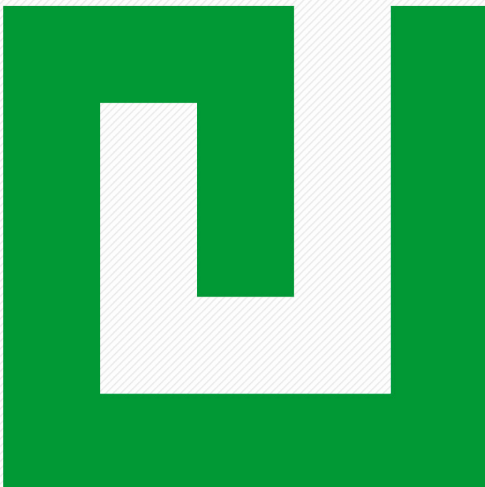
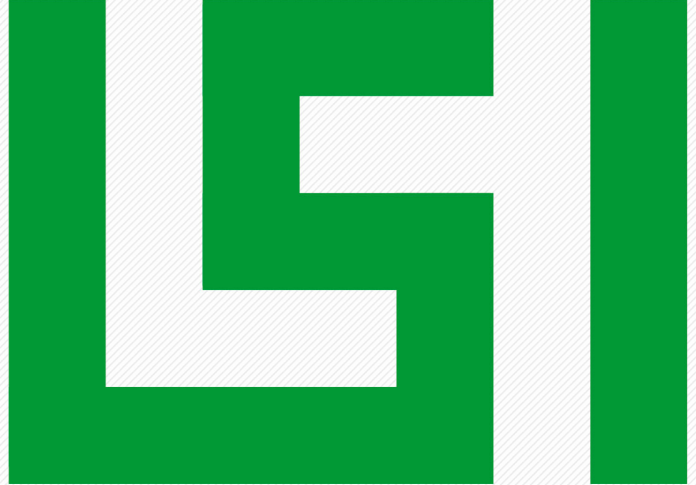


پهر اقتصاد

کرمان

- فصل نامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
- سال هشتم ● شماره ۲۶ ● تابستان ۱۴۰۴ ● ۲۲۴ صفحه ● ۲۵۰ هزار تومان



با مطالبی دربارهٔ اقتصاد، صنعت و معدن، کشاورزی، بازرگانی، خدمات و جامعه

با نوشتارها و گفتارهایی از:

سید مرتضی افقه / علیرضا عسگری / فرشید شکرخدايي / سید محمد هاشمی نژاد / محمد کوهستانی / فرزاد کرمانی / محمدرضا نجفی منش / بتول علیزاده / مهدی خراسانی پور / سید کاظم اورعی میرزمانی / بهرام شکوری / علی رهنما / محمدرضا کرمی شاهرخی / مهدی پورقاضی / عاطفه قاسمیان / محمدرضا رشیدی / جعفر رودری / شهره سلطانی خانکهدانی / ناصر شاهنوشی / محمدحسین امجدی / مهرداد محمدی سلیمانی / محمد عبدالحی عزت آبادی / محمدمهدی احمدی / محمدرضا مودودی / محمدرضا مولایاری / امیرحسین نوریان / ناصر انزلیچی / محمدحسین جبل عاملی / حسن فروزان فرد / بهرام امیراحمدیان / شهاب علی عرب / جواد براتی / زنده یاد محمدرضا بهرامی / محمدرضا وحیدی / علیرضا رهبر دهقان / حسن اروجی / علیرضا شکیبایی / عبدالرحمن حسینی فر / حسین معین آبادی بیدگلی / سید محمد علی گلاب زاده / علی ایار / سعید کیان پور / صادق پیوسته / حسین ایمانی جاجرمی



نمانیم کاین بوم ویران کنند همی غارت از شهر ایران کنند
نخواستند بر ما کس آفرین که ویران بُد بوم ایران زمین

حکیم ابوالقاسم فردوسی



اتاق بازگانی صنایع معاون کشاورزی کرمان

روایت

امام حسن مجتبی (علیه السلام):
از تفکر غافل نشوید؛
زیرا تفکر حیات بخش قلب آگاهان
و کلید درهای حکمت است.
(بحارالانوار، جلد ۷۸، صفحه ۱۱۵)



| کلوتهای شهداد - کرمان |
| عکس: ایرنا |

سعدیا مرد نکونام نمیرد هرگز

با نهایت تأسف و تأثر ضایعه غم‌انگیز عروج ناگهانی

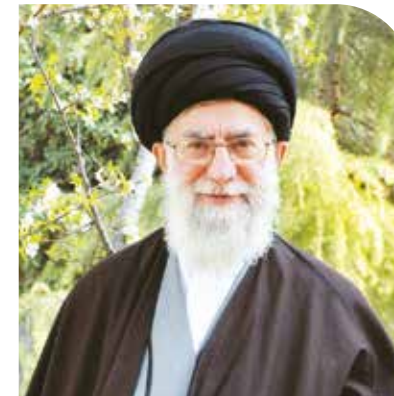
زنده‌یاد محمد رضا بهرامی

(نایب‌رئیس اتاق کرمان)

را به جامعه فعالان اقتصادی و اجتماعی، خیران استان و خانواده وی

تسلیت گفته و از درگاه ایزد منان برای آن مرحوم، غفران الهی آرزو می‌کنیم.

سپهر اقتصاد



بیانات در دیدار رئیس
و مسئولان قوه قضائیه (۱۴۰۴/۰۴/۲۵)

کار بزرگ ملت ایران

و اما ملت ایران در این جنگ تحمیلی اخیر کار بزرگی انجام داد؛ این کار بزرگ از جنس عملیات نبود، از جنس اراده بود، از جنس عزم بود، از جنس اعتماد به نفس بود. اینکه یک ملت، یک کشور، یک نیروی نظامی در یک کشور، در خودش این اعتماد به نفس را ملاحظه کند که آماده است با قدرت آمریکا و سگ زنجیری‌اش در منطقه [یعنی] رژیم صهیونی، سینه‌به‌سینه و روبه‌رو بشود، نفس این اراده، نفس این اعتماد به نفس، یک ارزش بسیار بسیار مهمی است.



اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی کرمان

فصل‌نامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
دارای پروانه انتشار (شماره ثبت ۷۹۸۳۷) در زمینه «اجتماعی، اقتصادی»
از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی | سال هشتم | شماره ۲۶
تأسیسات ۱۴۰۴ | ۲۲۴ صفحه

سپهر اقتصاد

/ صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
/ رئیس شورای سیاست‌گذاری: سیدمهدی طبیب‌زاده / مدیرمسئول: سیدمحمدعلی گلاب‌زاده
/ سردبیر و ویراستار: ذبیح‌الله کرمی / دبیر تحریریه و مدیر اجرایی: فرزانه زاهدی / تحریریه: ریحانه حسن‌زاده
/ طراحی گرافیک و صفحه‌آرایی: آتلیه گرافیک (پرانتز) / چاپ و صحافی: اطلس-قم

/ نشانی: کرمان، میدان آزادی، ابتدای بلوار جمهوری اسلامی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
/ کد پستی: ۷۶۱۹۶۵۳۴۹۸ / صندوق پستی: ۴۷۱-۷۶۱۷۵ / تلفن: ۰۳۴-۳۲۴۴۲۳۲۴ / دورنگار: ۰۳۴-۳۲۴۸۳۳۷۴
/ sepehr@kccim.ir / www.otagh-bazargani.com / پیامک: ۰۳۴۳۲۴۴۱۰۵۸ @Kccima

«سپهر اقتصاد کرمان» در ویرایش و اصلاح مطالب رسیده، آزاد است. مطالب منتشرشده در فصل‌نامه، رأی و نظر نویسندگان آن‌هاست و لزوماً نظر «سپهر اقتصاد کرمان» نیست.

شماره برای ارتباط با «سپهر اقتصاد کرمان» در فضای مجازی: ۰۹۰۵۸۵۰۸۰۶۹

برای چاپ آگهی در «سپهر اقتصاد کرمان»، با ما تماس بگیرید: ۰۳۴-۳۲۴۴۲۳۲۴

استفاده از مطالب مندرج در این نشریه به شرط ذکر منبع «فصلنامه سپهر اقتصاد کرمان اتاق بازرگانی کرمان» بلامانع است.



| یادبود |

درخت‌ها ایستاده سفر می‌کنند

 **سید محمدعلی گلابزاده**

مدیرمسئول فصل‌نامه

/// غروب غم‌انگیز و دلگیر دومین جمعه مردادماه ۱۴۰۴ کرمان، از طلوع آفتاب آغاز شد؛ وقتی‌که شبکه‌های مجازی ناباورانه نوشتند: «آفتاب عمر محمدرضا بهرامی غروب کرد!». این خبر آن‌قدر گیج‌کننده بود که لحظاتی خواننده را در حیرت فروبرده و پذیرش آن را دشوار می‌نمود، بویژه برای نگارنده که روز قبل با او گفت‌وگو کرده و دعوت شده بودم که عصر جمعه در منزل ایشان، دیدارش کنم. هرچه از زمان انعکاس خبر دور می‌شدیم، سنگینی بار مصیبت بیشتر می‌شد. چگونه ممکن بود مردی با سینه‌ای پر از آرزوهای خیرخواهانه و خواسته‌های سازنده و پربار و آینده‌ای سرشار از سرور و غرور برای هموطنانش تن به مرگ داده باشد؟ مردی که شانه‌های ستبر و استوارش، هر بار سنگینی را تحمل می‌کرد؛ کافی بود تا مشکلی مطرح شود و او پیش از هر کس دیگری حضور خود را برای رفع آن اعلام کند. آقا رضا زندگی را در حرکت و پویایی و خدمتگزاری جستجو می‌کرد و از ماندنی که او را از این آرمان بلند انسانی دور سازد، بیزار بود. گویی این بیت حکایت‌گر آن عزیز فرزانه است که:

موجیم و سر به دامن طوفان نهاده‌ایم

روزی اگر خموش بمانیم، وای‌مان

به همین دلیل بود که به‌رغم توصیه برخی



پزشکان به استراحت و ترک خدمت و دوری از فشارهای روحی و روانی کارهای گوناگون -بویژه مسئولیت‌هایی که او داشت- تن به عمل جراحی داد، با این امید که سریع‌تر، از بستر برخیزد و راه خدمتگزاری را دنبال کند. و شگفتا، در زمانه‌ای که هر کس به فکر خویش است و گاهی با این زبانزد، رفتار خود را توجیه می‌کنند که: «چراغی که به خانه رواست، به مسجد حرام است»، او چراغ خانه را به مسجدی می‌برد که نمازگزارانش خلق دردمند بودند؛ همان‌ها که قنوتشان، شرح نیستان‌های سوخته مثنوی هفتاد من کاغذ بود، آن‌ها که تشنه یک جرعه مهربانی و همراهی بودند و آقا رضا را خوب می‌شناختند.

بهرامی، خدمت را در محدوده نیکوکاری مستقیم، از قبیل، پذیرایی رایگان روزانه از ده‌ها همراه بی‌درک‌جای بیماران سرطانی در مهمانسرای بهرامی، اداره امور انجمن یاس، شرکت در فعالیت‌های انجمن نیکوکاری رعد، ساماندهی به امور مؤسسه رادیوترایی یاس، مساعدت در ساخت بخش انکولوژی، ورود به ساخت بخش شیمی‌درمانی و غیره خلاصه نمی‌کرد، بلکه با وسعت نظری که داشت، به دیگر مقوله‌هایی که پرچم افتخار کرمان و کرمانی را برمی‌افراشت نیز می‌اندیشید. او به‌خوبی می‌دانست برای جلب مشارکت‌های مردمی، اقتصادی پویا نیاز است و در این میان، مؤثرترین امور اقتصادی، رونق‌بخشی به صنعت گردشگری است که در میان کاستی‌ها و تنگناهای موجود هیچ

محدودیتی ندارد و می‌توان با گسترش این صنعت، آرمان‌های بلند جامعه را محقق ساخت و چنین بود که به‌عنوان رییس کمیسیون گردشگری و همچنین نایب‌رییس اتاق بازرگانی کرمان، دست به خلاقیت‌هایی زد که هرکدام به‌تنهایی، دستاوردی کلان و قابل‌تقدیر و تقدیس داشت.

دعوت از همتایان و کارآفرینان یزدی، برای دیدار از جاذبه‌های گردشگری و امکانات فراوان کرمان در این حوزه و انتخاب خانه قدیمی و بنای قاجاری «امراللهی» و حضور مقامات مختلف کرمان از جمله استاندار محترم و اجرای برنامه‌های متنوع، یکی از راهبردهای او در این زمینه بود؛ اقدامی بزرگ و تحسین‌برانگیز که تمامی مخارج پذیرایی آن را هم شخصاً تقبل کرده و تأمین نمود. رویداد دیگر، برگزاری همایش بوم‌گردی در سطح کشوری و با حضور وزیر محترم میراث فرهنگی و گردشگری و مقامات استان بود که شکوه کرمان و جاذبه‌های گوناگون آن را در چشمخانه شرکت‌کنندگان نشاند و آن‌ها را وادار کرد تا کرمان را به‌عنوان گنجینه‌ای از ارزش‌های گوناگون فرهنگی و میراثی به دیگران معرفی کنند و بر رونق این صنعت در کرمان بیفزایند.

او حتی از زندانیانی که به دلیل بخل روزگار و تنگناهای اقتصادی، اسیر و دربند شده بودند، غافل نمی‌شد و برای آزادی آنان سر از پا نمی‌شناخت.

نمونه سازندگی‌هایی ازاین‌دست و عرضه خدماتی که به زیور احسان و مکرمت آراسته بود، از محمدرضا بهرامی چهره‌ای عرضه کرد که به‌جرات می‌توان گفت نبودن او ثلمه‌ای گران و غمی بزرگ برای کرمان و کرمانی، بلکه نهادهای نیکوکاری، اقتصادی و کارآفرینی کشور به‌شمار می‌رود. تردید نیست که یاد و خاطره آن خدمتگزار فرزانه، برای همیشه در یاد مردم حق‌شناس کرمان خواهد ماند. او را هرگز از خاطر نمی‌بریم زیرا «مرگ تو نه مرگ، زندگانی است». ما نه آیم که در گردش این چرخ فلک هر که از دیده ما رفت، ز خاطر برود. ///

تراز

اقتصاد



مقاله‌ای از دکتر «سید مرتضی افقه»
عضو هیئت‌علمی دانشکده اقتصاد
دانشگاه شهید چمران اهواز
در گذر از بحران تجاوز



مقاله‌ای از دکتر «سیدمحمد هاشمی
نژاد» عضو هیئت‌علمی دانشگاه و رییس
هیئت‌مدیره سکوی تأمین مالی جمعی اوپال
مدیریت سرمایه در ایران
قواعد بازی در میدان عدم قطعیت



گفت‌وگو با «محمدرضا نجفی منش»
رییس کمیسیون بهبود محیط کسب‌وکار
و رفع موانع تولید اتاق تهران
دولت پاسخگوی کار خودش در اقتصاد
باشد



مقاله‌ای از «علیرضا عسگری» مترجم و
کارشناس ارشد تاریخ جهان
سرمایه جهانی و نگاه بلندمدت
دو نکته درباره سرمایه و سرمایه‌گذاری



مقاله‌ای از «محمد کوهستانی» کارشناس
و مشاور ابزارها و نهادهای نوین مالی
موانع عملکرد بهره‌ور و باثبات بازار سرمایه
در کشور



یادداشتی از «بتول علیزاده» کارشناس
مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی
اتاق کرمان
استعدادهای جهانی کرمان



عیار

صنعت و معدن



۴۴

مقاله‌ای از دکتر «مهدی خراسانی پور»
عضو هیئت‌علمی گروه زمین‌شناسی
دانشگاه شهید باهنر کرمان
معدن‌کاری پایدار؛ رویه‌ها، رویکردها و چالش‌ها



۵۷

گفت‌وگو با دکتر «بهرام شکوری» رییس
کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق
ایران
آینده‌ای درخشان با قانون‌گرایی و نوآوری



۵۹

مقاله‌ای از دکتر «علی رهنما» معاون فنی
شرکت کاواک آرای نوین معدن
**تحلیل وضعیت زیرساخت و فناوری در
معدان استان کرمان؛ چالش‌ها، ظرفیت‌ها
و الزامات توسعه**



۷۸

گفت‌وگو با «مهدی پورقاضی» مدیرعامل
شرکت نیرومند پلیمر و رییس سابق
کمیسیون صنعت اتاق تهران
مزیت‌ها را باید ساخت



۸۱

یادداشتی از «عاطفه قاسمیان» مدیر
تحقیقات تجارت بین‌الملل اتاق بازرگانی،
صنایع، معدان و کشاورزی تهران
**تضعیف پیشران صنعتی در اقتصاد ایران:
بررسی متغیرهای کلان و رفتاری بخش صنعت**



۵۲

مقاله‌ای از دکتر «سید کاظم اورعی»
میرزمانی» استاد اقتصاد معدن دانشگاه
استرلینگ انگلیس
**هماهنگ‌سازی توسعه معدان در بستر
اقتصادی مناسب**



۷۳

مقاله‌ای از «محمدرضا کرمی شاهرخی»
کارشناس ارشد معدن و صنایع فلزی
**اهمیت زنجیره ارزش بخش معدن و
فلزات در استان کرمان**



۸۴

مقاله‌ای از «محمدرضا رشیدی» مدیر
خدمات کسب‌وکار اتاق بازرگانی، صنایع،
معدان و کشاورزی تهران
**ارتقای تاب‌آوری و توسعه کسب‌وکارها در
شرایط نامساعد**



۸۹

مقاله‌ای از دکتر «جعفر رودری»
اقتصاددان و رییس سابق سازمان
مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان
چرا ما ساختارمند عقب می‌مانیم؟

برگ‌وبار

کشاورزی



۹۴

مقاله‌ای از دکتر «شهره سلطانی خانکهدانی»
استادیار موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی،
اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی
**چالش با ادعاها در خصوص پایین بودن
ضریب نفوذ دانش در بخش کشاورزی**



۱۰۳

مقاله‌ای از دکتر «مهرداد محمدی»
سلیمانی» و دکتر «محمدحسین امجدی»
**وضعیت موجود و آینده‌نگاری کشاورزی
استان کرمان با نگاه به آخرین سرشماری
کشاورزی**



۱۰۸

یادداشتی از دکتر «محمد عبدالهی»
عزت‌آبادی» عضو هیئت‌علمی پژوهشکده
پسته
**تخریب منابع آب؛ پیامد توسعه بی‌ضابطه
سیستم‌های نوین آبیاری**



۱۱۴

مقاله‌ای از «محمدرضا مودودی» رییس
هیئت‌مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه
آزاد تجاری صنعتی دوغارون
الگوهای مؤثر برای تجارت نکردن!



۱۲۲

مقاله‌ای از دکتر «امیرحسین نوریان» مشاور
عالی کمیسیون واردات اتاق بازرگانی کرمان
**بحران ناترازی تجاری ایران؛ تهدیدی
جدی بر آینده اقتصاد و لزوم تجدیدنظر در
ساختارها و رویکردها**



۱۰۰

گفت‌وگو با دکتر «ناصر شاهنوشی»
عضو هیئت‌علمی گروه اقتصاد کشاورزی
دانشگاه فردوسی مشهد و تحلیل‌گر
سیاست‌های کشاورزی
ساختار ناکارآمد بخش کشاورزی کشور



۱۱۰

گفت‌وگو با دکتر «محمدمهدی احمدی»
عضو هیئت‌علمی گروه مهندسی آب
دانشگاه شهید باهنر کرمان
**مدیریت جامع منابع آب در مسیر
سازگاری با کم‌آبی**



۱۱۷

مقاله‌ای از «محمدرضا مولایاری» کارشناسی
ارشد سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه تهران
**تاب‌آوری تجارت خارجی در سایه
سیاست‌گذاری اقتضایی؛ بازآرایی
لجستیکی و الزامات مدیریت مرزها**



۱۳۱

مقاله‌ای از دکتر «محمدحسین
جیل‌عاملی» مدرس دانشگاه و مشاور
بین‌المللی مدیریت CMC
**تمرکز بر نوآوری برای دستیابی به بازار
آینده**



۱۲۷

گفت‌وگو با دکتر «ناصر انزلیچی» رییس سابق
انجمن شرکت‌های مدیریت صادرات ایران و
مدیرعامل شرکت مدیریت صادرات تاپ
**درک ایران به‌عنوان شریک تجاری
بلندمدت**



۱۳۸

گفت‌وگو با دکتر «حسن فروزان فرد»
عضو هیئت نمایندگان و عضو کمیسیون
کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق تهران
تجاری‌سازی تولیدات کشاورزی



۱۴۳

مقاله‌ای از دکتر «بهرام امیراحمدیان»
استادیار مطالعات روسیه، آسیای مرکزی و
قفقاز دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران
**تبدیل موقعیت جغرافیایی ایران به
موقعیت ژئوپلیتیکی**



۱۴۸

مقاله‌ای از «شهاب علی عرب»
نایب‌رییس اول کمیسیون گردشگری
اتاق ایران
**توسعه گردشگری؛ راهبردی برای رشد
اقتصادی و سرمایه‌گذاری در تولید محلی**



۱۵۱

گفت‌وگو با دکتر «جواد براتی» مدیر گروه
اقتصاد گردشگری پژوهشکده گردشگری
جهاد دانشگاهی
گردشگری؛ صنعتی ترسو



۱۵۷

یادداشتی از زنده‌یاد «محمدرضا بهرامی»
فعال گردشگری و نایب‌رییس اتاق کرمان
دارالامانی برای گردشگری خلاق



۱۵۹

مقاله‌ای از دکتر «محمدرضا وحیدی» و
دکتر «علیرضا رهبر دهقان»
صنعت گردشگری در استان کرمان



۱۸۴

یادداشتی از «سید محمدعلی گلاب‌زاده»
مؤلف و مدیر پژوهشکده کرمان‌شناسی
فهم تاریخ



۱۸۶

مقاله‌ای از دکتر «علی ایار» عضو هیئت
علمی گروه آموزش علوم اجتماعی
دانشگاه فرهنگیان
**توسعه از منظر نهادگرایی: فراز و فرود
نهادها و توسعه**



۱۹۶

مقاله‌ای از دکتر «سعید کیان پور» عضو هیئت
علمی گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور تهران
**چرا ایران توسعه نیافت؟
تحلیل تطبیقی توسعه غرب و مسیر توسعه
همه‌جانبه ایران**



۲۱۰

مقاله‌ای از دکتر «حسین ایمانی جاجرمی»
جامعه‌شناس و عضو هیئت علمی دانشکده
علوم اجتماعی دانشگاه تهران
**جامعه امروز و آینده ایران؛ تأملی
جامعه‌شناختی در مسیر تحولات و امید**



۲۰۱

مقاله‌ای از دکتر «صادق پیوسته»
جامعه‌شناس
تأثیر نسل زد در آینده ایران



۲۱۳

گزارش تصویری رویدادهای اتاق کرمان در
فصل تابستان



بوم

جامعه



اتاق

رویدادها و خبرها



تاب‌آوری

گذار به اقتصاد فناوریانه؛ شرط لازم تاب‌آوری اقتصادی در ایران



سید مهدی طبیب زاده

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
و رئیس شورای سیاست‌گذاری فصلنامه سپهر اقتصاد کرمان

/// در دوران پرنوسان اقتصاد جهانی و با شدت گرفتن بحران‌های مختلف از تحریم‌ها و بی‌ثباتی‌های ساختاری تا شوک‌های طبیعی و ژئوپلیتیکی، مفهوم «تاب‌آوری» به یکی از کلیدواژه‌های اساسی در ادبیات اقتصادی جهان و به‌تبع آن در ایران تبدیل شده است. تاب‌آوری نه به‌معنای مقاومت صرف در برابر بحران، بلکه به‌عنوان توانایی تطبیق‌پذیری، بازسازی و ادامه مسیر در شرایط متغیر و دشوار تعریف می‌شود. این ویژگی، بویژه در بخش‌های راهبردی و سرمایه‌بر همچون صنعت و معدن، اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ چراکه بقای آن‌ها نه‌تنها بر اشتغال و تولید ناخالص داخلی اثر می‌گذارد، بلکه نقش مستقیمی در ثبات ارزی، امنیت اقتصادی و توسعه زیرساخت‌های کشور دارد. برخلاف آنچه گاه تصور می‌شود، تاب‌آوری صرفاً به منابع طبیعی و مالی وابسته نیست، بلکه نتیجه یک زنجیره به‌هم‌پیوسته از برنامه‌ریزی، تصمیم‌سازی‌های دقیق، اصلاح ساختارهای مدیریتی و سرمایه‌گذاری در

نوآوری و فناوری است. زمانی که این زنجیره به‌درستی شکل نگرفته باشد، حتی برخورداری از ذخایر عظیم خدادادی نیز نمی‌تواند ضامن پایداری و رشد باشد. متأسفانه کسب‌وکارهای ایران طی سال‌های اخیر با چالش‌های متعددی از جمله مشکلات و موانع قانونی، سوء مدیریت، فرسودگی تجهیزات، ناترازی انرژی، ناکارآمدی در مدیریت و بهره‌برداری و اتکای بیش‌ازحد به یارانه‌های انرژی مواجه بوده است؛ این در حالی است که بسیاری از کشورها بدون چنین مزایایی و صرفاً با تکیه بر فناوری‌های نوین و بهره‌وری بالا، توانسته‌اند هزینه‌های تولید را کاهش داده و رقابت‌پذیری خود را در بازارهای جهانی حفظ کنند. با وجود آن‌که ایران از نظر ذخایر منابع یکی از کشورهای غنی جهان به‌شمار می‌رود، اما عملکرد اقتصادی کشور از نظر کارایی، بهره‌وری و بازدهی اقتصادی، با استانداردهای جهانی فاصله معناداری دارد. یکی از اصلی‌ترین نشانه‌های این ناکارآمدی، بالا بودن هزینه تولید و عدم تکمیل زنجیره‌های ارزش و خام فروشی است. بویژه در استان‌هایی مانند کرمان که وابستگی بیشتری به منابع و ذخایر معدنی دارد. متأسفانه با وجود این‌که صنایع و معادن ما در ایران از یارانه‌های انرژی آشکار و پنهان به نسبت زیادی بهره‌مند هستند، اما عموماً توان رقابتی مناسبی در بازارهای جهانی ندارند؛ به‌عنوان مثال در حوزه معدن هزینه تولید کاند مس در ایران به ازای هر تن ۳۰ تا ۵۰ درصد در قیاس با کشورهای پیشرو مانند شیلی و کانادا بیشتر است. این تفاوت عمده، ریشه در عواملی دارد که عموماً به ناکارآمدی مدیریتی و ضعف زیرساختی بازمی‌گردد. همچنین، استفاده از ماشین‌آلات قدیمی و با ظرفیت‌های پایین، عدم مدیریت استاندارد و به‌روز ناوگان بارگیری و حمل، نبود سیستم‌های نگهداری هوشمند، موجب اتلاف منابع و افزایش هزینه‌ها شده است. به این مجموعه باید ساختار بوروکراتیک، تصمیم‌گیری‌های ناپایدار و وابستگی شدید به حمایت‌های دولتی را نیز افزود. تداوم این وضعیت نه‌تنها موجب کاهش تاب‌آوری اقتصادی کشور شده، بلکه سرمایه‌گذاران را نیز نسبت به آینده این بخش مردد ساخته است. امروز در دنیا فناوری تنها یک ابزار جانبی نیست، بلکه به‌مثابه ستون فقرات افزایش تاب‌آوری عمل می‌کند. کشورهایی که توانسته‌اند در برابر بحران‌های جهانی و نوسانات بازار مواد اولیه ایستادگی کنند، عمدتاً آن‌هایی بوده‌اند که فناوری را در متن سیاست‌گذاری و عملیات خود قرار داده‌اند. جهان امروز، رقابت صنعتی را به میدان «هوش مصنوعی در بهینه‌سازی فرایندها»، «اینترنت اشیا برای مانیوتورینگ

لحظه‌ای عملکرد تجهیزات» و «بلاکچین برای شفافیت زنجیره تأمین» گشانده است؛ اما نگاه حاکم بر صنعت ایران همچنان در دوران تولید انبوه با ماشین‌آلات دهه ۶۰ متوقف مانده است. فقدان ساختارهای تحقیق و توسعه (R&D)، ضعف ارتباطی صنعت و دانشگاه و بوروکراسی دست‌وپاگیر، شرکت‌های دانش‌بنیان را به حاشیه برده است. این درحالی است که مدل‌های موفق جهانی ثابت کرده‌اند تاب‌آوری واقعی از مسیر سرمایه‌گذاری روی فناوری و آزادسازی فضای نوآوری می‌گذرد. در چنین شرایطی، اگر سیاست‌گذاران و مدیران اقتصادی کشور به دنبال تقویت واقعی تاب‌آوری هستند، ناگزیر از سرمایه‌گذاری هدفمند در زیرساخت‌های فناوریانه، انتقال دانش فنی و توسعه نیروی انسانی متخصص خواهند بود. به نظر می‌رسد بهره‌گیری از تجارب موفق بین‌المللی در تدوین نقشه راه و برنامه‌ریزی‌های در راستای تقویت نقش شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق تسهیل حضور شرکت‌های فناور در پروژه‌های اقتصادی، ایجاد مشوق‌های مالیاتی و حمایت از تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه، ایجاد مراکز نوآوری و نیز تقویت پیوند صنعت و دانشگاه به‌منظور افزایش بهره‌وری و مدیریت هوشمند منابع، آموزش و ارتقاء مهارت نیروی انسانی از طریق بازطراحی آموزش‌های دانشگاهی متناسب با نیازهای صنعت (چیزی مشابه با الگوی آلمان در آموزش دوگانه)، ارائه دوره‌های تخصصی مشترک با صنایع و بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی در حوزه تربیت نیروی متخصص می‌تواند علاوه بر مدیریت بهینه منابع و کاهش هزینه‌ها به افزایش تاب‌آوری اقتصادی کشور نیز کمک کند. به‌علاوه بی‌شک شفاف‌سازی و اصلاح حکمرانی در اقتصاد و مبارزه با فساد، ساده‌سازی فرایندها و تعیین شاخص‌های شفاف برای سنجش بهره‌وری مدیران نیز زمینه‌ساز جذب سرمایه‌گذاری‌های پایدار و ارتقاء تاب‌آوری اقتصادی است. خلاصه سخن این‌که امروز دیگر تاب‌آوری تنها به معنای پایداری در برابر بحران نیست، بلکه به مفهوم بازآفرینی و تطبیق مستمر با شرایط پیچیده و متغیر است. تحقق این هدف در حوزه‌های اقتصادی کشور بویژه در صنایع پیشران و دارای اولویت بدون عبور از شیوه‌های سنتی مدیریت و بدون سرمایه‌گذاری گسترده در فناوری، امکان‌پذیر نخواهد بود. آینده اقتصاد ایران در گرو آن است که نگاه سیاست‌گذاران، مدیران و فعالان اقتصادی به‌جای تکیه بر منابع فیزیکی، بر سرمایه انسانی، دانش فنی و فناوری متمرکز شود. تنها در این صورت است که می‌توان به سطح قابل قبولی از تاب‌آوری و رشد اقتصادی پایدار رسید. ///

فصل «تراز» به تحلیل سیاست‌ها، روندها، فرصت‌ها و چالش‌های حوزه **اقتصاد** می‌پردازد؛ جایی برای سنجش توازن میان سرمایه، قانون، بازار و مزیت‌های رقابتی.



