریف نکرده و هیئت وزیران به عنوان سیاست‌گذار آن را تدوین کرده است. بنابراین، اتاق بازرگانی فقط مجری ضوابط است؛ اگر شرایط سخت یا سهل است، در حیطه اختیار اتاق نیست، چون دولت سیاست‌گذار و اتاق مجری است.

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در مقطعی سامانه‌ای را برای اعضای خود ایجاد کرد و وزیر وقت بازرگانی به این جمع‌بندی رسید که این سامانه با ظرفیت‌ها و توانمندی‌هایی که دارد بهتر است به جای اینکه سامانه عضویت اعضای اتاق باشد، سامانه مدیریت یکپارچه فرایندهای صدور و تمدید کارت بازرگانی باشد. به همین جهت تفاهم‌نامه‌ای بین وزارت صمت و اتاق ایران و اتاق تعاون امضا شد و صدور و تمدید کارت و مدیریت فرایندها بر اساس این سامانه انجام شد. این سامانه گامی بلند به سمت شفاف‌سازی، کاهش دخالت عامل انسانی، جلوگیری از انحرافات احتمالی، کوتاه کردن فرایندها، جلوگیری از جعل اسناد و مدارک مورد نیاز صدور و تمدید کارت و سرعت بخشیدن در فرایندها برداشت. به گونه‌ای که فرایندهای الکترونیکی

مسائل مربوط به کارت بازرگانی موضوعی است که باید به آن به صورت ریشه‌ای نگاه کرد. توجه داشته باشید که هم در قانون اساسی به نوعی بازرگانی خارجی در اختیار دولت قرار گرفته است و هم یک قانون به اسم انحصار تجارت خارجی وجود دارد که این پروسه را در اختیار دولت قرار می‌دهد و دولت به استناد ماده ۳ قانون مقررات صادرات و واردات آن را به بخش خصوصی تفویض کرده است. بر اساس این قانون مبادرت در امر صادرات و واردات مستلزم داشتن کارت بازرگانی است که توسط اتاق صادر و توسط وزارت صمت تأیید می‌شود و شرایط صدور این کارت هم در ماده ۱۰ آیین‌نامه اجرایی قانون تجلی پیدا کرده است.

از اول انقلاب اسلامی و از سال ۷۳ که ماده ۳ به تصویب مجلس رسید، شاهد دو تفکر و رویکرد در ارتباط با بازرگانی خارجی در کشور هستیم. یک تفکر معتقد است که باید ورود به عرصه تجارت خارجی را سهل و ساده کنیم و به بیانی عنوان می‌شود امر تجارت خارجی یک امر تخصصی نیست و هر کسی با حداقل دانش و تجربه و سرمایه و تحصیلات می‌تواند وارد این عرصه شود. این تفکر معتقد است این رویکرد منجر به شکل نگرفتن انحصار و تبعیض شده و باعث می‌شود که فرصت برای همه مهیا باشد. در این تفکر، باید شرایط صدور کارت بازرگانی بسیار ساده و سهل باشد که همه به راحتی بتوانند کارت بازرگانی بگیرند و وارد عرصه تجارت شوند. تفکر دیگر معتقد است که تجارت یک امر تخصصی و فنی است. در نتیجه برای مبادرت به امر صادرات و واردات باید دانش و تخصص، اهلیت تجاری و صلاحیت حرفه‌ای وجود داشته باشد و طبیعتاً بر اساس این دیدگاه، ورود به عرصه تجارت مشمول شروط خاصی است. خروجی این تفکر نیز سختگیرانه کردن شرایط صدور کارت است. گروه اول می‌گویند که مبادرت به هر شغلی در قانون اساسی آزاد است؛ اما گروه دوم می‌گویند بله آزاد است، اما شما برای مبادرت به آن شغل باید پیش‌نیازهای آن را تحصیل کنید.

این دو تفکر بعد از انقلاب اسلامی به صورت سینوسی تغییر کرده است؛ یعنی در یک مقطع تفکر اول و در مقطع دیگر تفکر دوم حاکم بوده است. هم در دولت‌ها و هم در درون دولت‌ها این دو تفکر را می‌توان یافت. یعنی در درون دولت‌ها هم بسته به سلیقه وزیر مربوطه و معاون وزیر مربوطه و هم بسته به سیاست‌های دولت، رویکردها تغییر کرده است. برای مثال در دولت جناب آقای روحانی، آقای نعمت‌زاده به عنوان وزیر صمت در هیئت نمایندگان اتاق سخنرانی کرد و گفت ما کارت بازرگانی را حذف می‌کنیم و در یک سخنرانی دیگر هم گفت که ما بند ناف کارت را از مفاصاحساب مالیاتی و مفاصاحساب تامین اجتماعی قطع می‌کنیم. اما بعد از چند ماه و به تبع گزارشی که گمرک ایران منتشر کرد مبنی بر اینکه هزار میلیارد تومان فرار از محل حقوق ورودی وجود دارد و دستوری که معاون اول محترم رییس جمهور برای رسیدگی داد، این سیاست کاملاً تغییر کرد و وزارت صمت حدود ۱۰ بخشنامه در راستای سخت‌تر شدن شروط و فرایند صدور و تمدید کارت صادر کرد.

این نکات به این جهت در این نوشتار مورد اشاره قرار گرفت که نگارنده معتقد است باید در ابتدا یک اصول و رویکردی روشن شود که آیا تجارت خارجی باید با محوریت بخش خصوصی انجام شود یا خیر؟ که بر اساس قوانین موجود به نظر می‌رسد این محوریت باید با بخش خصوصی باشد. از

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ دولت بر این باور بود که فرایندهای صدور و تمدید کارت‌ها از طریق سامانه جامع تجارت انجام شود.
- ▶ زیرساخت‌های لازم در سامانه جامع تجارت توسط وزارت صمت برای صدور و تمدید کارت بازرگانی، ایجاد نشده است.
- ▶ از اول مرداد تا زمان نگارش این مطلب عملاً هیچ کارتی صادر یا تمدید نشده است.
- ▶ اختلال در صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی مسلمان بر تجارت خارجی در حداقل دو ماه آینده تأثیر گذار خواهد بود.
- ▶ بسیاری از فعالان اقتصادی مقدمات امور تجاری خود را فراهم کرده‌اند و به کارت بازرگانی خود برای تسریع در امر تجارت نیاز دارند.
- ▶ ممکن است اختلال در صدور کارت‌های جدید به دلیل اینکه آغاز فعالیت اشخاص حقیقی و حقوقی محسوب می‌شود، کمتر بر تجارت خارجی تأثیر بگذارد.

جایگزین فرآیندهای فیزیکی شدند. شایان ذکر است همان خروجی‌ها و دسترس‌هایی که سامانه در اختیار اتاق قرار می‌داد، در اختیار اتاق تعاون، وزارت صمت و سازمان‌های استانی هم قرار می‌داد و فقط سرورهای آن در اتاق ایران مستقر بود؛ آن هم به دلیل اینکه این سامانه در اتاق ایران طراحی شده است. در ادامه مسیر در مواد ۵ و ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز و آیین‌نامه اجرایی مربوطه، بحث ایجاد سامانه‌ها و برقراری ارتباط بین سامانه‌های دستگاه‌های مختلف در راستای پیشگیری از امر قاچاق مورد توجه قرار گرفت. آنجا بحث سامانه جامع تجارت و سامانه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی هم مطرح شد که قرار شد هر دو این سامانه‌ها با همکاری اتاق ایران و اتاق تعاون و برخی از دستگاه‌های دولتی شکل بگیرد. زمانی که مجلس در ارتباط با چگونگی طراحی و راه‌اندازی سامانه‌ها از بُعد نظارتی ورود پیدا کرد و گزارش‌ها و اقدامات وزارت‌خانه‌ها و نهادهای مختلف را تقاضا کرد، یکی از سازمان‌هایی که به نوعی مخاطب قرار گرفت که چرا در مورد سامانه جامع تجارت و سامانه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی، اقدام مؤثری انجام نداده است، وزارت صمت بود. از آنجا بود که سامانه جامع تجارت استارت خورد و دوستان بر این باور بودند که فرایندهای صدور و تمدید کارت‌ها نیز از طریق سامانه جامع تجارت انجام شود. این در حالی است که به اعتقاد نگارنده در بحث صدور و تمدید کارت، به دلیل اینکه قانون خاص وجود دارد، شاید بهتر بود که ورود به سامانه جامع تجارت از طریق سامانه اتاق انجام می‌شد.

به هر حال با وجود اختلافات کارشناسی که بین کارشناسان اتاق و وزارت صمت و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز وجود داشت، در نهایت یک تفاهم‌نامه به امضای مسئولین ارشد وزارت صمت، اتاق ایران و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز رسید که ورود به سامانه از طریق سامانه جامع تجارت انجام شود. یعنی متقاضی کارت، وارد سامانه جامع توسعه می‌شود و در آنجا اطلاعاتش را وارد و مدارکش را بارگذاری می‌کند. سپس وزارت صمت اعلام‌های ۱۴ گانه را از دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی انجام می‌دهد. پس از آن پرونده تشکیل شده را به سامانه اتاق منتقل می‌کند و اتاق رسیدگی‌های خود را انجام می‌دهد. بعد از تکمیل نیز مجدداً تایید وزارت صمت را خواهد گرفت و سپس کارت صادر یا تمدید خواهد شد. چگونگی ورود اطلاعات به سامانه و مسیر ورود اطلاعات که قبلاً قرار بود از طریق سامانه اتاق انجام شود، در حال حاضر از طریق سامانه جامع تجارت انجام می‌شود.

اما در حال حاضر که این اتفاق افتاده است، متأسفانه زیرساخت‌های لازم در سامانه جامع تجارت توسط وزارت صمت آن‌طور که بایسته و شایسته است، ایجاد نشده است؛ نتیجه هم اینکه اولاً از اول مرداد تا زمان نگارش این مطلب عملاً هیچ کارتی صادر یا تمدید نشده است. دوماً حدود ۱۴ هزار پرونده قبل از اول مرداد سال جاری در اتاق‌های سراسر کشور تشکیل شده است که این پرونده‌ها یک تا چندین ماه زمان می‌برد تا کامل شود؛ چراکه بسیاری از آنها به مفاصاحساب مالیاتی و تامین اجتماعی و گواهی‌های دیگر مثل گواهی عدم سوء پیشینه نیاز دارد و دریافت این مدارک نیز زمان‌بر است. از این ۱۴ هزار پرونده، قریب به هزار و صد پرونده صد درصد کامل است. یعنی تمام اسناد و مدارک آن کامل است و حتی حقوق دولت و حق عضویت اتاق هم پرداخت شده است و طبیعتاً فعالان اقتصادی انتظار دارند که بر اساس سامانه فعلی اتاق، کارشان صادر شود. اما اینکه وزارت صمت اعلام می‌کند این پرونده‌ها کلاً حذف شود و مجدداً از طریق سامانه جامع تشکیل شود، به اعتقاد نگارنده خلاف قانون، عرف و رویه است و در میان فعالان اقتصادی ایجاد نارضایتی و محیط کسب و کار را نامساعد می‌کند. باید توجه داشت که بسیاری از فعالان اقتصادی مقدمات امور تجاری خود را فراهم کرده‌اند و به کارت بازرگانی خود برای تسریع در امر تجارت نیاز دارند. از سوی دیگر تاخیر در تمدید کارت‌های بازرگانی نیز موجب شده است فعالیت شرکت‌هایی که

تولیدی و صادراتی هستند و کالاهای وارداتی و صادراتی آنها در گمرک است، مختل شود. بر همین اساس درخواست اتاق این است که کار این ۱۴ هزار پرونده و خصوصاً این هزار و صد پرونده بر اساس سامانه فعلی اتاق انجام و پرونده‌های جدید در سامانه جامع تجارت تشکیل شود. اما این موضوع که گفته می‌شود نقش اتاق یا مسئولیت آن در صدور کارت بازرگانی کاهش پیدا کرده است، خیلی واقعیت ندارد، بلکه تنها فرایندها تغییر کرده است؛ به این معنی که در گذشته اول اتاق تشکیل پرونده می‌داد و پس از آن پرونده‌ها به وزارت صمت می‌رفت، در رویه جدید، پرونده‌ها در وزارت صمت تشکیل می‌شود و پس از آن به اتاق ارسال می‌شود.

البته هنوز مشخص نیست که این تصمیم و رویه جدید تا چه اندازه می‌تواند اهداف تصمیم‌گیران را محقق کند. باید دید که در مقام عمل چه اتفاقی خواهد افتاد؛ تا این لحظه هنوز اتفاق خاصی نیفتاده است. نه کارتی صادر و نه کارتی تمدید شده است. پیشنهاد اتاق این است که قبل از اینکه این رویه رسماً شروع شود، اولاً زیرساخت‌های آن در وزارت صمت از آمادگی کامل برخوردار باشد و دوماً در سه اتاق استانی برای مثال تبریز و مشهد و اصفهان، به صورت آزمایشی و پایلوت کارت‌های بازرگانی صادر و تمدید شود تا نقایص این سامانه مشخص و رفع شود. سپس رویه جدید به صورت برنامه‌ریزی شده به سایر استان‌ها تعمیم داده شود. در حال حاضر این پایلوت انجام نشده و از سوی دیگر هیچ پرونده‌ای هم از این طریق به اتاق نیامده است. ممکن است در اتاق هم در اجرای فرایندهای جدید مشکلاتی ایجاد شود که آسیب آن متوجه فعالان اقتصادی و محیط کسب و کار شود و در نهایت نارضایتی فعالان اقتصادی نسبت به اتاق، وزارت صمت و دولت را به دنبال داشته باشد. اتاق ایران بر این باور است که این مسیر باید با مطالعه بیشتر و با همکاری بیشتر فی‌مابین، در سراسر کشور عملیاتی شود. اشاره به این نکته نیز خالی از لطف نیست که پیش از این، در زمان صدور در سامانه اتاق، اتاق‌های استان، اتاق ایران، سازمان‌های صمت استان، وزارت صمت و متقاضی به صورت آنلاین به این پرونده‌ها دسترسی داشتند و می‌دانستند یک پرونده در چه مرحله‌ای قرار گرفته است؛ در حال حاضر ما به عنوان اتاق ایران و به عنوان نهادی که برابر قانون در فرایند صدور و تمدید مسئولیت داریم، به این سامانه دسترسی نداریم و نمی‌دانیم که به عنوان مثال پرونده شرکت الف در چه مرحله‌ای قرار دارد. هنگامی که متقاضیان به اتاق مراجعه می‌کنند، این نهاد مسئول هیچ جوابی برای آنها ندارد. لذا این موضوع نیز جزو مطالبات اتاق است که این دسترسی به اتاق داده شود تا این نهاد بتواند وظیفه قانونی و سازمانی خود را بهتر انجام دهد. در نهایت این نکته را نیز باید مورد توجه قرار داد که اختلاف در صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی مسلماً بر تجارت خارجی در حداقل دو ماه آینده تأثیرگذار خواهد بود. چراکه کارت بازرگانی ابزار تجارت است و بدون آن هیچ تاجری نمی‌تواند به امر تجارت مبادرت کند. بنابراین زمانی که کارت یک بنگاه اقتصادی صادر یا تمدید نشده باشد به صورت طبیعی فرایند صادرات و واردات دچار اختلال می‌شود.

البته ممکن است اختلاف در صدور کارت‌های جدید به دلیل اینکه آغاز فعالیت اشخاص حقیقی و حقوقی محسوب می‌شود، کمتر بر تجارت خارجی تأثیر بگذارد. اما در بخش تمدید که عموماً شرکت‌هایی با سابقه دیرینه در این فرایند حضور دارند، این اختلال تأثیرگذاری بیشتری بر روند تجارت در ماه‌های آینده خواهد داشت. اغلب این شرکت‌ها که یا کالایی را وارد و یا صادر می‌کنند، در حال حاضر قادر به انجام فعالیت نیستند. برخی از آنها کالاهایی را از جمله مواد اولیه خریداری کرده‌اند که در گمرکات مانده است یا کالاهایی را تولید کرده‌اند که در صف صادرات قرار گرفته است. بنابراین، طبیعی است در چنین شرایطی در عرصه‌های تولید، صادرات و واردات اختلال‌های جدی ایجاد شود. ■

از اول انقلاب اسلامی و از سال ۷۳ که ماده ۳ به تصویب مجلس رسید، شاهد دو تفکر و رویکرد در ارتباط با بازرگانی خارجی در کشور هستیم. یک تفکر معتقد است که باید ورود به عرصه تجارت خارجی را سهل و ساده کنیم و تفکر دیگر معتقد است که تجارت یک امر تخصصی و فنی است، در نتیجه برای مبادرت به امر صادرات و واردات باید دانش و تخصص، اهلیت تجاری و صلاحیت حرفه‌ای وجود داشته باشد که بر اساس آن صدور کارت باید سختگیرانه باشد

کشورداری در ایران همواره با سعی و خطا و روش‌های غیرحرفه‌ای همراه بوده است، یعنی نه مدیری تربیت کرده‌ایم و نه اصول درست اداره کشور را در جایی به مدیران و مسئولان ارشدمان یاد داده‌ایم تا بر اساس آن بتوانند کیفیت بهتری از کار را داشته باشند؛ بنابراین نباید انتظار زیادی از آنها داشته باشیم.

اتاق از رویه جدید خوشحال باشد

تجمع بوروکراسی دولتی در صدور کارت بازرگانی در گفت‌وگو با پدram سلطانی



■ آقای دکتر، اخیراً موضوعی مطرح شده در خصوص کاهش اختیارات اتاق بازرگانی در صدور کارت‌های بازرگانی. در برخی اخبار هم چنین منعکس شده که صدور کارت بازرگانی از اتاق گرفته شده است. این موضوع بهانه‌ای است که با شما در خصوص کارت‌های بازرگانی و اتهاماتی که به اتاق در این باره وارد می‌شود به گفت‌وگو بنشینیم. چرا همواره اتاق بازرگانی در مورد کارت‌های بازرگانی، در معرض اتهام بوده است؟

متأسفانه سالیان متمادی اتاق‌های بازرگانی متهم به این بودند که در صدور کارت درست عمل نمی‌کنند. مثلاً گفته می‌شد کارت به کسانی داده می‌شود که صلاحیت کار تجارت را ندارند و از این کارت‌ها سوءاستفاده می‌کنند. این اتهام همیشه متوجه اتاق بوده است. و متأسفانه فرایند صدور کارت بازرگانی در بیشتر مواقع نادیده انگاشته می‌شود. در واقع روال صدور کارت بازرگانی این‌گونه است که اتاق‌ها پیشخوان صدور کارت هستند و متقاضیان دریافت کارت، مدارکشان را آنجا ارائه می‌کنند و در آنجا مدارکشان بررسی و سپس راستی‌آزمایی می‌شود و اگر صلاحیت لازم را طبق آیین‌نامه مربوطه داشته باشند، پرونده آنها برای اخذ امضای نهایی به سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت ارسال می‌شود تا امضای نهایی توسط رئیس سازمان مربوطه انجام شود و سپس برای آنها کارت صادر می‌شود. هرچند در صحبت‌ها، برخی مسئولین دولتی بعضاً از سر ناگهانی انتظاراتی را از اتاق داشتند که معلوم بود یک بار هم این آیین‌نامه را نخوانده‌اند. چون در آیین‌نامه شروطی مشخص شده است که اتاق تنها به اشخاص دارای این شروط کارت می‌دهد و نمی‌تواند به ظن اینکه کسی ممکن است از کارت سوءاستفاده کند سلیقه‌های عمل کند و به او کارت ندهد. آنچه برخی مسئولین از اتاق انتظار دارند مصداق این است که وقتی کسی می‌خواهد گواهی‌نامه رانندگی بگیرد، مدارکش را ببرد و امتحان رانندگی را هم قبول شود ولی افسر بگوید من فکر می‌کنم اگر به شما گواهی‌نامه بدهم، شما تصادف می‌کنید، پس من به شما گواهی‌نامه نمی‌دهم. افراد متصدی بر اساس حدسیات و تصورشان نمی‌توانند کسی را از حقتش منع کنند، اما بعضی از مسئولان دولتی این مسائل را مطرح کرده‌اند. به هر حال بر اساس آیین‌نامه اگر مدارک کامل باشد، اتاق موظف است که مدارک را بگیرد. فرایند صدور کارت بازرگانی هم این‌گونه بود که اتاق بعد از گرفتن این مدارک امضای نخست را انجام می‌داد و پرونده را برای سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مربوطه می‌فرستاد و امضای دوم و نهایی را مسئول مربوطه در آن سازمان انجام می‌داد. بنابراین در گذشته هم صدور کارت به موجب آیین‌نامه مربوطه با امضای یک مقام دولتی انجام می‌شد و اتاق فقط نقطه آغاز این فرایند بود. الان اتفاقاتی افتاده است و مجدداً توپ را در زمین بخش خصوصی انداخته‌اند. آنها عنوان می‌کنند ارزهای صادراتی که برنگشته‌اند، مربوط به سوءاستفاده از کارت‌های بازرگانی بوده و این سوءاستفاده به دلیل بی‌دقتی اتاق در صدور کارت‌ها بوده است. این بی‌اعتمادی که در بین مسئولان نسبت به مردم و بخش خصوصی

هم‌زمان با محدودیت اختیارات اتاق‌های بازرگانی در صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی با نایب رئیس سابق اتاق ایران به گفت‌وگو نشستیم. دکتر پدram سلطانی ضمن اشاره به اتفاقی که در این خصوص رخ داده است، به تبیین اتهاماتی که همواره در خصوص صدور کارت‌های بازرگانی، اتاق‌ها را نشانده رفته است، پرداخت. او معتقد است که دولت و حاکمیت هرچا بتواند، توپ را در زمین بخش خصوصی می‌اندازد. در مورد کارت‌های بازرگانی هم شرایط به همین نحو است. در حالی که وزارت صمت در نهایت در مورد صدور یک کارت تصمیم‌گیر محسوب می‌شود، اما همیشه تخلفات کارت‌های بازرگانی به گردن بخش خصوصی می‌افتد. البته سلطانی به این موضوع نیز اشاره می‌کند که اگر در موضوع محدودیت اختیارات اتاق بازرگانی در صدور کارت‌ها توجه کنیم، باید باعث خوشحالی اتاق‌ها باشد. چراکه دیگر در معرض اتهام قرار نمی‌گیرند. ضمن اینکه در اصل داستان، تغییری ایجاد نشده؛ در گذشته وزارت صمت این کارت‌ها را تایید و صادر می‌کرد و الان هم وضعیت به همین منوال است. حذف کارت‌های بازرگانی نیز بخش دیگری از صحبت‌های پدram سلطانی را به خود اختصاص داده که استدلال این نظریه را در ادامه می‌خوانید.

(مردم در اقتصاد) وجود دارد باعث شده که تصمیم بگیرند تمام فرایند صدور کارت را خودشان انجام دهند. بنابراین مأموریت پیشخوان بودن را از اتاق گرفته‌اند و سازمان توسعه تجارت، خود تمام مراحل را انجام می‌دهد. این اتفاق تا حدی نقض غرض و نفی مأموریت ذاتی اتاق‌ها در این بخش است. از سویی نیز نشانگر بی‌اعتمادی دولت نسبت به اتاق و بخش خصوصی است و نشان از تمرکز بیشتر و دولتی کردن بیشتر فرایندها دارد. ولی اگر به دقت به این موضوع نگاه کنیم می‌بینیم که در ذات قضیه تغییری حاصل نشده است؛ قبلاً دولت کارت‌های صادر شده را تایید می‌کرده، و الان نیز قرار است دولت کارت‌ها را تایید کند.

■ دلیل اینکه اتاق همیشه در معرض اتهام بوده چیست؟ چرا دولت هیچ وقت تخلفی را در زمینه کارت‌های بازرگانی گردن نمی‌گیرد؟ شما می‌فرمایید که دولت تایید می‌کند که یک کارت

صادر شود و یک کارت صادر نشود، پس چرا دولت همیشه خودش را کنار کشیده و اتاق بازرگانی در این قضیه مقصر شده است؟

چون اتاق‌های بازرگانی بخشی از دولت نیستند. در فرهنگ کشورداری ما چند نقیصه وجود دارد: یک نقیصه مهم، نبود اعتماد است؛ یعنی حاکمیت در ابعاد گوناگون نسبت به شهروند بیاعتماد است و این نگاه و پارادایم حکمرانی باعث شده که ما با قوانین بسیار پیچیده روبه‌رو باشیم، قوانین و مقرراتی که بوی بی‌اعتمادی و خلافکارپنداری نسبت به شهروند از همه آنها استشمام می‌شود. قوانین چنان نوشته می‌شود که گویی همه قصد خلافکاری دارند و دولت و مجلس طوری پیچ قانون را سفت می‌کنند که هیچ‌کس نتواند نفس بکشد. انعکاس این رویکرد و روش را در جاهای مختلف می‌توانید ببینید؛ مثلاً در حوزه اقتصادی شاخص‌های محیط کسب و کار، شاخص آزادی اقتصادی و شاخص رقابت‌پذیری بین‌المللی نشان می‌دهد که ما جایگاه خوبی نداریم؛ یعنی قوانین در ایران پیچیده است، مجوزها بسیار زیاد است و برای هر کاری در این کشور باید مجوز گرفته شود؛ چیزی که در کشورهای دیگر وجود ندارد. در تمام دستگاه‌های دولتی می‌بینید یک سری دکان‌هایی به اسم مجوز باز شده‌اند. در واقع اینها نمود بی‌اعتمادی حاکمیت به شهروند است، یعنی هر جا اتفاقی افتاد من دولت مقصر نیستم، بلکه شهروند مقصر است. ما به عنوان بخش خصوصی همواره این موضوع را به دولت گوشزد کرده‌ایم؛ اما چون این رویه تبدیل به یک فرهنگ شده است، از تأمل و تعمق در گفته‌های ما طفره می‌روند.

■ آنها در پاسخ به صحبت‌های شما چه می‌گویند؟ اصلاً پاسخی می‌دهند؟

خیر، پاسخی ندارند که بدهند؛ چون می‌دانند از هر مجوز و مدرکی عده‌ای می‌توانند عمداً یا سهواً سوءاستفاده کنند؛ ما برای آنها مثال زده‌ایم که شما فرایندی را به اسم ثبت شرکت تعریف کرده‌اید. شرکت‌ها از سازمان امور مالیاتی کد اقتصادی می‌گیرند. کسانی هم هستند که از این کد اقتصادی سوءاستفاده و فرار مالیاتی می‌کنند. آیا در این شرایط شما سازمان امور مالیاتی یا اداره ثبت شرکت‌ها را متهم می‌شناسید و می‌گویید چرا برای این فرد شرکت ثبت کرده‌اید؟ یا چرا برای او کد اقتصادی صادر کرده‌اید؟ این کار را نمی‌کنند. ولی جالب است که مرتب انگشت روی کارت بازرگانی می‌گذارند. مثلاً می‌گویند فرار مالیاتی چند هزار میلیارد تومانی از محل کارت‌های بازرگانی، ولی هیچ‌گاه نگفته‌اند که از محل کدفروشی چقدر فرار مالیاتی بوده است. در صورتی که فرار مالیاتی از این مسیر به مراتب بیشتر از کارت‌های بازرگانی بوده است. اما چرا در مورد کدها صحبت نمی‌کنند؟ زیرا آن کد را خودشان صادر می‌کنند و اگر بگویند، تف سربالا است. در کشور ما دولت همواره خودش را سوی مقابل مردم می‌بیند و این دیوار بی‌اعتمادی موجب می‌شود که اگر در جایی بتواند توپ را در زمین شهروند بیندازد، حتماً این کار را بکند. کاش دولت‌ها این را می‌پذیرفتند که اگر اختلالی در اقتصاد یا در فرایندهای اجتماعی کشور وجود دارد اول به خودشان نگاه کنند، از خودشان شروع کنند، ایراد را در درون خودشان پیدا و آن را اصلاح کنند و بعد از آن ببینند چه اتفاقی می‌افتد و اگر اثر آن بر کاستی اقتصادی یا اجتماعی کماکان ادامه پیدا کرد آن وقت به وضع قانون یا پیچیده‌تر کردن قانون مبادرت کنند یا شخص یا صنفی را متهم کنند.

■ با توجه به اینکه گفته می‌شود تمام وظایف صدور کارت به سازمان‌های صمت سپرده شده است، بحث احراز هویت کسانی

که می‌خواهند کارت بگیرند به کجا خواهد رسید؟ آیا اتاق مرجع بهتری برای این قضیه نبود؟

قطعاً بهتر بود؛ به این جهت که این فرایند سال‌ها در اتاق انجام می‌شد و جافته‌ها و نهادینه شده بود. اما فعلاً تنها تأثیر اقدامات جدید این بوده است که تاکنون هیچ کارت بازرگانی جدیدی صادر نشده و فقط در حد تمدید کارت‌ها آن هم به کندی بوده است. نکته دوم این است که اگر روش جدید برای صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی در خود دولت روش درستی است، دولت باید تمامی دفاتر پیشخوان خود، نیروی انتظامی باید پلیس +۱۰ و تأمین اجتماعی هم باید تمام کارگزاری‌ها را تعطیل کند و... یعنی هر کس می‌گوید من به دیگری اعتماد ندارم و سازمان اصلی خودم باید کارها را انجام دهد؛ شما تصور کنید که چه حجمی از کار بر سر دولت و نهادهای حاکمیتی آوار می‌شود و چه میزان نارضایتی و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیمی بر رشد اقتصادی و رضایت شهروندان می‌گذارد. به نظر من این کار درستی نیست؛ البته این را بگویم که من به طور کلی مخالف کارت بازرگانی هستم، یعنی مجوزی به نام کارت بازرگانی از نظر من باید حذف شود؛ اینکه ما الان این مجوز را داریم و اتاق آن را به‌ناچار صادر می‌کرده، بحث دیگری است.

■ بله، بارها شنیده‌ایم که شما به عضویت فراگیر در اتاق اعتقاد دارید و معتقدید که کارت بازرگانی باید حذف شود. ولی این کار هیچ‌وقت انجام نشد؛ بعضی‌ها اعتقاد دارند که اگر صدور و تمدید کارت را از اتاق بگیرند، اتاق بازرگانی دیگر کاری برای انجام دادن ندارد. نظر شما در این باره چیست؟ به نظر شما اگر کارت بازرگانی کلاً حذف شود، آیا واقعا اتاق کار دیگری برای ارائه خدمات به مشترکانش ندارد؟

اگر کاری نداشته باشد در اتاق را می‌بندیم؛ چرا باید یک نهادی در کشور داشته باشیم که کاری برای انجام دادن ندارد. به نظر من چنین نیست. من در کسوت نماینده ایران در فدراسیون جهانی اتاق‌های بازرگانی نزدیک به پنج سال است که مرتب با اتاق‌های بازرگانی رفت و آمد دارم و لاقبل با نمایندگان اتاق‌های بازرگانی ۸۰ الی ۹۰ کشور دنیا صحبت داشته‌ام. آنها اصلاً سندی به نام کارت بازرگانی ندارند که اتاق‌ها بخواهند آن را صادر کنند. ولی اتاق‌های بازرگانی در همه کشورهای دنیا وجود دارند و مشغول فعالیت هستند. جالب است که در برخی از کشورهای اتاق‌های بازرگانی مانند یک ان‌جی‌اِثت می‌شوند. یعنی ممکن است که در یک شهر حتی چند اتاق بازرگانی وجود داشته باشد. تصور من این بود که این اتاق‌ها می‌توانند اتاق‌های ضعیف و کم‌کاری باشند. ولی در عمل دیدم که فعال بودن آنها به کفایت و تدبیر و خلاقیت مدیرانش برمی‌گردد. مثلاً اتاق‌های بازرگانی در کشور استرالیا بر اساس قانون خصوصی (Private law) مثل ان‌جی‌اِثت تشکیل می‌شوند؛ سه سال پیش کنگره جهانی اتاق‌ها در سیدنی برگزار شد که اتاق بازرگانی نیوساوت ولز یا همان استانی که مرکز آن سیدنی است این کنگره را برگزار کرد. اتاق بازرگانی میزبان مانند یک ان‌جی‌اِثت بود. یعنی فعالان اقتصادی نه اجباری به عضویت در آن اتاق داشتند و نه این اتاق وظیفه حاکمیتی داشت که جوی را ایجاد کند تا فعالان اقتصادی عضو آن شوند. اما از محل خدماتی که ارائه می‌داد، تعداد اعضای آن از تعداد بزرگ‌ترین اتاق بازرگانی ما در ایران و درآمد آن از مجموع درآمد اتاق‌های بازرگانی کشور ما بیشتر بود، بنابراین من اصلاً چنین ایده‌ای را قبول ندارم. اتاق‌های بازرگانی به ویژه در نسل‌های سوم و چهارمشان از نظر مالی و از نظر عملکردی استقلال

اگر روش جدید برای صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی در خود دولت روش درستی است، دولت باید تمامی دفاتر پیشخوان خود، نیروی انتظامی باید پلیس +۱۰ و تأمین اجتماعی هم باید تمام کارگزاری‌ها را تعطیل کند و... تصور کنید که چه حجمی از کار بر سر دولت و نهادهای حاکمیتی آوار می‌شود و چه میزان نارضایتی و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیمی بر رشد اقتصادی و رضایت شهروندان می‌گذارد

ما در کشورمان در هیچ کسب و کاری معیار و سنجه و روش‌های درست گردآوری داده‌ها را نداریم تا بتوانیم اثر هر تصمیمی را درست بسنجیم و آن را کمی و بعد قضاوت کنیم که این تصمیم چه میزان هزینه‌زا بوده و آیا اعمال این سیاست به طور کلی موجب نفع جمعی شده یا زیان جمعی را به دنبال داشته است.

اگر من در اتاق
بودم از تصمیم
جدید خوشحال
می‌شدم؛ از اینکه
چنین موضوعی
را به عنوان وظیفه
من اتاق از روی
دوشم برداشته‌اند
و از اینکه از
این به بعد بار
اتهامی آن متوجه
دولت خواهد
بود خوشحال
می‌شدم، ولی
به عنوان یک
فعال اقتصادی
که دوست دارم
همکارانم راحت
بتوانند کسب و
کار کنند، متأسف
هستم از اینکه
در آینده فعالان
اقتصادی گرفتار
این فرایند
می‌شوند

تولید شده است خلل ایجاد می‌شود و به همان میزان آنها را از توسعه کسب و کارشان عقب می‌اندازد. بدون تردید این آثار وجود دارد؛ اما متأسفانه ما در کشورمان نه در این بخش و نه در کسب و کارهای دیگر معیار و سنجه و روش‌های درست گردآوری داده‌ها را نداریم تا بتوانیم اثر هر تصمیمی را درست بسنجیم و آن را کمی و بعد قضاوت کنیم که این تصمیم چه میزان هزینه‌زا بوده و آیا اعمال این سیاست به طور کلی موجب نفع جمعی شده یا زیان جمعی را به دنبال داشته است. اگر چنین ساز و کاری را در سازمان‌ها و اداراتمان داشتیم، در رویه کشورداری بهبود پیدا می‌کردیم. زمانی که آقای لاریجانی، رئیس مجلس سابق به اتاق آمد، نقدی را از نظام تقنینی کشور ارائه دادم و آنجا بیان کردم که یکی از خلأهای نظام تقنینی ما سنجش و کمی‌سازی آثار هر قانون جدید بر ذینفع‌هایش است در صورتی که در کشورهای با حکمرانی اصولی و پیشرفته این مکانیسم وجود دارد و قانونی را که می‌خواهند تصویب کنند با روش‌هایی که اثر آن قانون را پیش‌بینی می‌کند، محک می‌زنند و به اصلاحات قانون کمک می‌کنند. بعد از اینکه قانون تصویب و اجرایی شد هم اثر قانون را مورد ارزیابی قرار می‌دهند و بر اساس آن نتیجه‌گیری می‌کنند که آیا اجرایی شدن این قانون موجب شده است که نفع جمعی و ملی کم یا زیاد شود. اگر این آثار منفی بوده باشد روی آن کار می‌کنند تا آن را اصلاح کنند و نگذارند که قانون جدید موجب زیان جمعی در کشورشان شود. ما چنین سازوکاری در کشور نداریم، بنابراین صرفاً می‌توانیم به صورت تجربی و کیفی راجع به این مسائل قضاوت کنیم یا به جهت اتفاقاتی که می‌افتد پیش‌بینی کنیم که چه آثار منفی‌ای می‌تواند داشته باشد. به هر حال کشورداری در ایران همواره با سعی و خطا و روش‌های غیرحرفه‌ای همراه بوده است، یعنی نه مدیری تربیت کرده‌ایم و نه اصول درست اداره کشور را در جایی به مدیران و مسؤولان ارشدمان یاد داده‌ایم تا بر اساس آن بتوانند کیفیت بهتری از کار را داشته باشند؛ بنابراین نباید انتظار زیادی از آنها داشته باشیم. به همین دلیل روز به روز وضعمان بدتر، اقتصادمان کوچک‌تر و نارضایتی مردم هم بیشتر می‌شود. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ سالیان متمادی **اتاق‌های بازرگانی متهم** به این بودند که در **صدور کارت درست عمل نمی‌کنند**.
- ▶ **اتاق‌ها پیشخوان صدور کارت هستند** و متقاضیان در یافت کارت، **مدارکشان را آنجا ارائه می‌کنند**.
- ▶ **ماموریت پیشخوان بودن** را از اتاق گرفته‌اند و **سازمان توسعه تجارت**، خود تمام مراحل را انجام می‌دهد.
- ▶ **اتفاقات اخیر** در مورد کارت بازرگانی، **نشانه‌گر بی‌اعتمادی دولت نسبت به اتاق و بخش خصوصی است**.
- ▶ **ورود دولت و جانشینی اتاق بازرگانی** به حوزه احراز هویت و صدور کارت موجب نخواهد شد که **تخلفات کمتر شود**.
- ▶ با رویه جدید، **حجم بوروکراسی بالا می‌رود و میزان نارضایتی فعالان اقتصادی** نسبت به این روند و طولانی شدن یا سخت‌تر شدن آن **بیشتر می‌شود**.
- ▶ **من به طور کلی مخالف کارت بازرگانی هستم**، یعنی **مجوزی به نام کارت بازرگانی از نظر من باید حذف شود**.
- ▶ در بعضی از اتاق‌های بازرگانی کسانی را داریم که **شبیه مدیر دولتی عمل می‌کنند**.
- ▶ **به نظر من در رویه جدید تخلف کاهش پیدا نمی‌کند و فقط حجم بوروکراسی بالا می‌رود**.

بیشتری پیدا کرده‌اند و وابسته به دولت نیستند. اتاق‌ها خدمات و ابتکارات جدیدی را به کار می‌گیرند تا بتوانند به جامعه تجاری و کسب و کار آن کشورها کمک کنند و همین‌طور بتوانند برای اداره خود درآمد کسب کنند. من از طرفداران حذف کارت بازرگانی هستم و معتقدم که حذف کارت بازرگانی موجب پویایی بیشتر اتاق‌های ما می‌شود. چون در بعضی از اتاق‌های بازرگانی کسانی را داریم که شبیه مدیر دولتی عمل می‌کنند؛ یعنی اگر اتاق یک درآمد ثابتی مثل ۳ در هزار و ۱ در هزار داشته باشد، آنها پول خرج می‌کنند و آنجا را اداره می‌کنند و اگر نداشته باشد، توان درآمدزایی و اداره اتاق را ندارند. حذف کارت بازرگانی موجب پالایش در اتاق‌ها می‌شود. اتاق‌هایی که واقعاً مدیران باکیافت داشته باشند کماکان موقعیت خود را حفظ و رشد می‌کنند و اتاقی هم که اصطلاحاً مدیر هزینه داشته باشد (آنهايي که اگر پول باشد می‌تواند اداره کنند)، افت می‌کند یا اینکه مدیریت آن عوض می‌شود و یک مدیر توانمند و خلاق آن را اداره خواهد کرد. من این تغییر را برای اتاق‌ها خیلی خوب می‌بینم.

■ **پیش از این اتفاقات جدید، اتاق در خواست داشت که مسئولان دولتی احراز هویت جدیدالورودها به عرصه تجارت را به تشکلهای بسیارند، ولی الان حتی همان رویه قبلی هم که در اتاق جاری بود برای صدور کارت، متوقف شده است. فکر نمی‌کنید با این رویه جدید تخلفاتی که به واسطه کارت‌های بازرگانی اتفاق می‌افتد نسبت به گذشته بیشتر شود و آسیبی که دولتی‌ها می‌خواستند با این رویه جلوی آن را بگیرند، بیشتر به نظام اقتصادی کشور وارد شود؟**

چیزی که از نظر من مسلم است این است که این آسیب کمتر نمی‌شود، اما نمی‌توانم ادعا کنم که بیشتر می‌شود. ورود دولت و جانشینی اتاق بازرگانی به حوزه احراز هویت و صدور کارت موجب نخواهد شد که تخلفات کمتر شود، کما اینکه در ثبت شرکت یا در صدور کد اقتصادی هم نشده است. به نظر من تخلف کاهش پیدا نمی‌کند و فقط حجم بوروکراسی بالا می‌رود و میزان نارضایتی فعالان اقتصادی نسبت به این روند و طولانی شدن یا سخت‌تر شدن آن بیشتر می‌شود. البته اگر من در اتاق بودم از این کار خوشحال می‌شدم؛ از اینکه چنین موضوعی را به عنوان وظیفه من اتاق از روی دوشم برداشته‌اند و از اینکه از این به بعد بار اتهامی آن متوجه دولت خواهد بود خوشحال می‌شدم، ولی به عنوان یک فعال اقتصادی که دوست دارم همکارانم راحت بتوانند کسب و کار کنند، متأسف هستم از اینکه در آینده فعالان اقتصادی گرفتار این فرایند می‌شوند و از این به بعد فرایند طولانی و پرزحمت‌تری برای بخش خصوصی در کشور شاهد هستیم.

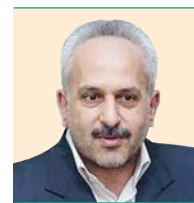
■ **آقای دکتر، به نظر شما این تصمیم در روند تجارت خارجی کشور حداقل در یکی، دو ماه آینده تاثیرگذار خواهد بود یا خیر؟ چرا که شنیده می‌شود تمديد کارت‌های بازرگانی به کندی صورت می‌گیرد و یک سری کالاهایی که صاحبان این کارت‌ها وارد کرده‌اند، در گمرک دپو شده است.**

این رویه موجب افزایش هزینه به میزان اطالهای که در تمديد یا در صدور کارت به وجود می‌آید، خواهد شد. همچنین هزینه‌های انبارداری و دموژ و خواب سرمایه را برای دارندگان کارت که در فرایند تمديد هستند و کالایشان در گمرک مانده بیشتر می‌کند. کسب و کارها یا واحدهای تولیدی یا تجاری که به تازگی می‌خواهند کارت بگیرند نیز تحت تاثیر این امر قرار خواهند گرفت. از این جهت که احتمالاً برای ورود مواد اولیه یا صدور کالایی که تازه از سوی آنها

آمارها نشان می‌دهد که بیش از ده هزار کارت بازرگانی منتظر صدور یا تمدید در هزارتوی این سامانه گرفتار شده‌اند و روند صدور با کندی فراوان طی می‌شود و این در حالی است که بسیاری از واحدها و بازرگانان واردات و صادرات روزانه دارند و حتی یک روز نداشتن کارت می‌تواند خسارات زیادی به آنها وارد کند.

سامانه جامع تجارت نقایص فراوانی دارد

هزار توی کارت بازرگانی



کیوان کاشفی

عضو هیئت رئیسه اتاق ایران

سیاست‌گذاری و دریافت اطلاعات مختلف تأکید می‌ورزند و وجود این مجوز را الزامی می‌دانند.

در سال‌های اخیر و به دنبال تشدید تحریم‌های امریکا که موجب ایجاد تنگناهای فراوان در حوزه واردات و صادرات شد، دولت با ابزارهای مختلف سعی در تنظیم روابط و تأمین ارز مورد نیاز کشور دارد و در این بین کارت بازرگانی و صلاحیت دارندگان آن از اهمیت و توجه بیشتری برخوردار شده است.

در همین راستا هیئت وزیران در تاریخ ۹۵/۰۴/۰۶ آیین‌نامه اجرایی مواد ۵ و ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز را مصوب کرده است. برابر مواد این آیین‌نامه باید سه سامانه تهیه و اجرا شود که دو سامانه آن، «جامع تجارت» و «اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری»، توسط وزارت صمت و سامانه «ارزی» توسط بانک مرکزی تهیه و کلیه عملیات واردات، صادرات و ترانزیت و همچنین مراحل صدور و تمدید کارت‌های بازرگانی از طریق این سامانه‌ها انجام شود. این امر مسیر صدور کارت‌های بازرگانی را از اتاق‌ها به وزارت صمت منتقل می‌کند به این امید که نظارت دولتی بیشتر بتواند در ساماندهی بازار ارز و تعیین صلاحیت دارندگان کارت بازرگانی تأثیرگذار باشد.

در آیین‌نامه فوق بر هماهنگی و اتصال سامانه‌های دستگاه‌ها به سامانه جامع تجارت و تسریع در امر تجارت بدون دخالت عامل انسانی به صورت سیستمی و امکان دریافت و نمایش اطلاعات به بازرگانان تأکید شده است. پس از کش و قوس‌های فراوان بالاخره وزارت صمت از اول مرداد ۹۹ آمادگی بهره‌برداری از سامانه تجارت را اعلام کرده و فرآیند صدور کارت بازرگانی از طریق این سامانه آغاز شده است. اما بعد از گذشت حدود یک و نیم ماه مشخص است که این سامانه دارای نقایص فراوانی است که ۱۸ مورد آن طی نامه شماره ۱۰۲/۸۱۳۰/۱ مورخ ۹۹/۰۶/۰۵ توسط دبیر کل اتاق ایران به وزارت اعلام شده است و آمارها نشان می‌دهد که بیش از ده هزار کارت بازرگانی منتظر صدور یا تمدید در هزار توی این سامانه گرفتار شده‌اند و روند صدور با کندی فراوان طی می‌شود و این در حالی است که بسیاری از واحدها و بازرگانان واردات و صادرات روزانه دارند و حتی یک روز نداشتن کارت می‌تواند خسارات زیادی به آنها وارد کند.

به نظر می‌رسد عدم توجه به علت‌های اساسی و پرداختن صرف به معلول (کارت بازرگانی) در بین مسئولین موجب عدم کامیابی در ایجاد فضایی مناسب در مناسبات تجاری کشور شده است. تا زمانی که ده‌ها مشکل از قبیل ثبت سفارشات، مجوزهای ترخیص، مشکلات بازگشت ارز صادرات، بخشنامه‌های فراوان و... در ساختار تجارت کشور وجود دارد سختگیری و ایجاد تغییرات فقط به انسداد بیشتر فضای کسب و کار منجر خواهد شد.

امروز اعتماد بیشتر به بخش خصوصی و تحریک حسن مشارکت و شریک کردن آنان در حوزه‌های تصمیم‌سازی می‌تواند کلید گشایش و مسیری برای غلبه بر مشکلات باشد. فراموش نکنیم در شرایط فعلی تأمین ارز مورد نیاز کشور از طریق صادرات غیرنفتی امری حیاتی است و ایجاد هرگونه خلل در این امر اشتباهی غیرقابل پذیرش خواهد بود. ■

در قانون و مقررات واردات و صادرات جهت اشتغال در امر تجارت (واردات-صادرات) دریافت کارت بازرگانی با شرایط مشخص الزامی است و برابر بند ۲ ماده ۱۰ همین قانون اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و اتاق تعاون مسئول صدور این کارت پس از تأیید وزارت صمت هستند.

بررسی‌های اتاق ایران نشان می‌دهد که روند صدور مجوز برای امر تجارت در کشورهای مختلف متفاوت است. در بعضی کشورها عضویت در اتاق‌ها اختیاری است و مبادرت کردن به امر تجارت مجوز خاصی را نمی‌طلبد و در بعضی از کشورها اجباری است. اما تحقیقات نشان می‌دهد که تعداد افراد (حقیقی و حقوقی) فعال در حوزه تجارت در کشورمان بسیار کمتر از کشورهای دنیا و منطقه است. به طوری که ایران در مقابل یک میلیون و هشتصد هزار فعال کشور ترکیه و یا پنج میلیون و هفتصد هزار کشور آلمان تنها سی هزار شخص دارای کارت بازرگانی دارد که البته همه آنها نیز فعال نیستند.

در سال‌های اخیر صدور کارت بازرگانی توسط اتاق ایران و اتاق تعاون انجام می‌شود و دریافت تقاضا، تشکیل پرونده، بررسی لازم و صدور کارت با تأیید وزارت صمت توسط اتاق‌ها به انجام می‌رسد و در این بین سامانه هوشمند کارت بازرگانی جهت تسریع در این امر ایجاد شده است. توجه به این نکته نیز ضروری است که کارت بازرگانی صرفاً یک مجوز جهت تشخیص صلاحیت تجاری متقاضیان است و جهت انجام تشریفات هرگونه واردات و یا صادرات کالا و خدمات می‌بایست مراحل دیگری چون ثبت سفارش، اظهار گمرکی و... توسط دستگاه‌های ذی‌ربط دولتی طی شود.

اما صدور مجوز تجارت دارای مخالفین و موافقینی نیز هست. بسیاری از تولیدکنندگان و صادرکنندگان صدور کارت بازرگانی را که دارای پروسه‌های طولانی با حداقل دریافت ۷ تا ۱۳ بلامانع از دستگاه‌های مختلف است، محل فضای کسب و کار مناسب قلمداد می‌کنند و عقیده دارند اتاق‌های بازرگانی باید به‌جدا به دنبال حذف این مجوز از چرخه تجارت باشند. از سوی دیگر موافقین این مجوز که عمدتاً دستگاه‌های اداری و دولتی هستند بر لزوم نظارت، بررسی،

تعداد افراد (حقیقی و حقوقی) فعال در حوزه تجارت در کشورمان بسیار کمتر از کشورهای دنیا و منطقه است

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▲ امروز اعتماد بیشتر به بخش خصوصی و تحریک حسن مشارکت و شریک کردن آنان در حوزه‌های تصمیم‌سازی می‌تواند کلید گشایش و مسیری برای غلبه بر مشکلات باشد.
- ▲ در شرایط فعلی تأمین ارز مورد نیاز کشور از طریق صادرات غیرنفتی امری حیاتی است.
- ▲ عدم توجه به علت‌های اساسی و پرداختن صرف به معلول (کارت بازرگانی) در بین مسئولین موجب عدم کامیابی در ایجاد فضایی مناسب در مناسبات تجاری کشور شده است.
- ▲ در سال‌های اخیر و به دنبال تشدید تحریم‌های امریکا که موجب ایجاد تنگناهای فراوان در حوزه واردات و صادرات شد، دولت با ابزارهای مختلف سعی در تنظیم روابط و تأمین ارز مورد نیاز کشور دارد و در این بین کارت بازرگانی و صلاحیت دارندگان آن از اهمیت و توجه بیشتری برخوردار شده است.

راهبرد

گشایش یا انسداد، کدامیک؟

وعده گشایش اقتصادی و الزامات آن؟

زمانی که وعده گشایش اقتصادی در هیئت دولت مطرح شد خیلی‌ها درباره جزئیات آن گمانه‌زنی کردند و برخی به افق‌های سیاسی برای گشایش اقتصادی چشم دوختند، اما آنچه در عمل رخ داد منتقدانی جدی داشت. اقتصاددان‌ها و سیاست‌ورزان گفتند که این گشایش باید در حوزه FATF، شل شدن تحریم‌ها و آزاد شدن منابع ارزی رخ دهد، اگرچه در عمل اتفاقی رخ نداد. شاید بیان این وعده از زبان دولت نه به معنای گشایش، که نوعی انسداد فکری دولت بود؛ گویی تیری در ترکش باقی نمانده است. حالا چگونه می‌توان اعتبار از دست‌رفته سیاست‌گذار را به او بازگرداند.



کوتاه‌نگری در گشایش

فروش نفت راه گشایش اقتصاد نیست



فرشاد مومنی

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

چرا باید خواند:

اگر می‌خواهید درباره

سرنوشت طرح

گشایش اقتصادی

بدانید خواندن این

مقاله به شما توصیه

می‌شود

طی چند ساله گذشته یک روند انحطاط در عملکرد اقتصادی ایران مشاهده می‌شود و این روند طیف متنوعی از نگرانی‌ها و آشفتگی‌های ذهنی را در سطح نظام تصمیم‌گیری، تولیدکنندگان و عامه مردم موجب شده و همه وجود گشایشی را در اقتصاد ایران مطالبه می‌کنند. اما وعده گشایش به شیوه امروز باز شدن باب جدیدی از آینده‌فروشی و غیرمولدپروری و پشت کردن به تولید است؛ پرسش این است که آیا می‌توان از طریق به حاشیه راندن افراتی تولید و انقطاع مطلقه از آن چشم‌امیدی به گشایش و بهبود وضعیت جامعه داشته باشیم یا خیر؟

تجربه دنیا ثابت کرده که محال است گشایش توسعه‌گرا، پایدار و اعتلابخش در کشوری پدید بیاید بدون اینکه توجه به بنیان‌های علمی-فنی تولید و به معنای دقیق کلمه حمایت از تولید توسعه‌گرا و تولیدی که دانایی و توانایی محور است در دستور کار قرار بگیرد. این یک مسئله بسیار تکان‌دهنده در اقتصاد سیاسی ایران است و حدود ۳۱ سال از زمانی که به صورت تدریجی و فزاینده و امروز به‌صورت نظام‌وار فرایندهای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع در ایران پشت به تولید کرده‌اند و رانت‌پروری و غیرمولدپروری را پیشه خود کرده‌اند، می‌گذرد؛ در این شرایط انتظار گشایش یک انتظار به‌غایت پرهزینه، فاجعه‌ساز و با چشم‌اندازهای بسیار نگران‌کننده است که تحریک به آشوب و ناآرامی و تعمیق وابستگی‌های ذلت به دنیای خارج و از کار کردن افتادگی همه ارکان نظام حیات جمعی را به دنبال دارد. در مواجهه با این مسئله و برای روشن کردن ذهن نظام تصمیم‌گیری اساسی کشور می‌توانیم از دو روش استفاده کنیم: نادرستی‌ها و تناقض و ناکارآمدی‌های طرح پیش‌فروش نفت را برجسته کنیم؛ نشان دهیم زمانی که به تولید پشت می‌کنیم، و انگیزه‌های سرمایه‌گذاری مولد از بین می‌رود، نباید انتظار بهبود اوضاع داشت.

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ تجربه دنیا ثابت کرده که محال است گشایش توسعه‌گرا، پایدار و اعتلابخش در کشوری پدید آید، بدون اینکه توجه به بنیان‌های علمی-فنی تولید و به معنای دقیق کلمه حمایت از تولید توسعه‌گرا و تولیدی که دانایی و توانایی محور است، در دستور کار قرار بگیرد.
- ▶ برای گشایش اقتصادی باید فضایی را که در آن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری تولیدی به طرز فاجعه‌آمیزی سقوط کرده مورد رمزگشایی و آسیب‌شناسی قرار دهید. باید اصلاح نظام پاداش‌دهی که فعالیت‌های مولد را دچار انبوهی از فشارها و ریسک‌ها و نااطمینانی‌ها کرده، در دستور کار قرار گیرد.
- ▶ ذخیره دانایی موجود در کشور برای ارتقای بنیه تولید ملی و برطرف کردن گرفتاری‌ها، بسیار فراتر از نیازهای کنونی است؛ نظام تصمیم‌گیری اساسی کشور هیچ تصمیمی را ناگهانی نگیرد و ناگهانی ابلاغ نکنند.

اگر ما قادر باشیم هزینه‌های این مسئله را به‌ویژه از منظر مشروعیت‌زدایی از حکومت و ایجاد یأس و سرخوردگی در میان ملت، فرهیختگان و نخبگان و آسیب‌هایی که از نظر فقر و فلاکتی به اکثریت مردم تحمیل می‌کند و محیط‌زیستی که رو به نابودی گذاشته می‌شود، آشکار کنیم، شاید این امید وجود داشته باشد که علاج واقعه قبل از وقوع شود و قباحت رویکردهای ضدتوسعه و رانت‌محور و فاجعه‌سازهای آن تا اندازه‌ای بر ملا شود.

زمانی که شما می‌بینید چگونه با الفاظ بازی می‌شود و برای یک آینده‌فروشی خطرناک عنوان گشایش گذاشته می‌شود می‌توانید بازی با الفاظ و منطق‌های نام‌گذاری را در ابعاد متنوع‌تری مورد توجه قرار دهید. در جامعه‌ای که بالغ بر ۷۵ درصد جمعیت بنا به تصریح گزارش‌های رسمی معاونت رفاهی، وزارت کار و هیئت وزیران نیازمند حمایت برای بقا هستند اینکه شما می‌گویید گشایش برای مردم است باید بگویید برای کدام مردم؟ کدام مردم هستند که به انگیزه‌های سوداگرانه می‌توانند منابع خودشان را صرف این قضیه کنند؟ آیا می‌توانید اسم این کار را گشایش بگذارید در حالی که در بهترین حالت اگر تمام آثار فاجعه‌ساز این سیاست نادیده گرفته شود فقط و فقط می‌تواند بحران را اندکی به تعویق بیندازد و یک راه کوتاه‌نگرانه با هزینه‌های سنگین تر آنی برای بدهکار کردن دولت و با هدف تأمین کسری مالی دولت در دستور کار خودش قرار دهد؟ آیا گشایشی برای مردم اتفاق می‌افتد؟

اگر به گفته برخی احتمالاً قیمت نفت در سال‌های آتی افزایش پیدا کند دولتی که تا خرخره در بدهی قرار دارد و براساس مفاد بودجه سال ۱۳۹۹ خودش برای گذران امور جاری‌اش فرمان فروش هر دارایی قابل فروش را داده و طیف متنوعی از راه‌های بدهکارسازی را هم در دستور کار قرار داده و حکومت و دولت بعدی را به گروگان رویه‌های کوتاه‌نگرانه خودش می‌گیرد، چه می‌تواند بکند؟ با این هزینه‌گراف که حیثیت و مشروعیت دولت را به چالش می‌کشد زمانی که سررسید ادای این تعهدات فراهم می‌شود، این اقدام آیا نسبتی با حل مشکل بیکاری گسترده و فراگیر در کشور دارد؟ آیا قادر است مسئله تورم را حل کند؟ آیا این کار می‌تواند روند سقوط انگیزه‌های سرمایه‌گذاری را حل و فصل کند؟ با این کار که یک گام منحوس در جهت دلاری کردن اقتصاد ایران است آیا چشم‌امید داریم که گشایش از این طریق پدیدار شود؟ با نهایت تأسف باید عرض کنم این کار چیزی اسف‌بارتر از ماجرای تلاش برای حذف چهار صفر است. در شرایطی که کشور این همه تنگنا و بحران دارد چرا دولت و مجلس و قوه قضائیه گرامی به آن مسائلی بنیادی تا این درجه بی‌توجهی می‌کنند و دائماً راه‌حل‌های کوتاه‌نگرانه شکل‌گرایانه، صوری و بی‌محتوا و نمایشی را در دستور کار می‌دهند؟

اگر می‌خواهید گشایش اتفاق بیفتد باید فضایی را که در آن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری تولیدی به طرز فاجعه‌آمیزی سقوط کرده مورد رمزگشایی و آسیب‌شناسی قرار دهید. باید اصلاح نظام پاداش‌دهی را که فعالیت‌های مولد را دچار انبوهی از فشارها و ریسک‌ها و نااطمینانی‌ها کرده و برخورداری‌های غیرمتعارف برای رانت‌جوها و رباخورها و دلال‌ها ایجاد کرده در دستور کار قرار دهید. شما باید نظام بودجه‌ریزی و برنامه‌ریزی کشور را در دستور کار قرار دهید تا گشایش ایجاد شود. شما باید برای تهدیدهای پرتعداد و بحران‌های پر شمار اقتصادی-اجتماعی که کشور دارد برنامه ارائه دهید. اگر این کارها را انجام دهید می‌توانیم امید گشایش داشته باشیم. آیا دولت و مجلس محترم بررسی کرده‌اند مخاطب‌های اصلی فرصت جدید برای قمار و سوداگری چه کسانی هستند؟ آیا همچنان می‌خواهند به نام مردم و به کام غیر مولدها گام‌های جدید برداشته شود؟ در اثر آن سقوط بنیه تولیدی، سقوط کیفیت زندگی مردم، سقوط توان مالی دولت را به گونه‌ای که طی سه دهه گذشته شاهد بوده‌ایم، تکرار کنیم؟

در جامعه‌ای که بالغ بر ۷۵ درصد جمعیت بنا به تصریح گزارش‌های رسمی معاونت رفاهی، وزارت کار و هیئت وزیران نیازمند حمایت برای بقا هستند اینکه شما می‌گویید گشایش برای مردم است باید بگویید برای کدام مردم؟

دهه تورم دورقمی مستمر تجربه می‌کند. حواستان باشد تورم کشورهای در حال توسعه از بیخ و بن با تورم‌های کشورهای صنعتی متفاوت است. به همین خاطر برای تورم در کشورهای در حال توسعه عنوان تورم ساختاری را برگزیدند بدین معنا که نظام حیات جمعی اشکال دارد. آن‌ها می‌گویند برآیند و تجلی‌گاه بحران ساختاری که منجر به تورم می‌شود به تنگنای قسمت عرضه اقتصاد برمی‌گردد. در سه دهه گذشته یک کلمه درباره نقش انحطاط در بنیه تولیدی در شکل‌گیری تورم دورقمی سخن به میان نمی‌آید. در حالی که هم اکنون بانک جهانی می‌گوید در دو دهه گذشته چهار متفکر بزرگ هستند که بیشترین توجه به نظریه‌های توسعه آنها شده است. یکی از آنها عجم‌اغلو است. در آثار عجم‌اغلو گفته می‌شود کشوری که اهتمام به ارتقای بنیه تولیدی ندارد ناپایداری و ناامنی و بی‌ثباتی ذاتی درو خواهد کرد. اکنون بعضی از دستگاه‌های پژوهشی رسمی روی شاخص پیچیدگی کار می‌کنند. با همه کاستی‌هایی که این شاخص دارد، در عین حال نقاط قوتی دارد که می‌خواهند توسعه صنعتی ایران را از این کانال ردگیری کنند آنها آثار متفکران کلیدی را که متخصصان هاروارد و ام‌آی‌تی هستند، منتشر کردند. آنجا از موضع تحلیل سطح توسعه می‌گویند از طریق غفلت از بنیه تولیدی و ترویج مصرف‌گرایی راه انحطاط را در پیش می‌گیرند و محال است بتوانید نجات پیدا کنید. هر متفکر بزرگ دیگر توسعه که می‌بینید تمام هم و غمش روی این مسئله استوار است.

زمانی که عزیزان می‌خواهند درباره گشایش صحبت کنند، به غیر از تولید درباره همه چیز حرف می‌زنند و این مسئله بسیار غم‌انگیز است. تولید یک نظام حیات جمعی است بدین معنا باید حکومت توسعه‌گرایی وجود داشته باشد تا با نوآوری‌های نهادی کاهنده هزینه مبادله و ایجاد امنیت حقوق مالکیت اطمینان برای سرمایه‌گذاری تولیدی ایجاد کند. پس مسئله تولید فقط یک فعالیت انتزاعی در گوشه خاصی از شهرها نیست، ساخت سیاسی هوشمندی می‌خواهد که روی این دو کار جدی کند و بحث عرضه کالاهای عمومی با کیفیت را در دستور کار قرار دهد، آینده‌شناس باشد، رقبای کشور را زیر ذره‌بین قرار دهد و برنامه حمایت‌گرا از تولید را در دستور کار قرار دهد. این تولید به همان اندازه که به این اعتبار یک امر سیاسی است یک امر اجتماعی هم هست. اگر شما زنگی و هوشیاری و موفقیت را با کلک‌زدن و شارلاتان‌بازی و از زیر کار در رفتن تعریف کرده باشید و برخوردارهای بدون زحمت را ترویج کنید و هنجارهای شما روی آن چهارچوب تعریف شده باشد، معلوم است که نمی‌توانید از عهده تولید بر بیایید. از نظر امنیت ملی هم یک مسئله حیاتی است که هر کدام از آنها شرح و بسطی برای خود دارد. آنچه که در شرایط کنونی مسئولان کلیدی کشور باید متوجه شوند این است که آن‌ها ضد تولید و مفت‌خواری نظام حیات جمعی هستند.

ابعاد خیلی غیرمتعارف‌تری از اینکه ضد تولید و توسعه هم به یک نظام حیات جمعی تبدیل شده و بنابراین مواجهه غیر برنامه‌ریزی شده با آن قطعاً محکوم به شکست است. به صورت بنیادی راه نجات ایران این است که ابتدا یک التزام نهادمند به کار بست علم در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تخصیص منابع در دستور کار قرار داده شود. اکنون چه در سطح قوه مجریه و چه در سطح قوه مقننه چنین التزام نهادمندی وجود ندارد. این گونه نمی‌شود که سیاست‌دستکاری نرخ ارز را در یک دوره سی ساله بیش از صد بار اجرا کنیم و در هر صد بار هم شکست بخورد و هیچ‌کدام از اهداف اعلام‌شده را بار نیاورد ولی باز برای صد و یکمین بار هم در دستور کار قرار بگیرد. گشایش اقتصادی منحصر از طریق سازوکارهای معطوف به حمایت از تولید توسعه‌گرا امکان‌پذیر است.

شیوه ناگهانی که دستور کار مآلوف نظام تصمیم‌گیری است و از بنیه کارشناسی کافی برخوردار نیست، یک شیوه مخرب و پرهزینه است. ما باید به این بلوغ فکری در نظام تصمیم‌گیری برسیم که اصل غافلگیری مردم و بقیه اجزای ساختار قدرت برای پیشبرد سیاستی که ولو با حسن نیت طراحی شده باشد کفایت ندارد و محکوم به شکست است. ذخیره دانایی موجود در کشور برای ارتقای بنیه تولید ملی و برطرف کردن گرفتاری‌ها، بسیار فراتر از نیازهای کنونی است؛ نظام تصمیم‌گیری اساسی کشور هیچ تصمیمی را ناگهانی نگیرند و ناگهانی ابلاغ نکنند. باب گفت‌وگوها و تعامل‌های سازنده با اهل دانش، خرد و تجربه را باز کنند و یقین داشته باشند از طریق جلب مشارکت دانایان، ایران می‌تواند کم‌هزینه‌تر و پردستاوردتر مسیر صعب‌العبور کنونی به سمت توسعه را پیش رود. ■

انجام این کار برای خود دولت که در چهارچوب قانون بودجه سال ۱۳۹۹ پیش‌بینی کرده که اوراق خزانه منتشر کند، به معنای آن است که دولت خودش برای سیاست خودش رقیب جدید می‌تراشد. این کار بدین معناست که یک بازی انتی جدید پدیدار شده و بنابراین حقوقی‌های رانته، معدنی و مالی از بورس بیرون بیایند و سراغ طعمه جدید بروند. اکنون می‌فهمید که کوچک‌ترین سقوط در بورس به گواه آنچه در دو هفته اخیر مشاهده کردید، می‌تواند چه نوع التهاب‌ها و ماجراهایی برای کشور به وجود بیاورد.

اما از منظر اصولی اگر در جست‌وجوی گشایش هستیم باید یک ارزیابی آسیب‌شناختی درباره همه سیاست‌هایی داشته باشیم که انگیزه‌های تولید فناورانه در ایران را با مخاطره و چالش‌های بی‌سابقه تاریخی روبه‌رو کرده است. زمانی که از این زاویه نگاه می‌کنید متوجه می‌شوید طی سه دهه گذشته دائماً با آدرس‌های غلط روبه‌رو هستیم. یک بار تولید را ترویج کنیم تا نجات پیدا کنیم.

نه توریسم، نه موقعیت ترانزیتی کشور و نه هیچ راه‌حل دیگری جز تولید فناورانه راه نجات ماست. مسئولان کشور باید از کارشناسان زیرمجموعه خودشان بخواهند تا از تولید فناورانه برای آنها رمزگشایی کنند. بحث بر سر این است که مهم‌ترین خصلتی که تولید فناورانه دارد این است که قدرتی بی‌نظیر در خلق نیازهای مصرفی جدید دارد. این بدین معناست که هر کشوری که از این مسئله سر باززند و بنیه تولیدی خودش را ارتقا ندهد ناتوانی در تأمین نیازهای مصرفی جدیداً خلق شده و افزایش یافته‌اش تبدیل به قانون اصلی بحران مشروعیت و ناپایداری‌های سیستمی برای او خواهد شد. این مسئله از ربع پایانی قرن بیستم تا امروز که ما با انقلاب در ارتباطات روبه‌رو شده‌ایم ابعاد بی‌سابقه‌ای پیدا کرده است. بنابراین زمانی که از این زاویه شناخت خودتان را ارتقا می‌دهید متوجه می‌شوید ادبیات بسیار شسته و رفته و روشنی وجود دارد.

مراقب شرایطی باشید که در آن تولید قادر به رقابت با فعالیت‌های غیرمولد نیست. دلیلی که آنها ذکر می‌کنند، می‌گویند تولید با انواع گوناگونی از هزینه‌ها روبه‌رو است که فعالیت‌های غیرمولد یا اساساً با این هزینه‌ها روبه‌رو نیستند و یا اندازه‌ها و ابعادی که تولیدکننده‌ها با آن روبه‌رو هستند قابل مقایسه با فعالیت‌های غیرمولد نیست. هزینه‌های سوخت شده یا از دست رفته، هزینه‌های مربوط به محدود شدن دارایی‌ها در صورت سرمایه‌گذاری تولیدی و هزینه‌های مبادله با انواع شش‌گانه‌اش سه گروه از هزینه‌های پرشماری است که تولیدکننده با آن روبه‌رو است. بنابراین اگر بازدهی فعالیت‌های غیرمولد از تولیدی‌ها بیشتر باشد کسی سراغ تولید نمی‌رود و اقتصاد ملی از جنبه تولیدی در حد تولید معیشتی باقی خواهد ماند. به همین خاطر است که می‌گویند اگر می‌خواهید تولید ریشه‌دار شود برنامه‌های ملی پیشگیری از فساد و ترتیبات نهادی ارتقا‌دهنده هزینه فرصت مفت‌خواری و برنامه‌های عالمانه حمایت توسعه‌گرا از تولید را در دستور کار قرار دهید. تا زمانی که این سه اتفاق نیفتند و افراد بتوانند از طریق شیوه‌های فاسد و سهل‌خوری و مفت‌خوری و بدون تلاش کوشش بهره‌مندی داشته باشند امکان ندارد تولید ریشه پیدا کند.

اما اگر تولید اتفاق افتاد آن‌گاه از نظر اعتلا بخشی جامعه با ابعاد بی‌سابقه‌ای از مسائل روبه‌رو می‌شوید. در طول تاریخ بشر نام اکثریت قریب به اتفاق تمدن‌ها بر محور کار و تولید و شغل مسلط در آن دوره تعریف شده است. اساس تمدن‌سازی کار مولد و تولید اعتلا بخش است. چگونه می‌شود در طی سه دهه گذشته الا تولید سراغ هر چیزی به عنوان راه نجات می‌روید؟ اینگلهارت را که یکی از مطرح‌ترین و بزرگ‌ترین متفکران در زمینه توسعه فرهنگی در دنیا است از این بابت مثال می‌زنم که در آثار خود می‌گوید: «هر کشوری که در جست‌وجوی عینیت‌بخشی به جلوه‌های متعالی اخلاقی و فرهنگی است باید برای شهروندان خود امنیت اقتصادی فراهم کند.» امنیت اقتصادی با رانت‌خواری و مفت‌خواری و دلالی و فساد ایجاد نمی‌شود.

به گفته فردریک لیست، اگر می‌خواهید مردم احساس عزت‌نفس و تعلق به کشور داشته باشند و اهل نیکوکاری باشند باید بنیه تولیدی را ارتقا دهید. در ایران به‌اعتبار مناسبیت فاسد و ضد توسعه‌ای شاهد هستیم اصلاً بحث تولید فناورانه را از همه عرصه‌های نظام تصمیم‌گیری کشور خارج کردند و اگر هم گاهی بحثی از تولید می‌شود به خاطر این است که از نام آبرومند تولید به عنوان محملی برای کسب رانت‌های جدید استفاده کنند.

اکنون ایران جزو نوادر کشورهای دنیا است که جز سه مورد استثنایی بیش از چهار

عرضه دارایی، بن بست بی گشایش

گشایش اقتصادی با اصلاح برنامه‌ها ممکن است



علیرضا عبدالله‌زاده

فارع‌التحصیل سیاست‌گذاری عمومی از دانشگاه هاروارد

۱

این روزها اقتصاد ایران درگیر مشکلات جدی است و هنوز از وعده گشایش اقتصادی دولت، گشایشی حاصل نشده است. اما همیشه اقتصاد ایران با چالش‌هایی روبه‌رو بوده؛ زمان جنگ هشت‌ساله، دوره سازندگی، در همه دوره ریاست جمهوری‌های مختلف چالش‌هایی داشتیم. حتی در سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۵۷ که دوره رابطه مثبت با آمریکا و جهان غرب بوده است، مشکلات اقتصادی داشتیم. یا در سال‌های ۱۳۱۶ تا ۱۳۲۰ که دوره رضاشاه بوده، با مشکلات اقتصادی مواجه بودیم. با ذکر این دوره‌ها برداشت اولیه من این است که مسائل و مشکلات اقتصادی ما بیش از این که به پارامترهای خارجی بستگی داشته باشد، به پارامترهای سیاست‌گذاری‌های داخلی بستگی دارد. نه این که روابط با دنیا لازم نیست یا فایده‌های ندارد، قطعاً فایده دارد و تمامی ما هم به دنبال این هستیم که روابط خوبی با دنیا داشته باشیم، که منطبق بر منافع ملی و اصولی که مورد توافق همه ایرانیان باشد؛ اما مهم‌ترین پارامتری که وجود دارد، به نظر من نوع سیاست‌گذاری داخلی، مخصوصاً سیاست‌گذاران اقتصادی است. وقتی نگاه می‌کنیم، چه قبل از تحریم‌ها، چه بعد از تحریم‌ها، چه بعد از برجام و چه دوره تحریم‌های مجدد، ما خیلی کم توانستیم رشد قابل توجهی داشته باشیم که متناسب با جایگاه ایران است. الان هم اگر بخواهد اتفاقی بیفتد، بیش از این که به عوامل خارجی توجه داشته باشیم به ماندن ترامپ یا آمدن بایدن و هر کس دیگر، باید سیاست‌ها پیمان را بازبینی کنیم. مثالی می‌زنم؛ وقتی تحریم‌ها اتفاق افتاد، چه سال ۹۱ و چه در سال ۹۷ قیمت ارز یک جهش داشت. این که چرا جهش داشت، خود سؤال دیگری است و جای بررسی دارد و من فکر می‌کنم این اتفاق به سیاست‌گذاری‌های ما بیشتر وابسته بود تا تحریم؛ ولی اثری که در کل اقتصاد و نرخ تورم گذاشت، در بررسی‌هایی که انجام شده است، سرریز آن بر نرخ تورم ۳۰ درصد بوده است؛ یعنی هر میزانی که نرخ ارز افزایش پیدا کرد، ۳۰ درصد آن افزایش خود را در افزایش قیمت‌ها نشان داد؛ ولی ما در کل این سال‌ها ارقام خیلی بالایی در تورم داشتیم. ما فقط در یک دوره خیلی کوتاه تورم دورقمی داشتیم. خیلی وقت‌ها تورم تا ۳۰ درصد هم رسیده است و در یک دوره کوتاهی، فکر می‌کنم در سال ۹۵، تورم نزدیک به ۱۰ درصد شد که یک اتفاق تقریباً کمیاب در اقتصاد ایران است؛ در حالی که کشورهای دیگر دنیا این مسئله تورم را حل کردند.

۲

ریشه مشکلات اقتصاد ایران در سیاست‌های اقتصادی ما نهفته است. از مصرف نادرست منابع بودجه و منابع ملی گرفته تا فسادها و رانت‌ها و اتفاقاتی که حول این مصرف نادرست رخ می‌دهد. این‌ها ریشه اصلی ناپسامانی اقتصاد ما هستند، در کنار سیاست‌های اشتباهی که مانع رشد اقتصادی شده‌اند. گزارشی که تقریباً در دهمین سال قبل سازمان برنامه و بودجه با عنوان یارانه‌های پنهان و آشکار چاپ کرد و من هم در تهیه آن نقش داشتم،

نشان داده شده که در مجموع یارانه‌های پنهان و آشکار با کمترین تخمین ممکن، حدود ۹۱۰ هزار میلیارد تومان به حساب سال ۹۷-۹۸ یارانه داده می‌شود؛ این در حالی است که ما با دلار ۸ هزار تومان محاسبه کرده بودیم. بیش از ۸۰ هزار میلیارد دلار این رقم یارانه پنهان، از جنس انرژی و غیره است، رقم قابل توجهی از آن یارانه‌هایی است که چه درون بودجه تعریف شده‌اند و چه برون بودجه. این‌ها اتفاقاً به هدف اصلی یارانه‌ها هم نمی‌رسند که قرار بوده است به مردم نیازمند داده شود و تولید و اشتغال را رونق بدهد. حتی بعضاً مانع از این اتفاق شدند چون قسمتی از این یارانه‌ها، مثلاً ارزهای دولتی ۴۲۰۰ تومانی در دوره اخیر یا ارز ۱۲۲۶ تومانی در دوره قبلی، با مطالعه‌های دیگری که انجام شده است، نه فقط تولید داخلی را تقویت نکرد بلکه حتی به آن ضربه جدی زد. به این دلیل که قیمت واردات را به اندازه خیلی زیادی کاهش داد و تولید داخلی نتوانست در افزایش قیمت‌هایی که به واسطه تورم بوده، با آن رقابت کند و خیلی از کارخانه‌های تولید داخلی با چالش مواجه شدند؛ در حالی که مهم‌ترین زمانی که ما به اشتغال نیاز داشتیم، دوره‌های بحرانی مثل دوره بعد از تحریم‌ها بود که با اشتغال‌زایی و تولید بیشتر بتوان جلوی تحریم‌ها و موانعی را که ایجاد شده، گرفت.

۳

مهم‌ترین گشایش اقتصادی در برنامه‌های پرسر و صدا نیست، در اصلاح برنامه‌های مشکل‌دار و حتی فسادزای فعلی است، برنامه‌هایی که جلوی رقابت را می‌گیرند، برنامه‌هایی که برخلاف اسمشان که ایجاد رفاه و عدالت است، به نابرابری کمک می‌کنند، مثل یارانه‌های خیلی زیاد انرژی که در حال حاضر بیشتر آن به طبقات ثروتمندتر می‌رسد. این اصلاحات و جهت‌دهی مناسب منابع محدودمان در این دوره می‌تواند مهم‌ترین گشایش را ایجاد کند. یک سرمایه خیلی زیاد ما همین الان دارد هدر می‌رود؛ بنابراین با جلوی چنین برنامه‌هایی را گرفتن و اصلاح کردن آن‌ها می‌توان گشایش واقعی اقتصادی را شکل داد. اختلاف قیمت‌ها چه نرخ ارز باشد، چه برای خودرو باشد و چه برای کالاهای دیگر، خود یک رانت خیلی جدی درست کرده است و از دل همین‌ها است که سلاطین متعدد، طلا، ارز، قیر، آهن و پتروشیمی و غیره درمی‌آیند. مهم‌ترین اصلاحات رفع بسترها برای رشد این موارد است. باید جلوی قیمت‌گذاری دولتی گرفته شود و بگذاریم قیمت‌های واقعی بیرون بیاید و رقابت شکل بگیرد. این مهم‌ترین نکته در خصوص سیاست‌ها است.

۴

درباره برنامه‌های دولت هم تصور من این است که اصلاح یارانه‌های پنهان و آشکار، اصلاح هدف این یارانه‌ها و این که به چه کسانی باید داده شود، می‌تواند منابع قابل توجهی را به دولت برگرداند. ما در زمانی هستیم که تخمین‌هایی زده می‌شود مبتنی بر این که تقریباً ۲۰۰ هزار میلیارد

سیاست‌گذاران ما باید ببینند که مثلاً مکزیک بعد از بحران سال ۲۰۰۵، برزیل بعد از بحران ۲۰۰۳ و ترکیه بعد از بحران ۲۰۰۰ خود چه کردند که توانستند تنها از یک بحران خارج شوند، بلکه به صورت یک اقتصاد نوظهور که دارند جریان اقتصادی جدید دنیا را شکل می‌دهند، در بیابند. این کشورها برنامه‌های خود را اصلاح کردند

در ایران با بررسی برنامه‌های مختلف رفاهی، این نکته را به‌عینه و با شواهد کتبی و مسجل دیدیم که سهم فقرا از برنامه‌ها واقعا بسیار کم است. سهم خانواده دهک پایین از یارانه چند قلم کالاها، انرژی در سال کمتر از ۱۰ میلیون است، سهم ثروتمندترین خانواده‌ها که ۱۰ درصد ثروتمندان هستند، در سال ۴۵ میلیون تومان از همان کالاها، یعنی بیش از ۴ و نیم برابر ۱۰ درصد خانواده‌های فقیر است که ۲/۵ میلیون می‌شود.