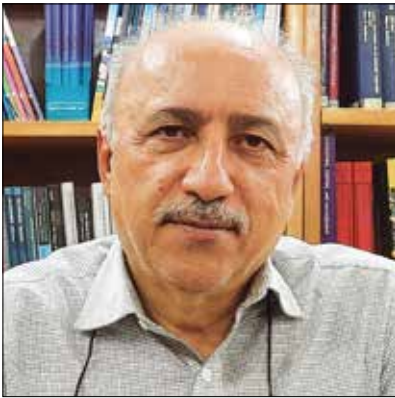
تراز



در گذر از بحران تجاوز



در بخش تولید؛ ضروری است دولت با کسب اختیارات ویژه از مقامات ذی ربط، به صورت فوری اقدام به رفع موانع داخلی تولید (کسب وکار) بویژه در بنگاه های آسیب پذیر کوچک و متوسط نماید. لازم به ذکر است حتی تا پیش از جنگ ۱۲ روزه و طبق آمارهای رسمی، اغلب بنگاه های کوچک و متوسط مستقر در شهرک های صنعتی تنها با ۴۰ یا ۵۰ درصد ظرفیت اسمی خود فعالیت می کردند.



دکتر سید مرتضی افقه

عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه شهید چمران اهواز



۱. وضعیت اقتصاد تا پیش از حمله اسرائیل

هر چند در تمام سال های پس از پایان جنگ در سال ۶۷، اقتصاد کشور با تلاطم های فراوان و البته شکننده مواجه بود، اما نزول و حتی سقوط تدریجی اقتصاد بعد از تشدید تحریم ها در سال ۱۳۹۷ توسط دولت ترامپ شروع شد. در همه سال های پس از انقلاب و جنگ ۸ ساله، پیشرفت و رفاه اقتصادی و توسعه، تحت تأثیر دو عامل بوده است: پیشرفت و رفاه اقتصادی و معیشت جامعه همیشه در حاشیه اهداف ایدئولوژیک و سیاسی بوده و بنابراین، ساختارهای سیاسی، اجتماعی، قانونی و بوروکراتیک و ... نیز براساس همین اهداف شکل گرفته اند. بدیهی است در چنین ساختاری نمی توان انتظار داشت که کشور در مسیر توسعه قرار گیرد. آنچه در این مدت مانع از فروپاشی اقتصاد شده، درآمدهای ناشی از فروش نفت بوده است. **اولویت ارزش های ایدئولوژیک و سیاسی بر معیشت و پیشرفت و رفاه اقتصادی، دو پیامد مخرب دیگر داشته است:**

الف: بی اعتنائی نسبت به نقش نیروهای متخصص و تحصیل کرده، ماهر و نیمه ماهر، مجرب، دلسوز و صاحبان سرمایه در فرآیند توسعه و در نتیجه مهاجرت (رانده شدن) آن ها به خارج از کشور (و بهره مندی کشورهای پیشرفته غربی از تخصص و مهارت آن ها) یا حذف آن ها از مشارکت در اداره کشور به دلیل تنگ نظری ها و فشارهای ایدئولوژیک و سیاسی،

ب: وابستگی شدید و مستمر اقتصاد و رفاه مردم به درآمدهای نفتی و بنابراین به روابط سیاسی و اقتصادی با کشورهای خارج و در نتیجه شکنندگی و آسیب پذیری معیشت مردم نسبت به بی ثباتی های روابط سه دهه گذشته با کشورهای دیگر.

در کنار این موارد، وجود اعتماد به نفسی تخیلی و وهم آلود مبنی بر توانایی برای اول جهان شدن در همه ابعاد (که مواد چشم انداز هم نمود یافت) مانع از آن شد تا پیچیدگی های فرایند توسعه مبنای سیاست گذاری

تصمیم گیران و تصمیم سازان کشور گردد. به همین دلیل فراز و فرود شاخص های اقتصادی و اجتماعی در طول سال های پس از جنگ عراق و ایران به کمیت و کیفیت روابط سیاسی و اقتصادی کشور با سایر کشورهای جهان به خصوص کشورهای پیشرفته گره خورد. مقایسه شاخص های اقتصادی سال های ریاست جمهوری های تنش زدا با جهان خارج (خاتمی) و تنش زا (احمدی نژاد) مؤید این تأثیر است. برای اثبات بیشتر این موضوع می توانید شاخص های اقتصادی سال های آخر ریاست جمهوری دولت اصلاحات را با دولت احمدی نژاد مقایسه کنید. همه این عوامل باعث شد که اولاً روند شاخص های اقتصادی بی ثبات و زیگزاگی باشد و ثانیاً شکننده و آسیب پذیر بماند.

با شروع دور اول ریاست جمهوری ترامپ، از ابتدای سال ۹۷، اقتصاد وابسته و آسیب پذیر کشور با تشدید تحریم ها مواجه گردید. در تمام سال های پس از سال ۹۷ و بویژه از ۱۴۰۰ به این سو، با توهّم رفع مشکلات اقتصادی و حتی پیشرفت بدون رفع تحریم ها، سرمایه های زیادی صرف (هدر داده) شد و فرصت های جبران ناپذیری از بین رفت؛ به گونه ای که با شروع سال ۱۴۰۳، ذخایر چندانی برای جبران درآمدهای نفتی ناشی از تداوم تحریم ها باقی نمانده بود و این انتظار وجود داشت که شاخص های اقتصادی و اجتماعی و معیشت مردم در صورت تداوم تحریم های شدید، رو به وخامت بیشتر بگذارد. شوربختانه در تمام سال هایی که دولت های اصولگرا (بویژه در دوره احمدی نژاد) حاکم بودند، تحریم ها به شوخی گرفته شدند و فرصت ها به دلیل همین چهل نسبت به واقعیات اقتصادی از دست رفت و سرمایه های زیادی یا در داخل هدر رفتند و یا به خارج از کشور کوچ کردند و کشورهای دیگر از مزیت های آن ها استفاده کردند.

شوخی گرفتن تأثیر مخرب و دیرپای تحریم ها بر زندگی و آینده میهن و مردم و توهّم بی تأثیر بودن تحریم و قطع ارتباط با

بخشی از جهان خارج، مرادات تجاری کشور را به گسترش روابط سیاسی و اقتصادی با چین و روسیه و چند کشور در حال توسعه نمود. روابطی یک طرفه که تنها به سود کشورهای مقابل بود و ایران را از بهره مندی از مزیت های نسبی ناشی از رقابت بین کشورها محروم نمود. با محدود شدن روابط تجاری به چین و روسیه، ایران را ناچار کرد که نفت خود را ارزان تر عرضه کند و به دلیل قطع روابط بانکی، وجوه ناشی از تجارت را با هزینه های گزاف تر نقل و انتقال دهد. حاصل انحصار روابط با دو کشور شرقی، خرید کالاهای گران تر و کم کیفیت تر بود. در کنار این آشفتگی ها و تلاطم های اقتصادی، گروهی از اقتصاد خوانده های غافل یا بی اعتنا به ساختارهای ضد تولید و ضد توسعه موجود، چشم بسته فرمول هایی کلیشه ای و ناکارآمد را به تصمیم گیران و سیاست گذاران تحمیل می کردند.

با شکست سیاست های تنش زا و وخامت شرایط اقتصادی و معیشتی مردم در دو سه سال اخیر، زمینه برای تغییر در سیاست خارجی فراهم گردید. پیروزی پزشکیان در انتخابات سال گذشته حاصل چنین شرایطی بود. دولت پزشکیان، اما تمایلی به ایجاد تغییراتی عمیق که لازمه خروج از شرایط بحرانی وقت بود، نداشت و با امید به ایجاد وفاق به عنوان پیش نیاز موفقیت خود، شاکله اجرایی کشور را تقریباً بدون تغییر و با همان ساختار ضد توسعه ای حفظ نمود، اما اتفاقاتی که از سال ۱۴۰۳ در منطقه شروع شد و تاکنون بر شدت و سرعت آن افزوده شده، مانع از بهبود روابط سیاسی کشور با آمریکا و اروپا گردید. پیروزی قاطع ترامپ (به عنوان عنصری ضد ایران و حامی اسرائیل و عامل تشدید تحریم های سال ۹۷) در انتخابات سال گذشته آمریکا از یک سو و زنجیره تحولات پس از حادثه اکتبر در اسرائیل، وخامت شرایط اقتصادی شکننده کشور سرعت گرفت. با شکست حامیان منطقه ای ایران و سقوط دولت اسد، زمینه برای فشار بیشتر بر ایران فراهم گردید.

۲. تهاجم غیرمنتظره اسرائیل به کشور

هر چند مذاکرات هسته‌ای با دولت ترامپ مجدداً شروع شد، اما طولانی شدن روند مذاکرات و سوءاستفاده یا فریب آمریکا از مذاکرات و چراغ سبز دولت ترامپ به اسرائیل، جنگی غافلگیرکننده بر ایران تحمیل نمود. جنگی که ۱۲ روز کشور را با خسارات و زیان‌های فراوانی مواجه کرد و بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی بویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط تعطیل و تعداد قابل‌توجهی از نیروهای انسانی شاغل تعدیل شدند. هرچند آثار اقتصادی تهاجم اسرائیل هنوز چندان نمود نداشته، اما با حجم خسارات و میزان هزینه‌های سنگینی که به اماکن شخصی و عمومی و نیز به مراکز دفاعی، نظامی و هسته‌ای کشور وارد نموده، باید انتظار فشار بیشتری بر اقتصاد کشور داشت. جنگ ۱۲ روزه علاوه بر خسارات مادی، خسارات روحی و روانی شدیدی بر مردم تحمیل کرده، بستر را برای فرار سرمایه‌ها از کشور فراهم کرده و بخش قابل‌توجهی از بنگاه‌های کوچک و متوسط را به تعطیلی یا اخراج کارکنان کشانده است؛ و این در شرایطی است که به دلیل تداوم تحریم‌ها در طول ۸ سال گذشته، بعید است که دولت منابع کافی برای جبران خسارات وارد شده به مردم و با جبران هزینه‌های نظامی وارده شده را داشته باشد.

۳. حال چه باید کرد؟

۳-۱. کوتاه‌مدت و دوره گذار؛

تا پیش از توافق احتمالی برای توقف جنگ و رفع تحریم‌ها، اقدامات فوری زیر ضروری است:

۳-۱-۱. **در بخش تولید؛** ضروری است دولت با کسب اختیارات ویژه از مقامات ذی‌ربط، به‌صورت فوری اقدام به رفع موانع داخلی تولید (کسب‌وکار) بویژه در بنگاه‌های آسیب‌پذیر کوچک و متوسط بکند. لازم به ذکر است حتی تا پیش از جنگ ۱۲ روزه و طبق آمارهای رسمی، اغلب

بنگاه‌های کوچک و متوسط مستقر در شهرک‌های صنعتی تنها با ۴۰ یا ۵۰ درصد ظرفیت اسمی خود فعالیت می‌کردند. براساس مطالعات، بخش قابل‌توجهی از این مشکل داخلی و ناشی از سوءتدبیرهای مدیریتی، ناکارآمدی بوروکراسی و قوانین متعدد و بعضاً ضدونقیض و فساد بوده است. رفع این موانع در شرایط اضطراری فعلی با روش‌های ناکارآمد موجود امکان‌پذیر نیست. همچنان که در دولت ریسی برای جبران کسری بودجه ناشی از تداوم تحریم‌ها، به گروهی سه‌نفره اختیاراتی ویژه داده شد تا اموال دولتی را به‌صورت ضربتی و خارج از بروکراسی موجود به فروش برسانند. برای رفع موانع تولید بخصوص در بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌توان سیاستی مشابه به کار گرفت. رفع موانع کسب‌وکار در شرایط فعلی از یک‌طرف موجب افزایش تولید می‌گردد و از طرف دیگر موجب افزایش اشتغال و یا لااقل جلوگیری از بیکاری بیشتر شاغلین در این بنگاه‌ها می‌گردد.

۳-۲-۳. جلوگیری از خروج ارز و سرمایه؛

از آنجاکه در شرایط بحرانی و جنگی میل به خروج سرمایه تشدید می‌گردد، دولت و دستگاه‌های ذی‌ربط باید نسبت به جلوگیری از خروج سرمایه و ارز مراقبت جدی کنند،

۳-۱-۳. اجرای سیاست‌های تثبیت

قیمت کالاهای حساس و تأثیرگذار؛ سیاست‌های نامناسب و البته مکرر توصیه‌شده توسط برخی اقتصاد خوانده‌ها مبنی بر آزادسازی قیمت‌ها بویژه قیمت ارز و حامل‌های انرژی حتی در سال‌های پیش هم باید جلوگیری می‌شد، اما انجام این مهم در شرایط فعلی بیش از گذشته باید صورت پذیرد تا افزایش قیمت ارز باعث افزایش قیمت کالاهای وارداتی (که بیش از ۸۰ درصدشان واسطه‌ای و سرمایه‌ای هستند) موجب افزایش هزینه تولید و تورم بیشتر نگردد،

۳-۱-۴. از آنجاکه در دوره التهاب ناشی از جنگ، مردم گرایش به انبار کردن کالاهای موردنیاز خود دارند و این امر موجب افزایش قیمت‌ها و آسیب رساندن به اقشار متوسط و فقیر می‌گردد، دولت باید از طریق اعمال سیاست‌های رایج در دوره جنگ (که در همه کشورها مرسوم است)، مطمئن گردد که اقشار متوسط و کم‌درآمد نیازهای لازم برای زندگی خود را تأمین می‌کنند.

۳-۲. سیاست‌های میان‌مدت و بلندمدت؛

پیشنهادهای فوق برای عبور از شرایط بحرانی فعلی است، اما در بلندمدت سیاست‌ها و اقدامات وسیع‌تر و عمیق‌تری ضرورت دارد:

۳-۲-۱. در شرایط فعلی، اقدام فوری

برای رفع شرایط جنگی و به دنبال آن پیگیری رفع تحریم‌ها و حل مشکل روابط بانکی و پولی با جهان خارج (FATF) به هر نحو ممکن، است. بدون توافق برای رفع سایه جنگ و نیز عدم حل مشکل تحریم‌ها و روابط سیاسی و اقتصادی با کشورهای دیگر، نه‌تنها دولت قادر به حل مشکلات مزمن فعلی نخواهد بود، بلکه انبوه هزینه‌های ناشی از جنگ ۱۲ روزه نیز به‌سادگی قابل جبران نخواهد بود،

۳-۲-۲. رفع سایه جنگ و نیز حل

مشکل تحریم‌ها و روابط بانکی، فوری و البته با تأثیری کوتاه‌مدت خواهد بود. همان‌گونه که سال‌هاست عنوان کرده‌ام، مشکلات دیرپا و عمیق اقتصادی و غیراقتصادی ریشه در ساختارهای ضد تولید و ضدتوسعه حاکم بر کشور دارد. بنابراین برای قرار گرفتن در مسیر پیشرفت اقتصادی و توسعه، انجام تغییر و تحولاتی اساسی در نوع حکمرانی ضروری است، در غیر این صورت رفع تحریم‌ها باعث تداوم وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای نفتی و در نتیجه تداوم آسیب‌پذیری اقتصاد و معیشت مردم در مقابل تحریم‌ها و سایر بحران‌های احتمالی آینده خواهد شد. **III**



مقاله

سرمایه جهانی و نگاه بلندمدت؛ دو نکته درباره سرمایه و سرمایه‌گذاری



سرمایه آشکال و تعاریف مختلفی دارد که برخی از آن‌ها را همانند سرمایه طبیعی، سرمایه زیست‌بومی، سرمایه انسانی-نخبگانی، سرمایه سیاسی-اجتماعی و سرمایه تاریخی، فرهنگی، بسیار از زبان سیاست‌گذاران اقتصادی و دولتی شنیده‌ایم. نکته روشن دیگر آن است که در سال ۲۰۲۵ میلادی، دیگر جامعه‌ای نمی‌تواند با انزواگرایی و خودبستگی مطلق نه‌تنها در مسیر تولیدکنندگی و رشد گام بردارد، بلکه حتی نمی‌تواند نیازهای خود را به نحو احسن برآورده سازد.



علیرضا عسگری

مترجم و کارشناس ارشد تاریخ جهان

حتی افراد انسانی را در نقاط مختلف جهان به یکدیگر پیوند داده و از دیگرسو، دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ بدون تشریک مساعی و درنظرگرفتن منافع چندجانبه و بدون استفاده از ظرفیت عظیم مبادلات و سرمایه‌گذاری‌های شبکه‌محور در افق یک منطقه، یک قاره و حتی سازمان‌های همکاری‌های اقتصادی مختلفی که در نقاط مختلف جهان سربرآورده‌اند، قادر به انجام وظایف و رسیدن به اهداف خویش نیستند. جُستار حاضر با تأکید بر دو مفهوم «سرمایه جهانی» و «نگاه بلندمدت» به سرمایه، در پی آن است تا خاطر‌نشان سازد که اول پیش از هرگونه برنامه‌ریزی برای جذب، تجمیع یا تولید «سرمایه» باید به این واقعیت واقف بود که بدون نگاه جهانی به مقوله سرمایه، تولید و رشد و استفاده از ظرفیت‌های جامعه شبکه‌ای جهان امروز نمی‌توان به دستاوردهای مطلوب و پایا دست یافت و دوم تقلیل‌گرایی در نگاه برخی سیاست‌گذاران اقتصادی در مقوله سرمایه و سرمایه‌گذاری چگونه باعث می‌شود تا از نگاه بلندمدت به اشکال مختلف سرمایه که گاه از صورت صرفاً اعتباری - مالی آن مهم‌تر هستند، غافل شویم.

۱- سرمایه جهانی

عموماً سال ۱۹۴۵ میلادی و پایان جنگ جهانی دوم را نقطه عطف مهمی در تاریخ روابط



بین‌الملل می‌دانند؛ چراکه جریان محسوسی از تلاش‌ها و ابتکارهای عمل برای هم‌گرایی به صورت‌های مختلف، خود را از این زمان به بعد بیشتر نشان داد. محصل شکاف جهان بین‌الملل به دو بلوک متخاصم شرق کمونیست و غرب دموکراتیک سبب شد در هر دو بلوک گرایش به هم‌گرایی (البته با کیفیت و کمیت متفاوت) شکل بگیرد. در بلوک غرب این گرایش در اوج خود به تشکیل اتحادیه اروپا انجامید و در بلوک شرق خود را در قالب «پیمان ورشو» یا «دکترین برژنف» نشان داد. در واکنش به این دوقطبی‌سازی، سویه سوم هموندی و هم‌گرایی در «کشورهای غیرمتعهد» رُخ نمود که خواستار استقلال از کشاکش این دو بلوک جهانی قدرت بودند. جریان استعمارزدایی و استقلال‌طلبی مستعمرات خود باعث نوعی از هموندی و هم‌گرایی میان ملل مستعمره و جریان‌های آزادی‌خواه و استعمارزدا شد. در قالب حقوق بین‌الملل، تأسیس سازمان ملل متحد و پیوستن کشورهای جهان به آن - فارغ از نقدهایی که به کارآمدی و حدودتغور توانمندی آن می‌شود - دیگر شکل‌گرایش به هم‌گرایی و هموندی میان کشورها و جوامع انسانی بود. اما پیش از ادامه بحث، ذکر این نکته سودمند است که پیش از سال ۱۹۴۵ نیز جریان هموندی و هم‌گرایی وجود داشته و ریشه آن را تا دوران باستان می‌توان پی گرفت. البته همانند بلوک شرق کمونیست، هرگونه هم‌گرایی و پیوستگی لزوماً سازنده، موفق و مطلوب نیست؛ همانند بلوک فاشیسم که از سال ۱۹۱۹ تا ۱۹۵۰ باعث رشد انواع جنبش‌های فاشیستی در قاره اروپا و حتی قاره‌های دیگر شد. احزاب فاشیستی یا شبه‌فاشیستی با درجات مختلفی از قدرت و تأثیرگذاری پدید آمدند و البته با شکست بلوک فاشیسم در جنگ جهانی دوم یا از هم پاشیدند یا به‌صورت احزاب پراکنده باقی ماندند. در قرون نوزدهم و بیستم نیز شاهد هموندی «نژادپرستی» در کشورهای مختلفی هستیم. نظریه برتری سفیدپوست‌ها که نمادین‌ترین مثال‌های عینی آن نظام آپارتاید آفریقای جنوبی و برده‌داری و سپس تبعیض

نژادی علیه سیاه‌پوستان در ایالات‌متحده بود، خود یک نظامِ هموند و هم‌گرا به شمار می‌رفت. می‌توان ذکر نمونه‌های نامطلوب و مخرب‌گرایش‌های هم‌گرایی را تا تفتیش عقاید، جنگ‌های مذهبی اروپا، جنگ‌های صلیبی و کلیشه‌های یونانیان درباره بربرهای شرق ادامه داد، اما هموندی و هم‌گرایی فی‌نفسه فاقد ارزش مثبت یا منفی است، بلکه این نوع نگرش و کاربرد گروه‌های انسانی است که مشخص می‌کند هم‌گرایی در راه تشریک مساعی، تأمین منافع متقابل و مبادلات سودمند تجاری، اقتصادی، فرهنگی و علمی باشد یا در راه ایدئولوژی، ویرانگری و در دنیای امروز برای مثال بلوک تروریسم (سلفی- تکفیری) افتد.

با همه این اوصاف، در تاریخ نیز هموندی مثبت و سازنده اقتصادی از دنیای باستان وجود داشته است؛ امپراتوری‌های بزرگی چون ایران در دوران هخامنشیان، اشکانیان و ساسانیان، امپراتوری روم، امپراتوری بیزانس، خلافت اسلامی، امپراتوری چین و ... رشد و توسعه خود را تنها مدیون کشورگشایی یا خراج‌ستانی نبودند، بلکه دوام و قوام این اُبردولت‌ها که وسعت و ترکیب جمعیت‌های آن‌ها اداره این امپراتوری‌ها و اُبردولت‌ها را پیچیده می‌ساخت، به شبکه‌های تجاری - بازرگانی و شبکه‌هایی از معاملات و معاهدات سیاسی با دولت‌های زیردست، محلی و ایضاً متخاصم بستگی داشت. مثال معروف در این زمینه، نقش جاده ابریشم و انتقال کالاها، ثروت، سرمایه و نیز ایده‌ها، فرهنگ‌ها و جماعات انسانی از چین و اوراسیای مرکزی به دل امپراتوری ایران تا دوردست‌ترین نقطه اروپاست و جریان این مبادلات دوسویه و گاه چندسویه بود.



سه عامل سبب شده است در سه الی چهار دهه اخیر، در نظام‌های اقتصادی جهان شاهد «احیای اقتصادی» باشیم: نخست، پایان جنگ سرد و غُمر برخی حکومت‌های جبار و استبدادی و متعاقب آن «ریشه‌دواندن نهادهای سیاسی و اقتصادی کارآمد»، دوم ظهور رهبرانی سیاسی که «سیاست‌های اقتصادی سنجیده‌تری را عرضه کردند که تجارت و سرمایه‌گذاری را تشویق و شرکت‌های دولتی ناکارآمد را تعطیل می‌کرد» و سوم و شاید مهم‌تر از همه، همگرایی جهانی.

توسعه‌نیافته یا درحال‌توسعه شده است، بویژه از دهه ۱۹۸۰ که نظام‌های تمامیت‌خواه (همانند بلوک شرق و اتحاد جماهیر شوروی) و نظام‌های اقتدارگرای نظامی (همانند دیکتاتوری‌های آمریکای لاتین) کنار رفتند و دموکراسی نسبی و آزادی مدنی بیشتر، فضا را برای تعاملات سیاسی- اقتصادی فراهم کردند. استیون رالدت در اثر ارزشمند خود با عنوان «جهش عظیم: اوج‌گیری جهان درحال‌توسعه در سده‌ده» ضمن بررسی روشمند و آماری تأثیر مثبت سرمایه و فناوری جهانی بر افزایش سطح بهروزی بیشتر در نقاط مختلف جهان، خاطرنشان می‌سازد که سه عامل سبب شده است در سه الی چهار دهه اخیر، در نظام‌های اقتصادی جهان شاهد «احیای اقتصادی» باشیم: نخست، پایان جنگ سرد و غُمر برخی حکومت‌های جبار و استبدادی و متعاقب آن «ریشه‌دواندن نهادهای سیاسی و اقتصادی کارآمد»، دوم ظهور رهبرانی سیاسی که «سیاست‌های اقتصادی سنجیده‌تری را عرضه کردند که تجارت و سرمایه‌گذاری را تشویق و شرکت‌های دولتی ناکارآمد را تعطیل می‌کرد» و سوم و شاید مهم‌تر از همه، «همگرایی جهانی... دهه ۱۹۹۰ شاهد حرکتی در سطح جهانی برای افزایش همگرایی بین‌المللی از طریق افزایش تجارت، سرمایه‌گذاری و گردش اطلاعات بودیم. تکنولوژی‌های جدید هزینه‌های تجارت را کاهش داد، بازارها را به هم نزدیک کرده و ظرفیت‌های جدید اقتصادی ایجاد کرد که هرگز پیش از آن قابل تصور نبود.» (رالدت: ۷۱ و ۷۲). رالدت به‌درستی ضمن نقد هزینه‌هایی که برای این جهان شبکه‌ای و توسعه سرمایه و فناوری می‌پردازیم (همانند آلودگی زیست‌کره یا شکاف در درآمد و

با این یادآوری که ایده جهانی‌بودن سرمایه و مزایای نگاه هموندی و جهانی به مقوله اقتصاد و فرهنگ ریشه باستانی دارد، به زمان حاضر بازمی‌گردیم. تردیدی نیست که مُدل تفکر مدرن خصوصیات خاص خود را دارد و جهان مُدرن و موج تجدد پدیده یگانه‌ای است. نوع هموندی و هم‌گرایی سودمندی که از ۱۹۴۵ به بعد شکل گرفت، قطع یقین با انواع شبکه‌های تجاری- سیاسی امپراتوری‌های باستانی یا قرون میانه تفاوت دارد. امروزه انقلاب در فناوری ارتباطات و اطلاعات و حتی ظهور نوع جدیدی از پول یعنی رمزارز، قواعد بازی سرمایه و سرمایه‌گذاری را تغییر داده است. با وجود این، علم اقتصاد، علمی است با اصول جهان‌شمول و فاقد ارزش داورى. به قول لودویگ فون میزس: «آنچه اقتصاددان فراهم می‌آورد قضاوت‌هایی ارزشی نیست که از عهده علم خارج باشد، بلکه داده‌هایی به دست می‌دهد که برای صدور قضاوت‌های ارزشی و اتخاذ تصمیمات لازم است. ارزش‌گذاری، یعنی داورى برای فرد، مردم و رأی‌دهندگان محفوظ می‌ماند... دقیقاً به دلیل بی‌طرفی علم اقتصاد است که انسان‌ها می‌توانند با ارزش‌گذاری‌های متفاوت، زندگی مسالمت‌آمیزی کنار هم‌دیگر داشته باشند.» (میزس، بازار آزاد: ۱۲۲ و ۱۲۳) با این دو واقعیت، یعنی زیستن در زمانه تجدد و جهان شبکه‌ای درهم‌پیوسته و جهان‌شمولی اصول علم اقتصاد، باید به مسئله سرمایه و سرمایه‌گذاری در کشور و جامعه پرداخت. انزواگرایی و خودبسندگی مطلق تنها مانعی بر سر راه پیوستن به جریان جهانی سرمایه و تولید است و اساساً این موج جهانی سرمایه و فناوری است که باعث رشد و توسعه نسبی در بیشتر کشورهای

برخی نابرابری‌ها)، هزینه‌هایی که برای توسعه پایدار قطعاً باید تا جای ممکن کم و تعدیل گردند، در زمینه تأثیر مثبت جهانی‌بودن بازارهای مالی خصوصاً در بازار سرمایه چنین ادامه می‌دهد: «در سال ۲۰۰۹ اقتصاد کشورهای ثروتمند به‌شدت سقوط کرد و میانگین رشد منفی ۴/۲ درصدی داشت. برخی تصور می‌کردند این روند منفی بر اقتصاد کشورهای درحال‌توسعه تأثیر فاجعه‌بار دارد، اما چنین نبود. تولید ناخالص داخلی کشورهای درحال‌توسعه در حدود ۳/۱ درصد رشد داشت و کمک کرد اثر رشد‌های منفی در اقتصاد جهانی تعدیل شود و دو سال بعد تجارت جهانی به نقطه اوج خود بازگردد.

در سرمایه‌گذاری، وام‌دهی و دیگر جریان‌های مالی هم این نکته صادق بود. همه این‌ها در سال ۲۰۰۷ در اوج بود و در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ به‌سرعت سقوط کرد، اما در سال ۲۰۱۰ به نقطه اوج گذشته بازگشت» (رادلت، همان). درواقع جامعه‌ای می‌تواند در زمینه جذب و جلب سرمایه، تولید سرمایه مؤلد و ژشد اقتصادی مطلوب و با ضربه‌انگ پایدار حرکت کند که واقعیت جهانی‌بودن بازارهای مالی، زیستن در جهان شبکه‌ای پیچیده، نیاز به تعاملات چندجانبه با کانون‌های ثروت و قدرت و برتری نسبی اصل تعامل در برابر تقابل در جهان امروز را بپذیرد. شکست سیاست‌های انزواگرایانه دولت دوم داندلد ترامپ‌که با نمایش توسعه‌طلبی ـ البته در حد حرف ـ علیه حاکمیت دانمارک بر جزیره گرینلند و دولت پاناما بر کانال پاناما آغاز شد و به ستیز تعرفه‌ای و گمرکی و مهاجرتی با دولت‌های همسایه یعنی مکزیک و کانادا کشید و سپس در اوج خود با اعلام تعرفه‌های گوناگون بر کشورهای دنیا و سپس تعلیق آن‌ها و نهایتاً عقب‌نشینی از جنگ مستقیم تعرفه‌ای علیه چین ادامه یافت، نمایانگر این است که حتی دولت قدرتمندی چون ایالات‌متحده نمی‌تواند در سال ۲۰۲۵ میلادی به انزواگرایی سُنتی، دکنترین مونرو در قرن نوزدهم و توسل همیشگی به اصل زور و تقابل بازگردد؛ جهان از ۱۹۴۵ تا ۲۰۲۵

بسیار پیچیده‌تر، درهم‌تنیده‌تر و البته چالش‌برانگیزتر از ذهنیات داندلد ترامپ و حلقه مشاوران او شده است. این امر درباره تمام قدرت‌های کوچک و بزرگ اقتصادی همانند چین، هند، ژاپن، ببرهای آسیا، اتحادیه اروپا و کشورهای ثروتمند حاشیه خلیج‌فارس صادق است: هزینه تقابل و تهاجم در دنیای امروز چه‌بسی می‌تواند ویرانگرتر از پیش باشد؛ پس با وجودی که هنوز مَلّت‌ها مهمند و دولت ـ مَلّت، بدنه اصلی سیاسی هر جماعت انسانی است، اما **درهم‌تنیدگی روابط سیاسی، تجاری، ارتباطی و فرهنگی بدان حد رسیده که حتی کانون‌های بزرگ قدرت سیاسی و نظامی دنیا نیز جرئت قمار سیاسی فاقد مال‌اندیشی را ندارند؛ چراکه خطای محاسباتی می‌تواند نه یک کشور بلکه بازارهای جهانی و جوامع انسانی را با بحران شدید روبه‌رو کند**.

مذاکرات بر سر آتش‌بس و پایان جنگ در اوکراین، عمق شبکه‌های جهانی منافع و تعامل را در یک تقابل (روسیه و اوکراین) نشان می‌دهد؛ امروزه تعداد بازیگران اثرگذار یک توافق بسیار بیشتر از یک قرن پیش است و صدالبته چانه‌زنی سخت‌تر. رادلت در جایی دیگر از اثر خوبیش خاطر‌نشان می‌سازد که «پیوستگی عمیق‌تر به جریان جهانی اقتصاد شکل‌های مختلفی داشت؛ تجارت کالاهای اساسی و تولیدی، برون‌سپاری خدمات مالی و تکنیکی، انتقال تکنولوژی‌های جدید، جابه‌جایی‌های وسیع‌تر پول و سرمایه، دسترسی سریع به اطلاعات و… جریان مالی و سرمایه‌گذاری بین‌المللی به سوی کشورهای درحال‌توسعه اکنون دوازده‌بار بزرگ‌تر از سال ۱۹۹۰ است (با محاسبه تورم) و به سالیانه هزارمیلیارد دلار رسیده است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) ـ که در فرآیند آن شرکت‌های خارجی سرمایه خود را وارد شرکت‌های محلی می‌کنند ـ اکنون از رقم سالیانه ششصد میلیارد دلار هم عبور کرده است. این رقم در سال ۱۹۹۰، تنها بیستوشش میلیارد دلار بوده است.» (رادلت: ۱۸۹ و ۱۹۰). لذا برای سرمایه‌گذاری مؤثر، سیاست‌گذاران

اقتصادی باید سازه اقتصادی جامعه را در بافت جهانی شبکه‌های اقتصادی و بازارهای مالی درک کنند و سپس متناسب با اولویت‌ها و اهداف اقدام به جلب سرمایه داخلی و خارجی نمایند و در این مسیر، موانع موجود بر سر راه سرمایه‌گذاری را با اقداماتی چون پیروی از اصول حقوق تجارت بین‌الملل، همکاری با نهادهای مالی بین‌المللی، مبارزه با فساد مالی، پول‌شویی و رانت (که نابودگر سرمایه و صاحبان سرمایه‌اند) و رفع ناترازی‌های کلان خصوصاً ناترازی در زمینه انرژی ـ که هم بخش صنعتی‌تولیدی، هم خدماتی و هم کشاورزی از آن لطمه می‌بیندـ بردارند.

اقدام مؤثر دیگر در راه بیشینه‌سازی سرمایه‌گذاری و سرمایه‌پذیری، تقویت بخش خصوصی مستقل و قدرتمند است. یکی از دلایل ایجاد بوروکراسی منفی در جامعه که از موانع سرمایه‌گذاری و اساساً مدیریت بهینه است، عدم توجه به قدرت بخش خصوصی است؛ «شرکتی خصوصی که صرفاً براساس ملاحظات اقتصاد خصوصی ـ یعنی در راستای تحقق بیشترین سوددهی ـ اداره می‌شود، هیچ‌گاه نمی‌تواند بوروکراتیک شود، حال هرقدر هم که بزرگ باشد… شرکت‌ها تا وقتی به سود می‌نگرند، از همه آفت‌های بوروکراتیک‌سازی دراماند» (میزس، لیبرالیسم: ۱۶۲) در واقع بخش خصوصی مستقل و کارآمد می‌تواند ذیل پیروی از قوانین، چابک‌تر و بهینه‌تر از دستگاه دیوان‌سالاری عریض و طویل دولت به جذب، جمعیع یا تولید سرمایه بپردازد و با بازارهای مالی جهانی در راستای تأمین سرمایه و منافع اقتصادی جامعه به چانه‌زنی و تعامل بپردازد. جامعه‌ای که نگاهی جهانی به بازارهای مالی دارد، از اصول جهان‌شمول علم اقتصاد بهره می‌برد و تفکر شبکه‌محور دنیای امروز را درک کرده است، پس باید به قدرت بازار رقابتی و بخش خصوصی اهمیت دهد: «اگر پیوسته برای بهبود و توسعه روش‌های تولید کار می‌شود، تنها به این دلیل است که همه کارفرمایان بی‌وقفه در رقابتند و اگر به سودده‌ترین نحو ممکن تولید نکنند، بی‌محابا ریشه‌کن می‌شوند.

اگر این مهمیز کنار گذاشته شود، در تولید نیز دیگر پیشرفتی وجود نخواهد داشت و در اجرای روش‌های سنتی نیز از تلاش برای بازدهی اقتصادی خبری نخواهد بود … اگر رقابت میان تولیدکنندگان برچیده شود، چقدر همچنان می‌توان تولید کرد؟ در پاسخ این پرسش هیچ شک و شبهه‌ای وجود ندارد» (میزس، لیبرالیسم: ۱۱۵).

چیرگی بوروکراسی منفی و به اصطلاح کاغذبازی بر دنیای تجارت و تولید که درهزارتوی تبصره‌ها و بندهای مختلف راه را بر کارآفرین، صاحبان سرمایه و سرمایه‌گذار می‌بندد، منجر به رکود عمومی در جامعه می‌شود. لودویگ فون میزس به‌درستی پیش‌بینی کرد که «جوهر اقتصاد بازار این است که کنش‌های اقتصادی افراد نه با دستور دولت، بلکه به‌گونه‌ای خودانگیخته از سوی خود افراد انجام می‌شود. این نیازمند این است که پول، وسیله مبادله، از تأثیر سیاسی مستقل باشد. اگر چنین نباشد در سال‌های آینده با مجموعه‌ای از شکست‌های انواع سیاست‌های پولی و اعتباری دولت مواجه خواهیم شد» (میزس، همان: ۱۹۷) در خاتمه این بخش از جستار باز نقبی به تاریخ می‌زنیم؛ گرچه اقتصادهای پیشامُدرن پیچیدگی‌ها، خصوصیات و قواعد دنیای امروز را نداشتند، اما حاکمان خردمند بر این واقف بودند که بازگذاشتن دست تُجار و بازرگانان و به‌نوعی در برخی دوره‌ها، کاستن از تصدی‌گری دولت در اقتصاد و محدودساختن نقش دولت به فراهم‌ساختن بسترهای لازم برای ژشد و تجارت همانند ساخت جاده‌ها، آبراهه‌ها، کاروانسراها، تأمین امنیت مسیرها و مبارزه با یاغیان و راهزنان، برای خارج‌ساختن جامعه از ژکود و قراردادن آن در مسیر ژشد و آبادانی ضروری است: «ابن الأثیر در مورد لغو عوارض واردات توسط نظام‌الملک و ملکشاه [سلجوقی] گزارش داده است. هم‌چنین بنا برکتاب جامع التواریخ، سلطان محمد بن ملکشاه نیز گرفتن عوارض مالیاتی از تاجران را لغو کرد. در ماه شعبان سال ۵۰۱ ه‍.ق، به فرمان سلطان محمد [سلجوقی] مردم عراق

از پرداخت مالیات بر دادوستد و عوارض راه‌ها معاف شدند و این فرمان را بر لوح نوشته، در بازارها آویختند و بدین ترتیب، امور بازرگانی در آن سرزمین رونق گرفت» (فروزانی: ۴۲۳)

۲. نگاه بلندمدت

یکی از آفاتی که گریبان جامعه را می‌گیرد، شکاف میان پندار و کردار است. گرچه سیاست‌گذاران اقتصادی اذعان دارند که سرمایه تنها منحصر به اعتبار پولی و مالی نیست و شامل صورت‌های مختلف و مهمی چون سرمایه طبیعی، انسانی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می‌شود، اما در عمل بی‌توجهی به این سرمایه‌ها و توجه صرف به سرمایه پولی باعث تمرکز بر مؤلفه‌ای می‌گردد که به‌تنهایی قادر به تولید و ایجاد ژشد نیست. نگاه بلندمدت به سرمایه یعنی توجه به همه صُور و اشکال مختلف آن چه در قالب سرمایه مادی و پولی و چه انسانی و نخبگانی و چه سیاسی و اجتماعی. این نگاه بلندمدت و فراگیر به سرمایه است که می‌تواند سازه اقتصادی و مدیریتی جامعه را سرپا نگاه دارد، مشکلات آن را رفع کند و برای دستاوردهای کوتاه یا بلندمدت برنامه‌ریزی کند. شاید ذکر یک مثال از غفلت نسبت به سرمایه تاریخی بحث را روشن سازد. کامیار عیدی باستان‌شناس و عیلام‌شناس برجسته می‌گوید: «… آنشان



آرامگاه خواجه‌نظام‌الملک (مربوط به دوره سلجوقیان-قرن۵هـ) در اصفهان

(ملیان امروزی) شهری که احتمالاً مرکز اصلی سیاسی و مخزن فرهنگی عیلام بوده، به‌تازگی در سال ۱۹۶۸ کشف شده و فقط ۲/۵ درصد از مساحت ۲۰۰ هکتاریش حفاری شده است» (دریایی: ۱۴). غفلت از سرمایه میراث فرهنگی و تاریخی تنها به پژوهش‌های دانشگاهی و دانشوران مربوط نیست، بلکه حتی از منظر اقتصاد گردشگری و تاریخی، با توجه به قدمت بسیار دیرینه ایران، نخست، نگاه همه‌جانبه به سرمایه از جمله سرمایه تاریخی-فرهنگی و دوم سرمایه‌گذاری برای پژوهش‌های دانشگاهی، کاوش‌های باستان‌شناختی، ساخت و تجهیز موزه‌های مختلف و حمایت از سرمایه دیگر یعنی سرمایه انسانی-نخبگانی (دانشوران و محققان) خود به چرخه‌ای از سودآوری مالی و مادی نیز تبدیل می‌گردد. در این مدل فکری یعنی نگاه بلندمدت و همه‌جانبه به سرمایه، تنها یک مؤلفه برجسته نمی‌گردد و دیگر مؤلفه‌های مهم و تأثیرگذار مغفول نمی‌مانند، بلکه این نوع از نگاه به «سرمایه و سرمایه‌گذاری» سیستم و شبکه‌ای از تعاملات میان اشکال مختلف سرمایه از اعتبار پولی تا سرمایه تاریخی و فرهنگی می‌سازد که با یکدیگر در برهم‌کنش و تولید سرمایه مؤلد به‌سر می‌برند و در این مُدل همه جامعه متناسب با دغدغه، نیاز و حوزه زیست و کار خویش، منتفع می‌گردد. محیط‌زیست، اقلیم، زیست‌بوم، تاریخ و فرهنگ و «مردم» (انسانی-نخبگانی) ستون‌های سترگ ژشد و توسعه همراه با سرمایه پولی- مالی هستند. ***III***

منابع

- ابوالقاسم فروزانی، سلجوقیان از آغاز تا فرجام، نشر سمت، ۱۳۹۳
- استیون رادلت، جهش عظیم، ترجمه صالح واحدی، نشر ثالث، ۱۴۰۳
- تورج دریایی، پادشاه هفت اقلیم، ترجمه سارا مشایخ، نشر ققنوس، ۱۴۰۳
- لودویگ فون میزس، بازار آزاد و دشمنان آن، ترجمه مهدی تدینی، نشر پارسه، ۱۴۰۳
- لودویگ فون میزس، لیبرالیسم، ترجمه مهدی تدینی، نشر پارسه، ۱۴۰۳

تحلیل رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری و چالش‌های تولید در ایران

و
راهکارهای عملیاتی برای جهش اقتصادی با نگاهی به تجربیات جهانی



دکتر فرشید شکرخدايي

رئيس کمیسیون سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اتاق ایران



/// اقتصاد ایران در دهه اخیر با چالش‌های ساختاری عمیقی دست به گریبان بوده که ریشه در عوامل درونی و بیرونی متعددی دارد. بررسی دقیق شاخص‌های کلان اقتصادی نشان می‌دهد که عملکرد اقتصادی کشور نه‌تنها در مقایسه با استانداردهای جهانی، بلکه حتی در قیاس با بسیاری از کشورهای هم‌سطح نیز ضعیف ارزیابی می‌شود. بر اساس آخرین گزارش‌های بانک مرکزی در سال ۱۴۰۲، متوسط نرخ رشد اقتصادی ایران در یک دهه گذشته حدود ۱/۵ درصد ثابت مانده است که این رقم در مقایسه با متوسط رشد ۳/۱ درصدی اقتصاد جهانی (طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول در سال ۲۰۲۳) و رشد چشمگیر ۵/۶ درصدی ترکیه و ۷/۵ درصدی هند در همان دوره، نشان‌دهنده عقب‌ماندگی فزاینده اقتصاد ایران است. ساختار اقتصادی ایران همچنان به شکل نگران‌کننده‌ای به درآمدهای نفتی وابسته است. آمارهای تفصیلی سال ۱۴۰۱ حاکی از آن است که سهم بخش نفت و گاز در تولید ناخالص داخلی حدود ۲۵ درصد است، درحالی‌که این وابستگی در بسیاری از کشورهای موفق منطقه به کمتر از ۱۰ درصد کاهش یافته است. بخش خدمات با ۵۱ درصد و صنعت با ۲۴ درصد سهم در

GDP، نتوانسته‌اند نقش جایگزین مناسبی برای درآمدهای نفتی ایفا کنند. نکته تأمل‌برانگیزتر، روند کاهشی مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری‌های ثابت از ۳۵ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۲۸ درصد در سال ۱۴۰۱ است که همزمان با افزایش سهم دولت از ۴۲ درصد به ۴۹ درصد همراه بوده و نشان‌دهنده روند خطرناک دولتی‌تر شدن اقتصاد کشور است.

معضل بهره‌وری پایین نیروی کار به‌عنوان یکی از عمیق‌ترین چالش‌های ساختاری اقتصاد ایران خودنمایی می‌کند. برآوردهای دقیق سازمان بین‌المللی کار نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار در ایران نه‌تنها پایین‌تر از استانداردهای جهانی است، بلکه ۴۳ درصد کمتر از متوسط منطقه خاورمیانه نیز هست. این ضعف ساختاری زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بدانیم سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی ایران تنها ۰/۶ درصد است که حدود یک‌سوم متوسط جهانی و یک‌هشتم استاندارد کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود. در مقابل، تجربه موفق کشورهایی مانند کره جنوبی که با سرمایه‌گذاری هدفمند ۴/۸ درصدی از تولید ناخالص داخلی در بخش تحقیق و توسعه، به یکی از پیشرفته‌ترین اقتصادهای جهان

تبدیل شده، می‌تواند الگوی مناسبی برای ایران باشد.

در زمینه سرمایه‌گذاری‌های دولتی، گزارش‌های تفصیلی دیوان محاسبات در سال ۱۴۰۲ تصویر نگران‌کننده‌ای ارائه می‌دهد. حدود ۶۰ درصد پروژه‌های عمرانی دولتی با تأخیرهای فاحش بیش از سه سال مواجه هستند و هزینه‌های اضافی این پروژه‌ها به‌طور متوسط ۳۵ درصد برآورد شده است. مطالعه تطبیقی **دو پروژه راه‌آهن تهران-مشهد با هزینه ۴۸ هزار میلیارد تومان و تأخیر هفت‌ساله که تنها بازدهی ۱۲ درصدی داشته، در مقابل پروژه نیروگاه سیکل ترکیبی زرنند با مشارکت بخش خصوصی که با هزینه ۳۲ هزار میلیارد تومان و تأخیر یک‌ساله به بازدهی ۲۸ درصدی دست یافته، به وضوح نشان می‌دهد که چگونه مدیریت دولتی می‌تواند به هدررفت منابع ملی منجر شود.**

پدیده رانت‌جویی و سوءاستفاده از تسهیلات بانکی به معضلی مزمن در اقتصاد ایران تبدیل شده است. آمارهای رسمی بانک مرکزی نشان می‌دهد در سال ۱۴۰۱ حدود ۹۲۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به بخش تولید پرداخت شده، اما همزمان مطالبات معوق بانکی از ۱۲۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۰ به ۲۱۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱ افزایش یافته که نشان‌دهنده گردش نادرست منابع مالی در اقتصاد است. بررسی میدانی ۱۰۰ شرکت دریافت‌کننده تسهیلات نشان می‌دهد ۴۳ درصد از این منابع در فعالیتهای غیرتولیدی مصرف شده و تنها ۱۵ درصد از طرح‌ها به اهداف تعیین‌شده دست یافته‌اند که حکایت از ضعف نظارتی و ناکارآمدی نظام تخصیص منابع دارد. در حوزه جذب سرمایه‌گذاری خارجی، شکاف

ایران با کشورهای مشابه روز‌به‌روز در حال افزایش است. در سال ۲۰۲۲، امارات متحده عربی با جذب ۲۳ میلیارد دلار و ترکیه با ۱۸ میلیارد دلار سرمایه خارجی، جایگاه مناسبی در اقتصاد جهانی پیدا کرده‌اند، درحالی‌که این رقم برای ایران تنها ۱/۲ میلیارد دلار بوده است. شاخص حمایت از سرمایه‌گذاران در ایران ۳/۲ از ۱۰ است که در مقایسه با امتیاز ۸/۷ سنگاپور و ۷/۹ ترکیه، به‌وضوح نشان‌دهنده فضای نامناسب سرمایه‌گذاری و ضعف ساختارهای حقوقی در کشور است. با توجه به تحلیل عمیق وضعیت موجود و بررسی تجربیات موفق جهانی، به نظر می‌رسد اقتصاد ایران نیازمند تحولی اساسی در چند محور اصلی است:

اولاً، افزایش سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی به حداقل ۲/۵ درصد باید در اولویت قرار گیرد. این امر مستلزم طراحی نظام جامع نوآوری، ایجاد پیوند مؤثر بین دانشگاه و صنعت و توسعه مراکز تحقیق و توسعه در بنگاه‌های اقتصادی است. کشورهایی مانند فنلاند و کره جنوبی نشان داده‌اند که چگونه سرمایه‌گذاری هدفمند در این بخش می‌تواند به پیشران اصلی رشد اقتصادی تبدیل شود.

ثانیاً، اصلاح ساختار تأمین مالی از طریق توسعه بازار سرمایه و کاهش وابستگی به سیستم بانکی ضروری است. تجربه موفق ترکیه که توانسته سهم بورس در تأمین مالی را به ۴۵ درصد و سهم سرمایه‌گذاری خطرپذیر را به ۱۲ درصد برساند، می‌تواند الگوی مناسبی باشد. ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر تخصصی، توسعه بازار بدهی و معرفی ابزارهای مالی جدید می‌تواند به تأمین مالی پایدار بخش تولید کمک کند.

برآوردهای دقیق سازمان بین‌المللی کار نشان می‌دهد که بهره‌وری نیروی کار در ایران نه‌تنها پایین‌تر از استانداردهای جهانی است، بلکه ۴۳ درصد کمتر از متوسط منطقه خاورمیانه نیز هست. این ضعف ساختاری زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بدانیم سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی ایران تنها ۰/۶ درصد است که حدود یک‌سوم متوسط جهانی و یک‌هشتم استاندارد کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود.

ثالثاً، بهبود فضای کسب‌وکار نیازمند تحولی اساسی در نظام اداری و بوروکراسی کشور است. کاهش زمان اخذ مجوزها از ۷۲ روز فعلی به حداکثر ۷ روز، دیجیتالی‌کردن کامل فرآیندها و ایجاد پنجره واحد خدمات می‌تواند به افزایش رقابت‌پذیری اقتصاد ملی بینجامد. تجربه گرجستان در کاهش زمان راه‌اندازی کسب‌وکار به دو روز نشان می‌دهد که این امر کاملاً قابل دستیابی است.

رابعاً، جذب سرمایه‌گذاری خارجی مستلزم ایجاد ثبات حقوقی و شفاف‌سازی قوانین است. ایجاد صندوق تضمین سرمایه‌گذاری خارجی با سرمایه اولیه ۵ میلیارد دلار، تصویب قانون جامع حمایت از سرمایه‌گذاران خارجی و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی سرمایه‌گذاری می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران بین‌المللی را جلب کند.

در پایان باید تأکید کرد که تحقق رشد اقتصادی پایدار ۶ درصدی در پنج سال آینده، جذب سالانه ۱۵ میلیارد دلار سرمایه خارجی و کاهش سهم دولت در سرمایه‌گذاری به ۳۰ درصد، نیازمند عزم ملی، مدیریت هوشمندانه و اجرای دقیق سیاست‌های اصلاحی است. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که ادغام هوشمندانه در اقتصاد جهانی، بهبود شاخص‌های حکمرانی و توجه به توسعه مبتنی بر دانش، کلید موفقیت در جهان امروز است. ایران با برخورداری از نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده، منابع طبیعی غنی و موقعیت استراتژیک جغرافیایی، تمام پتانسیل‌های لازم برای تبدیل شدن به یک قدرت اقتصادی منطقه‌ای را داراست، اما بهره‌گیری از این فرصت‌ها نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی، مدیریت کارآمد و اجرای دقیق اصلاحات ساختاری است. **///**

مدیریت سرمایه در ایران؛ قواعد بازی در میدان عدم قطعیت



اقتصاد ایران ویژگی‌هایی دارد که مدیریت سرمایه در آن را پیچیده‌تر می‌کند. نرخ تورم بالا و مزمن، نوسانات شدید نرخ ارز، عدم پیش‌بینی پذیری سیاست‌گذاری‌های کلان، تحریم‌های اقتصادی و محدودیت‌های بانکی، همگی موجب شده‌اند سرمایه‌گذاران نتوانند بر پایه منطق‌های کلاسیک ریسک و بازده تصمیم‌گیری کنند.



دکتر سید محمد هاشمی‌نژاد

عضو هیئت‌علمی دانشگاه و رئیس هیئت‌مدیره سکوی تأمین مالی جمعی اوپال

/// مقدمه: ضرورت و مفهوم مدیریت سرمایه

در فضای اقتصاد متغیر و پر نوسان ایران، مدیریت سرمایه یک فعالیت تخصصی اختیاری نیست، بلکه ضرورتی انکارناپذیر برای بقا، رشد و جلوگیری از فرسایش دارایی‌ها محسوب می‌شود. سرمایه‌گذاری در این فضا با موجی از عدم قطعیت‌ها، شوک‌های بیرونی و مداخلات سیاسی همراه است. در نتیجه، مفهوم مدیریت سرمایه نه‌تنها به انتخاب حوزه‌های سرمایه‌گذاری برتر، بلکه به طراحی استراتژی‌هایی برای حفظ ارزش واقعی سرمایه، کاهش ریسک‌های سیستمی و حداکثرسازی بازده تعدیل‌شده با ریسک اشاره دارد. این مقاله با نگاهی تحلیلی، وضعیت کنونی مدیریت سرمایه در ایران را بررسی کرده، موانع ساختاری و رفتاری آن را شناسایی می‌کند و در نهایت راهکارهایی برای ارتقای عملکرد سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی ارائه می‌دهد.

ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران

اقتصاد ایران ویژگی‌هایی منحصربه‌فرد دارد که مدیریت سرمایه در آن را پیچیده‌تر می‌کند. نرخ تورم بالا و مزمن، نوسانات شدید نرخ ارز، عدم پیش‌بینی پذیری سیاست‌گذاری‌های کلان، تحریم‌های اقتصادی و محدودیت‌های بانکی، همگی موجب شده‌اند سرمایه‌گذاران نتوانند بر پایه منطق‌های کلاسیک ریسک و بازده تصمیم‌گیری کنند. این ویژگی‌ها موجب شده‌اند مدیریت سرمایه در ایران ماهیتی تاکتیکی، چابک و مبتنی بر واکنش سریع داشته باشد، در حالی که در فضای جهانی، بیشتر رویکردی بلندمدت و مبتنی بر تحلیل‌های بنیادین دارد.

ریسک‌های سیستماتیک اقتصاد ایران

سرمایه‌گذار ایرانی چه حقیقی و چه نهادی، با ریسک‌های سیستماتیکی مواجه است که از کنترل وی خارج هستند. این ریسک‌ها شامل شوک‌های ارزی، تغییرات سیاست‌گذاری ناگهانی، تحریم‌ها، نوسانات قیمت انرژی، مداخله‌های دولت در بازارها و عدم شفافیت در اطلاعات مالی هستند. هر یک از این عوامل

می‌تواند سود یک سرمایه‌گذاری را به زیان تبدیل کند، حتی اگر تحلیل اولیه دقیق بوده باشد. به همین دلیل، مدیریت سرمایه در ایران نیازمند ابزارهایی برای مدیریت این ریسک‌های بیرونی است، نه صرفاً تحلیل داخلی دارایی‌ها.

فقدان چشم‌انداز باثبات و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری

یکی از چالش‌های بزرگ در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری در ایران، فقدان افق قابل پیش‌بینی است. در بسیاری از کشورها، ثبات نسبی قوانین، سیاست‌های پولی و برنامه‌های توسعه‌ای به سرمایه‌گذار اجازه می‌دهد افق زمانی سرمایه‌گذاری خود را مشخص کند، اما در ایران بسیاری از سرمایه‌گذاران درگیر تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت هستند، زیرا نمی‌توانند آینده را با درجه معقولی از قطعیت پیش‌بینی کنند. نتیجه این وضعیت، تمایل به سفته‌بازی، ورود موقت به بازارها و حرکت از یک دارایی به دارایی دیگر بدون استراتژی مشخص است.

رفتار سرمایه‌گذار ایرانی: نگاه کوتاه‌مدت، پناه به دارایی‌های ملموس

مطالعات میدانی و تجربیات بازار نشان می‌دهد که بخش قابل‌توجهی از سرمایه‌گذاران ایرانی، خصوصاً در بخش خُرد، به‌جای تحلیل‌های بنیادی و استراتژیک، به تصمیم‌گیری‌های هیجانی و تقلیدی گرایش دارند. رفتار گله‌ای، خرید در اوج و فروش در کف و تمایل به سرمایه‌گذاری در دارایی‌های ملموس مانند طلا، ارز و ملک از مشخصه‌های اصلی این الگوست. این رفتارها ناشی از بی‌اعتمادی به بازارهای رسمی، ضعف در آموزش مالی و تجربه‌های تلخ گذشته است.

نقش سیاست‌های پولی و ارزی در تصمیمات سرمایه‌گذاری

یکی از تعیین‌کننده‌ترین عوامل در استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در ایران، سیاست‌های ارزی و پولی است. نوسانات نرخ ارز نه‌تنها قیمت واردات و صادرات را دگرگون می‌کند، بلکه به‌طور

مستقیم بر تصمیمات سرمایه‌گذاری خانوارها و بنگاه‌ها تأثیر می‌گذارد. وقتی ارزش پول ملی در حال سقوط است، حفظ سرمایه حتی در وضعیت خنثی نیز مطلوب محسوب می‌شود؛ بنابراین، سرمایه‌گذار بیش از آنکه به بازدهی مطلق بیندیشد، دغدغه حفظ قدرت خرید را دارد.

چالش تورم ساختاری و فرار سرمایه

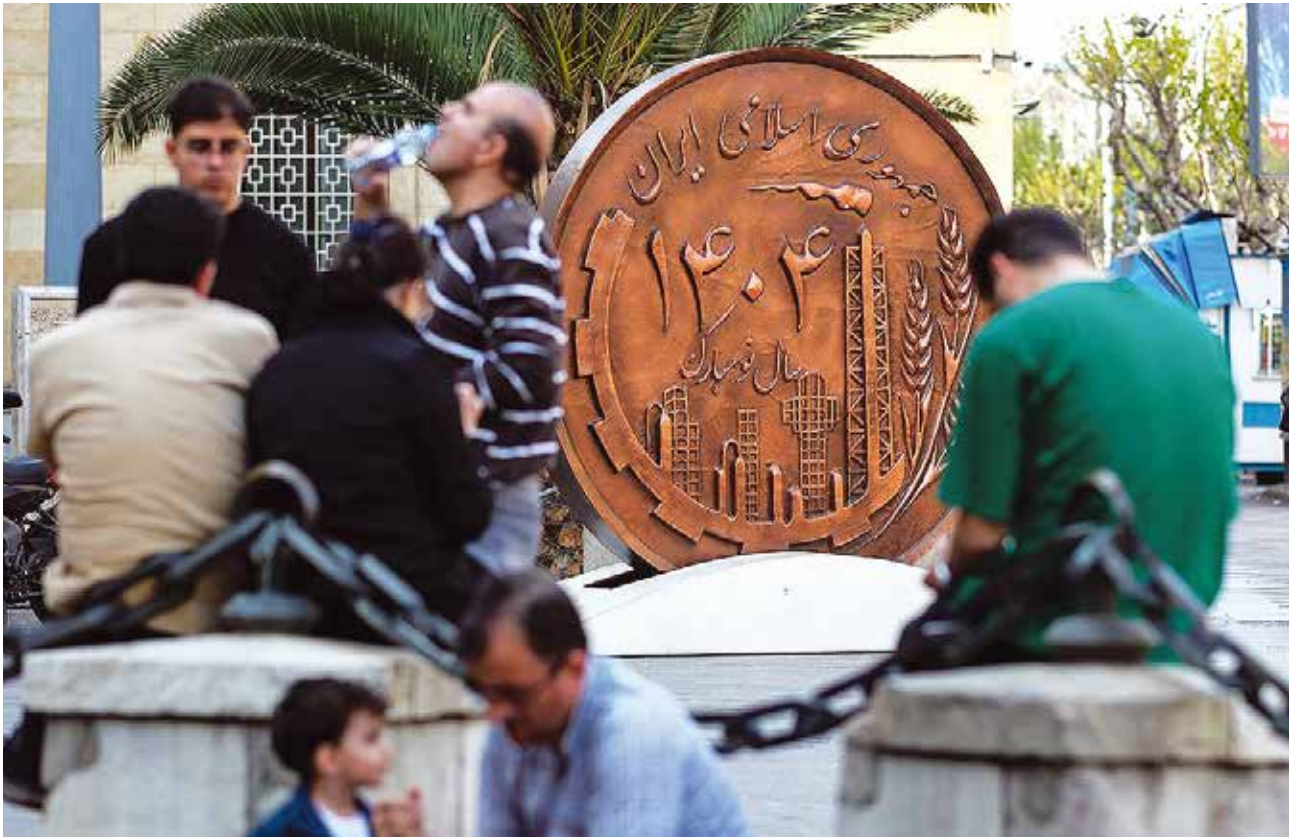
تورم دورقمی مزمن که در سال‌های اخیر گاه به نرخ‌های بالای ۵۰ درصد رسیده، یکی از اصلی‌ترین دلایل بی‌ثباتی در مدیریت سرمایه است. در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاران به دنبال پناهگاه‌های امن برای سرمایه خود هستند. این شرایط به خروج سرمایه از فعالیت‌های مولد به سمت بازارهای دارایی (مانند طلا، ارز، خودرو، مسکن) دامن زده و باعث تضعیف تولید و کارآفرینی شده است. مدیریت سرمایه حرفه‌ای باید بتواند در برابر این انگیزه‌های کوتاه‌مدت مقاومت کرده و گزینه‌های میان‌مدت با بازدهی واقعی را طراحی و هدایت کند.