طرح‌هایی
مثل گشایش
اقتصادی دولت،
راهکار موقتی
بیش نیسیستند.
کسری بودجه
پایدار دولت با
راهکارهای موقت
حل نمی‌شود.
برای حل مسئله
مزمن راهکار
پایدار نیاز است،
نه راهکار موقت.
راهکار پایدار،
تراز کردن پایدار
بودجه است و
راه تراز کردن
پایدار این است
که آن دسته از
اجزای بودجه که
اثربخشی ندارند
و فقط هر سال
نسبت به سال قبل
زیاد می‌شوند،
کنترل شوند

مختلف انجام می‌شود که وقتی بازبینی و اصلاح شدند با اثرگذاری بالایی عمل کردند. در مکزیک ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی برای برنامه‌های رفاهی اختصاص داده می‌شد و زمانی که آن را با یک برنامه مؤثر ولی کوچک جایگزین کردند، کمتر از ۱ درصد از GDP آن‌ها شد؛ ولی اثربخشی آن بسیار بیشتر بود.

در ایران با بررسی برنامه‌های مختلف رفاهی، این نکته را به‌عینه و با شواهد کتبی و مسجل دیدیم که سهم فقرا از برنامه‌ها واقعا بسیار کم است. سهم خانواده دهک پایین از یارانه چند قلم کالاها، انرژی در سال کمتر از ۱۰ میلیون است، سهم ثروتمندترین در سال ۴۵ میلیون تومان از همان کالاهاست؛ به بیان دیگر ۲ و نیم میلیون خانواده به طور متوسط از این یارانه پنهان سالی ۱۰ میلیون دریافت می‌کردند و ۲ و نیم میلیون خانواده ثروتمند ۴۵ میلیون تومان؛ در حالی که اصلا لازم نبوده است. بنابراین اصلاح این برنامه‌ها به صورتی که ثروتمندان و افرادی که اصلا نیاز ندارند از این یارانه‌ها کمتر بهره‌مند شوند یا اصلا بهره‌مند نشوند، سرمایه بسیار زیادی را به اقتصاد ما برمی‌گرداند. نظام یارانه‌ها را باید اصلاح کرد. از طرفی می‌توان مثل سایر کشورهای دنیا به درآمدهای پایدارتری مثل درآمد مالیات بر مصرف یا درآمد خانواده اتکا کرد و فشار را از مالیات بر بنگاه‌ها کم و از مصرف خانواده بیشتر مالیات دریافت کرد تا هم بنگاه‌ها بتوانند نفسی برای تولید و اشتغال بکشند و هم از آن طرف علاقه خانواده‌ها برای این که سرمایه‌گذاری کنند بیشتر شود که خود این هم به جهش تولید و اشتغال در سال جهش تولید و اشتغال می‌توانست بیشتر کمک کند. در این مورد در مراکز تحقیقاتی مختلف، کار کرده‌اند ولی هنوز متأسفانه اجرایی نشده است. یکی از بحران‌های مزمن اقتصاد ایران کسری بودجه است که موجب چالش‌های دیگری مثل تورم می‌شود؛ راه‌حلی این است که بتوانیم درآمدهای پایدار ایجاد و هزینه‌های پایدار را کنترل کنیم و به صورت مؤثر دریاوریم. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ **مسائل و مشکلات اقتصادی** ما بیش از این که به **پارامترهای خارجی** بستگی داشته باشد، به پارامترهای **سیاست‌گذاری‌های داخلی** بستگی دارد.
- ▶ **ریشه مشکلات اقتصاد ایران در سیاست‌های اقتصادی** ما نهفته است. از **مصرف نادرست منابع بودجه و منابع ملی** گرفته تا **فسادها و رانت‌ها و اتفاقاتی** که حول این **مصرف نادرست رخ می‌دهد.**
- ▶ **در مکزیک ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی** برای **برنامه‌های رفاهی** اختصاص داده می‌شد و زمانی که آن را با یک **برنامه مؤثر ولی کوچک** جایگزین کردند، کمتر از **۱ درصد از GDP** آن‌ها شد؛ ولی **اثربخشی** آن بسیار بیشتر بود.
- ▶ **یکی از بحران‌های مزمن اقتصاد ایران کسری بودجه** است که موجب چالش‌های دیگری مثل **تورم** می‌شود؛ راه‌حلی این است که بتوانیم **درآمدهای پایدار** ایجاد کنیم و **هزینه‌های پایدار را کنترل** و به صورت مؤثر دریاوریم.
- ▶ **گشایش اصلی اقتصادی** اصلاح و بازتعریف برنامه‌های ناکارآمد و **کاهش دخالت دولت در پیشرفت بازار** است. این‌ها مهم‌ترین اصولی است که باید به آن عمل کرد. **تجربه جهانی** هم همین‌را می‌گوید.
- ▶ **مهم‌ترین گشایش اقتصادی در برنامه‌های پسر و صدا نیست**، در اصلاح برنامه‌های مشکل‌دار و حتی **قصدزای فعلی** است، برنامه‌هایی که **جلوی رقابت** را می‌گیرند، برنامه‌هایی که بر خلاف **اسمشان که ایجاد رفاه و عدالت** است، به نابرابری کمک می‌کنند.

تومان کسری بودجه دولت است. روشی که اکنون برای کسری بودجه به ذهن دولت رسیده، این است که دارایی‌های ملی را در بورس عرضه کند، بورسی که به طور بی‌محاسبه رشد کرده است و اصلا مطابق با واقعیت اقتصادی ما نیست. خیلی خوب است که بورس رشد کند و شرکت‌ها بتوانند ارزش‌گذاری خود را در آن جا ببینند؛ ولی هر کسی که با بازار سرمایه آشنا است، می‌داند که این قیمت‌های سهام با واقعیت شرکت‌ها، تولیدشان، ترازنامه و صورت‌های مالی‌شان تطبیق ندارد. به همین دلیل خیلی از اقتصاددانان معتقد هستند که این حبابی بیش نیست و دولت این کار را می‌کند که بتواند دارایی‌های خود را به صورت دارا یکم، دارا دوم یا صندوق‌های مختلف دیگر عرضه کند. این روش مناسبی برای جبران ناکارآمدی‌ها و کسری‌های بودجه که ناشی از همان ناکارآمدی‌ها است، نیست و باید اصل ماجرا را حل کرد. امسال دارایی‌های دولت را فروختید، سال بعد چه کار می‌کنید؟ امسال اوراق فروختید، سال بعد که این اوراق سررسید می‌شوند، چه می‌کنید؟ به نظرم گشایش اصلی اقتصادی اصلاح و بازتعریف برنامه‌های ناکارآمد و کاهش دخالت دولت در پیشرفت بازار است. این‌ها مهم‌ترین اصولی است که باید به آن عمل کرد. تجربه جهانی هم همین‌را می‌گوید. ما اولین کشوری نیستیم که به بحران می‌خوریم. خیلی از کشورهای دیگر بارها به بحران خورده‌اند.

طرح‌هایی مثل گشایش اقتصادی دولت، راهکار موقتی بیش نیسیستند. کسری بودجه پایدار دولت با راهکارهای موقت حل نمی‌شود. برای حل مسئله مزمن راهکار پایدار نیاز است، نه راهکار موقت. راهکار پایدار، تراز کردن پایدار بودجه است و راه تراز کردن پایدار این است که آن دسته از اجزای بودجه که اثربخشی ندارند و فقط هر سال نسبت به سال قبل زیاد می‌شوند، کنترل شوند.

یارانه‌های پنهان و آشکار نه به هدف خود می‌رسد، نه اثرگذاری دارد و نه به افراد مناسب داده می‌شود؛ رقم آن هم رقم بسیار بالایی است. تخمین ما ۸۰ میلیارد دلار یارانه‌های پنهانی از جنس یارانه‌های انرژی و ارز بود که اگر همین را کنترل کنند که به اثربخشی بالاتر برسد، مفید خواهد بود. خیلی از اقتصاددانان خوب، مجربان و فعالان اقتصادی این برنامه را دادند. به نظر ما راه درست این است که این برنامه‌ها از حالت سنتی خود مثل یارانه‌های کالایی به سمت یارانه نقدی برود و در حساب افراد واریز نشود. این روش در دنیا روش مؤثرتری بوده است. تجربه تاریخی حل بحران در دنیا فراوان است.

چیزی که ما نداریم این است که سیاست‌گذاران که خیلی از آن‌ها مذهبی هستند، باید مراجعه کنند به قرآن، به این دلیل که قرآن می‌فرماید: بروید در دنیا بچرخید و ببینید که بقیه چه کرده‌اند. سیاست‌گذاران ما باید ببینند که مثلا مکزیک بعد از بحران سال ۲۰۰۵، برزیل بعد از بحران ۲۰۰۳، اندونزی بعد از بحران ۱۹۹۷، روسیه بعد از بحران ۱۹۹۸ و ترکیه بعد از بحران ۲۰۰۰ خود چه کردند که توانستند نه تنها از یک بحران خارج شوند بلکه به صورت یک اقتصاد نوظهور که دارند جریان اقتصادی جدید دنیا را شکل می‌دهند، دربیایند. این کشورها برنامه‌های خود را اصلاح کردند. توانستند فساد را با کاهش دخالت‌های بیجای دولت در قیمت‌گذاری و بازار که خیلی وقت‌ها باعث رانت می‌شود، کنترل کنند. در مکزیک، برزیل و خیلی از کشورهای دیگر هزاران هزار برنامه رفاهی

برای افزایش ظرفیت بالقوه اقتصاد باید یک یا ترکیبی از این امور اتفاق افتد: افزایش سرمایه‌گذاری (خصوصی)، بازتخصیص منابع از بخش‌های غیرمولد و ناپره‌ور به بخش‌های مولد و بهره‌ور، و افزایش کمیت و کیفیت نیروی کار.

ظرفیت خالی عرضه: فرصتی برای امروز

اقتصاد مقاومتی یا گشایش اقتصادی؟



علی سرزیم

اقتصاددان

چرا باید خواند:

گرمی خواهید در باره ارتباط سه مفهوم جهش اقتصادی، اقتصاد مقاومتی و گشایش اقتصادی بدانید، خواندن این مقاله به شما توصیه می‌شود.

اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک راهبرد سیاستی و جهش تولید به‌عنوان شعار سال ۱۳۹۹ مطرح شده است و انتظار می‌رود دستگاه‌های اجرایی در رابطه با اجرایی کردن آنها اقداماتی را انجام دهند. از طرفی دولت اخیراً از گشایش اقتصادی سخن به میان آورده است. رئیس‌جمهوری در پانزدهم مردادماه اعلام کرد: «دوشنبه ۲۰ مردادماه طرحی در جلسه سران قوا به نتیجه خواهد رسید که در صورت موافقت مقام معظم رهبری گشایشی از لحاظ اقتصادی در کشور به وجود می‌آید». از سوی دیگر محمود واعظی، رئیس دفتر رئیس‌جمهور بعد از اعلام این خبر از سوی حسن روحانی مدعی شد کشور در ماه‌های پایانی تحریم قرار دارد و علامت‌هایی از کشورهای اروپایی و آسیایی دریافت شده که نشان‌دهنده این موضوع است. علاوه بر تأکید رئیس‌جمهور و صحبت‌های معاون اول او بر ایجاد تغییرات اقتصادی طی روزهای آینده، محمدباقر قالیباف، رئیس مجلس نیز از بهبود اوضاع و خبرهای خوب اقتصادی خبر داد. قالیباف در این زمینه تأکید کرد با اخذ تصمیماتی بازارهای پول، ارز و سرمایه‌سازمان خواهد یافت. گمانه‌زنی‌ها درباره طرح گشایش اقتصادی دولت تا به امروز ادامه داشت تا اینکه یکی از نمایندگان مجلس

یازدهم اعلام کرد: «دولت قصد دارد با فروش ۲۲۰ میلیون بشکه نفت، بخشی از کسری بودجه را جبران کند.» حالا به‌نظر می‌رسد مناسب است که این مفاهیم قدری واکاوی شوند. برداشتی از تعبیر اقتصاد مقاومتی که با دانش اقتصاد سازگار و هم‌سو باشد آن است که چه سیاست‌هایی به کار گرفته شود تا نخست آن که نوسانات اقتصادی در برابر شوک‌های بیرونی، کمینه (حداقل) شود، دوم آن که اگر اقتصاد وارد رکود شد عمق رکود کم و دوره رکود کوتاه باشد. لذا پرسش اصلی آن است که چگونه می‌توان نوسانات اقتصاد را حول عملکرد میانگین اقتصاد کاهش داد و اقتصاد را به رغم تکان‌های بیرونی (مثل تحریم و کاهش درآمد نفت) تثبیت کرد. برداشتی که از شعار «گشایش اقتصادی» و «جهش تولید» می‌توان داشت آن است که چگونه می‌توان ظرفیت‌های تولیدی اقتصاد (potential GDP) را افزایش داد تا تولید افزایش یابد. به عبارت دیگر مسئله این است که چطور می‌توان میانگین تولید را بالا برد.

برای تحقق اقتصاد مقاومتی به‌طور معمول انتظار می‌رود سیاست‌گذار سیاست‌های پادچرخه‌ای (counter cyclical) به کار گیرد تا با حرکت چرخه‌ای اقتصاد (business cycle) مقابله کند. سیاست‌های انبساطی مالی و احیانا پولی، سیاست‌های شناخته‌شده از زمان کینز به این سو است. در ایران اجرای هر دو سیاست انبساطی مالی و پولی با مشکلات و محدودیت‌های جدی مواجه است. دولت نمی‌تواند سیاست مالی انبساطی داشته باشد چون فاقد منابع ذخیره است و اتفاقاً تکانه تحریم با کاهش درآمد دولت به اقتصاد ایران وارد شده است. از سوی دیگر در شرایط فعلی این نگرانی هست که افزایش انتشار اوراق بدهی توسط دولت برای اجرای سیاست انبساطی می‌تواند نرخ بهره را چنان بالا ببرد که رکود سنگین‌تری به اقتصاد تحمیل کند. دلیل آن نیز عمق کم بازار بدهی در ایران است. برای حل این مشکل، اجرای سیاست بازارگردانی اوراق در بازار بدهی با هدف تعمیق این بازار تنها راه و اصلی‌ترین گزینه مهم به‌نظر می‌رسد. دیگر گزینه پیش روی سیاست‌گذار، فروش دارایی‌های نامولد و

غیربهره‌ور است که اجرایی کردن آن با محدودبودن تقاضای خرید از یک سو و حاشیه‌های سیاسی از سوی دیگر مواجه است و تحقق آن نیازمند پیش‌تیبانی سیاسی است. امکان دیگر، هدفمند کردن یارانه‌های بودجه‌ای و فرابودجه‌ای و همچنین یارانه‌های پیدای و پنهان است که در قالب کلی پرداخت‌های انتقالی قرار می‌گیرد (transfer). نهایتاً صرفه‌جویی در مخارج دولت با هدف تقویت پرداخت‌های انتقالی به اقشار ضعیف نه‌تنها سمت تقاضا را بالا نگه می‌دارد بلکه فشار بر بازارهای دارایی (نظیر ارز و مسکن) را کاهش می‌دهد به حفظ تعادل سیاسی یاری می‌رساند. اجرای سیاست پولی انبساطی نیز با این خطر مواجه است که به دلیل انباشت نقدینگی بالا، تورم را تشدید کرده و آن را به مرز ابرتورم نزدیک گرداند. با توجه به شرایط خطیر اقتصاد ایران، سیاست پولی انقباضی شاید به مصلحت‌تر از سیاست پولی انبساطی باشد.

برای افزایش ظرفیت بالقوه اقتصاد باید یک یا ترکیبی از این امور اتفاق افتد: (۱) افزایش سرمایه‌گذاری (خصوصی)، (۲) بازتخصیص منابع از بخش‌های غیرمولد و ناپره‌ور به بخش‌های مولد و بهره‌ور، (۳) افزایش کمیت و کیفیت نیروی کار. افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی منوط به بهبود فضای کسب‌وکار و ایجاد چشم‌انداز باثبات از آینده اقتصاد ایران است. در صورتی که کارآفرینان احساس کنند بازدهی سرمایه‌گذاری در بخش حقیقی اقتصاد ایران بالاتر از سوداگری در بازارهای دارایی است به انجام سرمایه‌گذاری ترغیب خواهند شد. بازتخصیص منابع بین بخش‌های مختلف منوط به اصلاح نظام قیمت‌های نسبی است. افزایش کمیت نیروی شاغل نیز منوط به تقویت مشاغل کاربر در اقتصاد است که با سیاست‌های فعال اشتغال باید دنبال شود.

نکته حائز اهمیت آن است که وجود ظرفیت‌های خالی در سمت عرضه اقتصاد، فرصتی ایجاد کرده تا بخشی از اثرات تحریم دفع شود و افت سرمایه‌گذاری نتواند در کوتاه‌مدت اثر جدی بر تولید داشته باشد. به کارگیری بهتر و بیشتر ظرفیت‌های خالی می‌تواند به هر دو هدف یاری رساند. در سمت تقاضا، باید تلاش کرد تا تقاضا برای محصولات تولیدی از سوی همسایگان و کشورهای دیگر بالا بماند. همچنین لازم است تا با سیاست‌های بازتوزیعی، تقاضای بخش‌های ضعیف را بالا نگه داشت. ■

نکته‌هایی که باید بدانید

- ▶ برداشتی از تعبیر اقتصاد مقاومتی که با دانش اقتصاد سازگار و هم‌سو باشد آن است که چه سیاست‌هایی به کار گرفته شود تا نوسانات اقتصادی در برابر شوک‌های بیرونی، کمینه (حداقل) شود، و اگر اقتصاد وارد رکود شد عمق رکود کم و دوره رکود کوتاه باشد.
- ▶ در صورتی که کارآفرینان احساس کنند بازدهی سرمایه‌گذاری در بخش حقیقی اقتصاد ایران بالاتر از سوداگری در بازارهای دارایی است به انجام سرمایه‌گذاری ترغیب خواهند شد.
- ▶ وجود ظرفیت‌های خالی در سمت عرضه اقتصاد، فرصتی ایجاد کرده تا بخشی از اثرات تحریم دفع شود و افت سرمایه‌گذاری نتواند در کوتاه‌مدت اثر جدی بر تولید داشته باشد. به کارگیری بهتر و بیشتر ظرفیت‌های خالی می‌تواند به هر دو هدف یاری رساند.
- ▶ بازتخصیص منابع بین بخش‌های مختلف منوط به اصلاح نظام قیمت‌های نسبی است. افزایش کمیت نیروی شاغل نیز منوط به تقویت مشاغل کاربر در اقتصاد است که با سیاست‌های فعال اشتغال باید دنبال شود.

چشم انداز



اوقات خوش چقدر طول خواهد کشید؟

درباره عاقبت بورس و بورس‌بازها

رشد در ۵ سال بعد، از این رکود بیرون آمد. این رشد بازار توسط رئیس جمهور فرانکلین روزولت حمایت شد که برنامه‌های گسترده دولت را برای ایجاد ثبات در اقتصاد به راه انداخت. اما چهار سال بعد، روزولت دوباره به آن برنامه‌ها متوسل شد. او هزینه‌ها را کاهش داد تا بودجه متعادل شود. در همان زمان، فدرال رزرو نسبت ذخیره خود را برای بانک‌ها سخت‌تر کرد. اقتصاد هنوز از رکود بزرگ بهبود نیافته بود و سیاست‌های پولی و مالی شدیدتر منجر به رکود اقتصادی دو برابر شد که اغلب رکود روزولت نامیده می‌شود. از مارس ۱۹۳۷ تا آوریل ۱۹۴۲، ارزش سهام ۶۰ درصد کاهش یافت.

۱۹۴۲ تا ۱۹۴۶: جنگ جهانی دوم فعالیت اقتصادی را مدیریت می‌کرد

آمریکا پس از حمله بمبافکن‌های ژاپنی به پل هاربر، در دسامبر ۱۹۴۱ وارد جنگ جهانی دوم شد. کارخانه‌های آمریکایی تولید تانک، مسلسل و هواپیمای جنگنده را افزایش دادند. زنانی که قبلاً از کار در خارج از خانه خود منصرف شده بودند، وقتی مردان برای جنگ به خارج از کشور می‌رفتند، کار تولید را به عهده می‌گرفتند. S&P 500 با حمایت جنگ، از آوریل ۱۹۴۲ تا مه ۱۹۴۶، ۱۵۸ درصد سود کسب کرد.

تکان ناگهانی اقتصاد پایدار نبود. سرانجام آمریکایی‌ها هزینه‌های خود را کاهش و پس‌اندازهای خود را افزایش دادند، که منجر به کاهش اقتصادی جزئی موسوم به رکود اقتصادی موجودی کالا شد. از ماه مه ۱۹۴۶ تا ژوئن ۱۹۴۹، S&P 500 ۳۰ درصد سقوط کرد.

هر فردی در این باره حدس و گمانه‌زنی‌هایی دارد، اما بازارهای صعودی و گسترش اقتصادی با افزایش عمر از بین نمی‌روند. بحران اعتبار، عدم اطمینان سیاسی، جنگ و گمانه‌زنی‌های گسترده باعث پایان بازارهای قبلی صعودی شده است. به طور کلی، شاخص اس‌اند‌پی ۵۰۰ در ۱۲۱ ماه پس از پایین آمدن رکود اقتصادی در مارس سال ۲۰۰۹، ۳۳۴ درصد سود کسب کرده است. بازارهای صعودی و پرمخاطب در شرایطی اتفاق می‌افتد که ارزش سهام از پایین‌ترین سطح خود ۲۰ درصد افزایش داشته باشد. به گفته هوارد سیلوربلت، تحلیل‌گر ارشد شاخص S&P 500 و او جونز، از زمان رکود تاریخی در جهان، ۱۲ بار این اتفاق برای شاخص اس‌اند‌پی رخ داد. این گونه دوره طلایی هر کدام به پایان رسید:



مت ایگان

تحلیل‌گر اقتصادی

منبع: سی‌ان‌ان بیزینس

۱۹۳۲ تا ۱۹۳۷: بهبود از رکود بزرگ

چندین سال طول کشید تا بازارهای مالی شروع به بهبود از رکود بزرگ، عمیق‌ترین رکود اقتصادی در تاریخ معاصر آمریکا کردند. شاخص قیمت، S&P 500 پیشین، بین سپتامبر ۱۹۲۹ و ژوئن ۱۹۳۲، ۸۶ درصد کاهش یافت، اما پس از آن با ۳۲.۵ درصد



متوقف شد. اما وال استریت به سرعت جهش کرد و بازار تنها چند روز بعد تمام ضررهای خود را بازیابی کرد. گسترش بازار نزدیک به سه سال دیگر دوام آورد. در سال ۱۹۶۶، اقتصاد قوی بود. نرخ بیکاری تنها ۴ درصد بود و شرکتها برای پر کردن سفارشات بزرگ کالاهای فوق العاده عجله داشتند. اما وقتی تورم شروع به افزایش کرد، فدرال رزرو با تشدید شرایط اعتباری به آن واکنش نشان داد. این حرکت بسیار محدودکننده به نظر رسید و باعث ایجاد بحران اعتبار شد. S&P 500 از فوریه تا اکتبر ۱۹۶۶، ۲۲ درصد افت کرد.

۱۹۶۶ تا ۱۹۶۸: سال های بهبود

بازار صعودی به سختی دو سال طول کشید و کوتاهترین بازار تاریخ مدرن آمریکا بود. اما S&P 500 هنوز هم توانست به طور تقریبی ۵۰ درصد در طول اجرا افزایش پیدا کند. بازار سهام تا حدودی توسط بازار کار قوی تقویت شد. در اواخر سال ۱۹۶۸، نرخ بیکاری تنها ۳٫۴ درصد بود. اما این دوره با زلزله های سیاسی و اجتماعی نیز همراه بود. ۱۹۶۸ نقطه عطفی برای جنگ ویتنام بود، زمانی که ویتنامی های شمالی حمله غافلگیرانه ای را انجام دادند که به عنوان حمله تت شناخته شد. مار تین لوتر کینگ جونیور و رابرت کندی ترور شدند و در ماه نوامبر، ریچارد نیکسون در انتخابات ریاست جمهوری پیروز شد. بی ثباتی همراه با تضعیف اقتصاد و تورم بالا منجر به بازار نزولی و رکود جزئی

دوره تاریخی	تاریخ آغاز	زمانی که طول کشید (ماه)	تغییر درصد میزان اس اند پی ۵۰۰
بهبود از رکود بزرگ	ژوئن ۱۹۳۲	۵۷	۳۲۵ درصد
جنگ جهانی دوم	آوریل ۱۹۴۲	۴۹	۱۵۸ درصد
شوک بعد جنگ	ژوئن ۱۹۴۹	۸۶	۲۶۶ درصد
جنگ سرد	اکتبر ۱۹۵۷	۵۰	۸۶ درصد
ادعای کندی برای بهبود دوباره آمریکا	ژوئن ۱۹۶۲	۴۴	۸۰ درصد
سال های بهبود	اکتبر ۱۹۶۶	۲۶	۴۸ درصد
عرضه های اولیه	می ۱۹۷۰	۳۲	۷۴ درصد
صعود متواضع	اکتبر ۱۹۷۴	۷۴	۱۲۶ درصد
اقتصاد ریگان	اکتبر ۱۹۸۲	۶۰	۲۲۹ درصد
بازگشت دوشنبه سیاه	دسامبر ۱۹۸۷	۳۱	۶۵ درصد
دهه ۹۰	اکتبر ۱۹۹۰	۱۱۳	۴۱۷ درصد
بحران مسکن	اکتبر ۲۰۰۲	۶۰	۱۰۲ درصد
بهبود کند و طولانی	مارس ۲۰۰۹	۱۲۱	۳۳۴ درصد



۱۹۴۹ تا ۱۹۵۶: رونق اقتصاد پس از جنگ

پس از پایان جنگ، آمریکا از دوران شکوفایی برخوردار شد. رئیس جمهور دوايت آيزنهاور بر تعادل بودجه فدرال تمرکز کرد. مصرف گرایی شکوفا شد، و با ایده آرزوی آمریکایی و مدینه فاضله هوملای، همراه با اتومبیل و تلویزیون برای هر خانواده، پیش رفت. آمریکایی ها فرزندان بیشتری داشتند، و این چیزی است که بعداً به عنوان «بیبی بومر» شناخته شد. S&P 500 بین ژوئن ۱۹۴۹ و اگوست ۱۹۵۶، ۲۶۶ درصد افزایش را تجربه کرد.

بورس سهام چنان رونق گرفت که تا سال ۱۹۵۵، نمایندگان مجلس ترسیدند که این اتفاق می تواند با شکستی مشابه سال ۱۹۲۹ سقوط کند. کمیته بانکی سنا تحقیق «دوستانه» را در بورس آغاز کرد تا بررسی کند که آیا مقررات جدیدی لازم است اعمال شود یا خیر. در همان سال، رئیس فدرال رزرو، ویلیام مک چسنی مارتین جونیور، سخنرانی مشهوری را ارائه داد که بانک مرکزی را به قهرمان تشبیه می کند که باید نوشیدنی ها را جمع کرد وقتی می بینیم که مهمانی گرم شده است. بانک مرکزی نرخ بهره را افزایش داد و رشد اقتصادی کند شد. بحران کانال سوئز و حمله اتحاد جماهیر شوروی به مجارستان بر عدم اطمینان سرمایه گذاران به بازار صعودی دامن زد. از اگوست ۱۹۵۶ تا اکتبر ۱۹۵۷، S&P 500 ۲۲ درصد افت کرد.

۱۹۵۷ تا ۱۹۶۱: جنگ سرد شدت گرفت

در سال ۱۹۵۷، اتحاد جماهیر شوروی «اسپاتنیک» اولین ماهواره ساخت بشر را که به دور زمین می چرخد، پرتاب کرد. ارزش سهام آمریکا کاهش یافت چون رهبران آمریکایی نگران بودند کشورشان در جنگ سرد از دست می رود. اما پس از یک بازار صعودی کوتاه مدت، S&P 500 از رشد تقریباً چهار ساله برخوردار شد و از اکتبر ۱۹۵۷ تا دسامبر ۱۹۶۱، ۸۶ درصد رشد داشت. هنگامی که بازار صعودی در نهایت از بین رفت، دور از انتظار نبود. همان طور که وارن بافت در آن زمان اظهار داشت، «سهام با سرعت نسبتاً سریعی در حال افزایش بوده. این در حالی است که درآمد شرکتها افزایشی نداشته است. به همین ترتیب سود سهام افزایش پیدا نمی کند.» به عبارت دیگر، ارزش سهام بیش از حد ارزش گذاری شد و کاهش آن ضمانت شد. سهام بین دسامبر ۱۹۶۱ و ژوئن ۱۹۶۲، ۲۸ درصد کاهش یافت.

۱۹۶۲ تا ۱۹۶۶: کندی قصد دارد «آمریکا را دوباره به حرکت در آورد»

در مسیر مبارزات انتخاباتی، رئیس جمهور جان کندی قول داده بود «آمریکا را دوباره به حرکت در آورد». اما پس از روی کار آمدن او در سال ۱۹۶۱، تنش ها میان رئیس جمهور و صنعت فولاد بالا گرفت و منجر به یک بازار صعودی مختصر معروف به اسلاید کندی شد. سرانجام سهام دوباره در سال ۱۹۶۲ شروع به افزایش قیمت کرد. در آینده در سال ۱۹۶۳، هنگام ترور کندی، بازار صعودی اس اند پی ۵۰۰ وحشتناک شد. در آن روز به طور تقریبی ۳ درصد سقوط کرد و برای بزرگداشت حافظه JFK معاملات دو ساعت زودتر

بازار رشد، پس از زنده ماندن از چندین تجربه نزدیک به مرگ، منجیق شده است تا بحران خود را چهار برابر کند. با افزایش صنعت فناوری، اپل، آمازون و گوگل به عنوان بارزترین شرکت‌های آمریکایی به مایکروسافت پیوستند و این رکورد ثبت شد.



شد. S&P 500 از نوامبر ۱۹۶۸ تا مه ۱۹۷۰ با افت ۳۶ درصدی روبه‌رو شد.

۱۹۷۰ تا ۱۹۷۳: سرمایه‌گذاران عرضه‌های اولیه را خریداری کردند

مک دونالد، آی بی ام و دیزنی کمک کردند تا بازار سهام آمریکا در اوایل دهه ۱۹۷۰ به اوج جدیدی برسد. سرمایه‌گذاران در عرضه اولیه گروهی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین شرکت‌های کشور، جمع شدند. S&P 500 به طور متوسط در بازار صعودی سالانه ۲۳ درصد رشد چشمگیر داشت. اما سرانجام بیش از حد پیش رفت. ارزیابی سهام شرکت‌های عرضه اولیه مانند مک دونالد با تورم چشم‌گیری روبه‌رو شد.

سپس، در ژانویه ۱۹۷۳، رئیس جمهور نیکسون فاز سه برنامه اقتصادی خود، کنترل آرام دستمزد، قیمت و اجاره را که در سال‌های اولیه تصویب کرده بود، اجرا کرد. اگرچه او از مشاغل و کارگران خواست تا به طور داوطلبانه از این رهنمودها پیروی کنند، آنها فرصت را برای افزایش قیمت‌ها و مطالبات مزدی غنیمت شمردند که این تورم به دنبال داشت. S&P 500 بین ژانویه ۱۹۷۳ و اکتبر ۱۹۷۴، ۴۸ درصد کاهش یافت.

۱۹۷۴ تا ۱۹۸۰: صعود متواضع

بورس اوراق بهادار طی این بازار صعودی بین سال‌های ۱۹۷۴ و ۱۹۸۰ به طور دقیق پیش رفت. بازدهی سالانه فقط ۱۴ درصد داشت که ضعیف‌ترین دوره مدرن است، زیرا سرمایه‌گذاران با بحران نفتی دهه ۱۹۷۰ دست و پنجه نرم می‌کردند. در میان تورم دورقمی، رئیس فدرال رزرو، پل ولکر، در اوایل دهه ۱۹۸۰ به سرعت نرخ بهره را به حداکثر ۲۰ درصد رساند. در حالی که این استراتژی، معروف به شوک ولکر، موفق به افزایش قیمت‌ها شد، اما همچنین وام گرفتن را گران‌تر کرد و رکود اقتصادی آغاز شد. S&P 500 بین نوامبر ۱۹۸۰ و اگوست ۱۹۸۲، ۲۷ درصد افت کرد.

۱۹۸۲ تا ۱۹۸۷: اقتصاد ریگان

پس از آنکه ولکر تورم را مهار کرد، رئیس جمهور رونالد ریگان با کاهش مالیات، بازار سهام را به اوج خود رساند. S&P 500 رونق گرفت و متوسط بازدهی سالانه نزدیک به ۲۷ درصد را داشت - بهترین نتیجه از زمان رکود بزرگ. و نرخ بیکاری زیر ۶ درصد رسید این در حالی بود که نزدیک به ۱۱ درصد رسیده بود. اما بازار صعودی در یک لحظه به پایان می‌رسد. زیرا شاخص داو جونز در ۱۹ اکتبر ۱۹۸۷، ۲۲.۶ درصد سقوط کرد، روزی که اکنون به عنوان دوشنبه سیاه شناخته می‌شود.

تجارت رایانه‌ای، که هنوز در آن زمان جدید بود، تا حدی مقصر این سقوط بود. بازار نزولی بسیار کوتاه بود و فقط سه ماه دوام آورد. در حالی که S&P 500 بین اواخر اگوست و اوایل دسامبر به طور تقریبی ۳۴ درصد سقوط کرد، سال را با رشد به پایان رساند.

۱۹۸۷ تا ۱۹۹۰: بازگشت دوشنبه سیاه

پس از آنکه تاریک‌ترین روز وال استریت روشن شد تنها تلنگری برای سهام ایجاد شد که S&P 500 از دسامبر ۱۹۸۷ تا ژوئیه ۱۹۹۰ با رشد ۶۵ درصدی روبرو شد و دومین

بازار رشد کوتاه را در دوره مدرن قبل از شروع رکود نشان داد. آمریکا در ژوئیه ۱۹۹۰ با کاهش قیمت دو برابر نفت پس از از حمله عراق به کویت، دچار رکود اقتصادی شد. بین جولای و اکتبر ۱۹۹۰، S&P 500، ۱۹.۹ درصد سقوط کرد، و آن را به یک بازار نزولی تبدیل کرد و افت ۲۰ درصدی را نشان داد.

۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰: دهه ۹۰ خروشان

پایان جنگ سرد و طلوع عصر اینترنت دورانی از رفاه عظیم را برای اس‌اندپی ۵۰۰ آغاز کرد. طی دهه گذشته بیش از ۴۰۰ درصد رشد کرد، که با رشد اقتصادی قوی و تورم ثابت افزایش یافت. همچنان قوی‌ترین بازار رشد را تجربه کرد. آمریکا طولانی‌ترین دوره رشد اقتصادی بدون وقفه در تاریخ معاصر را شاهد بود. سرمایه‌گذاران، با درک پتانسیل عظیم اینترنت، بی‌پروا در سهام دات کام سرمایه‌گذاری کردند که رئیس فدرال رزرو، آلن گرینسپن، آن را «نشاط غیر منطقی» نامید. سرانجام، قیمت سهام ناخوشایند دیگر با مبانی تجارت توجیه نشد. بسیاری از این شرکت‌ها مانند Pets.com کمی افت پیدا کردند. S&P 500 بین مارس ۲۰۰۰ و اکتبر ۲۰۰۲، ۴۹ درصد افت داشت.

۲۰۰۲ تا ۲۰۰۷: بحران مسکن

بازار صعودی در اواسط دهه ۲۰۰۰ بذرهایی را برای اواخر دهه بعد کاشت. با کمک نرخ بهره کم از طرف فدرال رزرو به رهبری گرینسپن، این دوره با اهرم بیش از حد همراه بود. وام‌های فرعی بیشتر آمریکایی‌ها را قادر می‌سازد که خانه‌ها را اغلب بدون پیش‌پرداخت و با نرخ‌های کوتاه خریداری کنند. بازار املاک و مستغلات خروشان شدند و افزایش ارزش خانه‌ها باعث شد آمریکایی‌ها هزینه‌های تهاجمی داشته باشند. سهام بین اکتبر ۲۰۰۲ و ۱۰۲.۲۰۰۷ درصد افزایش یافت. اما وال استریت شرط‌بندی‌های خطرناکی انجام داد که در نهایت نتیجه معکوس داد. هنگامی که قیمت مسکن شروع به کاهش کرد، وام‌گیرندگان به طور دسته‌جمعی پیش‌فرض را شروع کردند. بانک‌های سرمایه‌گذاری مانند Bear Stearns و برادران لیمان که بخشی از بدهی‌های زیرمجموعه ریسک‌پذیر را داشتند، متحمل خسارات زیادی شدند و سقوط کردند. عمیق‌ترین بحران مالی و رکود اقتصادی پس از رکود بزرگ ایجاد شد که S&P 500 بین اکتبر ۲۰۰۷ و مارس ۲۰۰۹ تقریباً ۵۷ درصد سقوط کرد.

۲۰۰۹ تاکنون: بهبود طولانی و آهسته

مهم نیست که چه زمانی به پایان برسد، بهبود از رکود بزرگ در حال حاضر طولانی‌ترین بازار صعودی در تاریخ آمریکا است. با رونق بیش از یک دهه، رونق بازار با ترکیبی از رشد اقتصادی کند اما پایدار، ثبت سود شرکت‌ها و ثبت نرخ بهره پایین صورت گرفته است.

بازار رشد، پس از زنده ماندن از چندین تجربه نزدیک به مرگ، منجیق شده است تا بحران خود را چهار برابر کند. با افزایش صنعت فناوری، اپل، آمازون و گوگل به عنوان بارزترین شرکت‌های آمریکایی به مایکروسافت پیوستند و این رکورد ثبت شد. ■

ریزش جهانی

ترسیم بازارهای عمده سهام جهان با یک شاخص

جف دسجاردین

تحلیل‌گر اقتصادی

عبارات درصد است. گرچه همه چیز خوب و شیک است، اما همچنین کمی کسل کننده است. برای جالب تر کردن همه چیز، داده‌های تاریخی را جمع‌آوری کرده‌ایم که هر شاخص به طور تقریبی به ۳۰ سال قبل برمی‌گردد. این کار بیشتر با استفاده از «ماکروترند»، یک منبع خارق‌العاده برای داده‌های تاریخی انجام شده است. از ۲۶ نوامبر ۱۹۹۰ به عنوان تاریخ آغاز استفاده کردیم، زیرا این اولین نقطه داده موجود برای برخی از شاخص‌های کشور بود. سپس همه این داده‌ها را به یک مقیاس S&P 500 تبدیل کردیم، بنابراین می‌توان عملکرد را به طور مستقیم با معیار مشترک بازار سهام آمریکا مقایسه کرد.

اگر در ۲۶ نوامبر ۱۹۹۰ در بازار آمریکا ۱۰۰ دلار سرمایه‌گذاری می‌کردید، امروز بیش از ۱۰۰۰ دلار سرمایه داشتید.

در حدود ۳۰ سال اخیر، شاخص اس‌اند‌پی ۵۰۰ حدود ۹۰۰ درصد افزایش یافته است که بیشترین میزان در شاخص‌های اصلی است. اگر در بازارهای آلمان یا هنگ‌کنگ سرمایه‌گذاری کنید، نتایج نزدیکی خواهید داشت - هر یک از این شاخص‌ها در مدت‌زمان مشابه بیش از ۸۰۰ درصد سود کسب کرده‌اند.

در همین حال، بازارهای کانادا، فرانسه و انگلستان همگی افزایش یافته‌اند اما با سرعتی بسیار کندتر:

- با واحد اس‌اند‌پی ۵۰۰، کانادا در هزار و ۷۱۷ قرار خواهد گرفت - جایی که بازار آمریکا در سال ۲۰۱۳ تجربه کرد.
- فرانسه هزار و ۱۶۰ خواهد بود، که آخرین نشانه اس‌اند‌پی ۵۰۰ در سال ۲۰۱۰ بوده است.
- انگلستان هزار و ۷۲ است که معادل سال ۲۰۱۰ برای بازار آمریکا است.

■ سرانجام، با شاخص اس‌اند‌پی ۵۰۰، بازار سهام ژاپن امروز در پایین‌ترین سطح ۳۱۵ واحدی قرار دارد - به طور تقریبی همان جایی که ۳۰ سال پیش شروع شده بود. به عبارت دیگر، اگر در سال ۱۹۹۰، ۱۰۰ دلار در سهام ژاپن سرمایه‌گذاری می‌کردید، در طی سه دهه فقط ۱ دلار سود می‌کردید. ■

اکثر سرمایه‌گذاران در سراسر جهان با شاخص اس‌اند‌پی ۵۰۰ آشنا هستند. این شاخص نه تنها معتبرترین فشارسنج عملکرد بازار سهام آمریکا است، بلکه ۱۰ سال نیز جزو پرمخاطب‌های خود بوده و در سال گذشته در بالاترین زمان نزدیک به ۳ هزار و ۱۷۰ قرار داشت. ما بازده‌های بازارهای جهانی را تا پایان سال ۲۰۱۹ بررسی کردیم و سپس از معیار آمریکا به عنوان پس‌زمینه‌ای برای مقایسه سایر بازارهای سهام عمده در سراسر جهان مانند بازارهای اروپا، آسیا و کانادا استفاده می‌کنیم.

قرار دادن همه در یک مقیاس

چالش اول این است که در بازارهای جهانی، همه شاخص‌ها در مقیاس‌های دلخواه قرار دارند.

برای مقایسه مستقیم آنها، طبیعی‌ترین گزینه تبدیل داده‌ها به

شاخص سهام فرانسه هزار و ۱۶۰ است، که آخرین نشانه اس‌اند‌پی ۵۰۰ در سال ۲۰۱۰ بوده است



مقایسه بازارها با استفاده از اس‌اند‌پی ۵۰۰

بسیار خوب، اکنون که برای هر بازار مقیاس یکسانی داریم، بیایید به داده‌ها بپردازیم:

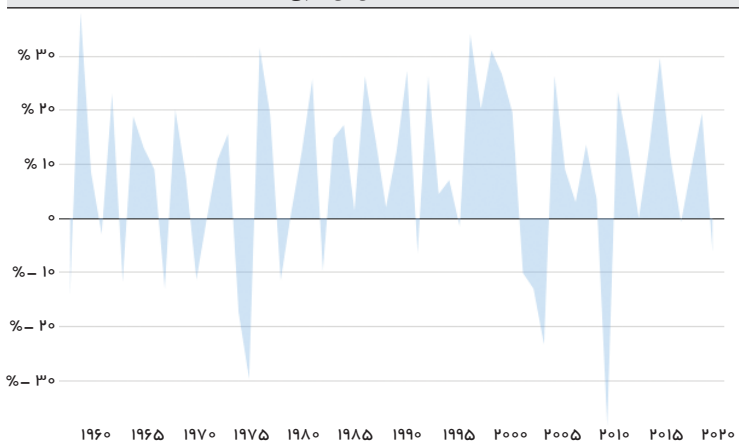
کشور	بنچمارک	ارزش کنونی (با مقیاس اس‌اند‌پی ۵۰۰)	رشد نسبت به ۲۶ نوامبر ۱۹۹۰
آمریکا	S&P 500	۳,۱۶۸	+۹۰۱ درصد
هنگ‌کنگ	Hang Seng Comp.	۲,۹۲۶	+۸۲۴ درصد
آلمان	DAX 30	۲,۹۱۳	+۸۲۰ درصد
کانادا	S&P/TSX Comp.	۱,۷۱۷	+۴۴۴ درصد
فرانسه	CAC 40	۱,۱۶۰	+۲۶۸ درصد
انگلستان	FTSE 100	۱,۰۷۲	+۲۳۸ درصد
ژاپن	Nikkei 225	۳۱۵	+۱ درصد

با شاخص اس اندپی ۵۰۰، بازار سهام ژاپن امروز در پایین ترین سطح ۳۱۵ واحدی قرار دارد - به طور تقریبی همان جایی که ۳۰ سال پیش شروع شده بود. به عبارت دیگر، اگر در سال ۱۹۹۰، ۱۰۰ دلار در سهام ژاپن سرمایه گذاری می کردید، در طی سه دهه فقط ۱ دلار سود می کردید.

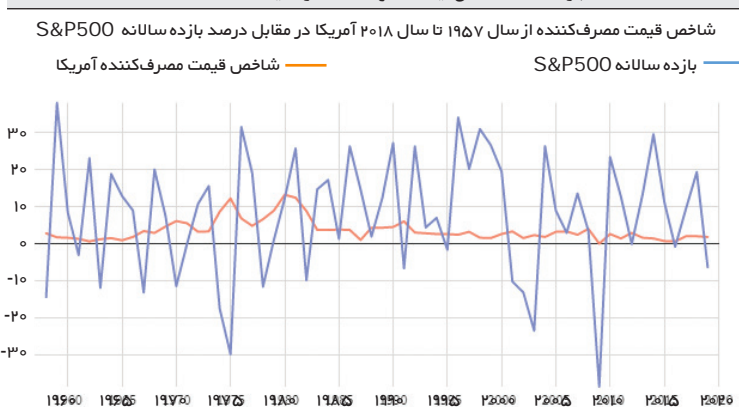
سرنوشت یک شاخص

درس هایی که از نوسان بورس های جهان می توان گرفت

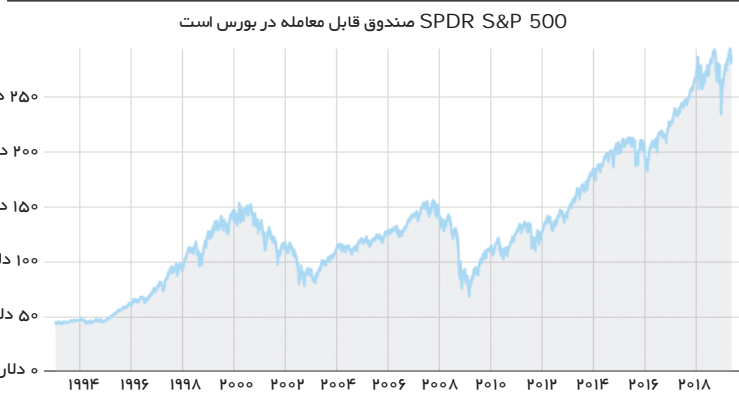
بازده سالانه شاخص اس اندپی ۵۰۰



بازده سالانه شاخص قیمت مصرف کننده در مقایسه S&P 500



تاریخچه قیمت «SPDR S&P 500 ETF»



شاخص S&P 500 در ابتدا در سال ۱۹۲۶ به عنوان «شاخص ترکیبی» تنها با ۹۰ سهام تشکیل شد. بر اساس سوابق تاریخی، متوسط بازده سالانه از زمان تأسیس آن در سال ۱۹۲۶ تا ۲۰۱۸ تقریباً ۱۰ درصد و ۱۱ درصد است. میانگین بازده سالانه از زمان پذیرش ۵۰۰ سهام به این شاخص در سال ۱۹۵۷ تا ۲۰۱۸ تقریباً ۸ درصد بوده است.

چگونه تورم بر بازده S&P 500 تأثیر می گذارد؟

یکی از مشکلات عمده برای یک سرمایه گذار که امیدوار است به طور منظم بازدهی متوسط ۱۰ درصد را کسب کند، تورم است. با توجه به تورم، میانگین بازده سالانه تاریخی فقط حدود ۷ درصد است. سوال دیگری که وجود دارد این است که آیا میانگین نوسان سهام با تورم مطابقت دارد یا خیر. زیرا این تنظیم با استفاده از ارقام تورم از شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) انجام می شود، که به اعتقاد برخی از تحلیلگران، آمار واقعی آن نرخ واقعی تورم را کم رنگ می کند.

چگونه زمان بازار بر بازگشت S&P 500 تأثیر می گذارد

عامل مهم دیگر در بازده سالانه شاخص اس اند پی برای سرمایه گذار، زمانی است که آنها تصمیم می گیرند وارد بازار شوند. به عنوان مثال، SPDR® S&P یا S&P 500® ETF، که با شاخص مطابقت دارد، برای سرمایه گذار بین سال های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۰ خرید کرده است و عملکرد بسیار خوبی داشت، اما سرمایه گذاران از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۲ روند نزولی مداوم را مشاهده کردند. سرمایه گذاری که زمانی که نوسانات نزولی است، خرید می کنند و سرمایه خود را نگه می دارند یا در بالاترین سطح بازار می فروشند، بازده بیشتری نسبت به سرمایه گذاری که در اوج بازار خریداری می کنند، تجربه می کنند، به ویژه اگر در زمان قبل از آغاز افت قیمت بفروشند.

تاریخچه شاخص S&P 500

شاخص استاندارد و فقر ۵۰۰ مجموعه ای از سهام است که قصد دارد مشخصات کلی بازده بازار سهام را منعکس کند. سهام موجود در S&P 500 با توجه به سرمایه بازار، نقدینگی و صنعت انتخاب می شوند. شرکت هایی که در S&P قرار می گیرند توسط کمیته شاخص S&P 500 انتخاب می شوند که متشکل از گروهی از تحلیلگران است که در استاندارد و پورز استخدام شده اند. بین سال های ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹ این شاخص در بازار حدود منهای ۳۷،۲۲ درصد بازده داشت که می توان گفت بیشترین بازده منفی در تاریخ این شاخص بود. همچنین از سال ۱۹۷۵ تا ۱۹۷۶ این شاخص ۳۸،۴۶ درصد بازده مثبت داشته که این بیشترین بازده مثبت این شاخص بوده است.

نرخ بهره در ۳۰ ماه از مه سال ۱۹۸۹ از ۲.۵ درصد به ۳.۲۵ درصد رسید و با افزایش چند مرحله متعدد، در ۳۰ آگوست ۱۹۹۰ به ۶ درصد رسید. این افزایش شدید در نرخ بهره، سقوط بزرگ بازار ژاپن را به همراه داشت.

ژاپن ۳۰ سال پس از ترکیدن حباب بورس چگونه به سر می‌برد

سقوط آفتاب تابان

دلتنگی برای اوقات خوب، مکانیسم مقابله سومین اقتصاد بزرگ جهان بود

این اقدام، مردم استرس و اضطراب این کاهش را گرفتند و به خرید انواع دارایی پرداختند. تحت تاثیر این اتفاق، بازارهای دارایی با رشد بالایی روبه‌رو شد.

نرخ بهره در ۳۰ ماه از مه سال ۱۹۸۹ از ۲.۵ درصد به ۳.۲۵ درصد رسید و با افزایش چند مرحله متعدد، در ۳۰ آگوست ۱۹۹۰ به ۶ درصد رسید. این افزایش شدید در نرخ بهره، سقوط بزرگ بازار ژاپن را به همراه داشت.

ژاپنی‌ها به دلیل تجربه رونق بالای اقتصادی در اقتصادشان و دلتنگی برای این موضوع، حتی زمانی که ارزش زمین زیر کاخ امپراطوری بیشتر از کل ایالت کالیفرنیا بود، باعث شد که شهروندان این کشور برای بهبود اقتصاد ژاپن تلاش کنند و برای رشد اقتصادی مانند گذشته اقدام‌های زیادی کنند.

مارتین شولز، اقتصاددان ارشد در انستیتوی تحقیقات فوجیتسو می‌گوید: «حباب دهه ۱۹۸۰ ژاپن آغاز عادی سازگاری طولانی از یک اقتصاد جوان و سریع رشد به یک شرایط جدید طبیعی با رشد آهسته و پیری بود.»

«نجات بانک‌ها از تنظیم املاک و مستغلات تا سال ۲۰۰۲ طول کشید. ۱۰ سال دیگر طول کشید تا اصلاحات لازم در زمینه تأمین اجتماعی به مرحله اجرا گذاشته شود. تأثیر خوش‌خیم بحران مالی جهانی نشان داده است که اقتصاد ژاپن کاملاً مطابق با «نرمال جدید» است که رشد طولانی مدت آهسته اما محکم دارد.»

در سال ۱۹۹۸ طرح ۵۰۰ میلیارد دلاری نجات بانکی اجرا شد تا بانک‌ها بتوانند به استقراض و وام‌دهی ادامه دهند. بانک مرکزی همچنین تلاش کرد نرخ تورم را افزایش دهد تا پرداخت مشتری را تشویق کند. شرکت‌های ژاپنی روی هم رفته پس از سال ۱۹۹۸ از وام‌گیرندگان به پس‌اندازکنندگان تبدیل شدند.

ژاپن هشدار است به جهان درباره آنچه می‌تواند از نظر اقتصادی به طرز وحشتناکی اشتباه پیش برود.

همه فکر می‌کردند می‌توانند ثروتمند شوند و اوقات خوب متوقف نمی‌شود. بانک‌ها بدون بررسی دقیق وام‌ها، پول زیادی می‌دادند. زمانی که بانک مرکزی ژاپن متوجه شد که چقدر بد است و برای جلوگیری از وام نرخ بهره را افزایش داد، خیلی دیر بود. بورس و اقتصاد سقوط کرد.

دهه ۱۹۹۰ در ژاپن «دهه گم‌شده» نامیده می‌شود، اما واقعیت این است که برای دهه بعد - از ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ - می‌توان این را گفت. ■

در تاریخ ۲۹ دسامبر ۱۹۸۹، شاخص بورس سهام نیک‌کی ژاپن به بالاترین سطح ۳۸ هزار و ۹۱۶ رسید؛ نقطه عطفی که نشان داد آخرین هجوم اقتصاد حباب متورم دارایی‌های کشور است - دوره‌ای از مصرف بی‌رویه و اعتماد به نفس بیش از حد در شرکت‌های ژاپن.

آنچه پیش آمد سقوط چشمگیر از اوج اواسط تا اواخر دهه ۱۹۸۰ بود. بازار سهام سقوط کرد و ارزش آن تا دسامبر ۱۹۹۰ بیش از ۲ هزار میلیارد دلار (۱.۵ هزار میلیارد دلار) از دست داد. در سال‌های بعد، ژاپنی‌ها از یک منظره بیگانه از «بازسازی» - کد کاهش هزینه‌ها - تورم و رکود استفاده کردند. هنگامی که مهمانی حباب به پایان رسید، به نظر می‌رسید که میزبانان آن هیچ ایده‌ای ندارند که چگونه می‌توانند خرابکاری‌های ناشی از قیمت‌های بسیار ناچیز سهام و املاک را پاک کنند.

حباب دارایی در ژاپن از سال‌های ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۱ است که می‌گویند در آن، قیمت انواع دارایی‌ها مانند مسکن و سهام با رشد بالایی همراه شده است. یکی از عوامل اصلی این حباب دارایی را باید دخالت بانک مرکزی این کشور در بازار گفت. بانک مرکزی ژاپن در فاصله ۳۰ ژانویه ۱۹۸۶ تا ۲۲ فوریه ۱۹۸۷ نرخ بهره را در اقتصاد ژاپن از ۵ درصد به ۲.۵ درصد کاهش داد. با توجه به

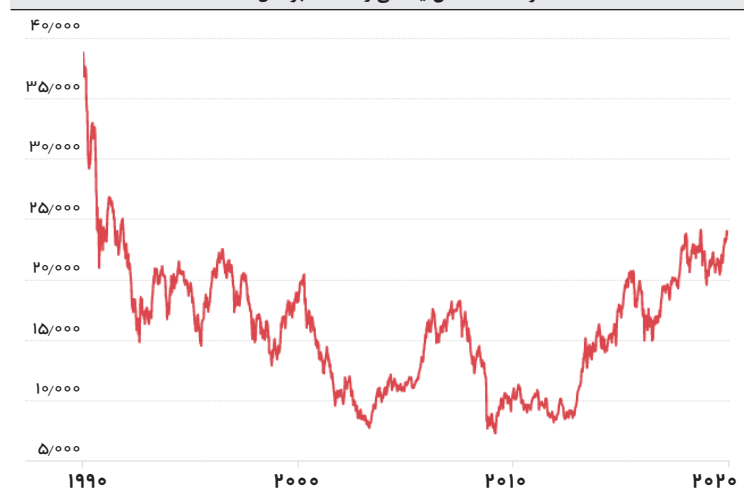


جاستین مک کوری

تحلیل‌گر اقتصادی

منبع: گاردین

نوسانات شاخص نیک‌کی از ۲۹ دسامبر سال ۱۹۸۹



تشکل‌ها

[این صفحه‌ها به مرور فعالیت‌های تشکل‌های کشور می‌پردازد.]



انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی را بشناسید

زیر و بم واردات موبایل

تصمیم‌گیری‌ها؛ ایجاد ارتباط با بانک‌ها و سازمان‌های اعتباری کشور و همچنین سازمان‌های مالی و پولی بین‌المللی؛ حمایت از منافع مشروع و قانونی مشترک اعضا و ارائه خدمات حقوقی و مشاورتی به آنها؛ تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه فعالیت و معرفی اعضا به مراجع ذی‌صلاح جهت استفاده از خدمات و تسهیلات قابل ارائه است.

برگزاری دوره‌های آموزشی، برگزاری و یا حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی مرتبط، اعزام هیئت‌های تجاری و بازاریابی به کشورهای خارجی و نیز میزبانی هیئت‌های تجاری و بازاریابی از کشورهای خارجی و کوشش برای رفع اختلافات فی مابین فعالین مربوطه از طریق تأسیس سازمان‌های داوری تحت نظارت مرکز داوری اتاق ایران بخش دیگری از این وظایف است. براساس اساسنامه انجمن ایجاد بستر و سازوکار لازم جهت پذیرش وظایف اجرایی دولت که در اجرای قوانین ۵ساله توسعه اقتصادی، قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ و دیگر قوانین مربوطه به انجمن تفویض می‌شود و اجرای صحیح وظایف تفویض شده و ارائه گزارش عملکرد به دستگاه‌های مربوطه از دیگر وظایف انجمن است.

کوشش برای مقید و ملزم کردن اعضا به اجرای صحیح و رعایت شئون تجاری کشور، در کنار اطلاع‌رسانی و پیگیری‌های حقوقی برای جلوگیری از تولید محصولات غیراستاندارد و تقلبی و قاچاق و کمک در معرفی اعضا جهت عضویت در سازمان‌های تخصصی، منطقه‌ای و بین‌المللی در ارتباط با فعالیت‌های انجمن از دیگر وظایف و اختیارات انجمن است.

انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی، در راستای اجرای بند ک ماده ۵ قانون مصوب سال ۱۳۶۹ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و ماده ۵ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و با موافقت و نظارت اتاق ایران تشکیل شد. براساس اساسنامه انجمن، هدف از تشکیل آن، حمایت از بهبود فضای کسب و کار و پاسخ‌گویی به مشکلات و نارسایی‌ها در چارچوب قوانین موضوعه کشور و همچنین دفاع از حقوق، منافع مشروع و قانونی اشخاص حقیقی و حقوقی عضو است. ساماندهی امور مربوطه، حفظ توازن و نظم و فراهم کردن امکان بهره‌برداری بیشتر از سرمایه‌گذاری در حوزه واردات کالاهای این بخش از دیگر اهداف انجمن است. درضمن اساسنامه به موضوع استفاده و انتقال تجربیات علمی و عملی دست‌اندرکاران و به‌هنگام کردن آن برای رسیدن به اهداف قانونی توسعه در این گونه موارد اشاره کرده است.

بمانجان ندیمی

دبیر بخش تشکل‌ها

شاخص‌های ۲۱ گانه

براساس اساسنامه انجمن موبایل، تبلت و لوازم جانبی، وظایف و اختیارات در ۲۱ بند ترسیم شده است. این شاخص‌های ۲۱ گانه شامل «تلاش برای برنامه‌ریزی، ساماندهی و نظارت بر کلیه امور مرتبط با موضوع فعالیت انجمن؛ مشارکت گروهی در تصمیم‌سازی‌ها و

انتشار آمار و اطلاعات پیرامون تجارت داخلی و تولید به شدت می‌تواند جلوی فساد و باندهازی را بگیرد. زیرا از زمانی که طرح رجیستری موبایل اجرا شده و کالاها شناسه‌دار شدند، شفافیت بیش از پیش وارد حوزه موبایل شده است.

بیش از ۸۰ درصد آن به صورت قاچاق تامین می‌شود. اگرچه ما طرح رجیستری را داریم، واردکنندگان غیرقانونی از طریق رویه واردات مسافری این کار را انجام می‌دهند؛ یعنی وقتی کالا را به صورت قاچاق وارد کشور می‌کنند یا سوءاستفاده از اطلاعات مسافران، مسافران خارجی و اتباع خارجی موبایل را فعال‌سازی می‌کنند و غیررسمی در شبکه عرضه کشور به فروش می‌رسانند. البته با توجه به حمایت‌ها و برنامه‌ریزی دولت در سال‌های اخیر این فرایند به شدت مدیریت و محدود شده است و شاهد روند کاهشی قابل توجه این موضوع هستیم.

تولید

در یکی دو سال اخیر به دنبال کمبود منابع ارزی سیاست دولت بر محور تولید داخل حرکت می‌کند. موضوعی که هر از چندی در بخش موبایل نیز مطرح شده است. اسحاقی با اشاره به اینکه اگر توان تکنولوژیکی، سرمایه‌گذاری لازم و حمایت دولت وجود داشته باشد، تولید بخشی از نیاز کشور به موبایل می‌تواند گام بلندی در تامین آن باشد، می‌گوید: اما متأسفانه ایران توان رقابت در بخش تکنولوژی موبایل را ندارد و عموماً موبایلی که در ایران تولید شده به صورت سسی کی دی یا اس کی دی بوده که حجم آن نیز بسیار کم است. زیرا فرایند تولید پیچیده و بسیار متغیر است. ضمن اینکه سرعت تغییرات بسیار بالاست. تولیدکنندگان داخلی نیازمند حمایت شرکت مادر هستند که امکان بهره‌گیری از آنها به دلیل تحریم در ایران وجود ندارد. اکنون نیاز کشور ماهانه ۱.۵ میلیون گوشی است ولی حجم تولید بسیار ناچیز است.

دبیر انجمن موبایل ادامه داد: ما در راستای حمایت از تولید موبایل، تولیدکنندگان این حوزه را جمع کردیم؛ الان سرمایه‌گذاری نیز پیدا شده‌اند ولی این کار نیازمند حمایت جدی و مداوم دولت است. اگر واقعا دولت و حاکمیت یک سیاست بلندمدت را در زمینه تولید موبایل دنبال و از این سیاست حمایت کنند، ما می‌توانیم در حوزه اس کی دی و بعد از آن سی کی دی در برخی برندها موفقیت‌هایی به دست بیاوریم. در حوزه گوشی‌های غیر هوشمند نیز باتوجه به نیاز ۳.۵ میلیونی در سال می‌توانیم کل نیاز را با سرمایه‌گذاری بلندمدت در کشور تامین کنیم. البته نکته دیگری نیز وجود دارد و آن این است که باید تولید به صورت انبوه اتفاق بیفتد تا اقتصادی شود و این تجربه تولیدکنندگان بزرگ موبایل است. در نتیجه باید ما از ابتدا به فکر تامین نیاز کل منطقه باشیم. ضمن اینکه شرایطی را فراهم کنیم تا تکنولوژی به سرعت منتقل شود؛ در واقع شرکت‌های خارجی حاضر شوند در ایران سرمایه‌گذاری کنند و از فضا و نیروی کار ارزان‌تری که در ایران وجود دارد بهره‌مند شوند تا به تولیدی که منجر به صادرات می‌شود دست پیدا کنیم. ■

رجیستری، برگ برنده موبایل

امیر اسحاقی، دبیر انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی، که یکی از باسابقه‌ترین و فعال‌ترین اعضای انجمن است، در خصوص عملکرد انجمن می‌گوید: «انجمن واردکنندگان موبایل یکی از فعال‌ترین و برترین تشکلهای صنفی موجود در کشور است؛ ما در انجمن هر هفته بیش از ۴ ساعت جلسه هیئت مدیره داریم. ضمن اینکه جلسات متعددی برای کمیسیون‌های تخصصی برگزار می‌کنیم. واردکننده‌های قوی عضو انجمن هستند و توانستیم روابط بسیار خوبی با حاکمیت برقرار کنیم.»

او می‌افزاید: «انجمن در موضوع رجیستری موبایل از ابتدا حامی این طرح بود و آن را پیگیری و حمایت کرد تا به مرحله اجرا برسد. در مرحله اجرای این طرح نیز کمک کردیم. ما در فرایندهای بعد از شناسنامه‌دار کردن بسیاری از کالاها حضور داشتیم. ما حتی پیشنهاد رجیستری تبلت را دادیم. همچنین اجرا، ساماندهی و شفاف‌سازی اقتصادی در حوزه ۱۲۴ طرح افق را پیگیری کردیم. در انجمن موبایل با توجه به سیاست‌هایی که اعمال کردیم و پیگیری‌های مستمری که از دولت داشتیم به عنوان یک انجمن اثرگذار شناخته شده‌ایم. به همین دلیل است که در برخی مواقع می‌بینیم بعضی از کسانی که خیلی دنبال شفافیت اقتصادی نیستند، تلاش می‌کنند که فعالیت‌های انجمن نادیده گرفته شود و یا زیر سوال برود.»

از نگاه اسحاقی، انتشار آمار و اطلاعات پیرامون تجارت داخلی و تولید به شدت می‌تواند جلوی فساد و باندهازی را بگیرد. زیرا از زمانی که طرح رجیستری موبایل اجرا شده و کالاها شناسه‌دار شدند، شفافیت بیش از پیش وارد حوزه موبایل شده است. در کشور هر گوشی موبایلی که مصرف می‌شود به یک کد ملی و سیم‌کارت‌ها و شماره تلفن‌هایی وصل است که همه در شبکه به صورت یکپارچه قابل رصد هستند. در ضمن شفافیت در رنگ و مدل و سابقه شناسه بین‌المللی کالا نیز باعث شده بخش عمده‌ای از تجارت موبایل شفاف شود.

به گفته دبیر انجمن واردکنندگان موبایل مهم‌ترین دستاورد اجرای صحیح طرح رجیستری، کاهش میزان قاچاق موبایل از ۹۵ درصد به کمتر از ۲ الی ۳ درصد است. اتفاقی که می‌تواند جزو دستاوردهای بزرگ دولت، وزارت ارتباطات، سامانه جامع تجارت، سامانه همتا و ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز باشد.

البته از نگاه این فعال اقتصادی، نکته مهم در اجرای طرح شفاف‌سازی ادامه این مسیر است. یعنی اجرای کامل فعالیت سامانه ۱۲۴ یا همان سامانه شفافیت قیمت و بعد از آن اجرای کامل طرح افق است که کل زنجیره تامین تا فروش به مصرف‌کننده را به صورت یکپارچه در بر می‌گیرد و همانند یک نورافکن بزرگ این بازار را کنترل می‌کند. این طرح می‌تواند به عنوان الگوی خوبی در جریان تامین تا مصرف سایر کالاها مورد استفاده کشور نیز قرار گیرد.

اسحاقی شکل‌گیری فصل جدید در حوزه موبایل را ناشی از اعتماد دولت به بخش خصوصی می‌داند و می‌گوید: بخش خصوصی با توجه به توان تخصصی و تجربه‌ای که دارد هر زمانی طرف مشورت دولت قرار گرفته، توانسته راهگشا باشد. حتی امروز که تحریم‌های خصمانه علیه کشور اعمال می‌شود، بازرگان هستند که با توجه به تجربیاتشان تحریم‌ها را دور زدند و نیاز کشور را تامین کردند. در حوزه موبایل تا آنجایی که انجمن مورد مشورت قرار گرفته و از نظرات تخصصی و کارشناسی آن استفاده شده از جمله مواردی که مربوط به تخصیص ارز بوده و یا پیگیری و اجرای طرح رجیستری، پیگیری و اجرای سامانه ۱۲۴ و پیگیری و اجرای طرح افق، دولت موفقیت‌های بزرگی به دست آورده است.

بدون ممنوعیت

در یکی دو سال اخیر حوزه موبایل اگرچه مستقیم با ممنوعیت واردات مواجه نشده است، اما همواره با محدودیت‌های تامین ارز مواجه بوده است. به همین دلیل هر از چندی بازار آن در دوره‌های کوتاه‌مدت دچار نوسان شده است. دبیر انجمن موبایل در این باره می‌گوید: تاکنون در مورد ممنوعیت حوزه موبایل تصمیم‌گیری خاصی نشده، مافقط با محدودیت‌های ارزی مواجه هستیم. در مقطعی مثل سه ماه اول امسال دولت در جریان مدیریت منابع ارزی به کالاهای بالای ۳۰۰ یورو ارزی تعلق نداد. اما در مقابل بخش عمده‌ای از این کالاها یعنی

اعضای هیئت مدیره انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی



محمدرضا نیک نفس
عضو هیئت مدیره و خزانه‌دار



رضا دهیبی می
نایب رئیس هیئت مدیره



حسین غروی رام
رئیس هیئت مدیره



امیر اسحاقی
دبیر انجمن



آبدین آرام
بازرس



رضا قربانی
عضو هیئت مدیره



مصدق مابری فرد
عضو هیئت مدیره

منابع تأمین ارز موبایل در سال‌های اخیر همیشه روش‌های مختلفی داشته است. در مقطعی که دولت دسترسی به منابع ارزی در کشور چین یا کشورهای دیگر داشته و همچنین امکان اعطای ارز ترجیحی برای آن وجود داشته، تأمین شده است. ارز ترجیحی هم نرخ‌های متفاوت داشت؛ از زمان هزار و ۲۲۶ تا چهار هزار و ۲۰۰ تا ۱۲۰۰ و یا بعد از آن ارز نیمایی. بدین ترتیب تا زمانی که امکان تأمین ارز ترجیحی برای گروه‌های کالایی وجود داشته، موبایل هم در گروه کالایی ۲۳ از این منابع استفاده کرده است.

بازاری که استرس‌زاست

روزهای پرنوسان موبایلی در گفت‌وگو با رئیس هیئت مدیره انجمن واردکنندگان تلفن همراه

در سال‌های اخیر سیاست‌های متعدد و بعضاً متناقض دولت در زمینه تجارت خارجی و حتی داخلی، واردکنندگان موبایل را همچون بسیاری از تجار صاحب‌نام در بخش‌های مختلف دچار دردسر کرده است. درباره این روزهای پرنوسان و پراسترس با سیدحسین غروی‌رام، رئیس هیئت مدیره انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی که یکی از فعالان اقتصادی بنام این حوزه است، گفت‌وگو کردیم.

شاید بدون اغراق یکی، دو سال اخیر یکی از پرنوسان‌ترین سال‌های پیش‌روی تجار به ویژه واردکنندگان موبایل بوده است. دوره‌ای که به دنبال سیاست‌های متعدد و یا به زعم بسیاری از کارشناسان متناقض، محدودیت‌های غیر منطقی را بر تجارت خارجی حاکم کرده است که امروز صنف موبایل را به شدت شکننده کرده است. از اتفاقاتی که در این یکی دو سال اخیر افتاد صحبت کنید.

مشکلات باعث نشد ما نتوانیم کالا را تأمین کنیم و نیاز بازار در تمام این دو سال اخیر از طریق رویه‌های قانونی تأمین شد. ضمن اینکه عمدتاً بخشی به دنبال سوءاستفاده از رویه مسافری تأمین شده است. یکی از دلایل اصلی همه محدودیت‌ها کمبود شدید منابع ارزی است. مبادلات تجاری موبایل از چه منابع ارزی تأمین شده بود؛ آمار و اطلاعات دقیقی وجود دارد؟

منابع تأمین ارز موبایل در سال‌های اخیر همیشه روش‌های مختلفی داشته است. در مقطعی که دولت دسترسی به منابع ارزی در کشور چین یا کشورهای دیگر داشته و همچنین امکان اعطای ارز ترجیحی برای آن وجود داشته، تأمین شده است. ارز ترجیحی هم نرخ‌های متفاوت داشت؛ از زمان هزار و ۲۲۶ تا چهار هزار و ۲۰۰ تا ۱۲۰۰ و یا بعد از آن ارز نیمایی. بدین ترتیب تا زمانی که امکان تأمین ارز ترجیحی برای گروه‌های کالایی وجود داشته، موبایل هم در گروه کالایی ۲۳ از این منابع استفاده کرده است. البته همیشه نحوه تأمین به صورت مقطعی بوده است؛ یعنی حداکثر شش ماه واردکننده از یک نوع ارز استفاده کرده است. ضمن اینکه همواره روش‌های مختلف تأمین ارز را داشتیم یعنی برخی از طریق ارز صادراتی خودشان تأمین و برخی دیگر از طریق ارز صادراتی دیگران تأمین می‌کردند. در کنار آنها گروهی از طریق ارز نیمایی و یا رویه بدون انتقال ارز یا برات غیر تعهد کالا وارد می‌کردند. بدین ترتیب واردکنندگان ما عموماً رویه دائم و ثابتی برای تأمین ارز ندارند. از ابتدای سال جاری با تشدید سختگیری‌ها پیرامون واردات موبایل محل تأمین ارز صرفاً به ارز صادراتی خود و دیگران تبدیل شد. ارز حاصل از صادرات خود نیز محدودیت‌های جدی در مرحله ثبت سفارش داشت. به طور مثال در چند ماه اول سال به کالاهای بالای ۳۰۰ یورو و کالاهای گران‌قیمت عموماً ارز به صورت محدود تخصیص داده می‌شد و آنها با محدودیت شدید مواجه بودند. البته با توجه به اینکه ۹۱ درصد از نیاز کشور زیر ۳۰۰ یورو بود، ما همیشه دنبال تأمین ارز برای این بخش از جامعه بودیم. در واقع گروهی که موبایل زیر ۳۰۰ یورو استفاده می‌کنند، همواره در اولویت ما قرار دارند؛ زیرا بیشتر مردم در این طیف قرار دارند و اصناف نیز تعداد بیشتری گوشی و لوازم جانبی می‌توانند عرضه کنند. به دلیل اهمیت تأمین نیاز این گروه هم تاکنون ارز آن ارز حاصل از صادرات بوده است. البته از یک ماه گذشته مقرر شد این ارز در بستر نیما ارائه شود که فعلاً به طور چشمگیر اتفاق نیفتاده است. زیرا تقریباً از نیمه مرداد ما به شدت با کمبود تخصیص ارز مواجهیم که پیش‌بینی می‌کنیم این مشکلات عیدهای را به‌زودی به وجود آورد.

امسال تقریباً سال پنجم فعالیت انجمن است و در این مدت انجمن روزهای پرفراز و نشیبی را تجربه کرده است. مهم‌ترین رخداد که طی این دوران اتفاق افتاد، اجرای طرح رجیستری و شناسنامه‌دار کردن تلفن همراه بود که باعث شد میزان قاچاق موبایل کشور کاهش پیدا کند. پیش از سال ۹۷ قاچاق موبایل حدود ۹۰ درصد بود، اما در پایان سال ۹۷ این عدد به کمتر از ۵ درصد رسید. البته آن ۵ درصد نیز به دلیل سوءاستفاده از رویه مسافری اتفاق افتاد. بعد از طرح رجیستری، موضوع تغییر نرخ ارز و سیاست‌گذاری ارز ۴۲۰۰ اتفاق افتاد و سپس بر اساس ضوابط قیمت‌گذاری موبایل برای بعضی از واردکننده‌هایی که کالا وارد می‌کردند و می‌فروختند، مشکلاتی با تعزیرات و دادگاه ویژه انقلاب پیش آمد. با این اتفاق در سال ۹۷ برای مدت پنج الی شش ماه اوضاع واردات موبایل به شدت به هم ریخت و صنف موبایل برای مدتی به کما رفت. بدین ترتیب با وجود اینکه طرح رجیستری اجرایی شده بود، موبایل عمدتاً از طریق رویه مسافری و یا به اسم رویه مسافری تأمین می‌شد. یعنی با استفاده از اطلاعات مسافرینی که وارد کشور می‌شدند، موبایل به صورت قاچاق وارد کشور می‌شد و پس از فعال‌سازی در شبکه توزیع عرضه و به اصناف فروخته می‌شد. تا اینکه در پاییز سال ۹۷ سیاست‌های حاکمیت به سمت تسهیل واردات موبایل حرکت کرد. زیرا در این دوره برندهای معتبر از کشور خارج شده بودند و تنها بازرگانان و واردکنندگان بودند که بدون داشتن نمایندگی می‌توانستند از کشورهای مختلف موبایل وارد کنند. با باز شدن فضای واردات از سوی دولت، تعداد واردکنندگان موبایل روز به روز افزایش پیدا کرد. به طوری که ابتدای سال ۹۷ ما فقط ۳۹ شرکت واردکننده داشتیم ولی در پایان همان سال تعداد آنها به بیش از ۱۰۰ شرکت رسید. در نیمه شهریور سال ۹۹ نیز تعداد این شرکت‌ها به ۳۵۰ رسید. در ضمن طی دو سال اخیر با توجه به اینکه تحریم‌های بین‌المللی به شدت افزایش یافت، ما به دنبال خروج برندهای معتبر از کشور، پشتیبانی آنها را نیز از دست دادیم. به علاوه برای تأمین کالا با مشکلات جدیدی روبه‌رو شدیم. به طوری که کالاهایی که ایران سفارش می‌داد وارد نمی‌شد و در مقابل سفارش کشورهای دیگر با کیفیت‌های مختلف وارد می‌شد. متأسفانه از اوایل اسفندماه سال ۹۸ نیز به دلیل شیوع کرونا در دنیا، روند تولیدات کارخانه‌های موبایل کند و یا متوقف شد. ضمن اینکه مشکلات حمل و نقل و لجستیک و تأمین انتقال که از گذشته بود، تشدید شد. در نهایت فرآیند تأمین را برای واردکنندگان سخت و پیچیده کرده اما همه این سختی‌ها و

قطباً تغییرات
مدیریتی در
وزارت صنعت،
معادن و تجارت
به خصوص در
دو سال اخیر با
توجه به تعدد
تغییرات در حوزه
وزارتی بر روند
تصمیم‌گیری‌ها
در بخش تجارت
خارجی به شدت
اثر گذاشته است.
متأسفانه در این
مدت ما هیچ‌وقت
شاهد سیاست
واحد و ادامه‌داری
در حوزه موبایل
نبودیم

آرامش دریای متلاطم موبایل

صنعت ارتباطات با افزایش تقاضای موبایل و کاهش عرضه مواجه شد

بی‌گمان تلفن همراه را می‌توان یکی از موثرترین ابزارهای مورد نیاز بشر دانست. ابزاری که زندگی بشر امروزی را از هر آنچه که تاکنون ابداع شده، آسان‌تر کرده است. اما تأمین و عرضه همین تلفن همراه با تمام کارپرداهایش، در ایران تبدیل به یک معضل شده و موضوعات پیرامون آن مستمسک کشمکش و چانه‌زنی. با شیوع ویروس کرونا و اپیدمی جهانی و در پی آن مشکلات پیرامون تولید و واردات موبایل به‌خصوص در دورانی که لزوم به‌کارگیری آن بیش از دیگر زمان‌ها احساس می‌شود، بازار موبایل و فعالین این حوزه در کشور با مشکلاتی روبه‌رو شدند که بازخورد آن کمبود کالا در بازار و برهم خوردن تعادل بین عرضه و تقاضا بود.

آنچه که صنعت ارتباطات کشور در این ماه‌های پرمخاطره با آن روبه‌رو بوده است، افزایش تقاضای موبایل و کاهش عرضه آن بود.

از ابتدای سال تاکنون مشکلات فراوانی حول واردات و تأمین کالا به وجود آمد که مهم‌ترین آن عدم تخصیص ارز حاصل از صادرات برای واردات این کالا به کشور بود. کمبود منابع ارزی، دولت را وادار به اتخاذ تصمیماتی کرد که منجر به التهاب مقطعی در بازار و سودجویی عده‌ای معلوم‌الحال شد؛ که البته با درایت مسئولان و پیگیری‌های انجمن واردکنندگان موبایل، کنترل شد.

طی هفته‌ها پیگیری و جلسات متعدد انجمن واردکنندگان موبایل با ذی‌نفعان دولتی از جمله وزارت صمت و بانک مرکزی به منظور تخصیص ارز برای ترخیص کالاهای روسی در گمرکات و تأمین نیاز بازار، سرانجام طی ۱۵ روز گذشته این مهم محقق شد و بخش زیادی از کالاهای روسی، ترخیص و روانه بازار شد؛ که در پی آن با کاهش قابل توجه قیمت موبایل در سطح بازار نسبت به ۳۰ روز گذشته روبه‌رو شدیم.

حالا بازار آرام گرفته و رقابت برای جذب مشتری و فروش موبایل بین فروشندگان بیشتر و بیشتر شده است. اما در پس این آرامش، تلاش‌ها و کشمکش‌های فراوانی صورت گرفته است تا حالا با وجود تمام ناملایمات دنیا نسبت به کشورمان، بتوانیم بگوییم که امروز تازه‌ترین فناوری‌های موبایل، در کشورمان وجود دارد. اگرچه قیمت موبایل به دلیل افزایش نرخ ارز دیگر همچون گذشته نیست، اما واقعیت این است که تأمین آن در کشور که یکی از مطالبات اصلی جامعه محسوب می‌شود، محقق شده است.

در همین حال بسیاری از تجار و فعالان این صنف، برای تأمین و به تعادل رساندن بازار دچار ضرر و زیان شده‌اند.

این روزها واردکنندگان موبایل برای ایجاد تعادل قیمتی در بازار و فراهم کردن فرصتی برای مصرف‌کنندگان جهت خرید موبایل‌های مورد نیازشان، کالاهای خود را با حداقل سود یا حتی با زیان در اختیار توزیع‌کنندگان و فروشگاه‌ها قرار می‌دهند. مشاهده ترازهای مالی و حسابرسی شرکت‌های واردکننده بسیاری از حقایق را آشکار خواهد کرد و از خودگذشتگی آن‌ها را نشان خواهد داد. شرکت‌ها با وجود سختی‌ها و ملالت‌های بی‌شمار هیچ‌گاه دست از صیانت از حقوق مردم برنداشته‌اند. قطعاً اگر سامانه‌ای همچون افق برپا شده بود و در تمام حلقه‌های زنجیره تأمین و توزیع مورد استفاده قرار گرفته بود، امروز هیچ صحبتی از گران‌فروشی شنیده نمی‌شد و واردکنندگان این‌گونه آماج حملات قرار نمی‌گرفتند. ■

رضا دیهیمی

نایب‌رئیس هیئت مدیره انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی

این روزها

واردکنندگان موبایل برای ایجاد تعادل قیمتی در بازار و فراهم کردن فرصتی برای مصرف‌کنندگان جهت خرید موبایل‌های مورد نیازشان، کالاهای خود را با حداقل سود یا حتی با زیان در اختیار توزیع‌کنندگان و فروشگاه‌ها قرار می‌دهند

در یک مقطعی دولت پیشنهاد کرد که ما تهاتر ارز موبایل با یک گروه صادراتی را دنبال کنیم. بدین ترتیب ما جلسات متعددی با حضور بانک مرکزی، وزارت صمت و سازمان توسعه تجارت با اتحادیه صادرکنندگان خشکبار داشتیم و در نهایت با دوستان انجمن خشکبار تفاهم کردیم که ارز مورد نیاز موبایل با ارز صادراتی خشکبار تهاتر شود. اتفاق بزرگی که برای اولین بار از طریق انجمن موبایل رخ داد ولی متأسفانه به سرانجام نرسید. زیرا دولت حمایت نکرد و این پروژه به رغم پیگیری‌های جدید در نیمه اول شهریور هنوز به نتیجه نرسیده است.

■ چه حجمی از اطلاعاتی که به مقامات ارشد کشور از سوی وزارت صمت و بانک مرکزی برای تصمیم‌گیری ارائه می‌شود صحت دارد؟

از دید ما اطلاعاتی که در حوزه موبایل به مقامات ارشد کشور ارائه می‌شود، اطلاعات دقیقی است. حوزه موبایل شفاف‌ترین حوزه تجاری در واردات کشور است. در این حوزه، بحث شناسه کالا، فرآیند سامانه ۱۲۴، فرآیند قیمت‌گذاری و حتی مکانیزاسیون ثبت سفارش که در حال حاضر متوقف شده، همه به صورت سیستمی در بستر سامانه جامع تجارت سامانه انجام می‌شود. ضمن اینکه ما یک سامانه ارزشمند به نام سامانه هم‌تا داریم و دوستان بسیار خوبی که در این سامانه فرایند رجیستری را مدیریت می‌کنند. بدین ترتیب قطعاً اطلاعاتی که از طریق سامانه هم‌تا زیرمجموعه سامانه جامع تجارت منتشر می‌شود، اطلاعات موثقی است. اطلاعات در حوزه موبایل بسیار شفاف و دقیق است و این اطلاعات لحظه به لحظه به‌روز می‌شود. ما در انجمن همیشه از اطلاعات این سامانه به عنوان منبع اصلی دیتاهایمان استفاده می‌کنیم. دوستان سامانه به دلیل اینکه به ما اعتماد و لطف دارند، اطلاعات سامانه را در اختیار ما قرار می‌دهند و ما هم در اختیار واردکنندگان می‌گذاریم. براین اساس هر ماه اطلاعات جزئی از وضعیت بازار موبایل به دست همه دوستان می‌رسد. بنابراین اگر از این مسیر اطلاعات به بانک مرکزی و نهادهای حاکمیتی ارائه شود، قطعاً اطلاعات موثقی خواهد بود.

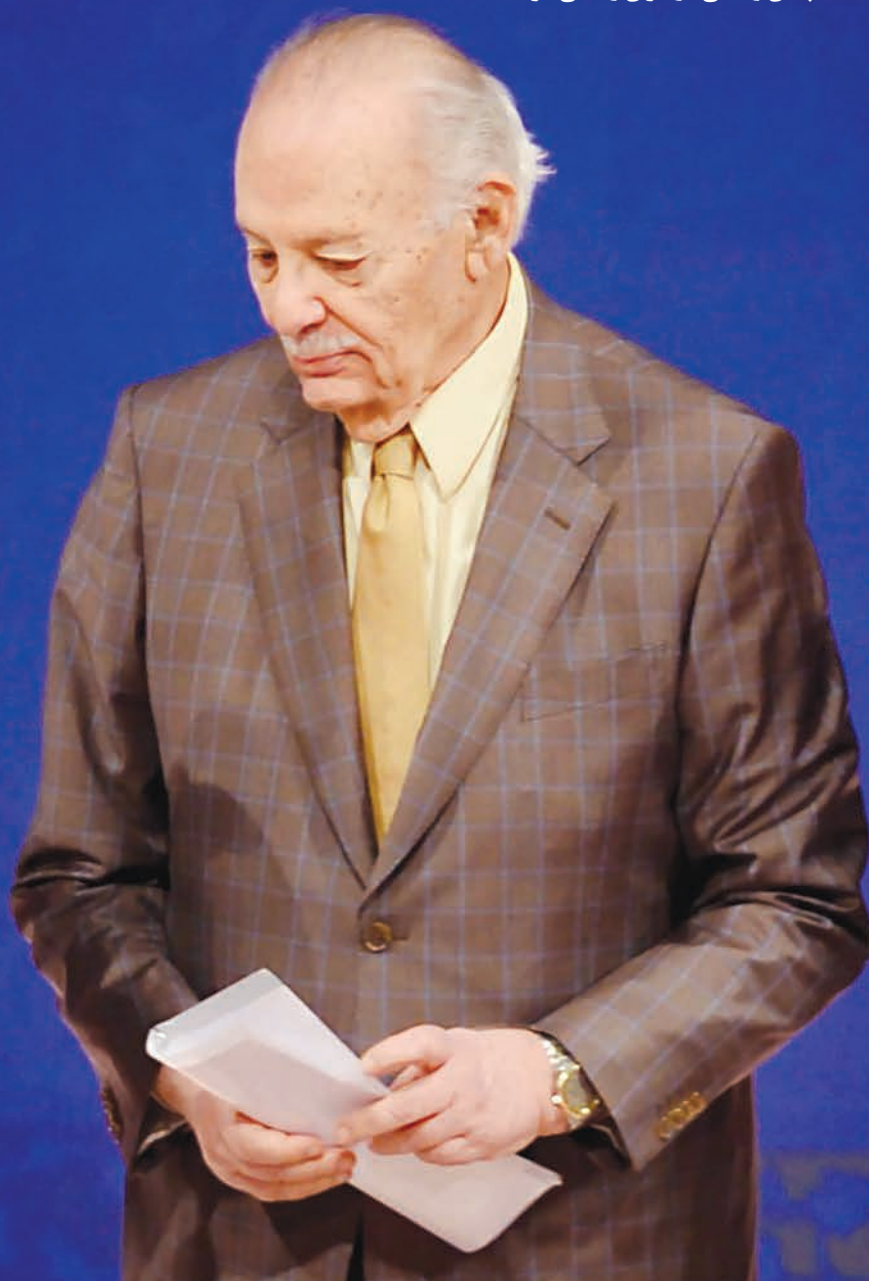
■ شما در بخشی از صحبت‌هایتان به موضوع تحریم‌های خارجی اشاره کردید؛ گذشته از محدودیت‌های بیرونی، تغییرات پرتلاطم مدیریتی در وزارت صمت چقدر در شکل‌گیری شرایط حاکم موثر بوده و هست؟

قطعاً تغییرات مدیریتی در وزارت صمت، معدن و تجارت به‌خصوص در دو سال اخیر با توجه به تعدد تغییرات در حوزه وزارتی بر روند تصمیم‌گیری‌ها در بخش تجارت خارجی به شدت اثر گذاشته است. متأسفانه در این مدت ما هیچ وقت شاهد سیاست واحد و ادامه‌داری در حوزه موبایل نبودیم. همیشه در تصمیم‌گیری نوسان و توقف‌های طولانی رخ داده است. حتی بعضاً سیاست‌های متناقضی شکل گرفته است. هرچند دوستان بانک مرکزی، سامانه جامع، سامانه هم‌تا و خدمات بازرگانی وزارت صمت تلاش می‌کنند همسو حرکت کنند، آن قدر وقفه در فرآیندهای بازرگانی داشتیم که همیشه با مشکل مواجه می‌شویم. معتمد فرایند تجارت یک فرایند به‌هم‌پیوسته است. هر زمان بخشی از این زنجیره درست عمل نکند و خدشه‌ای در این زنجیره تأمین اتفاق بیفتد، اثرش را ۴۵ تا ۶۰ روز بعد در سطح عرضه خواهد گذاشت و حتی به مصرف‌کننده می‌رسد. این اتفاق نیز بارها و بارها افتاده و یکی از دلایل مهم آن همین تغییرات مدیریتی بوده است. ■

..... کارآفرین

راز کارآفرین ماندگار

«راز؟ شاید راز پیچیده‌ای در میان نباشد اما یک میثاق ناگسستنی با کارمندانم دارم که مهم‌ترین انگیزه را برای کار کردن به من می‌دهد. حتی بارها از طرف دوستانم به مهاجرت تشویق شده‌ام اما همین میثاق با کارمندانم و با کشورم مانع از رفتن من شده است.» لئون آهارونیان هم از میان ما رفت؛ کارآفرینی که بعد از ۷ دهه فعالیت تولیدی و صنعتی (مدیرعامل شرکت حمل و نقل ستی و کارخانه تولید مواد غذایی آندره) راز موفقیت خود در کار را بسیار ساده بیان می‌کرد؛ کار گروهی. او کسی بود که توسعه را برای ایران می‌خواست و با وجود اینکه فرصت بسیار زیادی برای مهاجرت داشت تا پایان زندگی در ایران زندگی کرد.



هر کارآفرین یک سوپرمن واقعی است

لئون آهارونیان، از کارآفرینان برتر و برنده نشان امین‌الضرب، در گذشت

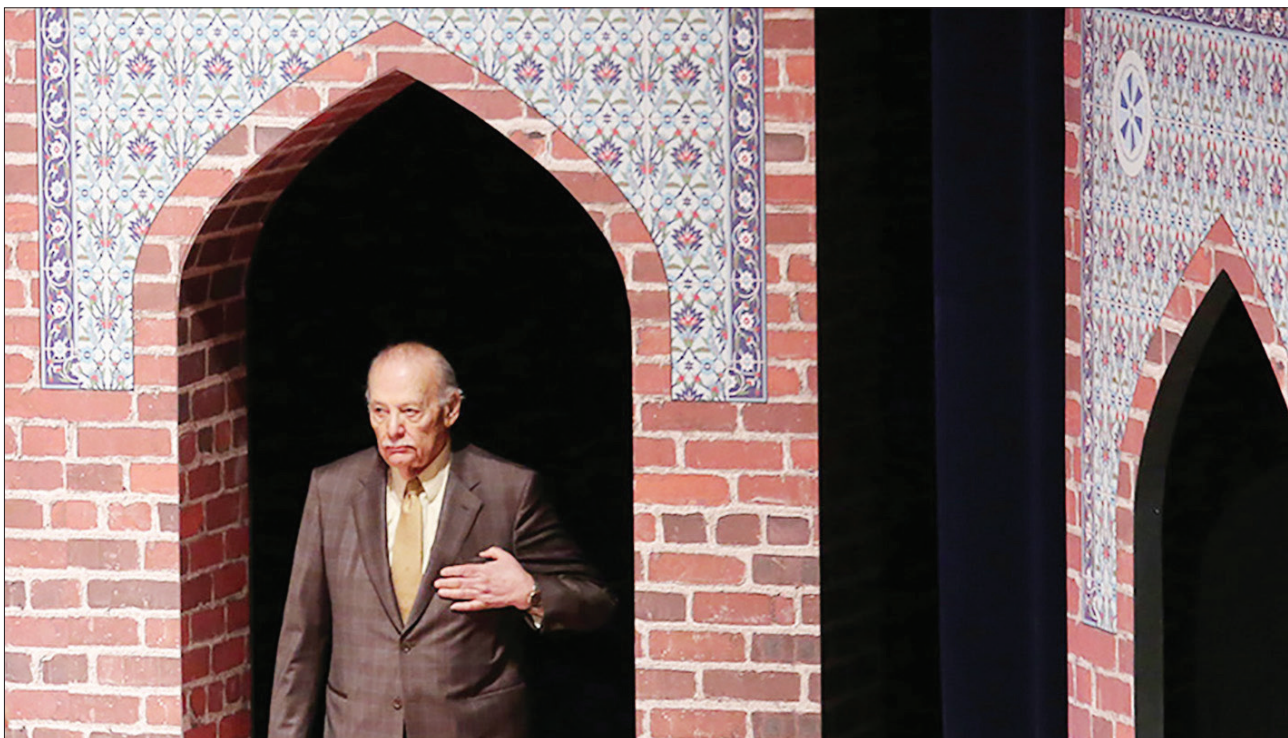
خانواده در کار مغازه به او کمک می‌کردند. لئون از ۱۵ سالگی موظف بود ساعت شش صبح، مسافتی سه کیلومتری را با دو چرخه به نانوائی برود تا برای ساندویچی پدرش، نان تهیه کند. پدر لئون اهمیت بسیاری به کار می‌داد و دوست داشت فرزندانش از کودکی مسئولیت‌پذیر باشند و از همین رو در تابستان یک رستوران فصلی برای آنها در روستای ییلاقی اوشان راه اندازی می‌کرد. همه اینها باعث شده بود که دوران جوانی لئون ترکیبی از درس، کار، ورزش و شکار باشد. دوچرخه‌سواری ورزش مورد علاقه‌اش در دوره دبیرستان بود. او همچنین از جوانی تا ۸۰ سالگی به شکار می‌رفت و در نهایت کلکسیون بزرگش را به موزه طبیعی ایروان هدیه کرد. آهارونیان پس از گرفتن دیپلم در سال ۱۳۳۱ در هنرهای عالی (دانشگاه امیرکبیر فعلی) پذیرفته شد. او در مصاحبه‌ای گفته بود: «من در سال ۱۳۳۵ در رشته شیمی از هنرهای عالی (پلی‌تکنیک، امیرکبیر امروز) فارغ‌التحصیل شدم و خیلی زود هم توانستم کار پیدا کنم. در ابتدا شرایط کار در شرکت نفت جنوب فراهم شد، ولی به دلیل شرایط خانوادگی امکانش را نداشتم که برای کار به آنجا بروم چون پدرم در تهران کسب و کار داشت و من هم نمی‌توانستم تهران را ترک کنم. پدرم شرکت آندره را که از شرکت‌های مواد غذایی بود، داشت و من هم در آنجا کار و کمک می‌کردم. مدتی بعد اطلاع پیدا کردم که بنگاه مستقل آبیاری که در آن زمان وابسته به وزارت کشاورزی بود به دنبال مهندس شیمی می‌گردد. من به همراه سه نفر از فارغ‌التحصیل‌های دانشگاهمان در رشته شیمی، برای کار به این بنگاه رفتم و پذیرفته شدیم. هنوز دو سال نشده بود که بنگاه آبیاری مرا برای طی کردن یک دوره کارآموزی (با هزینه دولت) به هلند فرستاد. زمانی که در بنگاه مستقل آبیاری

خود و کارآفرینی را که در شرایط سخت اقتصادی ایران در کشور باقی مانده‌اند و به فکر توسعه کشور هستند «سوپرمن» می‌دانست. لئون آهارونیان در جریان برگزاری مراسم سومین دوره جشنواره امین‌الضرب وقتی برای دریافت نشان خود روی صحنه رفت، در سخنرانی‌اش رو به جمع بزرگی از کارآفرینان و فعالان اقتصادی گفت: «چند وقت قبل با نوام صحبت می‌کردم. او گفت پدرجان سوپرمن کیست؟ فکر کردم و گفتم راستش را بخواهی من سوپرمن هستم.»

آهارونیان معتقد بود: «به نظرم سوپرمن کسی است که در هر شرایط اقتصادی و اجتماعی و تغییرات مختلفی که رخ می‌دهد، پای کشورش بایستد و دست از تلاش برای آفرینش روزهای بهتر برندارد. در واقع هر کارآفرین، یک سوپرمن واقعی است.»

حالا با درگذشت لئون آهارونیان، ایران یکی از سوپرمن‌های واقعی خود را از دست داد؛ کسی که بیش از ۶۰ سال در صنعت حمل و نقل فعالیت کرد و اتفاقاً ذات کاری او هم سوپرمن‌وار بود. زیرا آهارونیان شرکتی را اداره می‌کرد که به «جابه‌جایی‌های غول‌آسا» در کشور مشهور شده است. شرکت «ستی» که با مدیریت آهارونیان بسیاری از پروژه‌های عظیم حمل و نقل تجهیزات صنعتی و عمرانی را در کشور برعهده داشته است.

او در ۲۶ آبان سال ۱۳۰۹ در روستای هفتوان شهرستان سلماس به دنیا آمد. پدرش هنگام اشغال ایران در جنگ جهانی به مراغه رفت و همراه یکی از دوستانش رستورانی در آنجا راه‌اندازی کرد ولی با تشکیل حکومت خودمختار پیشه‌وری در تبریز (سال ۱۳۲۴) به تهران بازگشت و غذاخوری‌ای شبیه ساندویچی با نام آندره در پایتخت باز کرد. لئون و دیگر اعضای



آهارونیان معتقد بود: «به نظرم سوپرمن کسی است که در هر شرایط اقتصادی و اجتماعی و تغییرات مختلفی که رخ می دهد، پای کشورش بایستد و دست از تلاش برای آفرینش روزهای بهتر برندارد. در واقع هر کارآفرین، یک سوپرمن واقعی است.»

شرکت فرآورده های گوشتی آندره را هم که پدرش بنیان نهاد در دست داشت.

حضور در جبهه های جنگ تحمیلی

با پیروزی انقلاب و شروع جنگ تحمیلی یکی از نیازهای اساسی کشور جابه جایی تجهیزات نظامی و... به مناطق جنگی بود و بخشی از این کار را شرکت ستی به صورت رایگان برعهده گرفت. اعطای کامیون ها و تریلرهای شرکت برای انتقال تجهیزات سنگین نظامی مانند تانک، هاورکرافت و... به مناطق مختلف جنگی بخشی از خدمات این شرکت به جبهه های نبرد بود.

لئون آهارونیان در سال های بعد از پیروزی انقلاب با توجه به موقعیت اقتصادی و حضور در شورای خلیفه گری ارامنه (از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۵ عضو شورا بود)، فعالیت های اجتماعی و صنفی خود را هم گسترش داد. او در سال های ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۴ برای دو دوره ریاست سندیکای شرکت های بین المللی حمل و نقل را برعهده داشت و فعالیت های خیریه بسیاری در حوزه های آموزشی، بهداشتی و... انجام داد. او به یاد مادرش در محله مجیدیه تهران کودکستانی ساخت و در سال ۱۳۷۲ آن را افتتاح کرد. همچنین تشکیل اتاق بازرگانی مشترک ایران و ارمنستان (۱۳۷۲)، برقراری اولین خطوط هوایی بین ایران و ارمنستان (۱۳۶۹)، برگزاری نمایشگاه های مرتبط بین ایران و ارمنستان و از همه مهم تر برقراری ارتباط بین مقام های دولتی، امنیتی و مذهبی ایران و ارمنستان از جمله کارهایی بود که لئون آهارونیان برای دوستی و نزدیکی بیشتر مردم و دولت های ایران و ارمنستان انجام داد. خود او درباره این فعالیت ها در مصاحبه ای گفته است: «من یک فرد بی طرف بودم و امروز هم هستم و هیچ وقت سیاسی نبودم. یک بار بعد از انقلاب مقاله ای در یکی از روزنامه ها علیه اقلیت ها چاپ شد که بیشتر هم ارامنه را هدف قرار داده بود. مسئولان آن زمان هم هیچ واکنشی نسبت به این موضوع نشان ندادند. سابقه حضور اقلیت ارامنه در ایران به هزار سال می رسد و برای خودشان جایگاهی دارند. به غیرت من برخورد بود و نامه ای را در پاسخ به آن منتشر کردم. اما در مورد شورای خلیفه گری اینکه در سال ۱۳۵۸ انتخاباتی در این شورا برگزار شد و من در آن شرکت کردم و همراه با دکتر حق نظریان بیشترین رأی را آوردم. بعد از آن به مدت ۷ سال رئیس شورای خلیفه گری بودم. یکی از احزاب معروف ارمنستان حزب «اشناک» است. یک بار بعضی از اعضای این حزب پرچم ترکیه را آتش زدند. بعد از این اتفاق من را به تلویزیون دعوت کردند و از من پرسیدند این چه کاری بود این حزب انجام داد. من هم توضیح دادم و دلایلش را گفتم. گفتم مگر شما می توانید شهیدانتان را فراموش کنید؟ ما هم نمی توانیم کشته شدن ۱/۵ میلیون ارمنی را فراموش کنیم. این صحبت های من بازتاب زیادی پیدا کرد. در دوران بعد هم پس از آنکه ارمنستان استقلال پیدا کرد، اتاق بازرگانی ایران و ارمنستان را هم تاسیس کردم و طی آن مدت نمایشگاه های بسیاری را برای معرفی کالاهای ایرانی برگزار کردیم. این رویه تا سال قبل ادامه داشت. به طور کلی، این اقدام در توسعه روابط بسیار موثر واقع شد.»

در سال های گذشته در بسیاری از ارتباط های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، مذهبی و... بین مقام های دولتی و خصوصی ارمنستان با ایران و برعکس، حضور آهارونیان چشمگیر و زمینه ساز بوده است.

آهارونیان در کتابی دوجلدی با عنوان «روزهایی از زندگی طوفانی من» که به قلم خود او نوشته شده، اقدام به نگارش شرح حال و بیش از شش دهه فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی اش کرده است. او در پایان این کتاب نوشته: «امیدوارم بازخوانی سرگذشت من و امثال من که جز به راستی و درستی و کار و تلاش چیز دیگری را در بر نداشته و مومنانه و متعهدانه بر حسب توان خویش در راستای ارتقا و اعتلای صنعت حمل و نقل و همچنین توسعه پایدار کشور کوشیده ام تا بتوانم الگویی برای جوانان با استعداد و پر تلاش این مرز و بوم باشم؛ ان شاء الله...»

اما راز سال ها تلاش خستگی ناپذیر آهارونیان چه بود و موفقیت هایش در چیست؟ او در مصاحبه ای با دنیای اقتصاد گفته بود: «راز؟! شاید راز پیچیده ای در میان نباشد، اما یک میثاق ناگسسته ای با کارمندانم دارم که مهم ترین انگیزه را برای کار کردن به من می دهد. حتی بارها از طرف دوستانم به مهاجرت تشویق شده ام اما همین میثاق با کارمندانم و با کشورم مانع از رفتن من شده است.»

کار می کردیم استقبال زیادی از کارمان صورت نمی گرفت و حقوق بخور و نمیری داشتیم. من آن زمان ازدواج کرده بودم، دو فرزند داشتم، خانه مان اجاره ای بود و حقوقمان کم کفاف زندگی را نمی داد.»

در این سال ها لئون علاوه بر کار در اداره، با تاسیس یک آزمایشگاه کوچک، به دنبال درآمد اضافی بود. او یکی از اتاق های خانه شان را به آزمایشگاه تبدیل کرد و مدت چندانی طول نکشید که توانست مشتری های زیادی پیدا کند و درآمدش چند برابر حقوق کار اداری اش شود. همچنین در کنار همه این فعالیت ها پدر همسرش از او خواست تا برای کمک به اداره شرکت های خانوادگی به آنها بپیوندد. آهارونیان در سال ۱۳۴۱ به درخواست او ابتدا عصرها در این مجموعه فعال شد و حساب های مالی را رسیدگی می کرد و در همین بین هم بود که متوجه سوءاستفاده هایی از سوی شرکای پدرزنش شد و جلوی آنها را گرفت. او در سال ۱۳۴۷ پس از ۱۲ سال از کار دولتی استعفا داد و به صورت تمام وقت در شرکت ستی مشغول به کار شد.

آهارونیان در همان سال ها قراردادی با شرکت میتسوبیشی بست تا دستگاه های گازسوز تولید برق را از بندر جنوب کشور به محل ساخت نیروگاه انتقال دهند. آنان ۱۳۰۰ کیلومتر مسیر را برای انتقال بار به مناطق شمالی کشور طی می کردند و گاهی خود هم رانندگی می کرد. البته در کنار این، کار مهم او در این سال امضای قرارداد جابه جایی تجهیزات سد سفیدرود با شرکت های فرانسوی و آلمانی بود. خود او در گفته است: «آن زمان تجهیزات بسیار محدود بود. ابتدای ترین وسایل هم وجود نداشت و برای همین در آن شرایط رفتن من به شرکت ریسک بزرگی بود. یکی از تحولاتی که در صنعت حمل و نقل ایران اتفاق افتاد این بود که وسایل فوق سنگین از شرکت های فرانسوی به ایران وارد شد. آن زمان حمل کردن یک بار ۲۰ تنی معضل بزرگی بود ولی با وارد شدن دستگاه «بوژی» ۱۰ محور (تکنولوژی برای حمل بارهای فوق سنگین) از فرانسه به ایران تغییر مهمی اتفاق افتاد و بعد از آن هم چندین کشتنده وارد شد. حدود ۴۵ سال پیش شرکت ما در مناقصه منجیل شرکت کرد و با فرانسوی ها وارد کار شد. آن زمان ۸۰۰ هزار تومان پرداخت کردیم و یک وسیله فوق سنگین برای حمل و نقل را خریداری کردیم. همچنین شرکت «سیمان آبیگ» را درست کردیم که نیاز به دستگاه های ۱۵۰ تنی داشت که شرکت ستی آن را وارد کرد. به دلیل شرایط مناسب و تجهیزاتی که داشتیم برای انجام پروژه ها به ما اعتماد می شد و پروژه های بسیار سنگین به ما واگذار می شد؛ چون دیده بودند که ما چه امکاناتی داریم.»

شرکت ستی، نخستین شرکت ایرانی حمل و نقل بود که توانست وسایل حمل بارهای سنگین را از یک شرکت فرانسوی خریداری (نقد و وام) و وارد ایران کند. هنگامی که قرارداد ذوب آهن و کشیدن لوله های گاز از جنوب کشور به شورو امضا شد، یک سوم از قرارداد لوله کشی به یک شرکت فرانسوی واگذار شد و آنان نیز انتقال ۴۲ هزار تن لوله و ۲۰ هزار تن تجهیزات کارشان را به شرکت ستی سپردند. علاوه بر اینها در آن سال ها این شرکت حمل تجهیزات لازم برای راه اندازی نیروگاه ۷۰۰ مگاواتی اهواز (شرکت تکنوپروم روسیه)، تجهیزات پست های انتقال برق در غرب کشور (سه شرکت آلمانی) و... را هم برعهده داشت و در مهم ترین قرارداد هم شرکت زمیمنس آلمان به مدت ۳۵ سال انتقال کلیه محموله هایش در ایران را به این شرکت واگذار کرد. شرکت ستی با توجه به قراردادهای خارجی خیلی زود رشد چشمگیری کرد و طی چند سال ده ها تریلی و وسایل حمل کالاهای سنگین خریداری کرد. خود او گفته است: «کاری که ما انجام می دادیم تک بود. از آمریکا تا کشورهای آسیایی با شرکت ما تماس می گرفتند و درخواست همکاری می دادند. آن زمان ما با شرکتی به اسم «لاسنس» که یک شرکت انگلیسی بود کار می کردیم. این شرکت در آلمان و اتریش رجیستر شده بود. همین شرکت کارهای زیادی به ما داد و ماموریت حمل بارهای سنگینشان را به ما داد. آنها توانمندی های ما را می دیدند و اعتماد می کردند.»

در سال هایی که شرکت ستی قراردادهای خارجی و داخلی بسیار بسته بود در برخی از نقاط مرزی کشور برای تخلیه و بارگیری ساختمان هایی راه اندازی و زمین هایی خریداری کردند، به عنوان نمونه در خرمشهر زمینی به مساحت ۱۵۰ هزار متر مربع خریداری و در شهر مرزی جلفا و اهواز دفتر تاسیس کردند. آنها برای توسعه کارهایشان توانستند از فرانسه وام یک میلیون دلاری (با بازپرداخت سه ساله) دریافت و تجهیزات به روزی از جمله بوژی خریداری کنند. در کنار مدیریت شرکت سیتی، آهارونیان در تمام چند دهه گذشته مدیریت

ایرانی مخترع گوی بلورین سیلیکون ولی کیست؟

فلون فاطمی، مبدع به کارگیری هوش مصنوعی برای پیش‌بینی آینده کسب و کارها

SugarCRM شرکت نود را به قیمتی نامشخص خریداری کرد و فلون برای ماجراجویی‌های جدید به شرکت تلفیقی نقل مکان کرد.

نود به کسب و کارها کمک می‌کند تا با قابلیت‌های پیشرفته پیش‌بینی هوش بازار، برنامه‌ریزی منابع، حفظ مشتری و نیروهای کارآمد، افزایش جذب مشتری، و اتوماسیون مراکز تماس هوش مصنوعی نسبت به رقبای خود برتری پیدا کنند. سکوی نود هر بار از نتایج پیش‌بینی‌های خود می‌آموزد و رشد می‌کند. علاوه بر اینها، شرکت نود به کاربران کمک می‌کند تا پیش‌بینی‌های انجام شده توسط این شرکت را متناسب با نوع کسب و کار خود ترجمه کنند تا بتوانند برای تحول فضای کاری خود اقداماتی مناسب و به موقع انجام دهند. نود را می‌توان به شکل سکویی استاندارد و یا به صورت ترکیبی با کاربری‌های دیگر مورد استفاده قرار داد. به عنوان اولین و تنها سکوی ارائه خدمات پیش‌بینی موجود در بازار، نود از فناوری ثبت‌شده خود به نام «بینش مصنوعی» بهره می‌برد تا کسب و کارها بدون نیاز به داشتن مهارت در علوم داده یا حل چالش‌های بزرگ اطلاعاتی بتوانند از فواید هوش مصنوعی در رفع مشکلاتشان بهره ببرند. از زمان معرفی اختراع نود، بینش مصنوعی، در سال ۲۰۱۹ میزان استفاده از سکوی این شرکت چهار برابر افزایش یافته است. مارک کیوبن یکی از اصلی‌ترین سرمایه‌گذاران شرکت فالون فاطمی معتقد است هر اندازه که رایانه‌ها بر جهان تاثیرگذار بوده‌اند، هر قدر که اینترنت جهان را متحول ساخت، هوش مصنوعی همه اینها را بی‌اهمیت جلوه خواهد داد. و اگر از هوش مصنوعی بهره نبری، عقب خواهی افتاد. به ویژه اگر کسب و کاری به راه انداخته باشی. نود هوش مصنوعی را برای همه فراهم کرده است و خدمات پیش‌بینی سلف سرویسی را برای بیش از ۱۰۰ میلیون شرکت که مهارت، داده و یا منابع کافی برای استفاده و به کارگیری فناوری هوش مصنوعی و تلفیق آن با زیرساخت‌های موجود خود را ندارند، فراهم کرده است.

فاطمی خود در مورد گوی بلورینی که در سیلیکون ولی بنیان نهاده است می‌گوید: بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها امروز برای بررسی مشکلات بسیار پیچیده خود دانشمندان و تحلیل‌گران داده، یک انسان را استخدام می‌کنند و هزینه‌های گزافی می‌پردازند. مثلاً می‌گویند می‌خواهم کارمندان بیشتری شبیه به بهترین کارمندانم استخدام کنم. نامی دانیم بهترین کارمندانم را چگونه بهترین شده‌اند، تنها می‌دانیم که آنها بهترین هستند. انسان از بینش انسانی خود برای رسیدن به چنین نتایجی استفاده می‌کند و آنچه در نهایت تحت تاثیر این رویکرد جبرگرایانه به دست می‌آورد، پیش‌بینی حقیقی نیست، تنها شکلی تفنی از تحلیل داده‌ها است. فاطمی دقیقاً به همین دلیل شرکت نود را تاسیس کرد، شرکتی که به تازگی از فناوری یادگیری عمیق (Deep Learning) برای بهبود پیش‌بینی‌هایش درباره بازار کار کسب و کارها، نوع کارمندان که هر شرکت به آنها نیاز دارد و تصمیماتی که به نفع آینده شرکت‌ها خواهند بود، استفاده کرده است.

فلون فاطمی از زبان خودش

فلون فاطمی همان شور و اشتیاقی را در حوزه فناوری از خود نشان می‌دهد که والدینش از خود بروز داده‌اند. پدر و مادر او کارآفرینانی ایرانی بودند که پس از انقلاب ایران به آمریکا مهاجرت کردند. فلون حتی در دوران نوجوانی‌اش متفاوت از هم‌سین و سالانش بود. او در سن ۱۹ سالگی، زمانی که هنوز در دانشگاه سانتا کلارا تحصیل می‌کرد توانست کاری تمام وقت در گوگل برای خود دست و پا کند. ۶ سال در آنجا کار کرد و در حوزه‌هایی مانند توسعه استراتژی فروش، فروش آنلاین، پیوند دادن شرکای کسب و کار، توسعه برنامه تجاری یوتیوب و تیم شرکای آن کسب مهارت کرد و بر حوزه‌هایی مانند پخش زنده، ورزش و بازی متمرکز بود. شاید بهترین توصیف از روند رشد و پیشرفت فلون فاطمی را بتوان در همان

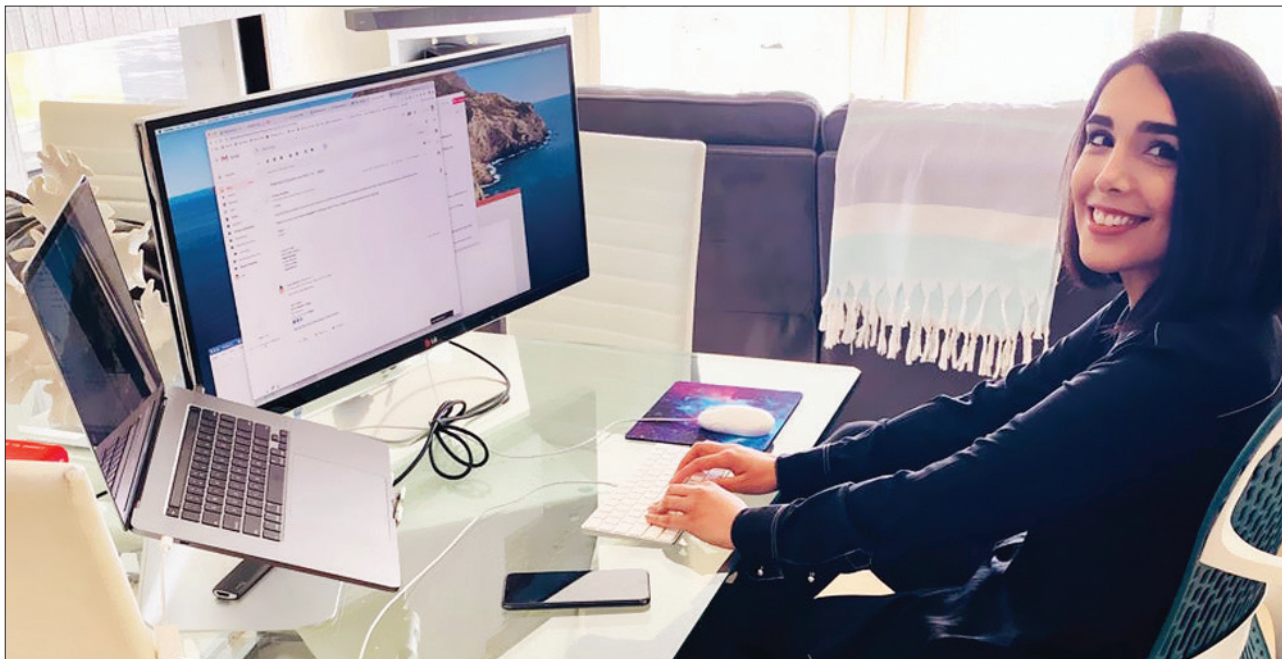
«من مدیر هیئت مدیره و بنیان‌گذار شرکت نود هستم، اولین سکوی خدمات پیش‌بینی آینده بازار و کسب و کارها با کمک هوش مصنوعی که به کسب و کارها امکان می‌دهد قابلیت‌ها و خدمات خود را برای آینده به این فناوری مجهز کنند. من در ۱۹ سالگی به مدت ۶ سال به عنوان جوان‌ترین کارمند در گوگل مشغول به کار بودم. بیش از یک دهه از عمر حرفه‌ای خود را صرف ایجاد استراتژی ورود به بازار، توسعه جهانی و ایجاد مشارکت استراتژیک برای گوگل، یوتیوب و دیگر استارت‌آپ‌ها کردم. من در خط مقدم سیلیکون ولی درباره چگونگی ایجاد کسب و کار و شرکت می‌نویسم». فلون فاطمی، کارآفرین ۳۵ ساله ایرانی آمریکایی، جوان‌ترین کارمند شرکت گوگل در سال ۲۰۰۴، که اکنون برای خود کسب و کاری شناخته‌شده در سیلیکون ولی دارد، در یادداشتی که درباره چگونگی آغاز کسب و کار جدیدش برای نشریه فوربس نوشت، خود را این‌گونه معرفی کرد.

تنها خودش نیست که حضورش در خط مقدم سیلیکون ولی، کانون فناوری آمریکا و جهان را تایید می‌کند. او دوبار در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۲۰ در لیست برترین فعالان حوزه فناوری، ۴۰ فعال زیر ۴۰ سال نشریه فوربس برگزیده شد. مارک کیوبن، کارآفرین و سرمایه‌دار مشهور و تندزبان آمریکایی که یکی از سهامداران شرکت تازه‌تاسیس فاطمی است معتقد است او به زودی به اولین تریلیارد در جهان تبدیل خواهد شد. کیوبن این سخنان را در سال ۲۰۱۹ به زبان آورد، زمانی که فاطمی توانست از او، از آلون ونچرز و کنان پارتنرز بالغ بر ۱۶۳ میلیون دلار سرمایه برای پشتیبانی از استارت‌آپ هوش مصنوعی خود جذب کند. نود در سال ۲۰۱۵ پایه‌گذاری شد با این هدف که شیوه کشف و دسترسی به اطلاعات را با کمک هوش مصنوعی متحول سازد. این شرکت در سال ۲۰۱۷ با جذب سرمایه‌گذار فعالیت عمومی خود را رسماً آغاز کرد. فاطمی در سال ۲۰۱۷ در اعتراض به سیاست‌های ایران‌ستیزانه دونالد ترامپ در توئیترش نوشت: فناوری آمریکایی بدون مهاجران ایرانی: نه ای‌بی، نه اوراکل، نه گوگل، نه دراب‌باکس و نه تیندر.

شرکت نود چیست؟

در دوران اشتغال در گوگل بود که فلون تصمیم گرفت تمامی معارفه‌هایی را که طی ۶ سال فعالیتش در حوزه استارت‌آپ‌ها از فرصت‌ها و افراد جدید و کاربردی ارائه داده بود تجزیه و تحلیل کند و به نتایج جالب توجهی رسید. او متوجه شد بیشتر این معارفه‌ها نتیجه متحول‌کننده برای افراد و کسب و کارها داشته است. مثلاً معارفه‌های او به میلیون‌ها سرمایه‌گذاری، چندین مورد شراکت در بازار و فروش، استخدام، تلفیق و پیوند منجر شده بود. این لحظه برای فاطمی همان لحظه تاریخی «یافتن» بود. او می‌گوید در این لحظه به خود گفتم چه می‌شود اگر بینشی که من در پس تمامی این ارتباطات متحول‌کننده کشف کرده‌ام را به محصول و خدمات تبدیل کنم؟ اینجا بود که ایده نود (Node) متولد شد. فاطمی می‌گوید بینش ما به عنوان یک شرکت ارتباط دادن افراد به فرصت‌ها در مقیاسی کلان است. تیم نود اکنون متشکل است از لوئیس مونیر خالق موتور جست‌وجوی آلتا ویستا که فاطمی او را پدرخوانده موتور جست‌وجوی جهان می‌نامد، و مایکل رادووانسویچ مدیر سابق سکوی Taleo و شبکه تبلیغاتی OpenX. استارت‌آپ نود در سال ۲۰۱۵ بنیان‌گذاری شد. ایده اصلی این شرکت استفاده از فناوری هوش مصنوعی و فناوری‌های پیشرفته استخراج داده برای کمک به فروش و بازاریابی شرکت‌ها بوده است. سکوی این شرکت برای کسب و کارها چیزی شبیه به گوی بلورین پیشگواها است، با این تفاوت که به فناوری هوش مصنوعی مجهز شده است و پیش‌بینی‌های خود را براساس استخراج داده‌ها عرضه می‌کند. در ماه آوریل ۲۰۲۰ این شرکت توانست ۶ میلیون دلار دیگر به سرمایه خود بیفزاید تا مجموع سرمایه آن به ۴۰ میلیون دلار برسد. چهار ماه پس از آن شرکت نرم‌افزاری

من فلون فاطمی هستم. در ۵ دانشگاه برتر جهان تحصیل نکرده‌ام. مهندس نیستم و در آزمون ورودی دانشگاه خارق‌العاده نبودم، اگرچه بد هم نبودم. سخت تلاش کردم، اما اهمیت وقت گذراندن با دوستان و خانواده‌ام را از یاد نبردم. خلاصه کلام اینکه اگر از کسی بخواهید که یک کارآفرین معمولی را توصیف کند، هیچ‌کس من را توصیف نخواهد کرد.



زیرا پدرم چندین اختراع به نام خود ثبت کرده بود. تجربه جذابی نبود، اما باعث شد از نظر روانی روی استخدام هدفمند متمرکز شوم.

۱۹ ساله بودم که به استخدام گوگل درآمدم، جوان‌ترین کارمند در میان ۳۰۰۰ کارمند دیگر. در آنجا برای ورود گوگل به بازارهای خاورمیانه، اروپا و آفریقا استراتژی می‌نوشتیم و مشارکت‌های استراتژیکی برای یوتیوب برنامه‌ریزی کردم. تمام وقت کار می‌کردم و به استارت‌آپ‌ها مشاوره می‌دادم. در سال ۲۰۱۵ نود را تأسیس کردم، شرکتی که مدیر عامل آن هستم و گروهی از نوآبانی را که کارمندان سابق گوگل بوده‌اند و معتقدند آینده وب تنها جست‌وجو نیست بلکه توصیه‌های شخصی‌سازی شده و هدفمند است هدایت می‌کنم. در نود ما جهانی را متصور می‌شویم که فناوری عصاره تمامی اطلاعاتی که در وب وجود دارد را متناسب با آنچه برای شما و کسب و کارتان سودمند است، بیرون می‌کشد. دیگر سوال اصلی این نیست که آیا وب حاوی اطلاعات هست یا نه. سوال این است که آیا وب می‌تواند اطلاعات درست را در بستر مناسب ارائه دهد؟ ما جهانی ساخته‌ایم که در آن اطلاعات مرتبط با شما براساس اینکه که هستید و به چه اهمیت می‌دهید، در اختیارتان قرار خواهد گرفت. تجربیات من نشان دادند نوآوری به ندرت ارتباطی با یک سناریوی مردانه تک نفره دارد. تحولات تاثیرگذار معمولاً نتیجه بهبودهای تدریجی هستند که از همکاری گروه‌هایی از افراد به دست می‌آید. علاوه بر این، گروه‌هایی که دارای تنوعی از دیدگاه‌ها هستند، عملکرد بهتری از دیگر گروه‌ها خواهند داشت. من معتقدم موفقیت من و بیشتر کارآفرینان تحت تاثیر عواملی است که در الگوی قدیمی «تابنده تنها» جایی ندارد. همین‌طور باور دارم درک این عوامل نه تنها به بهتر شدن کارآفرینان کنونی و شرکت‌ها کمک خواهد کرد، بلکه فضای کافی برای ورود خارجی‌هایی را که به ساخت فیس‌بوک، گوگل یا اپل بعدی کمک خواهند کرد به وجود خواهد آورد. این درها چندان آسان باز نمی‌شوند. به عنوان یک خارجی با چالش‌های زیادی دست و پنجه نرم کردم که بسیاری از هم رده‌های غیرخارجی‌ام حتی با یکی از آنها هم مواجه نشدند. اما همین چالش‌ها من را به کارآفرینی انعطاف‌پذیرتر و آگاه‌تر تبدیل کرد. ارزشمندترین تجربیات از سخت‌ترین لحظه‌ها به دست می‌آیند.

من حالا آن بخش از کسب و کار و کارآفرینی را کاوش می‌کنم که از قدرت خطا و آسیب‌پذیری استقبال می‌کند، به آنهایی که حس می‌کنند شعله اشتیاقشان خاموش شده قدرت می‌بخشد و الهام‌بخش آنهایی است که می‌خواهند کسب و کار خود را توسعه دهند و در خلق آینده‌ای بهتر مشارکت کنند. ■

یادداشت شخصی‌اش برای مجله فوربس یافت:

به چالش کشیدن وضعیت موجود همواره از ویژگی‌های رفتاری سیلیکون ولی بوده است. «کامپیوترها مجموعه‌ای غول‌پیکر و چندین‌تنی از لوله‌ها و کابل‌ها هستند.» گوردون مور این وضعیت را تغییر داد. «کامپیوترها هرگز به کالایی مصرفی تبدیل نخواهند شد.» بیل گیتس و استیو جابز این وضعیت را متحول کردند. «حجم بالای اطلاعات در وب را نمی‌توان به شکلی کارآمد و موثر دسته‌بندی و جست‌وجو کرد.» لری پیج و سرگئی برین این وضعیت را تغییر دادند. با وجود تمامی موج‌های تغییری که در سیلیکون ولی دائمی شده‌اند و زندگی بشر را متحول ساخته‌اند، یک حوزه سرسختانه در برابر تغییر مقاومت کرده است: الگوی کهنه نوآوری. اینکه فرد خلاق معمولاً مردی نابغه، منزوی و سفیدپوست است که همیشه سوئیشرت کلاهداری به تن دارد، مدرک مهندسی‌اش را از استنفورد یا MIT گرفته و شرکت افسانه‌ای خود را با تکیه بر نبوغ و اراده بالا بنا کرده است. تا جهان را متحول سازد. بیایید این اصول اولیه را دور بیندازیم: من فلون فاطمی هستم. من زخم ۵ دانشگاه برتر جهان تحصیل نکرده‌ام. مهندس نیستم و در آزمون ورودی دانشگاه خارق‌العاده نبودم، اگرچه بد هم نبودم. سخت تلاش کردم، اما اهمیت وقت گذراندن با دوستان و خانواده‌ام را از یاد نبردم. سعی کردم بیشتر شبیه به حرفه‌های سنتی باشم. خلاصه کلام اینکه اگر از کسی بخواهید که یک کارآفرین معمولی را توصیف کند، هیچ‌کس من را توصیف نخواهد کرد.

پس چطور به اینجا رسیده‌ام؟ مثل خیلی چیزهای دیگر زندگی، مسیر حرفه‌ای من ریشه در شکل تربیتی من دارد. پدر و مادرم پس از انقلاب ایران در دهه ۱۹۷۰ به آمریکا مهاجرت کردند و به لطف تحصیلات بالا و سختکوشی فراوان، زندگی موفق‌تری را در سیلیکون ولی ایجاد کردند. پدر و مادرم کارآفرینان سریالی بودند. پدرم مسیر رایج سیلیکون ولی را در پیش گرفت و مادرم وارد بازار املاک شد. تجربیات آنها به من آموخت که توانایی‌ام در انتخاب مسیر آینده موهبتی است که نباید دست کم بگیرم. از دبستان تا دبیرستان، مادر و پدرم دو قانون برایم گذاشتند. اول اینکه برای شرکت در برنامه‌های مفرح تابستانی باید یک سال ریاضی و علوم را جلوتر از مقطع تحصیلی‌ام می‌خواندم. دوم اینکه باید کار می‌کردم. نه هر کاری، شغلی که حرفه آینده‌ام را پیش ببرد. در ازای هر دلاری که می‌خواستم خرج کنم باید کار می‌کردم. به همین دلیل به جای انجام کارهای خدماتی در کنار دوستانم، من روی کارهایی که مبتنی بر ثبت اختراع بودند متمرکز شدم

ایرانی به دنبال چاپ سه‌بعدی انسان

نگاهی به تلاش **علی خادم حسینی**، یکی از برترین ذهن‌های جهان برای شبیه‌سازی اعضای بدن

خادم حسینی در دوران خود و تا به امروز در پیشبرد و توسعه علم مهندسی زیستی مهره‌های کلیدی بوده است. او که مدیریت گروهی چندرشته‌ای از پژوهشگران را به عهده دارد، هدف خود را هماهنگ‌سازی دانش مهندسی زیستی و فناوری‌های نانو و میکرو با نیازهای فردی و کمک به درمان بیماری‌های متعدد تعیین کرده است. از نقض عضو گرفته تا سرطان. او در پژوهش‌هایش به برنامه‌نویسی مجدد سلول‌های بالغ و تبدیل آنها به سلول‌های اجدادی و ویرایش ژنتیکی نیز علاقه ویژه‌ای دارد. این پژوهشگر ایرانی که هدایت و تربیت بیش از ۳۰۰ دانشجو را تا مقطع پست‌دکترای به عهده داشته است معتقد است مهم‌ترین چالش‌های دوران کنونی حرفه‌اش به عنوان یک دانشمند و استاد، با وجود مشکلات بی‌پایانی که در مسیر وجود دارند نیاز به مشتاق و باتگیزه ماندن نسبت به کار بوده است. خادم حسینی معتقد است موفقیت‌آمیزی برای استقامت است. او همچنین معتقد است ارتباطات علمی برای بهبود جایگاه اختراعات علمی نزد مخاطبان علم و تبلیغ علم به عنوان یک حرفه از اهمیت بالایی برخوردار است. از این رو است که خادم حسینی در کنار دیگر مسئولیت‌هایش فعالانه و با استفاده از تمامی انواع رسانه‌ها در تبلیغ علم برای افرادی که به آن علاقه‌مند هستند تلاش می‌کند.



گرفتن جایزه از دست رئیس جمهور

پژوهش‌های چندرشته‌ای خادم حسینی تاکنون منجر به دریافت بیش از ۷۰ جایزه بین‌المللی شده است. او در سال ۲۰۱۱ جایزه علم و فناوری پیکاسه - Presidential Early Career Award - عالی‌ترین مدال افتخار دولت ایالات متحده به محققان جوان پیشگام حرفه‌ای را از باراک اوباما رئیس جمهور وقت آمریکا دریافت کرد. این جایزه عالی‌ترین جایزه علمی است که دولت آمریکا سالانه به برترین دانشمندان و مهندسانی که در مراحل اولیه پژوهش‌های مستقل خود قرار دارند اهدا می‌شود. خادم حسینی در مصاحبه‌ای با فوجو ساینس می‌گوید رفتن به کاخ سفید، آشنایی با باراک اوباما از نزدیک و دریافت جایزه از دست‌ان او یکی از مهم‌ترین رویدادهای زندگی حرفه‌ای او بوده است. در سال ۲۰۰۷ خادم حسینی جایزه TR۳۵ را به عنوان یکی از برترین مخترعان جوان جهان از تکنالوجی ریویو مگزین دریافت کرد. جایزه جشنواره بین‌المللی خوارزمی نیز در سال ۱۳۹۴ به دلیل ارائه طرح نانو و میکروهیپروژل‌های ساخته‌شده برای مهندسی بازسازی‌کننده از آن او شد و در سال ۹۸ به واسطه همین پژوهش جایزه مصطفی را از آن خود ساخت. جایزه پیشگامان مینیاتوری‌زیشن از انجمن سلطنتی شیمی به خاطر مشارکتش در ساخت مهندسی بافت و ریزسیالات در سال ۲۰۱۱، جایزه Sr. Scientist انجمن آمریکایی مهندسی بافت و پزشکی ترمیمی در سال ۲۰۱۶ و جایزه کلمسان انجمن مواد زیستی در سال ۲۰۱۷ از دیگر جوایز خادم حسینی هستند.

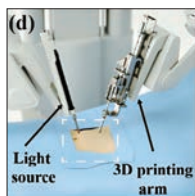
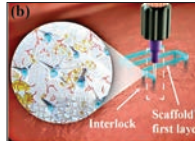
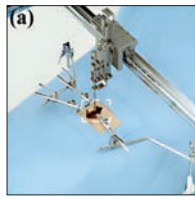
او همچنین جایزه پژوهشگر جوان انجمن بین‌المللی مواد بیومتری و مهندسی بافت و جامعه بازسازی پزشکی بین‌المللی - آمریکای شمالی و جایزه ویکتور لمر انجمن شیمی آمریکا را نیز به دست آورده است. خادم حسینی همچنین عضو رسمی آکادمی مهندسی کانادا، جامعه سلطنتی کانادا، موسسه

مربی، پژوهشگر در آمازون، رئیس هیئت‌مدیره موسسه پژوهشی تراساکی دانشگاه کالیفرنیا، لس‌آنجلس، استاد سابق ام‌آی‌تی و هاروارد، پژوهشگر زیست‌پزشکی، مخترع، استاد مهندسی شیمی، زیست پزشکی، زیست‌مولکولی و مهندس بافت دانشگاه کالیفرنیا، لس‌آنجلس، مدیر مرکز درمان‌های کم‌تهاجمی (C-MIT) و مدیر اجرایی موسسه نانوسیستمز کالیفرنیا. علی خادم حسینی هرگز خیر نداشت قرار است چنین عناوینی را در زندگی به دست آورد. او در دوران کودکی و نوجوانی هیچ‌وقت نمی‌دانست قرار است حرفه‌ای در حوزه علم و فناوری را دنبال کند که دستاوردهای آن، مانند ساخت بافت و اندام قابل پیوند به بدن انسان، در داستان‌های علمی تخیلی پیش‌بینی شده باشند. در دوران کودکی او رویای قهرمان شطرنج شدن را در سر می‌پروراند. در دبیرستان میان تبدیل شدن به بازیکن حرفه‌ای بیس‌بال و معلم دبیرستان مردد مانده بود. تنها زمانی هدفش را یافت که وارد دانشگاه شد. آن زمان بود که با اطمینان می‌دانست علم و پژوهشگری مسیری است که باید دنبال کند.

علی خادم حسینی، متولد سال ۱۳۵۵ در تهران است. او از ۱۲ سالگی به همراه خانواده به کانادا مهاجرت کرد و پس از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه تورنتو در رشته مهندسی شیمی، دکترای مهندسی زیستی خود را زیر نظر رابرت لنگر از ام‌آی‌تی دریافت کرد. اگرچه در دوران کودکی بیشترین تاثیر را از والدینش گرفته بود، اما در دوران تحصیلات دانشگاهی، بیشترین تاثیر و الهام را از استاد مشاورش پروفیسور رابرت لنگر گرفت. خادم حسینی لنگر را یک رویاپرداز علمی، مربی بزرگ و رهبری فروتن توصیف می‌کند که بر زندگی و حرفه نسلی از انسان‌ها و مهندسان زیستی تاثیری بی‌چون و چرا گذاشته است. از دیگر اساتیدی که بر رشد و توسعه او تاثیرگذار بوده‌اند او به پروفیسور پیز که به توسعه تفکر انتقادی و مدیریت زندگی آکادمیکش کمک فراوانی کرده است، اشاره می‌کند.

خادم حسینی
در سال ۲۰۱۷ در
مصاحبه‌ای با
نشریه نانو ورلد
راز خود در حفظ
روند موفقیت در
پژوهش‌هایش را
داشتن گروه خوب
توصیف کرد

خادم حسینی در دوران خود و تا به امروز در پیشبرد و توسعه علم مهندسی زیستی مهره‌ای کلیدی بوده است. او که مدیریت گروهی چندرشته‌ای از پژوهشگران را به عهده دارد، هدف خود را هماهنگ‌سازی دانش مهندسی زیستی و فناوری‌های نانو و میکرو با نیازهای فردی و کمک به درمان بیماری‌های متعدد تعیین کرده است.



از مجموعه‌ای از میلیون‌ها آینه ریز که هریک حرکتی مستقل دارند، تشکیل شده است. به این ترتیب با استفاده از هیدروژل‌ها که در مواجهه با نور به ماده‌ای سخت تبدیل می‌شوند و هدایت نور توسط آینه‌ها خادم حسینی و همکارانش توانستند بافت‌هایی مختلف مانند بخشی از یک ماهیچه یا توموری با عروق خونی داخلش را چاپ کنند. بدن موش‌ها به پیوند این بافت‌های زیستی چاپ‌شده واکنش پس‌زندگی نشان نداد.

این تنها ابداع جالب توجه خادم حسینی و تیمش نبوده است. او در سال ۲۰۱۳ به همراه تیمی از پژوهشگران در بیمارستان زنان و بریگهام آمریکا موفق شد با کمک نوعی زیست چاپگر سه‌بعدی، گامی در مسیر چاپ عروق خونی مصنوعی سازگار با بدن بردارد. در این پژوهش او و همکارانش ابتدا نوعی الگوی فیبری به عنوان قالب رگ‌های خونی چاپ کردند و آن را با لایه‌ای از هیدروژل پوشش دادند تا درون این قالب‌ها با کمک چاپ رشته‌ای نوعی مولکول آگارز-نوعی ماده پلیمری-عروق خونی مصنوعی و حتی شبکه‌ای از عروق بسازند.

دو سال پس از آن بود که خادم حسینی مدیریت پژوهشی مشترکی میان دانشگاه هاروارد، بیمارستان زنان و بریگهام، کلینیک مایو و ام‌آی‌تی را به عهده گرفت تا راهکاری برای جلوگیری از خونریزی‌های غیرقابل کنترل ابداع کنند. نتیجه این پروژه ابداع هیدروژلی بود که می‌توانست با انسداد بخش‌های آسیب‌دیده رگ، از خونریزی‌های شدیدی جلوگیری کند. آزمایش‌های بالینی روی حیوانات نشان داد تزریق این هیدروژل داخل رگ‌های خونی آسیب‌دیده می‌تواند به انسداد رگ‌ها کمک کرده و خونریزی‌های شدید را حتی در افرادی با خون رقیق، مناطقی با شبکه عروقی بسیار پیچیده یا تحت فشار خون غیرمعمول بند آورد. پیش از این نیز این پژوهشگر ایرانی اقدام به ساخت باندهای هوشمندی کرده بود که برای درمان سوختگی‌های شدید، زخم دیابت و زخم بستر کاربرد دارند. این باندهای هوشمند با نام STB ترکیبی از نوعی هیدروژل نرم و قابل انعطاف و دیسک‌های کوچک از نانو صفحات سیلیسی است که از قابلیت سلول‌های پلاکت برای لخته شدن خون در ترمیم زخم‌ها استفاده می‌کند.

راز موفقیت کجاست؟

خادم حسینی در سال ۲۰۱۷ در مصاحبه‌ای با نشریه نانو ورلد راز خود در حفظ روند موفقیت در پژوهش‌هایش را داشتن گروه خوب توصیف کرد. او گفت: تیمی عالی متشکل از دانشجویان توانمند و نابغه با پس‌زمینه‌ای چندرشته‌ای راز موفقیت من است. قدم بعدی دادن انگیزه به گروه، آموزش دادن و هدایت کردن و ارتباط دادن آنها به متخصصان حوزه‌های مختلف است. در نهایت باید آنها را تشویق کنید تا پروژه‌های خود را ارائه دهند. نتیجه این اقدامات ایجاد دوری مولد از نوآوری و خلاقیت است که به موتور محرک هر لابرانوی تبدیل خواهد شد. خادم حسینی همچنین در توضیح این موضوع که چرا در پژوهش‌هایش همزمان از چندین رشته علمی استفاده می‌کند توضیح داد: زمانی که روی مشکلی پیچیده تحقیق می‌کنید و به دنبال راهکاری نوآورانه هستید، انتخاب دیگری به جز پژوهش‌های چندرشته‌ای ندارید. رویکردهای سنتی که در آنها اتکاروی افرادی با یک تخصص بود دیگر نمی‌توانند پاسخ پرسش‌های پیچیده‌ای که امروز در حوزه مهندسی بافت با آنها مواجه هستیم را بیابند. مهندسی بافت به صورت ذاتی دانشی است که با علوم بسیار دیگری همپوشانی دارد و این به آن معنی است که ما باید فعالانه با دانشمندان دیگر حوزه‌ها همکاری داشته باشیم. در پایان، خادم حسینی ایجاد تحول در زندگی بشر را مأموریت اصلی زندگی خود اعلام کرد: هدف من در زندگی ایجاد تغییر در زندگی بشر است. من هر روز با این هدف زندگی می‌کنم که مواد و فناوری جدیدی را برای بهبود روند درمان بیماران ابداع کنم. ■

پزشکی و زیست مهندسی آمریکا، انجمن مهندسی زیست پزشکی و انجمن NANOSMAT است و در سال ۲۰۲۰ به عنوان عضو ارشد آکادمی ملی مخترعان آمریکا انتخاب شد. موسسه تامپسون روترز از سال ۲۰۱۴ به مدت چهار سال پیاپی خادم حسینی را به عنوان یکی از تاثیرگذارترین ذهن‌های جهان معرفی کرد. تاکنون در بیش از ۳۶ هزار مقاله به پژوهش‌های او استناد شده و در بیش از ۲۵۰ سمینار به عنوان سخنران اصلی حضور داشته است.

چاپ سه‌بعدی بافت زنده داخل بدن انسان

سال ۱۸۶۵ بود که ژول ورن، یکی از مشهورترین نویسندگان علمی-تخیلی جهان رمان سفر به ماه یا از زمین تا ماه را نوشت. ۹۷ سال پس از آن، در ۲۰ جولای ۱۹۶۹ نیل آرمسترانگ فضانورد آمریکایی به اولین انسانی تبدیل شد که روی ماه قدم گذاشت. این‌طور به نظر می‌آید که در گذشته، واکنش فناوری و صنعت به ذهن‌های خلاق و آینده‌نگر چندان سریع نبوده است. امروز سرعت ابداع آنچه در داستان‌های علمی تخیلی متصور می‌شوند تا اندازه‌ای باورنکردنی افزایش یافته است. برای مثال در نسخه جدید داستان وست‌ورلد که در سال ۲۰۱۶ توسط جاناتان نولان خلق شد-اولین نسخه آن در سال ۱۹۷۳ ساخته شد- شاهد دستگاه‌های چاپگر سه‌بعدی هستیم که بدنی کاملاً انسانی را برای ربات‌ها خلق یا چاپ می‌کند. تنها چهار سال پس از آن بود که موسسه نوآوری‌های زیست پزشکی تراساکی به مدیریت علی خادم حسینی توانست جوهری زیستی ابداع کند که به کمک آن می‌توان بافت‌های بدن را مستقیم در داخل بدن چاپ کرد. البته ابعاد چاپ این تکنیک با آنچه در وست‌ورلد دیده‌ایم متفاوت است. در این رویکرد جدید از نوعی جوهر زیستی، ترکیبی از مواد قالب‌گیری زیستی و سلول‌های زنده و فاکتورهای رشد برای کمک به رشد سلول‌های زنده موجود در جوهر و رشد بافت چاپ شده استفاده می‌شود. همچنین بافت‌ها باید در دمای ۳۷ درجه داخل بدن چاپ شوند به شکلی که در زمان حقیقی چاپ، بافت جدید به بافت زنده موجود در بدن متصل شود و کل این فرایند نیز آسیبی به سلامت بیمار نخواهد زد. زیرا مواد با استفاده از نازلی بسیار ریز و تحت کنترل سیستمی کاملاً برنامه‌ریزی شده و روباتیک وارد بدن شده و لایه لایه بافت مورد نظر را چاپ می‌کنند. از این تکنیک جدید می‌توان برای درمان جراحات‌های داخلی و خارجی، بهبود عملکرد تخمدان‌ها، چاپ قالب‌های پیچیده سلولی برای احیای عملکرد اندام‌ها و نسوج بدن، و انتقال دارو یا فاکتور رشد به مواد زیستی استفاده کرد. خادم حسینی معتقد است ساخت بافت‌های شخصی‌سازی شده که بتوانند برای ترمیم جراحات و آسیب‌ها مورد استفاده قرار گیرند، برای آینده پزشکی ترمیمی از اهمیتی حیاتی برخوردار خواهد بود. او همچنین باور دارد با ترکیب این فناوری با ابداعات پیشینش، این امکان وجود دارد که تا ۱۰ سال دیگر محصول کار زیست‌چاپگرهای سه‌بعدی، یک قلب کامل و قابل پیوند انسان باشد.

در سال ۲۰۱۸ هم خادم حسینی موفق به ابداع تکنیکی شد که در آن با استفاده از نوعی خاص از زیست‌چاپگرهای سه‌بعدی می‌شد چندین نوع ماده را برای ساخت زیست‌مواد درمانی به کار بست. به گفته دانشگاه کالیفرنیا، لس‌آنجلس، این ابداع قدمی به سوی چاپ زیستی بافت‌های مصنوعی پیچیده به منظور پیوند و استفاده در جراحی‌ها است. خادم حسینی در توضیح این طرح می‌گوید: بافت‌های طبیعی سازهای با پیچیدگی‌های خارق‌العاده هستند و برای بازسازی نسخه مصنوعی و کاربردی آنها باید پیچیدگی‌های آنها نیز بازسازی شود. در این ابداع از فرایندی نرم‌محور به نام استریولیتوگرافی و زیست‌چاپگر ویژه‌ای که توسط خادم حسینی خلق شده استفاده شده است. این چاپگر از دو قطعه کلیدی، یک تراشه ریزسیال با ورودی‌های مختلف که هریک ماده‌ای متفاوت را چاپ می‌کنند و یک ریزآینه دیجیتال تشکیل شده

در سال ۲۰۱۳
حسینی به
همراه تیمی از
پژوهشگران موفق
شد با کمک نوعی
زیست چاپگر
سه‌بعدی، گامی در
مسیر چاپ عروق
خونی مصنوعی
سازگار با بدن
بردارد

نگاهی به کسب و کار ثروتمندترین زوج چینی معلم شیمی و همسرش



تدریس در یک مدرسه را آغاز کرد. آن موقع همسرش سان پیاویانگ هم در یک کارخانه دولتی داروسازی به نام لیانیونگانگ مشغول به کار بود، یک بچه داشتند و مثل میلیون‌ها خانواده تک‌فرزندی دیگر چینی بودند. سال ۱۹۹۵ اما تصمیمی که ژانگ گرفت ورق را برگرداند، این سال حالا به عنوان سال تاسیس شرکت جیانگ‌سو هانسوفارماسوتیکال هم شناخته می‌شود. ژانگ می‌خواست کسب و کار دارویی خودش را داشته باشد و البته احتمالا می‌دانست که دست بر روی بازار و صنعت بسیار سودآوری گذاشته است. او شرکتش را با ۱۰ نفر کارمند دایر کرده بود، تنها ظرف دو سال به چشم دید که چگونه سود حاصل از کسب و کار تازه به سمتش روان می‌شود. شرکت در سال ۱۹۹۷ به سرعت رشد کرد، همان سالی که توانست رقم فروشش را به ۳۰ میلیون یوان (۴ میلیون دلار) برساند. این رقم در سال گذشته میلادی به ۸٫۷ میلیارد یوان یا ۱٫۲ میلیارد دلار رسید. سرعت در رشد یکی از ارکان اصلی کار شرکت دارویی هانسو بوده است. سال ۲۰۰۰ این شرکت اولین کارخانه تولید دارویی خودش را تاسیس کرد و تا سال ۲۰۰۲ دیگر به عنوان یکی از شرکت‌های کلیدی عرصه تکنولوژی‌های نوین و برتر در چین شناخته می‌شود. هانسو که کار عمده‌اش را با تولید داروهای سیستم عصبی و داروهای روان‌درمانی آغاز کرده بود حال به جز این حوزه، پنج عرصه عمده در تولیداتش دارد: داروهای آنکولوژی، ضد عفونت، دیابت و همچنین داروهای مربوط به معده و دستگاه گوارش و قلب و عروق. شرکت دارویی هانسو که از سال ۲۰۰۳ تأییدیه سازمان غذا و داروی آمریکا را هم کسب کرده بود، در سال ۲۰۰۵ یعنی تنها یک دهه پس از تاسیسش توانست وارد فهرست «کسب و کارهای چینی آماده درخشش چینی» نشریه فوربز شود. هانسو همواره بر روی اراده‌اش به شکوفانگه داشتن بخش تحقیق و



شما سریال Breaking Bad را دیده‌اید؟ این سریال آمریکایی شبکه ABC یکی از موفق‌ترین و ستایش‌شده‌ترین سریال‌هایی است که در دهه گذشته ساخته شد و البته به فهرست موفق‌ترین سریال‌های تاریخ تلویزیون آمریکا هم راه یافت. داستان خلاصه این سریال این است که والتر وایت، یک معلم ساده شیمی دبیرستان که با خانواده کوچکش در شهر آلباکرکی در ایالت نیومکزیکو زندگی می‌کند متوجه می‌شود که به سرطان پیشرفته ریه مبتلا است و چندان فرصتی برای زندگی ندارد. این همان تلگتری است که زندگی ساده معمولی‌اش را به هم می‌ریزد. این همان جایی است که از خودش می‌پرسد پس از او خانواده‌اش چطور قرار است با درآمد معلمی‌اش زندگی کنند؟ این شروع ورود او به راه دیگری است: تولید مت‌آمفتامین (شیشه). ماجرای زندگی معلم شیمی که تبدیل به یکی از سرکردگان مافیای مواد مخدر می‌شود داستان جذابی است. این داستان به گونه‌ای دیگر در چین اتفاق افتاد؛ عاقبت این معلم شیمی البته تبدیل شدن به یکی از بزرگ‌ترین چهره‌های صنعت دارویی بود.

خانم ژانگ

سال ۱۹۹۵ یک معلم شیمی دبیرستانی در لیانیونگانگ چین تصمیم گرفت از شغل معلمی کنار بکشد و برای خودش کار کند. ۲۵ سال بعد از این تصمیم سرنوشت ساز، ژانگ هویجوان وارد فهرست ۱۰ نفره فوربز شد؛ فهرست ثروتمندترین زنان دنیا.

ژانگ سال ۱۹۶۱ به دنیا آمد. در مورد زندگی‌اش تا ۲۱ سالگی هیچ نقطه متفاوت، جالب یا درخور توجهی گزارش نشده است. مهم‌ترین دستاوردش در این سن این بود که از دانشگاه جیانگ‌سو نورمال در شهر شوژو در شرق چین فارغ‌التحصیل شد و با مدرک لیسانس شیمی کار

زهرآ چوپانکاره

دبیر بخش کارآفرین خارجی

آنها کیستند؟

ژانگ هویجوان (Zhong Huijuan)، رئیس هیئت مدیره شرکت دارویی هانسوفارماسوتیکال
با ۱۸٫۷ میلیارد دلار ثروت در جایگاه ۷۸ فهرست بلومبرگ
قرار دارد و همسرش، سان پیاویانگ (Sun Piaoyang)، رئیس سابق شرکت دارویی جیانگ‌سو هونگرو
مدیسین با ۱۷٫۴ میلیارد در رده ۹۰.

سان ریاست شرکت دارویی جیانگ‌سو هونگروی مدیسن را بر عهده گرفت.

۱۹۹۰

ژانگ هویجوان به دنیا آمد.

۱۹۶۱

سان پیاویانگ به دنیا آمد.

۱۹۵۸

خانم ژانگ و آقای سان حالا به عنوان ثروتمندترین زوج چینی شناخته می‌شوند. اینکه هر دو نفر در زمینه صنایع دارویی فعالیت دارند سبب شده تا بخش مهمی از بازار دارو و درمان چین به آنها وابسته باشد و سهم بسیار درخور توجهی از ثروت این حوزه را نصیب این خانواده کند.

کرونا و صنعت داروسازی چین

در ماه مارس دیگر خبرهای شیوع ویروسی ناشناخته که در چین حرکت سریع را آغاز کرده بود، تبدیل به خبرهمه‌گیری جهانی ویروس کووید ۱۹ شده بود. در بهار دیگر کمتر کشوری را می‌شد پیدا کرد که با رسیدن یا اوج گرفتن این بیماری دست و پنجه نرم نکرده باشد. همان زمان بود که نشریه فوربز نگاهی به داخل چین انداخت و وضعیت میلیاردهایی را بررسی که که از آغاز شیوع کرونا، به ثروتشان افزوده شده بود. نام خانم ژانگ و آقای سان هم در این میان دیده می‌شد. ترجمه بخشی از گزارش فوربز را در این قسمت می‌خوانید.

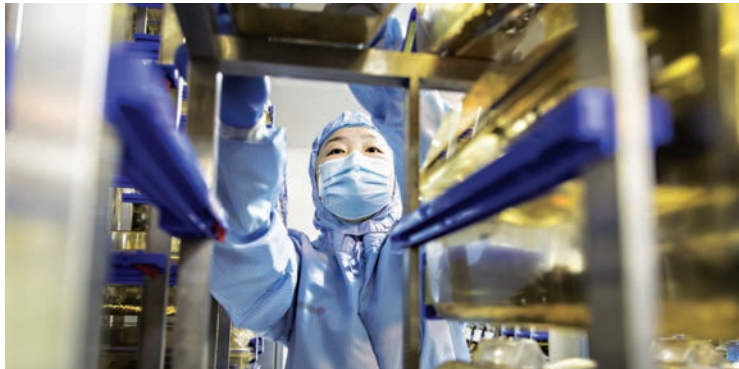
بازارهای سراسر جهان به دنبال شوکی که پس از شیوع کرونا به سرمایه‌گذاران وارد شد، با ضربات متعددی روبه‌رو شده‌اند. با این حال بازار بورس در چین با ۸۱ هزار مورد تایید شده و ۳ هزار مرگ، همچنان روند باثبات دارد و حتی برخی از بخش‌ها به شکوفایی هم رسیده‌اند. ۱۰ نفر از ثروتمندترین‌های چین ظرف هفته گذشته توانسته‌اند در مجموع ۱۴٫۵ میلیارد دلار سود کنند که بیش از انیمی از این سود متعلق به کسانی بوده که ثروتشان را از حوزه سلامت به دست می‌آورند.

ژانگ هویجوان، رئیس ۵۹ ساله شرکت داروسازی هانسو فارماسوتیکال بزرگ‌ترین برنده بود و ثروتش با رشد ۱۶ تا ۱۶٫۶ درصد، افزایشی ۲٫۲ میلیارد دلاری به خود دید. او و دخترش سان یوان بیش از سه چهارم این شرکت تولیدکننده داروهای ضد عفونت، دیابت و غیره است را در اختیار دارند.

ژانگ نیمی از یک زوج ثروتمند است، همسرش سان پیائویانگ هم در این مدت به سود بسیار رسید و در عرض یک هفته ۱٫۳ میلیارد دلار به ثروتش افزوده شد. او تا آن‌نویه سال جاری (یعنی زمانی که سان پس از ۳۰ سال از سمتش کناره گرفت)، به عنوان رئیس بزرگ‌ترین شرکت داروسازی چین شناخته می‌شد.

را بر عهده دارد، این گروه در فهرست شرکت‌های دارویی شانگهای به ثبت رسیده و سان بزرگ‌ترین سهام‌دار آن به شمار می‌رود. تولید داروهای ضد درد و آنتی‌بیوتیک را هم می‌توان به فهرست داروهای این گروه اضافه کرد. خانم ژانگ و آقای سان حالا به عنوان ثروتمندترین زوج چینی شناخته می‌شوند. اینکه هر دو نفر در زمینه صنایع دارویی فعالیت دارند سبب شده تا بخش مهمی از بازار دارو و درمان چین به آنها وابسته باشد و سهم بسیار درخور توجهی از ثروت این حوزه را نصیب این خانواده کند. ■

سال ۲۰۱۴ توانست تاییدیه سازمان غذا و داروی آمریکا را به دست آورد و همان زمان شرکت آمریکایی سگنت فارماسوتیکال به او مجوز فروش داروی تزریقی اوکسالیپلاتین را داد، دارویی که برای درمان سرطان روده از آن استفاده می‌شود



توسعه تاکید کرده است و این حوزه از کار را در زمره اولین دستاوردهای درخشانش در طی دو و اندی دهه فعالیت برشمرده. در سایت این شرکت در مورد این بخش نوشته شده: «ما ثابت کرده‌ایم که تجربه‌مان در بخش تحقیق و توسعه به بیش از دو دهه تلاش مداوم می‌رسد. ما دو بخش تحقیق و توسعه داریم، یکی از لیانیونگانگ و یکی در شانگهای و بیش از هزار و ۲۰۰ کارمند خودشان را وقف کار در این بخش کرده‌اند.»

آقای سان

سان پیائویانگ، متولد ۱۹۵۸ هم یک شهروند چینی معمولی بود. برجسته‌ترین نکته‌ای که می‌شد در او پیدا کرد این بود که دانشگاه را دوست دارد و پیش از هر چیز می‌شود او را یک شخصیت آکادمیک دانست. او مدرک لیسانس شیمی پزشکی را از دانشگاه داروسازی چین گرفت و دکترایش در حوزه شیمی ارگانیک را در دانشگاه نانجینگ گذراند که یکی از بزرگ‌ترین و شناخته‌شده‌ترین دانشگاه‌های دولتی این کشور است.

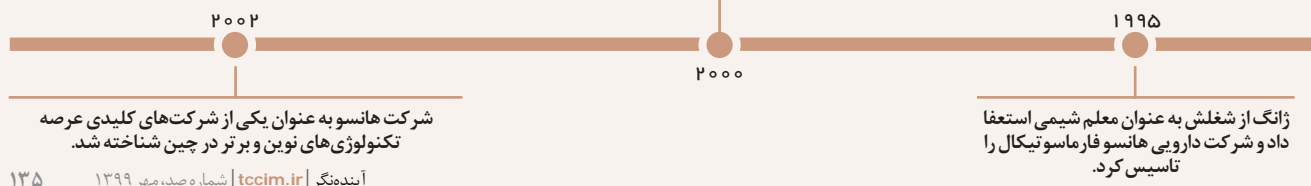
راهی که دکتر سان برای رسیدن به موفقیت در دنیای تجارت طی کرد با همسرش متفاوت بود، چرا که او از ابتدا در مسیری قرار داشت که قرار بود در همان رشد و ترقی کند. زمانی که ژانگ تصمیمات تازه‌ای برای زندگی حرفه‌اش گرفت و مدرسه را رها کرد، سان مشغول به کار در یک کارخانه داروسازی دولتی به نام لیانیونگانگ بود و به همین کار هم ادامه دارد. در ادامه مسیر لبته توانست خیلی زود پله‌های رشد سازمانی را طی کند و با سرمایه‌ای که اندوخته بود شروع به خرید سهام این شرکت کرد. او تا ۳۲ سالگی توانست بود مدیریت و رهبری کارخانه را به دست بگیرد و وقتی که سرانجام عمده سهام از آن او شد، نام شرکت را به جیانگ‌سو هنگ‌روی مدیسین تغییر داد.

سال ۲۰۰۰ بود که شرکت جیانگ‌سو وارد بازار سهام شانگهای شد. این شرکت با رهبری سان تمرکز اصلی‌اش را بر روی داروهای ضدسرطان گذاشت. سال ۲۰۱۴ توانست تاییدیه سازمان غذا و داروی آمریکا را به دست آورد و همان زمان شرکت آمریکایی سگنت فارماسوتیکال به او مجوز فروش داروی تزریقی اوکسالیپلاتین را داد، دارویی که برای درمان سرطان روده از آن استفاده می‌شود. نام این شرکت و نام سان سال‌ها است که با داروهای مقابله با سرطان و تومورهای مختلف پیوند خورده است.