ضعف نهادهای مدیریت ریسک و داده محوری

یکی از خلأهای جدی در ساختار مالی کشور، نبود نهادهای تخصصی تحلیل ریسک و تولید داده‌های استاندارد است. در غیاب اطلاعات شفاف، قابل‌اتکا و به‌روز، تصمیمات سرمایه‌گذاری بیشتر بر حدس، تجربه شخصی یا داده‌های ناقص استوار است. همچنین، نهادهای مشاوره سرمایه‌گذاری، مدیریت سبد و شرکت‌های تحلیل‌گر مستقل در ایران هنوز سهم محدودی از بازار دارند و عملاً نتوانسته‌اند جایگاه مرجعی برای تصمیم‌سازی ایفا کنند. توسعه زیرساخت‌های تحلیلی، داده محور شدن تصمیمات و ترویج نهادهای تخصصی از الزامات مدیریت حرفه‌ای سرمایه است.

تعریف مدیریت سرمایه حرفه‌ای

مدیریت سرمایه حرفه‌ای به فرآیند علمی و نظام‌مند تصمیم‌گیری درباره تخصیص منابع مالی میان گزینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری با هدف حداکثرسازی بازده تعدیل‌شده با ریسک



گفته می‌شود. در این رویکرد، ابزارهای متنوعی از جمله تحلیل تکنیکال و بنیادی، مدیریت ریسک، طراحی پرتفوی و کنترل رفتاری به‌کار گرفته می‌شود. تفاوت مدیریت حرفه‌ای با نگاه سنتی در آن است که این نوع از مدیریت بر پایه تحلیل داده، انضباط مالی، اهداف بلندمدت و رعایت اصول اقتصادی بنا شده، نه بر احساسات و موج‌های رسانه‌ای یا رفتار بازار.

اصول بنیادین در مدیریت سرمایه

در مدیریت سرمایه، اصولی وجود دارد که رعایت آن‌ها ضامن پایداری و موفقیت در بلندمدت است:

اصل اول؛ (Diversification) تنوع‌بخشی برای کاهش ریسک غیرسیستماتیک،

اصل دوم؛ تعیین هدف و افق زمانی مشخص،

اصل سوم؛ پذیرش ریسک در تناسب با ظرفیت روانی و مالی سرمایه‌گذار،

اصل چهارم؛ انضباط در پایبندی به استراتژی،

اصل پنجم؛ بازنگری دوره‌ای و اصلاح پرتفوی.

در فضای ایران، این اصول باید با ملاحظات بومی به دلیل ریسک‌های سیاسی، شوک‌های ارزی و محدودیت ابزارها تطبیق داده شود.

روش‌های تخصیص بهینه دارایی‌ها در فضای پرنوسان در یک اقتصاد پرنوسان مانند ایران، تخصیص بهینه دارایی‌ها نیازمند ترکیبی از هنر و علم است. چارچوب‌هایی مانند مدل مارکویتز، CAPM یا Value at Risk در حالت ایده‌آل مفیدند، اما در عمل باید با رویکرد تطبیقی به‌کار روند؛ به‌طور مثال، یک پرتفوی متعادل ممکن است ترکیبی از بازار سرمایه، طلا، ارز، املاک و صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت باشد. با توجه به رفتار ضدچرخه‌ای برخی بازارها، ایجاد همبستگی منفی میان اجزای پرتفوی کلید اصلی مدیریت سرمایه در ایران است.

مدیریت سرمایه شخصی و شرکتی؛ تفاوت‌ها و شباهت‌ها

در حالی که اصول بنیادین مدیریت سرمایه در هر دو سطح شخصی و سازمانی مشابه هستند، اما تفاوت‌های عملیاتی بسیاری میان آن‌ها وجود دارد. در سطح شخصی، اهداف اغلب شامل حفظ قدرت خرید، پس‌انداز برای بازنشستگی یا تأمین آینده فرزندان است، در حالی که در سطح سازمانی، مدیریت سرمایه به اهدافی چون افزایش ارزش سهام‌داران، مدیریت نقدینگی، تأمین

مالی پروژه‌ها و حفاظت از دارایی‌های شرکت مرتبط می‌شود. در ایران بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط از فقدان استراتژی رسمی برای مدیریت سرمایه رنج می‌برند.

ابزارهای مالی موجود و غایب در ایران

اگرچه بازار سرمایه ایران در سال‌های اخیر گسترش یافته، اما تنوع ابزارهای مالی هنوز محدود است. ابزارهایی مانند اختیار معامله، قراردادهای آتی، صندوق‌های جسورانه یا ابزارهای تأمین مالی اسلامی (صکوک) تنها در حد محدود فعال هستند. عدم توسعه بازار بدهی، نبود ابزارهای مدیریت ریسک نرخ ارز و نرخ بهره و خلأ صندوق‌های پوشش ریسک، همگی موجب کاهش کارایی ابزارهای موجود شده‌اند. توسعه این ابزارها نه‌تنها به تعمیق بازارها کمک می‌کند، بلکه به سرمایه‌گذار امکان مدیریت حرفه‌ای‌تر سرمایه را خواهد داد.

ضرورت نهاده‌سازی تفکر پرتفوی

هنوز بسیاری از سرمایه‌گذاران در ایران، نگاه تک‌محصولی یا تمرکز بالا بر یک بازار خاص دارند؛ برای مثال، افراد بسیاری کل دارایی خود را در طلا، مسکن یا ارز قرار می‌دهند. این در حالی است که در سطح جهانی، مفهوم پرتفوی یا سبد سرمایه‌گذاری، اصلی‌ترین ابزار برای کاهش ریسک و تثبیت بازدهی است. نهاده‌سازی این رویکرد از طریق آموزش



مالی، مشاوره تخصصی و تقویت دسترسی به ابزارهای تنوع‌بخش می‌تواند نقطه عطفی در مدیریت حرفه‌ای سرمایه در کشور باشد.

نقش فناوری و پلتفرم‌های دیجیتال در مدیریت سرمایه

با گسترش فین‌تک و ابزارهای دیجیتال، مدیریت سرمایه در بسیاری از کشورها متحول شده است. در ایران نیز گرچه محدودیت‌هایی نظیر فیلترینگ، مشکلات دسترسی به بازارهای جهانی و ضعف زیرساخت وجود دارد، اما پلتفرم‌هایی مانند سامانه معاملات آنلاین، صندوق‌های ETF، سوپر اپ‌های مالی و ابزارهای هوش مصنوعی در حال رشد هستند. پلتفرم‌های مقایسه بازده، ابزارهای سیگنال‌دهی مبتنی بر تحلیل تکنیکال و بنیادی، اپلیکیشن‌های بودجه‌بندی و مدیریت مالی شخصی، همگی در خدمت حرفه‌ای‌سازی سرمایه‌گذاری در آمده‌اند. آینده مدیریت سرمایه بدون اتوماسیون، کلان‌داده و هوش مصنوعی قابل‌تصور نیست.

روان‌شناسی مالی و رفتار سرمایه‌گذاران در ایران

یکی از چالش‌های مغفول در مدیریت سرمایه، بُعد روان‌شناختی آن است. مطالعات متعدد نشان داده‌اند که تصمیمات مالی بیشتر تحت تأثیر سوگیری‌های شناختی و عاطفی مانند ترس، طمع، تأیید طلبی، رفتار گله‌ای و تله‌ی ضرر قرار دارند تا تحلیل منطقی.

در ایران، به دلیل فقدان آموزش مالی، اثربخیری از فضای مجازی، نبود تحلیل‌گر مستقل و روندهای کوتاه‌مدت، رفتارهای هیجانی در بازارها کاملاً مشهود است. مقابله با این چالش نیازمند دو رویکرد است: یک؛ تقویت سواد مالی عمومی و دو؛ طراحی ابزارهایی برای خنثی‌سازی رفتارهای غیرعقلایی مانند صندوق‌های هدف‌دار، ربات‌های مشاور و سیستم‌های هشدار ریسک.

تصمیم‌گیری تحت عدم قطعیت؛ هنر مدیریت در ایران

یکی از ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در ایران، شدت بالای عدم قطعیت است. از تحریم‌ها تا



تغییرات ناگهانی نرخ ارز، از سیاست‌های نامنظم مالی تا نوسانات مقرراتی همگی تصمیم‌گیری را دشوار می‌کنند. این شرایط نیازمند پارادایم متفاوتی در مدیریت سرمایه است؛ جایی که «انعطاف»، «سناریونویسی»، «تحلیل حساسیت» و «استراتژی‌های تاب‌آوری» باید جایگزین مدل‌های ساکن شوند.

برای مثال، داشتن چند سناریوی محتمل اقتصادی و پرتفویی که در هرکدام عملکرد قابل‌قبولی داشته باشد، بسیار مهم‌تر از پیش‌بینی یک مسیر مشخص است.

جایگاه مدیریت نقدینگی در معماری سرمایه‌گذاری مدیریت سرمایه تنها درباره انتخاب دارایی نیست، بلکه درباره زمان‌بندی ورود و خروج، مدیریت جریان نقد و حفظ انعطاف مالی نیز هست. در ایران، شرایط خاص نقدشوندگی برخی بازارها مانند مسکن یا حتی بورس در شرایط اصلاح شدید، لزوم طراحی یک استراتژی نقدینگی مشخص را دوچندان می‌کند.

داشتن بخشی از دارایی در قالب ابزارهای نقدشونده، مانند صندوق‌های درآمد ثابت، سپرده‌های کوتاه‌مدت و دارایی‌های دارای بازار فعال، تضمین‌کننده قدرت مانور در بحران‌هاست.

جایگاه طلا، ارز، رمز ارز و املاک در پرتفوی ایرانی

در ایران، چهار دارایی سنتی یعنی طلا، ارز، مسکن و اخیراً رمز ارزها نقش کلیدی در پرتفوی شهروندان ایفا می‌کنند که هرکدام ویژگی‌های خاصی دارند: **طلا:** دارایی ضدتورمی و امن در برابر شوک‌های سیاسی، ارز؛ پوشش‌دهنده ریسک کاهش ارزش ریال، اما پر ریسک در کوتاه‌مدت، **رمز ارز:** پتانسیل رشد بالا با ریسک قانونی و نوسان شدید،

مسکن؛ دارایی پایدار، اما با نقدشوندگی پایین و نیاز به سرمایه بالا. ترکیب صحیح این دارایی‌ها به‌تناسب سن، ریسک‌پذیری و اهداف سرمایه‌گذار می‌تواند یک لایه محافظتی مؤثر در برابر نوسانات اقتصاد ایران ایجاد کند.

سنجش عملکرد مدیریت سرمایه

مدیریت سرمایه بدون سنجش مستمر عملکرد، شبیه به حرکت در مه بدون قطب‌نماست. آنچه باعث پایداری و موفقیت در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری می‌شود، نه صرفاً انتخاب‌های اولیه، بلکه فرآیند «پایش، ارزیابی و اصلاح مسیر» است. در فضای اقتصادی ایران که متغیرهای کلان مرتباً تغییر می‌کنند، اهمیت این سنجش دوچندان می‌شود.

در شرکت‌های حرفه‌ای، مدیریت عملکرد سرمایه‌گذاری به‌صورت دوره‌ای انجام می‌شود. این فرآیند شامل بررسی نتایج سرمایه‌گذاری‌ها در مقایسه با اهداف اولیه، تحلیل دلایل موفقیت یا انحراف و شناسایی تصمیم‌های درست یا اشتباه گذشته است؛ مثلاً اگر یک شرکت بخشی از سرمایه‌اش را به بازار ملک یا طلا اختصاص داده، لازم است نه‌تنها بازده مالی این سرمایه‌گذاری ارزیابی شود، بلکه بررسی گردد که آیا این بازده با هدف اولیه (مثلاً حفظ ارزش دارایی یا سودآوری ارزی) همسو بوده یا خیر. یکی دیگر از جنبه‌های مهم در سنجش عملکرد، بررسی «هزینه فرصت» است. گاهی یک سرمایه‌گذاری ممکن است سودآور باشد، اما در مقایسه با گزینه‌های در دسترس دیگر، عملاً موجب از دست رفتن فرصت‌های بهتر شده باشد. این نوع تحلیل، نگاه صرفاً عددی را کنار می‌زند و جای آن را به تحلیلی هوشمندانه و مبتنی بر مقایسه می‌دهد.

مطالعات میدانی و تجربیات بازار نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاران ایرانی، خصوصاً در بخش خُرد، به جای تحلیل‌های بنیادی و استراتژیک، به تصمیم‌گیری‌های هیجانی و تقلیدی گرایش دارند. رفتار گله‌ای، خرید در اوج و فروش در کف و تمایل به سرمایه‌گذاری در دارایی‌های ملموس مانند طلا، ارز و ملک از مشخصه‌های اصلی این الگوست.

همچنین در سنجش عملکرد باید به شاخص‌های کیفی نیز توجه شود؛ برای مثال، میزان نقدشوندگی دارایی‌ها، درجه شفافیت اطلاعاتی، میزان وابستگی به متغیرهای سیاسی یا ارزی و هم‌راستایی سرمایه‌گذاری با مزیت‌های رقابتی شرکت، همگی از عواملی هستند که در عملکرد بلندمدت بسیار مؤثرند، حتی اگر به‌راحتی در صورت‌های مالی قابل مشاهده نباشند.

درنهایت، سنجش عملکرد باید به یک «فرهنگ‌سازمانی» تبدیل شود، نه صرفاً یک گزارش دوره‌ای. تصمیم‌گیران باید به این باور برسند که سنجش، ابزار تنبیه یا پاداش نیست، بلکه نقشه‌ای است برای اصلاح، یادگیری و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر. در فقدان این نگاه، حتی پر سودترین پرتفوی‌ها نیز ممکن است به دلیل بی‌توجهی به مسیر، در بلندمدت به بن‌بست برسند.

جمع‌بندی: پارادایم نوین مدیریت سرمایه در ایران مدیریت سرمایه در ایران امروز، با تلاقی دو ویژگی منحصربه‌فرد شکل می‌گیرد: نوسانات شدید و فرصت‌های نامتقارن. در این محیط، سرمایه‌گذاری موفق نه با شانس، بلکه با ترکیبی از علم، انضباط، شناخت روان‌شناختی و انعطاف راهبردی به‌دست می‌آید.

چالش اصلی، عبور از نگاه سنتی، تک‌محصولی و هیجانی به سمت یک رویکرد ساختاریافته، سنجش‌پذیر و مبتنی بر اصول جهانی است، اما در بستری بومی‌شده و منطبق با ویژگی‌های خاص اقتصاد ایران. درنهایت، سرمایه‌گذاران موفق آن‌هایی نیستند که صرفاً بیشترین سود را کسب کرده‌اند، بلکه کسانی هستند که در طول زمان با حفظ سرمایه و مدیریت هوشمندانه ریسک، مسیر پایدار خلق ثروت را پیموده‌اند. **III**

موانع عملکرد بهره‌ور و باثبات بازار سرمایه در کشور

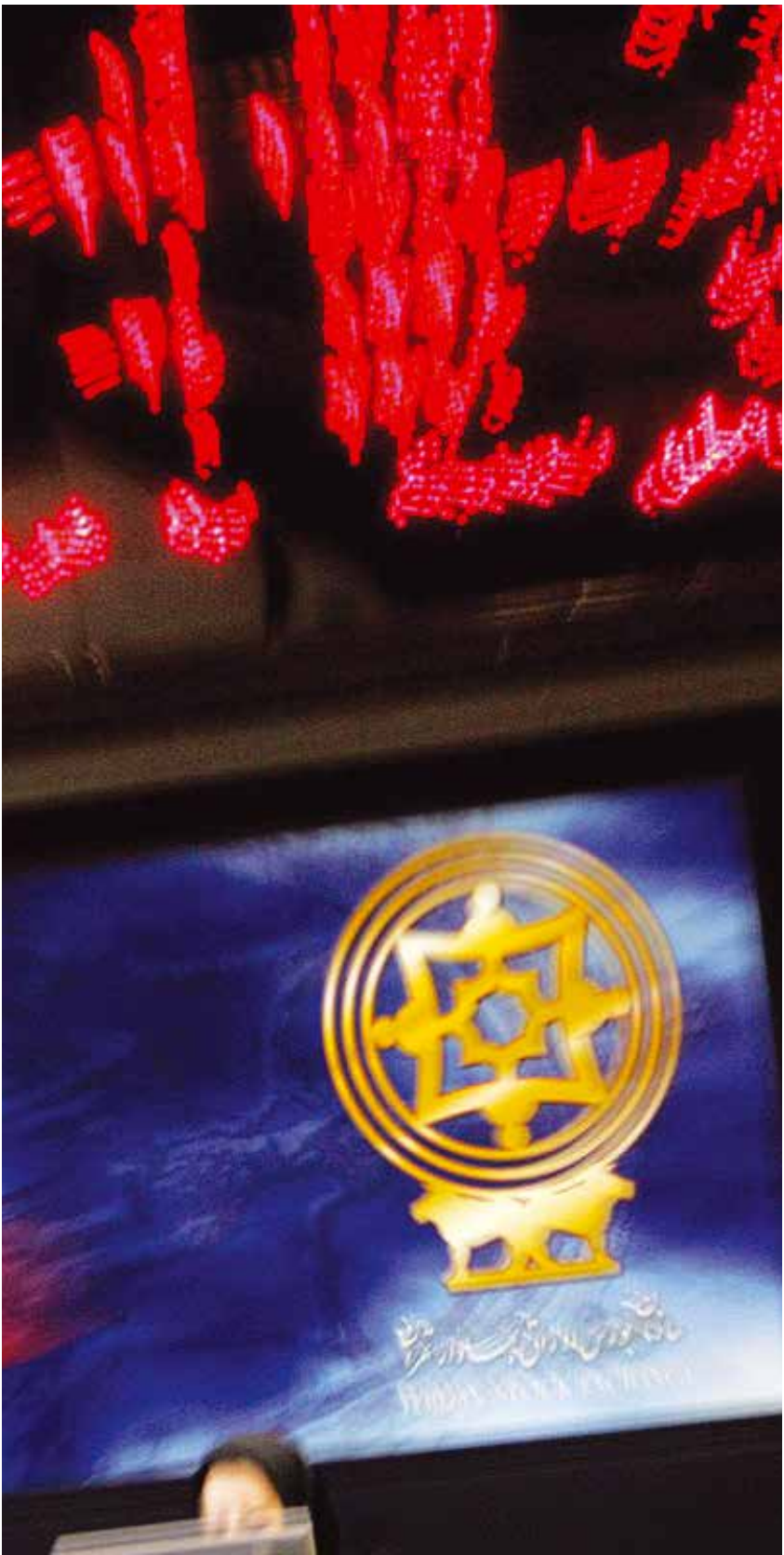


بازار سرمایه علاوه بر تأمین مالی بخش خصوصی، منبعی برای تأمین بودجه پروژه‌های زیرساختی دولتی نیز محسوب می‌شود. دولت‌ها نیز می‌توانند با انتشار اوراق مشارکت یا اوراق خزانه، سرمایه‌های موردنیاز برای اجرای پروژه‌هایی مانند ساخت نیروگاه‌ها، جاده‌ها و بیمارستان‌ها را جذب کنند.



محمد کوهستانی

کارشناس و مشاور ابرارها و نهادهای نوین مالی



زمانی که صحبت از اقتصاد یک کشور می‌شود، رونق بازار سرمایه نشانه‌ای از سلامت اقتصادی آن کشور است و توسعه آن می‌تواند محرکی برای رشد پایدار و افزایش رفاه عمومی باشد. در ابتدا لازم است با ماهیت اصلی بازار سرمایه آشنا شویم؛ ماهیتی که متأسفانه چند سالی است که در کشور ما دست‌خوش تغییراتی گردیده و مانعی بر عملکرد بهره‌ور و باثبات بازار سرمایه گردیده است. در واقع بازار سرمایه با تأمین مالی شرکت‌ها باعث توسعه فعالیت‌های آن‌ها شده و فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد می‌کند که این موضوع باعث جذب نیروی کار بیشتر و کاهش نرخ بیکاری در کشور می‌شود. در نتیجه تولید افزایش می‌یابد و درآمد بالا می‌رود و این امر بر درآمد سالیانه کشور نیز تأثیر می‌گذارد. از طرفی سرمایه‌گذاران نیز از این توسعه و رشد بهره‌مند می‌شوند و به سود و درآمد می‌رسند؛ به‌عنوان نمونه، شرکتی مانند اپل از طریق عرضه در بورس نزدک (بازار بورس سهام در ایالات‌متحده) سرمایه‌های کلانی جذب کرد و توانست هزاران شغل جدید ایجاد کند. این شرکت با افزایش بهره‌وری و نوآوری، سهم قابل‌توجهی در رشد اقتصادی ایالات‌متحده آمریکا داشت؛ به‌طوری‌که درآمد سالیانه‌ای حدود ۳۹۴ میلیارد دلار به دست آورد و این در حالی است که درآمد کشور عزیزمان ایران چیزی در حدود ۳۹۰ میلیارد دلار می‌باشد و این یعنی با کمک بازار سرمایه یک شرکت به درآمدی بالاتر از یک کشور دست یافته است. بازار سرمایه علاوه بر تأمین مالی بخش خصوصی، منبعی برای تأمین بودجه پروژه‌های زیرساختی دولتی نیز محسوب می‌شود. دولت‌ها نیز می‌توانند با انتشار اوراق مشارکت یا اوراق خزانه، سرمایه‌های موردنیاز برای اجرای پروژه‌هایی مانند ساخت نیروگاه‌ها، جاده‌ها و بیمارستان‌ها را جذب کنند مانند اتفاقی که در دوره ریاست جمهوری حسن روحانی برای اولین بار در کشور ایران رخ داد و اسناد خزانه اسلامی با نماد اخزا جهت تسویه بدهی با پیمانکاران دولت عرضه شد. حال که با اهمیت بازار سرمایه در اقتصاد

و آبادانی یک کشور آشنا شدیم، به موانع عملکرد بهره‌ور و باثبات بازار سرمایه در کشور ایران می‌پردازیم.

بی‌اعتمادی بزرگ‌ترین مانع

اگر به ده سال گذشته بازگردیم، بازار سرمایه ایران بازاری پررونق نبود، عده معدودی دانش معامله در بازار سرمایه را داشتند و افراد بیشتر از طریق مشاوره یا اطلاعات به خریدوفروش سهام می‌پرداختند که عمده این افراد در کلان‌شهرها زندگی می‌کردند و دسترسی به کارگزاری‌ها برایشان آسان بود. با پیشرفت تکنولوژی و ورود آن به بازار مالی (فین‌تک) و امکان معاملات به‌صورت آنلاین نقطه عطفی در بازار سرمایه ایران به وجود آمد. کم‌کم آوازه سرمایه‌گذاری در بورس بلند شد و به گوش دورافتاده‌ترین روستاهای ایران نیز رسید و باعث رشد روزافزون حجم معاملات و شاخص بورس گردید، اما در این ده سال، نقطه‌ای تاریک نیز در بازار سرمایه ایران به وجود آمد. برای درک بهتر چرایی بی‌اعتمادی لازم است به گذشته بازگردیم و مسائل را با دقت بیشتری بررسی نماییم. در مهرماه سال ۱۳۹۴ برنامه راهبردی جامع اقدام مشترک (برجام) به تصویب ایران و گروه ۵+۱ رسید و در دی‌ماه همان سال، اولین گام اجرایی آن آغاز شد. این دستاورد بزرگ باعث شد تا در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ شرکت‌های بزرگ دنیا ایران را کشوری امن جهت سرمایه‌گذاری بدانند که از آن جمله می‌توان به امضاء قرارداد ۴/۸ میلیارد دلاری نفتی توتال، قرارداد خرید هواپیما از ایرباس و قرارداد تولید خودرو مشترک با شرکت‌های رنو و پژو اشاره کرد و به‌یقین می‌توان سال ۱۳۹۶ را یکی از بهترین سال‌های اقتصاد ایران نامید؛ به‌طوری‌که سهام شرکت‌های پتروشیمی و خودرویی در بازار بورس به‌شدت رشد کردند، خط‌های تولید کارخانه‌ها هر روز بیشتر می‌شد و قراردادهای جدید و استخدام نیروی کار نرخ بیکاری را در کشور هر روز پایین می‌آورد و وضعیت رفاهی جامعه هر روز رو به بهبود بود که طبق آمار شاخص توسعه گردشگری

و سفر در بین سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۸ رکورد سفر خارجی ایرانیان شکسته شد و از طرفی توریست‌های بسیاری از کشورهای مختلف به سمت کشور سرازیر شدند. در پایان سال ۱۳۹۶، شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران با رشد قابل‌توجهی همراه بود؛ به‌طوری‌که شاخص کل ۲۵ درصد رشد داشت. رشد شاخص بورس از یک‌سو و از سوی دیگر نوسان نرخ دلار بین ۳۷۰۰ تا ۴۳۰۰ تومان باعث شد تا افراد حقیقی و حقوقی بسیاری به سبز بودن هر روزه تابلو بورس اعتماد کنند و سرمایه‌های خود را وارد بازار سرمایه کنند، اما در سال ۱۳۹۷ ایالات‌متحده آمریکا در روز ۱۸ اردیبهشت رسماً از برجام خارج شد و قیمت دلار در آذرماه همان سال به رکورد جدید ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. به دنبال خارج شدن آمریکا از برجام، شرکت‌های خارجی سرمایه‌گذار نیز از معاهدات خارج و تحریم‌های سنگین نفتی آغاز شد و این موضوع باعث شد دولت با چالش و ضربه بزرگ اقتصادی مواجه شود که منجر به ناترازی و کسری شدید بودجه گردید و بانک مرکزی را وادار به چاپ پول بدون پشتوانه تولید ملی نمود. در سال ۱۳۹۸ کسری بودجه دولت در حال نمود و چاپ پول بدون پشتوانه در حال بیدار نمودن تورم خفته بود. بخش خصوصی نیز بیمار و شرایط سخت تحریمی بر تولید تأثیر منفی می‌گذاشت؛ در این زمان بود که شرکت‌ها اقدام به تجدید ارزیابی دارایی‌های خود نمودند، زیرا قبلاً دارایی‌های خود را بر اساس دلار سه الی چهار هزار تومانی ارزیابی نموده بودند و حالا ارزیابی مجدد با دلار ۱۵ تا ۱۸ هزار تومانی باعث شد که شرکت‌هایی که تا مرز ورشکستگی رفته بودند، ارزش سهامشان بالاتر و ارزنده‌تر نشان داده شود که این امر باعث سبز شدن تابلو بورس شد و دولت وقت نیز با تبلیغات وسیع مردم را به سمت سرمایه‌گذاری در بورس تشویق می‌کرد. علت تبلیغات دولت در آن زمان به‌طور قطعی مشخص نیست، اما اکثر کارشناسان بر این باور بودند که بعد تحریم خرید نفت توسط آمریکا، دولت با



به یقین می توان سال ۱۳۹۶ را یکی از بهترین سال های اقتصاد ایران نامید؛ به طوری که سهام شرکت های پتروشیمی و خودرویی در بازار بورس به شدت رشد کردند، خط های تولید کارخانه ها هر روز بیشتر می شد و قراردادهای جدید و استخدام نیروی کار نرخ بیکاری را در کشور هر روز پایین می آورد و وضعیت رفاهی جامعه هر روز رو به بهبود بود که طبق آمار شاخص توسعه گردشگری و سفر در بین سال های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۸ رکورد سفر خارجی ایرانیان شکسته شد و از طرفی توریست های بسیاری از کشورهای مختلف به سمت کشور سرازیر شدند.

کمبود شدید بودجه مواجه است که با سرازیر کردن مردم به بورس این کسری را جبران و تا حدی موفق شد. در آن روزها با توجه به تبلیغات دولت تقریباً تمامی مردم در بازار سهام در حال خرید فروش سهام بودند (طبق آمار حدود ۴۶ میلیون نفر) با توجه به تجدید ارزیابی شرکت های بورسی بدون آنکه ریالی سود محقق نمایند، تابلو هر روز مثبت بود و مردم خشنود از سودی که به دست می آورند، بعضاً دلگرم به تبلیغات که بورس بهترین جا برای سرمایه گذاری است، خودرو و ملک خود را می فروختند و برای کسب سود در بازار سرمایه سرمایه گذاری می نمودند. شاخص کل بورس در ۱۹ مرداد سال ۱۳۹۹ از مرز ۲ میلیون واحد گذشت و رکورد تاریخی را رقم زد، ولی در ادامه ناگهان تورم خفته بیدار شد، قیمت مسکن و دلار سر به فلک کشید، افزایش قیمت مسکن و قیمت دلار از ۱۵ هزار تومان به ۳۱ هزار تومان بازار را به شوک فرو برد، شاخص وارد روند نزولی شد و در آخرین روز کاری اسفندماه شاخص کل بورس به سطح یک میلیون و ۳۰۷ هزار واحد رسید. بزرگترین ریزش بورس در مردادماه ۱۳۹۹ اتفاق افتاد. شاخص کل بورس تهران از دو میلیون و یکصد هزار به یک میلیون و ۶۰۰ هزار سقوط کرد

درحالی که شاخص کل افت حدود ۳۰ درصدی را تجربه کرد، سهامداران در بسیاری از نمادها تا ۵۰ درصد سقوط را تجربه کردند. در ۲۶ مرداد بورس تهران با ریزش ۸۹ هزار واحدی رکورد سقوط بازار را در ۵۳ سال گذشته را شکست. در دوم شهریورماه رکورد تاریخی خروج نقدینگی حقیقی از بازار شکسته شد؛ در این روز ۳۰۰۰ هزار میلیارد تومان پول از بازار بورس خارج شد. از دست رفتن سرمایه های

مردم در حالی صورت گرفت که پول خیلی از سهامداران در نمادهای معروف خودرو، مانند خسایا و شستا قفل شده بود و قادر به فروش نبودند. با شدت گرفتن ریزش شاخص بورس، موج خروج سهام داران حقیقی از بازار شروع شد و در آن سال به تابلو قرمز بورس و بازار سرمایه، لقب کوره پول سوزی داده شد. از بین رفتن سرمایه مردم و متضرر شدن آن ها و عدم توجه دولت چنان لطمه ای به بازار سرمایه وارد نمود که اکنون نیز بعد از گذشت چند سال از این اتفاق، بسیاری از سرمایه گذاران حقیقی حاضر به ورود مجدد و سرمایه گذاری در بازار سرمایه نیستند و عده ای نیز بسیار محتاطانه و به صورت حداقل دارایی در بازار سرمایه کشور سرمایه گذاری می نمایند.