در تمامی این سال‌ها دکتر سان رابطه‌اش را با دانشگاه حفظ کرده است. او به عنوان استادیار دانشگاهی شناخته می‌شود که خودش دوره لیسانس را در آن گذراند: دانشگاه داروسازی چین. همین وجهه دانشگاه و ورود به حوزه داروهای ضدسرطان که نیازمند به‌روزترین تحقیقات پزشکی و دارویی است سبب شد که او هم به مانند همسرش به یکی از فعالان حوزه تحقیق و توسعه در حوزه دارو و درمان تبدیل شود.

شاید همین میزان فعالیت و سرشناسی او بود که باعث شد وقتی سان ۶۱ ساله از سمت ریاست هیئت مدیره شرکتش کناره‌گیری کند رسانه‌ها با شگفتی از این حرکت یاد کنند. او البته همچنان ریاست گروه هنگ‌روی

شرکت جیانگ‌سو وارد بازار سهام شانگهای شد.



موسسان شرکت اطلسین، دو غریبه که تکنولوژی آشنایشان کرد

کرم کامپیوتر

و مادرم را تهدیدهای عاطفی می کردم و یک جایی هم برای داشتن کامپیوتر زدم زیر گریه. حالا واقعا عذاب وجدان دارم چون والدینم واقعا از پس خریدن کامپیوتر بر نمی آمدند.»

یکی دو سال بعد، پدرش توانست از طریق محل کارش یک کامپیوتر وانگ بخرد، این کامپیوتر آن قدر قدیمی شده بود که حتی سیستم داس میکروسافت هم رویش نصب نمی شد اما او یک سال تلاش کرد تا بتواند روی همان سیستم بازی نصب کند و البته موفق نشد. دبستان فار کوهار یک سری کلاس های مقدماتی محاسبه با کامپیوتر داشت و او توانست در سال ششم برنده جایزه تکنولوژی شود اما می گوید که آن درس های کامپیوتر در آن مدرسه دولتی آن قدر وحشتناک بودند که انگار اصلا درسی داده نشده. او دیگر کامپیوتر ندید تا اینکه وارد دانشگاه شد.

در سسوی دیگر سیدنی، خانواده کانن بروکس داشتند در منطقه کناره شهر مستقر می شدند. مایکل کانن بروکس، پدر مایک، تا همین اواخر بیشتر از پسرش در حلقه تجارت شناخته شده بود. او سال ۱۹۸۴ به استرالیا وارد شد تا شعبه شرکت سییتی بانک را در آنجا دایر کند و مدیریت آن را در دست بگیرد. خانواده شان اهل انگلستان بود اما مایک، کوچکترین فرزند در میان سه فرزند خانواده، در آمریکا به دنیا آمد، وقتی ۶ ماهه بود همراه خانواده اش به تابوان و در سه سالگی به هنگ کنگ رفته بود و بعد برای گذران دوران مدرسه به انگلستان فرستاده شد. چند سال اول، تا قبل از اینکه خانواده اش تصمیم بگیرند که کاملا در استرالیا مستقر شوند، مایک در مدرسه شبانه روزی در انگلستان باقی ماند و سالی چهار بار برای دیدن آنها با پرواز طولانی به استرالیا می رفت. هنوز دوره ابتدایی را تمام نکرده بود که اولین کامپیوترش را از محل امتیازات مسافران کثیرالسفر هواپیمایی کانتاس خرید. کانن بروکس می گوید: «به خاطر پروازهایم کلی امتیاز مسافر کثیرالسفر داشتم و آن موقع این امتیازها واقعا معنایی داشت. برای همین کاتالوگ (جوایز بر اساس امتیاز) را می دیدم و هر سال یک چیزی می گرفتم. والدین من طرفدار اپل و مکینتاش بودند اما من کامپیوتر خودم را گرفتم که با دستگاهی که در اتاق پذیرای بود تفاوت داشت. سیستم آمستاد پی سی ۲۰ که در واقع خیلی مزخرف بود اما توانست نظر من را به سمت دنیای کامپیوتر جلب کند که موضوع خیلی خیلی مهمی بود.»

مدارس او هم همیشه مجهز به اتاق های کامپیوتر بودند و مایک در سال ۱۹۹۱ و قبل از به وجود آمدن شبکه جهانی (WWW) والدینش را راضی کرد که برای کامپیوتر خانه شان اینترنت وصل کنند. او دوران مدرسه را در کرنبروک، یکی از مدارس خصوصی مخصوص پسران در سیدنی به پایان



برای برنامه نویسان کامپیوتر نام جیرا، نام شناخته شده ای است. یک نرم افزار حرفه ای که به منظور مدیریت کار، مدیریت پروژه و مانند این به کار گرفته می شود و برای اولین بار توسط شرکت اطلسین به بازار معرفی شد. این شرکت استرالیایی ۱۸ ساله را دو رفیق هم دانشگاهی در سال ۲۰۰۲ تاسیس کردند و توانستند آن را تبدیل به یک شرکت بزرگ چندملیتی کنند، تبدیل به نامی بزرگ که در دوران دانشگاه خوابش را هم نمی دیدند. مایک و اسکات یکی از خانواده های کلاگر و دیگری سرمایه دار در یک نقطه مشترک بودند و همان نقطه سبب شد که به هم برسند و کار خودشان را راه بیندازند و هر دو تبدیل به ستاره های دنیای تکنولوژی در استرالیا شوند؛ هر دوی آنها عاشق کامپیوتر بودند. بخش عمده این مطلب با برداشت از گزارشی که در مورد این دو میلیارد استرالیایی در نشریه سیدنی مورنینگ هرالذ منتشر شده نوشته شده است.

اسکات فار کوهار به خاطر دارد که چقدر دینوهار دلش می خواست یک کامپیوتر داشته باشد. آن موقع یک پسر بچه ۱۱ ساله بود، بزرگترین فرزند در میان چهار فرزند یک خانواده طبقه کارگر در غرب سیدنی و در آغاز دهه ۹۰ میلادی، رکود اقتصادی ضربات سختش را وارد می آورد.

فار کوهار به یاد می آورد: «خیلی خیلی دلم کامپیوتر می خواست. چون دوستم داشتم، می دانستم می توانی با کامپیوتر بازی کنی. یادم می آید که پدر

آنها کیستند؟

اسکات فار کوهار (Scott Farquhar)
و مایک کانن (Mike Cannon)
بروکس (non-Brookes)
موسسان (non-Brookes)
شرکت نرم افزار
اطلسین هستند، یک
شرکت چندملیتی فعال
در حوزه مدیریت پروژه و
پشتیبانی نرم افزارهای
مالی و اداری مستقر در
استرالیا. این دو نفر هر
یک با ۱۱ میلیارد
دلار در رده های ۱۵۵ و
۱۵۶ فهرست بلومبرگ
قرار دارند.

اسکات فار کوهار و مایک کانن بروکس یکی در خانواده مارگر و دیگری در خانواده ای مرفه متولد شدند.

کانن بروکس در ایمیلی از هم کلاسی های دانشگاهش دعوت کرد برای تاسیس یک شرکت به او ملحق شوند. فقط فار کوهار به او پاسخ مثبت داد.

۲۰۰۱

۱۹۹۸

۱۹۷۹

کانن بروکس و فار کوهار، هر دو در ۱۸ سالگی برنده بورسیه دوره فناوری اطلاعات کسب و کار در دانشگاه نیو ساوت ولز شدند.

فراکوهار هنوز یک نسخه از ایمیلی را که کاتن بروکس در ماه ژوئن سال ۲۰۰۱ برایش ارسال و دعوتش کرد که برای تاسیس یک شرکت به او بپیوندد دارد. در ایمیل آمده بود: «حوصلهام از درس خواندن سر رفته، اطلسین خیلی جالب تر است». این ایمیل برای چند نفر از هم کلاسی هایشان ارسال شد اما فراکوهار تنها کسی بود که پاسخ مثبت داد.

اولین ساختمانی که این دو نفر اجاره کردند با حداقل اجاره ممکن به دست آمده بود. فراکوهار می گوید: «ساختمان آن قدر سرد بود که ما یک حقه ای کشف کردیم: ساعت ۴ صبح می توانستی شیر آب گرم را باز کنی و بعد دستت را آن قدر زیرش نگه داری که انگشت هایت دوباره بتواند مشغول کندوییسی شوند.»

این استارت آپ کوچک و محقر تبدیل شد به پایه ثروت میلیاردری این دو دوست. و البته از ابتدا نشانه های موفقیتش را می شد دید. از همان ابتدای کار تراز مالی آنها مثبت بود و در هشت سال اول راه اندازی هیچ احتیاجی به سرمایه گذار خارج همین است که همچنان دوسوم از سهام شرکت بین این دو نفر تقسیم شده است.



پشتیبانی نرم افزارش را بر عهده داشتند و برای همین جلسه های برگزار شد که آنها خودشان را با قطار به آن رساندند تا مجبور به پرداخت اجاره ماشین کرای ای نشوند. فراکوهار می گوید: «تابستان بی نهایت داغی بود و ما کت و شلوار به تن داشتیم. خدا را شکر که از ما نخواستند برایشان کار کنیم چون احتمالاً قبول می کردیم.»

اولین ساختمانی که این دو نفر اجاره کردند با حداقل اجاره ممکن به دست آمده بود. فراکوهار می گوید: «ساختمان آن قدر سرد بود که ما یک حقه ای کشف کرده بود: ساعت ۴ صبح می توانستی شیر آب گرم را باز کنی و بعد دستت را آن قدر زیرش نگه داری که انگشت هایت دوباره بتواند مشغول کندوییسی شوند.» اولین کارمند شرکت آنها یک کوله گرد ایرلندی بود که اسم اطلسین را از دوستانش شنیده بود و یک روز بی خبر وارد دفتر شرکت شد. باقی کارمندان اولیه هم از دوستان دوره دانشگاهشان بودند.

این استارت آپ کوچک و محقر تبدیل شد به پایه ثروت میلیاردری این دو دوست. و البته از ابتدا نشانه های موفقیتش را می شد دید. از همان ابتدای کار تراز مالی آنها مثبت بود و در هشت سال اول راه اندازی هیچ احتیاجی به سرمایه گذار خارج از شرکت پیدا نکردند و برای همین است که همچنان دو سوم از سهام شرکت بین این دو نفر تقسیم شده است. سال ۲۰۱۰ بود که آنها ۲۰ درصد از سهام شرکتشان را به مبلغ ۶۰ میلیون دلار به شرکت اکسل پارتنرز واگذار کردند.

فراکوهار در مورد شریکشی می گوید: «مایک یکی از خلاق ترین آدم هایی است که ممکن است پیدا کنید. او در تجسم کردن چیزهایی که هنوز وجود خارجی ندارند عالی است.» در واقع کاتن بروکس بود که در آن زمانی که شرکت فقط ۱۰ کارمند داشت و به زحمت از پس پشتیبانی همان یک محصول برمی آمد اصرار به تعریف نرم افزار تازه کرد.

کاتن بروکس در مورد شریکشی می گوید: «اسکات یک رهبر خوب است. او همیشه در موقعیت بحرانی بی نظیر عمل می کند. ما زمانی یک مشکل امنیتی پیدا کردیم، اسکات آن موقع در ماه عسل بود، سفرش را نیمه تمام گذاشت و برگشت سر کار. زمانی که او رسید دیگر نزدیک بود من از دست بروم.»

رساند. سال ۱۹۹۸ کاتن بروکس و فراکوهار، هر دو در ۱۸ سالگی برنده بورسیه دوره فناوری اطلاعات کسب و کار در دانشگاه نیو ساوت ولز شدند. در اولین روز دانشگاه همدیگر را دیدند اما از همان اول اخت نشدند. اما آن برخورد اولیه در برابر دوستی و ارتباط قدرتمندی که میان ۴۰ دامشجوی بورسیه به وجود آمد دوامی نیابرد. نیکی سیواک یکی از هم کلاسی های آنها می گوید: «ما از خانواده ها و طبقات مختلفی آمده بودیم اما همه مان کرم کامپیوتر بودیم. از همان روز اول همه با هم گرم گرفتند و دوست شدند.»

اطلسین متولد می شود

کاتن بروکس قبل از تاسیس اطلسین یک استارت آپ دیگر هم در دست و بالش داشت. در میانه راه تحصیلش، به صورت نیمه حضوری درس را ادامه داد تا بتواند همراه سیواک یک شرکت تاسیس کنند. آنها مقدار کمی سرمایه از طریق دوست و فامیل جمع کردند، جایی در پارک فناوری استرالیا اجاره کردند و یک ابزار مدیریت نشانه گذاری اینترنتی به نام بوک مارک باکس ساختند. آنها این شرکت را به یک شرکت دات کام دیگر به نام بلینک دات کام فروختند که به قول سیواک «مبلغ کم اما خروج موفق» را تا پیش از رسیدن سال ۲۰۰۰ و سقوط بازار دات کام رقم زد.

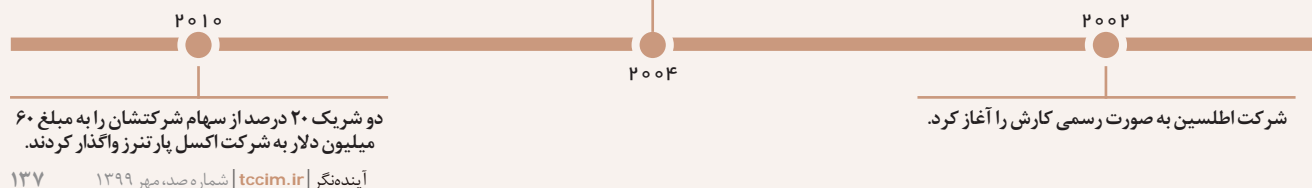
فراکوهار هنوز یک نسخه از ایمیلی که کاتن بروکس در ماه ژوئن سال ۲۰۰۱ برایش ارسال و دعوتش کرد که برای تاسیس یک شرکت به او بپیوندد را دارد. در ایمیل آمده بود: «حوصلهام از درس خواندن سر رفته، اطلسین خیلی جالب تر است». این ایمیل برای چند نفر از هم کلاسی های شان ارسال شد اما فراکوهار تنها کسی بود که پاسخ مثبت داد. به نظرش دوره کارآموزی اش در بخش شرکتهای رضایت بخش نبود و حاضر بود وقتش را صرف کاری متفاوت بکند.

هدف اولیه رسیدن به درآمد ۸۴ هزار و ۵۰۰ دلاری بود، یعنی پایه حقوق استخدام یک فارغ التحصیل در PWC (شرکت چندملیتی خدمات حرفه ای بریتانیایی است، که در زمینه ارائه خدمات مشاوره مدیریت، مشاوره مالی و سرمایه گذاری، مشاوره حقوقی و مالیاتی، بیمه سنجی، خدمات حسابداری و حسابرسی فعالیت می کند). کاتن بروکس به خاطر می آورد: «مایک و من فکر می کردیم اگر بتوانیم این رقم را در آوریم و در کنارش کت و شلوار بنوشیم و این آفتابه لگن های شرکتی را کنار بگذاریم، به سود می رسیم.» اما معلوم شد که آنها فقط آن قدری درمی آوردند که سهم هر کدامشان در دو سال اول ۱۵ هزار دلار بشود. کوهار می گوید: «عملاً سیستم بخور و نمیر بود.»

میلیاردهای بی پول

زمان بندی ناجوری بود، صنعت تکنولوژی در رکود پس از ترکیدن حباب دات کام بود اما به همین خاطر آنها مجبور شدند مقتصد باشند و شتاب بیشتری برای کار به خرج دهند. یکی از اولین درآمدهای شرکت خرج این شد که دو موسس و یکی از دوستانشان برای شرکت در کنفرانس جاوا وان به سان فرانسیسکو بروند، هر سه نفرشان در یک اتاق ماندند و باید از دستشویی مشترک ته راهرو استفاده می کردند. او را کل شرکتی را خریده بود که آنها

هر دو نفر به عنوان چهره های سال تکنولوژی در استرالیا انتخاب شدند، افتخاری که در سال ۲۰۰۶ هم تکرار شد.



شرکت اطلسین به صورت رسمی کارش را آغاز کرد.

نگاهی به ورود **استفان شوارتزمن**، از بنیان‌گذاران شرکت **بلک استون**، به بازار سرمایه

زندگی سینمایی آقای شوارتزمن

پیدا کنید. حتی نقل قول‌هایی که او در این گزارش نیویورکر به چاپ رسیده هم به دیالوگ‌های فیلم می‌مانند. بخش عمده این مطلب برگرفته از همان گزارش است که در این قسمت می‌خوانید.

سکانس اول: پسر از پدر نشانی ندارد

شوارتزمن و برادران کوچک‌ترش، مارک و ارن در منطقه حاشیه آبینگتون بزرگ شدند. پدرش از یک خانواده متوسط کاسب فیلادلفیا بود و مادرش در خانواده‌ای فقیر در برانکس بزرگ شده و به خاطر درگذشت پدر خانواده از سنن پائین کار کرده بود. شوارتزمن می‌گوید: «پدرم خیلی باهوش بود، مادرم بی‌نهایت انگیزه داشت. اینها را کنار هم بگذارید؛ اینها منبع ژن‌های من بودند.»

پدر و پدر بزرگ او یک مغازه به نام شوارتزمن داشتند که تخت و کالای خواب و پرده و اجناسی از این قبیل می‌فروخت. وقتی استفان ۱۵ ساله بود، با نقشه‌ای برای توسعه کار و تبدیل شدن به فروشگاه زنجیره‌ای ملی پیش پدرش رفت: «مثل سپرز» (نام یکی از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای آن زمان در آمریکا که در بخش‌های مختلف محصولات متنوعی می‌فروخت).

پدرش به او گفت: «هیچ فکر خوبی نیست.» پیشنهاد بعدی‌اش این بود که لاقل در فیلادلفیا کارشان را توسعه دهند. عاقبت به پدرش گفت که لاقل تنها یک شعبه دیگر از مغازه‌شان در همان ایالت افتتاح کنند. اما این هم جواب نداد، تمام ایده‌های دیگر او رد می‌شد. همان‌طور که شوارتزمن مدام به پدرش غر می‌زد، پدرش به او می‌گفت: «من از زندگی‌ام همین‌طوری که هست خیلی راضی‌ام. پول کافی برای فرستادن تو و برادرانت به کالج را دارم. یک خانه خوب و دو تا ماشین داریم. من چیز بیشتری از زندگی‌ام نمی‌خواهم.» از نظر شوارتزمن این اصلاً قابل درک نبود، برای همین دست به دامن مادرش شد. او جواب داد: «پدرت این جور آدمی است. خوشحال است.»

پدر شوارتزمن در هفتاد سالگی و بعد از فروش مغازه‌اش بازنشسته شد. این مغازه ۱۰ سال بعدتر تعطیل شد؛ یکی از قربانیان رقابت فشرده‌ای که توسط فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند Bed Bath & Beyond به وجود آمده بود. او در مورد پدرش می‌گوید: «من ستایشش می‌کردم. او می‌دانست که چه می‌خواهد و به همان دست پیدا کرده بود. اما این راه من نبود. من دنبال قدم بسیار بزرگ‌تری بودم. نمی‌دانستم دقیقاً چه اما می‌دانستم چیزی هست که پیدایش می‌کنم.»

در دنیای هالیوود، وال استریت همواره یکی از منابع جذاب الهام‌بخش برای نویسندگان و کارگردانان بوده است. گاهی تنها در حد یک روایت گذرا و گاهی هم خود وال استریت و بازار بورس و شرکت‌های سرمایه‌گذاری و بانک‌داری تبدیل به سوژه اصلی داستان‌ها شده‌اند. از فیلم «وال استریت» در دهه ۸۰ گرفته تا «گرگ وال استریت»، آن شور و سرعت و معاملات بزرگ و رقم‌های نجومی برای مخاطبان سینما هم جذابیت داشته‌اند. انگار که به تماشای یک فیلم اکشن مالی نشست‌باشی. در همه این فیلم‌ها شخصیت‌های اصلی و موفقیت‌های یک شبه یا جملات ماندگارشان هر چند سینمایی به نظر می‌رسد اما در دنیای واقعیت هم نمونه‌های بسیاری می‌توان یافت از سرمایه‌دارانی که با موج‌های بلند بازار بورس و سرمایه آمریکا زندگی و حرفه دراماتیکی را از سر گذرانده‌اند. یکی از این چهره‌ها بدون شک استفان شوارتزمن است، از موسسان شرکت بلک استون که سال‌های اوج جوانی و آغاز جهشش در دنیای سرمایه و وال استریت را در شرکت لیمان برادرز گذراند. نشریه نیویورکر روایت جذاب و مفصلی از زندگی کاری او از نوجوانی تا ظهور به عنوان یکی از غول‌های سرمایه‌داری دارد. در این گزارش تمامی عناصر یک داستان سینمایی را می‌توانید

او کیست؟

استفان‌الن
شوارتزمن (Stephen A.)
بانکدار (Schwarzman)
وسرمایه‌دار آمریکایی
ویکی از بانیان شرکت
بلک استون است که
در زمینه خدمات مالی
ومعاملات سهام و
سرمایه‌گذاری فعالیت
دارد. او با ۱۸٫۴ میلیارد
دلار ثروت در رده ۸۲
فهرست بلومبرگ قرار
دارد.



او که ابتدا به موسیقی علاقه‌مند شده بود تصمیم گرفت به خاطر به دست آوردن پول به سمت رشته‌ای پول‌ساز برود.

۱۹۶۹

۱۹۷۲

شوارتزمن کارش را در شرکت لیمان برادرز آغاز کرد.

استفان شوارتزمن در یک خانواده یهودی در پنسیلوانیا به دنیا آمد.

۱۹۴۷



یکی از همکاران سابق او به یاد می‌آورد که وقتی یک شب هر دو به همراه همسرانشان به سالن کنسرت رفتند، شوارتزن بلافاصله پس از خاموش شدن چراغ‌ها و آغاز برنامه، کیف دستی‌اش را باز کرد و یک دسته کاغذ از آن بیرون کشید و مشغول کار شد. او معمولاً بین ساعت ۴:۳۰ تا ۵ صبح از خواب برمی‌خاست و معمولاً تا ۱۰ شب مشغول کار بود

سکانس سوم: ستاره وال استریت

شوارتزن پس از فارغ‌التحصیلی از اینکه هم شرکت گلدمن ساکس و هم شرکت فرست بوستون (از سرشناس‌ترین شرکت‌های سرمایه‌گذاری و بانکداری) درخواست او را رد کردند غافلگیر شد. اما در همان زمان پیشنهادهایی از شرکت‌های سرشناس دیگری یعنی لیمان برادرز و مورگان استنلی گرفت که از آن میان لیمان را انتخاب کرد. کار کردن در آن شرکت به نفع او تمام شد. یکی از کارمندان سابق این شرکت در توصیف لیمان می‌گوید: «هرکسی که بهتر خودش را هماهنگ می‌کرد می‌توانست باقی بماند. تو کاری را شروع می‌کردی و بعد برای بقایش باید می‌جنگیدی. هرکسی باید به فکر خودش می‌بود.»

تروپیکانا، یکی از مهم‌ترین مشتریان لیمان که در حال ادغام با شرکت بناتریس فودز بود از لیمان خواست که به عنوان نماینده شرکت در روند فروش حضور داشته باشد، با اینکه شوارتزن هیچ وقت در پروسه ادغام حاضر نبود. یکی از مدیران شرکت تروپیکانا تحت تاثیر جلسه ارائه شوارتزن قرار گرفته بود و حس می‌کرد که او با وجود بی‌تجربگی‌اش می‌تواند به خوبی از پس تشریح جوانب مختلف ادغام به هیئت مدیره برآید. این معامله ۴۸۸ میلیون دلاری در سال ۱۹۷۸، نام شوارتزن را در فهرست یکی از بنکداران کلیدی در حوزه ادغام و اکتساب (Mergers and acquisitions) قرار داد.

شوارتزن برای اینکه در این بخش تازه به رقابت با استراتژی‌نویسان بپردازد، زیادی جوان و تازه‌وارد بود اما عادات کاری و انگیزه رقابتی‌اش مشتریان و سایر بانکداران و کلای این دنیای تازه را به سرعت تحت تاثیر قرار می‌داد. یکی از همکاران سابق او به یاد می‌آورد که وقتی یک شب هر دو به همراه همسرانشان به سالن کنسرت رفتند، شوارتزن بلافاصله پس از خاموش شدن چراغ‌ها و آغاز برنامه، کیف دستی‌اش را باز کرد و یک دسته کاغذ از آن بیرون کشید و مشغول کار شد. او معمولاً بین ساعت ۴:۳۰ تا ۵ صبح از خواب برمی‌خاست و تا ۱۰ شب مشغول کار بود. او تنها شش سال پس از آغاز به کارش در لیمان، تبدیل به یکی از شرکای اصلی شرکت شد.

پیچ و خم‌های بسیاری در راه شرکت لیمان و شوارتزن به وجود آمد. اما او درست همان کسی بود که می‌توانست خودش را از تمامی ماجراها و شکست‌ها و زمین خوردن‌ها به در ببرد و به ساحل امن برساند. در این مسیر آشنایی و شراکتش با پیترو پیتروسون البته بسیار حیاتی بود. این زوج، پیتروسون چهل و چند ساله و شوارتزن بیست و چند ساله همراه هم از روزگار سخت شرکت لیمان گذر کردند و شرکت بلک استون که در سال ۱۹۸۵ بنا نهاده شد، در واقع مظهر این شراکت بود. شرکتی که در حال حاضر به عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های حوزه سرمایه‌گذاری و مبادلات سهام اختصاصی در جهان شناخته می‌شود. ■

او در دوران کالج به بیل رفت. در سال پایانی نامه‌ای به دابلیو آورل هاریمان، فرماندار سابق نیویورک و سفیر زمان جنگ آمریکا در روسیه نوشت که در گفت‌وگوهای صلح پاریس به عنوان نماینده رئیس‌جمهور و سخنرانی داشت. او به یاد می‌آورد: «در آن زمان چهره‌های قابل ستایش زیادی نبودند و من به او نامه نوشتم و گفتم که او را ستایش می‌کنم و دلم می‌خواهد ملاقاتش کنم.» هاریمان او را برای صرف ناهار در خانه‌اش در بخش شمال شرقی منهتن دعوت کرد. به گفته شوارتزن، هاریمان از او پرسید:

«جوان، تو ثروتمندی؟»

«نه قربان، نیستم.»

«خب من پسر یک مرد بسیار ثروتمندم که تغییر زیادی در ماجرا ایجاد می‌کند. برای این است که الان به ملاقات من آمده‌ای. اگر علاقه‌ای به دنیای سیاست داری، نصیحتم به تو این است که خودت ثروتمند شوی.»

سکانس دوم: پیش‌بینی آقای دونالدسون

پس از آن شوارتزن برای چندین دانشکده حقوق و کسب‌وکار ثبت‌نام کرد و در دانشکده کسب‌وکار هاروارد پذیرفته شد. از آنجایی که حس می‌کرد به کمی زمان آزاد نیاز دارد، ورودش به دانشگاه را یک سال به تعویق انداخت. او برای کسب پول بیشتر در بخش دفتری دانشگاه بیل مشغول به کار شد. لری نوبل که در دفتر اساتید دانشگاه مشغول به کار بود او را به سایر اعضای شبکه اساتید بیل معرفی کرد، از جمله بیل دونالدسون که صاحب یک شرکت سرمایه‌گذاری بانکی به نام دونالدسون، لافکین و جنرت بود. شوارتزن روزی نیم ساعت در پذیرش شرکت می‌نشست و بانکداران جوانی را تماشا می‌کرد که با پیراهن‌های آستین بلند با عجله می‌گذشتند، در پی‌شان هم منشی‌هایی با دامن‌های کوتاه و گوشواره‌های بزرگ طلائی روان بودند. به نظر شوارتزن همه چیز روی دور تند بود و همه خوشحال بودند. وقتی دونالدسون از او پرسید که چرا می‌خواهد برای شرکت کار کند او پاسخ داد: «آقای دونالدسون من حتی نمی‌دانم کار شما چیست اما اگر چنین دخترهای زیبا و چنین مردان قدرتمندی دارید، من هم می‌خواهم همان کار را بکنم.» شوارتزن با حقوق ۱۰ هزار و ۵۰۰ دلار استخدام شد. اما خیلی زود فهمید که به درد آن کار نمی‌خورد و پس از ۶ ماه شرکت را ترک کرد. او در ناهار آخر با دونالدسون از او پرسید: «متاسفم که نتوانستم بیشتر از این مایه بگذارم. اگر ناراحت نمی‌شوید می‌توانم بپرسم چرا من را استخدام کردید و پولتان را هدر دادید؟»

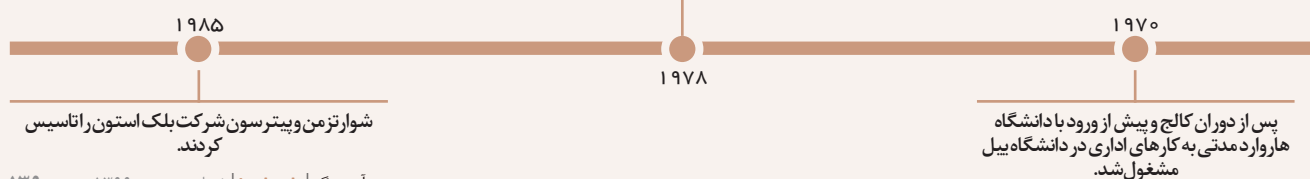
دونالدسون جواب داد: «معلوم است. چون یک روزی تو رئیس این شرکت خواهی شد.»

«شوخی‌تان گرفته؟ چرا؟»

«حسم این را می‌گوید. چیز ویژه‌ای در تو هست و من می‌خواهم رویش شرط ببندم.»

با اینکه شوارتزن هیچ وقت در پروسه ادغام حاضر نبود، یکی از مدیران شرکت تروپیکانا تحت تاثیر جلسه ارائه شوارتزن قرار گرفته بود و حس می‌کرد که او با وجود بی‌تجربگی‌اش می‌تواند به خوبی از پس تشریح جوانب مختلف ادغام به هیئت مدیره برآید. این معامله ۴۸۸ میلیون دلاری در سال ۱۹۷۸، نام شوارتزن را در فهرست یکی از بنکداران کلیدی در حوزه ادغام و اکتساب قرار داد

موفقیت در جریان ادغام یکی از مشتریان لیمان، نام شوارتزن را در فهرست یکی از بنکداران کلیدی در حوزه ادغام و اکتساب قرار داد.



مگ ویتمن از رهبری خوب و درس‌های دنیای کسب‌وکار می‌گوید:

قدرتی که من می‌شناسم

مگ ویتمن بدون شک یکی از نیرومندترین رهبران دنیای امروز است. ثروت او به ۴ میلیارد دلار می‌رسد و بیش از هر چیز به خاطر زمان مدیریتش در شرکت ای‌بی شناخته شده است. در فاصله سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۸ که ویتمن مدیرعامل ای‌بی بود توانست فروش این شرکت را از ۵٫۷ میلیارد دلار به ۸ میلیارد دلار برساند. او بعدتر مدیرعامل اچ‌پی شد. او در حال حاضر مدیریت شرکت کویبی را بر عهده دارد، پلتفرمی برای ویدئوهای کوتاه موبایلی که از سال ۲۰۱۸ در کالیفرنیا تاسیس شد.

قدرت رهبری و مدیریت او سبب شده تا شیوه و راه و روشش در دانشکده‌های کسب‌وکار درس داده شود و البته او را وارد فهرست قدرتمندترین زنان دنیای کسب‌وکار کرده است. او در کنار تجارت حال سال‌هاست که چشم به حوزه سیاست هم دارد. سال ۲۰۰۸ بود که نشریه نیویورک تایمز بر اساس سابقه و توانمندی‌های ویتمن تخمین زد که او یکی از ممکن‌ترین گزینه‌ها برای تبدیل شدن به اولین رئیس‌جمهور زن در آمریکا است. ویتمن سال ۲۰۱۰ برای ورود به کنگره به عنوان نماینده کالیفرنیا وارد رقابت سیاسی شد و البته نتوانست از رقیب دموکراتش جری براون سبقت بگیرد. او می‌گوید که شرکت در این میدان رقابت سیاسی یکی از سخت‌ترین کارهایی بوده که در زندگی‌اش انجام داده.

مگ ویتمن در سال ۱۹۵۶ در ایالت نیویورک به دنیا آمد و از سال ۱۹۷۹ وارد بازار کار شد. ۱۰ سال پس از شروع به کارش او را به عنوان معاون طراحی استراتژی در شرکت بزرگ والت دیسنی می‌شناختند. او توانش در مدیریت و کسب‌وکار را خیلی زود نشان داد و با سرعت و قدرت در این مسیر پیش رفت و به قول خودش یکی از سیاست‌های همواره این بوده که به جای ایراد گرفتن و پیدا کردن نقطه ضعف‌های شرکتی که به آن پا می‌گذارد، همواره در پی این است که نقاط قوت را ببیند و اول آنها را تقویت کند: «وقتی در موقعیت تازه‌ای قرار می‌گیرید، اقتضای غریزه‌تان این است که با خود بگویید: کجای کار را اشتباه می‌روند؟ این حس اشتباه است. بهترین واکنش اولیه ممکن این است که بگویید: چه کاری را دارند درست انجام می‌دهند؟ و چطور باید این نقطه را تقویت کرد؟»

در شماره قبلی آینده‌نگر، اولین صفحه از بخش تجربه با تصویر و درس‌هایی از شیوه مدیریت ویتمن آغاز شد. در این شماره کمی جزئی‌تر به سراغ دیدگاه‌های او از زبان خودش رفتیم. نشریه مدیوم چندی پیش مصاحبه‌ای با مگ ویتمن داشت تا نگاهش را به مسئله مدیریت، قدرت و شکست جويا شود. آنچه در اینجا می‌خوانید ترجمه همان گفت‌وگوست.

■ قدرت را چطور تعریف می‌کنید؟

باید بگویم از نظر من قدرت یعنی رهبری خوب. تام فریدمن مقاله بسیار جالبی در نیویورک تایمز نوشت که عنوانش این بود: «امروز دنیا به رهبران بزرگ نیاز دارد و رهبری بزرگ یعنی این». رهبری



شکست خوردن دیگر به معنای وارد شدن به لیست سیاه نیست، به خصوص در سیلیکون ولی. اگر شما شکست خورده‌اید، اگر با شرکتی همکاری داشته‌اید که کارش به نتیجه نرسیده، در واقع بقیه فکر می‌کنند که شما ارزش بیشتری دارید چون درس‌های دشوار را به خوبی آموخته‌اید.

مادر من یک آدم معمولی بود، او هیچ تجربه‌ای نداشت اما خلاصه داستان این است که ظرف چند سال توانست تبدیل به مکانیک رسمی و بامجوز هواپیما و کامیون شود. بعد از آن یک بار به من، خواهر و برادرم گفت: «اگر من توانستم راهی پیدا کنم و مکانیک هواپیما شوم، شما قطعاً قادرید هر کاری که بخواهید انجام دهید. فقط با تمام وجود به آن دل بدهید و اعتماد به نفس داشته باشید؛ ما حرفش را باور کردیم»

شما زنگ نمی‌زنند چون دلشان به حالت می‌سوزد. ماه دسامبر بود که یک بعدازظهر در خانه مشغول تماشای برنامه الن دجنرس (یک ششوی مشهور آمریکایی) بودم که مارک اندرسن زنگ زد و گفت: «ما به دنبال عضو جدید برای هیئت مدیره اچ‌پی می‌گردیم، یک مدیرعامل و یک استراتژی تازه داریم و تو برای پیوستن به هیئت مدیره حرف نداری.»

■ به رهبران در حال شکوفایی چه نصیحتی می‌کنید؟

به نظرم باید با آغوش باز به استقبال احتمالات بروید. خبر خوب این است که زمانی که من از دانشکده کسب‌وکار فارغ‌التحصیل شدم، فکر می‌کردم قرار است بخش اعظم حرفه‌مان را در یک شرکت بگذرانیم، حالا دیگر رویه این‌گونه نیست. می‌توانید از اینجا به آنجا بروید، می‌توانید از یک کار سراغ کار بعدی بروید. شکست خوردن دیگر به معنای وارد شدن به لیست سیاه نیست، به خصوص در سیلیکون ولی. اگر شما شکست خورده‌اید، اگر با شرکتی همکاری داشته‌اید که کارش به نتیجه نرسیده، در واقع بقیه فکر می‌کنند که شما ارزش بیشتری دارید چون درس‌های دشوار را به خوبی آموخته‌اید.

■ ابرقدرت ممتاز شما چیست؟

به نظرم من در چیدن چشم‌اندازی که قرار است به آن دست پیدا کنیم و بعد ترتیب دادن استراتژی منطبق با آن تصویر خوب و تجربه دارم. فکر می‌کنم در گذر زمان به ارتباط‌گر بسیار خوبی در حوزه استراتژی تجاری تبدیل شده‌ام. برای اینکه وارد سیاست شوم باید ارتباط‌گر بسیار بهتری شوم. چون در دنیای سیاست دیگر بحث اعداد و ارقام نیست، پای داستان‌هایی که تعریف می‌کنید در میان است.

■ زن بودن برای شما به چه معناست؟

راهی که پیموده‌ام شامل این سوال می‌شده است که چطور می‌توان در عین انجام دادن کارهایی که برایم لذت‌بخش هستند، بهترین همسر، بهترین مادر و حالا بهترین مادر بزرگی که می‌توانم باشم؟ هر بار که نتوانستم بهترین همسر، بهترین مادر، بهترین میزبان یا خوش لباس‌ترین باشم مجبور شده‌ام دست به مصالحه بزنم. و می‌دانید واقعیت چیست؟ به نظرم هیچ‌کس نمی‌تواند همه کارها را با هم انجام بدهد. هیچ‌کس نمی‌تواند بدون نقص باشد و برای همین باید همان چیزهایی را که بیشتر از همه برایتان اهمیت دارد بچسبید. من همیشه فکر کرده‌ام که باید با خودم صادق باشم، نمی‌توانم تبدیل به کسی بشوم که نیستم. ■

خدمت‌گزار، داشتن چشم‌انداز روشن، همراه کردن سایرین و در میان گذاشتن واقعیت‌ها با آنها. ارتباطات قدرتمند همیشه بر پایه صداقت بنا می‌شوند. بنابراین این آن چیزی است که وقتی به رهبری خوب فکر می‌کنم به ذهنم می‌آید و به نظرم تا درجاتی به قدرت هم منجر می‌شود.

■ در کدام مقطع از زندگی حس کرده‌اید که هیچ قدرتی ندارید؟

فکر می‌کنم در دو مقطع چنین حسی داشتم. اولین بار در دومین شغلی بود که پس از فارغ‌التحصیلی از دانشکده کسب‌وکار داشتم؛ شرکت Bain & Co. یاد می‌آید اولین رئیسی که داشتم به من گفت: «تو تحلیلگر خیلی بدی هستی». نخستین باری هم که در سمت مدیرعامل قرار گرفتم در شرکتی به نام FTD بود که توسط شرکت پرسن اسوسیت و بین کپیتال خریداری شد و من از کار اخراج شدم. اخراج شدن همیشه حس قهقرا دارد اما در واقع باید به خودتان بگویید خودت را جمع و جور کن، گرد و غبار را بتکان و ادامه بده. این اتفاق در واقع آمادگی خوبی برای شکست من در انتخابات کنگره به وجود آورد چون آن یکی شکستی در معرض عموم بود.

■ چطور می‌توانید با اعتمادبنفس وارد این نقش‌های تازه شوید با وجود اینکه ممکن است یک چیزی از درون باعث تردیدتان شود؟

هرچه سنم بالاتر رفت این کار آسان‌تر شد. وقتی بیست و چند ساله‌ای واقعا همه چیز خیلی ترسناک است اما بعد یک توانایی به دست می‌آوری که من به آن می‌گویم: فهم الگویی؛ یعنی قبلاً مشابه این مشکل را دیده‌ای. موضوع دیگر این است که وقتی وارد شرکتی می‌شوم همیشه به دنبال نکات مثبت می‌گردم. وقتی در موقعیت تازه‌ای قرار می‌گیرید، اقتضای غریبه‌تان این است که با خود بگویید: «کجای کار را اشتباه می‌روند؟» این حس اشتباه است. بهترین واکنش اولیه ممکن این است که بگویید: «چه کاری را دارند درست انجام می‌دهند؟ و چطور باید این نقطه را تقویت کرد؟»

می‌خواهم خیلی خلاصه در این مورد صحبت کنیم که این شجاعت و خوش‌بینی شما از کجا می‌آید. می‌دانم زمانی که به دانشکده کسب‌وکار رفتید، بخشی از زنان پیشرویی بودید که وارد این درجه از کار حرفه‌ای در این حوزه می‌شدند. در مورد این تجربه بگویید و اینکه سایر بخش‌های زندگی‌تان چگونه این شجاعت را به شما دادند که آنچه را امروز انجام می‌دهید پیاده کنید.

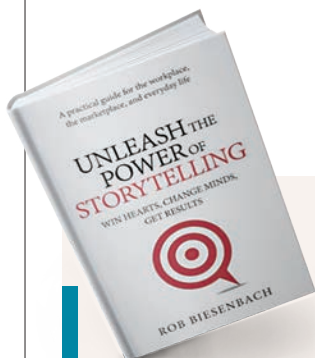
فکر می‌کنم این شجاعت در واقع از مادرم نشئت گرفته است. مادر من یک آدم معمولی بود، او هیچ تجربه‌ای نداشت اما خلاصه داستان این است که ظرف چند سال توانست تبدیل به مکانیک رسمی و بامجوز هواپیما و کامیون شود. بعد از آن یک بار به من، خواهر و برادرم گفت: «اگر من توانستم راهی پیدا کنم و مکانیک هواپیما شوم، شما قطعاً قادرید هر کاری که بخواهید انجام دهید. فقط با تمام وجود به آن دل بدهید و اعتماد به نفس داشته باشید». ما حرفش را باور کردیم.

■ روز بعد از اینکه در رقابت سیاسی شکست خوردید چه اتفاقی افتاد؟ چه حسی داشتید و چطور دوباره از جا برخاستید؟

خب تجربه خیلی خیلی سختی بود. خود رقابت دشوارترین مسئله‌ای بود که تا آن موقع به آن روبه‌رو شده بودم و بعدش هم آن شکست. روز بعد شکست واقعا خردکننده است. ناگهان از شرکت در روزی ۸ یا ۱۰ برنامه و شلوغی بسیار ناگهان می‌رسید به نقطه‌ای که به معنای واقعی هیچ کاری برای انجام دادن ندارید. دوستانتان هم به



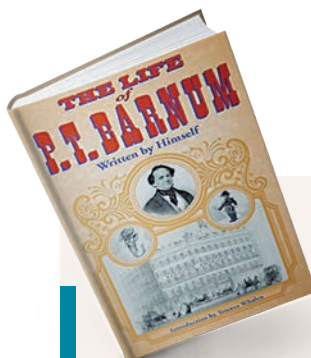
نخستین باری که در سمت مدیرعامل قرار گرفتم در شرکتی به نام FTD بود که توسط شرکت پرسن اسوسیت و بین کپیتال خریداری شد و من از کار اخراج شدم. اخراج شدن همیشه حس قهقرا دارد اما در واقع باید به خودتان بگویید خودت را جمع و جور کن، گرد و غبار را بتکان و ادامه بده



قدرت داستان‌گویی را آزاد کنید نویسنده: راب بایزنباخ



کتاب قدرت داستان‌گویی را آزاد کنید، یک نقشه راه عملی از ساخت و بازگو کردن داستان‌هایی برانگیزاننده در اختیار می‌گذارد که می‌توانید از آن برای برداشت دستاوردهای بیشتر از زندگی و حرفه‌تان استفاده کنید. مطالعات بسیاری نشان داده‌اند که داستان‌ها قدرت یکتایی در از میان بردن دیوارها و ساختن اعتماد و تاثیرگذاری بر روی مردم دارند. یک داستان درست و به‌موقع می‌تواند کمک کند که از پس مصاحبه، کار، جذب سرمایه، انعقاد قرارداد، تقویت ارتباط با همکاران و مشتریان و ... به خوبی برآید. حالا با دانستن همه اینها چطور می‌شود داستان را درست تعریف کرد؟ چه داستانی؟ در این کتاب توضیح داده شده است که چطور می‌توانید شیوه داستان‌گویی در پیش گیرید. ساختار ساده سه مرحله‌ای داستان‌گویی توضیح داده شده است و اینکه نقش احساسات در ساختن یک داستان عالی چیست. کتاب می‌گوید که چطور می‌توانید داستان مناسب را پیدا کنید و چطور می‌توانید به موثرترین شکل آن را روایت کنید.



زندگی پی.تی. بارنام نویسنده: پی.تی. بارنام



فینایس تیارل بارنام تقریباً تمام زندگی‌اش مشغول برندسازی شخصی بود. این تکنیک را حالا شرکت‌های بزرگی به کار می‌برند که نام خودشان را پیش از کیفیت محصول می‌فروشند. یک نمونه موفقش حضور همیشگی استیو جابز در زمان معرفی جدیدترین محصولات اپل بود. اما در قرن نوزدهم شاید کمتر کسی بود که در آمریکا در برندسازی شخصی به پای پی.تی. بارنام برسد. او همه جور عنوانی داشت؛ شومن، تاجر، کارآفرین، سیاستمدار، نویسنده و... او بود که تعیین می‌کرد برند نامش پای چه حوزه‌ای از فعالیت قرار بگیرد. در این کتاب زندگی‌نامه، او روایت‌های یک عمر کار خودش در زمینه‌های مختلف را ارائه داده است و بسیاری به تمام کارآفرینان توصیه می‌کنند که این کتاب را بخوانند. بارنام به دلیل آشنایی با طبیعت انسان‌ها بود که توانست نام خودش را تبدیل به یک برند تجاری در همه زمینه‌ها بکند و آشنایی به با این ویژگی‌ها و قدرتی که به صاحبان کسب‌وکار می‌دهد راهنمای بسیار خوبی است.



استارت‌آپ نحیف نویسنده: اریک رایس



اغلب استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند اما بسیاری از این شکست‌ها اجتناب‌پذیرند. استارت‌آپ نحیف گونه‌ای تازه از روش کسب‌وکار است که در تمامی دنیا در حال تغییر دادن چگونگی تاسیس و اداره شرکت‌ها است. اریک رایس در این کتاب، استارت‌آپ‌ها را سازمان‌هایی تعریف می‌کند که متعهد به ساختن محصولی تازه در شرایط کاملاً قابل پیش‌بینی هستند. از یک نفر در گاراژ خانه‌اش گرفته تا تیمی از تاجران با سرمایه کافی، آنچه میان آنها مشترک است این است که آن مه و موقعیت غیرقابل پیش‌بینی را پس بزنند تا راهی برای کسب‌وکار پایدار پیدا کنند. این کتاب به جای اینکه از نقشه‌های کسب‌وکار مفصل و با جزئیات فراوان شروع کند می‌گوید که بهتر است وقتتان را اولی روی ایسن بگذارید که میزان تداوم چشم‌اندازتان را بررسی کنید، کاری که همه استارت‌آپ‌ها در هر ابعادی باید پیش از اینکه دیر شود انجام دهند. او پیشنهادهایی برای خلق و مدیریت یک استارت‌آپ موفق دارد؛ در عصری که خلاقیت حرف اول در تجارت را می‌زند.



گاو بنفش نویسنده: ست گادین



شما (بلانست) یا گاو بنفش هستید یا نیستید. یا ممتازید یا نامرئی. انتخاب با شما است. فکر کنید که شرکت‌های اپل، دایسون، استارباکس چه نقطه اشتراکی دارند؟ چطور توانستند به رشدی بی‌نظیر برسند؟ شیوه‌های قدیمی کسب‌وکار دیگر جوابگو نیستند، سال‌های طلایی تبلیغات گذشته است. حالا دیگر زمانه گاوهای بنفش است. به آن معادله قدیمی بازاریابی، قیمت‌گذاری، تبلیغات و روابط عمومی باید این عنصر تازه را هم بیفزایید. گاو بنفش توصیف‌کننده یک چیز خارق‌العاده است. یک عنصر متفاوت و هیجان‌انگیز و باورنکردنی. ست گادین در این کتاب می‌کوشد به شما ثابت کند که این عنصر را باید در تمامی کارهایی که انجام می‌دهید، وارد کنید تا نتیجه محصولی واقعاً به چشم‌آمدنی باشد. این کتاب مانیفستی است برای تمام کسانی که معتقدند باید محصول و خدماتی داشت که اصولاً ارزش بازاریابی داشته باشند. محصولاتی که خودشان را در بازار به سرعت نشان دهند و متفاوت باشند.

تجربه

[این صفحه‌ها به مرور تجربیات کار آفرینی می‌پردازد.]

نگاهی به فراز و فرودهای کسب‌وکار **برایان اکتون**، موسس واتس‌آپ

چیزی به نام شکست وجود ندارد

وقتی پای موفقیت و شکست در میان باشد، همیشه یکی از شنیدنی‌ترین داستان‌هایی که از جهان کسب‌وکار و استارت‌آپ‌های تکنولوژی آمریکا گفته می‌شود، ماجرای تاسیس شرکت واتس‌آپ و مهم‌تر از آن شیوه و نگاه موسس آن است: برایان اکتون. نشریه مدیوم در مطلبی نگاهی انداخته است به مفهوم تجربه که آن را جایگزین کلمه شکست می‌داند و به همین بهانه بخش‌هایی از تجربه‌های کسب‌وکار اکتون را روایت کرده است که بخشی از آن را در این صفحه می‌خوانید.

زهرا چوپانکاره

دبیر بخش تجربه

شاید شما هم مثل من این جمله را بارها خوانده باشید که: «در زندگی چیزی به نام اشتباه یا شکست وجود ندارد، تنها چیزی که هست درس‌هایی است که می‌توانیم از وقایع تاسف‌بار بیاموزیم.» پذیرفتن این جمله زمانی که در اوج موفقیت قرار داشته باشیم بسیار راحت است اما در زمان سختی‌ها چندان ساده نیست که به این شیوه عمل کنیم. وقتی به ته خط می‌رسید و شکست می‌خورید، حتی اگر بدانید شکست بخشی از پروسه‌ای است که منجر به موفقیت می‌شود، شاید سخت باشد که به خاطر بسپارید این یک موقعیت ممتاز برای یادگیری است. خوشبختانه آدم‌های واقعی در دنیا هستند که نشان داده‌اند این جمله می‌تواند واقعیت داشته باشد. یکی از این آدم‌ها برایان اکتون است.

سال ۲۰۰۹ برایان اکتون، یک برنامه‌نویس مثل کلی برنامه‌نویس دیگر تصمیم گرفت شانش را برای استخدام در شرکت فیس‌بوک امتحان کند. پروسه جذب توسط این شرکت‌های غول بسیار طولانی و دشوارند. پس از طی چند مرحله، اکتون عاقبت رد شد. برایان اکتون که هنوز نام ناشناسی بود تصمیم گرفت توییتی بنویسد و این اولین شکست را ثبت کند: «فیس‌بوک من را رد کرد. این فرصت بزرگی برای آشنا شدن با برخی از آدم‌های بی‌مانند بود. برای ماجراجویی بعدی زندگی آماده‌ام.» بعد از این شکست تلاش او برای استخدام در تویتر هم ناکام ماند.

اکتون در آن زمان ۳۷ ساله بود. در چنین موقعیتی بسیاری از برنامه‌نویسان تصمیم می‌گرفتند که رویایشان را رها کنند. طبیعی است؛ تصور کنید که نزدیک ۴۰ سالتان شده و تنها دستاوردهای چندین شکست در پیوستن به غول‌های حوزه وب بوده است. اما اکتون این کار را نکرد. از همان توییت پس از رد شدن در روند استخدام فیس‌بوک هم معلوم بود، در موقعیتی که احتمالاً بسیاری از آدم‌ها وقتشان را صرف گلابی می‌کردند او نوشته بود که منتظر آینده است. درست همان زمانی که اکتون درگیر این رد شدن‌ها بود، دوستش جان کوم هم داشت تجربه مشابهی را از سر می‌گذراند. این دوستان دیرین بعد در کنار هم به ایده راه‌اندازی استارت‌آپی به نام واتس‌آپ افتادند. از آنجایی که فیس‌بوک و تویتر، هیچ‌کدامشان این دو نفر را نخواستند، آنها تصمیم گرفتند استارت‌آپ خودشان را راه بیندازند و اپلیکیشن پیام‌رسانی برای گوشی‌های هوشمند طراحی کنند.

موفقیت این اپلیکیشن بسیار سریع و عظیم بود. نکته جالب توجه این بود که این موفقیت مدام سرعت بیشتری می‌گرفت. در اوایل سال ۲۰۱۱، واتس‌آپ جزو ۲۰ اپلیکیشن بود که بیشترین میزان دانلود در آمریکا را به خود اختصاص داده بودند. فوریه سال ۲۰۱۳ این برنامه به عدد ۲۰۰ میلیون کاربر فعال رسید، در آن زمان این استارت‌آپ تنها ۵۰ کارمند داشت. تا پایان همان سال عدد کاربران واتس‌آپ به ۳۰۰ میلیون نفر رسیده بود. یکی از نقاط اوج داستان اکتون و فیس‌بوک اینجا است که عاقبت مارک زاکربرگ دست به خرید واتس‌آپ زد، خریدی که تا آن زمان بزرگ‌ترین خرید این شرکت محسوب می‌شد. اکتون که روزگاری قرار بود یکی از کارمندان استخدامی فیس‌بوک باشد و به این آرزو نرسیده بود توانست به مرحله مذاکره با مدیرعامل آن برسد، آن هم زمانی که خودش به عنوان مدیر یکی از موفق‌ترین استارت‌آپ‌های سیلیکون ولی به شمار می‌رفت. این همان آینده‌ای بود که اکتون نوشته بود در انتظارش می‌ماند

می‌ماند





چند توصیه برای مقابله با آزار جنسی در محل کار شرکت شما امن است؟

را از یک فرد مشخص دیده‌اند. در مواردی این نام‌ها به سازمان‌ها و شرکت‌هایی مربوط می‌شدند که برای خیلی‌ها شناخته شده‌اند. آن گلوله برفی که سال‌ها قبل به راه افتاده بود ناگهان توانست پای برندهایی را هم به میان بکشد. شاید برای همین است که در بسیاری از کشورهای پیشرفته مسئله آموزش رفتار پذیرفته‌شده و غیرقابل پذیرش در محل کار و رسیدگی به شکایات و موارد آزار تبدیل به یکی از مهم‌ترین مشغولیت‌های واحد منابع انسانی شده است؛ حتی اگر موضوع اخلاق و حرمت انسانی هم محور کار آنها نباشد، خوب می‌دانند که حرمت و آبروی برند تا حد زیادی بسته به این است که بتوانند محیط کار را عاری از آزار نگه دارند. لینکدین راهنمایی دارد که در آن به مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها توصیه‌هایی در مورد مقابله با آزار در محل کار دارد. این مطلب برداشتی است از همان راهنما که ترجمه‌اش را در این قسمت می‌خوانید.

آزار جنسی موضوع حساسی است و تمرکز تنها بر روی رفتار بد دیگران ممکن است بعضی‌ها را در لاک دفاعی فرو برد

هرچند بسیار مهم است که برای همه تعریف شود رفتار نامناسب و غیرقابل قبول در محل کار یعنی چه، در عین حال حرف زدن در مورد رفتار خوب هم می‌تواند تاثیر مثبتی داشته باشد. این رویکرد به روشن کردن انتظارات شکل‌گیری گفت‌وگو کمک می‌کند و کسانی که هیچ کار اشتباهی انجام ندادند بهتر با آن ارتباط برقرار می‌کنند، اگر غیر از این باشد ممکن است این دسته احساس کنند که دارند به چیزی متهم می‌شوند.

نکته مثبت دیگر این رویکرد این است که استاندارد رفتاری تعیین می‌کند که آدم‌ها می‌توانند برای رسیدن به آن تلاش کنند و فضای مثبت‌تری را حاکم می‌کند. و همه اینها البته در حالی انجام می‌شود که بدانیم نباید از زیر بار پرداختن به موضوعات جدی و تعیین مصادیق

کار کردن در یک محیط امن به لحاظ جسمی و روانی جزو حقوق مشهود کار به نظر می‌رسد، دست‌کم قرار است که این‌طور باشد. اما دو سال قبل وقتی که جنبش «می‌تو» در آمریکا آغاز شد و زنان شروع به روایت آزارهایی کردند که شاهد آن بوده‌اند شاید بیش از هر زمان دیگری مشخص شد که آزار، تعرض، خشونت و تجاوز جنسی نه تنها در خلوت، در دانشگاه و خانه و مراکز عمومی که حتی در محیط کار و در میان همکاران هم رخ می‌دهد. ماجرای که اول به سراغ چهره‌های مشهور سینما رفته بود مثل دومینویی حرکت خود را آغاز کرد و بعد معلوم شد که آزارگری‌های روزمره در بسیاری جاها در جریان است و در بسیاری موارد، حرف زدن در مورد آنها و مسکوت گذاشتن این موارد سبب شده است که این مشکل مثل گلوله برفی‌هی پیش رود و بزرگ‌تر و مخرب‌تر شود.

ماجرای افشای آزارگری‌ها همین چندی پیش بود که خودش را اول در قالب یکی دو پست در شبکه‌های اجتماعی فارسی‌زبان هم نشان داد و ناگهان در عرض یک هفته تبدیل شد به داستان‌های مکرر. در موارد بسیاری زنان با اسم حقیقی یا مجازی خود قدم جلو گذاشتند و با ذکر نام و تجربه خود در مورد چهره‌هایی گاه سرشناس و گاه بی‌نام و نشان نوشتند که در جاتی از خشونت جنسی از آزار کلامی گرفته تا تجاوز را علیه آنها اعمال کرده بودند. با ذکر نام‌ها ناگهان مشخص شد که در چند مورد، زنان بسیاری بوده‌اند که مثال‌هایی از آزارگری

برای برقرار کردن یک فرهنگ واقعی مبتنی بر احترام، پاسخ‌گویی یک عنصر حیاتی است. اگر همیشه، همه مسائل پشت درهای بسته حل و فصل شوند، سایر قربانیان ممکن است در مورد قدم جلو گذاشتن تردید کنند چون هیچ راهی نیست که بدانند این گزارش دادن‌ها واقعا جدی گرفته می‌شود یا نه.

استفاده از سیستم طیف‌رنگی یکی از راه‌هایی است که به کمک آن می‌توان بر تفاوت میان رفتار خوب و بد تاکید کرد و البته موقعیت‌های مبهم میانه را هم از نظر دور نداشت. با استفاده از طیف‌رنگی سبز، زرد، نارنجی و قرمز می‌توان رفتارهای مختلف را دسته‌بندی کرد و به این طریق یک زبان جهانی به وجود آورد که همه آن را می‌فهمند

برای هر شرکتی بهتر این است که با شرمساری کوتاه‌مدت سر کند تا اینکه به خاطر بی‌عملی با مشکلاتی مواجه شود که مدام بزرگ‌تر می‌شود. در نهایت برند شما و فرهنگ شرکتی‌تان قوی‌تر خواهد شد چون که شما در زمان درست، اقدام درست را انجام داده‌اید

همه چیز را پشت درهای بسته نگه ندارید: واکنش آشکار به موضوع آزار می‌تواند نقش بازدارندگی داشته باشد

برای برقرار کردن یک فرهنگ واقعی مبتنی بر احترام، پاسخ‌گویی یک عنصر حیاتی است. اگر همیشه، همه مسائل پشت درهای بسته حل و فصل شوند، سایر قربانیان ممکن است در مورد قدم جلو گذاشتن تردید کنند چون هیچ راهی نیست که بدانند این گزارش دادن‌ها واقعا جدی گرفته می‌شود یا نه. واکنش در ملاء عام به رفتارهای غیرقابل قبول و نشان دادن اینکه عواقب واقعی در کار است می‌تواند برای سایرین نقش بازدارندگی داشته باشد. از همه مهم‌تر اینکه این گونه برخورد هم به کارمندان و هم به افکار عمومی این پیغام عملی را می‌دهد که شرکت شما به هیچ وجه آزار را بر نمی‌تابد. برای هر شرکتی بهتر این است که با شرمساری کوتاه‌مدت سر کند تا اینکه به خاطر بی‌عملی با مشکلاتی مواجه شود که مدام بزرگ‌تر می‌شود. در نهایت برند شما و فرهنگ شرکتی‌تان قوی‌تر خواهد شد چون که شما در زمان درست، اقدام درست را انجام داده‌اید.

پیگیر باشید: به آزاردیدگان نشان دهید که به آنها اهمیت می‌دهید، حتی زمانی که مراحل و وظایف حقوقی شما به پایان رسیده است

حرف زدن در مورد آزار ممکن است برای آسیب‌دیدگان کار بسیار دشواری باشد. به آنها نشان دهید که واقعا به آنها اهمیت می‌دهید. حتی پس از پایان یافتن وظایف حقوقی‌تان در قبال یک ماجرا، با فرد آزاردیده در تماس باشید و جویای احوالش شوید. حتی یک ایمیل کوتاه و یک تماس تلفنی می‌تواند تاثیر فوق‌العاده‌ای در توانمندسازی دیگران و معنا دادن به کارشان داشته باشد. از آنها بخواهید نظرشان را در مورد چگونگی حل و فصل ماجرا بگویند و اینکه به نظرشان در آینده چه کارهایی را می‌شود بهتر انجام داد. با این گونه پرداختن به خود موضوع و جوانب امر ممکن است دیگر آسیب‌دیدگان را هم تشویق به حرف زدن کنید.

قطره قطره جمع می‌شود: برای به وجود آوردن محیط کاری عاری از تعرض و آزار، قدم به قدم پیش بروید، سایرین از شما پیروی خواهند کرد

تغییر فرهنگی از بالا به پایین صورت می‌گیرد. اراده شرکتتان را به بیرون راندن رفتار آزارگرانه و ساختن فرهنگی مبتنی بر احترام نشان دهید، بگذارید کارمندان بدانند که رفتار ناهنجار هیچ جایی در محل کار ندارد. این قدم‌ها می‌تواند تغییرات کوچک رفتاری در پی داشته باشد که منجر به خلق محیط کاری شادتر و امن‌تر برای همه می‌شود. ■

آزار شانه خالی کنیم.

استفاده از سیستم طیف‌رنگی یکی از راه‌هایی است که به کمک آن می‌توان بر تفاوت میان رفتار خوب و بد تاکید کرد و البته موقعیت‌های مبهم میانه را هم از نظر دور نداشت. با استفاده از طیف‌رنگی سبز، زرد، نارنجی و قرمز می‌توان رفتارهای مختلف را دسته‌بندی کرد و به این طریق یک زبان جهانی به وجود آورد که همه آن را می‌فهمند. این روش همچنان کمک می‌کند تا کارمندان بتوانند حرفشان را راحت‌تر بزنند. مثلا این جوکی که تعریف کردی کمی «زرد» بود (این رنگ‌ها کمک می‌کنند تا تذکرها بالحنی دوستانه‌تر داده شوند و در عین حال هرکسی را متوجه کنند که به چه مرزی نزدیک شده است).

بر روی خوب و بد تمرکز کنید: برجسته کردن رفتارهای خوب هم به اندازه تعریف رفتار غیر قابل قبول اهمیت دارد

به ترجیحاتی که در زمینه گزارش دادن وجود دارد احترام بگذارید: راه‌های مختلفی برای گزارش دادن ارائه دهید تا احتمال جلو آمدن و حرف زدن آدم‌ها افزایش پیدا کند.

در چه راحتی آدم‌ها در مورد گزارش موارد آزار بسیار با هم متفاوت است. هرچند برخی‌ها ممکن است راحت وارد دفتر منابع انسانی شوند تا اتفاق را گزارش دهند، بعضی دیگر ممکن است از تصور این صحنه هم وحشت کنند. برای همین خوب است که راه‌های متفاوتی در اختیار قربانیان و شاهدان بگذاریم تا پا پیش بگذارند.

کار را برای کارمندان ساده کنید تا هر جور که راحت هستند موارد آزار را گزارش کنند: حضوری، تلفنی، با ایمیل یا با استفاده از یک فرم آنلاین. اطمینان حاصل کنید که همه می‌دانند این گزینه‌ها را در اختیار دارند. (هنگام طرح بحث آزار، همه‌گیری را در نظر بگیرید: این پیغام را به همه برسانید که آزار می‌تواند گروه‌های مختلفی را هدف قرار دهد. آزار تنها یک مساله زنانه نیست، هرچند می‌تواند به صورت مضاعفی بر گروه زنان تاثیر بگذارد. مردها هم ممکن است قربانی آزار شوند).

دوره‌های آموزشی تعاملی برگزار کنید: روایت داستان‌های شخصی می‌تواند ابزار قدرتمندی در یادگیری باشد

اگر خودتان موضوعی را هرگز تجربه نکرده باشید، درک کامل اینکه آن تجربه واقعا چه حسی دارد خیلی سخت‌تر است. جلسات آموزشی تعاملی می‌تواند پلی باشد که این شکاف تجربه‌ای میان کارمندان را پر کند و روشن‌تر به همه نشان دهد که آزار تا چه اندازه جدی است.

کارمندان را به گروه‌های مختلف تقسیم کنید تا تمرین کنند یا از بازیگرانی استفاده کنید که می‌توانند سناریوهای متداول آزار را بازسازی کنند و بعد هر کدام را به بحث و گفت‌وگو بگذارید. مثلا اینکه هریک از حاضران اگر شاهد رخ دادن موضوع به نمایش درآمده در محل کارش باشد چه واکنشی نشان می‌دهد.

اینکه مدیران شرکت در آغاز چنین جلسهای از تجربه‌های شخصی خودشان بگویند هم می‌تواند تاثیر بسیاری داشته باشد. این داستان می‌تواند روایت یک نمونه از آزار باشد که شما شاهدش بوده‌اید و یا حتی اتفاقی که برای خودتان رخ داده است. این موضوع می‌تواند اعتماد کارمندان را جلب کند و این پیغام را به آنها بدهد که در محل امنی حضور دارند و می‌توانند آزادانه در مورد مسئله‌ای که برایشان رخ داده است حرف بزنند. این اقدام همچنین می‌تواند باعث تقویت حس هم‌دردی شود چون فهم تاثیرات یک اتفاق وقتی که برای کسی که می‌شناسیم رخ داده باشد، آسان‌تر است.



داستین ماسکوویتز و ماجرای تاسیس شرکت آسانا

میلیاردی که از هیاهوی فیس بوک گریخت

بهره‌برداری فرارسیده. ماسکوویتز دقیقاً برخلاف تجربه قبلی به سمت کاری رفت که حتی سوددهی‌اش هم مانند فیس بوک یکباره و به سرعت نباشد. در عوض این بار شرکتی را بنا کرد که واقعا می‌خواست مدیریتش باشد. خود او هم دیگر آن آدم یک دهه قبل نیست، آرام‌تر شده است و بابت هر اشتباهی کارمندانش را عذاب نمی‌دهد. او ماه گذشته با نشریه فوربز گفت‌وگویی داشت که بریده‌هایی از آن را می‌توانید در این قسمت بخوانید و ببینید حتی کسی که عنوان جوان‌ترین میلیاردر جهان را داشته است هم شاید بخواهد نقش دیگری بر عهده بگیرد و موفقیت را جور دیگری در حوزه کسب و کار تعریف کند.

آسانا آرام است

ماسکوویتز ۳۶ ساله که ثروتش به ۱۴٫۲ میلیارد دلار می‌رسد، بیش از هر چیز به خاطر شراکتش با مارک زاکربرگ در تاسیس فیس بوک شناخته شده است. او از سال ۲۰۱۱ برای چند سالی عنوان جوان‌ترین میلیاردر دنیا را داشت. اما در سال‌های گذشته، یعنی از زمانی که ماسکوویتز شبکه اجتماعی شناخته‌شده‌اش را ترک کرد، به همراه شریکش در تاسیس شرکت آسانا، یعنی جاستین روزنشتاین، خودشان را از دید دور نگه داشته‌اند و در پس پرده، به شدت مشغول کار برای حل یک مشکل قدیمی هستند: چقدر از وقتشان را بر روی حواشی کار تلف می‌کنیم.

ماسکوویتز در یک مصاحبه که از طریق تماس تصویری انجام شد گفت: «ما از اینکه چه میزان از زمان گران‌بهایمان صرف شفاف‌سازی مسئله می‌شود و اینکه مطمئن شویم همه در جریان دقیق کار هستند، شوکه و مستاصل بودیم.» امروز نرم‌افزار آسانا توسط کارمندان در بیش از ۷۵ هزار شرکت استفاده می‌شود تا با مدیریت همه کارها، از نوشتن خلاصه جلسه گرفته تا برنامه‌ریزی برای یک رویداد، کنترل‌شان را بر کار احیا کنند، برنامه‌های که توسط شرکت‌های بزرگی مانند AT&T، گوگل و ناسا استفاده می‌شود (به‌زودی اپلیکیشن مجهز به هوش مصنوعی این شرکت قادر خواهد بود که دستور جلسه مشخص کند و راه‌هایی برای بهره‌وری بیشتر روزهای کاری پیشنهاد بدهد).

ماسکوویتز کنترل خودش را با رد قاطع راه و روش خشن سیلیکون ولی دوباره به دست آورد. ماسکوویتز که زمانی تا زانو در فرهنگ «بجنید و به هم بریزید» فیس بوک گیر کرده بود حالا بسیار مراقب است که در آسانا روشی منطقی‌تر در پیش بگیرد. آسانا بر روی کارآمد بودن درازمدت تمرکز کرده و از زمان تاسیس قانون ده ساله اولشان این بود که در هر سال میزان درآمدش نباید بیش از دو برابر سال قبل جهش کند. او البته منکر این می‌شود که به قصد سرعت رشد شرکت را یکنواخت نگه داشته است اما می‌گوید: «ساختن گلوله برف زمان می‌برد. هدف ما این بود که سریع باشیم اما سرعت در طولانی مدت نه کوتاه مدت. حالا نوبت آن رسیده است که محصولی را که کاشته‌ایم درو کنیم»

به واقع هم آسانا دارد سرعت می‌گیرد. تمام اسناد نشان می‌دهند که شرکت دارد امسال رکورد می‌زند و البته بخشی از این موفقیت را مدیون



اوج موفقیت در دنیای کسب‌وکار کجاست؟ اینکه شرکتی از آن خودت داشته باشی؟ اینکه شرکت تو را همه دنیا بشناسند؟ اینکه تبدیل به میلیون شوی؟ اینکه در فهرست میلیاردهای جهان باشی؟ اگر این اوج در بیست و چند سالگی ات رخ دهد چه؟ از آنجا به بعد قرار است به چه چیز بالاتری دست پیدا کنی؟ همه اینها تنها بخشی از زندگی داستین ماسکوویتز است، شریک مارک زاکربرگ در تاسیس شرکت فیس بوک. شما اگر در ۱۹ سالگی پایه‌گذار یکی از پول‌سازترین شرکت‌های تاریخ کسب‌وکار می‌شدید چه می‌کردید؟ پس از آن زندگی احتمالا ادامه همان کار می‌بود با شاخ و برگ بیشتر؟ برای داستین اما همه اینها باعث شده بود که وقتی به ۲۳ سالگی رسید دیگر حوصله‌اش سر برود! او در حالی که بسیاری از هم‌سن و سال‌هایش در حال سروکله زدن با واحدهای درسی دانشگاه بودند و بعد تازه می‌خواستند ببینند که در دنیای واقعی باید چه کاری در پیش بگیرند و کجا استخدام شوند توانسته بود نام خودش را با نام پرآوازه‌ترین استارت‌آپ آن روزهای سیلیکون ولی پیوند بزند، برای همین دیگر وقتی همه کارها سامان گرفته بود انگیزه چندانی برایش نماند. فیس بوک مثل باقی استارت‌آپ‌های شهره سیلیکون ولی محیط پر جنب و جوش و پررفت و آمدی بود، فشار کار به اندازه شهرت شرکت افزایش پیدا می‌کرد و همه چیز باید در لحظه اتفاق می‌افتاد. او تلاش داشت خودش را از این هیاهو دور نگه دارد. همین شد که یک روز آشنایی او با جاستین روزنشتاین آغاز راه دیگری برای شریک فیس بوک شد.

قطعا نام آسانا برای خیلی‌ها در دنیا شناخته شده نیست. آسانا یک اپلیکیشن مخصوص وب و موبایل برای سامان‌دهی تیمی، پیگیری امور روزمره اداری و مدیریت است. قطعا هیجان و شهرت فیس بوک را ندارد اما این دقیقاً چیزی است که ماسکوویتز می‌خواست؛ کاری انجام دهد که با فیس بوک متفاوت باشد. این شرکت در سال ۲۰۰۸ تاسیس شد و در تمامی این سال‌ها آرام و آهسته پیش رفته است تا حالا که موقع

این شرکت تازه هیاهوی یک شبکه اجتماعی را نداشت یا مثل حوزه فضا و هوش مصنوعی بلندپروازانه نبود اما حتی همان شرکت‌های کله‌گنده فضایی و سازمان‌های غیرانتفاعی مبارزه با بیماری هم نیاز داشتند که وضعیت کارکنانشان را سامان دهند. آسانا که مشتاقان یوگا آن را معادل سانسکریت کلمه «به خط کردن» می‌دانند می‌توانست در این مسیر کمک کند

امروز نرم افزار آسانا توسط کارمندان در بیش از ۷۵ هزار شرکت استفاده می شود تا با مدیریت همه کارها، از نوشتن خلاصه جلسه گرفته تا برنامه ریزی برای یک رویداد، کنترلشان را بر کار احیا کنند، برنامه‌ای که توسط شرکت‌های بزرگی مانند AT&T، گوگل و ناسا استفاده می شود



ماسکوویتز و روزنشتاین به دور از فشارهای معمول استارت‌آپ‌ها برای تامین سرمایه، ماه‌ها از وقتشان را صرف کدنویسی و حرف زدن در مورد مشتریان بالقوه کردند تا بالاخره در نوامبر سال ۲۰۱۱ نوبت به ارسال اولین محموله محصولاتشان رسید. شش ماه اول محصولاتشان را رایگان در اختیار قرار دادند. ایده این بود که اول مشتریان را گرفتار خودت کن و بعد پای نسخه اصلی را به میان بکش

کنند. در G2، بازار آنلاین نرم‌افزار که دفتر مرکزی‌اش در شیکاگو مستقر است، آسانا جای پایش را وقتی پیدا کرد که یک مدیر جدید بازاربایی می‌خواست حساب و کتاب ترافیک و فروش کارمندان را نگاه دارد، او پس از امتحان آسانا استفاده از آن را به ۲۵۰ نفر از کارمندان‌شان در سراسر دنیا تسری داد. شرکت آلمانی وایسمن که حالا یکی از بزرگ‌ترین مشتریان آسانا به شمار می‌رود آن را در اختیار بیش از ۲ هزار و ۵۰۰ نفر از کارمندان‌شان قرار داده.

در این سال‌ها ماسکوویتز و روزنشتاین در داخل شرکت مشغول شکل دادن به فرهنگ سازمانی ایده‌آل‌شان بودند. با متخصصان بسیاری مصاحبه کردند، مریبان اجرایی را به شرکت آوردند و برای رسیدگی به محیط کار با تنوع کارمندان (نژادی، جنسیتی، مذهبی و...) مسئولی تعیین کردند و «مدیر آدم‌ها» تعیین کردند، می‌خواستند که همه چیز دقیقاً همانی باشد که می‌خواهند. در طول این مسیر ماسکوویتز که حالا سال‌ها است به مطالعه مذهب بودایی هم پرداخته است، ظرفیت خودش را به عنوان یک رهبر هم افزایش داده است. او که در بیست و چند سالگی‌اش در فیس‌بوک به عنوان کسی شناخته می‌شد که زود از کوره درمی‌رود می‌گوید که حالا آموخته که بابت هر عقب‌افتادگی قرار نیست همه را عذاب بدهد. ■



کووید ۱۹ اسل و تغییراتی که در فضای کار در حال رخ دادن است. از ماه فوریه تا کنون ترافیک وبسایت این شرکت ۲۴ درصد افزایش داشته است؛ در ماه اوت آسانا رقم فروششی معادل ۱۴۲٫۶ میلیون دلار را از ابتدای سال ۲۰۲۰ به ثبت رساند.

دیدار با شریک تازه

سال ۲۰۰۴، زمانی که ماسکوویتز به کمک هم‌اتاقی‌اش مارک زاکربرگ شرکت فیس‌بوک را در اتاق خوابگاه دانشگاه هاروارد راه‌اندازی کردند، فقط ۱۹ سال داشت. یک سال و نیم بعد او به همراه زاکربرگ از دانشگاه انصراف داد و راهی سلیکون ولی شد. او در ۲۳ سالگی دیگر بی‌انگیزه شد بود تا اینکه به عنوان مدیر مهندسی یکی از روبه‌رشدترین شرکت‌های فناوری طول تاریخ با روزنشتاین آشنا شد، یک چهره باارزش که یک سال از او بزرگ‌تر بود و فیس‌بوک توانسته بود در اوایل سال ۲۰۰۷ او را از چنگ گوگل درآورد.

در آن زمان، ماسکوویتز آخر هفته‌ها و شب‌هایش را صرف ساخت ابزار مدیریتی ساده‌ای برای تیم محصولات فیس‌بوک می‌کرد که بتوانند حساب پیشرفت پروژه‌هایشان را روی آن نگاه دارند. روزنشتاین هم اقرار کرد که به فکر محصول داخلی مشابهی برای استفاده در گوگل بوده است. آنها فکر و زمانشان را روی هم ریختند و چند ماهی را به صورت تمام وقت روی نرم‌افزار تسکس کار کردند که در تمامی فیس‌بوک برای اعلام دستور جلسات، مدیریت محصول و حتی تا اندازه‌ای نظار بر تجهیزات در ابار از آن استفاده می‌شد. خیلی زود این دو نفر به این نتیجه رسیدند که اگر بخواهند محصولاتشان را درست و کامل بسازند باید آشیانه فیس‌بوک را ترک کنند. ماسکوویتز می‌گوید: «ما کاملاً مطمئن بودیم که شرکتی مانند آسانا در آینده به وجود خواهد آمد حتی اگر ما آن را تأسیس نکنیم.»

این شرکت تازه هیاهوی یک شبکه اجتماعی را نداشت یا مثل حوزه فضا و هوش مصنوعی بلندپروازانه نبود اما حتی همان شرکت‌های کله‌کنده فضایی و سازمان‌های غیرانتفاعی مبارزه با بیماری هم نیاز داشتند که وضعیت کارکنانشان را سامان دهند. آسانا که مشتاقان یوگا آن را معادل سانسکریت کلمه «به خط کردن» می‌دانند می‌توانست در این مسیر کمک کند. روزنشتاین می‌گوید: «به نظر موقعیتی پیش آمده بود که نمی‌توانستیم به آن نه بگوییم.»

کار از گوشه دفتر کوچکی در شرق سان‌فرانسیسکو شروع شد و ماسکوویتز و روزنشتاین شروع به جمع کردن سرمایه اولیه از روی فهرست سرشناس‌ترین‌های حوزه تکنولوژی کردند از جمله زاکربرگ، شام پارکر و پیتیر تیل. اما در مجامع خصوصی‌تر خیلی‌ها نسبت به کار آن خوش‌بین نبودند. اریک رایس، دوست ماسکوویتز می‌گوید: «صلاً به نظر نمی‌رسید که کارشان چندان بگیرد.»

ماسکوویتز و روزنشتاین به دور از فشارهای معمول استارت‌آپ‌ها برای تامین سرمایه، ماه‌ها از وقتشان را صرف کدنویسی و حرف زدن در مورد مشتریان بالقوه کردند تا بالاخره در نوامبر سال ۲۰۱۱ نوبت به ارسال اولین محموله محصولاتشان رسید. شش ماه اول محصولاتشان را رایگان در اختیار قرار دادند. ایده این بود که اول مشتریان را گرفتار خودت کن و بعد پای نسخه اصلی را به میان بکش.

سال ۲۰۱۲ بود که نسخه پولی آسانا (که ماهیانه ۱۰٫۹۹ دلار بابت هر نفر آبونمان می‌گرفت) به بازار معرفی شد اما آنها از استخدام تیم بزرگ فروش سر باز زدند و به جای آن ترجیح دادند که از تکنیک‌های ارزان اینترنتی پیدا کردن مشتری و تبلیغات دهان به دهان استفاده

سایپنسکی می‌گوید: «ما شاهدیم که آدم‌های بسیاری چراغ را به خانه خود روا می‌دارند و در طول این مدت سخت در حمایت از کسب‌وکارهای محلی کوشیده‌اند. به نظر می‌رسد باید امیدوار بود که آنها در ادامه راه هم به حمایت از این کسب‌وکارها ادامه بدهند.»

است. محدودیت‌های ناشی از ویروس کرونا محرک بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک بوده است که در این مدت محصولات جدیدی ابداع کرده‌اند و یک سوم شرکت‌کنندگان در این پژوهش هم گفته‌اند که راه‌های جدیدی برای ارائه خدماتشان پیدا کرده‌اند. سایپنسکی می‌گوید: «برای دنیای کار و تجارت این موضوع حکم یک آزمایش بزرگ خارج از کنترل را داشته که سیمای کار را تغییر داده است. این ماجرا دری را به روی طیف وسیعی از ایده‌ها گشوده که قبلاً به آنها توجهی نمی‌شد چون تغییر سخت است و اگر همه چیز بر وفق مراد باشد چه نیازی به تغییر هست؟»

بر اساس پژوهش SHRM، ۴۳ درصد از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در مدل‌های تجاری‌شان تغییراتی اساسی ایجاد کرده‌اند. یکی از آن کارآفرینان دنیس وودارد، موسس پارتنیک فودز است، یک شرکت تولیدکننده کلوچه‌های وگان بدون گلوتن و غیر آلرژی‌زا. از آنجایی که بخش عمده بازاریابی این شرکت مبتنی بر تبلیغات چهره به چهره و حضور در بازارهای محلی بود، وودارد به راه‌های تازه دیجیتال برای معرفی محصولاتش رو آورده است. از جمله این راهکارها شرکت در کمپینی با حضور کسب‌وکارهای متعلق به گروه‌های اقلیت و زنان بود و شرکت در رویدادهای پخش زنده در اینستاگرام و فیس‌بوک.

سایپنسکی انتظار دارد که این نوع انعطاف را در دوران بازاریابی پس از رکود از سوی کسب‌وکارهای مختلف در ابعاد گوناگون ببیند. سه چهارم از کسب‌وکارهای کوچک در پی تغییر سیاست‌های خود در مورد حمایت از کودکان کارمندان هستند و ۴۳ درصد به ساعات منعطف کاری یا تغییر نوع برنامه فکر می‌کنند. ۳۱ درصد از این شرکت‌ها پیشنهاد دورکاری تمام وقت را ارائه داده‌اند. سایپنسکی می‌گوید: «کسب‌وکارهای کوچک در موقعیت استثنایی قرار دارند چون در مقایسه با کسب‌وکارهای بزرگ‌تر، قادرند در مورد کارکنانشان انعطاف بیشتری داشته باشند و با مسائل شرکت‌های بزرگ دست به گریبان نیستند.»

البته هیچ یک از اینها به معنای این نیست که صاحبان این کسب‌وکارها دیگر هیچ نگرانی ندارند. ۵۳ درصد از آنها تا حدی یا بسیار نگران ریسک روبه‌افزایش دعوای حقوقی در دوران بازگشایی پس از هستند چرا که بار هزینه امور حقوقی می‌تواند تیشه به ریشه آنها بزند. با این حال همین که توانسته‌اند در این دوران مسیر کسب‌وکار خود را تغییر دهند، آنها را نسبت به آینده خوشبین کرده است و البته در این مسیر حمایت‌های جوامع محلی از آنها هم مزید بر علت شده است. سایپنسکی می‌گوید: «ما شاهدیم که آدم‌های بسیاری چراغ را به خانه خود روا می‌دارند و در طول این مدت سخت در حمایت از کسب‌وکارهای محلی کوشیده‌اند. به نظر می‌رسد باید امیدوار بود که آنها در ادامه راه هم به حمایت از این کسب‌وکارها ادامه بدهند.»

وودارد در این مدت شاهد حمایت جامعه اطراف خود بوده است. اولین رشد فروش شرکتش در ماه مارس رخ داد، زمانی که همه مشغول ذخیره مواد غذایی در مواجهه با پاندمی شده بودند. پارتنیک فودز، به عنوان یکی از معدود کسب‌وکارها با مالک سیاه‌پوست که در سطح ملی فعالیت دارد، در ماه می و به دنبال قتل جورج فلویید هم شاهد رشد دیگری در میزان فروشش بود. او می‌گوید: «کار ما واقعاً حمایت همه‌جانبه کسانی را دریافت کرد که می‌خواستند به کسب‌وکارهای کوچک، کسب‌وکارهایی که توسط زنان اداره می‌شوند و کسب‌وکارهایی که مالک سیاه‌پوست دارند، کمک کنند. من به آینده کسب‌وکارهای کوچک در آمریکا امیدوارم.»

کسب‌وکارهای کوچک به آینده پسا کرونا خوش بین هستند

کوچک زیباست



ضربه اول سهمگینی بود. به محض اینکه با شیوع کرونا ناگهان نسخه دنیا پیچیده شد، شهرهای بزرگ در قرنطینه فرو رفتند و بازار راکد شد و سفرها قطع، زمین خوردن تجارت‌ها و کاهش دادن نیروها هم شروع شد. شوک پاندمی خیلی سریع بر روی دنیای کسب‌وکار تأثیرش را نشان داد. اما فارغ از آن ضربه اول، آنهایی که توانستند سرپا بمانند و ادامه دهند کم‌کم یاد گرفتند خود را با زندگی تازه هماهنگ کنند. در این میان کسب‌وکارهای کوچک در آمریکا نشان دادند که انعطاف خوبی برای تغییر مسیر و خلاقیت دارند. نشریه فوربز اخیراً در گزارشی به همین موضوع پرداخته است که ترجمه بخش‌هایی از آن گزارش را در این صفحه می‌خوانید.

در حالی که کسب‌وکارهای کوچک در حال دست و پنجه نرم کردن برای جان به در بردن از مهلکه ایجادشده توسط کووید ۱۹ هستند، یک پژوهش جدید نشان می‌دهد که صاحبان این دسته از کسب‌وکارها نسبت به آینده خوش بین هستند. طبق تحقیقی که انجمن مدیریت منابع انسانی (SHRM) انجام داده، حدود ۷۵ درصد از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در این نکته توافق دارند که اگر بحرانی مشابه پاندمی کرونا تکرار شود آنها بهتر آمادگی مواجهه با آن را دارند. ۵۲ درصد از کسب‌وکارهای کوچکی که در این پژوهش شرکت کردند انتظار دارند که ظرف شش ماه یا کمتر به میزان سود دوران پیش از کرونا خود بازگردند. این خوش بینی برای لیز سایپنسکی، مدیر تحقیقات محصول SHRM بسیار دلگرم کننده است، کسی که می‌گوید کووید ۱۹ «انگیزه قدرتمندی برای خلاقیت» بوده

طبق تحقیقی که انجمن مدیریت منابع انسانی (SHRM) انجام داده، حدود ۷۵ درصد از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک در این نکته توافق دارند که اگر بحرانی مشابه پاندمی کرونا تکرار شود آنها بهتر آمادگی مواجهه با آن را دارند

..... آینده‌پژوهی



خدا حافظی با جهان پیش از کرونا

اقتصاد جهانی بعد از کرونا دیگر مثل سابق نخواهد بود

رکود عالم گیر

اقتصاد جهانی بعد از کرونا دیگر مثل سابق نخواهد بود

کارمن رینهارت
وینسنت رینهارت

اقتصاددان و پژوهشگر
اقتصادی

منبع: فارن افرز

چرا باید خواند:

عالم گیری ویروس

کرونا همه اقتصادها را

تحت الشعاع قرار داده

و ایران هم از قضیه

مستثنا نیست. اینکه

این کرونا چطور اقتصاد

جهانی را در گروگون

ساخته برای همه جالب

توجه است.

کووید-۱۹ از آن تهدیدهایی است که جمعیت جهانی در هر نسل فقط یک بار با آن روبه‌رو می‌شود. با اینکه این بیماری اولین مرضی نبوده که در سرتاسر جهان مسری شده، اولین باری است که دولت‌ها این چنین بی‌امان به مبارزه با آن برخاسته‌اند. تلاش‌هایی که برای بهتر شدن اوضاع شده - از جمله ممنوعیت رفت‌وآمد و محدودیت در مسافرت - بابت این بوده که نرخ سرایت کاهش یابد تا بتوان از منابع بهداشتی و درمانی‌ای که در دسترس قرار دارند محافظت کرد. دولت‌ها برای تامین بودجه این امور و سایر استانداردهای سلامت عمومی در سرتاسر جهان توان اقتصادی خود را در مقیاسی به کار گرفته‌اند که تا پیش از این به‌ندرت دیده شده بود.

با این که رکودی که در سال ۲۰۰۸ شروع شد لقب «بحران مالی جهانی» نام گرفت اما عمدتاً این بحرانی بانکی بود که ۱۱ اقتصاد پیشرفته را درگیر کرده بود. اقتصادهای نوظهور در آشوب بحران جهانی قبلی به‌پشتوانه رشد اقتصادی دورقمی چین و قیمت بالای کالاها و کسری تجاری ناچیز توانستند دوام بیاورند. اما رکود اقتصادی کنونی اتفاق متفاوتی است. ماهیت مشترک این شوک - ویروس نوظهور کرونا مرزهای ملی را مراعات نمی‌کند - سهم بیشتری از رکود را در جامعه جهانی از دوران رکود بزرگ در سال ۱۹۲۹ به دست آورده است. در نتیجه، احیای اقتصادی به‌اندازه خارج‌شدن‌های قبلی سریع یا پرتوان نخواهد بود. و در نهایت، سیاست‌های مالی و پولی که در مواجهه با این گرفتاری پیش گرفته می‌شوند به‌جای اینکه خسارت‌های اقتصادی را از بین ببرند فقط می‌توانند آن‌ها را تسکین دهند و در طول زمان، رد زخم‌هایی که از ناخوشی‌های شروع سال ۲۰۲۰ به بعد ایجاد

شده باقی خواهد ماند.

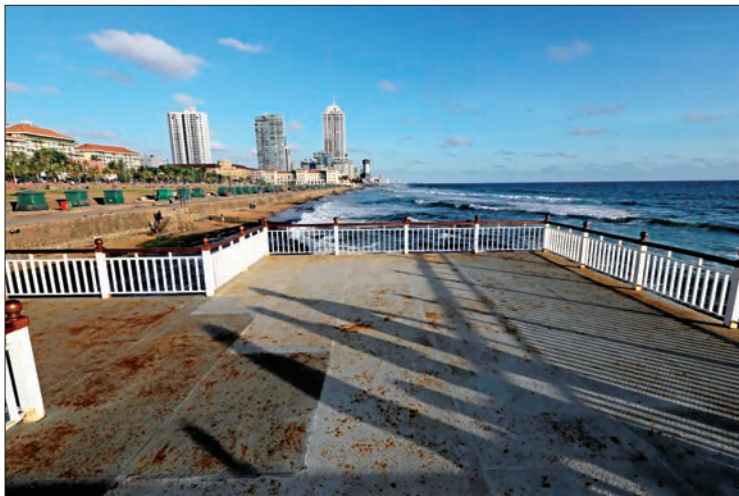
عالم‌گیری ویروس کرونا رکود اقتصادی عظیمی را ایجاد کرده است که منجر به یک بحران اقتصادی در بسیاری از بخش‌های جهان خواهد شد و وام‌های عقب‌افتاده تجاری در نهایت باعث ورشکستگی کسب‌وکارها خواهد شد. نکول وام‌ها در کشورهای در حال توسعه نیز باعث خواهد شد که وضعیت بدتر شود. این بحران نیز همان راهی را خواهد رفت که بحران قبلی رفته بود به‌استثنای اینکه وضعیتش خیلی بدتر خواهد بود و مصایب آن متناسب با مقیاس فروپاشی فعالیت‌های اقتصادی‌ای خواهد بود که در آن اتفاق می‌افتد. بحران به خانوارها و کشورهایی را که درآمد کمتری دارند بیشتر از همتایان ثروتمند آن‌ها صدمه خواهد زد. بانک جهانی به‌طور مسلم تخمین زده است که بر اثر عالم‌گیری ویروس کرونا حدود ۶۰ میلیون نفر در سطح جهانی زیر خط فقر مطلق خواهند رفت. این احتمال می‌تواند وجود داشته باشد که اقتصاد جهانی مسیری متفاوت را بییماید و در نتیجه آن، کسری تجاری در بسیاری از کشورها از خط قرمز عبور کند و روند جهانی شدن با وقفه‌های بیشتری همراه شود.

بانک جهانی در تحلیل اخیر خود پیش‌بینی کرده است که در سال ۲۰۲۰ اقتصاد جهانی ۵٫۲ درصد کوچک‌تر شود که به‌معنی رشد اقتصادی جهانی منفی ۵٫۲ درصد در سال جاری است. اداره آمار نیروی کار آمریکا اخیراً بدترین آمار بیکاری ماهانه را در طی ۷۲ سالی که این اداره در حال ضبط آمار است ثبت کرده. بیشتری تحلیل‌ها پیش‌بینی کرده‌اند که آمار بیکاری آمریکا تا اواسط سال آینده میلادی دورقمی باقی بماند. بانک مرکزی بریتانیا هشدار داده است که این کشور در سال جاری میلادی با شدیدترین کاهش تولید اقتصادی از سال ۱۷۰۶ میلادی تاکنون مواجه شود. این شرایط بسیار وخیم‌تر از آن است که آن را «رکود» بنامیم بلکه باید آن را یک رکود عالم‌گیر نامید. متأسفانه بر اثر سابقه تاریخی‌ای که از رکود بزرگ در دهه ۱۹۳۰ باقی مانده، مانع از این می‌شود که اقتصاددانان از کلمه دیگری برای این وضعیت استفاده کنند در صورتی که هم از نظر عمق و هم از لحاظ مدت زمان، وضعیت رکود اقتصادی فعلی بسیار حادث‌تر از رکود آن زمان است. قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم میلادی پر از رکودهای اقتصادی بوده اما بدون توجه به شغل‌هایی که از دست رفته‌اند و کسب‌وکارهایی که تعطیل شده‌اند، در آن موارد از عبارت خفیف‌تر مشکلات اقتصادی استفاده می‌شود.

متخصصان همه‌گیری بیماری‌های مسری ویروس کرونا را که باعث بیماری کووید - ۱۹ می‌شود یک ویروس جدید و نوظهور می‌دانند و برای همین واکنش‌هایی را که سرایت آن به بسیاری از نقاط جهان برمی‌انگیزد و عواقب اقتصادی و آن را برای بخش خصوصی و نیز بخش عمومی نمی‌توانند پیش‌بینی کنند. سرایت ویروس کرونا باعث شده که کارگران در محله‌ها و فروشندگان در



با این که رکودی که در سال ۲۰۰۸ شروع شد لقب «بحران مالی جهانی» نام گرفت اما عمدتاً این بحرانی بانکی بود که ۱۱ اقتصاد پیشرفته را درگیر کرده بود. اقتصادهای نوظهور در آشوب بحران جهانی قبلی به پشتوانه رشد اقتصادی دورقمی چین و قیمت بالای کالاها و کسری تجاری ناچیز توانستند دوام بیاورند.



عالم‌گیری ویروس کرونا رکود اقتصادی عظیمی را ایجاد کرده است که منجر به یک بحران اقتصادی در بسیاری از بخش‌های جهان خواهد شد و وام‌های عقب‌افتاده تجاری در نهایت باعث ورشکستگی کسب‌وکارها خواهد شد. نکول وام‌ها در کشورهای در حال توسعه نیز باعث خواهد شد که وضعیت بدتر شود

نه فقط حجم تجارت کاهش پیدا کرده، که قیمت بسیاری از اقلام صادراتی نیز سقوط کرده است. در هیچ جایی داستان پرهیجان سقوط قیمت کالا به روشنی بازار نفت نبوده است. رکود اقتصادی باعث سقوط عظیم تقاضای انرژی شد و ائتلاف شکننده اوپک پلاس را تضعیف کرد

صادراتی نیز سقوط کرده است. در هیچ جایی داستان پرهیجان سقوط قیمت کالا به روشنی بازار نفت نبوده است. رکود اقتصادی باعث سقوط عظیم تقاضای انرژی شد و ائتلاف شکننده اوپک پلاس را تضعیف کرد. اوپک پلاس تشکیل شده است از کشورهای تولیدکننده نفت (اوپک) به علاوه روسیه و شرکای تولیدکننده نفت این کشور. همین ائتلاف اوپک پلاس بود که طی سه سال اخیر، قیمت نفت را بین بشکه‌های ۴۵ تا ۷۰ دلار نگه داشته بود. اوپک پلاس باعث شده بود که تقاضای نفت پایدار بماند و برای اینکه قیمت از حدی پایین‌تر نیاید کاهش تولید نفت رو ضروری ساخته بود. اما کاهش شدید تقاضای در دوران عالم‌گیری کرونا سبب شد که وضعیت طوری باشد که برای نگاه‌داشتن قیمت نفت، دو بازیگر بزرگ بازار نفت یعنی روسیه و عربستان سعودی تولید خود را تقریباً قطع کنند؛ کاری که این دو کشور به آن تن نمی‌دادند. بنابراین نتیجه این شد که تولید بسیار بیشتری در حوزه نفت اتفاق بیفتد و قیمت نفت سقوط آزاد کند. از آن سو، بسیاری از اقتصادهای نوظهور و همچنین آمریکا شروع کردند به استخراج نفت و گاز از میادین خود. به هر حال، قیمت نفت بسیار پایین آمد و کشورهایی که اقتصادشان به شدت به نفت وابسته بود، مثل اکوادور، آسیب جدی دیدند. نکته مهم اینجاست که در بحران‌های مالی قبلی، مشکلات اقتصادی برای بخشی از جهان به وجود می‌آمد و همه کشورهای دنیا را درگیر نمی‌کرد. مثلاً در بحران دهه ۱۹۸۰، کشورهای آمریکای لاتین درگیر شدند و در سال ۱۹۹۷، کشورهای آسیایی به بحران مالی خوردند و اقتصادهای پیشرفته به رشد خود ادامه دادند. اما در بحران اخیر که حاصل عالم‌گیری ویروس کروناست، همه کشورهای جهان درگیر شده‌اند و برخلاف بحران‌های اقتصادی گذشته، گرفتاری‌های اقتصادی منحصر به چند کشور یا یک منطقه خاص نیست. طبیعی است که نتایج چنین بحرانی بسیار بیشتر باشد و برای رهایی از آن تلاش خیلی بیشتری از آنچه در بحران‌های قبلی انجام گرفته لازم باشد. سازمان تجارت جهانی تخمین زده است که در سال ۲۰۲۰، تجارت جهانی بین ۱۳ تا ۳۲ درصد کاهش پیدا کند. اگر چنین اتفاقی رخ دهد، بدترین سال را از دهه ۱۹۳۰ تاکنون برای جهانی‌سازی شاهد خواهیم بود. ■

بازارها در معرض ابتلای شدید به بیماری قرار بگیرند. کارشناسان می‌گویند که ویروس کرونا مثل ویروس آنفلوانزای اسپانیایی در سال‌های ۱۹۱۸ و ۱۹۱۹ نیست که موج‌های سوم و چهارم داشته باشد و بسیاری از افراد را درگیر کند بلکه منحنی همه‌گیری آن شبیه به حرف ۷ انگلیسی است و تعداد مبتلایان و تلفات به یک قله می‌رسد و بعد پایین می‌آید. اما حتی اگر چنین سناریویی نیز درست باشد، این احتمال خیلی زیاد وجود دارد که سرایت کووید-۱۹ در برخی جاها در کره زمین مدت خیلی بیشتری ادامه پیدا کند.

تا اینجای کار، وقوع بیماری همزمان نبوده است. تعداد موارد ابتلای جدید در وهله اول ابتدا در چین و بخش‌هایی از آسیا و سپس در اروپا و بعدتر در بیشتر نقاط ایالات متحده به‌طور تدریجی کاهش یافت. در همین زمان، نقاط قرمز ابتلا به کووید-۱۹ در مناطق متفاوتی همچون برزیل، هند و روسیه مشاهده شد. در این بحران، آشفتگی اقتصادی با فاصله نزدیک بیماری را تعقیب می‌کند. این مصیبت رد زخم عمیقی بر فعالیت اقتصادی جهان باقی گذاشته است.

برخی اقتصادهای بزرگ در حال حاضر مشغول به بازگشایی مراکز اقتصادی‌اند که این واقعیت را نشان می‌دهد که شرایط اقتصادی در آسیا و اروپا در حال بهتر شدن است و بازار کار آمریکا نیز دارد بهبود می‌یابد. بگذارید بگویم که این بازگشت به وضعیت‌های سابق را نباید با احیای اقتصادی اشتباه گرفت. در بدترین بحران‌های مالی که از اواسط قرن نوزدهم رخ داده، بازگشت سرانه تولید ناخالص داخلی به سطح سرانه قبل از بحران به‌طور متوسط هشت سال طول کشیده است. باید انتظار داشت که ایالات متحده با میزان تاریخی مشوق‌های پولی و مالی‌ای که در بحران فعلی هزینه کرده، بازگشت اقتصادی بهتر و بی‌دردتری داشته باشد. اما بیشتر کشورها توانایی جبران خسارات اقتصادی ناشی از کووید-۱۹ را ندارند. بازگشت اقتصادی کنونی نیز راه درازی برای اینکه از مصممه دربیاید پیش رو دارد. با اینکه هر نوع پیش‌بینی در این حال و هوا قطعیت لازم را ندارد، سه شاخص است که در مجموع نشان می‌دهد راه احیای اقتصادی راه خیلی درازی است. اولین شاخص کارشناسان هستند. به‌علت اینکه مرزها بسته شده و افراد به‌اجبار در خانه‌ها مانده‌اند، تقاضای جهانی کالا کاهش یافته و اقتصادهایی که به صادرات وابسته بودند به‌شدت صدمه خورده‌اند. حتی پیش از عالم‌گیری بیماری نیز بسیاری از کارشناسان با این فشار روبه‌رو شده بودند. بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۸، رشد تجارت جهانی تا نصف میزان رشد صادرات در دهه پیش از آن، کاهش یافته است. تا همین اواخر، صادرات بر اثر جنگ تجاری بین آمریکا و چین که ترامپ از وسط سال ۱۹۱۸ شروع کرد، صدمه دید. برای اقتصادهایی که در آن‌ها گردشگری اهمیت زیادی در نقش یک منبع رشد اقتصادی دارد، سقوط سفرهای بین‌المللی یک فاجعه بوده است. صندوق بین‌المللی پول تخمین زده است که در منطقه کارائیب که گردشگری ۵۰ تا ۹۰ درصد درآمد و اشتغال را در برخی از کشورهای واقع در آن تشکیل می‌دهد، درآمدهای حاصل از گردشگری طی سه سال آینده بتوانند به سطح قبل از همه‌گیری ویروس کرونا بازگردند.

نه فقط حجم تجارت کاهش پیدا کرده که قیمت بسیاری از اقلام

کروناویزیون

شیوع کووید-۱۹ چطور صنعت تلویزیون را متحول کرده است



جاناتان هلمز

تحلیل‌گر حوزه رسانه

الگوریتم‌های یوتیوب که از قدرت جست‌وجوی گوگل بهره می‌گیرد، دائما در حال منطبق کردن خود با رفتارهای ماسک و از یادگیری ماشینی استفاده می‌کند. آن‌ها گاهی به طرز هولناکی دقیق هستند. طی دوران عالم‌گیری ویروس کرونا و ماندن اجباری در خانه، بازدید ویدیوهای یوتیوب تا ۲۰۰ درصد افزایش یافت. بازدید ویدیوهایی که آموزش می‌داد با خمیرترش چطور باید نان پخت، تا ۴۰۰ درصد زیاد شد. یوتیوب دقیقا می‌داند که شما چه وقتی چه چیزی را می‌خواهید. به علاوه، وقتی که تلویزیون‌های سنتی به علت محدودیت‌های ساخت برنامه نتوانسته‌اند تولیدات خوبی داشته باشند، افراد خلاق در اتاق‌های خواب خود ویدیوهایی را ساخته‌اند و در یوتیوب به نمایش گذاشته‌اند. حتی افراد مشهور تلویزیونی نیز از یوتیوب برای جذب بیننده استفاده کرده‌اند.

در زمانه‌ای که ما همه عادت کرده‌ایم که فیلم و برنامه ویدیویی خود را در دستگاه‌های خودمان و در وقتی که هر کدام می‌خواهیم ببینیم، ویروس کرونا باعث شده است که دوباره خانواده‌ها برای دیدن مشترک برنامه‌ها دور هم جمع شوند. چه برنامه «دکتر هو» باشد و چه برنامه ورزش و نرمش «جو ویکز»، همه ما جلو تلویزیون می‌نشینیم و آن را نگاه می‌کنیم، درست مثل زمانی که برنامه کودک «با مادر تماشا کنید» که تا سال ۱۹۷۵ از بی‌بی‌سی پخش می‌شد.

مانند اجباری در خانه مسئولیت کسانی که برای بچه‌ها برنامه می‌سازند را برای ما یادآوری کرده است. هلن فولکر، مدیر ارشد تولید محتوا در شبکه آموزشی بی‌بی‌سی، می‌گوید: «در درجه اول، هر کاری که ما می‌کنیم در همراهی با معلم‌هاست و همواره در حال مشاوره

توضیحی درباره مقاله حاضر: روزنامه تلگراف مقاله پیش رو را در وبسایت خود منتشر کرد اما شبیه انتشار مقاله خلاصانه بود. این مطلب تکه تکه بود و مخاطب خودش انتخاب می‌کرد که کدام تکه را اول بخواند و بعد چند تکه دیگر به او پیشنهاد می‌شد و باز می‌توانست قسمت‌های بعدی مطلب را انتخاب کند. بدین ترتیب، به قول نویسنده مقاله، به صد راه می‌شد این مقاله را خواند. اما برای ترجمه «آینده‌نگر»، ما ناگزیر بودیم جنبه تعاملی بودن مطلب را کنار بگذاریم و خلاصه‌ای از مقاله را ترجمه کنیم که شده همین مطلبی که پیش رو دارید.

تکامل وحشتناک‌ترین نیرو در طبیعت است. طی آزمون و خطای پیوسته‌ای که در جریان است، تکامل چیزهایی را به مرگ نزدیک‌تر و چیزهایی را مقاوم‌تر می‌کند. همین باعث شده است که یک ویروس از یک حیوان به گونه‌های دیگر سرایت کند و تمام جهان را درنوردد. این کار فقط به زمان نیاز داشته است. یوتیوب یکی از رسانه‌هاست که ویدیوهایش مثل همین ویروس‌هایی که ذکرش رفت، به همه جا می‌رود. اگر شما فکر می‌کنید که فقط ویدیو از گربه‌ها و اینفلوئنسرهای نوجوان یا خوردن ماهی ساردین توسط ماهی‌های بزرگ‌تری در یوتیوب مخاطب زیاد پیدا می‌کند، در اشتباهید. این پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدیو یک نوع جدید از تلویزیون است. برای جوان‌ها یوتیوب تلویزیون است. آن‌ها هر روز ساعت‌ها پای یوتیوب می‌نشینند و ویدیو تماشا می‌کنند. آن‌ها تلویزیون‌های سنتی و هر نوع رسانه پخش سنتی را کنار می‌گذارند و به آن‌ها مثل رسانه‌های پیشاتاریخی نگاه می‌کنند.

منبع تلگراف

چرا باید خواند:

بسیاری از رسانه‌ها در

دوران عالم‌گیری کرونا

سازوکار خود را تغییر

داده‌اند و تلویزیون

نیز از جمله همین

رسانه‌هاست. این

تغییر برای رسانه‌های

ایرانی نیز مشهود و

جالب توجه است.



ظرف پنج هفته، از زمان شروع ماندن اجباری در خانه در بریتانیا، بی‌بی‌سی دست به تولید یک برنامه کامل آموزشی زد و برنامه‌های آموزشی روزانه‌اش را در اپلیکیشن مخصوص خود ارائه کرد برای اینکه به بچه‌ها کمک کنند یاد بگیرند و به والدین کمک کنند که به بچه درس بدهند

الگوریتم‌های یوتیوب که از قدرت جست‌وجوی گوگل بهره می‌گیرد، دائما در حال منطبق کردن خود با رفتارهای ماست و از یادگیری ماشینی استفاده می‌کند. آن‌ها گاهی به طرز هولناکی دقیق هستند. طی دوران عالم‌گیری ویروس کرونا و ماندن اجباری در خانه، بازدید ویدیوهای یوتیوب تا ۲۰۰ درصد افزایش یافت. بازدید ویدیوهای که آموزش می‌داد با خمیرترش چطور باید نان پخت، تا ۴۰۰ درصد زیاد شد.

گرفتن از معلم‌ها هستیم تا مطمئن شویم که کارها درست انجام می‌شود.»

ظرف پنج هفته، از زمان شروع ماندن اجباری در خانه در بریتانیا، بی‌بی‌سی دست به تولید یک برنامه کامل آموزشی زد و برنامه‌های آموزشی روزانه‌اش را در اپلیکیشن مخصوص خود ارائه کرد برای اینکه به بچه‌ها کمک کند یاد بگیرند و به والدین کمک کند که به بچه درس بدهند. فولکر می‌گوید: «ما همیشه با معلم‌ها و مشاوران آموزشی خود کار می‌کنیم و بنابراین به محض اینکه احتمال تعطیلی مدارس پیش آمد، تحقیقات خود را در این حوزه شروع کردیم و دریافتیم که والدین در تدریس کودکان در خانه به چه چیزهایی ممکن است نیاز داشته باشند.»

مدیران بی‌بی‌سی می‌گویند که نظم روزمره زندگی به هم خورده و والدین دیگر سر کار نمی‌روند و بچه‌ها هم مدرسه رفتن را فعلا تعطیل کرده‌اند. بنابراین تعداد مخاطبان برنامه‌های آموزشی بی‌بی‌سی که قبلا بنابر آمار آفکام تنزل کرده بود دوباره رشد کرده است. از سوی دیگر، شرکت‌های فیلم‌سازی نیز به این فکر افتاده‌اند که برای کودکان برنامه تولید کنند. شرکتی مثل نت‌فلیکس تلاش زیادی کرده است که سهمی از این بازار گسترده شده را نصیب خود کند و به همین ترتیب، شرکت دیزنی پلاس نیز به تکاپو افتاده است. رسانه‌هایی مثل نت‌فلیکس و دیزنی پلاس پلتفرم‌هایی هستند که با تلویزیون‌های سنتی فرق می‌کنند و عملا با جذب مخاطب بیشتر و همچنین کسب درآمد زیادتر، مدلی از تلویزیون را در دوران عالم‌گیری ویروس کرونا ارائه کرده‌اند که باعث می‌شود مفهوم تلویزیون نسبت به آنچه قبلا به‌طور سنتی فهم می‌شده است بیش از گذشته دگرگون شود. تحولی که ویروس کرونا در صنعت و شکل تلویزیون پدید آورده، به قدری زیاد است که می‌توان اصطلاح «کروناویزیون» به جای تلویزیون برای آن به کار برد.

اما این ماندن در خانه بر اثر ممنوعیت تردد در دوران کرونا جنبه‌های آزارنده‌ای هم دارد. شما در خانه زندانی شده‌اید با یک تلفن هوشمندی که در دست دارید، درست مثل موش‌هایی که در قفس زندانی می‌شوند، اما صبر کنید، این تشبیه چندان هم درست نیست. شما انتخاب‌های خیلی زیادی دارید برای اینکه بتوانید ویدیوها و برنامه‌هایی را که می‌خواهید تماشا کنید، اما برای اینکه شرکت‌ها بتوانند از این فیلم دیدن شما پول دریاورند، تمام فعالیت‌های شما را رصد می‌کنند. ما چند سال پیش، در اتاق یکی از مدیران شرکت نت‌فلیکس نشسته بودم و آن مدیر با آمار و نمودار به من نشان می‌داد که در دقیقه اول یکی از قسمت‌های سریال «خانه پوشالی» وقتی که کوین اسپسی به دوربین نگاه می‌کند و همزمان سگی را می‌کشد، بسیاری از تماشاگران سریال دیدن آن قسمت را کنار گذاشته‌اند. اما سازندگان این سریال آمار دیگری را هم مد نظر داشته‌اند؛ اینکه چقدر هواداران دیوید فینچر، کارگران سریال، و همچنین کوین اسپسی، بازیگر سریال، و همچنین سریال اصلی و قدیمی انگلیسی «خانه پوشالی» می‌تواند مخاطبان را به سوی خود جلب کند، حتی با اینکه آمار و ارقام نشان بدهند که مخاطبان از یک صحنه سریال دیگر خوش‌شان نمی‌آید. استفاده از همین آمار و ارقام در سریال «آینه سیاه» هم خیلی به کار رفت، مخصوصا در قسمتی که افرادی را در جامعه نشان می‌دهد که از دوچرخه‌سواری برق تولید می‌کنند و امتیاز می‌گیرند تا مایحتاج دیگر زندگی خود را تامین کنند. باید گفت که شرکت‌های سازنده برنامه‌های ویدیویی مدل جدیدی از کسب‌وکار را مورد استفاده قرار می‌دهند که قبلا تلویزیون‌های سنتی نمی‌توانسته‌اند

به این دقت آن‌ها را به کار بگیرند. شرکت‌هایی مثل نت‌فلیکس می‌توانند آمار بسیار دقیقی از رفتار تماشاگران خود بگیرند و آن‌ها را در تصمیم‌گیری‌های تولیدات خود به کار ببرند. اما تلویزیون‌های سنتی چون پلتفرم‌های پخش دیجیتال مثل پلتفرم‌های نت‌فلیکس نداشته‌اند، چندان نمی‌توانسته‌اند به آمار دقیق برسند و باید از نظرسنجی‌های غیردقیق برای این کار بهره می‌گرفته‌اند. نکته اصلی اینجا است که در حال حاضر، تلویزیون‌های جدید طوری شده که به همان اندازه که مخاطبان تلویزیون‌ها را تماشا می‌کنند، تلویزیون‌ها هم مخاطبان را مراقبت می‌کنند. بنابراین کاملا رفتار مخاطب را زیر نظر دارند و می‌توانند براساس رفتار آن‌ها طوری برنامه بسازند که بیشترین مخاطب و درآمد را برایشان داشته باشد. این وضعیت مثل این است که شما با تلفن صحبت کنید اما دریابید که تلفن هم دارد به حرف‌های شما گوش می‌دهد. با اینکه این رفتار ممکن است برای شما ناخوشایند باشد اما هر چه بیشتر در حال تبدیل شدن به یک وضعیت طبیعی است. در این میان، از چنین آمار و ارقام و رفتارهایی که از مخاطب جمع‌آوری می‌شود، الگوریتم‌های پیشنهاددهنده موضوع استفاده می‌کنند تا مخاطبان را بیش از پیش ترغیب کنند.

نکته دیگری که باید خاطر نشان کرد این است که کووید-۱۹ باعث شده خیلی از برنامه‌های تلویزیون با مشکل مواجه شوند و بسیاری از برنامه‌سازان به‌سختی بتوانند به کار تولید محتوای خود ادامه دهند اما در عین حال، تمام یک نسل از سازنده محتوا نیز هستند که هیچ چیزی را از دست ن داده‌اند چون آن‌ها قبلا هم که ویروس کرونا عالم‌گیر نشده بود، به همین ترتیبی برنامه‌های خود را می‌ساختند که الان همه دارند می‌سازند. باید گفت یوتیوب آینده تلویزیون نیست بلکه وضعیت کنونی تلویزیون است. هر یک از ما ساعت‌های متعددی را در یوتیوب می‌گذرانیم و آن‌هایی از ما که جوان‌تر هستند، خیلی بیشتر از آنچه ما در یوتیوب ویدیو می‌بینیم برنامه تماشا می‌کنند. آنچه روح برنامه‌های «از اول تا آخرش را خودت بساز» دارد، در حال حاضر همگانی شده است و می‌تواند برای لحظه حال نوع مناسبی از برنامه‌سازی محتوای تلویزیونی به شمار رود. ارتش بی‌پایانی از سازندگان برنامه، استودیوهای حرفه‌ای، پخش‌کنندگان سنتی تلویزیونی و مردم عادی هستند که هر دقیقه و هر ثانیه صدها ساعت ویدیو را در یوتیوب آپلود می‌کنند. دست‌کم روی کاغذ و از لحاظ نظری، یوتیوب می‌تواند هر چیزی از جانب هر کسی باشد که در یک گوشه دنج در حال تولید محتوا است.

با این حال، برای اینکه تولیدکنندگان برنامه بخواهند در کار خود موفق شوند، در خواهند یافت که آن‌ها در رابطه همزیستی با الگوریتم‌های پیشنهاددهنده موتور جست‌وجوی گوگل هستند و باید محتواهای خود را طوری بسازند که این الگوریتم‌ها را خشنود سازد. بنابراین سازندگان برنامه تبدیل شده‌اند به سایبورگ‌ها و انعکاس رفتار آن‌ها در هر جایی از صنعت تلویزیون، از بی‌بی‌سی گرفته تا نت‌فلیکس قابل مشاهده است. آنچه برای درگاه‌های دیگر رسانه‌های شبیه به یک داستان علمی-تخیلی است، در یوتیوب یک کار روزمره و معمولی به شمار می‌رود. قدم بعدی هم روشن است: خودکارسازی کامل، برنامه‌های ساخته ماشینی. اینکه چنین وضعیت چطور خواهد بود بستگی خواهد داشت به اینکه الگوریتم‌های آینده چطور ما را در آینه منعکس کنند، خوب یا بد. وقتی که مردم به یوتیوب فکر می‌کنند، نوجوانانی را در نظر می‌آورند که در تخت‌شان خوابیده‌اند و تلویزیون نگاه می‌کنند. این جنبه انسانی ماجرا است. اما برای درک جنبه بد آن، فیلم ترمیناتور را در نظر بیاورید. ■

در حال حاضر،
تلویزیون‌های
جدید طوری
شده که به همان
اندازه که مخاطبان
تلویزیون‌ها را
تماشا می‌کنند،
تلویزیون‌ها
هم مخاطبان را
مراقبت می‌کنند.
بنابراین کاملا
رفتار مخاطب را
زیر نظر دارند و
می‌توانند براساس
رفتار آن‌ها طوری
برنامه بسازند که
بیشترین مخاطب
و درآمد را برایشان
داشته باشد

احیای صنعت سفر تا ۸ سال آینده

آیا همه گیری کرونا باعث مرگ صنعت سفرهای تجاری می شود؟

مونا مشهدی رجبی

دبیر بخش آینده

منبع: مجمع جهانی اقتصاد

چرا باید خواند:

در نتیجه همه گیری

کرونا صنعت سفر با

شدت بالایی آسیب

دیده برخی بر این

یاورند این صنعت به

طور کامل از بین خواهد

رفت

بدون شک افت

میزان درآمد

شرکت های

صنعتی می تواند

تقاضای برای

سفرهای تجاری

رانیز کمتر کند

که البته با احیای

اقتصاد این معضل

برطرف خواهد

شد

در جریان همه گیری کرونا صنعت سفر در دنیا زمین گیر شد. از یک طرف بسته شدن مرزها و از طرف دیگر قرنطینه و نگرانی از ابتلا به بیماری در صورت سفر باعث شد تا این صنعت آسیب زیادی متحمل شود. برخی از خداحافظی با دنیایی که می شناختیم صحبت می کنند و برخی دیگر می گویند ما هیچ گاه به شرایطی که قبل از همه گیری کرونا داشتیم باز نخواهیم گشت. این مسئله برای میلیون ها انسانی که در صنعت سفر مشغول به کار هستند و کشورهایی که اقتصاد سفر محور دارند، مسئله ای بسیار با اهمیت است. حال سوال اصلی این است که آیا پاندمی به معنای مرگ صنعت سفری است که ما می شناختیم؟ آیا دنیای سفر و تقاضا برای سفر برای همیشه تحت تاثیر این بحران قرار خواهد گرفت؟

مجمع جهانی اقتصاد در گزارش اخیر خود به صنعت سفر در دنیا و تاثیر پذیری آن از بحران کرونا اشاره کرد و نوشت: «نگ خطر برای صنعت سفر در دنیا به صدا درآمده است و بدون شک سازوکاری که ما می شناختیم در دنیای بعد از کرونا دیگر وجود نخواهد داشت. اما مطالعات تاریخی نشان داده است این صنعت همیشه با گذشت چند سال بعد از شوک های بزرگ و کوچک، احیا می شود و این بار هم شرایط تغییری نخواهد کرد.»

در این گزارش آمده است: «خیلی طول می کشد تا دنیا واکسن کرونا را بشناسد و تمامی مردم دنیا واکسینه شوند. در تمام این دوره خطر ابتلا به ویروس کرونا دنیا وجود دارد و به جز سفرهای خیلی ضروری، سفر دیگری در دنیا انجام نمی شود. از طرف دیگر توسعه تکنولوژی و استفاده مردم از تکنولوژی های روز دنیا برای برگزاری جلسات کاری باعث می شود تا دیگر نیازی به سفر وجود نداشته باشد. در واقع مردم به برگزاری جلسات آنلاین عادت می کنند و حجم زیادی از سفرهای کاری ضرورت خود را از دست می دهد. از بین رفتن این حجم از سفرهای کاری به معنای کاهش ۳۰ تا ۵۰ درصدی تقاضای سفر در دنیا است.»

تا چه حد می توان این دیدگاه را پذیرفت

مجمع جهانی اقتصاد با اشاره به احتمال طولانی شدن دوره درگیری دنیا با بحران کرونا و اثرات منفی اقتصادی آن نوشت: «نمی توان به طور قطع پاندمی را به معنای مرگ صنعت سفر دانست. البته بدون شک همزمانی پاندمی کرونا با چهارمین انقلاب صنعتی در دنیا تغییراتی در این صنعت ایجاد می کند، همانطور که تمامی صنایع دیگر هم متحول خواهند شد ولی مرگ صنعت سفر بعید به نظر می رسد. از طرف دیگر چهارمین انقلاب صنعتی، شرایط تازه و نیازهای تازه ای با خود به همراه می آورد که این نیازهای تازه خود می توانند باعث افزایش سفر شوند.»

مطالعات تاریخی نشان می دهد که پیش تر هم در دنیا پیش بینی های مشابهی انجام شده است و تمامی آن پیش بینی ها نادرست بود. مثلا بعد از حملات تروریستی یازده سپتامبر در امریکا، پیش بینی ها

بی در مورد تاثیر منفی این حملات روی تقاضا برای سفرهای تجاری در دنیا مطرح شد که البته این تاثیر در سال های اولیه بعد از بحران مشاهده شده است ولی این وضعیت دوام زیادی نداشت و بعد از گذشت ۷ سال از این بحران و در نظر گرفتن تمهیدات امنیتی زیاد در پروازها و فرودگاه های دنیا، تقاضا برای سفرهای تجاری به سطح قبل بازگشت و حتی سرعت رشد آن هم بیشتر شد. بعد از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ میلادی هم تقاضا برای سفرهای تجاری در دنیا کم شد ولی با فاصله زمانی یک ساله از شروع بحران، تقاضا برای سفرهای تجاری دوباره احیا شد.

مجمع جهانی اقتصاد نوشت: «نمی توان شرایط کنونی را با بحران سال ۲۰۰۸ مقایسه کرد. در آن زمان یک مشکل اقتصادی در دنیا ایجاد شده بود و منطقی به نظر می رسید که بعد از برطرف شدن این مشکل اوضاع دوباره اصلاح شود ولی هم اکنون ما در میانه یک پاندمی بزرگ قرار داریم. مسئله ای که سلامت و اقتصاد دنیا را همزمان تحت تاثیر قرار داده است و بدون شک از بحران سال ۲۰۰۸ بزرگتر است. ولی به نظر می رسد بررسی الگوی سال ۲۰۰۱ و حملات تروریستی به برج های دوقلو تناسب بیشتری با شرایط امروز داشته باشد. ما با بحران بزرگی روبرو هستیم که تقاضا برای سفر را به شدت کاهش داده است و بسیاری از شرکت های هواپیمایی را به ورشکستگی کشانده است. از طرف دیگر با توسعه سریع تکنولوژی و ورود آن به زندگی روزمره روبرو هستیم. هر دو مسئله می تواند شرایط را به کلی تغییر دهد ولی تجربه سال ۲۰۰۱ نشان داد ما با مرگ صنعت سفر روبرو نخواهیم بود و انتظار می رود این صنعت در آینده اصلاح شود.»

تاثیر شوک های روی صنعت چقدر است

یکی از صنایع بسیار مهم در صنعت سفر، صنعت حمل و نقل هوایی است. بدون شک احیای این دو صنعت به هم وابسته است. اتحادیه بین المللی حمل و نقل هوایی در سال ۲۰۱۵ گزارشی در مورد سرعت احیای صنعت حمل و نقل هوایی بعد از شوک های بزرگ و کوچک اقتصادی تهیه کرد. طبق این گزارش برای احیای صنعت حمل و نقل هوایی بعد از شوک های کوتاه مدت به طور متوسط ۵ سال زمان مورد نیاز است. اما علی رغم این مسئله، دنیا شاهد یک رشد پایدار و مستمر ترافیک هوایی از دهه ۱۹۷۰ میلادی تا کنون بوده است.

ارتباط بین شوک های کوتاه مدت با بازه ۵ ساله مورد نیاز برای احیای صنعت حمل و نقل هوایی، منبع اطلاعاتی خوبی در اختیار ما قرار می دهد. طبق این گزارش شوک کوتاه مدت، شوکی است که حداکثر شش ماه ادامه داشته باشد و بعد از این بازه زمانی روند بازسازی اقتصادی شروع شود. بنابراین شوک ناشی از همه گیری کرونا در دسته شوک های کوتاه مدت قرار نمی گیرد. هر چه پاندمی طولانی تر باشد، روند احیای اقتصاد و احیای صنعت حمل و نقل هوایی هم طولانی تر خواهد بود ولی بدون شک ما بازگشت به وضعیت قبل را

اتحادیه بین‌المللی حمل و نقل هوایی متوسط بازه زمانی مورد نیاز برای احیای این صنعت در صورت تداوم بحران کرونا تا انتهای سال ۲۰۲۰ میلادی را بالغ بر ۸ سال پیش‌بینی کرده است.



دلیل است که نمی‌توان انتظار داشت در آینده صنعت سفرهای تجاری از بین برود و حتی برخی پیش‌بینی می‌کنند این سفرها هم رشد کند زیرا توسعه بهداشت و درمان در کشورهای در حال توسعه دنیا به امری مهم و ضروری تبدیل می‌شود و شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی برای تامین تجهیزات مورد نیاز آنها، سفرهای زیادی انجام خواهند داد. در واقع حضور فیزیکی کارشناسان برای فروش تجهیزات به کشورهای هدف، چک کردن آن در بازار مصرف و در نهایت ارایه دوره‌های آموزشی امری مهم و ضروری است.

از طرف دیگر آموزش‌های لازم در زمینه توسعه استفاده از تکنولوژی در مشاغل مختلف داده نشده است. بسیاری از مدیران هنوز با اصول انجام کار به صورت غیر حضوری یا انجام جلسات مجازی آشنایی ندارند و دوره آموزشی برای آنها با توجه به مشغله و حجم کارشان، نیاز به زمان زیادی دارد.

از طرف دیگر باید تاثیر منفی این بحران روی صنایع را هم در نظر گرفت. بر خلاف صنعت تامین تجهیزات پزشکی که در این مقاله در مورد آن صحبت شده است، دیگر صنایع در این روزها با چالش‌های زیادی روبرو هستند و افت تقاضا برای محصولات آنها باعث شده است تا شمار زیادی از شرکت‌ها تعطیل شوند یا اقدام به تعدیل نیرو بکنند. بدون شک افت میزان درآمد شرکت‌های صنعتی می‌تواند تقاضا برای سفرهای تجاری را نیز کمتر کند که البته با احیای اقتصاد این معضل برطرف خواهد شد.

مسئله دیگر هم تغییر رویکرد اغلب کشورهای صنعتی در عرصه تجارت است. بسیاری از کشورهای صنعتی در مورد ضرورت تولید در داخل کشور صحبت می‌کنند و از تامین تجهیزات و مواد اولیه از کشورهایی که در کمترین فاصله جغرافیایی با آنها قرار دارند، صحبت می‌کنند. اگر این طرح‌ها به حقیقت تبدیل شود، ممکن است سفرهای طولانی مدت بین قاره‌های کاهش یابد و تقاضا برای سفر در داخل قاره‌ها افزایش یابد. ■

تجربه خواهیم کرد. اتحادیه بین‌المللی حمل و نقل هوایی متوسط بازه زمانی مورد نیاز برای احیای این صنعت در صورت تداوم بحران کرونا تا انتهای سال ۲۰۲۰ میلادی را بالغ بر ۸ سال پیش‌بینی کرده است.

سفرهای تجاری هم احیا خواهد شد

طی سال‌های گذشته همیشه سفر برای بازرگانان و صنعتگران بخش مهمی از کارشان بوده است. این سفرها برای بازاریابی یا خرید کالاهای مختلف انجام می‌شده است. انتظار می‌رود بعد از پایان بحران کرونا، توجه به ارتقای سطح بهداشت و درمان در کشورهای در حال توسعه افزایش یابد زیرا در بحران‌هایی این‌چنینی، ضعف سیستم درمانی در یک منطقه می‌تواند سرعت انتقال ویروس را به دنبال بیشتر کند. در نتیجه شرکت‌های فعال در زمینه ارائه تجهیزات پزشکی و درمانی بازار پررونقی خواهند داشت.

مجمع جهانی اقتصاد نوشت: «در سال‌های اخیر سفرهای هوایی برای خرید دستگاه‌ها و تجهیزات پزشکی در دنیا رواج زیادی پیدا کرده است و این صنعت در شرایط کنونی که دنیا با بحران سلامتی بزرگی روبرو است، از اهمیت بالایی برخوردار است. انتظار می‌رود در سال‌های آتی باز هم سفرهای تجاری این گروه به جریان بیفتد زیرا اهمیت صنعت سلامت در دنیای پسا کرونا افزایش پیدا خواهد کرد.» مجمع جهانی اقتصاد برای آگاه شدن از دیدگاه شرکت‌های بزرگ تامین تجهیزات پزشکی در ۵ کشور صنعتی دنیا اقدام به مصاحبه با ۱۵ شرکت واردکننده تجهیزات پزشکی به هر یک از کشورها کرد. این شرکت‌ها اذعان داشتند در وضعیت کنونی به دلیل بحران کرونا بسیاری از جلسات و خریدهای خود را به صورت آنلاین انجام می‌دهند ولی بدون شک بعد از پایان بحران کرونا سفرهای تجاری خود را از سر خواهند گرفت. آنها حضور در محل کارخانه تولیدکننده تجهیزات مورد نظر را برای انتخاب و انجام مذاکرات خرید ضروری می‌دانند.

افراد مصاحبه شونده اعلام کردند در ماه‌های اخیر سفرهای کاری به کشورهایی که مرزها را نبسته‌اند و برای سفر به آنها نیاز به طی کردن دوره قرنطینه ۱۴ روزه وجود نداشته است، را شروع کرده‌اند ولی در این ماه‌ها بخش اعظم سفرهای کاری یا با خودرو یا با قطار انجام شده است و تمرکز روی خرید تجهیزات از کارخانه‌های موجود در منطقه بوده به عنوان مثال شرکتی که در فرانسه کار می‌کرد تلاش می‌کرد تا تجهیزات مورد نیازش را از کارخانه‌های کشورهای اطراف خریداری کند و سفرها هم با قطار یا خودرو انجام شود.

انتظار می‌رود از سرگیری سفرهای بین قاره‌ای تجاری با سرعتی کمتر از دیگر انواع سفرها انجام بشود و آخرین مناطقی که امکان سفر بین آنها فراهم شود، امریکای شمالی و جنوبی است که هر دو منطقه در نتیجه بحران کرونا آسیب زیادی متحمل شده‌اند.

طبق پیش‌بینی‌های کنونی، سفرهای تجاری از انتهای اکتبر سال جاری به تدریج از سر گرفته می‌شود. البته نگرانی از احتمال ابتلا باعث می‌شود تا تعداد سفرها کمتر از قبل باشد ولی همین که این صنعت به تدریج احیا می‌شود، می‌تواند نویدبخش روزهای بهتری باشد.

جلسات مجازی جایگزین جلسات حضوری نیست

با وجود اینکه از جلسات مجازی می‌توان به عنوان جایگزینی برای جلسات حضوری در دوره‌های بحرانی استفاده کرد ولی در حالت کلی حضور افراد در یک محیط به خصوص برای تصمیم‌گیری‌های بزرگ و مهم امری ضروری است. به همین

بعد از حملات تروریستی یازده سپتامبر در امریکا، پیش‌بینی‌هایی در مورد تاثیر منفی این حملات روی تقاضا برای سفرهای تجاری در دنیا مطرح شد که البته این تاثیر در سال‌های اولیه بعد از بحران مشاهده شده است ولی این وضعیت دوام زیادی نداشت و بعد از گذشت ۷ سال تقاضای سفر به شرایط قبل بازگشت

حامیان تجارت آزاد در دنیا

کدام کشورها از سیاست‌های تجارت آزاد حمایت می‌کنند؟

منبع: world finance

چرا باید خواند:

تجارت آزاد یکی از

اصلی‌ترین عوامل رشد

اقتصادی در دنیا بوده

است ولی در سال‌های

خبر مخالفت‌های

زیادی با این دیدگاه

شده است.

از زمان روی کار آمدن دونالد ترامپ در آمریکا، دیدگاه‌های ضد تجارت آزاد در این کشور در سراسر دنیا مطرح شد. دیدگاه‌هایی که از نظر اقتصاددانان به معنای عقب‌گرد در عرصه سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در دنیا است. هنری جورج در کتاب «تجارت آزاد یا مقابله با آن» که در سال ۱۸۸۶ میلادی منتشر کرد نوشت: «سیاست‌های مقابله با تجارت آزاد در طول تاریخ بارها استفاده شده است و بررسی وضعیت اقتصادی کشورهایی که این سیاست‌ها را اجرا کرده‌اند نشان می‌دهد آنچه دشمنان در دوره جنگ بر سر اقتصاد کشور می‌آورند، دولت‌های مخالف تجارت آزاد با ادعای حمایت از اقتصاد داخلی و در دوران صلح بر سر اقتصاد کشور می‌آورند. تعرفه‌های تجاری زمینه را برای بیمار شدن اقتصاد و از بین رفتن فاکتوری مهم در رشد اقتصادی فراهم می‌کند. با اجرای سیاست‌های مقابله با تجارت آزاد، بازارهای داخلی کشورها آسیب می‌بینند، قیمت کالاها و خدمات در بازار داخلی به دلیل از بین رفتن فضای رقابتی افزایش پیدا می‌کند، سطح دستمزدها تنزل پیدا می‌کند، در نهایت زیرساخت‌های اقتصاد آسیب زیادی می‌بینند.

طی بیست سال گذشته تلاش‌های زیادی در جهت آزادسازی تجارت در دنیا انجام شده است و مزایای زیادی هم برای اقتصاد دنیا داشته است. اما در سال‌های اخیر دیدگاه‌های ضد جهانی‌سازی در میان کشورهای صنعتی رواج زیادی پیدا کرده است. وضع تعرفه‌های تجاری دوجانبه بین آمریکا چین یکی از مصادیق مهم برای این تغییر رویکرد است. همه‌گیری ویروس کرونا و بحران‌های ناشی از آن هم به این رویکرد بیمارگونه در عرصه تجارت دامن زد و باعث شد تا شمار زیادی از کشورها به مخالفت با جهانی‌سازی و مقابله با تجارت آزاد به بهانه تامین نیازهای داخلی روی بیاورند. سازمان تجارت جهانی پیش‌بینی کرده است بحران‌های اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا و تغییر رویکرد جهان در زمینه تجارت آزاد باعث می‌شود تا حجم تجارت در جهان در سال ۲۰۲۰ بین ۱۳ تا ۳۲ درصد نسبت به سال قبل تنزل پیدا کند.

افت تجارت و افزایش سیاست‌های مقابله با تجارت آزاد می‌تواند خبر بدی برای اقتصاد دنیا باشد و رشد و رونق اقتصادی را در جهان به تعویق بیندازد. سازمان تجارت جهانی اخیراً مطالعه‌ای در مورد رابطه بین تجارت آزاد و کاهش فقر در دنیا تهیه کرده است. بر مبنای این گزارش بین تجارت آزاد و کاهش نرخ فقر در دنیا رابطه مستقیمی وجود دارد. تجارت آزاد باعث می‌شود تا دسترسی کشورهای فقیر به کالاهای ضروری افزایش پیدا کند و از طرف دیگر زمینه برای اشتغال‌زایی و ایجاد فرصت‌های شغلی در کشور فراهم شود.

در نهایت باید در نظر داشت با وجود تغییر رویکرد برخی از کشورها در زمینه جهانی‌سازی و تجارت آزاد، هنوز کشورهایی هستند که به تجارت آزاد در دنیا متعهد هستند و آن را حامی رشد و رفاه اقتصادی می‌دانند. در این گزارش به معرفی پنج کشوری می‌پردازیم که قوی‌ترین اصول تجارت آزاد را پیاده می‌کنند.

سنگاپور



اول

سنگاپور آسان‌ترین شرایط را برای شروع کسب و کار ایجاد کرده است

و در رده‌بندی‌های جهانی به عنوان کشوری معرفی شده است که آزادترین اقتصاد را دارد. تعهد این کشور به سیاست‌های بازار آزاد باعث شده است تا سرمایه‌گذاری‌های خارجی زیادی در این کشور انجام شود و بهره‌گیری از این سرمایه‌های خارجی باعث شد تا سرعت رشد اقتصادی این کشور افزایش پیدا کند. این کشور آسیایی در سال ۱۹۶۵ استقلال پیدا کرد و در آن زمان اقتصادی ضعیف و منزوی داشت. هفت سال بعد از آن تاریخ و به دنبال اجرای سیاست کاهش نرخ مالیات و کاهش نرخ فساد اقتصادی در کشور روند احیای اقتصاد این کشور شروع شد. در آن زمان یک چهارم بنگاه‌های تولیدی و صنعتی در این کشور یا شرکت‌های خارجی بودند یا سهام خارجی‌های در شرکت بیش از ۶۰ درصد بود. مقامات سنگاپور بارها اعلام کرده‌اند، تعهد این کشور به تجارت آزاد و اقتصاد آزاد باعث رشد اقتصادی این کشور شده است و به همین دلیل همچنان به آنها پایبند باقی می‌ماند. هم‌اکنون سنگاپور یکی از توسعه‌یافته‌ترین اقتصادهای قاره آسیاست و مزیت اقتصادی این کشور به دلیل سهولت فعالیت‌های اقتصادی و تجاری ایجاد شده است.

هنگ کنگ



دوم

این کشور هم تعهد زیادی به تجارت آزاد دارد. سیاست‌های

تجارت آزاد در این کشور باعث شده است تا به یکی از مهم‌ترین موتورهای تجارت جهانی و توسعه مالی در دنیا تبدیل شود. این کشور کوچک با جمعیتی حدود ۸ میلیون نفر، دارای اقتصادی با ارزش ۳۷۲ میلیارد دلار است. ارزش تولید ناخالص سرانه اسمی در این کشور در سال گذشته برابر با ۴۹ هزار و ۳۳۴ دلار بود و سرانه تولید ناخالص داخلی بر مبنای برابری قدرت خرید برابر با ۶۴ هزار و ۹۲۸ دلار اعلام شد.

سهام اعظم اقتصاد این کشور وابسته به بخش خدمات است. در سال گذشته سهم بخش خدمات در اقتصاد این کشور برابر با ۹۲.۳ درصد بود در حالی که صنعت سهم ۷.۶ درصدی داشت. آمارها نشان می‌دهد ارزش تولید ناخالص داخلی این کشور در فاصله سال‌های ۱۹۶۱ تا ۱۹۹۷ میلادی ۱۸۰ برابر شده است و از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۲۰ هم این کشور رشد ۸ برابری ارزش تولید ناخالص داخلی را تجربه کرد. هنگ کنگ سیاست‌های حمایت از تجارت آزاد را در دستور کار خود قرار داده است و استفاده از این سیاست‌ها باعث شد تا کشور بتواند با سرعت زیادی در مسیر توسعه اقتصادی حرکت کند. هم‌اکنون ارزش تولید ناخالص داخلی سرانه این کشور کوچک آسیایی بیش از آمریکا است و اقتصاددانان این مسئله را به سیاست‌های حمایت از تجارت آزاد در کشور نسبت می‌دهند.

پنجمین کشوری که با وجود تمامی مخالفت‌های جهانی با تجارت آزاد، همچنان به سیاست‌های تجارت آزاد پایبند است و جهانی‌سازی را اصلی‌ترین موتور توسعه اقتصادی خود می‌داند، کشور فنلاند است. این کشور پایین‌ترین نرخ مالیات بر شرکت‌ها را در اروپا دارد

سنگاپور آسان‌ترین شرایط را برای شروع کسب و کار ایجاد کرده است و در رده‌بندی‌های جهانی به عنوان کشوری معرفی شده است که آزادترین اقتصاد را دارد.

شاخص‌های اقتصادی پنج کشور حامی تجارت آزاد					
نام کشور	ارزش تولید ناخالص داخلی (میلیارد دلار)	سرانه تولید ناخالص داخلی (اسمی دلار)	جایگاه از نظر بزرگی تولید ناخالص داخلی در دنیا	نرخ رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ (درصد)	سهم خدمات در اقتصاد (درصد)
سنگاپور	۳۶۹.۶۲۷	۶۴۸۲۹	۳۴	۰.۷	۷۵.۲
هنگ‌کونگ	۳۷۲.۹۸۹	۴۹۳۳۴	-	-۱.۲	۹۲.۳
هلند	۹۰۲.۳۵۵	۵۲۳۶۸	۱۷	۱.۸	۷۰.۲
نیوزیلند	۲۰۳.۱۲۷	۴۱۲۰۵	۵۱	۲.۲	۷۱
فنلاند	۲۶۵.۸۷۹	۴۸۸۶۹	۱۴	۱	۶۹.۱

و قوانین کنترل‌کننده نرخ بهره بانکی، نرخ دستمزد و قیمت در این کشور برداشته شد. کوچک بودن مساحت این کشور و جمعیت آن باعث شده است تا تجارت نقش بسیار مهمی در رشد اقتصادی این کشور داشته باشد. امروزه صادرات سازنده ۳۰ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور کوچک واقع در قاره استرالیا است و بانک جهانی تجارت را برگ برنده اقتصاد این کشور در دنیا نام برده است. به همین دلیل است که با وجود تمامی دیدگاه‌های ضد تجارت آزاد در دنیا، این کشور همچنان به این دیدگاه‌ها پایبند است.

فنلاند



پنجمین کشوری که با وجود تمامی مخالفت‌های جهانی با تجارت آزاد، همچنان به سیاست‌های تجارت آزاد پایبند است و جهانی‌سازی را اصلی مهم در توسعه اقتصادی خود می‌داند، کشور فنلاند است. این کشوری که از پایین‌ترین نرخ‌های مالیات بر درآمد شرکت‌ها را در قاره اروپا دارد و در نیمه اول سال ۲۰۲۰ این نرخ برابر با ۲۰ درصد بوده است. از طرف دیگر فضای اقتصادی این کشور بسیار رقابت‌پذیر است و شفافیت زیاد در زیرساخت‌های قانونی و فضای اقتصادی آن باعث شده است تا محیطی مناسب برای سرمایه‌گذاران بزرگ خارجی باشد. بانک جهانی در گزارش اخیر خود در مورد تاثیر جهانی‌سازی در افزایش نرخ رشد اقتصادی فنلاند نوشت: «جهانی‌سازی به فنلاند کمک کرد تا از یک اقتصاد بسیار ضعیف و فقیر در اوایل قرن بیستم میلادی به یکی از قدرتمندترین اقتصادهای دنیا در سال ۲۰۱۹ تبدیل شود. این کشور هم اکنون در زمره مرفه‌ترین کشورهای دنیا است و کیفیت زندگی مردم در این کشور بسیار بالا است. اما برای کسب این موفقیت، همواره به تجارت آزاد و جهانی‌سازی به عنوان یک اصل مهم پایبند بوده است و هم‌اکنون هم به آنها به عنوان سنگ بنای تداوم مسیر رشد اقتصادی خود می‌نگرد. در سال ۲۰۱۹ میلادی یک سوم از تولید ناخالص داخلی این کشور کوچک اروپایی از محل تجارت تامین می‌شد و قاره اروپا هم بیشترین سهم از تجارت این کشور را به خود اختصاص داده بود. در سال قبل ۶۰ درصد از تجارت کشور فنلاند با کشورهای اروپایی بود ولی آمریکا هم یکی از شرکای مهم تجاری این کشور محسوب می‌شود. در میان این پنج کشور، بالاترین سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی به سنگاپور اختصاص دارد و بالاترین جایگاه از نظر ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی متعلق به کشور فنلاند است. نیوزیلند در سال گذشته رشد اقتصادی ۲.۲ درصدی را تجربه کرد که بیشترین نرخ رشد در میان کشورهای حامی تجارت آزاد در سال ۲۰۱۹ بود و هنگ‌کونگ هم بالاترین سهم از اقتصاد را در بخش خدمات، به خود اختصاص داده بود که برابر با ۹۲.۳ درصد بود. ■

هلند



هلند هم یکی دیگر از کشورهای است که در زمینه حمایت از تجارت آزاد در دنیا پیشگام است و تعهد به این سیاست‌ها عامل مهمی در رشد اقتصادی و افزایش سطح رفاه در این کشور است. البته موقعیت جغرافیایی مناسب این کشور برای تجارت و وجود بنادر زیاد و توسعه‌یافته در این کشور باعث شده است تا امکان زیادی برای تجارت داشته باشد. هلند از اولین کشورهای اروپایی بود که توسعه روابط اقتصادی و تجاری با کشورهای شرق اروپا و دیگر بازارهای در حال گذار دنیا را در دستور کار قرار داد. این کشور هم اکنون حامی سیاست تجارت آزاد و نظام بازار آزاد است. هم‌اکنون شمار زیادی از شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی فعال در هلند، شرکت‌های چندملیتی هستند و هیچ محدودیت قانونی برای سرمایه‌گذاری خارجی در کشور هلند وجود ندارد. طبق گزارش‌های ارائه شده توسط مرکز تجارت هلند، این کشور یکی از بزرگ‌ترین جذب‌کننده‌های سرمایه‌های خارجی در دنیا است. این در حالی است که این کشور اروپایی مساحت بسیار کمی دارد و تنها مزیت مهم اقتصادی این کشور تجارت آزاد آن است. این کشور اروپایی جمعیتی ۱۷.۵ میلیون نفری دارد و ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی آن در سال قبل برابر با ۹۳۵.۹۱۱ میلیارد دلار بود. هلند از نظر بزرگی تولید ناخالص داخلی در دنیا جایگاه ۱۷ را دارد و در سال قبل توانست رشد اقتصادی ۱.۸ درصدی را تجربه کند. سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی این کشور در سال قبل برابر با ۵۲ هزار و ۳۶۸ دلار بود و از این نظر جایگاه یازدهم را در دنیا دارد.

نیوزیلند



این کشور کوچک واقع در قاره اقیانوسیه که جمعیتی کمتر از ۵ میلیون نفر دارد، هم‌اکنون یکی از بزرگ‌ترین حامیان تجارت آزاد در دنیا است. سی سال قبل نیوزیلند یکی از قانونمندترین و ضابطه‌مندترین کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی بود ولی هم‌اکنون از سطح قوانین دست و پاگیر در عرصه اقتصادی کاسته شده است و گفته می‌شود که اقتصاد بازارمحور دارد. توسعه سیاست‌های حمایت از تجارت آزاد و اقتصاد باز در این کشور تا آنجا پیش رفت که در سال ۲۰۱۸، بانک جهانی از این کشور به عنوان اولین کشور دنیا از نظر سهولت انجام کار نام برد و فضای کار و سرمایه‌گذاری در این کشور را بسیار شفاف ارزیابی کرد. این تحول مهم در اقتصاد نیوزیلند در نتیجه اجرای سیاست‌های تجارت آزاد در این کشور در دهه ۱۹۸۰ میلادی ایجاد شد. در این دهه باران‌های صادراتی و موانع وارداتی کالاها به نیوزیلند از بین رفت

سازمان تجارت جهانی پیش‌بینی کرده است بحران‌های اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا و تغییر رویکرد جهان در زمینه تجارت آزاد باعث می‌شود تا حجم تجارت در جهان در سال ۲۰۲۰ بین ۱۳ تا ۳۲ درصد تنزل پیدا کند



چالش‌های اقتصاد کرونازده

برای کاهش تاثیرات بحران کرونا روی اقتصاد دنیا چه می‌توان کرد؟

مشکل دیگر در اقتصادهای آسیایی، کاهش هزینه‌های مصرفی خانوارها است. در جریان این بحران به دلیل نگرانی خانوارها از کاهش درآمد یا احتمال بیکاری، هزینه‌های مصرفی با شدت زیادی تنزل پیدا کرد. صندوق بین‌المللی پول در این مورد نوشت: «یکی از بزرگ‌ترین معضلات اقتصادی در دنیا بی‌ثباتی و عدم اطمینان در مورد آینده بازار است. شرایطی که امروز در دنیا وجود دارد، پیش‌بینی دقیقی در مورد زمان پایان بحران کرونا وجود ندارد و انتظار می‌رود دنیای پسا کرونا تفاوت چشمگیری با دنیای پیش از کرونا داشته باشد. به همین دلیل مردم نگران شرایط اقتصادی خود هستند و مصرف را به حداقل رسانده‌اند. یعنی تنها کالاهای ضروری را خریداری می‌کنند و این مسئله در میان مدت می‌تواند به تشدید نرخ انقباض اقتصادی بینجامد.» در ادامه آمده است: «در سال جاری تنها هزینه‌های مصرفی دولتی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در آسیا رشد کرده است. البته این شرایط تنها مخصوص آسیا نیست بلکه می‌توان این‌طور بیان کرد که در تمامی دنیا اعم از کشورهای صنعتی و اقتصادهای در حال گذار ما شاهد افزایش هزینه‌های مصرفی دولتی برای حمایت از اقتصاد هستیم. رشد هزینه‌های مصرفی دولتی در روزهایی اتفاق می‌افتد که مردم از هزینه‌های غیر ضروری اجتناب می‌کنند. اقتصاد امروز دنیا وابستگی زیادی به حمایت‌های مالی دولتی و تزریق‌های مکرر به اقتصاد دارد و این سیاست پرهزینه تنها راه دنیا برای مقابله با این بحران است.»

منتظر احیای اقتصاد در سال ۲۰۲۱ نباشید

مسئله دیگری که از ابتدای همه‌گیری کرونا بارها مطرح شده است، زمان آغاز روند بازسازی اقتصاد دنیا بعد از پایان بحران کرونا است. در ابتدا انتظار می‌رفت روند احیای اقتصاد از نیمه دوم امسال شروع شود و حال در مورد آغاز بازسازی اقتصادی از ابتدای سال بعد صحبت می‌شود. البته این پیش‌بینی تازه منوط به کشف و عرضه واکسن در ابتدای سال بعد است. در صورت تحقق این پیش‌بینی در سال ۲۰۲۱ ارزش تولید ناخالص داخلی دنیا با نرخ ۵.۴ درصد رشد خواهد کرد که بعد از بحران‌های کنونی، پیش‌بینی امیدوارکننده‌ای به نظر می‌رسد. ولی واقعیت این است که پیش‌بینی نرخ رشد اقتصادی دنیا در سال آتی ۰.۴ درصد کمتر پیش‌بینی ارائه شده در ماه آوریل سال جاری است و کاهش پیش‌بینی نشان‌دهنده کاهش انتظار اقتصاددانان در مورد عملکرد اقتصادی در سال آتی است. مطالعات نشان داده است مجموع زبان وارد شده به اقتصاد دنیا در دو سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ برابر با ۱۲ تا ۱۸ هزار میلیارد دلار خواهد بود و بیشترین زبان هم به صنعت هتل‌داری، توریسم، صنعت سفر و صنعت حمل و نقل هوایی تحمیل می‌شود. در سال ۲۰۲۱ نرخ رشد اقتصادی قاره آسیا بیش از نرخ پیش‌بینی شده برای دنیا است. در این سال ارزش تولید ناخالص داخلی آسیا ۶.۶ درصد رشد می‌کند و چین در این رشد سهم بسزایی دارد. نرخ رشد اقتصادی چین در این سال برابر با ۸.۲ درصد خواهد بود. جالب است بدانید پیش از همه‌گیری کرونا متوسط نرخ رشد اقتصادی قاره آسیا در سال ۲۰۲۱ برابر با ۱۱.۶ درصد پیش‌بینی شده بود. بخش خصوصی در کشورهای آسیایی آسیب زیادی در جریان

اقتصاد آسیا هم مانند دیگر قاره‌های دنیا تحت تاثیر همه‌گیری کرونا قرار گرفت. کشورهای این منطقه با شمار بالای مبتلایان به کرونا مواجه بودند و در نتیجه چالش‌های اقتصادی زیادی را به دلیل ضرورت تعطیلی کسب و کارها و کارخانه‌های تولیدی و صنعتی متحمل شدند.

به گزارش صندوق بین‌المللی پول به استثنای کشور چین، بقیه کشورهای آسیایی با افزایش شمار بیماران و افت نرخ رشد اقتصادی روبرو شده‌اند. برای اولین بار در تاریخ ۲۰ ساله این قاره کهن، ما شاهد افت ۱۶ درصدی ارزش تولید ناخالص داخلی آسیا در سال جاری خواهیم بود. این در حالی است که در ماه آوریل سال جاری پیش‌بینی شده بود اقتصاد این منطقه به نرخ صفر درصد رشد کند. افزایش شدت انقباض اقتصادی پیش‌بینی شده برای سال جاری نشان می‌دهد که شرایط در این قاره وخیم‌تر از قبل شده است و انتظاری برای احیای این وضعیت وجود ندارد. متوسط نرخ رشد اقتصادی کشور چین در سال جاری برابر با ۱ درصد در سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی شده است که این نرخ پایین رشد اقتصادی طی ۲۵ سال اخیر در این کشور سابقه نداشته است. از طرف دیگر اقتصاد کره جنوبی با نرخ ۲ درصد، اقتصاد هند با نرخ ۴.۵ درصد و اقتصاد ژاپن با نرخ ۵.۸ درصد منقبض می‌شود. بالاترین نرخ انقباض اقتصادی به کشورهای تعلق دارد که اقتصادهای توریسم‌محور دارد و توقف ورود توریست به کشورها و بسته شدن مرزها تاثیر مخرب بزرگی روی اقتصاد آنها داشت.

منبع: صندوق بین‌المللی پول

چرا باید خواند:

همه‌گیری کرونا دنیا

را با بحران بزرگی

روبرو کرد. مطالعه

اصلی‌ترین چالش‌ها

و سیاست‌هایی که

باید در کوتاه‌مدت و

بلندمدت استفاده شود

برای گذر از این دوران

ضروری است

افزایش پیدا کرده است و فرصت اشتغال برای افرادی که دارای سطح تحصیلات پایینی هستند، به شدت کاهش یافته است. در جریان این بحران هم وضعیت مشابه بحران‌های قبلی است با این تفاوت که انتظار می‌رود به دلیل همزمانی بحران با چهارمین انقلاب صنعتی، سرعت افزایش نابرابری بیشتر باشد و علاوه بر تحصیلات، توانایی استفاده از تکنولوژی هم در فرصت‌های شغلی پیش روی افراد تاثیر داشته باشد.

صندوق بین‌المللی پول در این مورد نوشت: «افزایش نابرابری‌های اقتصادی و افزایش فاصله طبقاتی در کشورها می‌تواند روی سرعت احیای اقتصاد تاثیر زیادی داشته باشد. اولین تاثیر این نابرابری را می‌توان در کاهش فرصت‌های شغلی دید که در اختیار طبقات پایین اقتصادی و اجتماعی است زیرا در دنیای آینده اشتغال نیاز به تحصیلات، دانش، مهارت و آگاهی به تکنولوژی‌های روز دنیا دارد. در سال‌های پیش رو، دورکاری یک روند عادی کار خواهد بود و افسردگی می‌تواند از این روند کاری استفاده کنند که هم دانش آن را داشته باشند و هم از امکانات لازم برخوردار باشند. از بین رفتن بسیاری از مشاغل یس‌دی و کارگری در دنیا می‌تواند به معنای کاهش توان مصرفی خیل عظیمی از مردم طبقه پایین و یا بزرگ‌تر شدن طبقه پایین اقتصادی باشد.»

بخش خصوصی نیاز به حمایت بیشتری دارد

چهارمین دلیلی که صندوق بین‌المللی پول برای آهسته بودن سرعت احیای اقتصادی دنیا مطرح می‌کند، سطح بالای بدهی‌های دولتی در سراسر دنیا است. افزایش بدهی‌های دولتی یکی از اصلی‌ترین چالش‌های این روزهای اقتصاد دنیا است و آسیا هم از این قاعده مستثنی نیست. افزایش بدهی‌های دولتی باعث می‌شود تا دولت‌ها منابع مالی کمتری برای تزریق و سرمایه گذاری در اختیار داشته باشند. از طرف دیگر چالش‌های اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرونا هم باعث شد تا ترازنامه‌های خانوارها و شرکت‌های خصوصی در بسیاری از کشورهای آسیایی منفی شود و توان سرمایه‌گذاری و مصرفی هم در آنها کاهش یابد. منفی شدن تراز نامه‌های خانوارها و شرکت‌های کوچک و متوسط می‌تواند تاثیر منفی روی روند احیای اقتصادی دنیا داشته باشد و به سرعت پایین احیای اقتصاد و بازگشت به شرایط پیش از کرونا دامن بزند.

آخرین مسئله‌ای که در این گزارش مطرح شده است، ضعف بخش خصوصی در کشورهای آسیایی و در اغلب کشورهای در حال توسعه دنیا است. مطالعات نشان داده است بخش خصوصی در بسیاری از کشورهای آسیایی آسیب بزرگی متحمل شده است و تا زمانی که این بخش احیا نشود و قدرت ایجاد شغل و ایجاد تحرک در اقتصاد را بازنیاید، نمی‌تواند نقش محرک رشد در اقتصاد را ایفا کند. برای احیای بخش خصوصی در دنیا، حمایت‌های دولتی و حمایت‌های مالی بانک‌ها ضرورت دارد ولی در این شرایط اقتصادی نه دولت‌های آسیایی امکان ارائه کمک مالی و حمایت از اقتصاد را دارند و نه بانک‌ها می‌توانند سیاست‌های تازه‌ای برای حمایت از بخش خصوصی وضع کنند. در واقع دامنه بحران ناشی از کرونا به اندازه‌ای وسیع است که فرصت نشان دادن عکس‌العمل مناسب را از دستگاه‌های اقتصادی و دولتی گرفته است.

بحران کرونا متحمل شد و انتظار می‌رود روند احیای این بخش هم در اقتصادهای قاره کهن بسیار آهسته باشد. برخی بازسازی بخش خصوصی در قاره آسیا را تا انتهای سال ۲۰۳۰ محتمل می‌دانند و بر این باور هستند که سرعت احیای اقتصادهای در حال توسعه بسیار پایین‌تر از اقتصادهای صنعتی است.

روند بازسازی اقتصادی تدریجی و بسیار آهسته خواهد بود

صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود در مورد آهسته بودن روند بازسازی اقتصادی کشورهای آسیایی صحبت کرده است در حالی که در ابتدای همه‌گیری در مورد احتمال بازسازی V شکل یا U شکل اقتصاد بحث می‌شد. در این گزارش آمده است: «الگوهای مختلفی برای رشد اقتصادی دنیا در پسا کرونا پیش‌بینی شده بود ولی به نظر می‌رسد برخی از این پیش‌بینی‌ها غیرواقع‌بینانه بوده است. ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم بعد از کشف واکسن به سرعت اقتصاد دنیا احیا شود یا اینکه با گذشت بازه زمانی کوتاه، اقتصاد به وضعیت قبل از کرونا بازگردد. امروز محتمل‌ترین سناریوی رشد اقتصادی «تیک شکل» است که نشان از روند تدریجی و آهسته در بازسازی اقتصادی دارد و در قاره آسیا سرعت احیای اقتصادی کمتر از متوسط جهانی خواهد بود.»

اما دلیل این تغییر رویکرد در الگوی رشد اقتصادی دنیا چیست؟ اولین و اصلی‌ترین دلیل را می‌توان طولانی شدن بیش از انتظار دوره تعطیلی‌های اقتصادی و بسته بودن مرزهای کشورها دانست. مسئله‌ای که تاثیر منفی بزرگی روی اقتصاد خواهد داشت و اثر آن می‌تواند سال‌ها باقی بماند. مطالعات اخیر صندوق بین‌المللی پول روی ۵۷ کشور دنیا نشان داد تعطیلی‌های اخیر باعث شد تا تولیدات صنعتی در این کشورها ۱۲ درصد در ماه کاهش پیدا کند و زمانی که این تعطیلی‌های گسترده از بین برود، امکان تولید با حداکثر ظرفیت وجود ندارد. بازگشت به تولید با حداکثر ظرفیت از یک طرف نیاز به افزایش خرید مواد اولیه و فراهم شدن شرایط برای کارخانه‌های تولیدی دارد و از طرف دیگر احیای تقاضا را می‌طلبد که هیچ‌یک از آنها به سرعت میسر نخواهد بود.

مسئله دیگری که روند بازگشت به تولید با حداکثر ظرفیت را به تعویق می‌اندازد، اجرای طرح‌های تعدیل نیرو در کارخانه‌های صنعتی است. از طرف دیگر طرح‌های فاصله‌گذاری اجتماعی در واحدهای تولیدی، افزایش سطح استانداردهای پاکیزگی و نگرانی‌های زیاد در مورد سلامت باعث شده است تا بهره‌وری نیروی کار کاهش یابد و اصلاح این وضعیت هم زمان بر خواهد بود.