شرایط سیاسی و امنیتی کشور

به جرئت می توان گفت که خروج آمریکا از برجام آب خوش را از گلوئی اقتصاد ایران گرفت؛ افزایش قیمت دلار با یک تویییت یا وضع یک تحریم جدید و شرایط کشورهای همسایه و اطراف ایران جنگ های روسیه و اکراین و اسرائیل و لبنان و دخالت های دولت های شرقی و غربی در امور خاورمیانه و تهدیدات بین المللی و ... شرایط اقتصادی کشور را به هاله ای از ابهام فرو برد و کلمه «اگر» تعیین کننده بسیاری از مسائل اقتصادی و سیاسی کشور گردیده اگر توافقی حاصل شود؟ اگر صلح برقرار شود و ... اقتصاد مبتنی بر اگر باعث گردیده سرمایه گذاران، بازار سرمایه را به عنوان پناهگاه امن یا "Safe Haven" ندانسته و برای کسب سود به دنبال راهکار دیگری باشند. در چنین شرایطی بازار سرمایه نیز ماهیت اصلی خود یعنی بهبود

اقتصاد را از دست می دهد و مکانی برای سفته بازی و دلالی می گردد؛ به طوری که حجم عمده معاملات توسط سرمایه گذاران حقوقی خریدوفروش می شود و آن ها نیز فقط به دنبال نوسان گیری هستند. در واقع نوسان گیری یک استراتژی معاملاتی است که معامله گران برای کسب سود از نوسانات قیمت ها در بازه زمانی کوتاه مدت (چند روز تا چند هفته) از آن استفاده می کنند. در این روش، معامله گران سعی می کنند سهام یا دارایی های دیگر را در نقاط پایین قیمت خریداری و در نقاط بالاتر به فروش برسانند و از این طریق سود کسب کنند. از آنجایی که ممکن است سرمایه گذاران حقوقی با حجم بیشتری از نقدینگی و داشتن اطلاعات نهانی نسبت به سرمایه گذاران حقیقی در بازار سرمایه نوسان گیری کنند، شرایطی را به وجود می آورد که رشد اقتصادی از طریق بازار سرمایه محقق نمی شود و دیگر کسی بابت سود واصله از تولید یا فروش شرکت های بورسی سودی به دست نمی آورد، بلکه عده ای از ضرر دیگران به سود می رسند و این موضوع به بی اعتمادی بیشتر سرمایه گذاران دامن می زند.

تورم افسار گسیخته

وقتی به بورس کشورهای توسعه یافته می نگریم، متوجه می شویم که یکی از مهم ترین دلایل پویایی آن عدم وجود تورم در کشور است. در کشورهایی با تورم پایین بازار سرمایه مکانی امن و سودده لحاظ می گردد، زیرا افراد می توانند در تمامی صنایع سرمایه گذاری نمایند، اما در خصوص کشور ایران که در سایه تورم و تحریم در حال حرکت است، نمی توان تمامی صنایع را امن دانست،

زیرا تورم باعث سقوط و نابودی برخی صنایع می گردد و این امر در سهام شرکت ها نیز نمود پیدا می کند؛ به عنوان مثال در شرایط تورمی سهام پتروشیمی رشد و سهام خودرو یا املاک و مستغلات دچار ریزش می گردد. در چنین شرایطی داشتن دانش مناسب در انتخاب درست صنعت و خرید به موقع سهام امری حیاتی و مؤثر در تحقق سود می باشد. از آنجایی که عامه سرمایه گذاران دارای چنین دانشی نیستند، ترجیح به عدم ورود به بازار سرمایه می دهند یا با حداقل سرمایه وارد می شوند؛ زیرا نسبت ریسک به ریوارد بالاتر می رود. تورم به گونه دیگری نیز مانع عملکرد بهره ور و باثبات بازار سرمایه می گردد؛ فرض کنید شما یک سهامدار با تجربه و دانش مناسب هستید و در بازار سرمایه از طریق نوسان گیری در حال معامله می باشید و ظرف شش ماه موفق به کسب سود ۴۰ درصد شدید، ناگهان قیمت جهانی طلا افزایش و اخباری منفی در خصوص کشور باعث رشد ۳۰ درصدی قیمت طلا و دلار در بازه زمانی ۲۰ روزه می گردد، با توجه به کاهش ارزش ریال عملاً سود شما ناچیز می گردد که این موضوع باعث دلسردی و خروج از بازار سرمایه می گردد. به طور کلی در شرایط تورمی فعلی و بی ارزش شدن هر روزه پول ملی، مردم تمایلی به سرمایه گذاری در بازار سرمایه ندارند و بازارهای دیگری را در الویت قرار می دهند. چنانچه شرایط مالی افراد گونه ای باشد که بتوانند پس انداز کنند، ۳۳/۳ درصد ترجیح می دهند در زمین و مسکن سرمایه گذاری کنند، ترجیح ۲۰/۷ درصد افراد این است که طلا و سکه بخرند، ۱۵/۵ درصد اشتغال زایی و کارآفرینی کنند. ۱۵/۲ درصد دیگر در بانک پس انداز می کنند، ۲/۷ درصد دلار و ارز می خرند. ۲/۷ درصد در بازار خودرو، تنها ۱/۳ درصد در بازار سرمایه و ۱/۳ درصد در رمز ارزها و بازارهای جهانی سرمایه گذاری می کنند.

عوامل دیگری نیز به صورت جزئی وجود دارند که مانع از عملکرد بهرور بازار سرمایه

می شوند که می توان آن ها را به چند دسته کلی تقسیم کرد:

۱. **عدم شفافیت اطلاعات؛** عدم دسترسی به اطلاعات دقیق و به روز درباره شرکت ها و بازار می تواند منجر به تصمیم گیری های نادرست سرمایه گذاران شود،
۲. **نوسانات شدید بازار؛** نوسانات زیاد قیمت ها می تواند اعتماد سرمایه گذاران را کاهش دهد و باعث خروج آن ها از بازار شود،
۳. **محدودیت های قانونی و نظارتی؛** قوانین و مقررات ناکافی یا نامناسب می تواند مانع از عملکرد صحیح بازار شود. همچنین عدم اجرای صحیح قوانین موجود نیز می تواند مشکلاتی ایجاد کند،
۴. **نقص در زیرساخت های مالی؛** زیرساخت های ضعیف مانند سیستم های معاملاتی ناکارآمد می تواند بر عملکرد بازار تأثیر منفی بگذارد،
۵. **تغییرات ناگهانی در شرایط اقتصادی؛** مانند

- بحران های مالی، ناترازی انرژی که به دلیل تحریم ها، سرمایه گذاری کم و اقتصاد ضعیف بر روی عملکرد بازار سرمایه تأثیر می گذارد؛ به عنوان مثال قطعی مکرر برق تولید شرکت های سیمانی را متوقف می کند و باعث سقوط ارزش سهام شرکت های سیمانی می گردد،
۶. **رفتارهای هیجانی سرمایه گذاران؛** تصمیم گیری های احساسی و غیرمنطقی می تواند منجر به حباب های قیمتی و سقوط های ناگهانی در بازار شود،
۷. **رقابت نابرابر؛** وجود انحصار یا رقابت نابرابر در بازار می تواند به عدم کارایی منجر شود،
۸. **عدم تنوع سرمایه گذاری؛** عدم تنوع در سبد سرمایه گذاری می تواند ریسک ها را افزایش دهد و عملکرد کلی بازار را تحت تأثیر قرار دهد. بهبود این موانع نیازمند همکاری بین دولت، نهادهای نظارتی، شرکت ها و سرمایه گذاران است تا بازار سرمایه به یک محیط پایدار و بهره ور تبدیل شود. **///**





توسعه پایدار به معنای تأمین نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای تأمین نیازهای خود است. این مفهوم سه بُعد اصلی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را در برمی گیرد. مشارکت عمومی- خصوصی نوعی همکاری بین بخش دولتی و خصوصی است که با هدف اجرای پروژه ها یا ارائه خدمات عمومی شکل می گیرد.



فرزاد کرمانی

فعال حوزه های صنعت احداث، انرژی و سرمایه گذاری

| مقاله |

چالش های ساختاری مشارکت عمومی- خصوصی در مسیر توسعه پایدار ایران

/// چکیده

مشارکت عمومی-خصوصی (PPP) یکی از راهکارهای مؤثر برای تحقق توسعه پایدار است که با استفاده از توان مالی، فنی و مدیریتی بخش خصوصی، اجرای پروژه های زیربنایی و ارائه خدمات عمومی را بهبود می بخشد. این مدل همکاری، دولت را قادر می سازد تا در شرایط محدودیت منابع، پروژه های حیاتی را اجرا کرده و به اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه پایدار نزدیک شود.

در ایران، به دلیل چالش های اقتصادی و تحریم های بین المللی، استفاده از الگوهای متنوع مشارکت عمومی-خصوصی، اهمیت بیشتری یافته است. با وجود مزایای فراوان این مدل، از جمله ارتقای کیفیت خدمات، کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری، موانعی نظیر قوانین ناپایدار، نبود انسجام نهادی، ضعف در جذب سرمایه های مردمی و نگاه دولتی تصدی گرایانه مانع بهره برداری مؤثر از آن شده اند.

برای بهره گیری مؤثر از ظرفیت های PPP، تدوین قوانین شفاف، بازنگری در سیاست های سرمایه گذاری، مشارکت واقعی بخش خصوصی، نهادسازی تخصصی و الگوگیری از تجارب موفق جهانی ضروری است. در نهایت، تحقق توسعه پایدار نیازمند اعتماد عمومی، سرمایه گذاری امن و حکمرانی مشارکتی است که تنها از مسیر تعامل سازنده دولت و مردم میسر می شود.

اهمیت مشارکت عمومی- خصوصی (Public-Private Partnership) و ارتباط آن با توسعه پایدار

مشارکت عمومی-خصوصی (PPP) و توسعه پایدار، دو مفهوم کلیدی و به هم پیوسته اند که در رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع نقش بسزایی ایفا می کنند. PPP به عنوان یک راهبرد مؤثر در ایجاد پروژه های زیرساختی و ارائه خدمات عمومی از ظرفیت های مالی، فنی و مدیریتی بخش خصوصی بهره می برد تا اهداف توسعه پایدار را محقق کند.

توسعه پایدار به معنای تأمین نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل های آینده برای تأمین نیازهای خود است. این مفهوم سه بُعد اصلی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را در برمی گیرد.

مشارکت عمومی-خصوصی نوعی همکاری بین بخش دولتی و خصوصی است که با هدف اجرای پروژه ها یا ارائه خدمات عمومی شکل می گیرد. در این مدل، دولت و بنگاه های اقتصادی به طور مشترک در طراحی، تأمین مالی، ساخت، بهره برداری و نگهداری از پروژه ها همکاری می کنند.

این مشارکت ها در بسیاری از کشورها برای پروژه های زیربنایی مانند ساخت و تجهیز مدارس، بیمارستان ها، شبکه های حمل و نقل و سامانه های آب و فاضلاب به کار گرفته شده اند.

نقش مشارکت عمومی- خصوصی در تحقق توسعه پایدار

مشارکت عمومی-خصوصی می تواند ابزاری مؤثر برای تحقق اهداف توسعه پایدار باشد، بویژه در زمینه های زیر:

- * تأمین مالی پروژه های زیرساختی؛** با استفاده از سرمایه بخش خصوصی، دولت می تواند پروژه هایی را که به دلیل محدودیت منابع مالی معطل مانده اند، اجرایی کند.
- * افزایش بهره وری و کیفیت خدمات؛** تخصص، فناوری و تجربه بخش خصوصی موجب ارتقاء کیفیت اجرا و بهره وری در پروژه ها می شود.
- * توسعه اقتصادی؛** PPP به ایجاد اشتغال،

رشد تولید ناخالص داخلی و بهبود رفاه عمومی کمک می کند،

*** توسعه اجتماعی؛** پروژه هایی نظیر جاده، پل، بیمارستان و مدرسه، کیفیت زندگی و دسترسی مردم به خدمات اساسی را بهبود می بخشند،

*** حفاظت از محیط زیست؛** به کارگیری فناوری های نوین و سیاست های مدیریت پسماند، از ظرفیت های PPP در حفاظت محیط زیست است.

وضعیت مشارکت عمومی- خصوصی در ایران

در شرایط فعلی کشور با توجه به چالش های اقتصادی و محدودیت های داخلی و خارجی، الگوی مشارکت عمومی-خصوصی بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته و حتی به اشکال متنوع تری مانند مشارکت بین شرکت های خصوصی با یکدیگر یا با نهادهای نیمه خصوصی نیز رواج یافته است.

از مهم ترین مدل های PPP می توان به انواع زیر اشاره کرد:

- * BOT (Build-Operate-Transfer)
 - * BOO (Build-Own-Operate)
 - * ROT (Rehabilitate-Operate-Transfer)
 - * DBO (Design-Build-Operate)
- و سایر ترکیب های قراردادی که متناسب با پروژه و نیاز سرمایه گذار طراحی می شوند.

تأکید بر مشارکت عمومی- خصوصی در سیاست های کلان کشور

- مرور بر شعارهای سال های اخیر کشور، اهمیت مشارکت عمومی-خصوصی را به وضوح نشان می دهد:
 - * ۱۴۰۰: تولید؛ پشتیبانی ها، مانع زدایی ها،
 - * ۱۴۰۱: تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین،
 - * ۱۴۰۲: مهار تورم، رشد تولید،
 - * ۱۴۰۳: جهش تولید با مشارکت مردم،
 - * ۱۴۰۴: سرمایه گذاری برای تولید.
- در تمامی این شعارها، به شکل مستقیم یا غیرمستقیم، مشارکت بخش خصوصی و عمومی محوریت دارد.



علاوه بر این، نمودار معروف بانک جهانی نیز اهمیت پیمان های PPP را در فرآیند خصوصی سازی واقعی نشان می دهد. از منظر این نهاد، خصوصی سازی مؤثر تنها از مسیر مشارکت عمومی-خصوصی قابل تحقق است، نمودار شماره (۱).

چرا مشارکت عمومی-خصوصی؟

استفاده از مدل PPP مزایای فراوانی دارد، از جمله: تجمیع مسئولیت ها، کاهش نظارت های میدانی، مشتری مداری، افزایش سرعت اجرا، ارتقاء کیفیت خدمات، انعطاف پذیری، کوچک سازی دولت، کاهش هزینه ها و بهبود سیاست های مالی. تمامی این عوامل، در نهایت به تحقق «حکمرانی خوب» منجر خواهند شد. بی اثر کردن حداکثری تحریم ها، جلوگیری از فسادهای سازمان یافته، مشارکت داوطلبانه مردم در جلوگیری از هدررفت انرژی و منابع آب و خاک، مقابله با قاچاق سوخت، حفاظت از محیط زیست



و تحقق توسعه پایدار، تنها زمانی ممکن است که مردم احساس مشارکت واقعی در امور داشته باشند. این مهم، قطعاً از مسیر «مشارکت مردمی و اعتماد به نقش آفرینی عمومی» محقق می‌شود. بدون تردید، «پیمان‌های مشارکت عمومی-خصوصی» شکل پیشرفته و متعالی این مشارکت در پروژه‌های زیربنایی، در تمام کشورهای توسعه‌یافته جهان است.

«سرمایه اجتماعی» در هر کشوری عاملی کلیدی در ارتقای امنیت، انباشت سرمایه، افزایش مقبولیت و مشروعیت حاکمیت و نهایتاً دستیابی به توسعه پایدار از مسیر مشارکت مردم به شمار می‌رود. توجه به «بخش خصوصی» به‌عنوان مؤلفه‌ای اصلی در جلب مشارکت عمومی، ضروری است؛ اما پیش‌نیاز اساسی این همراهی، به تعبیر نگارنده، چشمه جوشان اعتماد مردم و سرمایه‌گذاران، جذب سرمایه‌های خرد و کلان از طریق ایجاد فضای امن سرمایه‌گذاری در صنعت و تولید است. اگر بر «سرمایه‌گذاری» در حوزه «صنعت احداث و انرژی» تمرکز کنیم، درمی‌یابیم که صنعت، موتور محرک اغلب فعالیت‌های اقتصادی کشور است. گردش مالی بالا و ایجاد اشتغال فراگیر در این حوزه، پیش‌شرایع بیش از ۸۵ درصد اقتصاد کشور محسوب می‌شود.

از این‌رو، باید چالش‌ها و فرصت‌های این حوزه را عمیق‌تر موردبررسی قرار داد. بر این اساس، با استناد به تجارب نگارنده در حوزه صنعت و سرمایه، برخی چالش‌های کلیدی سرمایه‌گذاری به روش مشارکت عمومی-خصوصی به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱. **تحریم‌های بین‌المللی و روابط خارجی؛** مهم‌ترین چالش سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت احداث و انرژی، تحریم‌هاست. با وجود اهمیت این عامل، راهکارهای ارائه‌شده از سوی متخصصان کمتر اثرگذار بوده‌اند؛ زیرا تصمیمات سیاسی غالباً بر رویکردهای فنی و اقتصادی ارجحیت دارند. همچنین نبود شناخت کافی از بازار کشورهای همسایه، ضعف در حمایت حرفه‌ای دولت و نبود بستر منسجم سرمایه‌گذاری چالش‌های موجود را تشدید کرده است.

۲. **ناتوانی در تجمیع سرمایه‌های مردمی؛** نهادهایی نظیر بانک‌ها، بورس و ... در جذب و هدایت سرمایه‌های مردمی به سمت تولید، عملکرد مؤثری نداشته‌اند. درحالی‌که اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند نقش کلیدی در ماندگاری نخبگان و جلوگیری از «فرار مغزها» ایفا کند.

۳. **قوانین مبهم و ناپایدار؛** قوانین بالادستی و دستورالعمل‌های خلق‌الساعه و متناقض موجب سردرگمی سرمایه‌گذاران شده‌اند. اجرای ناقص همین قوانین موجود نیز به دلیل بزرگی ساختار دولت بی‌نتیجه مانده است. مسائل مربوط به صادرات، تعهد ارزی،

نوسانات نرخ ارز، حمایت‌های غیرواقعی از تولید و... ازجمله این مواردند.

۴. **نگاه دولتی تصدی‌گرایانه و عدم ترویج فرهنگ جذب سرمایه و رفتار حرفه‌ای با سرمایه‌گذاران؛** حاکمیت نباید در «تقابل» با مردم که بایستی در «تعامل» با مردم و بخش خصوصی باشد. بی‌پرده می‌گوییم: «رییس، پول است.» یعنی حکومت باید در خدمت مردم باشد، نه بالعکس. مردم ستون نظامند، نه تماشاجی. وقتی بخش خصوصی از جیب خودش هزینه می‌کند و در ساخت و توسعه کشور سهیم می‌شود، ادبیات دولت باید عوض شود؛ با احترام، نه با نگاه از بالا. اشاره‌ای کوتاه به کشور همسایه خودمان قطر کفایت می‌کند تا فاصله فکری سیاست‌گذاران داخلی صنعت با دنیا را متوجه شویم. قطر در شرکت‌های بزرگ دنیا از جمله کشورهای متمدن اروپایی و آمریکایی سرمایه‌گذاری می‌کند، لیکن به طور همزمان برای طرح/ پروژه‌های بزرگ نفتی خود سرمایه می‌پذیرد و سرمایه‌گذاران را چه به لحاظ زیرساخت و امکانات و چه به لحاظ رفتار حرفه‌ای بسیار تکریم می‌کند. برای مشارکت مردم و جذب سرمایه، حداقل کاری که می‌بایست انجام داد، احترام به مردم و جذب آن‌ها با رفتار حرفه‌ای و آموزش‌های روز دنیا است.

۵. **ناپایداری در تأمین خوراک صنایع؛** قطع گاز پتروشیمی‌ها در زمستان و ناترازی انرژی در تأمین خوراک، موجب ریسک بالا، عدم ثبات مالی و کاهش جذابیت سرمایه‌گذاری می‌شود. سرمایه‌گذار نیازمند پیش‌بینی‌پذیری است و بدون آن، اراده‌ای برای ورود نخواهد داشت.

۶. **نبود انسجام نهادی در مجوزدهی؛** تعدد نهادهای تصمیم‌گیر در صنعت احداث و انرژی از جمله وزارت نفت، صنایع، شرکت ملی پتروشیمی و... موجب موازی‌کاری و سردرگمی سرمایه‌گذاران شده است.



بی‌اثر کردن حداکثری تحریم‌ها، جلوگیری از فسادهای سازمان‌یافته، مشارکت داوطلبانه مردم در جلوگیری از هدررفت انرژی و منابع آب‌و‌خاک، مقابله با قاچاق سوخت، حفاظت از محیط زیست و تحقق توسعه پایدار، تنها زمانی ممکن است که مردم احساس مشارکت واقعی در امور داشته باشند. این مهم، قطعاً از مسیر «مشارکت مردمی و اعتماد به نقش آفرینی عمومی» محقق می‌شود. بدون تردید، «پیمان‌های مشارکت عمومی خصوصی» شکل پیشرفته و متعالی این مشارکت در پروژه‌های زیربنایی، در تمام کشورهای توسعه‌یافته جهان است.

نمونه بارز آن، بی‌ثباتی قیمت خوراک پتروشیمی‌هاست؛ تا جایی که در مقطعی متانول ارزان‌تر از گاز طبیعی شد که نشان از «خلق ارزش منفی» در زنجیره تولید دارد.

۷. **نبود اسناد همسان پیمان‌های PPP؛** فقدان الگوی استاندارد، موجب سردرگمی طرفین در تنظیم روابط قراردادی شده است. موضوعاتی چون تضامین، بیمه، مالیات، مسائل فنی و حقوقی باید در قالب اسناد شفاف و مشترک تنظیم شوند. اداره کل نظام فنی و اجرایی وزارت نفت در این زمینه گام‌هایی برداشته که قابل‌تقدیر است. این سازمان دولتی با اتکا به نخبگان صنعت احداث و انرژی و همچنین متخصصان بازار پول و سرمایه، اقدامات مهم و قابل‌اعتنایی انجام داده است.

جمع‌بندی و پیشنهادها

به باور نگارنده، طرح «سؤال و چالش درست»، بسیار مهم‌تر از یافتن پاسخ‌های کلیشه‌ای است. در همین راستا، **برای تحقق شعارهای اخیر همچون «جذب تولید با مشارکت مردم» و «سرمایه‌گذاری برای تولید»، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:**

۱. **تغییر رویکرد در سیاست خارجی یا حداقل تسهیل انتقال سرمایه از مسیرهای فرعی با حمایت مستقیم دولت،**
۲. **تدوین قوانین اقتصادی یکپارچه با هدف ایجاد اعتماد عمومی و توازن میان تولیدکننده و مصرف‌کننده،**
۳. **بازنگری در مقررات با مشارکت نخبگان بخش خصوصی و تمرکز بر زیرساخت‌های تولید،**
۴. **تعریف شفاف از نقش دولت در سرمایه‌گذاری و تدوین سند توسعه صنعتی،**

۵. **آموزش و بازسازی ذهنیت مدیران دولتی در مواجهه با سرمایه‌گذاران همراه با تسهیل تضامین و ارائه تعهدات اجرایی،**

۶. **مشارکت واقعی بخش خصوصی در تصمیم‌سازی‌های کلان سرمایه‌گذاری،**

۷. **الگوپردازی از کشورهای موفق منطقه در جذب سرمایه و تأمین مالی تولید،**

۸. **تدوین چهارچوب‌های روشن برای مدیریت ریسک در ابعاد زمان، هزینه و کیفیت،**

۹. **ایجاد نهاد تخصصی مستقل در دولت برای تدوین و اجرای اسناد استاندارد مشارکت عمومی-خصوصی.** *

مشارکت عمومی-خصوصی تنها زمانی می‌تواند به ابزاری مؤثر در تحقق توسعه پایدار تبدیل شود که به‌درستی طراحی، اجرا و نهادینه شود. لازمه این مسیر، شناسایی و بهره‌گیری از نخبگان واقعی این حوزه و پرهیز از نگاه‌های شعاری و موقت است. **III**



با نوعی دوگانگی و عدم هم‌سویی سیاست‌ها و اقدامات اجرایی روبه‌رو هستیم. سیاست‌گذاری‌هایی در تناقض با شعار «سرمایه‌گذاری برای تولید» انجام می‌شود. علی‌رغم وجود اصل ۴۴ قانون اساسی، به علت عدم اعتماد و حمایت دولت از بخش خصوصی، فرصت لازم به این بخش داده نمی‌شود. باید اعتماد دولت به بخش خصوصی واقعی تقویت شود؛ دولت می‌خواهد خودش همه کارها را انجام دهد و در نتیجه مرتب به مشکل می‌خورد، اما می‌تواند با تدوین سیاست‌هایی مناسب از بخش خصوصی حمایت کند تا با ایجاد زمینه تقویت این بخش، بهبود اقتصادی و شرایط ورود به بازارهای بین‌المللی فراهم شود. اینک مشروح گفت‌وگو با محمدرضا نجفی منش، رییس کمیسیون بهبود کسب‌وکار و رفع موانع تولید اتاق تهران.

| گفت‌وگو |

گفت‌وگو با «محمدرضا نجفی منش» رییس کمیسیون بهبود محیط کسب‌وکار و رفع موانع تولید اتاق تهران

دولت پاسخگوی کار خودش در اقتصاد باشد



تجربه نشان می‌دهد که حضور شرکت‌های دولتی در اقتصاد نه‌تنها در ایران، بلکه در هر اقتصاد دیگری در دنیا نتیجه مثبتی نداشته است. در واقع این شرکت‌ها از کارآمدی لازم برخوردار نیستند.

♦♦ **یک سیاست‌گذاری کارآمد واجد چه شرایط و مختصات است؟**

در هر سیاست‌گذاری باید تمامی ابعاد آن در نظر گرفته شود، سیاستی مطلوب و مقبول است که در نهایت به نفع جامعه باشد، نه اینکه صرفاً برای منافع فرد یا گروه خاصی اخذ شود. در این زمینه استفاده از تجربیات سایر کشورها و الگوبرداری از آن‌ها می‌تواند در تدوین سیاست‌هایی که نتایج درستی داشته‌اند، به ما کمک کند. در مجموع سیاستی کارآمد است که مقبول و قابل‌اجرا باشد.

♦♦ **ارزیابی شما از نظام تدبیر در سیاست‌گذاری اقتصادی کشورمان چیست؟**

در حال حاضر با نوعی دوگانگی در سیاست‌گذاری مواجه هستیم. نظام سیاست‌گذاری در کشور ما از یک‌سو سیاست‌هایی برای رشد و تولید تعریف می‌کند، اما از سوی دیگر و در عمل در جامعه برخی اقدامات متناقض با آن سیاست انجام می‌شود؛ به عبارتی سیاست

اتخاذی و نحوه اجرای آن، درست برخلاف جهت یکدیگر هستند؛ برای مثال، سیاست «تولید با مشارکت مردم» اخذ می‌شود، اما در عمل دیده می‌شود که یک عده‌ای جلوی مشارکت مردم را می‌گیرند یا مواردی را که مردم مشارکت دارند کمرنگ نشان می‌دهند. شعار امسال «سرمایه‌گذاری برای تولید» است، اما در عمل می‌بینیم که یک سری سیاست‌گذاری‌ها برخلاف عملیاتی شدن این شعار انجام می‌شود، بانک مرکزی برای واردات ماشین‌آلات تأمین ارز نمی‌کند، بانک‌ها از پرداخت اعتباراتی که نیاز است ثابت و بلندمدت باشد اجتناب می‌کنند، اخذ سیاست واردات کالاهایی که به‌وفور در داخل تولید می‌شود، فشار مضاعفی بر تولیدکننده داخلی وارد می‌کند و غیره؛ بنابراین بایستی هر سیاستی که اتخاذ می‌شود، همه به آن اعتقاد داشته و در جهت تحقق آن حرکت نمایند.

♦♦ **مکانیزم حضور شرکت‌های دولتی و نظامی در اقتصاد ایران چه آثاری دارد؟**



تجربه نشان می‌دهد که حضور شرکت‌های دولتی در اقتصاد نه‌تنها در ایران، بلکه در هر اقتصاد دیگری در دنیا نتیجه مثبتی نداشته است. در واقع این شرکت‌ها از کارآمدی لازم برخوردار نیستند. شرکت‌های دولتی معمولاً موفق نبوده و می‌توان گفت اغلب آن‌ها زیان‌ده بوده و مانع ورود و رشد بخش خصوصی و رقابت‌پذیری در اقتصاد شده‌اند. فرق حضور بخش خصوصی و دولتی در اقتصاد این است که وقتی کسی صاحب مالی نباشد، چه در سود و چه در زیان‌دهی هیچ احساس تعلقی ندارد. بخش خصوصی اگر زیان ده شود چون از جیب خودش باید هزینه کند، تلاش بیشتری برای زنده ماندن خواهد کرد، اما در بخش دولتی یک مدیر ممکن است به هر دلیلی همیشه در این مسئولیت نباشد و هیچ‌کس هم او را نه در شرایطی که به سود رسیده و نه در شرایط ضرر بازخواست نمی‌کند؛ بنابراین همان‌طور که در اصل ۴۴ قانون اساسی در اقتصاد ایران نیز آمده بایستی انجام امور اقتصادی و تولیدی به بخش خصوصی واگذار شود و دولت حجم خود را کوچک کرده و صرفاً نقش سیاست‌گذاری، نظارت و رگولاتوری داشته باشد. اگر اندازه دولت ایران را با دولت ژاپن مقایسه کنیم می‌بینیم که در کشور ما کارکنان دولت بیش از ۴ میلیون نفر هستند، درحالی‌که در ژاپن این عدد حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار نفر است. درمجموع اگر دولت در مسائل اقتصادی و تولیدی به‌عنوان شرکت دولتی وارد شود، بایستی پاسخگوی کار خودش باشد، اما اگر نقش سیاست‌گذار و کنترل‌کننده را داشته باشد، می‌تواند با مطالبه‌گری، اقداماتی را پیش ببرد که نفع کلی جامعه در آن است.

♦♦ **چرا کشورمان از یک بخش خصوصی توانمند در حوزه تولید برخوردار نیست؟**

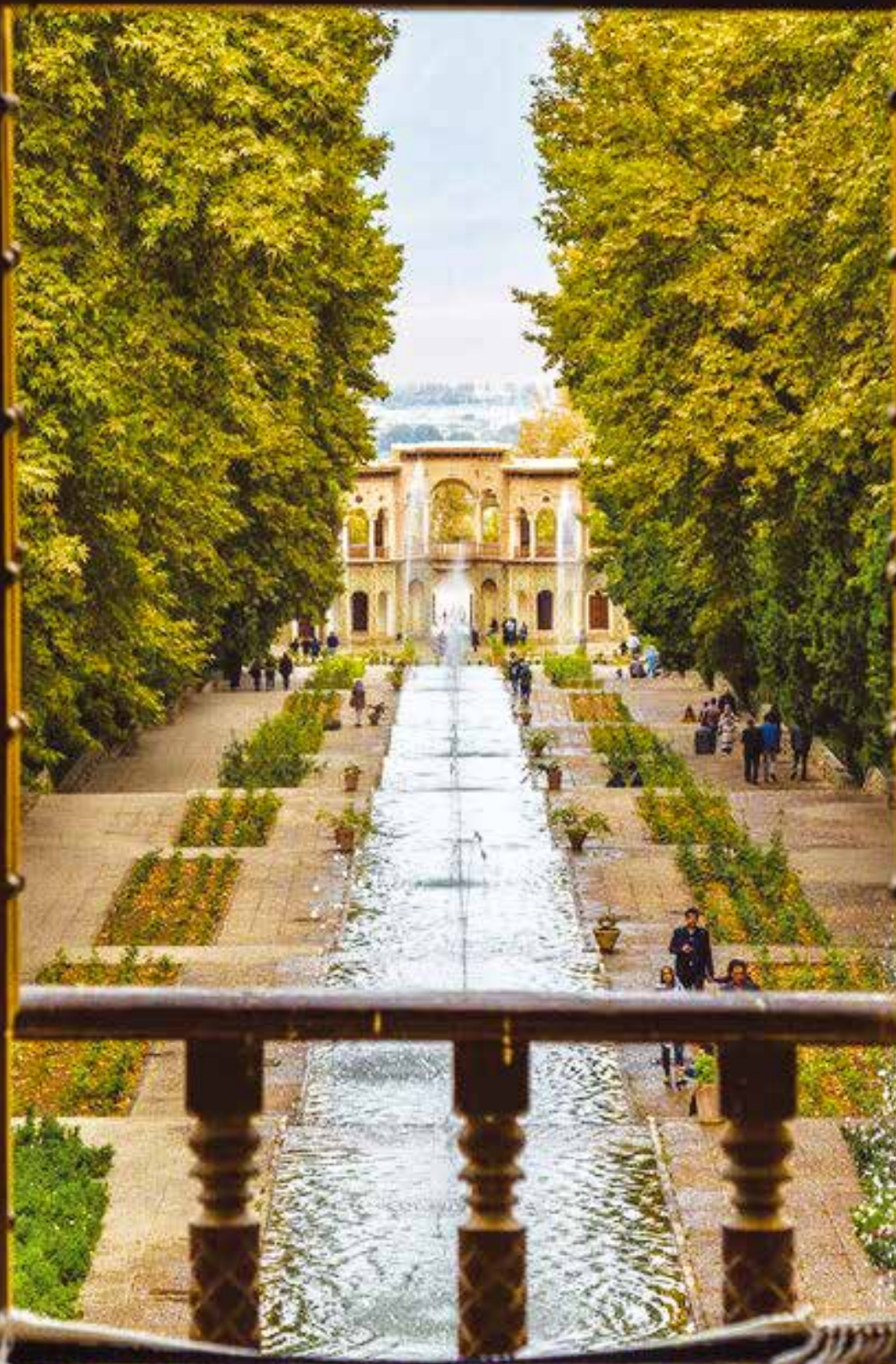
یکی از علل آن عدم اعتماد و حمایت دولت از بخش خصوصی و دادن فرصت به این بخش است. در بسیاری از فعالیت‌ها، بخش خصوصی قوی عمل کرده و روبه‌جلو است،

اما در حال حاضر اجازه داده نمی‌شود که بخش خصوصی واقعی بیشتر حرکت کند. قبلاً در کشور کلیه مسائل تولیدی و اقتصادی در دست بخش خصوصی بود، اما به‌مرور شرکت‌ها دولتی شدند و متأسفانه به گرفتاری و زیان رسیده‌اند. بایستی جلوی ادامه این وضع را گرفت و به حالت قبل برگرداند؛ زیرا در وضعیت تقویت بخش خصوصی، بازار رقابت تعیین‌کننده و تنظیم‌کننده امر تولید و توزیع خواهد بود. به‌عنوان راهکار پیشنهادی، باید اعتماد دولت را به بخش خصوصی تقویت نمود. در حال حاضر به دلیل نبود این اعتماد، دولت می‌خواهد همه کارها را خودش انجام دهد و در نتیجه مرتب به مشکل برخورد می‌کند. از طرفی دیگر در فضای بخش خصوصی اقتصاد نیز بایستی در سطوح داخلی و بین‌المللی رقابت شکل بگیرد.

♦♦ **دولت در صورت عدم دخالت در اقتصاد، چگونه می‌تواند نقش راهبردی در تولید را اعمال کند، آیا اعمال این نقش لزوماً به معنای دخالت در اقتصاد است؟**

دولت می‌تواند با تدوین سیاست‌های مناسب از بخش خصوصی حمایت کند؛ برای مثال، اخذ سیاست افزایش اشتغال‌زایی در کشور، استفاده حداکثری از توان داخلی و ایجاد زمینه تقویت بخش خصوصی که این بخش بتواند در بازارهای بین‌المللی ورود پیدا کرده و فعالیت کند. اجرای این سیاست‌ها را هم باید به بخش خصوصی واگذار کرد تا با ایجاد رقابت در بخش‌های مختلف اقتصاد کشور، سیاست‌ها به بهترین وجه انجام شوند؛ به‌عنوان مثال دولت هند به شرطی اجازه تولید ماشین‌های خارجی در این کشور را می‌دهد که ۸۰ درصد قطعات در داخل هند تأمین شود و تنها ۲۰ درصد دیگر را اجازه واردات می‌دهد. حال تصور کنید با این سیاست، چه میزان اشتغال‌زایی اتفاق می‌افتد، چه میزان شرکت‌ها وارد میدان تولید در هند می‌شوند و به حوزه‌های مختلف در تولید بخش خصوصی هند

استعدادهای جهانی کرمان



نظام سیاست‌گذاری در کشور ما از یک سو سیاست‌هایی برای رشد و تولید تعریف می‌کند، اما از سوی دیگر و در عمل در جامعه برخی اقدامات متناقض با آن سیاست انجام می‌شود؛ به عبارتی سیاست اتخاذی و نحوه اجرای آن، درست برخلاف جهت یکدیگر هستند؛ برای مثال، سیاست «تولید با مشارکت مردم» اخذ می‌شود، اما در عمل دیده می‌شود که یک عده‌ای جلوی مشارکت مردم را می‌گیرند یا مواردی را که مردم مشارکت دارند کمرنگ نشان می‌دهند. شعار امسال «سرمایه‌گذاری برای تولید» است، اما در عمل می‌بینیم که یک سری سیاست‌گذاری‌ها برخلاف عملیاتی شدن این شعار انجام می‌شود.

انجام اصلاحات اقتصادی یک بُعد ندارد؛ به عبارتی افزایش درآمدها و کاهش هزینه‌ها هر دو مهم هستند. در کنار آن، عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری، باز گذاشتن دست واحدهای تولیدی برای ورود به بازارهای بین‌المللی، فراهم کردن تسهیلات کار برای بخش خصوصی هم مهم است. متأسفانه مجموع سرمایه‌های بانک‌های کشورهای کشورمان از سرمایه یک بانک در ابوظبی کمتر است و این خود عاملی است که ما نمی‌توانیم به بهبود واحدهای تولیدی کمک کنیم؛ همچنین محرومیت از دسترسی به امکانات مالی بین‌المللی و موانعی چون تحریم‌ها و مسائل مربوط به FATF (البته در این مورد یک‌قدم برداشته شده و نیاز است قدم دوم هم برداشته شود تا پیوستن به FATF ممکن شود) مشکلات ما را دوچندان کرده است. اگر این موانع بین‌المللی برطرف شود، راه برای ورود شرکت‌های بین‌المللی و در نتیجه افزایش سرمایه‌گذاری هموار خواهد شد.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

در حال حاضر که شرایط اولیه پیوستن به FATF فراهم شده است، دولت باید تصمیم بگیرد و تصمیم خود را با شجاعت انجام دهد. چون به‌رحال هر قدمی که دولت بردارد، هستند کسانی که منافع آن‌ها به خطر می‌افتد؛ بنابراین با مقاومت این افراد و سنگ‌اندازی آن‌ها روبه‌رو می‌شود، دولت نباید از آن‌ها ترس داشته و باید گسترش روابط بین‌المللی خود را با شجاعت و شدت بیشتری دنبال نماید. ///

اولین تولیدکننده دنیا شده و حتی تولید این کشور از مجموع تولید آمریکا و ژاپن هم بیشتر شده است، لذا با الگوبرداری مناسب از این کشورها می‌توان به نتایج خوبی دست یافت.

♦♦ به نظر شما اصلاحات اقتصادی از کجا شروع می‌شود؛ افزایش درآمدها یا کاهش هزینه‌ها؟

کمک فراوان خواهد شد. برعکس این اتفاق در کشور ما افتاده و نتیجه آن شده که محصولات آماده به کشور وارد می‌شود؛ در مثالی دیگر، دولت چین در سال ۱۹۹۴ به مدت چهار سال برنامه‌ریزی بلندمدت انجام داد، در آن زمان میزان تولید این کشور حتی از ایران هم کمتر بود، اما با یک دورنمای بزرگ و حرکت بر اساس آن در حال حاضر





آنچه تاکنون از این همه ظرفیت و موهبت در مسیر توسعه استان به عنوان برون داد محقق شده به هیچ وجه قابل قبول نیست و وضعیت شاخص های توسعه و رتبه های استان در سرانه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، هیچ کدام در شأن این همه پتانسیل و استعداد که نه حتی در حد متوسط استان های کشور هم نیست. هر چند منابع طبیعی خدادادی، موقعیت جغرافیایی استثنایی و نیروی انسانی تحصیل کرده، از مزیت های نسبی استان در حوزه های اقتصادی بوده و هست، اما در نبود برنامه ریزی صحیح نتوانسته این منطقه را به یکی از قطب های مهم اقتصادی ایران و خاورمیانه تبدیل کند. به نظر می رسد استان کرمان در صورت تقویت سرمایه های انسانی با تدبیر، دید بلند، با تفکری وسیع و با افق برنامه ریزی جهانی می تواند به یک بازیگر مؤثر در بازارهای جهانی تبدیل شود.



بتول علیزاده

کارشناس مرکز مطالعات و پژوهش های اقتصادی اتاق کرمان

استان کرمان، نگین درخشان جنوب شرق ایران با پیشینه ای کهن و طبیعتی متنوع، یکی از مهم ترین قطب های تاریخی، فرهنگی و اقتصادی کشور؛ استانی پهناور، با جاذبه های تاریخی بی نظیر و ثبت شده به عنوان میراث جهانی یونسکو و باغ های پسته و خرما ترکیبی شگفت انگیز از میراث تمدنی و موهبت های طبیعی، مقصدی بین المللی برای گردشگران و سرمایه گذاران با آب و هوای چهار فصل، از کوهستان های خنک تا دشت های گرم و مردمانی مهمان نواز و در یک کلام نقش آفرینی کلیدی در توسعه منطقه ای و ملی به دلیل موقعیت استراتژیک خود در مسیر کریدورهای تجاری کشور و منطقه! همین یک پاراگراف به خوبی حجم عظیم پتانسیل ها و مزیت های استان کرمان را وصف می کند، اما نکته آنجاست که آنچه تاکنون از این همه ظرفیت و موهبت در مسیر توسعه استان به عنوان برون داد محقق شده به هیچ وجه قابل قبول نیست و وضعیت شاخص های توسعه و رتبه های استان در سرانه های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، هیچ کدام در شأن این همه پتانسیل و استعداد که نه حتی در حد متوسط استان های کشور هم نیست. هر چند منابع طبیعی خدادادی، موقعیت جغرافیایی استثنایی و نیروی انسانی تحصیل کرده، از مزیت های نسبی استان در حوزه های اقتصادی بوده و هست، اما در نبود برنامه ریزی صحیح نتوانسته این منطقه را به یکی از قطب های مهم اقتصادی ایران و خاورمیانه تبدیل کند. به نظر می رسد استان کرمان در صورت تقویت سرمایه های انسانی با تدبیر، دید بلند، با تفکری وسیع و با افق برنامه ریزی جهانی می تواند به یک بازیگر مؤثر در بازارهای جهانی تبدیل شود.

۱. معادن و فلزات استراتژیک

با توجه به روندهای جهانی و تحولات اقتصاد آینده، صنعت مس و فلزات استراتژیک بیشترین مزیت را برای استان کرمان دارد. وجود بزرگترین معدن مس ایران یعنی

معدن مس سرچشمه با ذخیره ای حدود ۱/۲ میلیارد تن سنگ مس که معادل ۸ درصد ذخایر مس جهان است، استان کرمان را در رده ۱۰ معدن بزرگ مس جهان قرار داده است. این موضوع در حالی است طبق گزارش انجمن ملی مس ایران در سال ۱۴۰۱ حداقل ۷۵ درصد از مس کرمان به صورت کنسانتره صادر می شود. طبق گزارش مرکز پژوهش های مجلس، صادرات کنسانتره مس به جای محصولات فراوری شده (مثل کاتد یا شمش)، سالانه باعث از دست رفتن حدود ۲ تا ۲/۵ میلیارد دلار ارزش افزوده از کشور می شود.

به علاوه ذخایر غنی زغال سنگ، آهن، سرب، روی، منگنز و کرومیت که پایه گذار صنایع معدنی و فلزی جهان است می تواند استان کرمان را به یک بازیگر جهانی تبدیل کند، اما کامل نبودن زنجیره های ارزش موجب شده که ارزش صادرات محصولات معدنی کرمان سالانه چیزی حدود ۱/۵ میلیارد دلار باشد که در مقابل این حجم از پتانسیل بسیار ناچیز است.

براساس پیش بینی بانک جهانی تا سال ۲۰۳۰ قیمت جهانی مس به حدود ۱۲۰۰۰ دلار/تن می رسد. استان کرمان با محقق کردن ظرفیت های خود و تکمیل زنجیره ارزش مس می تواند تبدیل به هاب تولید مس و محصولات وابسته (کاتد، اسلب، سیم و کابل) برای صادرات به بازارهای بین المللی باشد: تولید کاتد مس (مورد نیاز صنایع الکترونیک با پتانسیل درآمدی حدود ۸۰۰ میلیون دلار، خصوصاً با هدف بازارهای چین و اروپا)، ساخت سیم و کابل (که می تواند ارزش افزوده سه برابری نسبت به صادرات مس خام ایجاد کند خصوصاً با هدف بازارهای خلیج فارس و عراق) و تولید آلیاژهای مس-نیکل (مورد استفاده در صنایع هوایی). البته قطعاً یکی از موانع اصلی عدم تحقق این ظرفیت کمبود آب ناشی از اضافه برداشت از منابع آب زیرزمینی استان است (سالانه حدود ۱۴۰ درصد بیشتر از حد مجاز) که استفاده از روش های کم آب بر مانند بیهیپ



طبق گزارش سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (FAO) پسته ایران ۳۰ درصد سهم بازار جهانی را دارد، اما در رقابت با پسته آمریکا که حداقل صاحب ۴۵ درصد بازار دنیاست، شرایط نسبتاً سختی پیش رو دارد. به نظر می رسد توسعه صنایع فراوری و تبدیلی، برندسازی بین المللی و بازاریابی هدفمند بازارهای ممتاز از اقدامات ضروری برای حفظ و توسعه بازارهای جهانی است.

به عنوان یک جایگزین پایدار و کم هزینه برای روش های سنتی مانند ذوب یا پیرومتالورژی می تواند منجر به کاهش ۷۰ درصد مصرف آب در این صنایع و تضمین کننده پایداری این صنعت در استان باشد.

در این مسیر الگوبرداری از کشورهای موفق دنیا می تواند بسیار راهگشا باشد؛ به عنوان مثال مدل شیلی در توسعه صنعت مس یکی از موفق ترین نمونه های جهانی در مدیریت و بهره برداری از منابع طبیعی است. شیلی بزرگترین تولیدکننده مس در جهان است و حدود ۲۸ درصد از مس جهانی را تأمین می کند. این موفقیت مرهون عوامل مختلفی از جمله سیاست های دولتی، سرمایه گذاری خارجی، فناوری پیشرفته و مدیریت پایدار منابع است. دولت شیلی با حفظ مالکیت منابع، از مشارکت بخش خصوصی و خارجی برای توسعه معادن استقبال کرده است و قوانین معدنکاری شفاف و جذاب برای سرمایه گذاران خارجی (مثل معافیت های مالیاتی در سال های اولیه) وضع نموده

است. به علاوه شیلی با ثبات سیاسی و اقتصادی، مقصدی امن برای سرمایه گذاران معدنی است، شرکت های بزرگی از جمله BHP (به عنوان بزرگترین سهامدار معدن مس اسکوندیدا) در شیلی فعال هستند. همچنین در حوزه فناوری و نوآوری با استفاده از روش های پیشرفته استخراج، مانند لیچینگ (تغلیظ مس با حلال) و استخراج از معادن روباز بهره وری و رقابت پذیری خود را به شدت افزایش داده است.

۲. پسته کرمان (طلای سبز جهانی)

کرمان با حدود ۳۵۰ هزار هکتار سطح زیر کشت پسته (۵۱ درصد از کل کشور)، تولیدکننده ۵۰ درصد پسته ایران است و حدود ۸۰ درصد صادرات پسته ایران در دست تجار کرمانی است؛ صادراتی که طبق آمار رسمی گمرک در سال ۱۴۰۲ درآمد ۱/۲ میلیارد دلاری نصیب کرمان کرده است، البته متأسفانه بیش از ۸۰ درصد از آن به صورت فله ای و بدون بسته بندی و برند صادر می شود.

طبق گزارش سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (FAO) پسته ایران ۳۰ درصد سهم بازار جهانی را دارد، اما در رقابت با پسته آمریکا که حداقل صاحب ۴۵ درصد بازار دنیاست، شرایط نسبتاً سختی پیش رو دارد. به نظر می رسد توسعه صنایع فراوری و تبدیلی، برندسازی بین المللی و بازاریابی هدفمند بازارهای ممتاز از اقدامات ضروری برای حفظ و توسعه بازارهای جهانی است. به علاوه کیفیت بی نظیر پسته کرمان، تقاضای رو به رشد چین که تقریباً هرساله ۱۵ درصد افزایش یافته، به علاوه رشد تقاضای جهانی برای محصولات ارگانیک (با قیمت دو برابری نسبت به پسته معمولی) فرصتهایی است که می تواند استراتژی های جهانی مانند پسته کرمان را تعیین کند. در زمینه پسته نیز مدل کالیفرنیا می تواند الگوی مناسبی برای استان کرمان باشد. کالیفرنیا در صنعت پسته یکی از موفق ترین نمونه های کشاورزی تجاری و صادرات محور در جهان است. ایالت کالیفرنیا بزرگترین تولیدکننده پسته در آمریکا و یکی از رقبای



اصلی ایران در بازار جهانی است. این موفقیت ناشی از مدیریت مدرن کشاورزی، تحقیقات علمی، بازاریابی هوشمند و زنجیره تأمین یکپارچه است. تحقیقات و توسعه (R&D) پیشرفته، سیستم آبیاری هوشمند و پایدار، مکانیزاسیون و فناوری در برداشت، زنجیره تأمین و فراوری مدرن، بازاریابی و برندینگ جهانی همراه با حمایت‌های دولتی و بیمه‌ای از ویژگی‌های کلیدی مدل کالیفرنیا در صنعت پسته است.

۳. گردشگری بین‌المللی (تاریخی و طبیعی)

پتانسیل بی‌پدیل و البته مغفول مانده استان کرمان جاذبه‌های توریستی آن است. وجود ۷ اثر ثبت‌شده در یونسکو و ۷۰۰ اثر ثبت‌شده ملی، طبیعت چهار فصل و جاذبه‌های منحصر به فرد طبیعی مانند کوه هزار به‌عنوان بلندترین قله جنوب ایران، غارهای طبیعی

و مناطق کویری می‌تواند کرمان را به یک مقصد اکوتوریسم و ژئوتوریسم بین‌المللی تبدیل کند. طبق پیش‌بینی Statista در سال ۲۰۲۳ بازار جهانی اکوتوریسم تا ۲۰۲۷ سالانه بیش از ۱۴ درصد رشد خواهد داشت، همچنین درآمد هر گردشگر لوکس در خاورمیانه و اروپا حدود ۵۰۰۰ دلار در هر سفر است. در نتیجه به نظر می‌رسد که ایجاد زنجیره گردشگری بین‌المللی با بسته‌های توسعه از تورهای کویر نوردی مخصوص گردشگران خارجی و اکوکمپ‌های لوکس (با توجه به تجربه موفق مشابه در دبی و مراکش) می‌تواند به یک مدل گردشگری کویری بومی ایرانی به‌عنوان یک مزیت رقابتی پر بازده منجر شود.

مدل دبی در گردشگری کویری لوکس، یکی از موفق‌ترین نمونه‌های توسعه گردشگری مبتنی بر جذابیت‌های طبیعی (کویر) و ترکیب آن با خدمات فوق لوکس، معماری خارق‌العاده و

تجربه‌های منحصربه‌فرد است. دبی توانسته کویر عربستان را به یک مقصد جهانی برای گردشگران ثروتمند تبدیل کند. ترکیب طبیعت کویر با امکانات فوق مدرن از جمله سافاری کویر، اقامتگاه‌های لوکس و رستوران‌های کویری، ایجاد جاذبه‌های مصنوعی در دل کویر از جمله پروژه‌های عظیم پارک‌های تفریحی کویری و نیز ارائه خدمات لوکس و شخصی‌سازی‌شده و نهایتاً بازاریابی هوشمند و با هدف‌گذاری گردشگران ثروتمند، همه از ویژگی‌های خاص مدل دبی هستند که می‌توانند الهام‌بخش استان کرمان در این حوزه باشند.

علاوه بر این، ظرفیت منحصربه‌فرد آبگرم‌های طبیعی استان کرمان (با دارا بودن بیش از ۲۰ چشمه معدنی تأییدشده توسط سازمان زمین‌شناسی ایران) می‌تواند به‌عنوان بستر استراتژیک توسعه گردشگری سلامت در



|| کولت‌های شهداد- کرمان | عکس: ابوذر احمدی‌زاده/ ایرنا ||



طبق پیش‌بینی Statista در سال ۲۰۲۳ بازار جهانی اکوتوریسم تا ۲۰۲۷ سالانه بیش از ۱۴ درصد رشد خواهد داشت، همچنین درآمد هر گردشگر لوکس در خاورمیانه و اروپا حدود ۵۰۰۰ دلار در هر سفر است. در نتیجه به نظر می‌رسد که ایجاد زنجیره گردشگری بین‌المللی با بسته‌های توسعه از تورهای کویر نوردی مخصوص گردشگران خارجی و اکوکمپ‌های لوکس (با توجه به تجربه موفق مشابه در دبی و مراکش) می‌تواند به یک مدل گردشگری کویری بومی ایرانی به‌عنوان یک مزیت رقابتی پر بازده منجر شود.

منطقه عمل کند. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری سلامت، بازار جهانی توریسم درمانی تا ۲۰۲۷ با رشد سالانه ۱۲/۵ درصد به ۱/۲ تریلیون دلار خواهد رسید که سهم آبگرم‌های درمانی در این بازار ۱۸ درصد برآورد شده است. احداث مجتمع‌های تخصصی آب‌درمانی با همکاری سرمایه‌گذاران خارجی مشابه با الگوی پروژه آبگرم دالامان ترکیه که سالانه میلیون‌ها گردشگر جذب می‌کند، می‌تواند این مزیت را به یکی از محورهای توسعه استان تبدیل کند.

۴. گیاهان دارویی و زعفران

استان کرمان با دارا بودن بیش از ۱۲۰۰ گونه گیاه دارویی^۴ از جمله آنگوزه (با سهم ۶۵ درصد از تولید جهانی)، زیره سیاه (۳۰ درصد از صادرات ایران) و آویشن کوهی (عیار اسانس بالای ۲ درصد) یکی از غنی‌ترین ذخایر ژنتیکی گیاهان دارویی در خاورمیانه محسوب می‌شود. همچنین، زعفران دشت خاک با عصاره‌دهی ۲۱۰ واحد^۵، جزو باکیفیت‌ترین زعفران‌های جهان طبقه‌بندی می‌شود. اما متأسفانه صادرات آن تاکنون عمدتاً به‌صورت خام انجام شده است. در پژوهشی که توسط دانشگاه علوم پزشکی کرمان در ۱۴۰۱ انجام شده، ارزش افزوده ازدست‌رفته ناشی از خام‌فروشی زعفران و گیاهان دارویی سالانه حدود ۳۰۰ میلیون دلار برآورد شده است. درحالی‌که با اخذ گواهی‌های بین‌المللی و فراهم کردن زمینه همکاری با شرکت‌های داروسازی جهان از جمله سوئیس (متخصص در داروهای گیاهی ضدالتهاب)، آلمان و هند (متخصص در تبدیل گیاهان به کیسول‌های استاندارد)، کرمان می‌تواند در زمینه فرآوری و تولید داروهای گیاهی بومی به یک قطب

در منطقه تبدیل شود. همچنین با ایجاد آزمایشگاه‌های کنترل کیفیت پیشرفته برای سنجش دقیق مواد مؤثره و صدور گواهی‌های صادراتی و توسعه کانال‌های توزیع بین‌المللی می‌توان آوازه کیفیت گیاهان دارویی و به‌طور ویژه زعفران کرمان را جهانی کرد.

۵. انرژی‌های تجدیدپذیر بویژه خورشیدی

براساس داده‌های سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر ایران (ساتبا)، استان کرمان با دارا بودن ۲۸۰۰ کیلووات ساعت/مترمربع

تابش خورشید در سال (که حدود ۲/۳ برابر میانگین جهانی است) یکی از بهترین نقاط ایران برای تولید انرژی خورشیدی است. این استان می‌تواند به‌عنوان موتور محرک تحقق اهداف ۱۰ گیگاواتی کشور در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر عمل کند.

به نظر می‌رسد با ایجاد مراکز تحقیق و توسعه تخصصی، جذب سرمایه‌گذاری برای احداث مزارع عظیم خورشیدی و سپس صادرات انرژی و نیز از طریق اتصال به شبکه برق منطقه‌ای، کرمان می‌تواند نقش آفرینی





عیار

ایران یکی از مهم‌ترین دارندگان مواد معدنی در جهان است و استان کرمان؛ بهشت معادن ایران با جایگاهی بی‌بدیل در حوزه **صنعت و معدن** از محورهای اصلی تولید ملی. فصل «عیار» روایتگر نبض تپنده معدن و صنعت در سرزمین‌مان است.



کرمان، گنجینه پنهان اقتصاد ایران است و با تمرکز بر زنجیره‌های ارزش مس، پسته و گیاهان دارویی، توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر و نیز توسعه گردشگری بین‌المللی می‌تواند به یک بازیگر جهانی تبدیل شود. رمز موفقیت آن، سرمایه‌گذاری هوشمند جهت افزایش ارزش افزوده محصولات (به جای خام‌فروشی)، بازاریابی هوشمند و توسعه فناوری و بهبود زیرساخت‌های لجستیکی است.

سخن آخر

کرمان، گنجینه پنهان اقتصاد ایران است و با تمرکز بر زنجیره‌های ارزش مس، پسته و گیاهان دارویی، توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر و نیز توسعه گردشگری بین‌المللی می‌تواند به یک بازیگر جهانی تبدیل شود. رمز موفقیت آن، سرمایه‌گذاری هوشمند جهت افزایش ارزش افزوده محصولات (به‌جای خام‌فروشی)، بازاریابی هوشمند و توسعه فناوری و بهبود زیرساخت‌های لجستیکی است. به‌طورکلی می‌توان گفت استان کرمان نه به دلیل کمبود ظرفیت، پتانسیل یا استعداد، بلکه به علت ضعف در به فعلیت رساندن ظرفیت‌ها، نبود انسجام مدیریتی و محدودیت‌های ساختاری نتوانسته به اهداف توسعه‌ای در شأن خود دست یابد. اگر این پتانسیل‌ها به‌درستی مدیریت شود با اجرای برنامه‌های هدفمند و یادگیری از مدل‌های موفق جهانی، کرمان می‌تواند نه‌تنها برای ایران، بلکه برای جهان نیز اهمیت ویژه‌ای پیدا کند. **III**

فرش‌های جهان شناخته می‌شده است و صنایع‌دستی از جمله پته‌دوزی به‌عنوان میراث معنوی ثبت‌شده در یونسکو، مس‌کاری و گلیم‌بافی با سبک‌های منحصربه‌فرد، مزیت‌هایی هستند که به کمک عزم جدی مسئولان و مشارکت فعال بخش خصوصی از طریق بازاریابی درست می‌توانند حتی به توسعه گردشگری بین‌المللی استان نیز کمک شایانی کنند و کرمان را دیگربرابر پرچمدار صنایع‌دستی ایران در بازارهای جهانی کنند. به‌علاوه موقعیت ترانزیتی و کریدور شرق به غرب؛ یعنی اتصال چین به اروپا از طریق جاده ابریشم جدید و نزدیکی به بندر چابهار که دسترسی به آب‌های آزاد را فراهم کرده و نیز قرارگیری در مسیر کریدور شمال-جنوب یعنی اتصال روسیه و آسیای میانه به اقیانوس هند از دیگر مزیت‌های رقابتی استان کرمان محسوب می‌شود که برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند کرمان را به یک مرکز لجستیک و تجارت منطقه‌ای تبدیل کند.

مؤثری در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر داشته باشد و حتی به هاب فناوری‌های خورشیدی در منطقه تبدیل شود و موقعیت ژئوپلیتیک ایران در بازار انرژی‌های نوین را ارتقا بخشد. همچنین کرمان می‌تواند تولیدکننده و صادرکننده هیدروژن سبز به‌عنوان یک صنعت با سودآوری بالا باشد (با درآمدی معادل ۳ تا ۵ دلار به ازای هر کیلو هیدروژن سبز). طبق پیش‌بینی‌ها اتحادیه اروپا تا ۲۰۳۰ نیاز به ۱۰ میلیون تن هیدروژن سبز دارد و استان کرمان با سرمایه‌گذاری هدفمند در این حوزه می‌تواند به یکی از اصلی‌ترین تأمین‌کنندگان هیدروژن اروپا تبدیل شود و از این محل به سودآوری بالایی برسد.

۶. سایر مزیت‌ها

به‌جز مواردی که گفته شد، همچنین صنایع‌دستی و فرش کرمان از دیرباز آوازه جهانی داشته، اما متأسفانه از دوران اوج خود فاصله زیادی گرفته است. فرش کرمان با پیشینه ۵۰۰ ساله، همواره در زمره باارزش‌ترین



معدن‌کاری پایدار؛ رویه‌ها، رویکردها و چالش‌ها

(درک یک واقعیت مهم برای حفظ محیط‌زیست)



برای رسیدن به اهداف معدن‌کاری سبز، اصول اساسی مانند توسعه روش‌های معدن‌کاری با اثرات محیط‌زیستی کمتر، استفاده از پسماندهای معدنی، استفاده از تجهیزات سازگار با زیست‌بوم، احیا و بازسازی سایت‌های معدن‌کاری شده و متوقف کردن معدن‌کاری‌های غیرقانونی باید به جد موردتوجه قرار گیرد.