مسئله دوم کاهش تجارت در دنیا است. آمارها نشان می‌دهد در فصل اول سال جاری تجارت در دنیا با نرخ ۳.۵ درصد منقبض شده است و از آنجا که تجارت دنیا مانند حلقه‌های زنجیر به هم متصل است زمانی قاره آسیا می‌تواند رشد تجارت و افزایش تولید برای تامین کالاهای صادراتی را تجربه کند که تجارت جهانی اصلاح شده باشد.

افزایش نابرابری‌های اقتصادی چالش تازه‌ای است

سومین مسئله هم افزایش نابرابری‌های اقتصادی در قاره آسیا و در سراسر دنیا است. بررسی‌های تاریخی نشان داده است که در جریان همه پاندمی‌ها در دنیا، نابرابری اقتصادی با سرعت زیادی

در نتیجه همه گیری کرونا بخش خصوصی در بسیاری از کشورهای آسیایی آسیب بزرگی متحمل شده است و تا زمانی که این بخش احیا نشود و قدرت ایجاد شغل و ایجاد تحرک در اقتصاد را بازنیاید، نمی‌تواند نقش محرک رشد در اقتصاد را ایفا کند. برای احیای بخش خصوصی در دنیا، حمایت‌های دولتی و حمایت‌های مالی بانک‌ها ضرورت دارد

چالش‌های اقتصادهای قاره آسیا کدام‌اند؟

کشورهای آسیایی که اغلب در زمره کشورهای در حال توسعه دنیا هستند، با چالش‌های مضاعفی روبرو هستند. اولین و اصلی‌ترین چالش از محل افزایش نابرابری اقتصادی و احتمال افزایش نرخ فقر و بیکاری در این کشورها ایجاد می‌شود. چالشی که می‌تواند سیاست‌های این کشورها را تحت تاثیر قرار دهد و برنامه‌های تازه‌ای در دستور کار دولت‌ها قرار دهد. افزایش نرخ فقر بعد از پایان بحران کرونا می‌تواند زمینه را برای افزایش بیماری‌های ناشی از سوء تغذیه فراهم کند که چالش بزرگی خواهد بود. از طرف دیگر نوسان در جریان سرمایه‌ها و احتمال خروج بخش زیادی از سرمایه‌ها از این قاره چالش بعدی است. از آنجا که انتظار می‌رود روندهای اقتصادی قاره آسیا آهسته‌تر از کشورهای صنعتی باشد و از آنجا که بسیاری از کشورهای صنعتی به رویکرد ضد جهانی سازی و برون سپاری کارخانه‌های صنعتی و تولیدی روی آورده‌اند، احتمال خروج سرمایه‌ها از آسیا بسیار زیاد است. خروج سرمایه‌ها از آسیا می‌تواند این منطقه را مستعد بحران مالی تازه‌ای بکند. بحرانی که برای اقتصادهای آسیب‌دیده آسیایی بعد از تجربه رکود ناشی از کرونا بسیار چالش‌برانگیز خواهد بود.

برای حمایت از اقتصاد در کوتاه‌مدت چه می‌توان کرد؟

رکود شدید اقتصادی در دنیا و سرعت پایین احیای اقتصاد دنیا نشان می‌دهد که ما به این زودی‌ها از روزهای سخت و بحرانی اقتصاد خارج نمی‌شویم. اما در این دوره حمایت از اقتصاد امری ضروری است. سیاست‌های حمایتی از اقتصاد در این دوره را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد. اول سیاست‌های کوتاه‌مدت و دوم سیاست‌های بلندمدت.

در کوتاه مدت تزریق به اقتصاد، ارائه منابع مالی به کسب و کارهای کوچک و متوسط و در نهایت کاهش نرخ بهره بانکی سیاست‌هایی است که می‌تواند از تعمیق رکود جلوگیری کند. خبر خوب این است که در جریان این همه‌گیری ۱۰ هزار میلیارد دلار به اقتصاد دنیا تزریق شده است و اقتصاد دنیا می‌تواند با بهره‌گیری از این منبع مالی با سرعت بالاتری رشد را از سر بگیرند. اما چالش افزایش نابرابری اقتصادی در دنیا جدی است. از یک طرف افزایش نابرابری اقتصادی بین کشورها ایجاد می‌شود و اقتصادهای در حال توسعه، به دلیل سرعت پایین تر رشد اقتصادی و تاثیر بیشتر بحران روی اقتصاد داخلی در کنار در اختیار داشتن منابع مالی کمتر برای تزریق به اقتصاد و حمایت مالی از اقتصاد، فاصله بیشتری با توسعه یافتگی اقتصادی پیدا می‌کنند. یعنی کشورهایی که قبل از کرونا انتظار می‌رفت تا ۲۰ سال بعد به یک اقتصاد توسعه یافته تبدیل شوند، امروزه انتظار می‌رود این روند برای آنها بین ۲۵ تا ۳۰ سال طول بکشد و در این بازه بدون شک شوک‌ها و چالش‌های تازه‌ای هم ایجاد می‌شود. کشورهای صنعتی هم به دلیل دارا بودن منابع مالی بیشتر، با سرعت بالاتری شاهد احیای اقتصاد خواهند بود.

در داخل کشورها هم اختلاف طبقاتی بیشتر می‌شود. طبقات پایین اقتصادی فرصت شغلی کمتری خواهند داشت و درآمد کمتری به دست می‌آورند و طبقات بالاتر اقتصادی که دسترسی به اطلاعات و آموزش و مهارت آموزی و البته منابع مالی بیشتر دارند با سرعت

بالاتری می‌توانند رشد کنند و درآمدشان بیشتر می‌شود. این طبقه می‌تواند از فرصت‌های شغلی بالاتری هم برخوردار باشند که خود به رشد درآمد آنها کمک می‌کند.

در میان مدت و بلندمدت چه سیاستی باید به کار گرفت؟

سیاست‌های میان مدت به برطرف کردن مشکلات ساختاری و زیرساختی در اقتصاد کشورها اختصاص دارد. این سیاست‌ها زمانی اجرا خواهند شد که دنیا بحران اقتصادی ناشی از کرونا را پشت سر گذاشت و به اصلاح شرایط برای مواجهه با بحران‌های بعدی روی آورده است. اولین و اصلی‌ترین چالشی که دنیا در میان مدت و بلندمدت با آن روبرو است، چالش سالمندی در دنیا و افزایش متوسط سن جمعیت در دنیا است. انتظار می‌رود طی ۳ دهه آینده روندهای نامناسب دموگرافیک یا به تعبیر دیگر سالمندی جمعیت در کشورهای مختلف باعث کاهش ۱ تا ۱.۵ درصدی ارزش تولید ناخالص داخلی کشورها شود و برای مقابله با آن باید از همین امروز برنامه‌ریزی شود. در این بازه زمانی برای اینکه تاثیر افزایش نرخ سالمندی روی بازار کار از بین برود، باید انگیزه‌هایی برای افزایش حضور زنان در بازار کار فراهم شود. افزایش نرخ مشارکت زنان ضرورتی مهم در سه دهه آتی است.

دومین چالش بزرگ دنیا در میان مدت و بلندمدت کاهش نرخ رشد راندمان کسب و کارها است و برای مدیریت این بخش هم حمایت‌های مالی دولتی نقش مهمی دارد. افزایش پویایی شرکت‌ها و کسب و کارها در عرصه اقتصادی، ایجاد امکان خروج از بازار در صورت ورشکستگی، حمایت از شرکت‌ها و بنگاه‌ها برای مدیریت بدهی‌ها و تشویق افزایش نرخ خلاقیت در کسب و کارها همه می‌تواند باعث رشد راندمان کسب و کارها شود.

سومین چالش ایجاد فضای تجارت آزاد در دنیا است. طی دهه‌های اخیر دنیا از تجارت آزاد منافع زیادی به دست آورده است ولی اخیراً مخالفت‌های زیادی در عرصه بین‌المللی با نظریه تجارت آزاد شده است. این معضل باید برطرف شود در غیر این صورت ما نمی‌توانیم از منافع ناشی از تجارت برای ارتقای نرخ رشد اقتصادی دنیا بهره‌مند شویم.

چهارمین چالش به عرضه تکنولوژی‌های جدید و اتوماسیون بازمی‌گردد. باید در نظر داشت آسیا در این زمینه پیشگام است و دو سوم ربات‌های فعال در بخش‌های صنعتی دنیا در قاره آسیا، استفاده می‌شوند. اما با توجه به تحولات اخیر، هنوز راه زیادی برای رشد وجود دارد و باید برای حرکت در این مسیر مستحکم و ثابت قدم بود. عرضه این تکنولوژی‌ها باعث تغییر ساختار بازار کار و ایجاد نیازهای تازه می‌شود و به همراه خود ضرورت ایجاد زیرساخت‌های تازه را نیز می‌آورد. تمامی دنیا باید برای این شرایط تازه خود را آماده کنند و سیاست‌هایشان را متناسب با این وضعیت تنظیم کنند.

آخرین چالش دنیا را می‌توان در حوزه سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و صنعتی دید. باید در نظر داشت که دنیای آینده با مسئله تغییرات جوی روبرو است و بی توجهی به تغییرات جوی و تاثیرات آن روی زندگی ما می‌تواند بسیار خطرناک باشد. بنابراین آخرین و اصلی‌ترین چالش دنیا سیاست‌گذاری‌های جدید با توجه به تحولات ناشی از تغییرات جوی است. سرمایه‌گذاری در حوزه‌های سبز یا کم‌کربن یکی از این راه‌ها است. ■

در جریان همه پاندمی‌ها در دنیا، نابرابری اقتصادی با سرعت زیادی افزایش پیدا کرده است و فرصت اشتغال برای افرادی که دارای سطح تحصیلات پایینی هستند، به شدت کاهش یافته است. در جریان این بحران هم وضعیت مشابه بحران‌های قبلی است

مطالعات انجام شده توسط گروه مطالعاتی رودیوم نشان می‌دهد در هفت ماه اخیر ایالات متحده آمریکا و کشورهای عضو اتحادیه اروپا، برای کاهش انتشار هر تن کربن بین ۳۲۰۰ تا ۵۴۰۰ دلار هزینه کرده‌اند.



درس‌هایی که از کرونا گرفتیم

از تجربه کرونا برای مقابله با بحران‌های آتی در جهان باید استفاده کرد

منبع: مجمع جهانی اقتصاد

چرا باید خواند:

بحران کرونا ما را با

عمق فاجعه‌ای که در

اثر تغییرات جوی با

آن مواجه می‌شویم،

رو به رو کرده‌است.

فاجعه‌ای که برای مقابله

با آن باید از همین امروز

شروع کرد.

تا آستانه ورشکستگی کشاند.

بحرانی که تاکنون تجربه نکرده‌ایم

در این ماه‌ها بارها تلاش شد تا بحران کرونا با دیگر بحران‌های تاریخ مقایسه شود. در ابتدا این بحران و آسیب‌های اقتصادی ناشی از آن با بحران سال ۲۰۰۸ مقایسه شد ولی خیلی زود مشخص شد که ابعاد بحران ناشی از کرونا بسیار وسیع‌تر از بحران سال ۲۰۰۸ است. سپس بزرگی بحران با بحران سال ۱۹۲۰ که به آن بحران بزرگ اقتصاد دنیا می‌گویند مقایسه شد ولی با گذشت زمان مشخص شد که اثرات اقتصادی بحران کرونا و دامنه بیکاری‌ها و ورشکستگی‌های کسب و کارها از بحران سال ۱۹۲۰ وسیع‌تر است.

موسسه مطالعاتی مک‌کینزی پیش‌بینی تازه‌ای در مورد اوضاع اقتصادی دنیا در نتیجه همه‌گیری کرونا در جهان و ناتوانی دنیا در کنترل این ویروس ارائه داد. طبق این گزارش که روز ۱۵ اوت سال ۲۰۲۰ منتشر شد اگر اختلال در تولید دنیا برای ۱۰۰ روز دیگر ادامه پیدا کند، هزینه‌ای بالغ بر ۳۰ هزار میلیارد دلار به اقتصاد دنیا تحمیل می‌شود که از ارزش تولید ناخالص داخلی آمریکا بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا هم حدود ۱۰ هزار میلیارد دلار بیشتر است. به گزارش مرکز آمار آمریکا در سال ۲۰۱۹ میلادی ارزش تولید ناخالص داخلی این کشور برابر با ۲۱.۴۳ هزار میلیارد دلار بوده است. حال تصور کنید بحران کرونا باعث شده است تا اقتصاد به بزرگی آمریکا به همراه دو کشور آلمان و ژاپن از اقتصاد دنیا محو شود. در سال گذشته ارزش تولید ناخالص داخلی آلمان برابر با ۳۸۶ هزار میلیارد دلار و ارزش تولید ناخالص داخلی ژاپن برابر با ۵۱۵۴ هزار میلیارد دلار بوده است.

موسسه مطالعاتی مک‌کینزی در وب سایت خود نوشت: «این پیش‌بینی هشدار جدی برای سران کشورهای دنیا است. افرادی که تصور می‌کنند در این دوره بحرانی اقتصادی می‌توانند جنگی تجاری را

بحران ناشی از همه‌گیری کرونا، جهان را شوکه کرد. افزایش شمار مرگ و میرهای ناشی از همه‌گیری کرونا و عدم وجود درمانی برای این ویروس جدید، باعث شد تا شمار زیادی از مردم به هیچ وجه از خانه خارج نشوند، بسیاری از کسب و کارها ورشکسته شوند و بسیاری به دور کاری روی بیاورند. دولت‌های دنیا تاکنون بالغ بر ۱۰ هزار میلیارد دلار به اقتصاد دنیا تزریق کرده‌اند که سهم آمریکا در این تزریق مالی چشمگیر بوده است ولی کارشناسان بر این باورند که این روند باید تا زمان از سرگیری فعالیت‌های اقتصادی در دنیا ادامه پیدا کند.

از طرف دیگر تعطیلی‌های گسترده فعالیت‌های اقتصادی و ورشکستگی شمار زیادی از کسب و کارها باعث شد تا فشارهای اقتصادی زیادی به مردم و کشورها تحمیل شود. اغلب کشورهای صنعتی دنیا در حال تجربه بالاترین نرخ بیکاری هستند که به دنبال آن کاهش قدرت خرید و بحران‌های مالی را نیز به همراه آورده است. در بسیاری از کشورها از جمله آمریکا، دولت‌ها سیاست‌هایی برای حمایت از افرادی که وام دریافت کرده بودند ولی به دلیل همه‌گیری کرونا نتوانستند اقساط آن را بپردازند، وضع کرده‌اند و در کشور چین بانک مرکزی رسماً اعلام کرده است که نظام بانکی این کشور خود را برای یک سال سخت آماده کند. این شرایط بحرانی در نتیجه همه‌گیری یک ویروس و یک بحران بزرگ در عرصه سلامت دنیا ایجاد شده است. بحرانی که ابعاد مختلفی دارد و بخش‌های متفاوتی از اقتصاد و صنعت دنیا را تحت تاثیر قرار داده است. از یک طرف تقاضا برای بسیاری از مشاغل در دنیا مثل مشاغل حوزه سلامت افزایش یافته است و از طرف دیگر تقاضا برای مشاغل پدی و غیر حرفه‌ای روند نزولی به خود گرفت.

بحران کرونا، بحرانی که دنیا برای حل شدن آن به دنبال یافتن واکسن یا راه درمانی برای آن است، با فاصله یک قرن از پاندمی آنفلوآنزای اسپانیایی دنیا را درگیر کرد و باعث شد تا مرزها بسته شود و سفرها محدود شود. این بحران اقتصاد دنیا را زمین گیر کرد و برخی از صنایع را

محیط زیست داشته باشد مگر اینکه روند کاهش ادامه دار باشد و کشورها اختلالی در این مسیر ایجاد نکنند. از طرف دیگر هزینه‌های که دنیا برای افت ۸ درصدی میزان انتشار کربن متحمل شده است بسیار زیاد بود. مرگ صدها هزار نفر در دنیا و ابتلای ده‌ها میلیون نفر به بیماری کووید-۱۹ و در نهایت بیکاری ده‌ها میلیون نفر دیگر بخشی از هزینه‌هایی بود که دنیا متحمل شد. توقف پروازهای بین‌المللی، بسته شدن مرزها و در نهایت از توقف کامل صنعت توریسم که دنیا برای توسعه آنها سال‌ها زمان صرف کرده بود، از مسائلی است که دنیای ما با آن روبرو شده است. بدون شک هیچ کسی در دنیا تمایلی ندارد که با تحمل این هزینه‌های کلان، انتشار کربن در جهان کاهش یابد و همه به دنبال راهی پایدار هستند که ضمن رشد اقتصادی در دنیا، انتشار کربن در دنیا سیر نزولی به خود بگیرد.

هزینه اقتصادی دنیا برای کاهش انتشار کربن در دوره کرونا چقدر است؟

مسئله دیگری که این روزها مورد بررسی قرار می‌گیرد، هزینه‌ای است که برای کاهش انتشار کربن صرف می‌شود و این هزینه هم ارتباط زیادی به استراتژی‌هایی دارد که دنیا استفاده می‌کند. به عنوان مثال اگر شما تکنولوژی‌ای داشته باشید که هزینه‌ای برابر با ۱ میلیون دلار داشته باشد و با استفاده از آن بتوانید انتشار کربن را ۱۰ هزار تن کاهش دهید، برای کاهش انتشار یک تن کربن ۱۰۰ دلار هزینه کرده‌اید. در عمل این هزینه ۱۰۰ دلاری برای کاهش هر تن کربن منتشر شده در دنیا، رقم بسیار بالایی است ولی بسیاری از اقتصاددانان بر این باور هستند این قیمت می‌تواند هزینه واقعی گرمایش زمین و انتشار گازهای آلاینده را نشان دهد. حال تعطیلی‌های ناشی از همه‌گیری کرونا را در نظر بگیرید که باعث شده است تا انتشار کربن در دنیا ۸ درصد کاهش پیدا کند. آیا در جریان این بحران هم هزینه کاهش انتشار هر تن کربن در دنیا برابر با ۱۰۰ دلار یا نزدیک به این نرخ بوده است یا خیر؟ مطالعات انجام‌شده توسط گروه مطالعاتی رودیوم نشان می‌دهد در هفت ماه اخیر ایالات متحده آمریکا و کشورهای عضو اتحادیه اروپا، برای کاهش انتشار هر تن کربن بین ۳۲۰۰ تا ۵۴۰۰ دلار هزینه کرده است. به تعبیر دیگر هزینه‌ای که دنیا برای کاهش انتشار کربن در بازه هفت‌ماهه اخیر متحمل شده است بین ۳۲ برابر تا ۵۴ برابر هزینه‌ای است که در حالت عادی برای کاهش انتشار کربن صرف می‌شود و همین یک عدد می‌تواند عمق فاجعه اقتصادی را نشان دهد.

آیا تغییرات جوی مانند همه‌گیری کرونا مرگبار است؟

برای اینکه بتوانید آسیب‌های ناشی از تغییرات جوی را به خوبی درک کنید، به شیوع ویروس کرونا و آسیب‌های ناشی از این بحران روی سلامت و اقتصاد دنیا توجه کنید. با این تفاوت که ما به دنبال یافتن درمان و واکنشی برای کرونا هستیم و تا چند ماه آینده این درمان می‌تواند اقتصاد دنیا را نجات دهد ولی تغییرات جوی که در نتیجه دهه‌ها بی‌توجهی به مسایل زیست محیطی ایجاد شده است، به این سادگی‌ها قابل درمان نیست و آسیب‌های ماندگاری روی اقتصاد دنیا بر جای می‌گذارد.

از نظر نرخ مرگ و میر هم بحران کرونا با تغییرات جوی برابری خواهد کرد. طبق مطالعات دانشگاه جان هاپکینز آمریکا هم اکنون به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت کره زمین ۱۴ نفر در اثر همه‌گیری کرونا جان خود را از دست می‌دهند. اگر دنیای برای مقابله با تغییرات جوی اقدامی

شروع کنند یا درگیری نظامی، تحریم‌های اقتصادی یا حملات سایبری را در دستور کار خود قرار دهند، اقتصاد دنیا در وضعیتی بسیار شکننده و سخت قرار گرفته است و گذر از این دوران با همکاری تمامی کشورها و تلاش برای کاهش تنش‌ها میسر است.»

مرکز مطالعاتی مک‌کینزی هزینه‌های ناشی از جنگ جهانی دوم برای اقتصاد دنیا را برابر با ۱۵ هزار میلیارد دلار برآورد کرد و نوشت: «آسیب اقتصادی ناشی از کرونا بیشتر از آسیب‌های جنگ جهانی دوم بود. در شش ماه اخیر، هزینه‌ای که این بحران سلامتی به اقتصاد دنیا وارد کرد دو برابر جنگ جهانی دوم بود. از طرف دیگر در جریان رکود اقتصادی بزرگ دهه ۱۹۲۰ میلادی، اقتصاد جهان متحمل زیان ۱۰ هزار میلیارد دلاری شده است که یک سوم هزینه ناشی از بحران کرونا است.» موسسه مک‌کینزی نوشت: «ما در دوره‌ای بسیار سخت قرار داریم و بحرانی را تجربه می‌کنیم که از جنگ‌های جهانی و رکود بزرگ اقتصادی دهه ۱۹۲۰ هم هزینه بیشتری به اقتصاد تحمیل کرده است. بنابراین نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم بعد از پایان این بحران، اقتصاد به سرعت رشد کند و زندگی به روزهای قبل از کرونا بازگردد. بازسازی آسیب‌های ناشی از بحران اقتصادی دهه ۱۹۲۰ میلادی حدود ده سال طول کشید و احیای اقتصاد بعد از بحران کرونا هم در خوش‌بینانه‌ترین حالت، همین اندازه زمان نیاز دارد.»

بحران کنونی با بحران تغییرات جوی قابل مقایسه است

اما اگر با دقت به جزئیات این بحران توجه کنیم متوجه می‌شویم که بحرانی به همین بزرگی و با همین اثرگذاری در آینده‌ای نه‌چندان دور برای زمین اتفاق خواهد افتاد و دلیل ایجاد آن بحران هم تغییرات جوی و گرمایش زمین است.

با وجود اینکه در این روزها فکر در مورد بحران‌های آتی یا تصور آنها کار دشواری است ولی به نظر می‌رسد این بهترین سیاستی باشد که در مقابل این بحران بزرگ می‌توانیم در پیش بگیریم زیرا سلامت و حتی بقای نوع بشر را تهدید می‌کند. سوالی که در این روزهای بحرانی اقتصاد بارها پرسیده می‌شود این است که برای جلوگیری از وقوع این بحران زیست محیطی پیش رو چه می‌توان کرد؟

پاسخ این سوال ساده است. باید از همین امروز، از همین روزهایی که درگیر حل بحران کرونا و کاهش تأثیرات ناشی از این بحران روی اقتصاد هستیم، برای مقابله با تغییرات جوی و از بین بردن اثرات منفی آن روی اقتصاد دنیا وارد میدان شویم و بدانیم که کاهش انتشار کربن، شروع مطالعات و فعالیت‌های اجرایی برای تنزل انتشار آن و توسعه تکنولوژی‌هایی که می‌تواند ما را به این هدف برساند باید هر چه سریع‌تر آغاز شود.

آیا همه‌گیری کرونا به حل مشکل تغییرات جوی کمک کرده است؟

از ابتدای همه‌گیری کرونا و تعطیلی گسترده فعالیت‌های اقتصادی و بسته شدن مرزها، انتشار کربن در دنیا تنزل پیدا کرد و برخی افت انتشار کربن را برای دنیای امروز، امری مثبت ارزیابی کردند ولی واقعیت این است که این کاهش موقتی نمی‌تواند درمان درد بزرگ دنیای امروز باشد. از طرف دیگر مطالعات نشان داد طی هفت ماه اخیر انتشار کربن در دنیا تنها ۸ درصد کاهش یافته است یعنی به جای اینکه ۵۱ میلیارد تن کربن منتشر شود معادل ۴۷ میلیارد تن کربن وارد محیط زیست شده است. این کاهش اندک انتشار کربن به خودی خود نمی‌تواند تأثیری در

پروژه مقابله با تغییرات جوی را نمی‌تواند پروژه‌ای دوساله یا چندساله دانست. برای کنترل این بحران باید دهه‌ها زمان صرف کرد و با بهره‌گیری از دنیای علم و تکنولوژی تلاش کرد که همزمان با رشد اقتصادی در دنیا زمینه‌های کاهش انتشار کربن هم فراهم شود

در شش ماه اخیر، هزینه‌ای که این بحران سلامتی به اقتصاد دنیا وارد کرد دو برابر جنگ جهانی دوم بود. از طرف دیگر در جریان رکود اقتصادی بزرگ دهه ۱۹۲۰ میلادی، اقتصاد جهان متحمل زیان ۱۰ هزار میلیارد دلاری شده است که یک‌سوم هزینه ناشی از بحران کرونا است.

عملی انجام ندهد و سیاست‌هایی برای کاهش انتشار کربن در نظر نگیرد تا سال ۲۰۶۰ ما شاهد افزایش خطرناک دمای زمین خواهیم بود و پیش‌بینی می‌شود در آن زمان هم به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر از جمعیت ساکن روی کره زمین ۱۴ نفر به دلیل گرمایش زمین و بیماری‌ها و مشکلات ناشی از آن جان خود را از دست بدهند. نرخ مرگ و میر تا انتهای قرن حاضر افزایش پیدا می‌کند و در سال ۲۱۰۰ شمار افرادی که بر اثر تغییرات جوی جانشان را از دست می‌دهند به ۷۳ نفر به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر می‌رسد یعنی فاجعه‌ای حداقل پنج برابر بزرگ‌تر از بحرانی که امروز درگیر آن هستیم.

تأثیر منفی تغییرات جوی روی اقتصاد دنیا هم چشمگیر خواهد بود. مطالعات نشان داده است طی یک یا دو دهه آینده، آسیب‌های اقتصادی ناشی از تغییرات جوی به بزرگی پاندمی کرونا خواهد بود و آسیبی به بزرگی این آسیب اقتصادی ناشی از کرونا، در هر دهه به اقتصاد دنیا تحمیل می‌شود. در نتیجه تا انتهای قرن جاری شرایط اقتصادی بسیار سختی برای اقتصاد دنیا ایجاد خواهد شد.

بررسی‌ها نشان داده است هزینه تغییرات جوی برای اقتصاد دنیا به اندازه یک درصد تولید ناخالص داخلی دنیا در هر سال خواهد بود. این در حالی است که مطالعات نشان داد همه‌گیری کرونا هزینه‌ای بین ۷ تا ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی آمریکا، به این کشور وارد می‌کند. اگر ما تصور کنیم که آسیبی مشابه هر سال به اقتصاد دنیا تحمیل شود، به این معناست که تغییرات جوی و گرمایش زمین به طور متوسط سالانه هزینه‌ای بین ۰.۷ درصد تا ۱ درصد تولید ناخالص داخلی آمریکا به اقتصاد دنیا تحمیل می‌کند.

برای جلوگیری از وقوع بحران چه باید کرد؟

هدف اصلی از بیان بزرگی آسیب‌های ناشی از همه‌گیری کرونا و مقایسه آن با اثرات منفی تغییرات جوی تنها این نیست که بگوییم این بحران چقدر بزرگ است و دنیا در انتظار چه چالش‌هایی خواهد بود بلکه هدف اصلی این است که بگوییم باید از چالش‌های ایجاد شده در اثر بحران کرونا درس بگیریم و با اطلاعات بیشتر و با آگاهی در مورد عواقب بی‌توجهی به بحران‌های زیست محیطی، به سیاست‌گذاری‌های اقتصادی بپردازیم.

برنامه‌ریزی صحیح و مقابله با تشدید بحران در سال‌های آتی می‌تواند جان میلیون‌ها انسان را در دنیا نجات دهد و کیفیت زندگی افراد باقی‌مانده در زمین را نیز بهبود بخشد.

بحران کرونا سه درس مهم به ما داد که استفاده از آنها می‌تواند در مدیریت بحران بعدی که بحران محیط زیست است به ما کمک کند.

درس اول: به علم روز و نوآوری‌های دنیا اجازه بدهید

مدیریت دنیا را بر عهده بگیرند

کاهش اندک انتشار کربن در نتیجه همه‌گیری کرونا به ما نشان داد که حصول هدف عدم انتشار کربن به سادگی میسر نیست. ما نمی‌توانیم سفرهای هوایی را تعطیل کنیم یا کارخانه‌ها را از فعالیت بازایستاییم تا انتشار گاز دی اکسید کربن به حداقل برسد بلکه باید راهی پیدا کنیم که ضمن تداوم رشد اقتصادی و انجام فعالیت‌های صنعتی، انتشار کربن کاهش پیدا کند.

بدون شک کاهش سفرهای هوایی و حتی کاهش سفرهای درون شهری، دورکاری و هر سیاستی که بتواند باعث کاهش انتشار کربن بشود سیاست مطلوبی است مادام که این سیاست آسیبی به کسب

و کار و اشتغال فرد وارد نکند. مثلاً اگر شرکت‌ها و سران اقتصادی و سیاسی کشورها جلسات را به صورت تله کنفرانس انجام دهند یا از اپلیکیشن‌های جدید برای برگزاری جلسات استفاده کنند، می‌توانند کمک بزرگی به محیط زیست بکنند ولی راه حل مشکل دنیا در استفاده کمتر از انرژی نیست. بلکه راه اصلی جایگزین کردن انرژی‌های فسیلی با انرژی‌های احیاشدنی است به گونه‌ای که نیاز روزافزون دنیا تامین شود و در روند رشد اقتصادی و صنعتی کشورها اختلالی ایجاد نشود.

بنابراین همان طور که برای مقابله با ویروس کرونا نیازمند واکسن، دارو و روش‌های درمانی تازه‌ای هستیم برای مقابله با تغییرات جوی و رساندن میزان انتشار کربن به سطح صفر درصد هم نیاز داریم تا از ابزارهای تازه‌ای استفاده کنیم. مثلاً تولید برق با استفاده از منابع انرژی احیاشدنی، استفاده از سوخت‌های کم‌کربن در کارخانه‌های صنعتی و تولیدی و تولید محصولات کشاورزی و دامی با وارد شدن کمترین آسیب به محیط زیست. در واقع دنیا باید با استفاده از تکنولوژی و ایده‌های خلاقانه اقدام به تولید کالاهای مورد نیاز خود بکند و تمامی فعالیت‌های صنعتی و تولیدی را ادامه دهد ولی با تغییر نوع سوخت مصرفی و استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا، انتشار کربن را به حداقل برساند.

درس دوم: کشورهای فقیر را فراموش نکنید

همه‌گیری کرونا تمامی کشورهای دنیا را تحت تأثیر قرار داده است ولی بدون شک تأثیر آن هم از نظر سلامتی و هم از نظر اقتصادی روی کشورهای فقیر بیش از دیگر کشورهای دنیا است. بدون شک تأثیر تغییرات جوی هم روی کشورهای فقیر دنیا که ابزارهای کمتری برای مقابله با بحران در اختیار دارند بیشتر خواهد بود. طبق مطالعات اخیر توسط مرکز مطالعات تأثیرات جوی در آمریکا با وجود اینکه تغییرات جوی باعث می‌شود تا نرخ مرگ و میر در دنیا به شدت افزایش پیدا کند ولی متوسط نرخ رشد مرگ و میر در کشورهای فقیر بیش از کشورهای ثروتمند خواهد بود. بیشترین آسیب به کشورهای فقیری که در اطراف خط استوا زندگی می‌کنند وارد می‌شود و ما شاهد از بین رفتن شرایط زندگی مردم در این کشورها خواهیم بود. این کشورها هم اکنون هم دمای بالایی دارند و افزایش دما و کاهش بارش‌های جوی می‌تواند چالش‌های زیادی برای بقای مردم ایجاد کند.

از نظر اقتصادی هم بیشترین تأثیرات ناشی از تغییرات جوی به کشورهای فقیر تحمیل می‌شود. انتظار می‌رود ارزش تولید ناخالص داخلی دنیا در نتیجه تغییرات جوی کاهش پیدا کند ولی شدت کاهش در کشورهای فقیر و گرمسیر دو یا سه برابر دیگر کشورها خواهد بود. در واقع می‌توان این‌طور گفت که تأثیر تغییرات جوی روی دنیا بیش از همه‌گیری کرونا است و بیشترین تأثیر مخرب را کشورهایی متحمل می‌شوند که کمترین تأثیر را در ایجاد این بحران و انتشار کربن داشته‌اند.

درس سوم: از همین امروز شروع کنید

برخلاف ویروس کرونا که از زمان شروع تا زمان کشف واکسن و به‌کارگیری وسیع آن در دنیا بیش از یک سال طول خواهد کشید و تا پایان دو سال از زمان آغاز این همه‌گیری تمامی مردم دنیا واکسن را دریافت خواهند کرد، پروسه مقابله با تغییرات جوی را نمی‌توان پروسه‌ای دو ساله یا چندساله دانست. برای کنترل این بحران باید دهه‌ها زمان صرف کرد و با بهره‌گیری از دنیای علم و تکنولوژی تلاش کرد که هم‌زمان با رشد اقتصادی در دنیا زمینه برای کاهش انتشار کربن هم فراهم شود. ■

کاهش اندک

انتشار کربن در

نتیجه همه‌گیری

کرونا به ما نشان

داد که حصول

هدف عدم انتشار

کربن به سادگی

میسر نیست.

مانمی‌توانیم

سفرهای هوایی

را تعطیل کنیم یا

کارخانه‌ها را از

فعالیت بازایستاییم

تا انتشار گاز دی

اکسید کربن به

حداقل برسد

بلکه باید راهی

پیدا کنیم که

ضمن تداوم رشد

اقتصادی و انجام

فعالیت‌های

صنعتی، انتشار

کربن کاهش پیدا

کند

آلمان، بهشت استارت آپ‌های اروپا

کدامیک از کشورهای اروپایی بهترین فضا را برای استارت آپ‌ها فراهم کرده‌اند؟

اروپایی برای فعالیتهای استارت آپ هستند. طبق این مطالعه کشورهای اروپایی برای استارت آپ‌ها فضای مناسبی را ایجاد می‌کنند که جمعیت تحصیل کرده زیادی دارند، از زیرساخت‌های اقتصادی قدرتمندی برخوردار هستند و از فضای تجاری و اقتصادی سالمی برخوردار هستند. از طرف دیگر هزینه پایین شروع کسب و کار در این کشورها و زمان کم مورد نیاز برای طی شدن مراحل اداری ثبت و شروع یک فعالیت اقتصادی هم از دیگر مزایای کشورها برای فعالیت استارت آپ‌ها است. مسئله مهم دیگر پایین بودن نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها است که باعث می‌شود شرکت‌ها بخش کمتری از درآمدها را هر ساله به عنوان مالیات پرداخت کنند. این مسئله برای استارت آپ‌هایی که برای شروع کارشان نیاز به منابع مالی زیادی دارند و اغلب بخش زیادی از این منابع را به صورت وام دریافت کرده‌اند، اهمیت زیادی دارد و می‌تواند باعث افزایش میزان درآمد قابل استحصال آنها شود.

برای انجام این رده‌بندی چهار فاکتور مهم مد نظر قرار گرفته که عبارتند از سلامت اقتصادی، هزینه انجام کار، فضای کسب و کار و کیفیت نیروی کار و برای ارزیابی هر یک از این فاکتورهای مهم اقتصادی زیربخش‌های دیگری مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد.

اولین فاکتور: سلامت اقتصادی

برای ارزیابی سلامت اقتصادی کشورها می‌توان به ارزش تولید ناخالص داخلی آنها، نرخ رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و در نهایت سرانه تولید ناخالص داخلی توجه کرد. در ابتدای سال جاری میلادی ایرلند به عنوان سالم‌ترین اقتصاد قاره سبز معرفی شد. ارزش تولید ناخالص داخلی این کشور برابر با ۳۸۸.۷ میلیارد دلار بود. نرخ رشد اقتصادی این کشور برابر با ۵.۵ درصد و نرخ بیکاری آن برابر با ۴.۹ درصد بود.

دومین جایگاه به کشور هلند اختصاص داشت و آلمان در این رده‌بندی جایگاه سوم را داشت. در رده‌بندی کشورها از نظر سلامت اقتصادی، کشورهای لهستان، بریتانیا، سوئیس، دانمارک، جمهوری چک، نروژ و مجارستان به ترتیب جایگاه چهارم تا دهم را داشتند. در میان این کشورها، سوئیس بالاترین سرانه تولید ناخالص داخلی را داشت که برابر با ۸۱ هزار و ۹۹۴ یورو بود و پایین‌ترین سرانه تولید ناخالص داخلی متعلق به لهستان بود که برابر با ۱۵ هزار و ۵۹۵ یورو بود.

در انتهای فهرست کشورها از نظر سلامت اقتصادی کشورهای یونان و لاتیوی قرار داشتند که ارزش تولید ناخالص داخلی آنها نسبت به دیگر کشورها بسیار پایین بود. آمار نشان می‌دهد در ابتدای سال جاری ارزش تولید ناخالص داخلی کشور یونان برابر با ۲۰۹.۹ میلیارد دلار بود و سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور به مرز ۱۹ هزار و ۵۳۸ یورو رسید. بالغ بر ۱۷.۳ درصد از جمعیت

دنیا برای رشد اقتصادی و گذر از چالش‌ها نیاز به خلاقیت و نوآوری دارد و استارت آپ‌ها را می‌توان اصلی‌ترین و مهم‌ترین مظهر این خلاقیت‌ها دانست. اما استارت آپ‌ها که با یک ایده نوآورانه و خلاقانه شروع می‌شوند، برای نتیجه‌بخش بودن نیاز به دریافت حمایت‌های مالی دولتی دارند. مسئله‌ای که برای رشد استارت آپ‌ها ضروری است و می‌تواند به افزایش سطح رفاه در اقتصاد کشورهای میزبان آنها هم بینجامد. در حالت کلی می‌توان این طور تعبیر کرد که برای اینکه یک کشور فضای مناسبی برای توسعه استارت آپ‌ها داشته باشد، در درجه اول باید زیرساخت‌های اقتصادی و قانونی منسجمی داشته باشد. از طرف دیگر باید نظام قانونی در این کشور هم حامی فعالیتهای نوآورانه باشد. اروپا در حمایت از استارت آپ‌ها در دنیا پیشگام است و حتی در روزهایی که دنیا درگیر بحران کرونا و کنترل اثرات منفی اقتصادی ناشی از آن است شماری از کشورهای اروپایی مشغول سیاست‌گذاری برای حمایت بیشتر از استارت آپ‌ها و ایجاد فضای مناسب برای رشد آنها هستند. اما در میان کشورهای موجود در این قاره سبز، کدامیک بهترین جایگاه را دارند و کدامیک در ضعیف‌ترین موقعیت قرار گرفته‌اند؟ مسئله مهم‌تر اینکه چگونه موقعیت کشورهای از نظر مناسب بودن فضا برای فعالیت استارت آپ‌ها ارزیابی می‌شود و چه فاکتورهایی مد نظر قرار می‌گیرد؟

مرکز مطالعات نیمبل فینز متعلق به کشور بریتانیا هر ساله مطالعه‌ای در مورد وضعیت کشورهای این قاره از نظر مناسب بودن فضا برای استارت آپ‌ها تهیه می‌کند که طبق گزارش سال جاری آلمان در رده اول قرار دارد و یونان و ایتالیا بدترین کشورهای

منبع: Nimbles

چرا باید خواند:

فعالیت‌های

استارت آپی نمادی از

نوآوری و پیشرفت‌های

تکنولوژیکی است و

حمایت از آنها می‌تواند

زمینه‌ساز رشد

اقتصادی کشورها

شود.

در رده‌بندی کشورهای اروپایی که بالاترین کیفیت نیروی کار را دارند، سوئیس در جایگاه اول است و فنلاند و دانمارک و نروژ و آلمان به ترتیب جایگاه دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند

بهترین کشورهای اروپایی برای فعالیت‌های استارت آپی در قاره اروپا

رتبه	نام کشور	رتبه از نظر سلامت اقتصادی	رتبه از نظر هزینه کسب و کار	رتبه از نظر فضای کسب و کار	رتبه از نظر کیفیت نیروی کار
۱	آلمان	۳	۱۴	۲	۵
۲	بریتانیا	۵	۱۴	۳	۹
۳	سوئیس	۶	۲۵	۱	۱
۴	هلند	۲	۲۷	۶	۵
۵	ایرلند	۱	۱۷	۱۰	۱۴
۶	دانمارک	۷	۲۹	۸	۳
۷	فنلاند	۲۴	۱۹	۳	۲
۸	نروژ	۷	۳۱	۷	۴
۹	چک	۷	۶	۱۷	۲۱
۱۰	سوئد	۱۹	۲۰	۵	۷

در سال ۲۰۲۰ برای دومین سال متوالی آلمان در میان ۳۱ کشور اروپایی مورد مطالعه به عنوان بهترین کشور برای استارت‌آپ‌ها معرفی شد که یکی از اصلی‌ترین دلایل آن را می‌توان سلامت و قدرت بالای اقتصادی این کشور و فضای مناسب برای کسب و کارها دانست.



سوئیس از نظر کم بودن قوانین دست و پاگیر و محدودکننده جایگاه اول را در دنیا دارد در حالی که فنلاند از نظر دسترسی به منابع مالی و استقلال نظام قضایی در جایگاه اول در میان ۳۱ کشور اروپایی قرار گرفته است. دانمارک و بریتانیا از نظر سهولت انجام کار به ترتیب جایگاه اول و دوم را در قاره اروپا دارند. بدترین کشور از نظر فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۲۰ کشور کرواسی است و یونان و رومانی و اسلواکی و لهستان در رده‌های بعد قرار گرفته‌اند. فرانسه و اسپانیا از نظر فضای کسب و کار در اروپا به ترتیب جایگاه ۱۵ و ۱۶ را دارند.

بدترین کشورها از نظر فعالیت‌های استارت‌آپی در سال ۲۰۲۰ در اروپا					
رتبه	نام کشور	رتبه از نظر سلامت اقتصادی	رتبه از نظر هزینه کسب و کار	رتبه از نظر فضای کسب و کار	رتبه از نظر کیفیت نیروی کار
۳۱	یونان	۳۱	۱۶	۳۰	۲۷
۳۰	ایتالیا	۲۵	۲۱	۲۵	۲۷
۲۹	کرواسی	۲۹	۷	۳۱	۳۰
۲۸	اسلواکی	۲۵	۸	۲۸	۲۵
۲۷	پرتغال	۲۵	۱۳	۱۸	۲۳
۲۶	مالت	۱۱	۲۲	۲۲	۲۴
۲۵	لاتویو	۳۰	۱۱	۲۰	۱۸
۲۴	رومانی	۱۵	۲	۲۹	۳۰
۲۳	فرانسه	۱۸	۲۶	۱۵	۱۶
۲۲	بلغارستان	۲۲	۱	۲۶	۲۵

این کشور اروپایی در سال جاری بیکار هستند. کشورهای قبرس و کرواسی در این رده‌بندی جایگاه ۲۸ و ۲۹ را در این فهرست دارند.

دومین فاکتور: هزینه انجام کار

برای محاسبه هزینه انجام کار در کشورها به مسائلی از قبیل هزینه زندگی در کشورها، متوسط دستمزد سالیانه مردم و میزان مالیات بر درآمد شرکت‌ها توجه شده است. طبق گزارش بلغارستان، رومانی، مجارستان، لیتوانی و لهستان پنج کشور هستند که هزینه انجام کار در آنها پایین‌تر از دیگر کشورهای اروپایی است. رومانی پایین‌ترین هزینه زندگی را در قاره سبز دارد و نرخ مالیات بر شرکت‌ها در مجارستان از دیگر کشورهای پایین‌تر است. متوسط دستمزد مردم در کشور بلغارستان برابر با ۳۸۸۶ یورو است و متوسط درآمد در لیتوانی در مرز ۷۱۹۵ یورو قرار دارد. طبق این مطالعه متوسط درآمد مردم در کشور آلمان برابر با ۲۶ هزار و ۹۲ یورو و متوسط درآمد مردم بریتانیا برابر با ۲۳ هزار و ۲۴۲ یورو است و این دو کشور در میان ۳۱ کشور مورد مطالعه از نظر هزینه انجام کار جایگاه چهارده و پانزده را به خود اختصاص داده‌اند. بالاترین درآمد در اروپا به کشور ایسلند اختصاص دارد که برابر با ۳۵ هزار و ۶۳ دلار است.

در انتهای فهرست کشورهای اروپایی از نظر هزینه انجام کار، کشورهای نروژ و بلژیک قرار دارند که هزینه کسب و کار در آنها بالاتر از دیگر کشورها است. از یک طرف در این کشور مالیات بر درآمد شرکت‌ها بالا است و از طرف دیگر دستمزدهای انتظاری هم در سطح بالایی قرار دارد.

در بخش رده‌بندی کشورها از نظر هزینه انجام کار، مهم‌ترین و اصلی‌ترین فاکتور مالیات بر شرکت‌ها است زیرا بخش مهمی از درآمد هر شرکت در سال برای پرداخت مالیات صرف می‌شود و هرچه این نرخ پایین‌تر باشد، برای شرکت‌هایی که به تازگی در بازار فعالیت خود را شروع کرده‌اند مزیت مهمی محسوب می‌شود. طبق این گزارش نرخ مالیات بر شرکت‌ها در کشور مجارستان برابر با ۹ درصد است در حالی که این نرخ در بلغارستان به ۱۰ درصد می‌رسد. نرخ مالیات بر شرکت‌ها در کشور قبرس برابر با ۱۲.۵ درصد، در ایرلند برابر با ۱۲.۵ درصد، در لیتوانی برابر با ۱۵ درصد، در آلمان برابر با ۱۵.۸۲۵ درصد و در سوئیس بین ۱۱.۹ تا ۲۱.۶ درصد است. نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در کرواسی ۱۸ درصد و در لوکزامبورگ برابر با ۱۸.۴۹ درصد است و این کشورها به ترتیب جایگاه اول تا دهم را از نظر پایین بودن نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها به خود اختصاص داده‌اند.

سومین فاکتور: فضای کسب و کار

در بخش فضای کسب و کار، عوامل زیادی مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرند که از جمله آنها می‌توان به سهولت انجام کار، استقلال نظام قضایی و دآوری در اختلافات مالی و سرمایه‌گذاری، دسترسی به منابع مالی، امکان دسترسی به بازار مصرف و وجود قوانین دست و پاگیر اشاره کرد. سوئیس در این رده‌بندی در جایگاه اول قرار دارد و کشورهای آلمان و فنلاند و بریتانیا و سوئد جایگاه دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. از دیگر کشورهای این فهرست می‌توان به هلند و نروژ و دانمارک و لوکزامبورگ و ایرلند اشاره کرد که به ترتیب جایگاه ششم تا دهم را دارند.

به ترتیب جایگاه دوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر سهولت پیدا کردن نیروی کار ماهر در کشورهای اروپایی، نروژ اولین جایگاه و فنلاند و ایسلند و بریتانیا به ترتیب جایگاه دوم تا چهارم را به خود اختصاص داده‌اند.

کشورهای کرواسی و رومانی و مجارستان پایین‌ترین کیفیت نیروی کار را دارند. نیروی کار در این کشورها سطح تحصیلات پایینی دارد و دسترسی به نیروی کار ماهر در این کشورها بسیار دشوار است. در ابتدای سال جاری تنها ۱۸.۳ درصد از جمعیت بزرگسال کشور کرواسی تحصیلات دانشگاهی داشتند و در رومانی سهم افرادی که تحصیلات دانشگاهی داشتند برابر با ۱۴.۷ درصد بود.

بهترین کشورها برای فعالیت‌های استارت‌آپی کدام‌اند؟

در سال ۲۰۲۰، آلمان به عنوان بهترین کشور برای فعالیت استارت‌آپ‌ها معرفی شده است و کشورهای بریتانیا و سوئیس و هلند و ایرلند در جایگاه دوم تا پنجم قرار گرفته‌اند. کشورهای اسکانديناوی در این رده‌بندی جایگاه ششم تا هشتم را دارند. ششمین کشور این فهرست دانمارک، هفتمین کشور فنلاند و هشتمین کشور نروژ است و کشورهای چک و سوئد جایگاه نهم و دهم را به خود اختصاص داده‌اند.

طبق مطالعات انجام‌شده کشور سوئیس بهترین کشور اروپا از نظر فضای کسب و کار و کیفیت نیروی کار است در حالی که ایرلند سالم‌ترین اقتصاد قاره سبز را دارد ولی جایگاه اول از نظر هزینه‌های انجام کار به بلغارستان اختصاص دارد که در رده‌بندی کشورهای مناسب برای فعالیت استارت‌آپی در قاره سبز جایگاه ۲۲ را در میان ۳۱ کشور به خود اختصاص داده است. رومانی و مجارستان از نظر هزینه‌های انجام کار در میان ۳۱ کشور اروپایی جایگاه دوم و سوم را دارند.

در انتهای این فهرست کشور یونان قرار دارد. این کشور آخرین کشور اروپایی از نظر سلامت اقتصادی است و از نظر کیفیت نیروی کار در میان ۳۱ کشور جایگاه ۲۷ را دارد. در حالی که از نظر فضای مناسب برای کسب و کار هم در میان ۳۱ کشور جایگاه ۳۰ را به خود اختصاص داده است. بعد از یونان در انتهای این فهرست به ترتیب کشورهای ایتالیا، کرواسی، اسلواکی، پرتغال و مالت قرار دارند.

آلمان، بهترین کشور اروپایی برای استارت‌آپ‌ها

در سال ۲۰۲۰ برای دومین سال متوالی آلمان در میان ۳۱ کشور اروپایی مورد مطالعه به عنوان بهترین کشور برای استارت‌آپ‌ها معرفی شد که یکی از اصلی‌ترین دلایل آن را می‌توان سلامت و قدرت بالای اقتصادی این کشور و فضای مناسب برای کسب و کارها دانست و نیز استارت‌آپ‌ها دسترسی خوبی به منابع مالی و حمایت‌های اقتصادی داشتند. این کشور بعد از سوئیس، دومین کشور قاره سبز بود که قوانین دست و پاگیر دولتی برای شروع به کار را ندارد و بوروکراسی‌های اداری در آن نمی‌تواند به عنوان مانعی برای آغاز به کار معرفی شود.

از طرف دیگر در این کشور اروپایی نرخ مالیات بر شرکت‌ها در مقایسه با دیگر کشورها بسیار پایین است و در سال ۲۰۲۰ این

رتبه	نام کشور	ارزش GDP (میلیارد دلار)	رشد GDP (درصد)	نرخ بیکاری (درصد)	سرمایه GDP (یورو)
۱	ایرلند	۳۸۸.۷	۵.۵	۴.۹	۷۸۶۶۱
۲	هلند	۹۰۹.۱	۱.۸	۳.۴	۵۲۴۴۸
۳	آلمان	۳۸۴۵.۶	۰.۶	۳.۱	۴۶۲۵۹
۴	لهستان	۵۹۲.۲	۴.۱	۳.۳	۱۵۵۹۵
۵	بریتانیا	۲۸۲۷.۱	۱.۴	۳.۷	۴۲۳۰۰
۶	سوئیس	۷۰۳.۱	۰.۹	۴.۴	۸۱۹۹۴
۷	دانمارک	۳۴۸.۱	۲.۴	۵	۵۹۸۸۲
۸	چک	۲۴۶.۵	۲.۶	۲	۲۳۱۰۲
۹	نروژ	۴۰۳.۳	۱.۲	۳.۷	۷۵۴۲۰
۱۰	مجارستان	۱۶۱	۴.۹	۳.۴	۱۶۴۷۶

چهارمین فاکتور: کیفیت نیروی کار

با وجود اینکه برای موفقیت استارت‌آپ‌ها عوامل زیادی اهمیت دارد ولی یکی از مهم‌ترین مسائل را می‌توان کیفیت نیروی کار دانست و این کیفیت هم از نظر میزان تحصیلات قابل مقایسه است. مطالعات نشان می‌دهد با کیفیت‌ترین نیروهای کاری در کشور سوئیس وجود دارد که ۸۵ درصد از جمعیت این کشور تا سطح متوسطه به بالا و ۳۹ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند. در کشور لیتوانی ۸۷ درصد از مردم دارای تحصیلات دبیرستانی یا بیشتر هستند و ۳۵ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند و در آلمان و بریتانیا سهم افراد دارای تحصیلات متوسطه به بالا به ترتیب ۸۳ درصد و ۶۰ درصد است در حالی که سهم افراد دارای تحصیلات دانشگاهی به ترتیب ۲۶ درصد و ۳۵ درصد است.

در رده‌بندی کشورهایی که بالاترین کیفیت نیروی کار را دارند، سوئیس در جایگاه اول است و فنلاند و دانمارک و نروژ و آلمان

در ابتدای سال جاری میلادی ایرلند به عنوان سالم‌ترین اقتصاد قاره سبز معرفی شد. ارزش تولید ناخالص داخلی این کشور برابر با ۳۸۸۰.۷ میلیارد دلار بود. نرخ رشد اقتصادی این کشور برابر با ۵.۵ درصد و نرخ بیکاری آن برابر با ۴.۹ درصد بود.

رتبه	نام کشور	سهولت انجام کار	رتبه از نظر سیستم قضایی استقلال	رتبه از نظر دسترسی به منابع مالی	رتبه از نظر امکان دسترسی به بازار	رتبه از نظر سطح موانع قانونی
۱	سوئیس	۱۵	۲	۷	۱	۱
۲	آلمان	۹	۱۴	۲	۲	۲
۳	فنلاند	۸	۱	۱	۱۹	۳
۴	بریتانیا	۲	۸	۳	۸	۱۱
۵	سوئد	۴	۱۰	۶	۹	۷
۶	هلند	۲۰	۳	۵	۴	۵
۷	نروژ	۳	۶	۹	۱۰	۱۰
۸	دانمارک	۱	۵	۱۴	۵	۱۴
۹	لوکزامبورگ	۲۹	۴	۴	۱۱	۴
۱۰	ایرلند	۱۰	۷	۱۸	۱۳	۹

بدرترین کشور از نظر فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۲۰ کرواسی است و یونان و رومانی و اسلواکی و لهستان در رده‌های بعد قرار گرفته‌اند. فرانسه و اسپانیا از نظر فضای کسب و کار در اروپا به ترتیب جایگاه ۱۵ و ۱۶ را دارند.

ده کشور برتر اروپا از نظر هزینه کسب و کار در سال ۲۰۲۰					
رتبه	نام کشور	رتبه از نظر هزینه زندگی	متوسط دستمزد (یورو)	رتبه از نظر بزرگی مالیات بر شرکت‌ها	رتبه از نظر بزرگی مالیات بر شرکت‌ها (درصد)
۱	بلغارستان	۲	۳۸۸۶	۲	۱۰
۲	رومانی	۱	۶۰۲۴	۷	۱۶
۳	مجارستان	۴	۶۸۴۰	۱	۹
۴	لیتوانی	۵	۷۱۹۵	۵	۱۵
۵	لهستان	۳	۶۹۰۴	۱۱	۱۹
۶	چک	۶	۷۹۶۲	۱۱	۱۹
۷	کرواسی	۱۳	۶۸۳۲	۹	۱۸
۸	اسلواکی	۷	۶۵۹۹	۱۸	۲۱
۹	قبرس	۱۵	۱۲۰۲۹	۳	۱۲.۵
۱۰	اسلوانی	۱۱	۱۰۲۸۸	۱۱	۱۹

بریتانیا در جایگاه دوم قرار دارد

در سال ۲۰۲۰، بریتانیا توانست به عنوان دومین کشور مناسب برای فعالیت استارت‌آپ‌ها معرفی شود. دلیل تصاحب این جایگاه توسط بریتانیا در شرایطی که به دلیل بحران‌های ناشی از برگزیت، نرخ رشد اقتصادی پایینی داشت، این بود که شروع کسب و کار در این کشور بسیار آسان است و موانع دست و پاگیر برای آن وجود ندارد. از طرف دیگر استارت‌آپ‌ها دسترسی زیادی به سرمایه و منابع مالی دارند و حمایت‌های زیادی از طرف دولت دریافت می‌کنند.

مسئله دیگر این است که هزینه انجام کار در استارت‌آپ‌ها بسیار پایین است. مساله افراد انتظار دریافت دستمزدهای بالا را ندارند و همین مساله شروع کار را برای کارآفرینان ساده تر کرده است. سطح بالای تحصیلات و مهارت مردم در این کشور سبب شده است تا بریتانیا در میان کشورهای اروپایی جایگاه چهارم را از نظر سرعت و سهولت دریافت نیروهای توانمند و ماهر داشته باشد و این امکان خوبی برای افرادی است که قصد شروع یک کار جدید را دارند.

نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در این کشور بسیار پایین است. در سال جاری نرخ مالیات بر درآمد شرکت‌ها در بریتانیا برابر با ۱۹ درصد اعلام شده است و انتظار می‌رود به دلیل همه‌گیری کرونا و تاثیر منفی این بحران روی درآمد شرکت‌ها، در سال بعد این نرخ تنزل یابد که انگیزه خوبی برای کارآفرینان است.

در نهایت باید در نظر داشت که اهمیت فعالیت‌های استارت‌آپی و نوآورانه در بریتانیا، سبب شده است تا سازمان‌های زیادی برای حمایت از استارت‌آپ‌ها در این کشور ایجاد شود و این هم نقطه قوت دیگری برای بریتانیا است.

سوئیس جایگاه سوم را دارد

در سال جاری این کشور توانست سه پله نسبت به سال قبل ارتقای جایگاه بدهد و به سومین کشور دنیا از نظر حمایت از اس تارت‌آپ‌ها در قاره اروپا تبدیل شود. دلیل این ارتقای جایگاه را می‌توان در بهبود فضای کسب و کار در سوئیس و ارتقای کیفی بازار کار در این کشور قلمداد کرد. آمارها نشان می‌دهد کمترین محدودیت‌های قانونی و بوروکراسی برای شروع به کار در این کشور اروپایی وجود دارد و اخیراً هم دولت سوئیس قوانینی وضع کرده است که به موجب آنها فضا برای شروع به کار و برای کارآفرینان تازه در کشور مناسب‌تر از قبل شود. این مسئله می‌تواند قدرت اقتصادی سوئیس در دنیا را نیز افزایش دهد و فرصت بیشتری برای افراد خلاق و دارای ایده‌های نو ایجاد کند تا ایده‌های خود را در زمینه بهبود اقتصاد کشور مورد آزمایش قرار دهند. این کشور دارای رتبه بالایی از نظر آموزش نیروی کار و کیفیت

آموزش‌های مهارتی برای نیروهای فعال در بازار است. این کشور از نظر شمار افرادی که دارای تحصیلات عالی در دنیا هستند، رتبه دوم را دارد و بالغ بر ۳۸ درصد از جمعیت این کشور تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر دارند. البته سوئیس معایبی هم برای استارت‌آپ‌ها دارد که یکی از اصلی‌ترین آنها هزینه بالای زندگی و کار در این کشور است. این کشور در میان گران‌ترین کشورهای دنیا برای زندگی قرار دارد و انتظارات درآمدی مردم هم بسیار بالا است. از طرف دیگر انتظار افزایش چشمگیر نرخ رشد اقتصادی در این کشور وجود ندارد.

سوئیس یکی از قوی‌ترین اقتصادهای قاره اروپا را دارد و از نظر کیفیت زندگی هم در میان کشورهای دارای استانداردهای بالا قرار گرفته است. البته هزینه بالای زندگی و انتظارات بالای درآمدی باعث می‌شود تا شروع کسب و کارهای تازه در این کشور سخت‌تر از دیگر کشورهای اروپایی باشد. ■

با کیفیت‌ترین نیروهای کاری در کشور سوئیس وجود دارند که ۸۵ درصد از جمعیت این کشور تحصیلاتی بالاتر از سطح متوسطه و ۳۹ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند. در کشور لیتوانی ۸۷ درصد از مردم دارای تحصیلات دبیرستانی یا بیشتر هستند و ۳۵ درصد تحصیلات دانشگاهی دارند

ده کشور برتر اروپا از نظر کیفیت نیروی کار					
رتبه	نام کشور	بزرگسالان با تحصیلات دانشگاهی (درصد)	بزرگسالان با تحصیلات بالاتر از متوسطه (درصد)	رتبه از نظر آموزش‌های حین کار و مهارت‌آموزی	رتبه از نظر سهولت یافتن نیروی کار ماهر
۱	سوئیس	۳۸.۶	۸۴.۹	۱	۶
۲	فنلاند	۳۵.۲	۷۵.۵	۳	۲
۳	دانمارک	۳۶	۷۶.۹	۵	۵
۴	نروژ	۳۶.۳	۷۴.۷	۸	۱
۵	آلمان	۲۵.۷	۸۳.۲	۶	۷
۶	هلند	۳۲.۵	۷۰	۲	۹
۷	سوئد	۳۲.۲	۷۴.۷	۹	۸
۸	اتریش	۲۸.۴	۷۹.۷	۴	۱۶
۹	بریتانیا	۳۴.۵	۶۰.۴	۱۳	۴
۱۰	ایسلند	۲۷.۶	۵۷.۹	۱۰	۳

در ماه اوت امسال در آخر تابستان، ضرایبانه آمریکا در یک اعلان عمومی از آمریکایی‌ها خواست که با پول خرده‌هایی که دارند خرید کنند و همچنین پول‌های خرد خود را به کیوسک‌های بازیافت پول خرد بدهند و پول درشت تحویل بگیرند.

مشکل تازه کرونا: کمبود سکه

اقتصاد آمریکا به شدت به بحران پول خرد دچار شده است



راجل سیگل

کارشناس گزارشگر اقتصادی

منبع وا شننگتن پست

چرا باید خواند:

اقتصاد آمریکا یکی

از اقتصادهای مهم

جهان است و مشکلات

جزیی آن نیز می‌تواند

پس‌رعت به مشکلات

آینده اقتصادهای

دیگر تبدیل شود.

وقتی که بحران کمبود سکه و پول خرد در آمریکا اوج گرفت، صاحب شرکت لباسشویی «واش کوبین لاندی» در منطقه مینیاپولیس گرفتاری بزرگی پیدا کرد. او کاغذی روی شیشه شعبه‌های لباسشویی این شرکت زد و نوشت که مشتریان لطفاً با خودشان سکه‌های ۲۵ سنتی بیشتری بیاورند و ماشین‌های لباسشویی را هم چنان طراحی کرد که سکه کمتری مصرف کنند. در یک دوره، کار به جایی رسید که داریل جانسون که مدیر این شرکت لباسشویی است، کارش بسیار گیر کرد و رفت از یک منطقه دیگر سکه پیدا کند. او ۱۰ ساعت رانندگی کرد که برود و ۸ هزار دلار پول خرد پیدا کند تا بتواند ماشین‌های لباسشویی‌اش را بچرخاند. خودش می‌گوید که رفته به یک از شرکت‌های لباسشویی دیگر در منطقه‌ای خارج از مینیاپولیس و هر چه سکه ۲۵ سنتی داشته خرید و به جایش چک کشیده و آمده.

شاید هیچ‌وقت اقتصاد آمریکا به این اندازه که در دوران شیوع کرونا دچار رکود و بحران شده مشکل نداشته است. برای دیدن نشانه‌های بحران خیلی نباید جای دوری را نگاه کرد و زندگی روزمره مردم در کوچه و خیابان نشان می‌دهد که مصایب عالم‌گیری ویروس کرونا چیست. گرفتاری جدیدی را که برای اقتصاد درست شده می‌توان در قهوه‌فروشی‌ها و باجه‌های خودپرداز و بستنی‌فروشی‌ها و جاهایی که پول خرد و سکه نیاز است مشاهده کرد. هر چقدر مردم بیشتر در خانه می‌مانند، کمتر خرید می‌کنند و بیشتر خریدهایشان را آنلاین انجام می‌دهند. بنابراین جریان طبیعی پول خرد در بانک‌ها و رستوران‌ها و خرده‌فروشی‌ها قطع شده است.

ماجرای سکه در اقتصاد آمریکا مسئله بزرگی بوده است. در دهه ۱۹۶۰ هم که پول‌های خرد از نقره بودند مشکل کمبود سکه پیش آمد و منجر شد به قانون ضرب سکه در سال ۱۹۶۵ که نقره را از گردش سکه و پول خرد حذف کرد. ماجرا این است که در قضیه گردش سکه میان مردم، هم دولت و هم کسب‌وکارها و خود

آمریکایی‌ها نقش دارند. معمولاً کسب‌وکارهای کوچک در جاهایی مثل مال‌ها و کازینوها مردم را تشویق می‌کنند که پول‌های خرد خود را بدهند و اجناس یا خدمات کوچکی بگیرند. بنابراین قانون جدید ضرب سکه همه که تصویب شده نمی‌تواند مانع کمبود سکه و پول خرد در ایام شیوع ویروس کرونا شود. به عبارت دیگر، مشکل فقط با ضرب سکه‌های جدید و به گردش درآوردن آن در اقتصاد حل نمی‌شود چون هر چقدر هم سکه ضرب شود، جذب کسب‌وکارهایی خواهد شد که مردم را تشویق می‌کنند پول خرده‌های خود را خرج کنند

برخی از متخصصان می‌گویند که در دوران شیوع ویروس کرونا و اوج‌گیری کووید-۱۹ که آمریکا را نیز به شدت درگیر کرد، مردم رفتار اقتصادی‌ای از خود نشان دادند که ممکن است آن را در دوران پس از عالم‌گیری بیماری نیز حفظ کنند. حیات و ممت برخی از کسب‌وکارها به پول خرد و سکه وابسته است و گردش پول خرد برای آن‌ها اتفاقی است که اگر بر اثر مسایلی همچون شیوع ویروس کرونا قطع شود، باید گفت زندگی آن‌ها هم از بین خواهد رفت. برای آن‌ها والاس رییس هیات‌مدیره انجمن شرکت‌های لباسشویی عمومی است. او می‌گوید که ۵۶ درصد مشتریان آن‌ها سکه ۲۵ سنتی استفاده می‌کنند و پول خرد تنها راه پرداخت آن‌هاست. والاس می‌گوید که در ماه ژوئن امسال که تازه تابستان داشت شروع می‌شد، انجمن به اعضای خود زنگ زد و از آن‌ها پرسید که چقدر کمبود سکه ۲۵ سنتی دارد و بعد تحقیق کرده که آیا کسب‌وکارهای دیگر هم درگیر این مشکل هستند یا نه. والاس می‌گوید در مواجهه با عالم‌گیری و شیوع ویروس کرونا کسب‌وکار انجمن او در خط مقدم قرار دارد چون خدمات پایه بهداشتی را ارائه می‌دهد اما اگر اقتصاد کشور نتواند در تامین پول خرد به شرکت‌های لباسشویی عمومی کمک کند و آن‌ها نتوانند پول خرد در اختیار داشته باشند، نمی‌توانند جواب مشتریان‌شان را بدهند و در نتیجه کارشان می‌خواهد.

در ماه اوت امسال در آخر تابستان، ضرایبانه آمریکا در یک اعلان عمومی از آمریکایی‌ها خواست که با پول خرده‌هایی که دارند خرید کنند و همچنین پول‌های خرد خود را به کیوسک‌های بازیافت پول خرد بدهند و پول درشت تحویل بگیرند. وزیر خزانه‌داری آمریکا، استیون منوچین، نیز طی توییتی از مردم آمریکا خواست که در گردش سکه کمک کنند و با پول‌های خرد اضافی خود جنس بخرند یا اینکه آن را به باجه‌های بانک تحویل بدهند. در همان حین بود که فدرال رزرو نیز دریافت جریان سکه به شدت کاهش پیدا کرده یا حتی قطع شده است. در اوایل شیوع کووید-۱۹، ضرایبانه آمریکا کارکنان خود را دور کار کرد تا فاصله‌گیری اجتماعی را بیشتر رعایت کند که گفته شد که این کار تامین پول خرد را کاهش داد. اما مقامات ضرایبانه گفته‌اند که مشکل تامین سکه و پول خرد نیست و مشکل این است که سکه در بین مردم جریان پیدا نمی‌کند. ■



..... اکونومیست

پوتین از چه می‌ترسد؟

دولت‌های روسیه و بلاروس با اعتراضات مردمی روبه‌رو هستند
و همین مسئله باعث شده رهبران این دو کشور به وحشت بیفتند

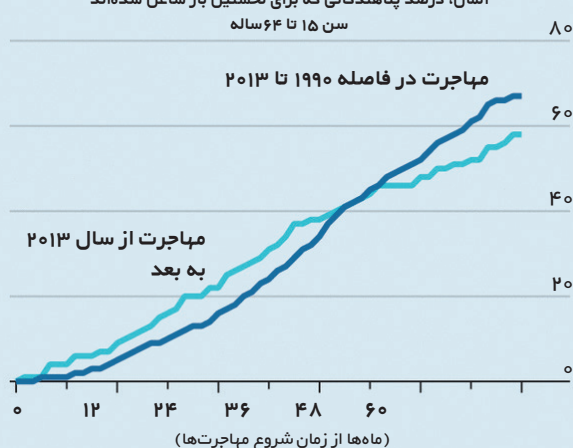


عاقبت سیاست‌های مرکل

آنگلا مرکل، صدراعظم آلمان جزو معدود مقامات اروپایی بود که مخالفتی با پذیرش مهاجران نداشت. بسیاری از افراد به بهانه سیاست‌های حمایتی خود، از کشورهای جنگ‌زده‌ای مثل سوریه فرار کردند و به آلمان پناه بردند. همه این‌ها باعث شده وضعیت آلمان ناگهان تغییر کند. تعداد مهاجران همین‌طور در حال افزایش است. البته بسیاری از افراد هم با سیاست‌های مرکل ابزار مخالفت کرده‌اند. اما اکنون آلمان در کجای داستان قرار گرفته‌است؟

سرعت ترک کار کن

آلمان، درصد پناهندگانی که برای نخستین بار شاغل شده‌اند سن ۱۵ تا ۶۴ ساله

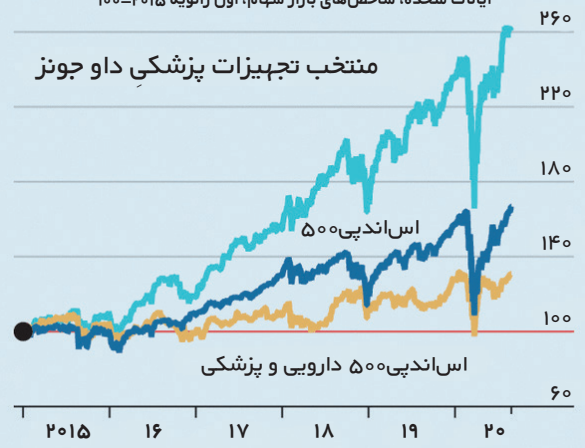


بازی شرکت‌های تجهیزات پزشکی لبه تیغ

کرونا وضعیت پیچیده‌ای برای صنعت تولید و ساخت تجهیزات و ابزار پزشکی ایجاد کرده‌است. این شرکت‌ها اگر در زمینه تولید تجهیزات پزشکی مرتبط با کرونا فعالیت کنند، بدون تردید با سود همراه خواهند شد اما اگر فقط در زمینه بیماری‌های غیر کرونایی کار کنند، به سود چندانی دست پیدا نخواهند کرد. دست کم تا زمانی که شرایط عادی نشود، نمی‌توان انتظار این را داشت که این شرکت‌ها با تولید تجهیزات غیر کرونایی هم مثل گذشته سود کنند.

کیفیت و سایر تجهیزات

ایالات متحده، شاخص‌های بازار سهام، اول ژانویه ۲۰۱۵=۱۰۰

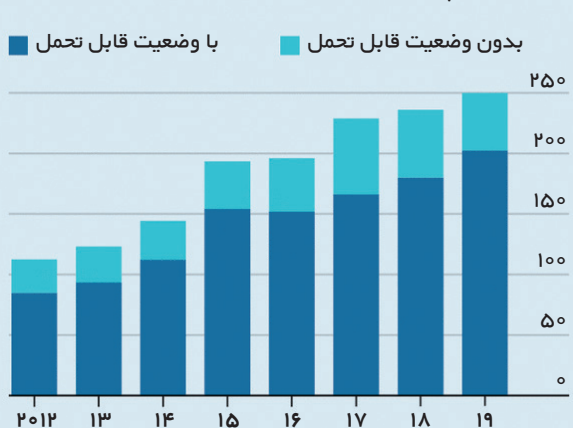


روزهای تحمل ناپذیر

مهاجران برای دست یافتن به یک موقعیت بهتر از کشور خود به دیگر کشورها سفر و در واقع مهاجرت می‌کنند. اما گاهی به جای اینکه با شرایطی مطلوب مواجه شوند، با شرایطی روبه‌رو می‌شوند که کاملاً نامطلوب و حتی سخت است. این اتفاقی است که مهاجران در آلمان هم با آن روبه‌رو شده‌اند. طبق این نمودار تعداد مهاجران همین‌طور در حال افزایش است و این می‌تواند برای آلمان یک شروع متفاوت باشد.

نه این‌جا، نه آن‌جا

پناهندگانی که در آلمان ماندگار شده‌اند، ۱۰۰۰ نفر

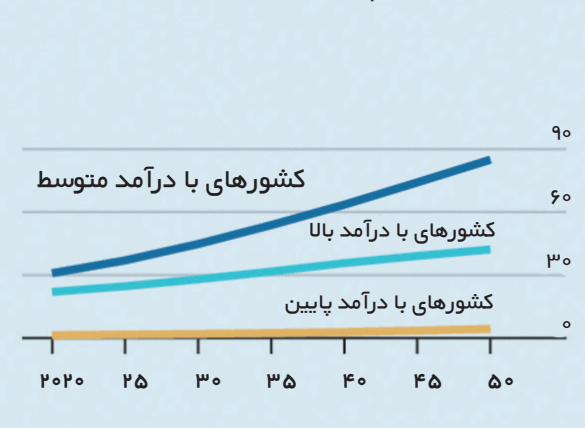


در چنگ فراموشی

یکی از بیماری‌هایی که این روزها تلاش زیادی برای مقابله با آن می‌شود، آلزایمر است. اما آلزایمر تنها یکی از انواع ترسناک بیماری زوال عقل است. فراموشی به پدیده‌ای رایج در عصر حاضر تبدیل شده‌است. یکی از دلایل عمده هم این است که امید به زندگی در مردم بالا رفته‌است. افزایش جمعیت هم مزید بر علت شده و در این زمینه مشکلاتی بزرگ را ایجاد کرده‌است. دولت‌ها باید مسئله فراموشی را در دستور کار خود قرار دهند و از حالا به فکر راه‌های مقابله با آن باشند.

رواج زوال عقل

پیش‌بینی جهانی، میلیون

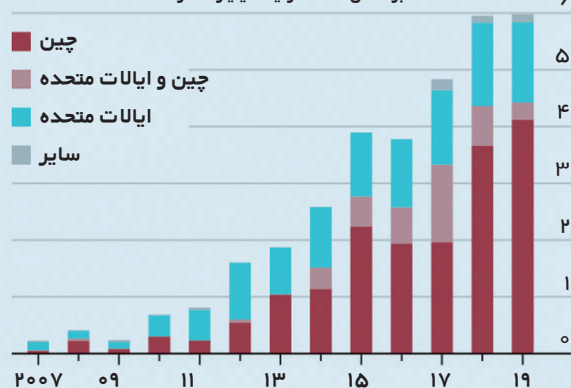


فرش قرمز چینی

چین پرجمعیت‌ترین کشور جهان است. این جمعیت زیاد می‌تواند مهم‌ترین مصرف‌کنندگان را برای هر بازاری به وجود بیاورد، از جمله برای بازار فیلم و سریال. بررسی‌ها نشان می‌دهد چینی‌ها زمان زیادی را صرف تماشای فیلم‌های سینمایی می‌کنند. این قضیه می‌تواند برای هالیوود یک نقطه امیدبخش باشد. در واقع هر صنعتی از آمریکا به چین رفته و از آن بهره‌ر گرفته، حالا نوبت به صنعت فیلم رسیده‌است. هالیوود می‌تواند نهایت بهره‌ر را از این بازار ببرد.

تولیدکنندگان

چین، درآمد گیشه‌ای از ۲۵ فیلم برتر براساس منطقه تولید، میلیارد دلار

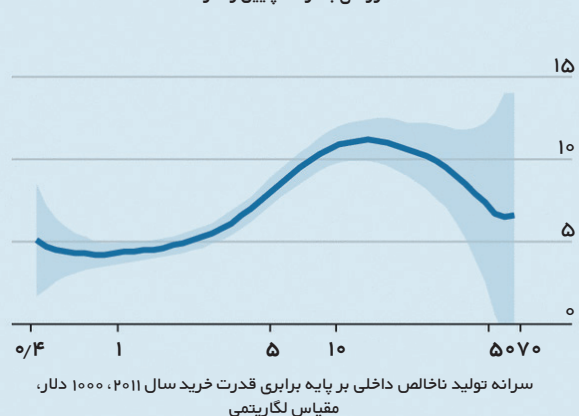


سکویی برای پرش

سال ۲۰۱۵ بود که ناگهان موجی از مهاجرت‌های غیرقانونی به راه افتاد. در آن زمان بسیاری از افراد از کشورهای مختلف جهان به‌ویژه از سوریه به کشورهای اروپایی گریختند. زندگی‌ها تغییر کرد و وضعیت دگرگون شد. اما اکنون پس از گذشت حدود ۵ سال، به نظر می‌رسد که فضا دوباره آرام شده و به سمت نوعی ثبات حرکت می‌کند. در واقع می‌بینیم که نمودار مهاجرت، روندی نزولی را در پیش گرفته و این می‌تواند سرآغاز یک فصل نو باشد.

رفت و آمد

نرخ تخمینی از مهاجرت، ۲۰۱۹-۱۹۶۰، درصد کشورهای با درآمد پایین و متوسط

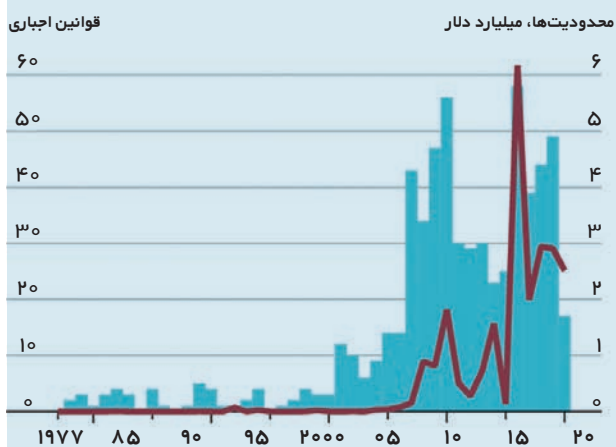


نگاهی عمیق به رشوه

یکی از مسائلی که بسیاری از شرکت‌های بزرگ با آن درگیر هستند، رشوه است. به نظر می‌رسد که این روزها بیش از هر زمانی با پدیده رشوه مواجه هستیم. البته در برخی از صنایع، رشوه به صورت کلان‌تر و سنگین‌تری خودش را نشان می‌دهد اما در برخی از دیگر صنایع، اینطور نیست. براساس گزارش اکونومیست، رشوه در صنعت نفت و گاز بیش از هر صنعت دیگری در آمریکا دیده شده‌است. آمریکا با کمک قانون، موارد فساد و رشوه بسیاری داشته که در این نمودارها آورده شده‌است.

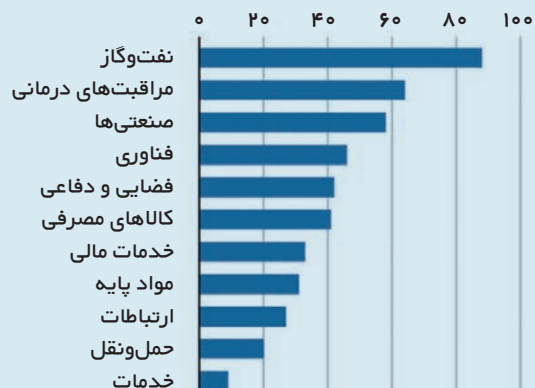
پاکت‌های قهوه‌ای، چک‌های تیل

ایالات متحده، قوانین مبارزه با فساد خارجی



تعداد موارد براساس صنایع منتخب

۱۹۷۷-۲۰۲۰



مشکل فراموش شده

شیوع زوال عقل به مسئله‌ای اضطراری در جهان تبدیل شده است

کوچک شدن خانواده‌ها هم به مشکلی بزرگ تبدیل شده است. بسیاری از افراد نمی‌دانند باید با سالمندانی که در خانه دارند چه کار کنند. نگهداری از آن‌ها اغلب هزینه‌بر و بسیار دشوار است. زوال عقل، خدمت‌رسانی به دیگر بیماری‌ها را هم با اختلالاتی مواجه می‌کند. برای مثال در بریتانیا تا پیش از شیوع کرونا، یک چهارم تخت‌های بیمارستانی در اختیار بیمارانی بود که به زوال عقل مبتلا هستند.