دکتر مهدی خراسانی‌پور

عضو هیئت‌علمی گروه زمین‌شناسی دانشگاه شهید باهنر کرمان



۱- مقدمه

بشر امروز به این درک رسیده است که برای داشتن زیستی بهتر در کره زمین، باید در همه زمینه‌ها موضوع پایداری (Sustainability) را به جد موردتوجه قرار دهد. استان کرمان همواره به‌عنوان بهشت معادن ایران مطرح بوده است. وجود ذخایر ارزشمندی از معادن مانند مس، آهن، زغال‌سنگ، طلا و انواع سنگ‌های ساختمانی سبب توسعه صنایع معدنی در بخش‌های مختلف این استان شده است. به‌رغم مجموعه ذخایر زمین‌شناسی خدادادی در این استان، نگرانی‌های محیط‌زیستی متعددی در خصوص فعالیت معدن‌کاری و صنایع معدنی وجود دارد که گاهی با تنش‌های اجتماعی نیز همراه بوده است. انتظار می‌رود نهادهای متولی حوزه محیط‌زیست با رویکردی علمی و واقع‌بینانه نسبت به رفع نگرانی‌های مطرح شده اقدام نمایند. رعایت اصول معدن‌کاری پایدار درنهایت منجر به تغییر رویه‌ها و رویکردها در حوضه معدن‌کاری و سوق دادن آن به سمت معدن‌کاری سبز خواهد شد. برای رسیدن به اهداف معدن‌کاری سبز، اصول اساسی مانند توسعه روش‌های معدن‌کاری با اثرات محیط‌زیستی کمتر، استفاده از پسماندهای معدنی، استفاده از تجهیزات سازگار با زیست‌بوم، احیا و بازسازی سایت‌های معدن‌کاری شده و متوقف کردن معدن‌کاری‌های غیرقانونی باید به جد موردتوجه قرار گیرد. انتظار می‌رود معادن و صنایع معدنی کشور ما نیز به‌عنوان یکی از بازوهای مؤثر اقتصاد، رویکرد معدن‌کاری پایدار را در برنامه‌ریزی‌های خود مدنظر قرار دهند. در این رویکرد، اقتصاد پایدار، جامعه پایدار و محیط‌زیست پایدار دست در دست هم استفاده از معادن را به سمت بهره‌برداری ارزشمندتر، بهینه‌تر و سازگارتر با زیست‌بوم‌های طبیعی هدایت خواهد نمود.

۲- توسعه پایدار و موانع پیش روی آن

متعاقب انقلاب صنعتی در قرون ۱۷ تا ۲۰ میلادی نوعی از توسعه شایع شد که هدف

آن تنها توسعه اقتصادی بود و به اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی آن توجه نمی‌شد. این نوع توسعه که در اصطلاح توسعه یک‌جانبه اقتصادی یا توسعه سنتی هم نامیده می‌شد، باعث بروز مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی متعددی (بویژه در قرن بیستم) شد. لذا به‌تدریج شکلی از توسعه مطرح شد که در آن مشکلات زیست‌محیطی و اجتماعی بروز نکنند، یا حداقل مدیریت شده و کاهش یابند. این نوع توسعه را توسعه پایدار نامیدند. توسعه پایدار نوعی از توسعه است که در آن بشر ضمن تأمین نیازهای خود از طبیعت، یکپارچگی و ثبات اکوسیستم‌ها و محیط‌زیست را برای استفاده نسل‌های آینده نیز حفظ می‌کند؛ به عبارت دیگر، در وضعیت پایدار، انسان بدون تأثیر منفی غیرقابل جبران بر طبیعت، از آن استفاده می‌کند.

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته مهم‌ترین موانع توسعه پایدار شامل موارد زیر هستند:

- * تجاوز به زیستگاه‌ها،
- * محدود بودن منابع زمین،
- * عدم دسترسی به غذا،
- * رشد جمعیت،
- * شکار بی‌رویه و کاهش تنوع زیستی،
- * تخریب لایه ازن،

* شهرنشینی،

* کشاورزی نامناسب،

* بهره‌برداری شدید از منابع طبیعی و معدن،

* فعالیت‌های صنعتی و آلودگی‌های محیط‌زیستی،

* سیاست‌های نادرست صنعتی،

* اثرات مرتبط با گازهای گلخانه‌ای.

۳- جایگاه توسعه پایدار در معادن و صنایع معدنی

در کشورهای توسعه‌یافته زیربنای عملکرد معادن و صنایع معدنی، معدن‌کاری پایدار است. این شیوه، اشاره به الگویی از معدن‌کاری دارد که با حفظ مزایای اقتصادی و اجتماعی معادن و صنایع معدنی برای نسل فعلی و نسل‌های آینده، هم‌زمان حفاظت از محیط‌زیست را نیز به‌عنوان یکی از ارکان مهم توسعه پایدار مدنظر قرار می‌دهد. بر اساس شکل شماره (۱) مؤلفه‌های مهم در معدن‌کاری پایدار شامل اقتصاد، محیط‌زیست، جامعه، ایمنی و بهره‌وری می‌باشند.

۴- اصول مهم در توسعه پایدار معادن و صنایع معدنی

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، ۱۰ اصل مهم در توسعه پایدار فعالیت‌های مرتبط با معادن و صنایع معدنی به شرح زیر هستند:

(۱) پیاده‌سازی و حفظ شیوه‌های تجاری



شکل شماره (۱) جنبه‌های مهم معدن‌کاری پایدار

اخلاقی و سیستم سالم حاکمیت شرکتی،
 ۲) توجه به توسعه پایدار در فرآیند تصمیم‌گیری،
 ۳) رعایت حقوق اساسی بشر و احترام به فرهنگ‌ها، آداب‌ورسوم و ارزش‌ها در برخورد با کارکنان و سایرین که تحت تأثیر فعالیت‌های ما قرار می‌گیرند،

۴) اجرای استراتژی‌های مدیریت ریسک بر اساس داده‌های معتبر و علمی درست،
 ۵) بهبود مستمر عملکرد سلامت و ایمنی در محیط کار،
 ۶) بهبود مستمر عملکرد محیط‌زیستی،
 ۷) کمک به حفاظت از تنوع زیستی و

رویکردهای یکپارچه در برنامه‌ریزی کاربری اراضی،
 ۸) تسهیل و تشویق طراحی محصول، استفاده، استفاده مجدد، بازیافت و دفن نهایی محصول،
 ۹) کمک به توسعه اجتماعی، اقتصادی و صنعتی جوامعی که در آن فعالیت می‌کنیم،
 ۱۰) تعامل مؤثر و شفاف، ارتباطات از طریق گزارش‌دهی مستقل با ذینفعان.

۵- نقش توسعه پایدار در چرخه حیات معدن کاری

موضوع پایداری بایستی در همه مراحل معدن کاری مدنظر قرار گیرد. شکل شماره (۲) اقدامات مورد نیاز در هر مرحله از چرخه حیات معدن مطابق با الگوی معدن کاری پایدار را نشان می‌دهد.

زمانی که از موضوع پایداری صحبت می‌شود، این موضوع شامل کل چرخه حیات فرایند معدن کاری، فرآوری و حتی اتمام فرایند نیز می‌شود. برای مشخص کردن برنامه‌های مناسب در معدن کاری پایدار بایستی عوارض محیط‌زیستی و اجتماعی هر یک از مراحل چرخه حیات معدن مطابق جدول شماره(۱) شناسایی و ارزیابی شوند. مطابق این جدول میزان اثرات محیط‌زیستی و اجتماعی مرحله بهره‌برداری و سپس بسته شدن در مقایسه با سایر موارد بیشتر است. از این نظر حداقل میزان تأثیر مربوط به مرحله اکتشاف است.

۶- روند تأثیرگذاری محیط‌زیستی و اجتماعی معدن کاری در هر مرحله

در موضوع معدن کاری پایدار انجام اقدامات در زمان مناسب از اهمیت حیاتی برخوردار می‌باشد. برای ایجاد درک بهتری از این موضوع شکل شماره (۳) طرحی شماتیک را نشان می‌دهد که در آن دو موضوع مهم شامل: (۱) امکان مدیریت پیامدها و (۲) اثرات تجمعی محیط‌زیستی و اجتماعی موردبررسی قرار گرفته است. به‌طور مشخص هر چه در طول عمر یا دوره حیات یک معدن از مرحله اکتشاف به

مرحله بسته شدن حرکت می‌کنیم، امکان مدیریت پیامدها، کاهش و شدت اثرات تجمعی محیط‌زیستی و اجتماعی افزایش می‌یابد؛ به عبارت دیگر زمانی معدن کاری پایدار موفق عمل خواهد نمود که پیش‌بینی درستی از اقدامات مورد نیاز در زمان درست انجام شود. گاهی فرصت مدیریت اصولی یک فرایند به دلیل پیش‌بینی نامناسب به‌راحتی از دست می‌رود. در این رویکرد توسعه برنامه جامع مدیریت محیط‌زیستی در ابتدا کار و همزمان با مرحله اکتشاف از طریق تعیین قوانین و دستورالعمل‌ها و همچنین پشتیبانی از توسعه محیط‌زیستی طرح آغاز می‌گردد.

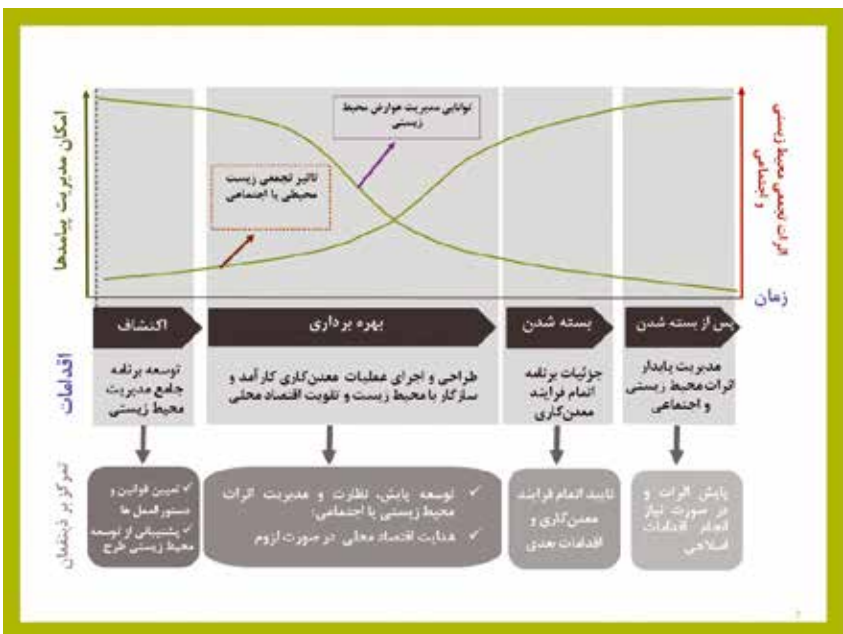
۷- مزایای اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی معدن کاری پایدار

شکل شماره (۴) مزایایی مهم اقتصادی، محیط‌زیستی و اجتماعی موضوع پایداری در فرایند معدن کاری و فرآوری مواد معدنی را نشان می‌دهد. این مزایا در بخش اقتصادی شامل کسب مجوز برای فعالیت، بهبود عملکرد و مدیریت هزینه‌ها می‌باشد. حال آنکه در بخش اجتماعی مزایایی اجتماعی-اقتصادی، مزایایی مرتبط با بهداشت و ایمنی و تأثیر پایداری بر زندگی جامعه را شامل می‌شود. در بخش محیط‌زیست حفاظت بهتر از آب، زمین و خاک مدنظر قرار می‌گیرد.

۸- سناریوهای مهم پایداری در معادن فعال

هرگونه سناریو و راه‌حل در حوضه معدن کاری پایدار باید سه شرط مهم زیر را دارا باشد:
 * سازگار با محیط‌زیست،
 * امکان‌پذیر از نظر اقتصادی،
 * مطلوب از نظر اجتماعی.

انتظار می‌رود معادن و صنایع معدنی کشور ما نیز به‌عنوان یکی از بازوهای مؤثر اقتصاد، رویکرد معدن کاری پایدار را در برنامه‌ریزی‌های خود مدنظر قرار دهند. در این رویکرد، اقتصاد پایدار، جامعه پایدار و محیط‌زیست پایدار دست در دست هم استفاده از معادن را به سمت بهره‌برداری ارزشمندتر، بهینه‌تر و سازگارتر با زیست‌بوم‌های طبیعی هدایت خواهد نمود.



شکل شماره (۳) روند تأثیرگذاری محیط‌زیستی و اجتماعی معدن کاری در هر مرحله و اقدامات مورد نیاز



شکل شماره (۴) مزایای اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی موضوع پایداری در عملیات معدن کاری



در کشورهای توسعه‌یافته زیربنای عملکرد معادن و صنایع معدنی، معدن‌کاری پایدار است. این شیوه، اشاره به الگویی از معدن‌کاری دارد که با حفظ مزایای اقتصادی و اجتماعی معادن و صنایع معدنی برای نسل فعلی و نسل‌های آینده، هم‌زمان حفاظت از محیط‌زیست را نیز به‌عنوان یکی از ارکان مهم توسعه پایدار مدنظر قرار می‌دهد.

بر اساس موارد صفحه قبل راه‌حل‌های معدن‌کاری پایدار در حوزه محیط‌زیست باید منجر به بازیابی زیست‌بوم‌ها و حفظ کارکرد طبیعی آن‌ها گردد (شکل شماره ۵). این راه‌حل‌ها در موضوع اقتصاد باید با فراهم کردن سود و منفعت زمینه استفاده کارآمد از منابع و درنظر گرفتن هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی را در پی داشته باشد. راه‌حل‌های معدن‌کاری پایدار از بعد اجتماعی باید زمینه‌ساز موارد زیر باشند:

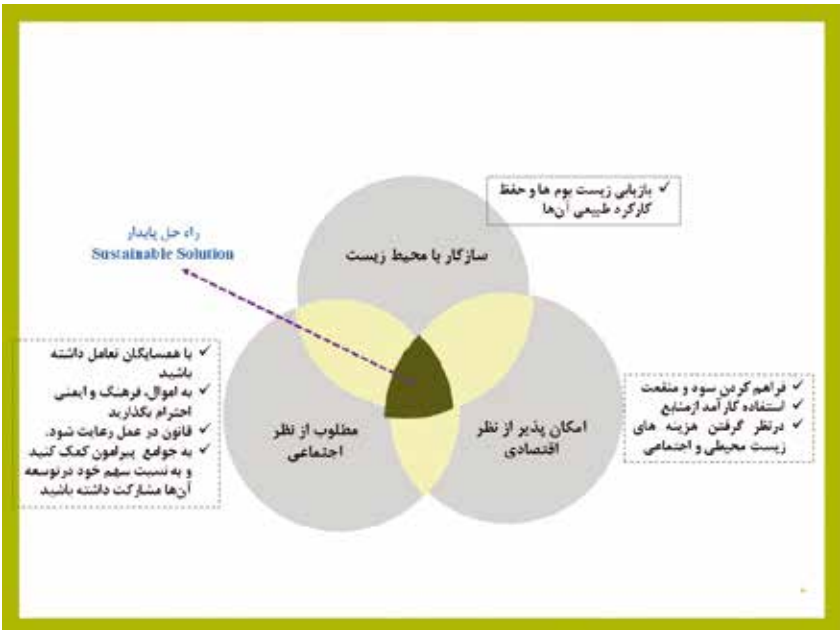
- * منجر به تعامل بیشتر با همسایگان و سایر ذینفعان گردد،
- * به اموال، فرهنگ و ایمنی احترام گذاشته شود،
- * قانون در عمل رعایت شود،
- * به جوامع پیرامون کمک کند و به نسبت سهم خود در توسعه آن‌ها مشارکت داشته باشد.

۹- چهارچوب زمانی و زنجیره مسئولیت‌پذیری در معدن‌کاری پایدار

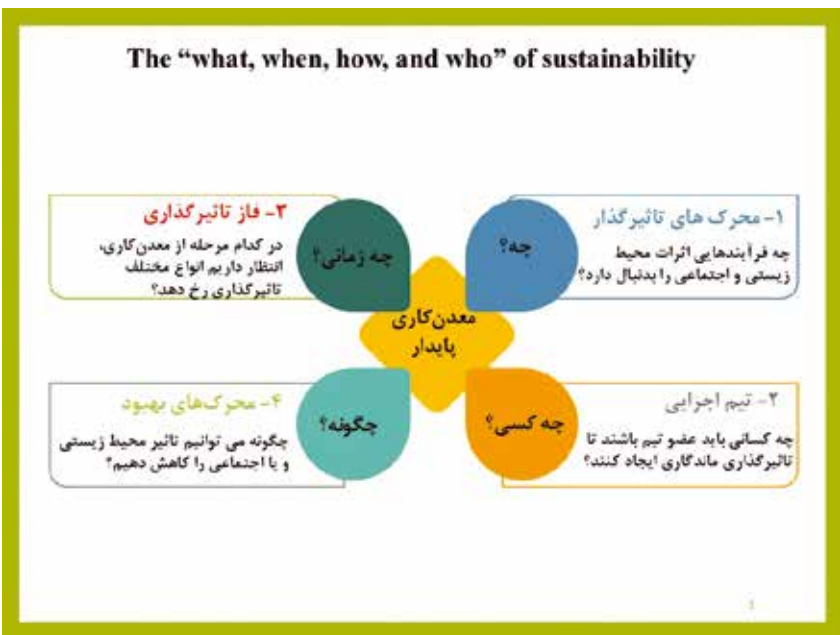
یکی از موارد مهم در بحث پایداری مربوط به برنامه زمانی اجرای آن و زنجیره مسئولیت‌پذیری در این بخش می‌باشد. در این بخش در واقع بایستی پاسخ‌های مناسب به مواردی مانند چه؟، چه کسی؟، چه زمانی؟ و چگونه؟ داده شود، شکل شماره (۶). پاسخ به این چراها در واقع مرتبط با چهار فاز زیر می‌باشد که باید به ترتیب بررسی شوند:

- ۱- شناسایی محرک‌های تأثیرگذار،
- ۲- شناسایی تیم اجرایی،
- ۳- ارزیابی فاز تأثیرگذاری،
- ۴- شناسایی محرک‌های بهبود فرایند.

۱۰- تکمیل برنامه معدن‌کاری پایدار به‌منظور تکمیل برنامه معدن‌کاری پایدار ۵ مرحله زیر باید مدنظر قرار گیرد:



شکل شماره (۵) سناریوها و ملاحظات مهم در راه‌حل‌های دیده شده در معدن‌کاری پایدار



شکل شماره (۶) جنبه‌های مهم در چهارچوب زمانی و زنجیره مسئولیت‌پذیری در معدن‌کاری پایدار

۱. تدوین استراتژی پایداری،

۲. اجرای برنامه گزارش‌دهی،

۳. ارزیابی اثرات محیط‌زیستی و اولویت‌بندی اقدامات،

۴. اجرای فعالیت‌های بهینه‌سازی،

۵. بررسی ارتباط نتایج و عملکرد.

شکل شماره (۷) اقدامات مورد نیاز در هر یک از مراحل فوق را نشان می‌دهد.

باید توجه داشت که اقدامات مورد نیاز در برنامه معدن‌کاری پایدار باید از نظر زمانی موردتوجه قرار گیرند، شکل شماره (۸). بر این اساس فرایند برنامه‌ریزی برای فرایند معدن‌کاری قبل از شروع فرایند با انجام گزارش جامع ارزیابی اثرات محیط‌زیستی انجام می‌شود. این اقدامات در حین فرایند معدن‌کاری با حفاظت از محیط‌زیست ادامه و در نهایت برنامه احیاء و بازسازی بعد از اتمام فرایند معدن‌کاری خاتمه می‌یابد.

برای رسیدن به اقدامات مؤثر در معدن‌کاری پایدار توجه به هرم استراتژی جامع توسعه پایدار باید مدنظر قرار گیرد، شکل شماره (۹). در این هرم ابتدا اهداف به‌طور مشخص تعریف می‌شوند و سپس با تعریف شاخص‌ها و معیارها، پایش، نظارت و گزارش‌دهی، اجرای سیستم مدیریت محیط‌زیستی ادامه می‌یابد. این فرایند با رهبری و زنجیره مسئولیت‌پذیری، رعایت استراتژی‌ها و استانداردها و همچنین سیاست‌ها معدن‌کاری پایدار در نهایت منجر به کاهش ریسک‌ها و مخاطرات و ایجاد عملکردی مؤثر و پیشرو خواهد شد.

۱۱- معدن‌کاری سبز

با توجه به جایگاه ویژه مسائل مرتبط با محیط‌زیست، آینده صنایع معدن‌کاری به سمت معدن‌کاری سبز (Green Mining) سوق پیدا خواهد نمود. در واقع معدن‌کاری سبز رویکردی برای بهبود فرایند معدن‌کاری پایدار محسوب می‌گردد. رعایت اصول و چهارچوب‌های معدن‌کاری پایدار در نهایت

منجر به معدن‌کاری سبز خواهد شد. در واقع معدن‌کاری سبز روشی پایدار برای استخراج، فرآوری و توزیع مواد معدنی، فلزات و سوخت‌های فسیلی می‌باشد. برای رسیدن به اهداف معدن‌کاری سبز اصول اساسی مانند توسعه روش‌های معدن‌کاری

با اثرات محیط‌زیستی کمتر، استفاده از پسماندهای معدنی، استفاده از تجهیزات سازگار با زیست‌بوم، احیا و بازسازی سایت‌های معدن‌کاری شده و متوقف کردن معدن‌کاری‌های غیرقانونی باید مدنظر قرار گیرد.



شکل شماره (۷) اقدامات لازم به‌منظور تکمیل برنامه معدن‌کاری پایدار



شکل شماره (۸) اقدامات مرتبط با معدن‌کاری پایدار از نظر توالی زمانی



برای رسیدن به توسعه پایدار و معدن کاری سبز شرکت های معدن کاری و صنایع معدنی بایستی توجه ویژه ای به استفاده از فناوری های سبز در فعالیت های معدن کاری و فرآوری خود داشته باشند، شکل شماره (۱۰).

مهم ترین این فناوری های شامل: برقی سازی کارخانه ها، برقی سازی حمل و نقل، استفاده از اتوماسیون و کنترل از راه دور، دیجیتالی سازی و تجزیه و تحلیل داده ها، استفاده از فناوری های هیدروژنی، استفاده از فناوری های قابل احیاء و زیست تخریب پذیر، توجه به شاخص های پایداری در حمل و نقل مواد، استفاده از مواد پیشرفته، استفاده از هوش مصنوعی، استفاده از سنسورهای هوشمند و ادغام آن با اینترنت اشیا و استفاده از فناوری های حفاری با کارایی انرژی مناسب می باشد.

ادغام فناوری در فرایند معدن کاری سبز بر اساس رویکردهای ذکر شده می تواند در نهایت به نهایی شدن معدن کاری پایدار منجر گردد.

معادن و صنایع معدنی جهت رسیدن به الگوی معدن‌کاری پایدار و سبز ابتدا باید ابعاد مختلف محیط‌زیستی و اجتماعی فعالیت‌های خود را درک نمایند. شکل شماره (۱۱) مهم‌ترین ابعاد اجتماعی و محیط‌زیستی مرتبط با فعالیت‌های معدن‌کاری را نشان می‌دهد.

معدن و صنایع معدنی برای داشتن آینده‌ای
بهتر در معدن کاری پایدار مطابق با الگوی
معدن کاری سبز ملاحظات زیر را باید مدنظر
قرار دهند:

شکل شماره (۱۲) طرحی شماتیک از اقدامات فوق را نشان می‌دهد. **///**

- <https://www.de.kearney.com/social-impact/article/?a/mining-takes-on-the-sustainability-challenge>



هماهنگ‌سازی توسعه معادن در بستر اقتصادی مناسب



در اوایل دهه ۸۰ خورشیدی، مزیت اقتصادی بخش‌های مختلف اقتصاد ایران را محاسبه کردیم. نتیجه این محاسبات این بود که سه بخش از اقتصاد ایران در صحنه جهانی مزیت اقتصادی بالایی دارند: بخش‌های نفت، انرژی و معدن.



دکتر سید کاظم اورعی میرزمانی

استاد اقتصاد معدن دانشگاه استرلینگ انگلیس

/// بخش معدن ایران بدون شک مهم‌ترین بخش اقتصاد کشور است. این بخش به‌راحتی می‌تواند اقتصاد کشور را متحول کند، جایگزینی پایدار، کم‌مخاطره و طولانی‌مدت برای نفت و فرآورده‌های آن باشد و سبب شکوفایی تمامی سایر بخش‌های اقتصاد ایران شود. درباره میزان ذخایر معدنی ایران بسیار گفته شده است. در نبود آمار دقیق و کمبود میزان عملیات اکتشافی، ارائه اعداد و ارقام کار آسانی نیست، ولی با استناد به آمار محدود و بر مبنای علم و تجربه، می‌توان گفت جایگاه جهانی ایران در این زمینه منحصر به فرد است.

کم‌تر کشوری وجود دارد که حدود هفت درصد مواد معدنی جهان را داشته باشد؛ این یعنی حدود ۷ برابر سهم خود از نظر جمعیت و وسعت مواد معدنی در اختیار دارد. پژوهش‌گران معتقدند ایران از نظر مجموع مواد معدنی رتبه پنجم جهان را در اختیار دارد، اگرچه محاسبه دقیق ناممکن است، صحت این ادعا به هیچ‌وجه دور از انتظار نیست. از طرف دیگر، از آن‌جا که تقریباً تمام محصولات تولیدی بخش معدن از صنایع ثانویه سر در می‌آورند، هرگونه جهش در این بخش، به‌سرعت باعث رونق در تمامی بخش‌های دیگر اقتصاد کشور می‌شود.

در اوایل دهه ۸۰ خورشیدی، مزیت اقتصادی بخش‌های مختلف اقتصاد ایران را محاسبه کردیم. نتیجه این محاسبات این بود که سه بخش از اقتصاد ایران در صحنه جهانی مزیت اقتصادی بالایی دارند: بخش‌های نفت، انرژی و معدن. حال پس از حدود ۲۰ سال می‌بینیم که در درجه اول، بخش نفت به دلیل آسیب‌پذیری زیادی که دارد، به‌طور گسترده مورد تحریم قرار گرفته و به‌صورت پایدار، عددی به تولید ناخالص داخلی اضافه نمی‌کند. همچنین چند دهه است که در مورد عمر مفید اقتصادی نفت و مقادیر باقی‌مانده ذخایر نفتی جهان بین اقتصاددانان بحث می‌شود. بدیهی است که عمر مفید اقتصادی نفت بویژه با توجه به مسائل زیست‌محیطی که در سال‌های اخیر توجه زیادی به آن‌ها

جلب شده، رو به پایان است؛ بنابراین تأکید فراوان روی این بخش، حتی بدون در نظر گرفتن تحریم‌های اقتصادی، مطلوبیت زیادی ندارد. بخش انرژی هم که این روزها از گردونه خارج شده و کمبود آن حتی برای مصارف داخلی مورد قبول همگان است. در این میان فقط بخش معدن باقی می‌ماند که هم درازمدت است و هم تقریباً تحریم ناپذیر. مضافاً این‌که معادن ایران تقریباً در تمام نقاط کشور پراکنده‌اند و این بخش از هزاران معدن کوچک و بزرگ تشکیل شده که البته برخی از آن‌ها تولید کمی دارند، ولی می‌توانند بسیار بهره‌ور و سود ده باشند. زیاد بودن این‌گونه واحدها می‌تواند کمک بسزایی در افزایش تولید ناخالص داخلی بکند. فقط در درجه اول، باور به این مطلب ضرورت دارد و سپس کمک به آن‌ها که بهره‌وری بالاتر و نیز تولید بیشتری داشته باشند.

بخش معدن ایران می‌تواند با صادرات محصولات خود به بسیاری کشورهای منطقه و حتی کشورهای دوردست، تراز تجاری کشور را بالا ببرد که لازمه این امر، هماهنگ‌سازی بستر اقتصادی است. در حال حاضر معادن ما از نظر بستر اقتصادی با وضعیتی مواجهند که به هیچ‌وجه با اقتصاد جهان هماهنگ نیست. بسیاری از این کمبودها، مشکلاتی کوچک و بی‌دلیل هستند که دولت می‌تواند به‌آسانی آن‌ها را رفع کند که در این نوشتار به تعداد کمی از مهم‌ترین آن‌ها پرداخته خواهد شد؛ برای مثال: هنگامی که فقط سه کشور در جهان در لیست سیاه FATF قرار دارند که یکی از آن‌ها ایران است، نمی‌توان انتظار داشت که تولیدکننده ایرانی بتواند به‌راحتی به بازارهای جهانی ورود کند. منظور این نیست که چرا تحریم‌ها اعمال شده‌اند، بلکه هدف این است که با وجود تحریم‌های اقتصادی و محدودیت‌های اعمال‌شده بین‌المللی بازهم می‌توان با رفع محدودیت‌های داخلی که کوچک ولی فراوان هستند، کاری کرد که معادن ما با معادن جهان هماهنگ شوند، تولید و بهره‌وری بیشتری داشته باشند و به شکوفایی اقتصاد کشور کمک کنند؛ به عبارت

دیگر، خودتحریمی رفع شود. مشکلات بسیار زیادی بر سر راه معادن و سایر بخش‌ها در کشور است که دلیلی برای آن‌ها وجود ندارد. در این‌جا فقط به ذکر یک مثال بسنده می‌کنیم: با خود فکر کنیم که وزارت صنعت، معدن و تجارت برای معادن چه کار می‌کند؟ این وزارتخانه که متصدی و مسئول معادن و صنایع معدنی است و علاوه بر تهران (به‌عنوان پایتخت کشور) در تمامی شهرهای بزرگ و کوچک کشور، اداره و اداره کل با کارکنان فراوان دارد – که اتفاقاً تعداد قابل‌توجهی از آن‌ها از دوستان، همکاران و دانشجویان سابق خودم هستند- برای این بخش از اقتصاد کشور چه کارهایی کرده که بگوییم باعث شده تولید ناخالص داخلی ایران، فقط یک درصد بالا رفته است؟! گاهی اوقات از اتخاذ

تصمیمات بزرگ اقتصادی نباید ترسید. یاد شعر استاد سخن، فردوسی افتادم: نجویم بر این کینه آرام و خواب من و گرز و میدان افراسیاب میدان اقتصاد هم مانند میادین دیگر است و بعضاً به تصمیمات بزرگ، شجاعت و شهامت نیاز دارد. اگر دقت کنیم می‌بینیم که این وزارتخانه با نیروهای مجرب و کارآزموده فراوانی که دارد، اغلب مشغول رفع مشکلاتی است که قبلاً در سازوکارهای خودش ایجاد شده است. این به این دلیل است که به‌اندازه کافی و در حد توان این پرسنل به آن‌ها کار واقعی محول نشده است؛ یعنی اکثریت قریب به‌اتفاق حدود سی هزار نفر کارکنان این بخش از دولت، اول مشکلاتی برای صنایع معدنی ایجاد می‌کنند و سپس آن‌ها را از سر

راه برمی‌دارند. بدون قصد زیر سؤال بردن نیت و تلاش‌های هر سازمان و حتی شخصی و تنها از سر دلسوزی و تأسف باید بگوییم که این وضعیت، تازه بهترین حالتی است که می‌توان متصور بود. اگر به دنبال افزایش رشد اقتصادی کشور و بزرگ شدن سفره مردم هستیم، باید در مورد کوچک یا بزرگ بودن و یا سپردن کار بیشتر به هر بخش از سازمان‌هایی که از بودجه عمومی استفاده می‌کنند و یا حتی وجود یا عدم وجود آن‌ها را در مقایسه با اثر آن‌ها در ازدیاد تولید ناخالص ملی یا داخلی اندازه‌گیری و سپس تصمیم‌گیری کنیم؛ به عبارت دیگر، از آن‌جا که تولید ناخالص داخلی، حاصل جمع تولید ناخالص تمامی افرادی است که در کشور زندگی می‌کنند، ارزش کار هر شخص و یا جبران





خدمات (حقوق و مزایا) وی هم باید با میزان مشارکت او در تولید ناخالص داخلی سنجیده شود. این که از ۴۰۰ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی، چه مقدار آن تولید واقعی بخش‌هایی مانند معادن کشور است و چه مقدار از آن‌ها خدمات دولتی- که بودوبود آن‌ها اثری در اقتصاد ندارد- بحث مهم و مفصل دیگری است که در این نوشتار نمی‌گنجد.