سالمند نیست اما می‌توان گفت شیوع آلزایمر در سالمندان بیشتر است. امید به زندگی در میان مردم از ۳۰ سال به ۷۰ و ۸۰ سال رسیده و این می‌تواند برای برخی از کشورها یک زنگ خطر هم باشد. براساس برخی برآوردها، تقریباً ۱۷ درصد از افرادی که بین ۶۵ تا ۶۹ ساله هستند، به زوال عقل دچار می‌شوند. در این افراد، خطر زیادی برای گسترش بیماری هم وجود دارد. در حال حاضر ۵۰ میلیون نفر از مردمی که روی زمین زندگی می‌کنند دچار زوال عقل هستند. انتظار می‌رود تعداد این افراد تا سال ۲۰۳۰ به ۸۲ میلیون نفر برسد. در سال ۲۰۵۰ هم ۱۵۰ میلیون نفر از مردم زمین به زوال عقل مبتلا خواهند بود. دلیل عمده آن هم افزایش جمعیت و افزایش امید به زندگی است.

چه باید کرد؟

مشکلاتی که این آمار و ارقام ایجاد خواهند کرد، همین حالا هم قابل مشاهده است. به‌ویژه این روزها در شرایط کرونایی، نگهداری از این افراد دشوارتر هم شده است. کوچک شدن خانواده‌ها هم به مشکلی بزرگ تبدیل شده است. بسیاری از افراد نمی‌دانند باید با سالمندانی که در خانه دارند چه کار کنند. نگهداری از آن‌ها اغلب هزینه‌بر و بسیار دشوار است. زوال عقل، خدمت‌رسانی به دیگر بیماری‌ها را هم با اختلالاتی مواجه می‌کند. برای مثال در بریتانیا تا پیش از شیوع کرونا، یک چهارم تخت‌های بیمارستانی در اختیار بیمارانی بود که به زوال عقل مبتلا هستند. واقعیت این است که این افراد جایی برای رفتن نداشتند در نتیجه در بیمارستان از آن‌ها نگهداری می‌کردند. اما حالا به دلیل شیوع کرونا، به خانه رفته‌اند و کسی نیست که از آن‌ها مراقبت کند.

البته اجازه بدهید فقط خبر بد به شما ندهیم، به همان میزان که تعداد مبتلایان به زوال عقل افزایش پیدا کرده، پژوهش‌ها در این زمینه هم بیشتر شده است. مثلاً برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد افزایش و کاهش مداوم وزن یکی از مسائلی است که منجر به بروز زوال عقل خواهد شد. داروهایی هم برای افزایش قدرت ادراک و شناخت کشف شده که می‌تواند در این زمینه کمک‌کننده باشد. به هر حال دولت‌ها تلاش دارند مطالعات در این زمینه را افزایش دهند. بررسی‌ها نشان می‌دهد می‌توان ۴۰ درصد از مبتلایان به زوال عقل را به نوعی درمان کرد یا این بیماری را در آن‌ها کنترل کرد. به هر حال، اکنون هیچ روشی برای درمان فراموشی وجود ندارد. در عین حال نباید مسئله فراموشی را فراموش کرد. زوال عقل بحرانی جدی است که باید به صورت دقیق به آن پرداخته شود. در غیر این صورت، این بحران مانند سایر بحران‌های جهانی، همه را به دردمس خواهد انداخت. همین حالا هم دلیل کافی برای اینکه در این زمینه کار و فعالیت‌هایی صورت بگیرد، وجود دارد. شاید دولت‌ها در انتظار دلایل قانع‌کننده‌ای هستند تا به صورت جدی در این زمینه کار کنند. اما آمار و ارقام به خوبی نشان می‌دهد که همین حالا هم وضعیت بحرانی است و باید در این زمینه دست به کار شد. نباید یک دهه دیگر صبر کرد، فراموشی معضل زوال عقل و فراموشی تا یک دهه بعد، می‌تواند آن را به مشکلی بزرگ تبدیل کند. ■

از میان تمامی مشکلاتی که جهان با آن مواجه است، مسئله شیوع روزافزون زوال عقل و فراموشی، به نظر چندین مهم و اضطراری نمی‌آید. در واقع جهان کمتر در این زمینه خودش را تحت فشار می‌بیند. اما دلیل پشت پرده آن، یعنی افزایش طول عمر، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. قطعاً زوال عقل با سرعت و پیروسی عفونی در حال گسترش نیست اما با تغییرات جمعیتی که شاهد آن هستیم و وقوع آن در سنین بالا، می‌توان انتظار داشت که در آینده‌ای نه‌چندان دور، جمعیت زیادی در جهان به زوال عقل و فراموشی دچار شوند. اثرات این مشکل هم زمانی به صورت کامل لمس خواهد شد که همه‌گیری آن را شاهد باشیم و این اتفاق حتماً در آینده رخ خواهد داد. اما واقعیت امری متفاوت است. بیماری فراموشی همین حالا هم به یک مسئله اضطراری در جهان تبدیل شده است. در حال حاضر تعداد زیادی از مردم زمین با این پدیده همراه هستند و تلاش می‌کنند با آن زندگی کنند. نکته مهم این است که هیچ درمانی دست‌کم تا چشم‌انداز قابل ملاحظه، برای این مسئله وجود ندارد. هیچ جامعه‌ای نتوانسته راهی پایدار برای درمان و بهبود وضعیت افرادی پیدا کند که به فراموشی و زوال عقل مبتلا هستند.

زوال عقل یا فراموشی به مجموعه‌ای از شرایط گفته می‌شود که دلایل مختلفی آن‌ها را ایجاد کرده است. یکی از شرایطی که با زوال عقل ایجاد می‌شود، آلزایمر است. این نامی است که حتماً آن را شنیده‌اید، و می‌دانید که همه از آن می‌ترسند. بدترین نوع زوال عقل همین آلزایمر است. ۶۰ تا ۸۰ درصد از مواردی که به زوال عقل دچار می‌شوند در حقیقت به آلزایمر مبتلا خواهند شد. این بیماری ابتدا با فراموشی شروع می‌شود. معمولاً در ابتدا، قوای ادراکی و شناختی با مشکلاتی در عملکرد خود مواجه می‌شوند. اما وقتی این بیماری پیشرفت می‌کند، فرد دیگر نمی‌تواند حتی از خودش مراقبت کند. بسیاری از افراد به مراقبت‌های ۲۴ ساعته نیاز پیدا می‌کنند. یعنی کسی باید به صورت شبانه‌روزی از این افراد نگهداری کند. البته این مسئله فقط مختص افراد

یکی از شرایطی که با زوال عقل ایجاد می‌شود، آلزایمر است. این نامی است که حتماً آن را شنیده‌اید، و می‌دانید که همه از آن می‌ترسند. بدترین نوع زوال عقل همین آلزایمر است. ۶۰ تا ۸۰ درصد از مواردی که به زوال عقل دچار می‌شوند در حقیقت به آلزایمر مبتلا خواهند شد. این بیماری ابتدا با فراموشی شروع می‌شود.

چرا باید خواند:

- فراموشی یا زوال عقل یکی از مهم‌ترین چالش‌های بشر است
- که با افزایش سن و همچنین افزایش جمعیت، به مشکلی جدی در جوامع تبدیل خواهد شد.
- اکنون می‌باید در این گزارش تأکید دارد که فراموشی همین حالا هم به بحران تبدیل شده و در نتیجه نباید آن را نادیده گرفت.

برای بسیاری از افراد، همه‌گیری کرونا صرفاً نوعی مسئله آزاردهنده است که در کارهای روزمره و فعالیت‌های عادی، اختلال ایجاد می‌کند. اما گروه خاصی وجود دارند که با این مسئله دچار تروماها و بحران‌های حاد روحی شده‌اند. کرونا برای آن‌ها استرس‌های شدید می‌آورد و در نهایت با علائم حادی مثل کابوس مواجه می‌شوند. احساس گناه و تلاش برای انزوا هم از دیگر بحران‌هایی است که کرونا می‌تواند برای این افراد ایجاد کند.

[سلامت روان]

جهانی از تروما

چطور زخم‌های روانی کرونا را درمان کنیم؟

در اکوادور، مردم هنوز به دنبال اجساد خویشاوندانی از خود می‌گردند که چهار ماه پیش جان خود را بر اثر ابتلا به کووید ۱۹ از دست داده‌اند. در ایتالیا، پسرپچهای نزد کشیشی رفته و از او درخواست کرده بابت گناهانش، برایش طلب عفو و مغفرت کند چرا که یک بار وقتی بیرون بوده، ماسکش را پایین آورده‌است. از زمانی که جنگ جهانی دوم به پایان رسیده بود تاکنون، هیچ‌وقت پیش نیامده بود که این تعداد از مردم مختلف جهان، دچار تروما و اندوه شوند. در واقع این بحران، همه مردم جهان را به نوعی با خود درگیر کرده و آن‌ها را دچار آشفتگی‌های ذهنی کرده‌است. حتی وقتی این بیماری تحت کنترل درآید، باز هم زخم‌های عمیقی بر روح انسان‌ها گذاشته که درمان آن سال‌ها زمان می‌برد.

برای بسیاری از افراد، همه‌گیری کرونا صرفاً نوعی مسئله آزاردهنده است که در کارهای روزمره و فعالیت‌های عادی، اختلال ایجاد می‌کند. اما گروه خاصی وجود دارند که با این مسئله دچار تروماها و بحران‌های حاد روحی مواجه شده‌اند. کرونا برای آن‌ها استرس‌های شدید می‌آورد و در نهایت با علائم حادی مثل کابوس مواجه می‌شوند. احساس گناه و تلاش برای انزوا هم از دیگر بحران‌هایی است که کرونا می‌تواند برای این افراد ایجاد کند. در واقع کرونا به هر شکلی می‌توان روان‌های آسیب‌پذیر را تحت تاثیر قرار دهد. اکثر مواقع افرادی در معرض آسیب هستند که خویشاوندان خود را از دست داده‌اند. کسانی که برای دوره‌ای درازمدت دچار بیماری شده‌اند هم به نوعی با بحران‌های شدید روحی مواجه خواهند شد. به‌علاوه کسانی که در گذشته دچار بحران‌هایی مثل جنگ شده‌اند، بیشتر در این ماجرا آسیب می‌بینند. پرستاران و پزشکان هم جزو گروهی هستند که به لحاظ روحی در معرض آسیب‌های جدی قرار دارند. در بنگلادش، ۸۰ درصد از درآمد مردم فقیر از دست رفت و به این ترتیب مردم را دچار استرس کرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد ۸۹ درصد از مردم فقیر این کشور دچار استرس در دوران کرونا هستند.

ترومای جمعی

انسان‌ها انعطاف‌پذیر هستند. آن دسته‌ای که در گذشته با ترومای روحی مواجه شده‌اند، عموماً بهتر می‌توانند با این مسئله مقابله کنند. وقتی خانه خود را با زلزله از دست می‌دهند، خودشان دوباره از نو، خانه را می‌سازند و به هر شکلی که شده به زندگی ادامه می‌دهند. حتی بیماران شهرهای بزرگ، کاری می‌کند که انسان‌های بازمانده، خودشان را بسازند. البته که جنگ افراد را به لحاظ روانی با بحران‌های جدی مواجه می‌کند. اقداماتی که لازم است تا مشکلات در این زمینه را کاهش دهد، هزینه کمی دارند اما می‌توانند به جمعیت زیادی از افراد نفع برسانند. بررسی‌هایی که براساس موارد گذشته صورت گرفته نشان می‌دهد افرادی که در بحران‌های گذشته، دچار تروما و مشکلات روحی شده‌اند، در صورتی توانسته‌اند زودتر خودشان را بسازند که به نوعی حمایت‌های بیرونی دریافت کرده‌اند. در واقع اگر کسی از آن‌ها حمایت کرده باشد، این افراد زودتر بهبود پیدا می‌کنند. البته دقیق‌تر این است

که این افراد باید حمایت‌ها را درک کرده‌باشند نه اینکه صرفاً آن را دریافت کرده‌باشند. این یعنی، حمایت‌گری از طرف دیگر کافی نیست، شخص آسیب‌دیده هم باید بتواند این حمایت را درک و احساس کند. اگر این حمایت از سسوی افراد درک شود، قطعاً شرایط برای شخص بهبود پیدا خواهد کرد. به این ترتیب کمک‌های مالی و غذایی، به تنهایی کافی نیست. زمانی این‌ها کمک محسوب می‌شوند که فرد به لحاظ روحی با دریافت آن‌ها احساس آرامش کند. البته کمک‌های روحی اغلب خودجوش و مردمی هستند اما دولت‌ها هم می‌توانند مواردی را در دستور کار خود قرار دهند. مثلاً در فرانسه، بعد از حملات تروریستی، خدمات درمانی روانی در نظر گرفته شد. در مورد سایر فجایع هم قضیه باید به همین شکل باشد.

بسیاری از افراد وقتی احساس می‌کنند تنها نیستند، احساس آرامش پیدا می‌کنند. در حال حاضر هم میلیون‌ها نفر با شرایطی مشابه شرایط آن‌ها مواجه هستند. به هر حال همه‌گیری به نوعی وضعیت غیرعادی به شمار می‌آید. هیچ‌کس نمی‌داند این همه‌گیری چه زمانی به پایان خواهد رسید. فاصله اجتماعی هم شرایط را سخت‌تر و البته بدتر کرده‌است. در واقع نمی‌توان به این سادگی با افراد همدلی کرد. شوک‌های اقتصادی ناشی از کرونا هم باعث شده بسیاری از افراد دچار افسردگی‌های ناشی از مشکلات اقتصادی شوند. این مسئله در کشورهای فقیر بسیار حاد و قابل مشاهده است.

بهترین اقدامات در سطح محلی قابل انجام است. مردم باید به افرادی که نزدیک خودشان هستند اولویت بدهند و به آن‌ها توجه بیشتری کنند. کارشناسان سلامت روان هم باید بتوانند این افراد را شناسایی و در نهایت آن‌ها را به نهادهایی مرتبط کنند که در این زمینه خدمت‌رسانی می‌کنند. خدمات مذهبی هم در این زمینه اثرگذار خواهد بود. شاید بد نباشد از مدرسه‌ها شروع کنیم و این مسائل را از پایه به بچه‌ها آموزش بدهیم تا در بزرگسالی با مشکلاتی از این دست مواجه نشوند. فراموش نکنید که شرایط همیشه قابل کنترل است. ■

چرا باید خواند:
همه‌گیری کرونا
فقط جسم را درگیر نمی‌کند بلکه می‌تواند
آسیب‌های جدی برای
روح و روان انسان‌ها
هم داشته باشد. در این
بین برخی افراد بیش
از سایرین، در معرض
آسیب‌های روانی قرار
دارند. اکنون می‌تواند در
این گزارش می‌گوید
که چطور باید با این
افراد مواجه شد.

افرادی که در بحران‌های گذشته، دچار تروما و مشکلات روحی شده‌اند، در صورتی توانسته‌اند زودتر خودشان را بسازند که به نوعی حمایت‌های بیرونی دریافت کرده‌اند. در واقع اگر کسی از آن‌ها حمایت کند، این افراد زودتر بهبود پیدا می‌کنند. البته دقیق‌تر این است که این افراد باید حمایت‌ها را درک کرده‌باشند نه اینکه صرفاً آن را دریافت کرده‌باشند. این یعنی، حمایت‌گری از طرف دیگر کافی نیست، شخص آسیب‌دیده هم باید بتواند این حمایت را درک و احساس کند



شرایط پیش از شیوع کرونا، نسبتاً خوب بود و برای شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی، روزهای خوبی پیش‌بینی می‌شد. اما بعد از شیوع کرونا، ناگهان ورق برگشت. بسیاری از ابزارهایی که برای بیماری‌های قلبی کاربرد داشتند، ناگهان کاربرد خود را از دست دادند.

سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران نسبت به وضعیت شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی، امیدوار هستند. آن‌ها از وضعیت این شرکت‌ها ابراز خوشنودی کرده‌اند. واقعیت این است که این افراد تصور می‌کردند شرایط خیلی بدتر خواهد شد. اما حالا که می‌بینند به آن بدی هم نشده، احساس رضایت می‌کنند. شرکت آمریکایی مدترانیک هم نسبت به پیش‌بینی‌ها بهتر عمل کرده و به همین دلیل از وضعیت خود راضی است.

شرکت آمریکایی مدترانیک هم نسبت به پیش‌بینی‌ها بهتر عمل کرده و به همین دلیل از وضعیت خود راضی است. اما عملکرد مثبت نسبت به پیش‌بینی‌ها به این معنا نیست که الزاماً عملکرد آن شرکت، مثبت بوده‌است. البته فروش برخی محصولات افزایش بی‌سابقه‌ای داشته‌است. برای مثال فروش ونتیلاتور در این شرکت ۵برابر شده‌است. این‌ها می‌تواند روی مسئله درآمد تأثیرگذار باشد. اما واقعیت این است که رشد به صورت طبیعی صورت نگرفته‌است.

چشم‌انتظار سود

شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی این روزها مدام به وضعیت یکدیگر چشم دوخته‌اند و تلاش می‌کنند ببینند چه کسی چه وضعیتی دارد. به هر حال بسیاری از این شرکت‌ها با بحران مواجه شده‌اند و تلاش می‌کنند به نحوی خودشان را از بحران نجات دهند. آن‌ها در گذشته از رشد درآمد روزافزونی بهره‌مند می‌شدند و اکنون هم به همان سودها و رشد درآمد عادت دارند. البته در حال حاضر که شرایط بحرانی شده، تکیه این شرکت‌ها هم به همین درآمدهایی است که از گذشته به دست آمده‌است. شرایط پیش از شیوع کرونا، نسبتاً خوب بود و برای شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی، روزهای خوبی پیش‌بینی می‌شد. اما بعد از شیوع کرونا، ناگهان ورق برگشت. بسیاری از ابزارهایی که برای بیماری‌های قلبی کاربرد داشتند، ناگهان کاربرد خود را از دست دادند. این روزها هر چیزی که کرونا ارتباط داشته باشد، مورد استقبال واقع خواهد شد. در غیر این صورت، کسی مشتری آن نخواهد بود.

عملکرد خوبی که شرکت‌های دارویی و تجهیزات پزشکی در سال‌های گذشته داشته‌اند، در این روزها تا حدودی به دادشان رسیده و آن‌ها را کمی نجات داده‌است. هر روز وسیله‌ای جدید به بازار می‌آید و مشتری هم کم نداشت. اما بعد از شیوع کرونا، این رویه متوقف شد. حالا همه به دنبال تجهیزاتی هستند که می‌تواند به بهبود بیماری کرونا کمک کند. سازندگان کیت‌های تشخیص کرونا اما بزرگ‌ترین برندگان در این میدان بودند. بررسی‌ها نشان می‌دهد اکنون بسیاری از شرکت‌ها تلاش دارند به نوعی در ساخت تجهیزات پزشکی مرتبط با بیماری کرونا دست داشته باشند. آن‌ها دریافته‌اند که این بازار چقدر می‌تواند سود داشته باشد. به این ترتیب، در این آشفته‌بازار، هر کسی بتواند به سمت تولید و ساخت تجهیزات پزشکی مورد نیاز برای بیماری کرونا برود، قطعاً برنده است. اما کسانی که همچنان تلاش دارند ابزار و تجهیزات مورد نیاز برای سایر بیماری‌ها را تولید کنند، به احتمال زیاد به سود زیادی دست پیدا نخواهند کرد و این می‌تواند بحران آفرین باشد. ناگفته نماند که این شرکت‌ها می‌توانند ادامه پیدا کنند و اگر این روند ادامه‌دار باشد، وضعیت را پیچیده‌تر هم خواهد کرد. احتمالاً شرایط دسترسی به تجهیزات پزشکی در آینده‌ای نه چندان دور با اختلالات و مشکلاتی روبه‌رو خواهد شد. به هر حال، این بیماری خودخواه، اجازه نمی‌دهد انسان‌ها به غیر از خودش به سایر موارد توجهی داشته باشند. ■



[مراقبت‌های درمانی]

خودشان مانده‌اند و خودشان

کووید ۱۹ به موهبتی برای سازندگان تجهیزات درمانی تبدیل شده‌است

کمتز صنعتی را پیدا خواهید کرد که مثل صنعت ساخت لوازم و تجهیزات پزشکی، دچار فشارهای متناقض در دوران کووید ۱۹ شده باشد. از یک طرف ساخت برخی ابزار و تجهیزات پیچیده به کلی متوقف شد چرا که ظاهراً نیازی به آن‌ها نبود و از طرف ساخت برخی لوازم و که بعضی از آن‌ها در ظاهر بسیار ساده هستند مثل کیت‌های تشخیص افزایش پیدا کرد. در واقع فروش این‌ها باعث شده که ساخت آن‌ها هم افزایش پیدا کند. تصور کنید به برخی از تجهیزات دیگر نیازی نبود اما به برخی تجهیزات فوق پیشرفته مثل همین ونتیلاتورها، نیاز مبرم بود. بسیاری از شرکت‌ها هم از این فرصت بهره گرفتند و تلاش کردند پیچیده‌ترین و دقیق‌ترین ونتیلاتورها را طراحی کنند. برخی از شرکت‌ها هم به دنبال ساخت کیت‌های تشخیص کرونا رفتند.

برای اینکه تصویری دقیق از این ماجرا به دست بیاورید، برایتان مثالی می‌آوریم. شرکت آمریکایی بزرگی به اسم مدترانیک وجود دارد که این روزها می‌توان وضعیت پیچیده را در گزارش‌های مالی‌اش مشاهده کرد. ارزش کل این شرکت در سال ۱۳۸ میلیارد دلار است. درآمد این شرکت در مقایسه با یک بازه زمانی مشابه در سال گذشته، سقوط ۱۷ درصدی را تجربه کرده و به ۶۵ میلیارد دلار رسیده‌است. درآمد خالص این شرکت کاهش پیدا کرده‌است. اما در دوران کرونا، این شرکت نتوانسته آمار دقیقی از وضعیت مالی خود ارائه کند. دلیلش این است که این ویروس به کلی شرایط را پیچیده کرده‌است. نکته جالب توجه این است که سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران نسبت به وضعیت شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات پزشکی، امیدوار هستند. آن‌ها از وضعیت این شرکت‌ها ابراز خوشنودی کرده‌اند. واقعیت این است که این افراد تصور می‌کردند شرایط خیلی بدتر خواهد شد. اما حالا که می‌بینند به آن بدی هم نشده، احساس رضایت می‌کنند.

چرا باید خواند:

- شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات ابزار پزشکی در دوران شیوع کرونا با وضعیتی متناقض مواجه شده‌اند، آن‌ها با فروش بی‌رویه تجهیزات مربوط به کرونا و توقف فروش ابزار و تجهیزات بیماری‌های غیرکرونی روبه‌رو شده‌اند که می‌تواند آینده‌شان را به کلی تغییر دهد.

رهبران کره شمالی با خود-انکاری بیگانه‌اند. به واقع، آن‌ها به ندرت به این که کمتر از خدا هستند رضایت می‌دهند و هر که خلاف آن را پیشنهاد کند به بند کشیده خواهد شد. با این همه در میانه آگوست و به صورت غیر معمولی، کیم در همایش کارگران حزب اعلام کرد که به سبب چندین دشواری پیش‌بینی نشده‌ای در طی سال‌های اخیر، دولت او موفق به اعتلای زندگی مردم و نیل به اهداف اقتصادی خود نشده است.

- چرا باید خواند:
- پیدمی کرونایی شک
- تمامی کشورها را
- تحت تاثیر قرار
- داده است. اقتصادهای
- بزرگ جهان در حالت
- رکود فرورفته‌اند و
- چشم‌اندازها چندان
- روشن نیست. اما در
- این میانه کره شمالی
- شرایطی بسیار دشوار
- را تجربه می‌کند.
- تحریم‌های سخت
- و گسترش ویروس
- کرونا به نظر اقتصاد
- شککننده این کشور را
- با مشکلات دوچندانی
- روبرو کرده است.
- تصمیم کیم برای
- بستن هر چه بیشتر
- مرزها کره شمالی را به
- کدام سو خواهد برد؟



[اقتصاد کره شمالی] خودانسدادی

با گسترش بحران، کیم جون اونگ کشورش را از باقی جهان جدا می‌کند

یانگ، نشانه‌ای از شرایط بسیار وخیم‌تر در نواحی روستایی بود که معمولاً برای تغذیه کامل پایتخت، تحت فشار هستند. گزارش‌های پراکنده حکایت از کاهش جیره در مناطق حاشیه‌ای به سبب افزایش روزانه قیمت‌ها می‌کردند.

در انزوا

از آن موقع تا به حالا، شرایط وخیم‌تر شده است. در خلال چند ماه گذشته شبه‌جزیره کره یکی از طولانی‌ترین و شدیدترین فصول بارانی خود را تجربه کرده است. منطقه هوانگپای شمالی که بخش اعظم برنج را تامین می‌کند، به شدت خسارت دیده است. در ماه آگوست خبرگزاری محلی گزارش داد که بارندگی‌های شدید احتمالاً برداشت محصول امسال را تحت تاثیر قرار خواهد داد. این آمار نگرانی‌ها را در مورد قحطی غذا افزایش داده است. این همه در حالی اتفاق می‌افتد که طبق پیش‌بینی سازمان ملل در شرایط عادی هم بیش از ۴۰ درصد مردم این کشور از عدم تغذیه مناسب رنج می‌برند. در حالی که اکنون میست پوشش نخستین توفان دریایی امسال را در کره جنوبی گزارش می‌کرد، طوفان هوانگپای شمالی را در نور دیده و به مشکلات بیش از پیش افزوده است. در شرایط عادی، معمولاً سازمان‌های خیریه برای کمک به مردم آسیب‌دیده اقدام می‌کردند. اما تصمیم رژیم برای ایزوله کردن کشور در شرایط فعلی، شرایط را بسیار دشوار کرده است. آقای کیم، با جود علاقه‌اش برای نشان دادن نگرانی خود نسبت به سلامت مردم در خلال بازدید از مناطق سیل‌زده، کمک‌های خارجی را رد کرده است. این رفتار به احتمال زیاد از ترس ورود ویروس به کشور در قالب کمک‌ها ناشی می‌شود. حمل محموله‌های خیریه به کشور کره شمالی به سبب تحریم‌ها و قرنطینه موجود، به شدت کاهش یافته است. بسیاری از نیروهای امدادگر خارجی در کنار تعداد زیادی از دیپلمات‌ها کشور را ترک کرده‌اند. تعداد اندکی هم که باقی مانده‌اند حق ترک کشور را ندارند. شرایط در کره شمالی هر روز در حال دشوارتر شدن است، اما جهان هر لحظه کم‌تر می‌تواند در مورد آن بشنود. ■

رهبران کره شمالی با خود-انکاری بیگانه‌اند. به واقع، آن‌ها به ندرت به این که کمتر از خدا هستند رضایت می‌دهند و هر که خلاف آن را پیشنهاد کند به بند کشیده خواهد شد. با این همه در میانه آگوست و به صورت غیر معمولی، کیم در همایش کارگران حزب اعلام کرد که به سبب چندین دشواری پیش‌بینی نشده در طی سال‌های اخیر، دولت او موفق به اعتلای زندگی مردم و نیل به اهداف اقتصادی خود نشده است. در ادامه و بنا بر گزارش مجله حزب آمده است که برای بهبود اوضاع، کنگره حزب در ژانویه برای تصمیم‌گیری در مورد یک برنامه پنج‌ساله جدید تشکیل جلسه خواهد داد.

بسیاری از اقتصادهای گوشه و کنار جهان پس از شیوع گسترده بیماری کرونا در چین و در ژانویه، با مشکل روبه‌رو شده‌اند که این امر سبب انقباض گسترده بزرگ‌ترین اقتصادهای دنیا مانند آمریکا و کشورهای اروپایی شده است. اما با وجود تمام گزارش‌ها و تشکیک‌ها، مقامات دولت در کره شمالی بر این نکته اصرار داشتند که کرونا به این کشور وارد نشده است. اما در هفته‌های اخیر، با عقب نشینی از موضع خود اعلام کرده‌اند که یک تواب بازگشتی از کره جنوبی، احتمالاً این بیماری را با خود به کشور آورده است. این در حالی است که در تمام مدت مرزها کاملاً بسته بوده و تجارت متوقف شده است. طبق گزارش وزارت اتحاد کره جنوبی در ۲۵م آگوست، میزان تجارت کره شمالی با چین، بزرگ‌ترین شریک تجاری کره شمالی، در ۶ ماهه اول امسال به حدود ۴۰۰ میلیون دلار رسیده است که کاهش حدود ۶۰ درصد نسبت به سال پیش نشان می‌دهد. همچنین گزارش‌ها نشان می‌دهد که کره شمالی در حال سخت‌تر کردن شرایط قرنطینه است. این امر احتمالاً به دلیل ایجاد آمادگی برای جشن ۷۵ سالگی حزب کارگر در اکتبر است.

نتایج این افت در تجارت در بهار ظهور کرد. فروشگاه‌های همیشه پر از محصول پایتخت، بسیاری از محصولات را دیگر عرضه نمی‌کردند. ضروریاتی مثل روغن جیره‌بندی شدند. مردم برای خرید هجوم آوردند و حتی بعضی از همکاران خارجی خود خواستند تا اقلام نایاب را از فروشگاه‌های اختصاصی خارجی‌ها برای آن‌ها تهیه کنند. این قحطی در پیونگ

اگر تصور می‌کنید هیچ کارگری واکنشی به سه روز تعطیلی نشان نخواهد داد، بهتر است دوباره فکر کنید. قطعاً بسیاری از کارگران به دنبال کاهش ساعات کاری خود هستند اما این باعث نمی‌شود که با افزایش نیافتن حقوق خود هم موافق باشند. در واقع آنچه کارگران می‌خواهند در نهایت همان حقوق است.

[ساعات کاری]

برنامه آخر هفته

یک اتحادیه آلمانی به دنبال چهار روز کار در هفته است

دنبال کاهش ساعات کاری خود هستند اما این باعث نمی‌شود که با افزایش نیافتن حقوق خود هم موافق باشند. در واقع آنچه کارگران می‌خواهند در نهایت همان حقوق است. اکثر آن‌ها می‌دانند که کاهش ساعات کاری می‌تواند با کاهش درآمد و در نتیجه با کاهش حقوق آن‌ها همراه شود. به همین دلیل است که به احتمال زیاد با این پیشنهاد مخالفت خواهند کرد. همین حالا هم بسیاری از شرکت‌ها از جمله استارت‌آپ‌ها تلاش می‌کنند ساعات کاری را برای کارکنان خود کم کنند تا از این طریق خرج کمتری روی دستشان باقی بماند. در واقع آن‌ها تلاش می‌کنند به نوعی خرج کارگر را از سر خود باز کنند. اما قطعاً در یک شغل معمولی حتی با درآمد پایین، عادی‌ترین مسئله این خواهد بود که ساعات کاری در حد همان شش روز در هفته باقی بماند. همه تقریباً اطمینان دارند که کاهش ساعات کاری و روزهای کاری می‌تواند منجر به کاهش درآمد و حقوق‌شان شود. در نتیجه بدون فکر با آن مخالفت خواهند کرد.

در شرکت آلمانی‌ای که این قضیه مطرح شده، کارگران به این دلیل با این جریان موافقت کرده‌اند که می‌دانند به دلیل کرونا، وضعیت مالی شرکت‌شان خوب نبوده‌است. آن‌ها موافقت کرده‌اند که حقوق‌شان افزایش پیدا نکند اما به جای آن، یک روز کمتر به سر کار بیایند. در واقع آن‌ها به خاطر کرونا، این شرایط را پذیرفته‌اند و همان‌طور که می‌دانید، کرونا یک شرایط پایدار نیست و هر وقت وضعیت به حالت عادی بازگردد، این کارگران هم به دنبال افزایش حقوق‌شان خواهند بود و برایشان اهمیتی نخواهد داشت که یک روز اضافه بیایند یا کم. ساعات کاری و روزهای کاری همیشه می‌توانند معیار خوبی برای بررسی وضعیت یک شغل باشند، زیاد بودن یا کم بودن آن، می‌تواند نشان‌دهنده شرایط مالی آن شرکت باشد.

کارگران آلمانی، مشکلی فراتر از ساعات‌های کاری دارند. برای آن‌ها صنعت خودروسازی در حال حاضر در اولویت است. شرکت آلمانی‌ای که کاهش ساعات‌های کاری را در دستور کار خود قرار داده تصور می‌کند از این طریق می‌تواند شرایط را مدیریت کند. اما واقعیت این است که این قبیل اقدامات، صرفاً شرایط را پیچیده‌تر خواهد کرد. در واقع عملاً هیچ لطفی به فرد نخواهد کرد. اگر کسانی که این طرح و پیشنهاد را مطرح کرده‌اند، بیش از این روی پیشنهاد خود پافشاری کنند، احتمالاً کارگران آن‌ها را مجبور خواهند کرد که مرخصی اجباری بگیرند. ■

چرا باید خواند:

ساعات کاری و

روزهای کاری

همیشه جزو مهم‌ترین

دغدغه‌های کارگران

و کارکنان شرکت‌ها

بوده، اینطور تصور

می‌شود که هر چه

کمتر، بهتر. اما کارگران

الزاماً به دنبال ساعات

کاری کمتر نیستند،

آنچه آن‌ها واقعا

می‌خواهند، افزایش

حقوق است حتی اگر

به قیمت هر روز رفتن

به سر کار تمام شود.

وقتی در دوران رکورد و بحران اقتصادی قرار دارید، قطعاً زمان مناسبی نیست که از رئیس خود در شرکت، درخواست کنید حقوق‌تان را افزایش دهد. اما به هر حال شرکت‌ها باید اقدامی را در دستور کار خود قرار دهند تا به نوعی این قضیه جبران شوند. یک شرکت استارت‌آپ آلمانی، تصمیم گرفته به شیوه دیگری این قضیه را برای کارکنان خود جبران کند. مدیرعامل این شرکت به صورت رسمی و حتی در روزنامه‌های سراسری آلمان اعلام کرده که به زودی ساعات کاری در این شرکت را به ۴ روز در هفته کاهش خواهد داد. در واقع هر کسی که می‌خواهد در شرایط فعلی در این شرکت مشغول به کار شود، کافی است تنها ۴ روز در هفته سر کار بیاید.

البته کارگران آلمانی نمی‌توانند از حال برای تعطیلات آخر هفته خود تصمیم بگیرند. بسیاری از کارفرمایان نسبت به این ماجرا پاسخی نداده‌اند. در واقع آن‌ها هم به فکر رفته‌اند و در حال بررسی این پیشنهاد هستند. البته به احتمال زیاد این پیشنهاد به محلی برای بحث و چالش تبدیل شود. واقعیت این است که یک روز کمتر کار کردن، می‌تواند به قدری مهم باشد که افزایش نیافتن حقوق را به چشم نیآورد. مطرح شدن این پیشنهاد از طرف اتحادیه کارگران باعث شده روسای شرکت‌ها و تمامی کارفرمایان سکوت و درباره این پیشنهاد فکر کنند. اگر این اتفاق رخ بدهد می‌توان گفت عملاً یک مرحله جدید در تاریخ کار آلمان حادث شده‌است. اتحادیه اروپا هم اعلام کرده موافقت در این زمینه می‌تواند به نقطه عطفی برای تحولات جدی در امور کاری تبدیل شود. البته ناگفته نماند که کارگران هم در یک دهه گذشته تلاش زیادی برای کاهش ساعات کاری داشته‌اند. اما این تلاش همیشه بی‌نتیجه مانده بود. اکنون می‌تواند امید داشته باشند که دست‌کم یکی از آرزوهایشان اجابت خواهد شد.

کارگران چه می‌خواهند؟

اگر تصور می‌کنید هیچ کارگری واکنشی به سه روز تعطیلی نشان نخواهد داد، بهتر است دوباره فکر کنید. قطعاً بسیاری از کارگران به

کارگران آلمانی مشکلی فراتر از ساعات‌های کاری دارند. برای آن‌ها صنعت خودروسازی در حال حاضر در اولویت است. شرکت آلمانی‌ای که کاهش ساعات‌های کاری را در دستور کار خود قرار داده تصور می‌کند از این طریق می‌تواند شرایط را مدیریت کند. اما واقعیت این است که این قبیل اقدامات، صرفاً شرایط را پیچیده‌تر خواهد کرد. در واقع عملاً هیچ لطفی به فرد نخواهد کرد



لارنس گراهام: «ما باید ابتکار عمل را به دست بگیریم. واقعا که این برخورد شرم آور است و ما نباید با دستورات آن‌ها کنار بیاییم اما همه ما هم در عین حال داستان‌هایی در ذهن داریم از زمان‌هایی که با آن‌ها کنار نیامدیم و اتفاقات بدی که پس از آن افتاد. اصلا فکر نکنید که چون پول داریم، یعنی دیگر درگیر برخورد خاص و بد آن‌ها نیستیم.»



[سیاه‌پوست‌ها]

هم‌تیپ خودمان

رابطه سیاهان ثروتمند و جنبش سیاهان

انجمن جک اند جیل آمریکا در سال ۱۹۳۸ راه‌اندازی شد. این انجمن چیزی در حدود ۴۰ هزار عضو دارد که در ۲۴۷ بخش فعالیت می‌کنند و وظیفه این ۲۴۷ بخش تبدیل کردن فرزندان به رهبران آینده کسب‌وکار، اجتماع و سیاست است

در ۲۴۷ بخش فعالیت می‌کنند و وظیفه این ۲۴۷ بخش تبدیل کردن فرزندان به رهبران آینده کسب‌وکار، اجتماع و سیاست است. گرچه خود افراد این انجمن از کلمه «جنبه» خوششان نمی‌آید، این انجمن با قدرت به مسیر خود ادامه داده و همین یک ماه پیش بود که نشست ملی خود را برگزار کرد.

جک و جیل سیاسی

البته همه اعضای این انجمن برای صحبت کردن از گذشته راحت نیستند. کوری بوکر، سناتور نیوجرسی، به ندرت از دوران جوانی خود در جک اند جیل صحبتی می‌کند و هریس هم که عضو گروهی مشابه بوده، چیزی از این مسئله نخواهد گفت. با این حال، بسیاری از رادیکال‌ترین رهبران، یا فرزندانشان، یعنی افرادی چون مالکوم آکس و آقای لی، پیوندی با تشکلات جک اند جیل، یا چیزی مشابه داشته‌اند. سیاه‌پوستان سطح بالای جامعه آمریکا بطور می‌توانند به جوش و خروش‌های ناشی از پاندمی کووید-۱۹، کشته شدن به دست پلیس، و اعتراضات جنبش «زندگی سیاهان مهم است»، طی ماه‌های اخیر واکنش نشان دهد؟ از دید بعضی‌ها، جنبش «زندگی...» نسخه جدید جنبش حقوق مدنی سیاهان است که نامش تغییر کرده. او از معترضین قدردانی می‌کند، اما به نظر او «زندگی...» هم یکی از هزاران گروه، کلوب، تشکیلات و خیریه‌هایی: «ما افراد مختلف برای کارهای مختلف نیاز داریم.»

با این حال حتی ثروتمندترین‌ها هم در کنار معترضان خیابانی می‌ایستند و از پلیس خشمگین هستند. خود گراهام به خاطر دارد که بارها و بارها توسط پلیس بی‌خود و بی‌جهت متوقف شده و مورد برخوردهای ناعادلانه قرار گرفته‌است و این مسئله‌ای مربوط به زمانی است که قرار بوده در نزدیکی خانه‌اش به سراغ دختر خود رفته و او را از مدرسه بیاورد و از آن عجیب‌تر هم این که او رئیس هیئت مدیره پلیس منطقه خودشان بوده. خود گراهام تعریف می‌کند که چطور خانواده‌های ثروتمند سیاه‌پوست زمانی که به مناطق ثروتمند سفیدپوست می‌روند، یاد می‌گیرند که سری به پلیس و کلانتری محلی بزنند و عکس‌های خانواده‌شان را به طور کامل تحویل پلیس بدهند تا دیگر به دردسر نیفتند. خود او می‌گوید: «ما باید ابتکار عمل را به دست بگیریم. واقعا که این برخورد شرم‌آور است و ما نباید با دستورات آن‌ها کنار بیاییم اما همه ما هم در عین حال داستان‌هایی در ذهن داریم از زمان‌هایی که با آن‌ها کنار نیامدیم و اتفاقات بدی که پس از آن افتاد. اصلا فکر نکنید که چون پول داریم، یعنی دیگر درگیر برخورد خاص و بد آن‌ها نیستیم.»

لارنس گراهام به یاد می‌آورد کجا برای اولین بار کاملا هریس را دید: تابستان سال گذشته در باغ مارتا. در خانه تفریحی اسپایک لی، که کارگردانی مشهور و پرسابقه در هالیوود است. اسپایک لی یک مراسم جمع کردن اعانه با ورودی ۱۵۰۰ دلاری برای زنی برگزار کرده‌بود که در حال حاضر در کنار جو بایدن تیم دموکرات‌ها را برای انتخابات ریاست جمهوری تشکیل می‌دهد. گراهام که بابت این مسئله بسیار خوشحال شده‌بود با ذوق می‌گفت: «ما یک اولامای جدید پیدا کردیم.» گراهام یک نویسنده و وکیل مسائل ملکی از نیویورک است. منظور گراهام از «ما»، سیاه‌پوستان آمریکا است؛ البته به طور ویژه قشر بسیار بالا و پر زرق و برقی از این مردم.

گراهام می‌داند از چه چیز حرف می‌زند. او در سال ۱۹۹۹ با منتشر کردن «هم‌تیپ خودمون» نامی برای خود دست و پا کرد. این کتاب نوعی گزارش خودمانی از عادات، باشگاه‌ها و سبک زندگی خانواده‌های ثروتمند سیاه‌پوست آمریکا است. در همان بخش‌های ابتدایی کتاب، که در حال حاضر به چاپ ۳۷م رسیده‌است، چیزی مناقشه‌برانگیز وجود دارد. بعضی از سفیدها حواسشان به ثروتمند شدن میلیونرهای سیاه‌پوستی که بعضی‌هاشان مسیر خود را از دهه ۱۸۷۰ میلادی آغاز کرده‌اند نبوده‌است. گراهام می‌گوید: «مردم معمولا فکر نمی‌کنند که سیاه‌پوست‌ها هم طبقات اقتصادی-اجتماعی متفاوتی داشته باشند.» به طور میانگین، سیاه‌پوستان آمریکا فاصله زیادی به لحاظ رفاه اقتصادی با سفیدپوستان دارند که این مسئله حتی در ثروتمندان هم تکرار می‌شود. ۱۰ درصد بالای خانوارهای سیاه‌پوست به طور میانگین سالانه ۳۴۳ هزار دلار درآمد دارند، اما ۱۰ درصد بالای خانوارهای سفیدپوست با درآمد میانگین ۱ میلیون و ۷۸۹ هزار دلار در سال، بیش از ۵ برابر سیاه‌پوستان ثروتمند درآمد دارند. طبق یکی از مطالعات خود فدرال رزرو، چیزی در حدود ۲ درصد از خانواده‌های سیاه‌پوست دارایی‌هایی بیش از ۱ میلیون دلار دارند، اما این عدد در بین سفیدپوستان به بیش از ۱۵ درصد می‌رسد.

با این حال حتی اگر خواص سیاه‌پوست پر تعداد و بزرگ نباشند، بسیار اثرگذار هستند. این مسئله را یک سریال تلویزیونی منطبق بر کتاب گراهام نشان خواهد داد. برجسته‌ترین خانواده‌های سیاه‌پوست دیرزمانی است که کلوب‌هایی راه انداخته‌اند که فقط با دعوت‌نامه می‌توان وارد آن شد. این خانواده‌های شبکه‌های حرفه‌ای بزرگی را راه‌اندازی کرده‌اند و فرزندان خود را در مهمانی‌های بزرگ و مجلل معرفی می‌کنند. مثال بسیار خوبی از این مسئله انجمن جک اند جیل آمریکا است، که در سال ۱۹۳۸ راه‌اندازی شد. این انجمن چیزی در حدود ۴۰ هزار عضو دارد که

چرا باید خواند:

- سیاه‌پوست‌ها هم
- مانند هر نژاد دیگری،
- هم ثروتمند دارند
- و هم فقیر. رابطه
- سیاه‌پوستان ثروتمند
- آمریکا، با جنبش‌های
- سیاهان بسیار عجیب
- است. از یک سو آن‌را
- آن‌طور که باید درک
- نمی‌کنند و تنها از
- هدف آن‌ها قدردانی
- می‌کنند، اما از سوی
- دیگر از آن جهت که
- نهادهای نژادپرستی
- چون پلیس آمریکا
- سیاه‌پوست فقیر و
- ثروتمند برایش فرقی
- ندارد، سیاه‌ها متحد
- می‌شوند.

[ژنتیک]

بیگانه‌هایی بین ما

ویروس‌ها جهان را شکل می‌دهند

چرا باید خواند:

در نگاه اول ویروس‌ها

عامل مریضی و مرگ

هستند؛ چیزهایی

بسیار کوچک و

خطرناک که باید از

شیرشان خلاص شد.

اما قدرت انسان‌ها

در برابر ویروس‌ها

چنان کم است که

نه تنها باید با آن‌ها

کنار بیاییم، بلکه باید

میدوار باشیم در

آینده نزدیک به ما

درس هستی‌شناسی

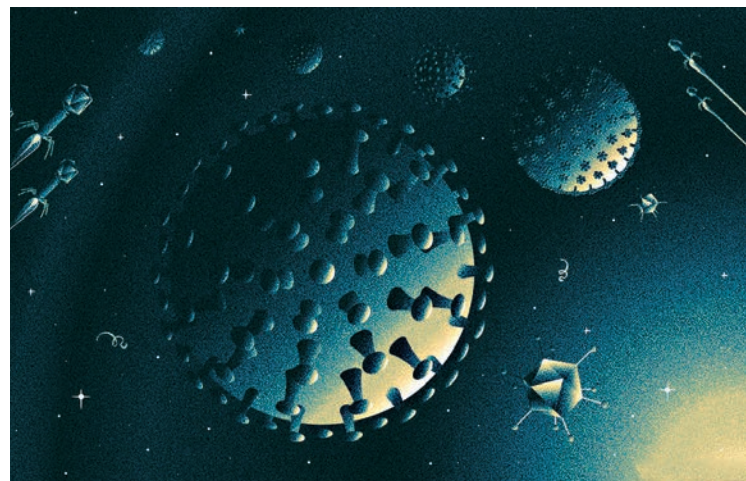
بدهند.

ویروس‌ها به شکل خیره‌کننده‌ای متنوع هستند و کم‌کم در حال فهمیدن این مسئله هستیم که چه تاثیری بر تکامل تمام ارگانیسم‌ها از ابتدای حیات دارند. ویروس‌ها قدرت تلخ و بی‌رحم انتخاب طبیعی را به ناب‌ترین شکلش نشان می‌دهند

انسان‌ها فکر می‌کنند در نوک هرم شکارچیان عالم قرار دارند و خود را برتر از انواع گونه‌های در خطر حیات وحش می‌دانند. اما ویروس سارس-کووید-۲ نشان داد که مردم می‌توانند در نقش قربانی شکار هم قرار بگیرند. ویروس‌ها در جهان مدرن پاندمی‌های زیادی را راه انداخته‌اند. از کووید-۱۹ گرفته تا اچ‌ای‌وی و شیوع آنفلوآنزا در حد فاصل سال‌های ۱۹۱۸ و ۱۹۲۰ که افراد بسیار بیشتری را نسبت به جنگ جهانی اول کشت. پیش از این قرن هم استعمار آمریکای جنوبی توسط اروپایی‌ها باعث انواع اپیدمی‌های مختلف از سوی مهاجمان شد و بسیاری از ساکنان اصلی این سرزمین‌ها را نیست و نابود کرد. تاثیر ویروس‌ها بر حیات، چیزی فراتر از تراژدی‌های گذشته و حال یک گونه خاص است، گرچه این مسئله خیلی جدی به نظر می‌رسد. گرچه مطالعه ویروس‌ها می‌تواند مانند بررسی چیزی به نظر برسد که گویا زیرمجموعه پاتوژن‌هاست، پژوهش‌های اخیر آن‌ها را در کانون توضیح استراتژی ژن‌ها قرار می‌دهد.

ویروس‌ها به شکل خیره‌کننده‌ای متنوع هستند و کم‌کم در حال فهمیدن این مسئله هستیم که چه تاثیری بر تکامل تمام ارگانیسم‌ها از ابتدای حیات دارند. ویروس‌ها قدرت تلخ و بی‌رحم انتخاب طبیعی را به ناب‌ترین شکلش نشان می‌دهند.

دست کم تا این‌جا کار ویروس‌ها به عنوان بسته‌هایی از مواد ژنتیکی در نظر گرفته می‌شوند که با بهره‌برداری از متابولیسم ارگانیسم دیگری، تولید مثل می‌کنند. چیزی مثل انگل هستند، اما در خالص‌ترین شکل آن: همه‌چیز را از میزبان قرض می‌گیرند به غیر از کد ژنتیکی که باعث شده آن چیزی باشند که هستند. ملزومات حیات را در کمترین حد آن اختیار می‌کنند و تنها به اطلاعات و شبیه‌سازی بسنده می‌کنند. وفور ویروس‌ها چیزی نیست که بتوان ساده از کنار آن گذشت، بلکه راهبرد بسیار موفقی هستند.



مهمانان همیشگی

دنیا پر از ویروس است. یک تحلیل نشان می‌دهد که در آب دریا چیزی در حدود ۲۰۰ هزار گونه ویروسی وجود دارد. مطالعات دیگری هم وجود دارند که عنوان می‌کنند یک لیتر از آب دریا ممکن است چیزی در حدود ۱۰۰ میلیارد ذره ویروسی داشته باشد و یک کیلو از خاک خشک ممکن است ۱۰ برابر این تعداد ویروس داشته باشد. به طور کل، با توجه به محاسبات مختلف گویا در دنیا چیزی در حدود ۱۰ به توان ۳۱ ذره ویروسی داشته باشد، یعنی یک ۱ که پس از آن ۳۱ صفر قرار دارد و به عبارت بهتر چیزی در حدود ۱۰ میلیون تریلیون تریلیون.

تا جایی که معلوم است، ویروس‌ها عادت کرده‌اند که به هر ارگانیسم زنده‌ای حمله کنند. یکی از دلایلی که آن‌ها مراکز قدرت تکامل به حساب می‌آیند این است که شاهد یک قتل عام وحشتناک بی‌رحمانه هستند و خودشان هم در حین این قتل عام جهش می‌کنند. این مسئله به طور مشخصی در اقیانوس‌ها قابل مشاهده است، یعنی جایی که یک پنجم از پلانکتون‌ها به صورت روزانه توسط ویروس‌ها کشته می‌شوند. به لحاظ زیست‌بومی، این مسئله باعث می‌شود که تنوع بیشتری داشته باشیم و فضا برای گونه‌های نایب‌تر باز شود. هرچه یک ارگانیسم متداول‌تر باشد، احتمال این که یک دسته مشخص از ویروس‌های محلی برای حمله به آن تخصص پیدا کرده و کارشان را انجام دهند.

دیگر دلیل این که می‌گوییم ویروس‌ها موتور تکامل هستند این است که آن‌ها نوعی سازوکار نقل و انتقال برای اطلاعات ژنتیکی به حساب می‌آیند. بعضی از ژن‌های ویروسی ممکن است با سلول میزبان‌های خود یکپارچه شوند و به عنوان نوادگان ارگانیسم مورد پذیرش قرار بگیرند. چیزی بین ۸ تا ۲۵ درصد از ژن انسانی گویا چنین ریشه‌های ویروسی‌ای دارد. اما خود ویروس‌ها در جای خود امکان دزدیده شدن را داشته و ممکن است ژن‌هایشان به کاری جدید گرفته شود.

این چیزها گرچه دست‌آوردهایی هستند که شاید برای خیلی‌ها تازگی داشته باشند، اما همگی بر یک نخ تکراری حرکت می‌کنند که شاید بد نباشد باز هم آن را به خودمان یادآوری کنیم: دنیای طبیعی، مهربان نیست. حیات بدون داشتن ویروس یک امر ناممکن است که غیر قابل دسترس بودن آن به حدی است که مطلوبیت آن به بی‌معنا بودن می‌رسد. به عبارت بهتر این که بخواهی جهان ویروس نداشته باشی، خواسته‌ای اشتباه نیست، بی‌معناست. تنوع و تکثر خیره‌کننده حیات تا حد زیادی وابسته به ویروس‌هایی است که گرچه عامل مرگ می‌شوند اما عامل غنا و تغییر هم هستند. جدای از این، بسیار عالی خواهد بود که به سمت دنیایی حرکت کنیم که در آن، ویروس‌های متبعی باشند برای فهم جدید انسان‌ها از جهان. انسان‌ها جهان را از طریق ویروس‌های بفهمند و بشناسند و صد البته در طرف مقابل هم ویروس‌ها انسان‌های کمتری را نسبت به قبل بکشند. ■

جدای از اصلاحات اقتصادی، در سطح فرهنگی و ساختار سیاسی این کشور هم نیاز به اصلاحات هست. با این حال، مسموم کردن ناوالنی نشان می‌دهد که رژیم‌هایی مثل روسیه زمانی که راهشان تنگ شود، تا چه حد خشن خواهند شد. از سوی دیگر اما بلاروس نشان می‌دهد که چقدر در استفاده از ابزار خشنوت به مشکل برخورد کرده‌است.

[روسیه]

پوتین از چه می‌ترسد

مردم روسیه و بلاروس از حاکمانشان خسته شده‌اند



چیزی الهام‌بخش‌تر از تماشای مردمی نیست که به خیابان‌ها ریخته‌اند و مطالبه آزادی دارند و چیزی از این ترسناک‌تر هم برای دیکتاتوری که مقابل آن‌ها قرار گرفته وجود ندارد. مردم بلاروس، در میان صحنه‌هایی که یادآور شورش‌های ۱۹۸۹ است، در اعتراض به انتخابات مهندسی‌شده به خیابان‌ها ریخته‌اند و اهمیتی برای تهدیدهای دولت قائل نیستند. در شهر خاباروفسک روسیه هم ده‌ها هزار نفر هر هفته در اعتراض به دستگیری فرماندار منطقه و پیاده شدن اجباری قوانین مسکو، دست به اعتراض می‌زنند. ولادیمیر پوتین دچار ترس شده‌است. و گرنه چه دلیل دیگری وجود دارد که آلکسی ناوالنی، یک فعال ضدفساد مشهور و شناخته‌شده‌ترین رقیب پوتین، در حال حاضر به دلیل مسمومیت سمی در بیمارستانی در برلین خوابیده‌باشد؟ رژیم‌هایی که با وحشت حکومت می‌کنند، در وحشت حکومت می‌کنند. آن‌ها وحشت دارند که یک روز مردم دیگر دروغ‌ها، دزدی‌ها و خشنوتشان را تحمل نکنند. سعی می‌کنند به زور پروپاگاندا، ایجاد دادگاه و چیزهایی از این قبیل به مسیر خود ادامه دهند. حالا به نظر می‌رسد که دیگر پوتین حقه‌ای در آستین ندارد و مانند الکساندر لوکاشنکو، متحد در دسرسازش در مینسک، دیگر مسیر خاصی پیش رویش قرار ندارد. به همین دلیل است که علیرغم تکذیب‌های کرملین آن‌ها باز هم به روش‌های قدیمی خود روی آورده‌اند. و به همین دلیل است که با ادامه اعتراضات، آن‌ها با این پرسش روبه‌رو هستند که آیا خشنوت دولتی می‌تواند وضعیت رژیم‌هایشان را ایمن کند یا خیر.

هردوی این رهبرها با شعار مرتب کردن هرج‌ومرجی روی کار آمدند که پس از فروپاشی اتحاد شوروی ایجاد شده بود. پوتین به مردم کشورش وعده داد: از سیاست دوری کنید تا نظم و دستمزدهایی بیشتر داشته باشید. لوکاشنکو از سوی دیگر وعده یک تداوم سبک شوروی داد. پوتین خوش‌شانس بود که پس از به قدرت رسیدنش قیمت نفت بالا رفت و مردم چین از این مسئله سود بردند، گرچه نه به اندازه رفقای رژیم روسیه. پوتین یک دولت مافیایی ساخت و لوکاشنکو یک دیکتاتوری کلاسیک. هر دو مرد می‌خواهند از طریق رسانه‌ها تصویری از قدرت را برای مردم ارسال کنند و از سوی دیگر توهم تغییر را به مردم بفروشند، زیرا تغییر واقعی برای هردو رژیم بسیار دشوار است.

زیربنای کج

از بین تمام مشکلات این دو کشور که نیاز به اصلاح دارد اما خیلی هم قابل اصلاح نیست، برای مثال نگاهی به اقتصاد بیندازید. بلاروس بسیار شبیه پارک‌هایی است که تمشان شوروی است. صادرات این کشور عمدتاً محصولات نفتی و پتاس است که با پالایش نفت روسیه‌ای به دست می‌آید که تا همین حالا با تخفیف در اختیار بلاروس قرار می‌گرفت. روسیه با بلاروس تفاوت دارد. اقتصاد این کشور بازر و چندصدایی‌تر است. با این حال رئیس قدرت صنعتی و مالی در دستان

رژیم‌هایی که با وحشت حکومت می‌کنند، در وحشت حکومت می‌کنند. آن‌ها وحشت دارند که یک روز مردم دیگر دروغ‌ها، دزدی‌ها و خشنوتشان را تحمل نکنند. سعی می‌کنند به زور پروپاگاندا، ایجاد دادگاه و چیزهایی از این قبیل به مسیر خود ادامه دهند

الیگارشی‌هایی قرار دارد که در حلقه معتمد کرملین قرار دارند. پوتین اگر بخواهد انرژی ناشی از رقابت اقتصادی را در کشورش بالا ببرد، قطعاً با قدرت‌هایی درگیر می‌شود که باعث شده‌اند او در قدرت بماند. او در متنوع کردن وضعیت اقتصادی کشور خود و برداشتن تمرکز از محصولات هیدروکربنی ناموفق بود و به همین خاطر طی چند ماه اخیر از یک سو به دلیل پایین آمدن قیمت نفت و از سوی دیگر به دلیل موج سنگین بیماری کرونا، فشار بسیار زیادی به اقتصاد این کشور وارد شد. هرچه شرایط پیچیده‌تر هم شود او چیزی برای ارائه ندارد جز ملی‌گرایی و نوستالژی.

جدای از اصلاحات اقتصادی، در سطح فرهنگی و ساختار سیاسی این کشور هم نیاز به اصلاحات هست. با این حال، مسموم کردن ناوالنی نشان می‌دهد که رژیم‌هایی مثل روسیه زمانی که راهشان تنگ شود، تا چه حد خشن خواهند شد. از سوی دیگر اما بلاروس نشان می‌دهد که چقدر در استفاده از ابزار خشنوت به مشکل برخورد کرده‌است. لوکاشنکو ابتدا سعی کرد که با دستگیری و شکنجه معترضان، جلوی آن‌ها را بگیرد، اما تا اینجا کار، این مسئله تنها باعث جریح‌تر شدن مردم شده‌است و آن‌ها بیشتر با او برخورد جدی کرده‌اند.

حالا مسئله اساسی این است که این دو رژیم کدر و تیره تا چند وقت دیگر دوام می‌آورند و پاسخش چیزی نیست که کسی بتواند بداند. حکومت‌های خودکامه ارتجاعی می‌توانند سال‌ها به حیات خود ادامه دهند. پوتین و لوکاشنکو در زمینه در دست گرفتن قدرت با دادن وعده احیای شکوه سابق کشور، تنها نیستند، اما الگوی چنین رفتار و منشی را می‌توان به راحتی و به صورت تکراری بین افراد مختلف دید. گرچه شاید این مسئله در ابتدا خوب به نظر برسد، اما مردم نهایتاً به قول یکی از معترضان بلاروس، «از دست آن‌ها خسته می‌شوند» و این لحظه دقیقاً همان لحظه‌ای است که دیکتاتورها باید از آن بترسند. ■

چرا باید خواند:

- دولت‌های روسیه و
- بلاروس با اعتراضات
- مردمی روبه‌رو هستند و
- همین مسئله باعث شده
- رهبران این دو کشور به
- وحشت بیفتند. دولت
- روسیه و بلاروس باید در
- بعد مختلف اقتصادی،
- سیاسی و فرهنگی
- اصلاحات فراوانی را
- ایجاد کنند، اما این
- مسئله فعلاً نامحتمل به
- نظر می‌رسد.

[فرش قرمز]

هالیوود و معمای چین

چین بزرگ‌ترین گیشه دنیا می‌شود

چرا باید خواند:

کشور چین با جمعیتی

بیش از یک سوم

جمعیت جهان تبدیل

به مهم‌ترین بازار

مصرفی جهان شده

است. این واقعیت

در عرصه فروش

فیلم‌های سینمایی

هم‌پرویز پیدا کرده

است. در این مقاله

ورود کمپانی‌های

بزرگ هالیوودی به

صنعت فیلم چین و

چالش‌های پیش‌رو

خصوصاً در سایه

جنگ اقتصادی

سال‌های اخیر

پرزسی شده است.

مشکل اصلی، یا در واقع هزینه عمده جدا کردن هوای از اروپا هیچ ربطی به آنتن‌ها ندارد، بلکه ناشی از زوال نظام تجارت جهانی است. شاید چنددهه‌تایی کوشش در نهایت هوای را ممنوع کنند، اما این تجهیزات کماکان در بخش عمده‌ای از دنیای نوظهور استفاده خواهد شد.

مسئولان ارشد امنیتی آمریکا همواره نگران این مسئله هستند که تجهیزات هوایی به منظور کاربردهای جاسوسی ساخته شده و باعث خواهد شد که مشتری‌هایش وابستگی زیادی به این فن‌آوری سوبسیددار چینی پیدا کنند. اما بیش از ۱۷۰ کشور دیگر به این نتیجه رسیدند که می‌توان این ریسک را مدیریت کرد.

کرد تا سهم خود را به ۴۳ درصد افزایش داده و زمان‌های اکران بهتری را هم به دست آورند. مضاف بر این، تعداد سالن‌های این کشور از ۴۰۰۰ در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۷۰۰۰۰ در سال‌ها اخیر رسیده که رقمی چشمگیر است.

بر اساس آمار Mojo، تا انتهای ۲۰۰۷ دیگر گیشه چین در اختیار هالیوود قرار گرفته بود. از میان ۲۵ فیلم پرفروش چین، ۱۶ تا آن به هالیوود تعلق داشت. از این دوران به بعد است که به نقل از پیتر لوهر، مدیر بخش چین کمپانی لجن‌دردی، تمام استودیوها برای افتتاح دفتر در چین به صرافت افتادند.

در آن سو، در سال ۲۰۱۶ کمپانی دالیان واندا، لجن‌دردی را به قیمت ۳٫۵ میلیارد دلار خریداری کرد و در افتتاح استودیو خود در کیونگادو با پرداخت مبالغ هنگفت ستاره‌هایی همچون دی‌کاپریو و نیکول کیدمن را به ضیافت مهمان کرد. یکی از بزرگان هالیوود از این دوره سه ساله به عنوان دوره-ای یاد می‌کند که همه از گرفتن پول این احمق‌ها خوشحال بودند دقیقاً مثل ژاپنی و عرب‌هایی که پیش از این برای عکس‌یادگاری با چهره‌های هالیوود مبالغ هنگفتی را پرداخت می‌کردند.

اما این رابطه به سرعت در حال تغییر است. استودیوهای چینی بزرگ‌تر و مجهزتر شده‌اند و همکاری با آمریکایی‌ها باعث پیشرفت مهارت‌ها فیلم‌سازان چینی شده است. همزمان با افزایش کیفیت، چینی‌ها در حال ساخت فیلم در ژانرهایی هستند که پیش از این ممنوع بودند مثل ژانر علمی-تخیلی. حالا آسمان سیاست هم ابری شده است و بر مشکلات اقتصادی هالیوود در چین افزوده است. تحت رهبری ژو جی پینگ، با شعار یک ملت با فرهنگی استوار، سرمایه‌گذاری چینی‌ها در آمریکا و بالعکس دشوار شده است. تحت قوانین جدید برای همکاری در تولید، حداقل یک سوم سرمایه و تیم بازیگری باید چینی باشند.

در جست‌وجوی یک مطالبه

بزرگ‌ترین نگرانی منتقدان آمریکایی اما، سانسور است. دستگاه سانسور کمونیست‌ها نه تنها موضوعات مربوط به تبت، تیانانمن و تایوان را سانسور می‌کند بلکه داستان‌های مربوط به سفر در زمان ارواح را نیز ممنوع کرده است. فیلم «دزدان دریایی کارائیب، سینه مرد مرده» تنها به دلیل وجود ارواح اکران نشد.

در این میان بزرگ‌ترین هدف چین از شکل دادن به داستان‌های هالیوودی، گسترش قدرت داستان‌گویی خود برای مرزهاست. مهم‌تر اینکه، شرکت‌های چینی بیشتر درآمد خود را از سالن‌ها کسب می‌کنند در حالی که استودیوهای آمریکایی از حق پخش تلویزیونی، لایسنس بازی و غیره درآمد‌های هنگفتی دارند. این واقعیت شرکت‌های آمریکایی را به نسبت شرکت‌های چینی، در شرایط کرونا، در موقعیت بهتری قرار خواهد داد خصوصاً که تغییر رفتار بینندگان احتمالاً ادامه‌دار خواهد بود.

تاثیر شبکه‌های پخش آنلاین بر قدرت نرم آمریکا نامعلوم است. یک اثر احتمالی این است که شرقی‌ها و غربی‌ها کمتر فرهنگ مقابل را هضم کنند. حتی با وجود اشباع تفلیکس از فیلم‌های دیگر فرهنگ‌ها، مردم منابع داخلی ترجیح می‌دهند که این مورد در چین بسیار شدیدتر از باقی کشورهاست. اختلاط فرهنگی در تصویرسازی هنوز هم پابرجاست اما احتمالاً روزی چین و آمریکا مجبور شوند تا به صفحه نمایش کوچک‌تر اما ملی خودشان عقب‌نشینی کنند. ■

گیشه سینمای چین در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین گیشه در دنیا است. این واقعیت چه تاثیری بر هالیوود و قدرت نرم آمریکا خواهد داشت؟

گله‌هایی از متجاوزان با قدرت‌هایی ماورایی، به تاخت به سوی چین حمله‌ور شده‌اند. در اثنای این حمله‌های رعدآسا به پایتخت، یک دختر ساده روسستانی به مقاومت برخاسته. «مولان»، داستان یک تهاجم است. این فیلم، با سرمایه‌گذاری ۲۰۰ میلیون دلاری دیزنی، بازسازی است از داستانی قدیمی به امید فتح بازار چین. به گونه‌ای طراحی شده که بیننده آمریکایی و چینی را بر روی صندلی‌های سینما بنشانند، از طرح کلی فیلم بگیرد با آن دراگونی که چینی‌ها را کمی عصبی کرده تا کمپین تبلیغاتی که فیلم را یک شاعرانه‌ی کلاسیک چینی معرفی کرده.

گیشه سینمای چین حالا در حدود ۹ میلیارد دلار می‌ارزد و راه چندان تا گیشه ۱۱ میلیارد دلاری آمریکا ندارد. از طرفی، کنترل موفقیت‌آمیز کرونا در چین و بسته شدن سالن‌ها در آمریکا، سبب شده تا نگاه‌ها در هالیوود به این سوی اقیانوس آرام خیره شود.

حتی پیش از کرونا هم استودیوهای بزرگ آمریکا به سرمایه‌گذاران چینی و بازار آن چشم دوخته بودند. تنها در بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ درآمد دیزنی از بازار آسیا با رشدی دو برابری به ۱۱٫۵ درصد درآمد سالانه شرکت رسید.

با این حال، دل بردن از شرق و غرب، در دسرهایی را هم برای هالیوود ایجاد کرده است: کمپانی‌های چینی سرمایه‌رادر خاک چین به هالیوود عرضه می‌کنند و از طرفی دستگاه سانسور چین در حال آغشته کردن قدرت نرم آمریکا با خصایص چینی است.

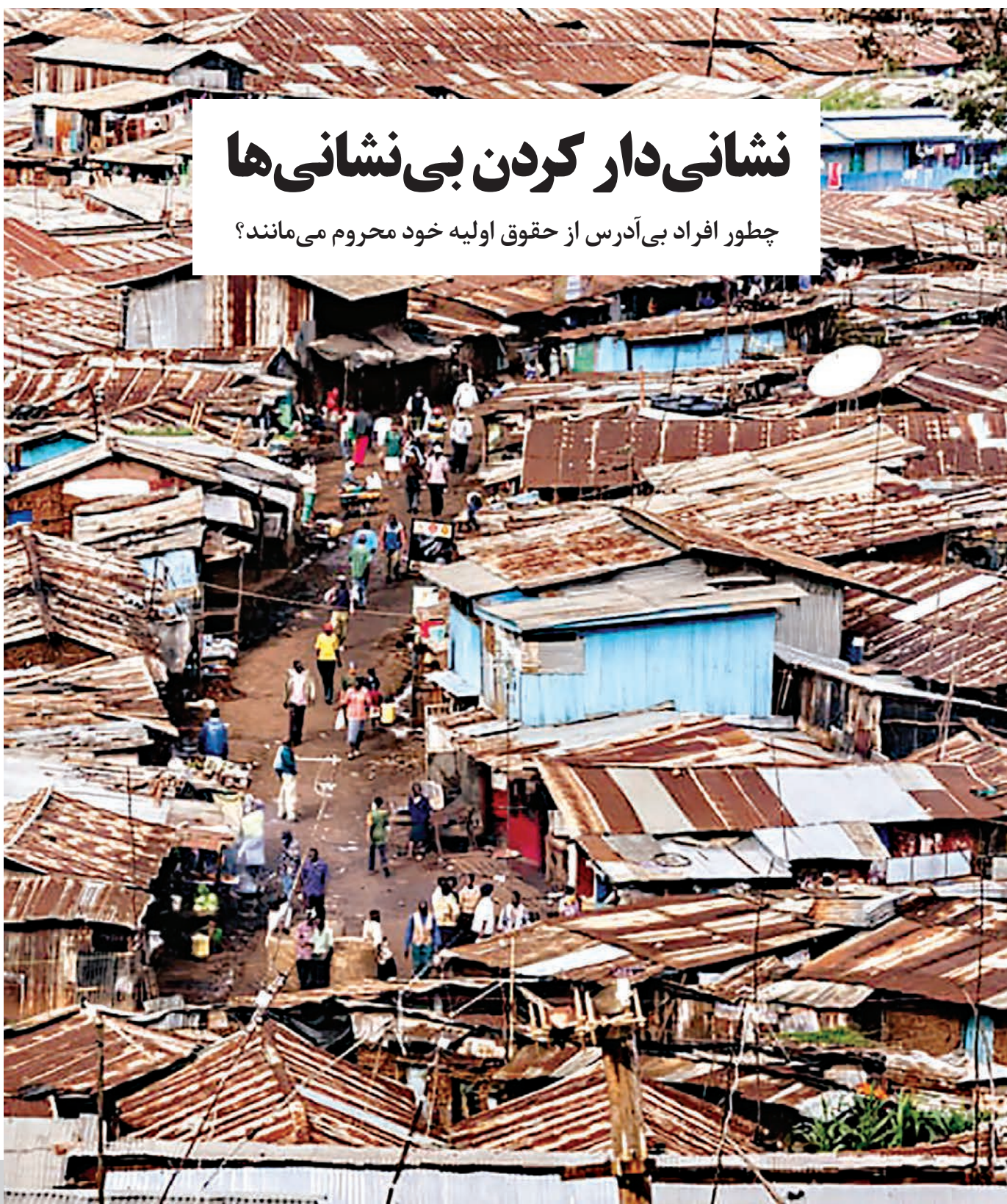
سال ۱۹۹۴ که «فراری» نخستین فیلم آمریکایی در چین به نمایش درآمد تنها ۱۳ درصد از فروش گیشه به خارجی‌ها تعلق داشت. با تغییر آهسته قوانین، یک دهه بعد این سهم به ۲۵ درصد رسید. از طرفی همکاری مشترک با کمپانی‌های چینی به هالیوود کمک

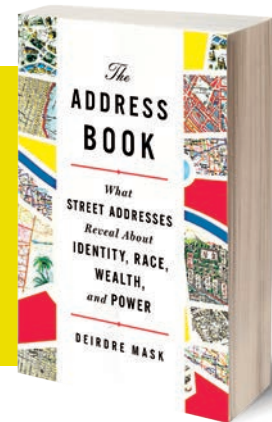


..... کتاب ضمیمه

نشانی دار کردن بی نشانی ها

چطور افراد بی آدرس از حقوق اولیه خود محروم می مانند؟





دفتريچه آدرس‌ها؛ آنچه آدرس درباره هویت، نژاد، ثروت و قدرت آشکار می‌کند
دیدری ماسک
ناشر: سن مارتینز پرس
۲۰۲۰



درباره نویسنده
دیدری ماسک وکیل، نویسنده و پژوهشگری دانشگاهی است که قبلاً در کارولینای شمالی زندگی می‌کرده اما اکنون در لندن سکونت دارد. او در دانشگاه‌های هاروارد و آکسفورد درس خوانده است.

شورای شهر نیویورک معمولاً بر نام‌های افتخاری خیابان‌ها که بر بالای نام متعارف نقشه قرار می‌گیرد، تمرکز می‌کند. در نتیجه وقتی در شهر قدم می‌زنید ممکن است نگاه کنید و ببینید هم در خیابان ۱۰۳ غربی هستید و هم در خیابانی با نام هامفری بوگارت هنرپیشه. یا شاید در بزرگراه و خیابان ۶۵ غربی (لئونارد برنستاین آهنگساز)، یا ۸۴ غربی (خیابان ادگار آلن پوی شاعر)

بی‌آدرس‌ها

چطور می‌شود که افراد بی‌آدرس از حقوق اولیه خود محروم می‌مانند؟

ترجمه: سعید ارکان‌زاده یزدی

را تصویب کرد. تنها در سال ۲۰۱۸ شورای شهر بر روی ۱۶۴ خیابان نام دوم گذاشت.

ولی در سال ۲۰۰۷، وقتی شورای شهر پیشنهاد تغییر نام یک خیابان را به یاد سونی کارسون، یک فعال سیاسی سیاه‌پوست، رد کرد تظاهرکنندگان به خیابان‌ها ریختند. کارسون جنبش سیاه‌پوستان علیه ماده مخدر کراک را شکل داده بود، راه‌پیمایی‌هایی علیه خشونت پلیس سازماندهی کرده بود و بر اداره مردمی مدارس پافشاری می‌کرد. اما او مبلغ خشونت، و بدون اظهار تأسف، حامی عقاید نژادپرستانه هم بود. وقتی زنان‌هایی یک مغازه‌دار کره‌ای را به خاطر تجاوز متهم کردند، کارسون تحریمی علیه همه مغازه‌های سبزی‌فروشی کره‌ای راه‌انداخت، و مخالفان افراد سیاه را مجبور می‌کردند پول‌شان را به «افرادی که ظاهرشان مانند ما نیست» ندهند. وقتی از کارسون پرسیدند که آیا بهبودستیز است، پاسخ داد: «ضدسفید هستم. ضدیت من را محدود به یک گروه خاص نکنید.» شهردار وقت آن زمان، مایکل بلومبرگ، گفت: «احتمالاً سونی کارسون آخرین نفری است که می‌توانم نامش را برای الصاق به یک خیابان در این شهر مطرح کنم.»

ولی طرفداران این نام پیشنهادی ادعا می‌کردند کارسون با شدت و حدت جمعیت بروکلین خود را بسیار پیش از آنکه کسی به فکر بروکلین باشد سازمان‌دهی کرد. چارلز بارون عضو شورای شهر، یک عضو پلنگ سیاه پیشین، گفت که تعداد خانه‌های کراک که کارسون، کهنه سرباز جنگ کره، بسته بیش از آن بوده که پلیس نیویورک جمع کرده است. طرفدارانش خواستار آن بودند که زندگی او با بحث‌انگیزترین جملاتش قضاوت نشود. همچنان کارسون در جامعه آفریقایی

در برخی سال‌ها، بیش از ۴۰ درصد قوانین تصویب‌شده در شورای شهر نیویورک تغییر نام خیابان‌ها بوده است. اجازه دهید شما را چند دقیقه‌ای به تفکر در این موضوع وادارم. شورای شهر مجمعی است به نمایندگی از شهردار. این مجمع ۵۱ عضو دارد که بر سیستم بزرگ‌ترین مدارس کشور و نیروی پلیس نظارت می‌کنند و برای کاربری زمین‌های یکی از متراکم‌ترین و پرجمعیت‌ترین نقاط کره زمین تصمیم می‌گیرند. بودجه آن‌ها از بودجه بسیاری از ایالت‌ها بیشتر است. جمعیتش از همه ایالت‌ها به جز ۱۱ ایالت بیشتر است. از همه مهم‌تر، خیابان‌های نیویورک از قرن ۱۹ به‌طور گسترده‌ای شماره‌گذاری یا نام‌گذاری شده‌اند، نام برخی از خیابان‌ها مانند استایوسنت و باوری از دورانی باقی مانده‌اند که منتهن کمی بزرگ‌تر از یک ایستگاه تجاری هلندی بود. و اینجا هم تکرار می‌کنم که در برخی سال‌ها بیش از ۴۰ درصد قوانین محلی تصویب‌شده در شورای شهر نیویورک تغییر نام خیابان‌ها بوده است.

شورای شهر معمولاً بر نام‌های افتخاری خیابان‌ها که بر بالای نام متعارف نقشه قرار می‌گیرد، تمرکز می‌کند. در نتیجه وقتی در شهر قدم می‌زنید ممکن است نگاه کنید و ببینید هم در خیابان ۱۰۳ غربی هستید و هم در خیابانی با نام هامفری بوگارت هنرپیشه. یا شاید در بزرگراه و خیابان ۶۵ غربی (لئونارد برنستاین آهنگساز)، یا ۸۴ غربی (خیابان ادگار آلن پوی شاعر). اخیراً شورای شهر نام منطقه وو - تانگ کلن در جزیره استاتن، نام کریستوفر جرج لیتور والاس (به افتخار نوتوریوس بی‌آی‌جی، رپر معروف) برای راهی در بروکلین و نام رامونس برای راهی در کوئینز

زباله‌ای که به شکل یک گاو نقاشی شده است، تراکتور برداشت که در وسط مزرعه پارک شده است. البته اگر شما همین جازندگی کنید احتیاجی به مسیرها ندارید، در طول جاده‌های خاکی که میان دره‌ها و بستر خشک رودها پیچ می‌خورند، در هر حال همه همدیگر را می‌شناسند.

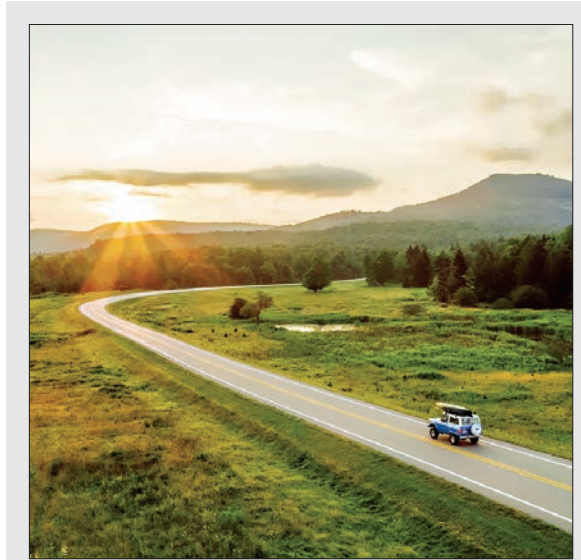
خدمات اورژانسی به راه‌های رسمی تری برای پیدا کردن افراد احتیاج دارند. چشمان تان را ببندید و سعی کنید محل خانه خودتان را بدون استفاده از آدرس پستی تشریح کنید. حالا آن را دوباره تکرار کنید اما این بار تصور کنید ضرب‌بای به شما وارد شده است. به پزشک اورژانسی که با شتاب به خانه‌ای در ویرجینیای غربی می‌رود می‌گویند مرغ‌ها در بیرون خانه هستند، اما تصور کنید که همه خانه‌های آنجا

در حیاطشان مرغ دارند. برای من تعریف کردند که در طول این جاده‌ها مردم روی تراس‌هایشان می‌آیند و برای غریبه‌ها دست تکان می‌دهند، پزشکان متوجه نمی‌شوند کدام‌شان حرکتی دوستانه است و کدام‌شان به آن‌ها علامت توقف می‌دهند. رون سیرینو، یک آتش‌نشان در نورت‌فورک (با ۴۲۹ نفر جمعیت)، تعریف می‌کرد که چطور به تماس گیرنده مضطرب می‌گوید که گوشش به صدای آژیر ماشین‌های آتش‌نشانی باشد. بازی قلم‌باشک، در میان دره‌های ماریچ پیچ تاب می‌خورد. «بلندتر شد» او از پشت تلفن می‌پرسد: «نزدیک‌تر شد؟»

بسیاری از خیابان‌ها در منطقه روستایی ویرجینیای غربی، شماره‌های مسیر روستایی دارند که توسط اداره پست به آن‌ها داده شده است اما این شماره‌ها روی هیچ نقشه‌ای پیاده نشده‌اند. همان‌طور که یک اوپراتور شماره اضطراری اورژانس گفته است: «ما نمی‌دانیم این شماره‌های چرت‌وپرت کجا هستند.»

نام گذاری یک خیابان چالش سختی است، پس برای نام گذاری هزاران خیابان چه می‌کنید؟ وقتی نیک کلر را دیدم، هماهنگ کننده خوش بیان آدرس گذاری شهرستان مک‌داول بود. دفترش در ابتدا یک پیمانکار از ورمونت برای آدرس گذاری استخدام کرده بود اما تلاشش بی‌سرانجام ماند و صدها برگه کاغذی زرد با آدرس‌های تخصیص داده شده روی آن را برای شرکت باقی گذاشت که کلر نمی‌توانست آن‌ها را به خانه‌های واقعی وصل کند. (شنیده‌ام که ساکنان ویرجینیای غربی که زغال‌سنگ عمده‌ترین وسیله امرار معاش آن‌هاست، از ترس طرفداران محیط‌زیست به تلفن‌ها با پیش شماره ورمونت پاسخ نمی‌دهند.)

افراد زیادی در ویرجینیای غربی واقعا آدرس نمی‌خواستند. گاهی یکی از دلایل این بود که آن‌ها صرفا نام جدید خیابان‌شان را دوست نداشتند. (کشاورزی در نزدیکی ویرجینیا خشمگین شد وقتی خیابانش به نام بانکداری درآمد که در



در کلکته، روزی به همراه سابه‌شپیس و همکارش سیکلان به زاغه‌ای در نزدیکی فرودگاه شهر رفتیم. جایی که هر روز و هر ساعت رفت‌وآمد هواپیماها گردوغبار به‌پا می‌کند. در کوچه‌های بسیار باریک که دو نفر آدم نمی‌توانستند در آن کنار هم بایستند یکی از همکاران سابه‌شپیس رایانه‌ای در دست گرفته بود که نقشه زاغه بر صفحه‌اش دیده می‌شد. او جای خانه را بر روی نقشه مشخص می‌کرد، بر روی صفحه کلیک می‌کرد و کد خانه ظاهر می‌شد

آمریکایی هم مورد اختلاف بود. وقتی لروی کمبری، عضو سیاه‌پوست شورا، از رای‌دادن به این نام‌گذاری امتناع کرد، وایلا پلامر دستیار بارون خواستار شد که جایگاه سیاسی او گرفته شود، حتی شده با «ترور». کمبری تحت حفاظت پلیس قرار گرفت. (پلامر تاکید کرد که منظورش ترور حرفه‌ای بوده است، نه ترور فیزیکی.) وقتی شورا بالاخره پیشنهاد نام‌گذاری با نام کارسون را رد کرد (درحالی که انتصاب نام‌های بازیگر سریال نظم و قانون، جبری اورباج، و طراح رقص آلون ایلری را پذیرفت)، چندصد ساکن بروکلین به بدفورد استایوسنت هجوم بردند و خودشان علامت کوچی سونی ابوبادیکا کارسون را در کوچی گیتز نصب کردند. بارون گوشزد کرد که نیویورک آدم‌های زیادی دارد که به‌اشتباه اسم آن‌ها با افتخار جایی نصب شده، از جمله توماس جفرسون، برده‌دار

«کودک آزار». او رو به جمعیت خشمگین فریاد می‌کشید: «شاید ما باید خودمان را با تعویض نام خیابان‌ها هلاک کنیم تا بتوانیم از شر نام این برده‌داران خلاص شویم.» تئودور میرالدی از منطقه برانکس در روزنامه نیویورک پست نوشت: «چرا رهبران این اجتماع وقت‌شان را در نگرانی برای نام‌گذاری یک خیابان تلف می‌کنند؟ آقای میرالدی سؤال بسیار خوبی است. کلا چرا ما به نام هر خیابان اینقدر اهمیت می‌دهیم؟»

دغدغه ذهنی من نسبت به آدرس پستی خودم زمانی شروع شد که برای اولین بار فهمیدم بیشتر خانوارها در دنیا آدرس پستی ندارند. آدرس‌ها، به‌ادعای اتحادیه جهانی پست، یکی از ارزان‌ترین روش‌ها برای بیرون کشیدن افراد از فقر، آسان‌سازی دسترسی به اعتبار بانکی، حق رای و بازارهای جهانی است. اما این تنها مشکل جهان در حال توسعه نیست. من فهمیدم که حتی قسمت‌هایی از مناطق روستایی ایالات متحده هم آدرس پستی ندارند.

ویرجینیای غربی دهه‌هاست که درگیر این قضیه است؛ پروژه‌های طولانی برای نام و شماره گذاری خیابان‌هایش. تا سال ۱۹۹۱، کلا افراد اندکی خارج از شهرهای کوچک ویرجینیای غربی آدرس پستی داشتند. بعد ایالت با بالاترین نرخ‌های شرکت مخابراتی و رایزن برخورد کرد و این شرکت به‌منزله بخشی از یک پرداخت نامعمول، قبول کرد ۱۵ میلیون دلار بپردازد تا، در اقدامی به‌واقع سریع، ویرجینیایی‌های غربی را روی نقشه بیاورد.

طی نسل‌ها مردم به‌روش‌هایی خلاقانه در ویرجینیای غربی رفت‌وآمد کرده بودند. مسیرها در پاراگراف‌هایی توضیح داده می‌شد: بگرد دنبال کلیسای سفید، کلیسای سنگی، کلیسای آجری، مدرسه ابتدایی قدیمی، اداره پست قدیمی، کارخانه دوزندگی قدیمی، پیچ بزرگ، قبرستان بزرگ، سالن تتو، رستوران درایواین، سطل

دوران رکود اقتصادی به پدربزرگش وام نداده بود.) اما اغلب مسئله نه یک نام خاص، بلکه خود نام‌گذاری بود. همه همدیگر را می‌شناسند، مخالفان با آدرس‌گذاری این را بارها و بارها گفته‌اند. وقتی یک مرد ۳۳ ساله بر اثر حمله قلبی مرد چون آمبولانس راهش را گم کرده بود، مادرش به روزنامه محلی آنجا گفت: «تنها کاری که باید می‌کردند این بود که یک جا توقف کنند و از یک نفر بپرسند ما کجا زندگی می‌کنیم.» (مسیردی او برای غریبه‌ها؟ «زمین بیس‌بال کوپر، اولین خیابان سمت چپ، یک پیچ تیز در سمت راست هست که به سمت کوه می‌رود.»)

اما آن‌طور که کلر به من می‌گفت: «شگفت‌زده می‌شوید اگر بدانید ساعت سه صبح چند نفر شما را می‌شناسند؟» پزشکی که نصف‌شب به‌اشتباه وارد یک خانه می‌شود ممکن است با هفت تیری روی پیشانی‌اش روبرو شود. یک اپراتور اورژانس به من گفت که چگونه تلاش کرده است با جامعه مسن‌ترهای شهرستان مک‌داول در مورد این پروژه صحبت کند، جمعیتی که اکنون درصدشان با توجه به مهاجرت جوان‌ترها به جاهایی که کار بیشتری هست در حال رشد است. او می‌گفت: «برخی افراد می‌گفتند: ما آدرس نمی‌خواهیم. من گفتم: اگر به آمبولانس احتیاج داشتید چه؟ پاسخ آن‌ها؟ ما به آمبولانس‌ها احتیاجی نداریم. ما خودمان از خودمان نگهداری می‌کنیم.» یک هماهنگ‌کننده آدرس‌گذاری یک‌بار در یک کنگره ملی گفت: «آدرس‌گذاری برای سوسول‌بازی نیست.» مامورانی که برای نام‌گذاری خیابان‌ها فرستاده شدند در ویرجینیای غربی توسط مردان چهارچرخه‌سوار تنگ‌بند دست‌مورد استقبال قرار گرفتند. مامور آدرس‌گذاری یک شهر با مردی برخورد کردند که خنجر در جیب پشنتش داشت. چقدر بد می‌شد اگر او از آدرس‌گذاری خوشش نمی‌آمد چه می‌شد؟

برخی افرادی که با آن‌ها صحبت کردم نداشتن آدرس در این منطقه را مظهر عقب‌ماندگی جامعه روستایی می‌دانند، ولی من آن را این‌طور نمی‌بینم. شهرستان مک‌داول با عنوان یکی از فقیرترین شهرستان‌های کشور آمریکا دست و پنجه نرم می‌کند، اما جامعه‌های همبسته است که اعضایش هم همسایگان‌شان و هم تاریخ غنی سرزمین‌شان را می‌شناسند. آن‌ها چیزهایی می‌بینند که غریبه‌ها نمی‌بینند. در نقطه مقابل آن‌ها، من حالا برای رفت‌وآمد در شهری که در آن بزرگ شده‌ام از جیب‌پاس استفاده می‌کنم. از خودم می‌پرسم اگر آدرس نداشتیم آیا فضاهای اطرافمان را متفاوت می‌دیدیم. و بدین ترتیب ترس این ساکنان، عجیب‌وغریب که هیچ بلکه توجیه‌پذیر و حتی منطقی به نظر می‌آید. آدرس‌ها فقط برای خدمات اورژانسی نیستند. بلکه آن‌ها وجود دارند تا دیگران شما را پیدا کنند، بر شما نظارت کنند، مالیات بگیرند و سعی کنند از طریق پست چیزهایی به شما بفرستند که نیاز ندارید.

آدرس‌های پستی داستان پیچیده‌ای نقل می‌کنند از اینکه پروژه پرشکوه عصر

در دهه ۱۹۸۰،
بانک جهانی توجه
خود را به یکی
از نیروهای به
حرکت درآورنده
رشد اقتصادی
ضعیف در جهان
کشورهای در حال
توسعه معطوف
می‌کند: مالکیت
غیرقطعی زمین.
به عبارت دیگر،
هیچ پایگاه داده
متمرکزی وجود
ندارد که نشان دهد
چه کسی مالک فلان
ملک معین است. و
این خرید و فروش
زمین یا استفاده
از آن برای دریافت
اعتبار را دشوار
می‌سازد. و مالیات
گرفتن از زمین هم
سخت است وقتی
نمی‌دانی صاحبش
کیست

روشنگری برای شماره‌گذاری و نام‌گذاری خیابان‌ها، چطور با انقلابی در چگونگی اداره زندگی ما و شکل‌دادن به جوامع ما مصادف شد. و نام خیابان‌ها به‌جای اینکه تنها جزئیات ساده اداری باشد، به نشانی برای هویت، ثروت و در جریانی مانند خیابان سونی کارسون، به یک زورآزمایی تبدیل شد. ولی بیشتر از همه، این اسامی موضوع قدرت هستند - قدرت برای نام‌گذاری، قدرت برای ساختن تاریخ، قدرت برای تصمیم‌گیری اینکه چه کسی به حساب بیاید، چه کسی دیده نشود و چرا.

امروزه مناطق روستایی ویرجینیای غربی بالاخره آدرس‌های پستی پیدا کرده‌اند. اما میلیاردها منطقه‌ای که در سراسر جهان چنین چیزی ندارند چه؟

سایه‌انسیس نات یک فعال اجتماعی و مدیر ارشد «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» است که یک نهاد غیردولتی است با ماموریتی منحصر به فرد برای ایجاد آدرس پستی در تمامی زاغه‌های هند دارد و حرکتش را از کلکته آغاز کرده است. در یک روز آفتابی ماه فوریه، من با او به چنلا رفتم، حلی‌آبادی قدیمی که در میان یک کانال و یک خط راه‌آهن به‌زور جا داده شده است. از بعضی لحاظ، چنلا را نقش برجسته کوچکی از مرکز شهر دیدم. این حلی‌آباد به‌شدت متراکم است اما به‌طرز عجیبی حس روستا را القا می‌کند، شاید به این خاطر که ساکنانش اغلب از روستاها آمده‌اند.

به نظر می‌آید این زاغه‌ها به چیزهای مهم‌تری از آدرس نیاز دارند - تاسیسات بهداشتی، آب تمیز، خدمات درمانی، حتی سقفی برای حفاظت آن‌ها از باران‌های موسمی. ولی نبود آدرس، افرادی را که در این زاغه‌ها زندگی می‌کنند از شناس داشتن این‌ها هم محروم می‌کند.

بدون داشتن یک آدرس، داشتن یک حساب بانکی تقریباً غیرممکن است. و بدون داشتن یک حساب بانکی، نمی‌توانید پولی ذخیره کنید، پول قرض بگیرید یا مستمری دولتی دریافت کنید. در پی گزارش‌هایی مبنی بر خودکشی چند تن از ساکنان زاغه‌های کلکته بعد از آنکه یک کلاه‌بردار تمام اندوخته زندگی‌شان را به غارت برد، سروصداهای زیادی به‌خاطر فعالیت وام‌دهندگان و بانک‌های جعلی در این مناطق به پا شده بود. حالا تعداد بیشتری از ساکنان چنلا با داشتن آدرس‌های جدیدشان می‌توانند کارت اعتباری‌شان داشته باشند.

«زاغه» اصطلاح عامی است که طیف بزرگی از سکونت‌گاه‌ها را در بر می‌گیرد. بسیاری از زاغه‌ها که در طول کانال‌ها، حاشیه جاده‌ها یا زمین‌های بایر رشد کرده‌اند غیرقانونی هستند - ساکنان آن‌ها متصرفانی هستند که بدون اجازه در زمین دیگری زندگی می‌کنند. عده‌ای دیگر «حاشیه‌نشین‌ها» یا زاغه‌های قانونی هستند، معمولاً با اقامتگاه‌هایی با کیفیت‌تر در مکان‌هایی که متصرفین برای زمین‌شان اجاره پرداخت می‌کنند.

اما غالباً تمام زاغه‌ها این موارد مشترک را در خود دارند: تهویه ضعیف، منابع محدود آب پاکیزه و کمبود سرویس بهداشتی و سیستم فاضلاب. یک تعریف

در امتداد صفی که منبعی برای درآمد اضافه خانواده‌شان است، ریشه دوانده بودند. (قصاب‌های موقتی شقه‌های خونین خوک را از سقف آلونک‌هایشان آویخته‌اند، موجی از مگس در اطرافش وزوز می‌کند). دختری را دیدم که با احتیاط در دریاچه سیاه‌رنگی با آب جوهر مانند حمام می‌کرد، به من گفتند این آب به خاطر مواد شیمیایی سرریز شده از آشغال‌ها گاهی خودبه‌خود آتش می‌گیرد. و اما سابهائیس می‌گفت وضع ساکنان باگار همچنان از بسیاری دیگر بهتر است. لاقال آشغال‌ها منبع درآمدی برایشان ایجاد کرده است.

سابهائیس در باگار کامپیوترش را در آورد و صورتش را تمیز کرد، در حالیکه تی‌شرت‌اش از دوده سیاه شده بود. تیم آدرس‌دهی باگار را تمام کرده است اما او و رومیو برای به‌روز کردن آدرس‌های جدید آمده بودند، سازه‌های موقتی که در این فاصله ساخته شده بود. زاغه‌ها در حال تبدیل و تغییر دائمی هستند؛ خانه‌ها منهدم می‌شوند و دوباره سرپا می‌شوند؛ خانوارها از روستاها می‌آیند و دوباره برمی‌گردند. حالا خانواده‌های جدیدی در ایوان خانه‌ها زندگی می‌کنند و در کنار بزه‌های زنجیرشده می‌خوانند. سابهائیس و رومیو به هر کدام یک آدرس اختصاص داده‌اند و مرتباً سوابق‌شان را با ساختمان‌های جدید روبه‌رویشان مقایسه می‌کنند. از آخرین باری که اینجا بوده‌اند خیلی‌هایشان تغییر کرده است. گمان می‌کنم آن‌ها خیلی زود به آنجا برگردند.

در دهه ۱۹۸۰، بانک جهانی توجه خود را به یکی از نیروهای به حرکت درآورنده رشد اقتصادی ضعیف در جهان کشورهای در حال توسعه معطوف

دولتی، ساختار زاغه‌ها را «به هم تنیده‌شده» توصیف می‌کند، اصطلاحی که پیش از دیدن آلونک‌هایی که برای سرپا ماندن به هم تکیه داده بودند، فکر می‌کردم بیشتر ادبی است تا فنی. ۳ میلیون کلکته‌ای که بنا بر تخمین‌ها در پنج هزار زاغه شهر زندگی می‌کنند، غالباً خوش‌شانس‌ترین آن‌ها هستند؛ حداقل سقفی بالای سرشان دارند. فقیرترها کارتن‌خواب‌ها هستند که در خیابان می‌خوانند، کودکانی که با احتیاط در پیاده‌رو در میان والدین‌شان فشرده شده‌اند. اگرچه ریشک‌ها از نظر قانونی ممنوع شده‌اند، مردان نیمه‌عریان با پاهای برهنه هنوز با دواندن آن‌ها در خیابان‌های کثیف کسب روزی می‌کنند.

بعضی زاغه‌ها از بقیه مطبوع‌ترند. آن‌هایی که به شهر نزدیکترند، مانند چنلا، اغلب صدها سال قدمت دارند با خانه‌هایی واقعی که از بتن ساخته شده‌اند با سقف‌های حلبی و کف‌های واقعی. در پانچانانالا، نامی که بهانه‌ای برای دوباره گفتنش نیافتم، حدود ۲۰ دختر نوجوان در ساری‌های رنگارنگ در میان جایی که به نظر می‌آمد خیابان اصلی است نشسته بودند و شادمانه برای یک زیارتگاه هندو می‌خواندند، در حالی که مردم در اطراف‌شان می‌لولیدند و از فروشنده‌گان محلی میوه و سبزی می‌خریدند.

بعد از آن، سابهائیس و همکارش رومیو من را به باگار بردند، جایی که آسمان خراش‌هایی از زباله در بدو ورود به شما خوشامد می‌گفت. زنان و کودکان برای یافتن هر چیز ارزشمندی توده آشغال‌ها را هم می‌زدند در حالی که کامیون‌ها برای بالابردن برج‌های آشغالی صف کشیده بودند. آدم‌های حریصی که



افراد زیادی در ویرجینیای غربی واقعا آدرس نمی‌خواستند. گاهی یکی از دلایل این بود که آن‌ها صرفاً نام جدید خیابان‌شان را دوست نداشتند. (کشاورزی در نزدیکی ویرجینیا چشمگیر شد وقتی خیابانش به نام بانکداری درآمد که در دوران رکود اقتصادی به پذیرش وام نداده بود.) اما اغلب مسئله نه یک نام خاص، بلکه خود نام‌گذاری بود. همه هم‌دیگر را می‌شناختند، مخالفان با آدرس‌گذاری این را بارها و بارها گفته‌اند.

بودند برای جمع‌آوری صورت‌حساب‌ها و نگهداری زیرساخت‌ها سیستم‌های خودشان را ایجاد کنند. یک سیستم آدرس پستی این امر را بسیار آسان‌تر می‌کرد. دولت‌ها می‌توانستند مالیات‌دهندگان را آسان‌تر شناسایی کنند و طلب‌های‌شان را جمع‌آوری کنند. محققان همبستگی مثبتی میان آدرس پستی و درآمد پیدا کردند و نابرابری سطح درآمد در مکان‌هایی که آدرس پستی داشتند کمتر از مکان‌های ثبت‌نشده بود.

این‌ها همه دلایلی برای سازمان مردم‌نهاد «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» است که مدیران ایرلندی‌اش آن را کاری بس مهم می‌دانند. ماه‌ها پیش از اینکه به کلکته بروم الکس پیگوت، موسس با اقتدار و نفوذ «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها»، را هشت هزار کیلومتر آن‌طرف‌تر در دوبلین دیدم. پیگوت تاجری است با موهای سفید موقر، یک ریش جوگندمی و یک کت کتان به‌زیبایی چروک خورده. او در سال‌های دهه ۷۰ در مقام مامور پست کریسمس در ایرلند کارش را شروع کرده و بعدها در دهه ۸۰ یک تجارت مرتبط با پست راه‌اندازی کرده است. خدمات پستی تنها با آدرس پستی دقیق کار می‌کند، به این ترتیب او خیلی زود به یک متخصص تبدیل شده است.

در یک جلسه به‌طور اتفاقی به زنی با نام مائورین بارتست برخورد می‌کند که در کلکته خیریه‌ای را تأسیس کرده بود به نام «بنیاد امید». فارست به او می‌گوید که به‌دنبال کمک برای انجام یک سرشماری در زاغه‌های تحت پوشش خیریه است. پیگوت تنها تخصص واقعی خود را به او پیشنهاد می‌دهد: آدرس‌ها.

به آن راحتی که فکرش را می‌کرد نبود. در کلکته خانه‌ها در بسیاری از زاغه‌ها از غرفه رستورانی که در آن می‌نشینیم بزرگ‌تر نبود، پس باید فناوری را حک و اصلاح می‌کرد. او باید بیخیال پلاک‌های پلاستیکی اصلی می‌شد زیرا ساکنان نگران بودند از روی درهایشان بیفتند و خوراکی گاوها شود. در ابتدا

تیم او نقشه زاغه‌ها را بر روی صفحات پلاستیکی بزرگ چاپ کرد و آن را با یک کد مخصوص برای هر خانه کامل کردند تا افراد بتوانند راه‌شان را پیدا کنند. اما نقشه‌های پلاستیکی به‌زودی ناپدید شد چون ساکنان از آن‌ها برای پوشاندن سوراخ‌های سقف در طول بارندگی‌های موسمی استفاده کردند. با این حال، کم‌کم پیگوت و تیم «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» سیستم‌هایی را به‌وجود آوردند که کارایی داشت.

در کلکته، روزی به همراه سابهائیس و همکارش سیکلان به زاغه‌ای در نزدیکی فرودگاه شهر رفتیم، جایی که هر روز و هر ساعت رفت‌وآمد هواپیماها گردوغبار به‌پا می‌کند. در کوچه‌ای بسیار باریک که دو نفر آدم نمی‌توانستند در آن کنار هم بایستند یکی از همکاران سابهائیس

می‌کند: مالکیت غیرقطعی زمین. به عبارت دیگر، هیچ پایگاه داده متمرکزی وجود ندارد که نشان دهد چه کسی مالک فلان ملک معین است. و این خرید و فروش زمین یا استفاده از آن برای دریافت اعتبار را دشوار می‌سازد. و مالیات گرفتن از زمین هم سخت است وقتی نمی‌دانی صاحبش کیست. در شرایط ایدئال، کشورها دارای یک محدوده‌بندی و پایگاه داده‌ای دولتی هستند که محل و مالک و ارزش زمین را ثبت می‌کنند. یک سیستم محدوده‌بندی خوب خرید و فروش زمین و همچنین جمع‌آوری مالیات را آسان می‌کند. وقتی یک قطعه زمین می‌خریدی، شما (و اداره مالیات دولت) می‌توانید مطمئن باشید که شما - و فقط شما - مالک آن هستید.

ولی پروژه‌های محدوده‌بندی که از سوی بانک جهانی راه افتاد بارها شکست خورد. کشورهای ضعیف منابع کافی برای حفظ پایگاه داده را نداشتند. یک محدوده‌بندی می‌تواند تخریب شود اگر مسئولان اطلاعات اشتباه وارد کنند، در عین حال مالکان قانونی را نیز از حق مالکیت‌شان محروم می‌کنند.

و به‌جای ایجاد یک سیستم ثبت ساده، مشاوران گران قیمت سیستم‌های رایانه‌ای پیشرفته‌ای را طراحی کردند که مدیریت کردن آن بیش از اندازه پیچیده می‌شد. میلیون‌ها دلار به‌پای پروژه‌های ناتمامی ریخته شد که به هیچ‌جا نرسیدند. سازمان‌هایی مانند بانک جهانی و اتحادیه جهانی پست راه آسان‌تری کشف کردند. فقط این نبود که کشورهای در حال توسعه محدوده‌بندی ندارند - آن‌ها آدرس پستی هم نداشتند. چنانچه برخی کارشناسان نوشتند آدرس‌ها به شهرها اجازه می‌دهند «از اول شروع کنند». با آدرس پستی می‌توانید ساکنان را پیدا کنید، اطلاعات جمع‌آوری کنید، تأسیسات زیربنایی را نگهداری کنید و نقشه‌ای از شهر درست کنید که همه بتوانند از آن استفاده کنند.

متخصصان شروع به آموزش فشرده مدیران برای آدرس‌گذاری شهرهای‌شان کردند. چاد، بورکینافاسو، گینه و مالی همگی از پذیرندگان اولیه طرح بودند. کارکنان بانک جهانی کتاب‌ها نوشتند، دوره‌های آنلاین برای آدرس‌گذاری پستی طراحی کردند و حتی حامی مالی یک مسابقه برای تبلیغ فواید آدرس‌گذاری شدند.

فواید این کار بسیار روشن است. آدرس پستی دموکراسی را تقویت می‌کند، ثبت‌نام رای‌دهندگان را آسان‌تر می‌کند و تهیه نقشه مناطق رای‌گیری را ممکن می‌کند. امنیت را بیشتر می‌کند زیرا منطقه‌های ثبت‌نشده بستری برای رونق گرفتن جرم ایجاد می‌کنند. (در جمله‌ای کمتر خوشبینانه، آدرس‌های پستی یافتن مخالفان سیاسی را هم آسان‌تر می‌کند.)

شرکت‌های آب و برق مجبور شده



پروژه‌های محدوده‌بندی که از سوی بانک جهانی راه افتاد بارها شکست خورد. کشورهای ضعیف منابع کافی برای حفظ پایگاه داده را نداشتند. یک محدوده‌بندی می‌تواند تخریب شود اگر مسئولان اطلاعات اشتباه وارد کنند، در عین حال مالکان قانونی را نیز از حق مالکیت‌شان محروم می‌کنند

اگر پیش از این نمی‌شناخته‌اندشان. به عبارت دیگر، شما بدون آدرس محدود به برقراری ارتباط تنها با کسانی هستید که آن‌ها را می‌شناسید. و اغلب افرادی که شما را نمی‌شناسند کسانی هستند که می‌توانند بیشترین کمک را به شما بکنند. این حس هویت شهروندی به‌خصوص در مناطق زاغه‌نشین اهمیت دارد، جایی که افراد، بنا بر تعاریف، در حاشیه اجتماع زندگی می‌کنند. به همین دلیل است که آن‌ها به سازمان‌هایی مانند «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» به دیده شک نگاه می‌کنند. «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» به جای این که زاغه‌ها را با سیستم آدرس‌گذاری موجود در کلکته ثبت کند، مدل جدیدی از آدرس را به آن‌ها تخصیص داد که تنها برای زاغه‌ها ارائه می‌شود. آن‌ها زاغه‌ها را با بقیه شهر یکی نگرند؛ شاید بگویید



آدرس‌های پستی داستان پیچیده‌ای نقل می‌کنند از اینکه پروژه پرشکوه عصر روشنگری برای شماره‌گذاری و نام‌گذاری خیابان‌ها، چطور با انقلابی در چگونگی اداره زندگی ما و شکل‌دادن به جوامع ما مصادف شد. و نام خیابان‌ها به‌جای اینکه تنها جزئیات ساده اداری باشد، به نشانی برای هویت، ثروت و در جریان ماندن خیابان سونی کارسون، به یک زورآزمایی تبدیل شد

آن‌ها که برعکس کار کردند.

از یک نظر، این انتقاد را وارد می‌دانم. خیلی بهتر بود اگر سیستم آدرس‌ها می‌توانست این دو زندگی در کلکته را شانه‌به‌شانه هم قرار بدهد. این فکر را دوست داشتم که مردم ساکن زاغه‌ها به بقیه شهر تعلق داشتند نه فقط به یکدیگر. اما همان‌طور که نوشتم، به نظر می‌آید مدیریت این شهر نمی‌خواهد یا نمی‌تواند آن‌ها را در خود بپذیرد. پس فعلاً تا اینجا کار آن‌ها سباهش را دارند.

وقتی من و سباهش در کوچه‌های پر از آشغال با گار راه می‌رفتیم، زاغه‌ای که با کپه‌های زباله سربه‌فلک کشیده دودآلود هم زیستی می‌کند، سباهش به من گفت مشکل بزرگ با گار این است که ارتباط مناسبی با بقیه شهر نداشته است. من نفهمیدم که چه می‌گوید تا وقتی متوجه شدم احتمالاً او از واژه «ارتباط» به جای آنچه من می‌گویم «شبکه حمل‌ونقل» استفاده کرده است.

برای رسیدن به این زاغه باید از چهار مدل وسیله نقلیه بر روی رودخانه هوگی استفاده کنید، از جمله نوعی ماشین روباز مثل آن‌هایی که در فرودگاه‌ها استفاده می‌کنید. به‌طور تخمینی، ۱۵۰ هزار مسافر (و ۱۰۰ هزار ماشین) روزانه از روی یک پل بازویی عبور می‌کنند و بست‌های فلزی آن در برخی قسمت‌ها به دلیل جمع‌شدن گوتکای تنباکو مانند که جویده و روی پل تف کرده‌اند، فرسوده شده است. ما جزو آدم‌های خوشبخت بودیم که بیشتر راه را با تاکسی رفتیم. اما وقتی آن‌ها حاضر نشدند به زاغه نزدیک‌تر شوند، مجبور شدیم بیرون بیاییم و پیاده راه بیافتیم.

حالا در آخر فکر می‌کنم «ارتباط» کلمه درستی بود. با گار به‌طور فیزیکی از بقیه شهر جدا شده است و در نتیجه بقیه دنیا هم از آن جدا شده‌اند. هیچ‌کس جز رانندگان کامیون‌های زباله نمی‌بیند که ساکنان آن چگونه زندگی می‌کنند. به نظر می‌آید، شاید این آدرس‌ها راهی باشد تا به آن‌ها گفته شود. ■

رایانه‌ای در دست گرفته بود که نقشه زاغه بر صفحه‌اش دیده می‌شد. او جای خانه را بر روی نقشه مشخص می‌کرد، بر روی صفحه کلیک می‌کرد و کد خانه ظاهر می‌شد. کد را برای همکار دیگری می‌خواند و او آن را به‌طور مرتب روی در خانه می‌نوشت؛ خانه‌ای که پیش‌تر هم کد داشت، و از روی ظاهر موجود ورودی یک آرایشگاه زنانه بود.

آن‌ها برمی‌گشتند تا شماره‌های رسمی را - پلاکاردهای آبی‌رنگی که طولشان به اندازه بازوی من است - بر سردر خانه‌ها نصب کنند. (کمی بعد از بازگشت من از کلکته، گوگل با «آدرس‌گذاری بی‌آدرس‌ها» شریک شد و حالا هر دو از سیستم آدرس‌گذاری «کدهای پلاس» استفاده می‌کنند.) سخت بود حدس بزنیم یک آدرس چه کاری می‌تواند برای بیشتر

این افراد انجام دهد. به نظر من، هیچ کاری هم نکند باعث می‌شود حس کنند بخشی از جامعه هستند.

هند بیش از یک میلیارد و ۳۵۰ میلیون نفر جمعیت دارد و پس از چین و به فاصله اندکی از این کشور، دومین کشور پرجمعیت جهان است. شهرهای بزرگ هند بلااستثنا متراکم و پرجمعیت هستند و علاوه بر آن در حاشیه تمامی شهرهای بزرگ هند زاغه‌نشین رایج است. زاغه‌هایی که به شدت جمعیت متراکمی دارد. برای مثال و براساس آمار وزارت مسکن هند، تنها در اطراف بمبئی (پایتخت اقتصادی هند) بیش از ۶،۵ میلیون نفر در زاغه‌ها زندگی می‌کنند و بمبئی بزرگ‌ترین حاشیه زاغه‌نشین در هند را داراست از این تعداد بیش از ۲۰ درصد امکان دسترسی به آب بهداشتی و صابون ندارند. پس از بمبئی، شهر دهلی (پایتخت سیاسی هند) دومین جامعه زاغه‌نشین بزرگ را در هند دارد و ۱،۸ میلیون نفر از جمعیت این شهر زاغه‌نشین هستند که غالب افراد ساکن آن بیکارند یا کارگر روزمزد هستند که بسیاری از آن‌ها حتی توانایی برآوردن حداقل نیازهای ضروری شامل خورد و خوراک و پوشاک و بهداشت خود را هم ندارند.

این حس شمول یکی از حربه‌های مخفی آدرس‌های پستی است. کارکنان بانک جهانی خیلی زود فهمیدند که این آدرس‌ها به توانمندسازی افرادی که در این اماکن زندگی می‌کنند، با داشتن این احساس که بخشی از جامعه هستند، کمک می‌کند. این در مورد مناطق زاغه‌نشین واقعا درست است. گروهی از متخصصان در کتابی درباره آدرس پستی نوشتند: «یک شهروند موجود گمنام گمشده در جنگل (شهرهای مدرن) نیست که فقط توسط خویشاوندان و همکارانش شناخته شود؛ او دارای یک هویت تثبیت‌شده است.» شهروندان باید راهی برای «دستیابی به انجمن‌ها و آژانس‌های دولتی داشته باشند و بالعکس قابل دستیابی توسط آن‌ها باشند» و شهروندان دیگر بتوانند آن‌ها را بیابند حتی

راهنمای بازارهای مالی

چرا این بازارها به وجود می آیند
و چگونه عمل می کنند؟

مارک لوینسون
مترجم: ساغر منشی



آینده نگر



ژورنال

[این صفحه‌ها به شرح پژوهش‌های بومی اقتصادی و اجتماعی به زبانی ساده می‌پردازد.]



پیشران‌های تجارت الکترونیکی

نابرابری درآمدی بر توسعه تجارت الکترونیک تاثیری ندارد

پژوهش: عوامل موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی در ایران
پژوهشگران: سیده فاطمه چاوشی، محمود محمودزاده، صالح قویدل
دوستکوئی

را تشکیل می‌دهد و بیش از ۳۰ هزار بنگاه (به‌صورت مجازی یا نیمه‌مجازی) در کشور فعالیت دارند. همچنین بیش از ۵۰۰ هزار نفر در این صنعت مشغول به فعالیت هستند. بی‌تردید برای اینکه آثار تجارت الکترونیکی در تولید، اشتغال، حمل‌ونقل و آلاینده‌ها بیشتر نمایان شود باید

در ایران با تصویب برنامه تکفا ۱ در سال ۱۳۸۱، توسعه تجارت الکترونیکی در دستور کار قرار گرفت و به‌دنبال آن در سال ۱۳۸۴ قانون تجارت الکترونیکی به تصویب رسید و فضا برای فعالیت فروشگاه‌های الکترونیکی فراهم شد. پس از آن تجارت الکترونیکی در برنامه پنجم توسعه مورد تاکید قرار گرفت و نهادی به نام «مرکز توسعه تجارت الکترونیکی» آغاز به کار کرد به گونه‌ای که با گذشت ۱,۵ دهه از شروع اولین برنامه، نفوذ تجارت الکترونیکی به حدی رسیده که حدود ۵ درصد از تولید ناخالص داخلی ایران

ساعد یزدانجو

دبیر بخش ژورنال

قالب مدل رگرسیون داده‌های تلفیقی در دوره زمانی ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۵ و در ۳۰ استان کشور انجام شده است. نتایج نشان داد حدود ۵ درصد تولید ناخالص داخلی ایران را مبادلات تجارت الکترونیکی تشکیل می‌دهد. مهم‌ترین عوامل در انتشار تجارت الکترونیکی عبارتند از: کسب‌وکارهای الکترونیکی، ضریب نفوذ تلفن ثابت، ضریب نفوذ تلفن همراه و پهنای باند اینترنت. نتایج این تحقیق نشان داد که ضریب نفوذ اینترنت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار دسترسی به اینترنت، بیشترین تاثیر را در انتشار تجارت الکترونیکی دارد؛ به این معنا که با افزایش ضریب نفوذ اینترنت در استان‌های کشور، می‌توان شکاف میان تجارت الکترونیکی در استان‌ها را کاهش داد. همچنین تعداد کسب‌وکارهای الکترونیکی نقش محوری بر گسترش شبکه تجارت الکترونیکی در ایران دارد. در این میان، ضریب نفوذ تلفن همراه و تلفن ثابت نیز از پیشران‌های تجارت الکترونیکی در ایران محسوب می‌شوند.

کسب‌وکار الکترونیکی به‌شکل کنونی و برای آسان‌سازی معاملات اقتصادی، در دهه ۱۹۹۰ ظهور کرد و با توجه به مزایا و پتانسیل‌های موجود، مورد استقبال بنگاه‌ها و مصرف‌کنندگان قرار گرفت. مزیت‌هایی از قبیل هزینه‌های پایین راه‌اندازی و جست‌وجو، سهولت به کارگیری و... سبب گسترش کسب‌وکارهای الکترونیکی و جذب مشتریان بیشتر شده است. برای مثال، یکی از شاخص‌های نفوذ تجارت الکترونیکی، سهم آن از تولید ناخالص داخلی است که به آن eGDP گفته می‌شود. این سهم در برخی از کشورها بیش از ۵ درصد رسیده است. سیده فاطمه چاوشی، محمود محمودزاده و صالح قویدل دوستکوئی تحقیقی درباره این موضوع انجام داده‌اند و نتایج آن را در مقاله «عوامل موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی در ایران» در شماره ۷۴ فصلنامه «پژوهشنامه اقتصادی» منتشر کرده‌اند. هدف این تحقیق بررسی و شناسایی عوامل موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی در ایران با تحلیل بین‌استانی است که در

متوسط ضریب نفوذ این متغیر در کل کشور ۳۵۰ درصد است که نشان می‌دهد هر فرد به‌طور متوسط ۳/۵ کارت الکترونیکی دارد. این شاخص نشان می‌دهد تعداد کارت‌های الکترونیکی صادره در سطح کشور به حد اشباع رسیده است، بنابراین، نمی‌توان اثر آن را بر انتشار تجارت الکترونیکی برآورد کرد.

روند انتشار آن است که خود متاثر از چند عامل است. این عوامل می‌توانند به‌عنوان عوامل موثر مشترک در میان کشورهای مختلف در نظر گرفته شوند. برخی از این عوامل تسهیل‌کننده روند انتشار هستند در حالی که برخی دیگر می‌توانند به‌عنوان موانع بازدارنده عمل کنند. مطالعات نشان داده است که تمامی این عوامل را می‌توان به شرح زیر طبقه‌بندی کرد: عوامل کلان اقتصادی، جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی، قوانین و مقررات، مالی، توان شبکه توزیع، زیرساخت‌های فوآ و ارائه‌کنندگان خدمات آنلاین.

عوامل کلان اقتصادی تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی، شامل درآمد سرانه و نابرابری توزیع درآمد هستند. از عوامل جغرافیایی می‌توان جمعیت و نسبت شهرنشینی را نام برد. متوسط سطح سواد، سطح زبان انگلیسی، امنیت مکانیسم پرداخت و دسترسی به زیرساخت‌های پرداخت آنلاین از جمله عوامل فرهنگی و اجتماعی تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی هستند. توسعه شبکه‌های خرده‌فروشی سنتی قوی به‌عنوان توان شبکه توزیع به شمار می‌رود. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های مخابراتی، دسترسی به رایانه‌های شخصی، تلفن ثابت، تلفن همراه، کاربران اینترنت، زیرساخت‌های پست و تحویل کالا و همچنین تعداد ارائه‌کنندگان خدمات تجارت الکترونیکی به‌عنوان زیرساخت‌های فوآ و ارائه‌کنندگان خدمات آنلاین محسوب می‌شوند. حاکمیت قوانین، مقررات‌زایی در بازار ارتباطات و افزایش رقابت به‌عنوان عوامل قانونی و مقرراتی بوده و همچنین دسترسی به سرمایه خطرپذیر، سیاست‌گذاری و تدوین برنامه‌های مالی توسط دولت از جمله عوامل مالی تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی هستند.

مطالعات تجربی مربوط به هر یک از این عوامل و نحوه تاثیرگذاری آن‌ها بر انتشار تجارت الکترونیکی را می‌توان بر اساس موضوع به هفت گروه اصلی تقسیم کرد. گروه اول مطالعاتی هستند که به بررسی تاثیر عوامل کلان اقتصادی بر توسعه تجارت الکترونیکی تمرکز کرده‌اند. گروه دوم به بررسی عوامل جغرافیایی موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی پرداخته‌اند. مطالعات گروه سوم، عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی را مورد بررسی قرار داده‌اند. گروه چهارم مطالعاتی هستند که به بررسی توان شبکه توزیع پرداختند. مطالعات گروه پنجم در زمینه تاثیر زیرساخت‌های فوآ و ارائه‌کنندگان خدمات آنلاین بر انتشار تجارت الکترونیکی انجام گرفته‌اند. بررسی اثر عوامل قانونی و مقرراتی بر انتشار تجارت الکترونیکی موضوع مطالعات گروه ششم است. در آخر نیز عوامل مالی از قبیل دسترسی به سرمایه خطرپذیر در مطالعات گروه هفتم مورد بررسی قرار گرفته‌اند. ■

مسئله
تعداد ارائه‌کنندگان
خدمات تجارت
الکترونیکی نقش مهمی
بر ارائه زیرساخت‌ها
مانند فناوری اطلاعات
و ارتباطات و تبلیغات
صنعتی و در نهایت
توسعه تجارت
الکترونیکی خواهد داشت

اندازه شبکه تجارت الکترونیکی گسترش بیشتری داشته باشد. به همین دلیل، این پرسش‌های کلیدی و پراهمیت مطرح است که ۱. چه عواملی به‌عنوان عوامل موثر بر انتشار تجارت الکترونیکی در استان‌های کشور تلقی می‌شوند؟ ۲. این عوامل تاثیر مثبت بر انتشار تجارت الکترونیکی دارند یا منفی؟ و ۳. میزان تاثیرگذاری هر یک از این عوامل بر انتشار تجارت الکترونیکی چقدر است؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها از یک مدل رگرسیونی داده‌های تلفیقی برای تجزیه و تحلیل رابطه بین ۱۳ عامل در قالب عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، جمعیت و زیرساخت‌ها در ۳۰ استان کشور و طی دوره ۱۳۹۲-۱۳۹۵ استفاده می‌شود. تحقیق حاضر از چند نظر دارای نوآوری است: نخست اینکه به‌جای اتکا به شاخص‌های تقریبی برای تجارت الکترونیکی از میزان مبادلات الکترونیکی برگرفته از شرکت شاپرک در وبسایت بانک مرکزی استفاده می‌شود که خطاهای برآوردی را به حداقل می‌رساند دوم؛ با گردآوری جامع مبانی نظری، عوامل تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی پس از برآورد و آزمون‌های آماری آشکار می‌شوند. سوم اینکه این مقاله برای اولین بار به‌صورت بین‌استانی انجام شده و بیانگر علل وجود شکاف تجارت الکترونیکی در میان استان‌های کشور است و شواهد آماری و معتبر در مورد استان‌های کشور ارائه شده است. ارزش برخی محصولات فناوری برای کاربران به تعداد کاربران آن محصول بستگی دارد که در اصطلاح اقتصاددانان می‌گویند این کالا دارای اثرات خارجی شبکه یا دارای اثرات شبکه است. تجارت الکترونیکی به‌عنوان یکی از محصولات فناوری اطلاعات مثال بارزی در این زمینه است که اثرات خارجی شبکه را نشان می‌دهد. این فناوری‌ها به‌دلیل اثرات قوی شبکه‌ای به‌صورت انفجاری رشد می‌کنند. نتیجه بازخورد مثبت این است که هرچه تعداد کاربران بیشتر می‌شود، ارزش آن فناوری در میان کاربران افزایش می‌یابد و پذیرش آن آسان‌تر صورت می‌گیرد و سرانجام به مقدار بحرانی انبوه می‌رسد و بر بازار مسلط می‌شود. به‌طور کلی، پذیرش فناوری‌های جدید از یک الگوی S شکل با سه مرحله پیروی می‌کند: ۱. مرحله همواره در دوره معرفی، ۲. افزایش شدید در دوره برخاستن و ۳. سطح اشباع. با این اوصاف، پذیرش تجارت الکترونیکی در یک کشور، وابسته به مسیر توسعه تجارت الکترونیکی و

دستاوردهای تحقیق: اهمیت نفوذ تلفن ثابت و همراه

شکاف میان تجارت الکترونیکی در استان‌ها را کاهش داد.

دومین متغیر تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی، تعداد کسب‌وکارهای الکترونیکی است، چراکه تعداد ارائه‌کنندگان خدمات تجارت الکترونیکی نقش مهمی در ارائه زیرساخت‌ها مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات و تبلیغات صنعتی و در نهایت توسعه تجارت الکترونیکی خواهد داشت. متغیرهای ضریب نفوذ تلفن همراه و همچنین تلفن ثابت نیز به‌ترتیب سایر متغیرهای تاثیرگذار بر انتشار تجارت الکترونیکی هستند. همان‌طور که گفته شد، دسترسی به رایانه‌های شخصی و تلفن ثابت و همراه، عواملی برای انجام فعالیت‌های الکترونیکی از جمله تجارت الکترونیکی هستند. براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود قوانین ایجاد فروشگاه‌های الکترونیکی تسهیل شود و با توجه به سپری‌شدن بیش از یک دهه از قانون تجارت الکترونیکی، این قانون بازنگری شود. پلتفرم‌های تجارت الکترونیکی نقش محوری در توسعه شبکه تجارت الکترونیکی دارد. بنابراین، لازم است پلتفرم‌های متناسب با صنایع و کالاها بومی سازی شوند. اعتماد نقش اساسی در توسعه تجارت الکترونیکی دارد، بنابراین، سامانه‌های فروشگاه‌های الکترونیکی، رتبه‌بندی آن‌ها و ایجاد اعتماد و اطمینان برای کاربران، نقش کلیدی در گسترش اندازه شبکه تجارت الکترونیکی خواهد داشت. با توجه به اثرگذاری دسترسی به اینترنت از طریق تلفن همراه و ثابت، توسعه برنامه‌های کاربردی برای گسترش شبکه تجارت الکترونیکی ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج حاصل از برآورد با روش اثرات ثابت نشان می‌دهد متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه (درآمد سرانه) و ضریب جینی در سطح معناداری ۹۵ درصد، معنادار نیستند؛ به این معنا که تولید ناخالص داخلی سرانه افراد و همچنین نابرابری‌های درآمدی بر به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در سطح استان تاثیر ندارد و با افزایش یا کاهش درآمد میزان به‌کارگیری تجارت الکترونیکی تحت تاثیر قرار نمی‌گیرد. از نظر اقتصادی خریدهای آنلاین یک کالای کم‌کشش است و سطح درآمد تاثیر اندکی بر خریدهای آنلاین دارد. با توجه به دسترسی همگانی و آسان به اینترنت این یافته‌ها با شواهد آماری همخوانی دارد. همچنین «تعداد کارت‌های صادره سرانه» در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار نیست. متوسط ضریب نفوذ این متغیر در کل کشور ۳۵۰ درصد است که نشان می‌دهد هر فرد به‌طور متوسط ۳/۵ کارت الکترونیکی دارد. این شاخص نشان می‌دهد تعداد کارت‌های الکترونیکی صادره در سطح کشور به حد اشباع رسیده است، بنابراین، نمی‌توان اثر آن را بر انتشار تجارت الکترونیکی برآورد کرد. سایر متغیرهای بررسی‌شده در این مطالعه مانند تعداد کسب‌وکارهای الکترونیکی، ضریب نفوذ تلفن ثابت، ضریب نفوذ تلفن همراه و ضریب نفوذ اینترنت در سطح اطمینان ۹۵ درصد اثر مثبت و معناداری بر انتشار تجارت الکترونیکی دارند. از میان متغیرهای بررسی‌شده، بیشترین تاثیرگذاری را ضریب نفوذ اینترنت دارد که می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه انتشار تجارت الکترونیکی در دستور کار قرار گیرد؛ به این معنا که با افزایش ضریب نفوذ اینترنت در استان‌های کشور می‌توان

سیاست‌گذاران اقتصادی با استفاده از سیاست‌های پولی و مالی همواره به دنبال دستیابی به اهداف اقتصاد کلان از جمله ثبات مالی، رشد اقتصادی و اشتغال هستند. شرط لازم برای دستیابی به این اهداف استقلال کافی سیاست‌های پولی و مالی از یکدیگر و در عین حال، هماهنگی بین آن‌هاست.



بدهی دولت و اقتصاد ایران

حتی شوک‌های پولی مفید نیز بر اقتصاد کشور تاثیر منفی می‌گذارند

پژوهش:

اثرات اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران

پژوهشگران:

یونس سلمانی، کاظم باوری، حسین اصغرپور، بهرام سبحانی

در اقتصاد ایران همواره بخشی از نیاز و تعهدات مالی دولت توسط بانک مرکزی تامین شده است. با افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی، سیاست پولی به صورت درون‌زا و هم‌جهت با سیاست مالی اعمال می‌شود و در نتیجه، کارکرد سیاست‌های پولی مختل می‌شود و از اهداف تعیین شده برای آن منحرف می‌شود. این وضعیت پیامدهای نامطلوبی در فضای اقتصاد کلان می‌تواند به دنبال داشته باشد. یونس سلمانی، کاظم باوری، حسین اصغرپور و بهرام سبحانی در این زمینه پژوهشی انجام داده‌اند که با عنوان «اثرات اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران» در شماره ۲۲ فصلنامه «سیاست‌گذاری اقتصادی» منتشر شده است. این تحقیق به بررسی پیامدهای اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۲-۱۳۹۵ می‌پردازد. یافته‌های تجربی نشان می‌دهد که افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی تاثیر معناداری بر نسبت تقاضای کل بر عرضه کل، نرخ ارز حقیقی و نسبت قیمت کالاهای غیرقابل تجارت بر قابل تجارت ندارد اما به صورت معناداری، سطح عمومی قیمت‌ها را طی سه سال متوالی افزایش و تولید ناخالص داخلی را طی دو سال متوالی کاهش می‌دهد. همچنین در بلندمدت حدود ۱۰٫۸ درصد تغییرات سطح عمومی قیمت‌ها و حدود ۱۱٫۲۵ درصد تغییرات تولید ناخالص داخلی به‌ازای نیروی کار شاغل توسط بدهی دولت به بانک مرکزی توضیح داده می‌شود. این نتایج نشان می‌دهد حاکمیت مالی و نظریه مالی سطح قیمت‌ها را در مورد اقتصاد ایران صادق است.

در ادبیات اقتصادی به پیروی سیاست‌های پولی از سیاست‌های مالی «حاکمیت مالی» گفته می‌شود. حاکمیت مالی منجر می‌شود به این که سیاست‌های پولی حالت انفعالی پیدا کنند و هم‌جهت با سیاست‌های مالی اتخاذ شوند. در این حالت، مقام مالی به‌طور مستقل با در نظر گرفته درآمد ناشی از حق الضرب، تراز اصلی را تعیین می‌کند و سپس بانک مرکزی به‌صورت منفعل نرخ رشد پول را تنظیم می‌کند. بر مبنای این نرخ رشد نیز تورم در جامعه تعیین می‌شود که همان نظریه مالی تورم است. همچنین بانک مرکزی باید سطح قیمت‌ها را طوری تعیین کند که دولت در بلندمدت قادر به بازپرداخت ارزش حقیقی بدهی‌های خود با استفاده از مازاد بودجه‌های آتی باشد. بر مبنای قید بودجه میان‌دوره‌ای دولت، ارزش حقیقی بدهی‌های دولت در زمان جاری معادل با ارزش تنزیل شده انتظاری مازاد‌های آتی بودجه دولت است. تحت برخی فروض، این امر به‌طور ضمنی

سیاست‌گذاران اقتصادی با استفاده از سیاست‌های پولی و مالی همواره به دنبال دستیابی به اهداف اقتصاد کلان از جمله ثبات مالی، رشد اقتصادی و اشتغال هستند. شرط لازم برای دستیابی به این اهداف استقلال کافی سیاست‌های پولی و مالی از یکدیگر و در عین حال، هماهنگی بین آن‌هاست. با وجود این، در ادبیات نظری یا در عمل هیچ اجماعی در ارتباط با سطح مورد نیاز هماهنگی و استقلال وجود ندارد و این سطح بسته به شرایط و ساختار اقتصاد تغییر می‌کند. عموماً این شرط زمانی به‌قدر کفاف ارضا نمی‌شود که بدهی‌های دولت به بانک مرکزی به‌صورت قابل توجهی افزایش یابد و بانک مرکزی از استقلال کافی برخوردار نیست یا در صورت وجود استقلال، تثبیت نرخ بهره مورد تاکید قرار گیرد. در این حالت، بانک مرکزی و دولت تحت یک چارچوب عملکرد هماهنگ قرار دارند که طی آن، نیاز مالی دولت با انتشار پول تامین می‌شود. به عبارت بهتر، با اتخاذ سیاست مالی انبساطی بر حجم بدهی دولت به بانک مرکزی افزوده می‌شود و به دلیل تاکید بانک مرکزی بر کنترل نرخ بهره، پایه پولی و نقدینگی افزایش می‌یابد. این موضوع به افزایش سطح قیمت‌ها و تورم منجر می‌شود. این در حالی است که یکی از اهداف بلندمدت بانک‌های مرکزی حفظ و ارتقای ثبات مالی سیستم‌های مالی از طریق کنترل تورم است. در رویارویی با مسئله تامین مالی دولت از طریق بانک مرکزی، این هدف نادیده گرفته می‌شود. البته بعد از بحران مالی ۲۰۰۷-۲۰۰۸، تحولات مالی و رشد بدهی‌های دولت‌ها باعث شده است بانک‌های مرکزی به دولت‌های خود در تسویه بدهی‌ها کمک کنند، هر چند که این امر به کاهش کنترل مقام پولی بر عرضه پول تفسیر می‌شود. البته این کاهش در حدی نیست که اهداف سیاست پولی به‌طور کامل محقق نشود.

در کشورهای در حال توسعه استفاده از منابع بانک مرکزی برای نیازهای مالی دولت امری متداول است. این امر به‌ویژه در مورد کشورهای متکی به صادرات نفت همچون ایران که درآمدهای ارزی نفت توسط بانک مرکزی به پول داخلی تبدیل می‌شود و در اختیار دولت قرار می‌گیرد شکل پیچیده‌تری نیز به خود گرفته است.

اجرای هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۸۹ با استقراض از بانک مرکزی صورت گرفته است. همچنین طی دوره زمانی ۱۳۸۱-۱۳۸۹ درآمدهای نفتی روند افزایشی داشته است بنابراین در این دوره حجم بدهی دولت به بانک مرکزی کاهش یافته است. نمونه دیگر کاهش بدهی دولت به بانک مرکزی در سال ۱۳۹۰ به دلیل بالا بودن درآمدهای نفتی در سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰ است. در کل، بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران همواره با اجرای طرح‌ها و برنامه‌های فراگیر دولتی (همچون

مسئله
با افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی، سیاست پولی به صورت درون‌زا و هم‌جهت با سیاست مالی اعمال می‌شود و در نتیجه، کارکرد سیاست‌های پولی مختل می‌شود و از اهداف تعیین‌شده برای آن منحرف می‌شود.

تعدیل اقتصادی، هدفمندی یارانه‌ها) و سیاست‌های ارزی و حمایتی افزایش پیدا کرده است. این شواهد اهمیت بررسی پیامدهای اقتصادی بدهی دولت را به بانک مرکزی در ایران نشان می‌دهد. بر همین اساس، مطالعه حاضر اثرات اقتصاد کلان بدهی دولت به بانک مرکزی را در ایران با استفاده از روش علمی رگرسیون طی دوره زمانی ۱۳۵۲-۱۳۹۵ مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. ■

دلالت بر این دارد که بدهی‌های اسمی دولت در زمان حال تعیین‌کننده سطح قیمت‌های جاری هستند بنابراین با افزایش قابل‌توجه حجم بدهی‌های دولت، سطح عمومی قیمت‌ها و تورم نمی‌تواند توسط بانک مرکزی کنترل شود.

تحت تاثیر حاکمیت مالی، نظریه مالی تورم و سطح قیمت‌ها نه تنها حسن شهرت بانک مرکزی خدشه‌دار می‌شود بلکه اقتصاد کلان دچار بی‌ثباتی و ناپایداری می‌شود و در نهایت نیز رشد اقتصادی کاهش می‌یابد. وقتی نرخ رشد اقتصادی کمتر از نرخ بهره پرداختی به بدهی‌های دولت باشد، دولت در بازپرداخت بدهی‌های خود ناتوان خواهد بود. در نتیجه، دولت مجبور خواهد بود برای بازپرداخت بدهی‌های سررسیدشده خود به استقراض دوباره اما به نرخ بهره بالاتری روی آورد. به عبارتی، تامین کسری دولت از «بازی پونزی» تبعیت خواهد کرد. استمرار چنین وضعیتی اقتصاد را می‌تواند به سمت یک بحران مالی فراگیر سوق دهد.

دولت در ایران عمدتاً سیاست‌های اقتصادی، تعهدات ارزی و ریالی خود را از محل درآمدهای نفتی تامین می‌کند اما با عدم کفاف درآمدهای نفتی، بانک مرکزی بخشی از بار مالی دولت را به دوش می‌کشد. به‌عنوان شواهد تجربی، با اتخاذ سیاست‌های ارزی جدید (سال ۱۳۷۲، ۱۳۸۱ و ۱۳۹۱-۱۳۹۲) حجم بدهی دولت به بانک مرکزی افزایش یافته است، بازپرداخت بدهی‌های خارجی و اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی در دهه ۱۳۷۰ و همچنین

به‌همین دلیل، نه تنها برخی بررسی‌های تجربی نشان می‌دهند حجم پول در ایران بر متغیرهای واقعی اقتصاد (تولید و اشتغال) تاثیر معناداری ندارند، حتی دیگر نشان می‌دهند شوک‌های مثبت پولی پس از یک دوره تاثیر منفی بر رشد تولید داشته است

دستاورد های تحقیق: مغایرت با منحنی فیلیپس

نتایج تحقیق نشان داد که شوک ساختاری به اندازه یک انحراف معیار در بدهی دولت به بانک مرکزی هر چند منجر به افزایش تقاضای کل نسبت به عرضه کل می‌شود اما این افزایش از نظر آماری معنادار نیست. همچنین نرخ ارز حقیقی نیز تحت تاثیر شوک ساختاری بدهی دولت به بانک مرکزی از نظر آماری تغییر معناداری را تجربه نمی‌کند. این امر نشان می‌دهد افزایش سطح قیمت‌ها و نرخ ارز اسمی بازار تحت تاثیر افزایش نقدینگی ناشی از شوک مثبت بدهی دولت به بانک مرکزی افزایش نزدیک به هم دارند. نسبت قیمت کالاها غیرقابل تجارت به قابل تجارت نیز با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی شروع به افزایش می‌کند اما این افزایش نیز از نظر آماری معنادار نیست. مهم‌ترین اثر شوک ساختاری بدهی دولت به بانک مرکزی، افزایش معنادار سطح عمومی قیمت‌ها طی سال دوم و سوم و چهارم بعد از شوک است. ضمن آنکه در سال اول و دوم بعد از شوک بدهی دولت به بانک مرکزی، سطح تولید ناخالص داخلی به‌ازای نیروی کای شاغل به‌صورت معناداری کاهش پیدا می‌کند. کاهش رشد اقتصادی هم‌زمان با افزایش سطح عمومی قیمت‌ها برخلاف چارچوب منحنی فیلیپس است. این منحنی در علم اقتصاد نشان‌دهنده ارتباط میان نرخ تورم و نرخ بیکاری است. این منحنی بیان می‌کند که نرخ بالای اشتغال با نرخ بالای تورم رابطه معکوس دارد، به این معنا که در کوتاه مدت برای کاهش نرخ بیکاری می‌بایست نرخ بالاتر تورم را بپذیریم. مغایرت با منحنی فیلیپس نشان می‌دهد که در اقتصاد ایران نقدینگی تزریق شده به اقتصاد بیشتر جذب فعالیت‌های غیرمولد و سفته‌بازانه شده است تا جذب فعالیت‌های مورد. به همین دلیل، نه تنها برخی بررسی‌های تجربی نشان می‌دهند حجم پول در ایران بر متغیرهای واقعی اقتصاد (تولید و اشتغال) تاثیر معناداری ندارند، حتی دیگر نشان می‌دهند شوک‌های مثبت پولی پس از یک دوره تاثیر منفی بر رشد تولید داشته است.

موضوع بدهی دولت به بانک مرکزی همواره مورد توجه نظریه‌پردازان و متخصصان اقتصادی بوده است چرا که با وجود این نوع بدهی‌ها سیاست‌های پولی ممکن است حالت انفعالی پیدا کند و کارکرد خود را نه تنها از دست بدهد بلکه برخلاف اهداف خود عمل کند. در واقع، با افزایش بدهی دولت به بانک مرکزی، پایه پولی افزایش و به دنبال آن نیز سیاست انبساطی پولی رخ می‌دهد. از این رو، سیاست‌های پولی از اختیار بانک مرکزی خارج می‌شود و هم‌جهت با سیاست مالی به‌صورت درون‌زا رخ می‌دهد. چنین پدیده‌ای منجر می‌شود به اینکه مقام پولی قادر نباشد با سیاست‌های پولی به اهداف تعریف‌شده خود همچون کنترل تورم و انحرافات تولید دست یابد. به‌دلیل اهمیت این مسئله، مطالعه حاضر شکل گرفته است.

در کشورهای در حال توسعه استفاده از منابع بانک مرکزی برای نیازهای مالی دولت امری متداول است. این امر به‌ویژه در مورد کشورهای متکی به صادرات نفت همچون ایران که درآمدهای ارزی نفت توسط بانک مرکزی به پول داخلی تبدیل می‌شود و در اختیار دولت قرار می‌گیرد شکل پیچیده‌تری نیز به خود گرفته است. عمده اجزای بدهی دولت به بانک مرکزی در ایران شامل استقراض دولت از بانک مرکزی با هدف جبران کسری بودجه تا سال ۱۳۷۹، استقراض بابت اجرای هدفمندی یارانه‌ها در سال ۱۳۸۹، کسری حساب ذخیره تعهدات ارزی بعد از یکسان‌سازی نرخ ارز در سال ۱۳۷۲، مانده حساب حق‌الامتياز خرید ارز در سال ۱۳۸۱ و مابه‌التفاوت نرخ خرید ارز مرجع و ارز مبادله‌ای مربوط به اقلام اساسی و دارو و همچنین ارز درمانی و دانشجویی در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ بوده است. علاوه بر این‌ها، افزایش اسناد به تعهد دولت دلیل اصلی افزایش بدهی‌های دولت به بانک مرکزی طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ است. البته این افزایش صرفاً رویکرد حسابداری است و منجر به تغییر پایه پولی نمی‌شود.

نتایج تأثیر بلندمدت دین‌داری بر نابرابری، اندازه دولت و مالیات‌ها را به اثبات رساندند؛ بنابراین لازم است با توجه به شرایط دینی کشورمان توجه بیشتری نسبت به مقوله مذهب و دین‌داری داشته باشیم و تأثیر آن بر وضعیت کلان مورد توجه قرار گیرد.

تأثیر دین‌داری بر کاهش نابرابری

زکات نمونه یک فداکاری بسیار مهم مالی است



پژوهش:

تأثیر دین‌داری بر نابرابری در آمد و اندازه دولت در ایران
پژوهشگران: پروانه کمالی دهکردی، فرشته عبدالمهی،
عبدالخالق غبیشاوی

مرگ برای انسان پایان راه دنیا به شمار می‌رود. حضرت علی معتقد است که دنیا مزرعه آخرت است. پرونده زندگی انسان با مرگ بسته می‌شود؛ از این رو، انسان‌هایی که در پرونده خود کارهای نیک دارند، خود را آماده‌تر می‌بینند. این کارهای نیک ناشی از اعمال انسان دوستانه و خیرخواهانه که موجب می‌شود اضطراب از مرگ کمتر و اعتقاد به حیات مجدد بیشتر شود. در بیان معصومان، اطمینان داده شده است که کارهای نیک از مرگ‌های بد جلوگیری می‌کند. از نظر قرآن، آنچه انسان را به حیات طیبه می‌رساند، ایمان به خدا و انجام عمل صالح است؛ بر این اساس، تحمل اضطراب مرگ در کسانی که اعمال نیک انجام می‌دهند و آن را حفظ می‌کنند، بسیار راحت‌تر است. روش مرسوم کاهش فقر و توزیع درآمد در اکثر کشورها بر فعالیت‌های بخش دولتی تمرکز می‌کند. اما در کشورهای مسلمان، سیستم زکات و صدقه و سایر اعمال انسان‌دوستانه به‌عنوان ابزاری برای توزیع ثروت بین نیازمندان است. این روش سیستم‌های امنیت اجتماعی را برای ریشه‌کنی فقر به‌ویژه در دوران سخت، مانند رکودهای اقتصادی یاری می‌کند. اقتصاد اسلامی یک سیستم کامل و جامع زکات و صدقه را به مسلمانان معرفی می‌کند که در آن، زکات سهم واجب یک مسلمان بر یک فعالیت مشخص شده و صدقه کمک‌های داوطلبانه در راه خداست که برای فقرا و برای اهداف خیرخواهانه وقف می‌شود. اسلام به‌روشنی بیان می‌کند که سهم فقرا و نیازمندان در دارایی ثروتمندان است. وجود نظام

زکات و صدقه در اسلام به این خاطر است که اطمینان حاصل شود ثروت به صورت منصفانه در جامعه گردش کند و تنها عده معدودی از افراد از ثروت بهره‌مند نباشند. از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین اصول اولیه اسلام این است که همه چیز به خدا تعلق دارد و انسان به‌نماینده‌گی از خدا به مدیریت ثروت خود می‌پردازد. زکات از سال دوم پس از هجرت بر مسلمانان اجباری شد؛ در سایر ادیان الهی نیز همانند دین اسلام بر نقش زکات در زندگی انسان‌ها تأکید شده است. در کتب و منابع سایر ادیان نیز بر لزوم پرداخت زکات اشاره شده است. از آن جمله در کتاب عهد عتیق. در انجیل لوقا نیز اشارتی مستقیم از حضرت عیسی بر وجود قانون زکات دیده می‌شود. مطابق دیدگاه گروهی از مخالفین زکات، زکات از اموال می‌کاهد؛ زیرا در زکات لازم است، فرد غنی بخشی از اموال

متغیر کنترلی در تحلیل اقتصادسنجی طی دوره زمانی ۱۳۹۶-۱۳۵۳ بررسی می‌کند. بر اساس یافته‌ها، دین‌داری بر اندازه دولت و نابرابری درآمد در کوتاه‌مدت و بلندمدت تأثیر منفی و بر نرخ مالیات در کوتاه‌مدت تأثیر مثبت و در بلندمدت تأثیر منفی دارد. دموکراسی بر نابرابری درآمدی تأثیر منفی و اندازه بخش خصوصی بر بار مالیاتی تأثیر مثبت دارد. پیروان اسلام بر مخارج دولت و پرداخت‌های انتقالی تأثیری مثبت دارند؛ در حالی که بر نابرابری درآمدی و بار مالیاتی در بلندمدت اثر منفی دارد. پیروان یهود بر نابرابری درآمد اثر منفی و بر پرداخت‌های انتقالی و بار مالیاتی تأثیر مثبت دارد. در نهایت رابطه بلندمدت و رابطه منفی میان پیروان سایر ادیان و نابرابری درآمد و رابطه مثبت میان پیروان سایر ادیان با بار مالیاتی مورد تأیید قرار گرفته است.

در مورد اعتقادات دینی و توزیع درآمد در کشورهای معتقد دو دیدگاه وجود دارد. دیدگاه اول معتقد است مردم فقط مالیات شرعی را می‌پردازند و اتکالی به دولت کم و توزیع نابرابر است. در دیدگاه دوم توزیع برابرتر است، زیرا نه تنها دولت با سیاست‌های مالی بلکه مردم نیز با پرداخت مالیات شرعی به فقرا توزیع را متعادل می‌کنند. پروانه کمالی دهکردی، فرشته عبدالمهی و عبدالخالق غبیشاوی در این باره تحقیقی انجام داده‌اند که حاصلش در مقاله «تأثیر دین‌داری بر نابرابری درآمد و اندازه دولت در ایران» در شماره ۷۷ فصلنامه «اقتصاد اسلامی» منتشر شده است. این پژوهش با هدف درک ارتباط اعتقادات دینی، اندازه دولت و توزیع درآمد، متغیر «اعتقاد به زندگی پس از مرگ» را از طریق پرداخت مالیات شرعی اندازه‌گیری می‌کند و به‌عنوان متغیر مستقل و پیروان سایر ادیان مانند یهود و مسیح را به‌عنوان

یکی از مهم‌ترین اصول اولیه اسلام این است که همه چیز به خدا تعلق دارد و انسان به نمایندگی از خدا به مدیریت ثروت خود می‌پردازد. زکات از سال دوم پس از هجرت بر مسلمانان اجباری شد؛ در سایر ادیان الهی نیز همانند دین اسلام بر نقش زکات در زندگی انسان‌ها تأکید شده است.

سبب آثار منفی بر کارایی بازار دارند، ولی مالیات شرعی یک عمل اعتقادی است که فرد با پرداخت آن هم احساس تقرب و هم مطلوبیت می‌کند و به خاطر ثابت، مستقیم و با نرخ کم و تناسبی بودن اثر منفی بر رشد ندارند؛ بنابراین این اختلاف اثر بین مالیات شرعی و غیرشرعی می‌تواند نشان‌دهنده همسویی احادیث باشد که بیان می‌کنند و تئوری دوم توسعه که بین رشد و «زکات هرگز از اموال نمی‌کاهد»

مسئله
در کشوری
مسلمان مثل ایران
که سازوکارهایی
همچون زکات دارد،
منابع جمع‌آوری شده
می‌تواند در بخش‌های
عمومی و کمک به فقرا
و نیازمندان مصرف
شود و بار مالیاتی مردم
کاهش یابد.

توزیع درآمد رابطه مستقیم وجود دارد. ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که پرداخت خمس و زکات در جوامع اسلامی به معنای عدم نیاز به پرداخت مالیات‌های حکومتی نیست و بر اساس تشخیص حاکم شرع، مالیات حکومتی نیز می‌تواند وضع شود. بنا به سیره پیامبر اکرم و امیرالمؤمنین، به نظر می‌رسد مخارج حکومت ایشان نیز تابعی از درآمد حکومت آن‌ها بوده است. در زمان حکومت علی(ع)، علی‌رغم استفاده از وجوهات شرعی و خراج، اگر به واسطه وجود مخارج اضافی چون جنگ، این درآمدها کفایت نمی‌کرد، امام بر اموالی چون اسب نیز مالیات وضع می‌کرد. بر این اساس، اگر کسی که مشمول مالیات بود اما صرفاً خمس و زکات خود را پرداخت کرد، به جهت عدم پرداخت مالیات خود چه از لحاظ شرعی و چه از لحاظ قانونی بری‌الذمه نشده است. ■

خودش را برای رضای خدا در اختیار فقرا قرار بدهد؛ اما احادیث و روایات نقل‌شده از اهل بیت و پیامبر گرامی اسلام درست برعکس ظن و گمان ما، نه تنها آن را موجب نقصان اموال در این دنیا نمی‌دانند، بلکه آن را موجب حفظ و رشد اموال و رزق در همین دنیا می‌دانند. ضمن اینکه از اجر معنوی و پاداش اخروی برخوردار است. همان‌گونه که از آیات و روایات مشخص است، وضع زکات موجب کاهش دارایی‌ها نمی‌شود و به توسعه و رشد اقتصادی کشورها کمک می‌کند. تئوری‌های توسعه رابطه رشد و توزیع درآمد را از دو دیدگاه مورد بررسی قرار می‌دهند. دیدگاه اول توزیع درآمد را منجر به رشد می‌داند و بر اساس آنچه پیش‌تر بیان شد، منطبق با نظریات اسلام است. از سوی دیگر، در جوامع غیر اسلامی دولت‌ها به جای اجرای سیاست مالی زکات از سیاست اخذ مالیات برای پیشبرد اهداف خود استفاده می‌کنند. مالیات‌ها به علت اثرگذاری که بر بازده سرمایه‌گذاری‌های انسانی و فیزیکی دارند، می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و نهایتاً بر نرخ رشد، مؤثر باشند؛ بنابراین با وجود تأثیرات مثبت مالیات‌ها بر تولید و سطح رفاه جامعه، اثرات منفی نیز می‌توانند در پی داشته باشند؛ زیرا با وضع مالیات، تولید کاهش می‌یابد و اندازه بازار کوچک می‌شود که دلیل کوچک‌شدن بازار ناشی از آن است که توزیع عادلانه‌تر درآمد باعث می‌شود که تقاضا در اقشار پایین جامعه افزایش یابد و با توجه به اینکه تقاضا برای کالا و خدمات عمومی نیز جزئی از افزایش تقاضا محسوب می‌شود پس در کل، این افزایش تقاضا باعث رونق فعالیت‌های اقتصادی در جامعه و بزرگ‌شدن اندازه دولت می‌شود. اما مالیات‌های اسلامی چنین بار منفی را ندارند؛ زیرا برخلاف مالیات‌های معمول که متغیر، غیرمستقیم، با فشار قانون و با نرخ‌های بالا است و بدین

دین جنبه‌ای از ارزش انسانی است که چگونگی رفتار فرد در جامعه را شکل می‌دهد؛ بنابراین پدیده‌های اجتماعی در جامعه را می‌توان با دیدن رفتارهای فردی درک کرد. فرد مصرف‌کننده مقید به دین نیز بخشی از اقتصاد است که باید رفتار آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد

دستاوردهای تحقیق: تأثیر دین‌داری بر نابرابری

عنصر متقابل هستند که رفتار انسانی را به‌عنوان یک فرد بهتر مطابق با قرآن، سنت و حدیث مترقی می‌سازد. خداوند می‌گوید که هر انسان یک رهبر یا خلیفه در جهان است؛ بنابراین عملکرد اقتصاد اسلامی باید مفهومی روشن‌تر برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم آورد که به نفع جامعه باشد؛ همچنین می‌توان عنوان کرد که دین نقش مهمی را در شکل‌گیری ارزش‌ها و نگرش‌های فردی به‌منظور بهبود اقتصاد ایفا می‌کند. در پژوهش حاضر نیز به بررسی تأثیر دین، اندازه دولت و نابرابری درآمد در ایران پرداختیم. نتایج تأثیر بلندمدت دین‌داری بر نابرابری، اندازه دولت و مالیات‌ها را به اثبات رساندند؛ بنابراین لازم است با توجه به شرایط دینی کشورمان توجه بیشتری نسبت به مقوله مذهب و دین‌داری داشته باشیم و تأثیر آن بر وضعیت کلان مورد توجه قرار گیرد. در این زمینه می‌توان پیشنهاد داد جهت توزیع عادلانه درآمد در کشور، سازمان‌های متولی با ارائه خدمات رفاهی به محرومان، ضمن کاهش نابرابری به ترویج دین نیز در میان این گروه از افراد جامعه اقدام کنند. از طرفی دیگر، رفتار برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران در ایجاد همگرایی بین احاد جامعه و از طرفی مردم و نیروی حاکم می‌تواند این ایده را تقویت کند که دولت و متولیان امور سیاسی با هدف قرب پروردگار عمل می‌کنند و همکاری در تقویت دولت چه در پرداخت مالیات یا عملکرد نیروی کار در سطح مطلوب می‌تواند به رشد اقتصادی و بهبود وضعیت توزیع درآمد بینجامد.

آنچه در این پژوهش مورد توجه قرار خواهد گرفت، تأثیر دین‌داری بر نابرابری درآمد و اندازه دولت در ایران است. در واقع هدف این مقاله درک ارتباط اعتقادات دینی با شاخص‌های اقتصادی در ایران با استفاده از الگوی اقتصادسنجی است. در این راستا، ما یک مکانیسم نظری جایگزین را ارائه می‌دهیم که از طریق آن می‌توان تأثیر دقیق‌تر دین‌داری بر نابرابری درآمدی و اندازه دولت را مشاهده کرد. همچنین برخلاف مطالعات پیشین که نقش دین را تنها در تأمین امنیت شخصی و یک مکانیسم مقابله با مشکلات اجتماعی و اقتصادی در نظر می‌گیرند، تمرکز بحث ما بر نقش دین‌داری در ایجاد قوانین رفتاری مشخص است که توسط پیروان ادیان دنبال می‌شود. برای نمونه برخی اقدامات پرهزینه مانند پرداخت زکات، یک فداکاری بسیار مهم مالی است؛ یعنی تسلیم بخشی از دارایی‌ها به‌خاطر اعتقادات خود که بدون هیچ زور و فشار و با تمایل افراد صورت می‌گیرد. در کشوری با چنین سازوکاری، منابع جمع‌آوری‌شده می‌تواند در بخش‌های عمومی و کمک به فقرا و نیازمندان مصرف شوند و بار مالیاتی مردم کاهش یابد.

دین جنبه‌ای از ارزش انسانی است که چگونگی رفتار فرد در جامعه را شکل می‌دهد؛ بنابراین پدیده‌های اجتماعی در جامعه را می‌توان با دیدن رفتارهای فردی درک کرد. فرد مصرف‌کننده مقید به دین نیز به‌عنوان بخشی از اقتصاد است که باید رفتار آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. دین و اقتصاد در دیدگاه اسلامی، دو

آیدها

اقتصاد جهان با چه تئوری‌هایی اداره می‌شود؟



آینده‌نگر



The Economist

The Economist

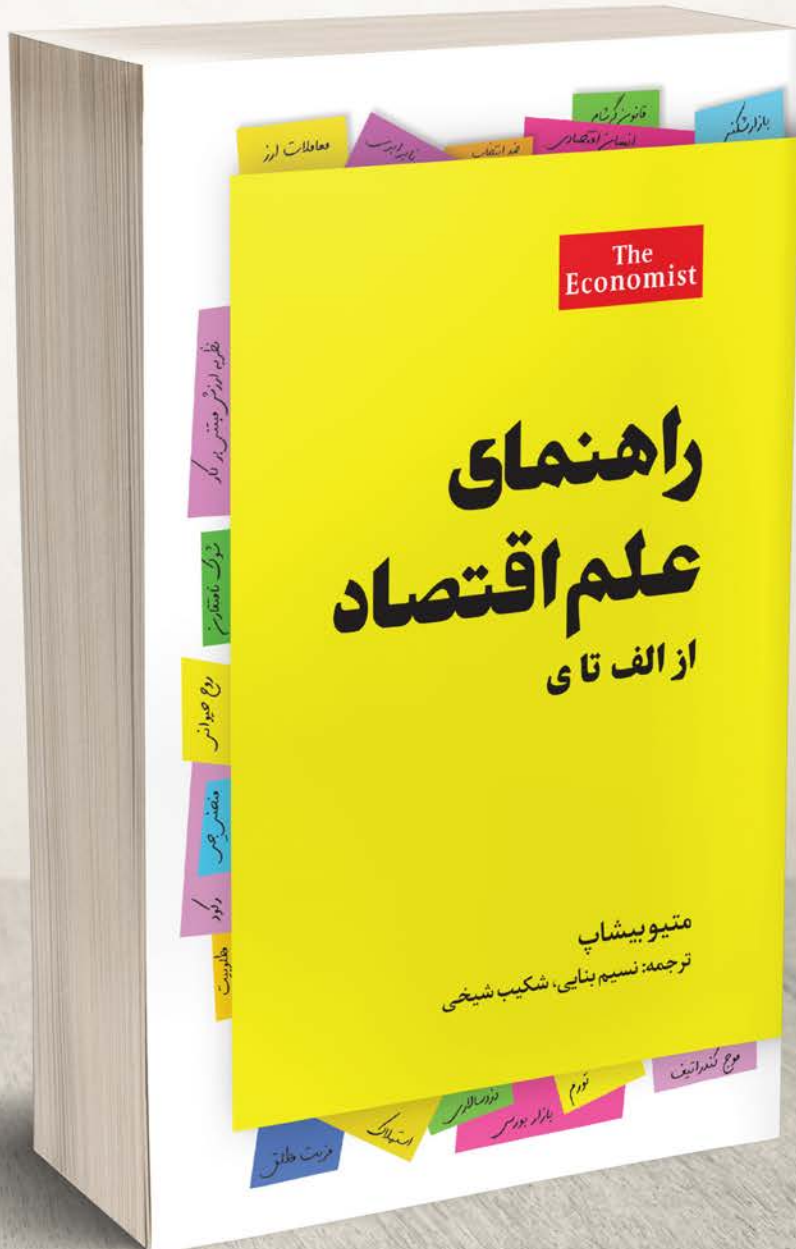
به زودی

راهنمای علم اقتصاد

از الف تا ی

متیو بیشاپ

ترجمه: نسیم بنایی، شکیب شیخی



آینده نگر