می‌توان نتیجه گرفت که حتی وجود برخی سازمان‌های دولتی و به‌صورت جمعی، بزرگ بودن دولت، خود یک مانع است که بر سر راه معادن قرار گرفته. قانون «بازگشت کم شونده» در اقتصاد، دقیقاً همین را بیان می‌کند. در دیگر کشورهای معدنی به هیچ‌وجه این‌همه محدودیت و ممانعت بر سر راه معدن‌کاران گذاشته نشده است؛ البته موارد خاصی می‌توان مثال زد که برخلاف این ادعا باشند، مثلاً: در اروپای غربی، مسائل زیست‌محیطی محدودیت‌های زیادی بر سر راه پیش رفت و فعالیت‌های معادن قرار داده‌اند، ولی بیش‌تر این محدودیت‌ها به دلیل کوچک بودن آن کشورها و محدود بودن میزان ذخایر آن‌هاست که البته در ایران مصداق چندانی ندارد. محدودیت‌های اعمال‌شده بر معادن در کشورهای معدنی دیگر، مانند استرالیا و کانادا که وضعیت جغرافیایی و معدنی مشابهی با ایران دارند، بسیار کم‌تر از ایران است. بد نیست بدانید که در حال حاضر وضعیت محدودیت‌ها به‌گونه‌ای است که اگر مثلاً فردی در ملک شخصی خود در منطقه‌ای بسیار دورافتاده، ماده معدنی پیدا کند و بخواهد آن را استخراج کند، فرآیند گرفتن مجوزی که تنها چهار مرحله دارد، حداقل ۱-۲ سال طول می‌کشد، تازه اگر بتواند این مراحل را با موفقیت بگذراند. مردم ایران به‌صورت ذاتی، سنتی، ژنتیکی و یا تربیتی، مردمی علاقمند به تولید هستند و اگر به حال خود گذارده شوند، مقدار تولید ناخالص داخلی را بسیار بالا می‌برند، ولی عملاً محدودیت‌های قانونی به‌گونه‌ای بسیار فعالانه جلوی آن‌ها را گرفته است؛ مثال واضح امروز این است که به‌محض مشاهده کمبود



میدان اقتصاد هم مانند میادین دیگر است و بعضاً به تصمیمات بزرگ، شجاعت و شهامت نیاز دارد. اگر دقت کنیم می‌بینیم که این وزارتخانه با نیروهای مجرب و کارآزموده فراوانی که دارد، اغلب مشغول رفع مشکلاتی است که قبلاً در سازوکارهای خودش ایجاد شده است. این به این دلیل است که به‌اندازه کافی و در حد توان این پرسنل به آن‌ها کار واقعی محول نشده است؛ یعنی اکثریت قریب به اتفاق حدود سی هزار نفر کارکنان این بخش از دولت، اول مشکلاتی برای صنایع معدنی ایجاد می‌کنند و سپس آن‌ها را از سر راه برمی‌دارند.

برق و دعوت دولت از مردم برای تولید آن از طریق احداث نیروگاه‌های خورشیدی، بنا به گفته وزارت نیرو، هزاران نفر برای انجام این کار پشت درهای بسته این وزارتخانه صف کشیده‌اند. هیچ جای دنیا مردمی با چنین اشتیاقی برای تولید یافت نمی‌شود. آن‌ها را از قیدوبند بوروکراسی اداری رها کنید که کشور را برای شما می‌سازند، اما این ممکن نیست مگر با کوچک کردن بدنه دولت که البته همان تصمیمات بزرگ را می‌طلبد؛ یعنی همان گرز و همان میدان افراسیاب.

تولید در معادن

برای هماهنگ‌سازی معادن ایران با جهان، مسلماً اولین ضرورت، ازدیاد تولید در معادن فعال است. حدود یک‌صد معدن زغال‌سنگ فعال در ایران وجود دارد که جمع کل تولید آن‌ها حتی از یک معدن بزرگ و مدرن در سطح جهانی کم‌تر است. برای ازدیاد تولید، استفاده از ماشین‌آلات پیشرفته، مدرن و بزرگ موردنیاز است. معادن ایران به‌شدت از کمبود چنین ماشین‌آلاتی رنج می‌برند. مدت زیادی است که ماشین‌آلات معدنی جدیدی وارد ایران نشده و یا در کشور ساخته نشده است. هیچ‌کس نمی‌داند ممنوعیت ورود ماشین‌آلات معدنی برای چیست. دولت با وضع قوانین و مقررات زیاد دستوپا گیر، به‌قدری اطراف خود را شلوغ کرده که در عمل تقریباً قادر به انجام هیچ کاری نیست. به یاد شعر مولانا می‌افتم:

ما چو خود را در سخن آغشته‌ایم

از حکایت ما حکایت گشته‌ایم

آنقدر خود را به دولتی‌کردن و قانون و مقررات آغشته کرده‌ایم که دیگر غیر از این کار، کار دیگری نمی‌توانیم انجام دهیم. به همین

دلیل است که در بسیاری وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها شاید تنها وظیفه رییس سازمان و به‌تبع آن وزیر یک وزارتخانه این باشد که صرفاً تعدادی از افراد جامعه را در اشتغال نگه دارد، حقوق آن‌ها را از بودجه دولت بدهد، یارانه‌ها و کارانه‌ها را تقسیم کند، سایر امکانات دولتی مانند زمین و مسکن و امکانات رفاهی و سبد معیشتی را بین آن‌ها عادلانه توزیع کند و غیره. این که این سازمان یا وزارتخانه چه مقدار خروجی و نتیجه برای کشور دارد و یا چقدر باعث ازدیاد تولید ناخالص داخلی می‌شود، اصلاً جزو سؤال‌های آن‌ها نیست. به‌عنوان یک مثال در این زمینه، معدن‌کاری را در نظر بگیرید که در خارج از کشور یک لودر دارد و می‌خواهد آن را در معدن خود در ایران به‌کار گیرد. برای این کار هیچ انتظاری هم از دولت ندارد. آیا می‌توان باور کرد که قانون به وی اجازه چنین کاری نمی‌دهد؟! اگر کسی به این امور آشنایی نداشته باشد، حدس خواهد زد که این معدن‌کار برای واردکردن لودر خود

باید تشویق هم بشود، اما اشتباه می‌کند؛ چون اصلاً این‌طور نیست. در مورد کامیون، بولدوزر و تمام ماشین‌آلات معدنی همین محدودیت وجود دارد. به این‌گونه دلایل است که ماشین‌آلات موجود در معادن فرسوده شده و باعث عقب‌ماندگی معادن از همتایان خود در کشورهای معدنی دیگر شده‌اند. یک نگاه به انبارهای متعدد گمرک ایران نشان می‌دهد که میلیون‌ها ماشین، دستگاه و قطعه مربوط به انواع صنایع در انبارها منتظر ترخیص هستند. ترخیص این قبیل کالاها در مواردی به چند سال هم می‌رسد و در مواردی، کالاها متروکه و مرجوع می‌شوند.

نتیجه می‌گیریم که در درجه اول باید به معادن اجازه داده شود که خود را از نظر مکانیزاسیون به سطح مطلوب برسانند و پس از آن این سطح باید در معادن کشور بالا رود. توجه کنیم که مسائل ناشی از پیر شدن جمعیت- مشکلی که کشور ما مشابه بسیاری کشورهای دیگر، بویژه کشورهای





مسائل ناشی از پیر شدن جمعیت -مشکلی که کشور ما مشابه بسیاری کشورهای دیگر، بویژه کشورهای غربی با آن روبه‌روست- فقط با بالا بردن سطح مکانیزاسیون و اتوماسیون در صنایع قابل حل است. معادن ما در حال حاضر از مهارت کارگرانی استفاده می‌کنند که به احتمال زیاد پس از بازنشستگی دیگر جایگزین نخواهند داشت. آن وقت است که خواهیم دید تولید معادن از مقدار فعلی هم کم‌تر خواهد شد، مگر این‌که روش‌های نوین و ماشین‌ها و دستگاه‌های مدرن جای آن‌ها را پر کند.

غربی با آن روبه‌روست- فقط با بالا بردن سطح مکانیزاسیون و اتوماسیون در صنایع قابل حل است. معادن ما در حال حاضر از مهارت کارگرانی استفاده می‌کنند که به احتمال زیاد پس از بازنشستگی دیگر جایگزین نخواهند داشت. آن وقت است که خواهیم دید تولید معادن از مقدار فعلی هم کم‌تر خواهد شد، مگر این‌که روش‌های نوین و ماشین‌ها و دستگاه‌های مدرن جای آن‌ها را پر کند.

دخالت دولت در معادن

حال که گویا به دلایلی نامشخص و برخلاف اصول و تئوری‌های اقتصادی، امکان خصوصی‌سازی معادن و صنایع معدنی وجود ندارد، حداقل انتظاری که از دولت می‌توان داشت، کاهش میزان دخالت در امور اقتصادی کشور است. در حال حاضر بیش از ۸۰ درصد اقتصاد کشور به نحوی تحت مالکیت یا مدیریت دولت است. حتی اگر خصوصی‌سازی هم انجام شود و این ۸۰ درصد، مثلاً به ۲۰ درصد برسد، بازهم دخالت و با نظارت بیش از حد دولت فقط نقش مخرب در اقتصاد خواهد داشت. فقط و فقط میزان بسیار کم و محدود دخالت و یا نظارت دولت در امور اقتصادی است که می‌تواند ضروری و مطلوب باشد.

این روزها موضوع مطلوب بودن عدم دخالت بیش از حد دولت‌ها در اقتصاد بر همگان ثابت شده است. در جهان امروز، یکی دو کشور کوچک و کم‌اهمیت بیش‌تر باقی‌نمانده که هنوز هم بر اجرای قوانین منسوخ و بسته دولتی اصرار می‌ورزند. مهم‌ترین مخرب‌ترین عیب دخالت و یا نظارت دولت این است که این‌گونه دخالت‌ها بی‌انتهايند؛ به محض ورود به این باتلاق، میزان آن‌ها

به‌صورت فزاینده بالا می‌رود، تا جایی که چرخ‌های اقتصاد به‌کلی از کار می‌افتد.

نقش بانک‌ها در هماهنگ‌سازی معادن

از وظایف فراوانی که در اقتصاد بر عهده بانک‌ها است، دو وظیفه اهمیت بیشتری دارند: **اعطای تسهیلات:** وظیفه اصلی بانک‌ها در تمام دنیا، جمع‌آوری پس‌اندازهای کوچک و بزرگ مردم و استفاده از آن‌ها برای اعطای وام به سرمایه‌گذاران است. بانک‌های ایران در حال حاضر این وظیفه را به‌درستی انجام نمی‌دهند و در عوض به بنگاه-داری می‌پردازند. بنگاه‌داری در حقیقت، یعنی سود بردن از وجود تورم در اقتصاد؛ این کار در بسیاری کشورها ممنوع است و حتی بانک‌ها حق خرید ملک برای ایجاد شعبه به‌منظور ارائه خدمات روزمره بانک‌داری را هم ندارند. نتیجه این کار غیرقانونی و غیراخلاقی بانک‌های ایران، این شده که آن‌ها عملاً منابعی برای اعطای وام برای سرمایه‌گذاری در صنایع از جمله: صنایع معدنی نداشته باشند.

۲ خدمات بانکی روزمره: مقررات فراوان و دست و پاگیری که توسط بانک مرکزی وضع شده و بانک‌های تجاری نیز باید از آن‌ها تبعیت کنند، باعث کندی فعالیت‌های تولیدی در کشور شده است. نقش دولت باید سرعت دادن به فعالیت‌های اقتصادی باشد، نه کندکردن آن‌ها. البته در این‌جا قوانین مربوط به پول‌شویی و مقررات مربوط به نقل‌وانتقال وجوه غیرقانونی، منظور ما نیست. آن محدودیت در جهان امروز مورد قبول واقع شده و در ایران نیز برای هماهنگی با سایر کشورها این قوانین رعایت می‌شود. بلکه منظور ما نقل و انتقالات معمولی و روزمره قانونی و ارائه سایر خدماتی است

که با سرعت بسیار کم انجام می‌شوند و نیز بسیاری محدودیت‌های دیگر که بانک مرکزی بر عملیات بانک‌های تجاری اعمال می‌کند. گویا بانک مرکزی هم مانند سایر اجزای دولت دچار دخالت‌جویی شده است.

نتیجه

برای هماهنگ‌سازی توسعه معادن کشور، بستر اقتصادی مثبت و پویا لازم است. معادن ما به‌راحتی می‌توانند به‌عنوان موتور محرک، اقتصاد کشور را شکوفا کنند، به‌شرط این‌که به آن‌ها اجازه کار و فعالیت داده شود. به آن‌ها اجازه داده شود تولید ثروت کنند و با استفاده از فرصت‌های بی‌کران منابع معدنی کشور، مقداری ثروت بیشتر به سفره مردم آورده شود. در این راستا، حال که خصوصی‌سازی واقعی محقق نمی‌شود، حداقل انتظار این است که دخالت دولت در امور اقتصادی کاهش یابد. ایران جزو کشورهای معدنی جهان است و بخش معدن با بهره‌گیری از منابع انسانی خبره و توانمندی که دارد، می‌تواند اقتصاد کشور را متحول سازد؛ هیچ دلیلی برای وجود تورم مزمن، کاهش ارزش پول ملی و کوچک شدن سفره مردم وجود ندارد، جز اتخاذ سیاست‌های اقتصادی غلط. داشتن کسری بودجه در مدت بیش از ۲۰ سال گذشته، سهم سرمایه‌گذاری خارجی یک‌دهم درصدی از جمع سرمایه‌گذاری خارجی در جهان، خروج حدود نود میلیارد دلار سرمایه طی ۱۰ سال گذشته، همه نشان از ناکارآمدی سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها در ایران دارد. وجود تمام این نقایص در کشوری که رتبه پنجم جهان را در برخورداری از منابع طبیعی خدادادی دارد، تنها مایه شرمساری است. **III**

گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «بهرام شکوری»

رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق ایران

آینده معدن ایران؛ آینده‌ای درخشان با قانون‌گرایی و نوآوری



اگر فضای سرمایه‌گذاری به‌درستی اصلاح شود،

معدن می‌تواند یکی از پیشران‌های اصلی

رشد اقتصادی کشور باشد، مشروط بر این‌که

رویکردمان از استخراج صرف مواد اولیه به تولید

ارزش‌افزوده در زنجیره کامل معدن تغییر کند؛

امروز در کشورهای پیشرو معدنی، مواد اولیه

صرفاً کالا نیستند، بلکه تبدیل به برند ملی شده‌اند.

دکتر بهرام شکوری، رئیس کمیسیون معادن و

صنایع معدنی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و

کشاورزی ایران همچنین بر این نظر است که باید

در سرمایه‌گذاری بخش معدن، مدل‌های مشارکتی

را به‌کارگیریم و دیگر اینکه نظام واگذاری معادن

در کشور باید مبتنی بر شایستگی و اجرای قاطع

قانون باشد؛ زیرا که توقف فعالیت معادن به

دلیل واگذاری‌های ناکارآمد، به زیان اقتصاد ملی

است. شرح کامل پاسخ به سوال‌های ما را اینجا

بخوانید.



واقعیت این است که بخش زیادی

از معادن کشور با رویکرد بهره‌برداری

اصولی فاصله دارند. گاهی بهره‌برداری

بدون مطالعات کافی، بدون

پیوست‌های زیست‌محیطی، یا حتی

بدون برنامه جامع فنی و اقتصادی آغاز

می‌شود. این موضوع منجر به کاهش

بازدهی معدن، تخریب محیط زیست

و درنهایت از بین رفتن فرصت‌های

اقتصادی بلندمدت می‌شود.

♦♦ فرهنگ سرمایه‌گذاری در بخش معدن

کشور و چالش‌های سرمایه‌گذاری در آن را

چگونه ارزیابی می‌کنید؟

فرهنگ سرمایه‌گذاری در بخش معدن ایران،

متأسفانه هنوز به بلوغ لازم نرسیده است.

نگاه سنتی و کوتاه‌مدت به فعالیت‌های

معدنی، نبود ثبات در مقررات و گاهی

تداخل در اختیارات دستگاه‌ها، باعث شده

سرمایه‌گذاری در این حوزه با ریسک ادراکی

بالایی مواجه باشد. بخش قابل‌توجهی از

سرمایه‌گذاران، به‌جای نگاه بلندمدت بر پایه

توسعه پایدار، به دنبال بهره‌برداری سریع و

خروج هستند. برای اصلاح این وضعیت،

باید به سمت شفاف‌سازی ساختارهای

حقوقی، تقویت حکمرانی معدن، ایجاد

مشوق‌های هدفمند و کاهش بروکراسی

حرکت کنیم. اگر فضای سرمایه‌گذاری را

به‌درستی اصلاح کنیم، معدن می‌تواند یکی

از پیشران‌های اصلی رشد اقتصادی کشور

باشد.

♦♦ **بهره‌برداری از معادن کشور چقدر اصولی**

است و یا چه فاصله‌ای از یک بهره‌برداری

اصولی دارد؟

واقعیت این است که بخش زیادی از معادن

کشور با رویکرد بهره‌برداری اصولی فاصله

دارند. گاهی بهره‌برداری بدون مطالعات

کافی، بدون پیوست‌های زیست‌محیطی،

یا حتی بدون برنامه جامع فنی و اقتصادی

آغاز می‌شود. این موضوع منجر به کاهش

بازدهی معدن، تخریب محیط‌زیست و

درنهایت از بین رفتن فرصت‌های اقتصادی

بلندمدت می‌شود. بهره‌برداری اصولی یعنی

استخراج مبتنی بر نقشه راه علمی، استفاده

از فناوری‌های نو، رعایت ضوابط فنی و حفظ



تحلیل وضعیت زیرساخت و فناوری در معادن استان کرمان؛ چالش‌ها، ظرفیت‌ها و الزامات توسعه



در ایران، صادرات مواد اولیه با ارزش افزوده پایین، ما را از حضور مؤثر در بازارهای جهانی دور نگه داشته است. برای جبران این عقب‌ماندگی، باید به‌سوی توسعه صنایع پایین‌دستی، ارتقاء تکنولوژی فرآوری و هویت‌بخشی به محصولات معدنی صادراتی حرکت کنیم. این مسیر، هم درآمدزایی را افزایش می‌دهد و هم وابستگی ما را به نوسانات بازار جهانی کاهش می‌دهد.

منابع برای نسل‌های آینده. تا زمانی که این نگاه حاکم نشود، پایداری در بخش معدن تحقق نمی‌یابد.

♦♦ در مورد الگو و مدل‌های مؤثر برای سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های بخش معدن چه نکات و پیشنهادهایی را طرح می‌کنید؟

توسعه زیرساخت‌ها مانند برق، حمل‌ونقل، آب و فناوری اطلاعات، پیش‌شرط موفقیت بخش معدن است. ما باید از مدل‌های مشارکتی همچون Public-Private Partnership (PPP) استفاده کنیم؛ یعنی دولت زمینه را فراهم کند و بخش خصوصی پروژه‌ها را اجرا کند. همچنین برای مناطق معدنی دور از مرکز، دولت می‌تواند مشوق‌های منطقه‌ای، معافیت‌های مالیاتی یا اولویت در تخصیص منابع را در نظر بگیرد. یکی از پیشنهادهای مشخص، ایجاد نواحی صنعتی معدنی با زیرساخت‌های آماده، برای تسهیل سرمایه‌گذاری و تجمیع خدمات فنی و تجاری در یک منطقه متمرکز است.

♦♦ به نظر شما بهترین شیوه واگذاری معادن چیست؟ جنابعالی در مورد فرصت‌ها و چالش‌های واگذاری معادن به‌صورت بسته‌های سرمایه‌گذاری به بهره‌برداران چه فکر می‌کنید؟

نظام واگذاری معادن باید مبتنی بر شایستگی و اجرای قاطع قانون باشد. ما معتقدیم که معدن باید به کسی واگذار شود که از صلاحیت فنی یا مالی برخوردار است، یا توان آن را دارد که با تشکیل یک تیم حرفه‌ای و جذب سرمایه، معدن را به بهره‌برداری اصولی برساند. آنچه در عمل اهمیت بیشتری دارد، اجرای قانون است؛ اگر فرد یا شرکت واگذارشونده، به هر دلیل نتواند در مهلت قانونی معدن را فعال کند، باید بدون تعارف و طبق قانون، پروانه بازپس‌گیری شده و به متقاضی واجد صلاحیت دیگری واگذار شود. توقف فعالیت معادن به دلیل واگذاری‌های ناکارآمد، به ضرر اقتصاد ملی و اشتغال‌زایی مناطق معدنی است.



♦♦ در موضوع مقایسه برزینگ و بازاریابی مواد معدنی در جهان و ایران چه توضیحاتی ارائه می‌نمایید؟

در کشورهای معدنی پیشرو، مواد معدنی صرفاً یک کالا نیستند، بلکه تبدیل به برند ملی شده‌اند. استرالیا، کانادا و شیلی، به‌خوبی توانسته‌اند با ایجاد زنجیره‌های تولید، ارتقاء کیفیت و بازاریابی حرفه‌ای، برند معدنی خود را در بازارهای جهانی تثبیت کنند. در ایران، صادرات مواد اولیه با ارزش افزوده پایین، ما را از حضور مؤثر در بازارهای جهانی دور نگه داشته است. برای جبران این عقب‌ماندگی، باید به‌سوی توسعه صنایع پایین‌دستی، ارتقاء تکنولوژی فرآوری و هویت‌بخشی به محصولات معدنی صادراتی حرکت کنیم. این مسیر، هم درآمدزایی را افزایش می‌دهد و هم وابستگی ما را به نوسانات بازار جهانی کاهش می‌دهد.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

امروز بیش از هر زمان دیگر، معدن می‌تواند موتور محرک توسعه کشور باشد؛ مشروط بر اینکه رویکرد ما از «استخراج مواد اولیه» به «تولید ارزش افزوده در زنجیره کامل معدن» تغییر کند. ما باید از اکتشاف تا فرآوری، صادرات و برندینگ، رویکردی جامع، فناورانه و اقتصادی اتخاذ کنیم. همچنین تعامل سازنده بین دولت، بخش خصوصی، دانشگاه و جامعه محلی، کلید موفقیت در توسعه پایدار معادن است. آینده معدن ایران، آینده‌ای درخشان است؛ اگر آن را با تدبیر، قانون‌گرایی و نوآوری مدیریت کنیم. ///



استان کرمان با دارا بودن بیش از ۸ میلیارد تن ذخایر قطعی معدنی و بیش از ۴۰ نوع ماده معدنی مختلف، جایگاهی کم نظیر در بخش معدن ایران دارد. این استان به خاطر تنوع و غنای ذخایر خود، لقب «بهشت معدن کاران» را کسب کرده است. معادن کرمان نقش راهبردی در تأمین مواد اولیه صنایع کشور داشته و سهم قابل توجهی در اقتصاد ملی ایفا می‌کنند. به‌طوری‌که برآورد می‌شود بیش از ۴۴ درصد از ارزش تولید معادن ایران در استان کرمان تحقق می‌یابد و کرمان در تولید ملی برخی مواد معدنی مانند مس، آهن و کرومیت رتبه نخست را دارد. معادن مس سرچشمه و سنگ آهن گل‌گهر از بزرگ‌ترین معادن کشور در نوع خود هستند و تولیدات آن‌ها علاوه بر مصرف داخلی، سهم مهمی در صادرات غیرنفتی کشور دارند.



دکتر علی رهنما

معاون فنی شرکت کاواک آرای نوین معدن

۱. چکیده و کلیدواژه‌ها

استان کرمان به‌دلیل وفور منابع معدنی و تنوع بالا، یکی از قطب‌های معدنی ایران محسوب می‌شود. این مقاله با رویکردی تحلیلی به بررسی وضعیت زیرساخت و فناوری معادن کرمان می‌پردازد و چالش‌های اساسی، ظرفیت‌های موجود و الزامات توسعه را تبیین می‌کند. ابتدا نقش معادن کرمان در اقتصاد ملی تشریح و سپس زیرساخت‌های حمل‌ونقل، انرژی و فناوری اطلاعات مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. شکاف فناوری معدنکاری استان در مقایسه با استانداردهای جهانی برجسته شده و مطالعات موردی از معادن بزرگ (مس سرچشمه و گل‌گهر) ارائه می‌شود. در ادامه، نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و دانشگاه‌ها (به‌ویژه دانشگاه شهید باهنر کرمان) در ارتقای فناوری معدن بررسی و سه سناریوی توسعه تا افق ۱۴۱۰ ترسیم می‌شود. در پایان، پیشنهادهای راهبردی برای بهبود زیرساخت و فناوری معادن و ارتقای بهره‌وری آن‌ها ارائه شده است.

۲. مقدمه: اهمیت معادن کرمان در اقتصاد ملی

استان کرمان با دارا بودن بیش از ۸ میلیارد تن ذخایر قطعی معدنی و بیش از ۴۰ نوع ماده معدنی مختلف، جایگاهی کم‌نظیر در بخش معدن ایران دارد. این استان به خاطر تنوع و غنای ذخایر خود، لقب «بهشت معدن‌کاران» را کسب کرده است. معادن کرمان نقش راهبردی در تأمین مواد اولیه صنایع کشور داشته و سهم قابل‌توجهی در اقتصاد ملی ایفا می‌کنند. به‌طوری‌که برآورد می‌شود بیش از ۴۴ درصد از ارزش تولید معادن ایران در استان کرمان تحقق می‌یابد [۱] و کرمان در تولید ملی برخی مواد معدنی مانند مس، آهن و کرومیت رتبه نخست را دارد. معادن مس سرچشمه و سنگ آهن گل‌گهر از بزرگ‌ترین معادن کشور در نوع خود هستند و تولیدات آن‌ها علاوه بر مصرف داخلی، سهم مهمی

در صادرات غیرنفتی کشور دارند. سهم استان کرمان از صادرات غیرنفتی ایران بیش از ۲/۵ درصد گزارش شده که بخش عمده آن حاصل صادرات محصولات معدنی و صنایع وابسته است. به لحاظ اشتغال‌زایی نیز بخش معدن کرمان حائز اهمیت است؛ به‌طوری‌که هزاران نفر به‌طور مستقیم در معادن بزرگ و کوچک استان مشغول به کارند (بیش از ۲۰ هزار نفر براساس آمار رسمی).

از منظر کلان، توسعه معادن کرمان می‌تواند به کاهش وابستگی اقتصاد به نفت و حرکت به سمت اقتصاد معدن‌محور کمک کند. موقعیت جغرافیایی کرمان، زیرساخت گمرکی فعال در سیرجان، رفسنجان، بم و جیرفت و مجاورت این استان با مسیرهای ترانزیتی و بنادر جنوبی نیز پتانسیل تبدیل این استان به هاب صادرات مواد معدنی را افزایش داده است. با این حال، بالفعل کردن این ظرفیت‌ها مستلزم توجه ویژه به رفع تنگنایهای زیرساختی و فناوریانه در بخش معدن استان است. در بخش‌های بعدی، ضمن مرور وضعیت موجود معادن کرمان، این تنگناها و راهکارهای ممکن برای ارتقای بهره‌وری و ارزش‌افزوده معادن استان بررسی خواهد شد.

۳. مروری بر وضعیت موجود معادن کرمان: ذخایر، تولید و سهم اقتصادی

استان کرمان به‌تنهایی حدود ۲۰ درصد از استخراج کل معادن ایران را در اختیار دارد و از این حیث رتبه اول را در ایران داراست [۲]. همان‌گونه که اشاره شد، وجود معادن عظیم مس، آهن، زغال‌سنگ و کرومیت باعث شده بخش عمده تولید معدنی استان بر روی این چهار ماده متمرکز باشد؛ به‌طوری‌که براساس آمار، بیش از ۸۳ درصد از استخراج مواد معدنی کرمان مربوط به مس، سنگ آهن، زغال‌سنگ و کرومیت است [۳]. این تمرکز تولید نشان‌دهنده مزیت نسبی استان در فلزات اساسی و کانی‌های فلزی است. در کنار این مواد، کرمان دارای معادن متعددی در حوزه‌هایی نظیر سنگ‌های تزئینی، منگنز، تیتانیوم، طلا و غیره نیز هست که هرچند

در مقیاس کوچک‌تر، به تنوع‌بخشی بخش معدن استان کمک کرده‌اند [۳].

براساس جدول شماره (۱)، معادن کرمان در سال ۱۳۹۸ حدود ۴۲/۶ میلیون تن سنگ آهن و ۲/۳۹ میلیون تن کان‌سنگ مس استخراج کرده‌اند که به‌ترتیب معادل ۵۴ درصد از تولید سنگ آهن کشور و ۶۶ درصد از تولید سنگ مس کشور در آن سال بوده است [۳]. همچنین کرمان با استخراج حدود ۰/۷۳ میلیون تن زغال‌سنگ (سهم ۱۸ درصد کشور) و ۰/۱۸ میلیون تن کرومیت (سهم ۷۰ درصد کشور) یکی از مهم‌ترین استان‌ها در تأمین این مواد معدنی به‌شمار می‌رود [۳].

این آمار به‌خوبی نشان می‌دهد که کرمان در تولید فلزات اساسی (مس و آهن) و کرومیت نقش پیشتاز را در ایران ایفا می‌کند. به‌علاوه، استان کرمان در سال‌های اخیر در زنجیره فرآوری این مواد نیز سرمایه‌گذاری‌های قابل‌توجهی داشته است؛ وجود ۷ واحد تولید کنسانتره مس با ظرفیت مجموع ۹۵۰ هزار تن و کارخانه‌های متعدد گندله‌سازی سنگ آهن در گل‌گهر و توسعه صنایع فولادی، گواهی بر حرکت استان به سمت تکمیل زنجیره ارزش معدن است

از جنبه اقتصادی، ارزش تولیدات معدنی کرمان رقم بالایی را تشکیل می‌دهد. طبق

برخی برآوردها، استان کرمان بیشترین ارزش افزوده بخش معدن کشور را تولید می‌کند. هرچند باید توجه داشت که بخش مهمی از این ارزش افزوده در صنایع پایین‌دستی (نظیر کارخانه‌های کنسانتره، مس کاتد و فولاد) ایجاد می‌شود که در خود استان مستقر هستند. در مجموع، مروری بر وضعیت موجود معادن کرمان بیانگر ظرفیت عظیم و نقش حیاتی این استان در اقتصاد معدن ایران است. این ظرفیت عظیم، ضرورت تقویت زیرساخت‌ها و فناوری‌های پشتیبان را دوچندان می‌کند که در بخش‌های بعدی بررسی می‌شود.

جدول شماره (۱) میزان استخراج سالانه برخی مواد معدنی استان کرمان در سال ۱۳۹۸ و سهم آن‌ها از تولید کل کشور [۳]			
عنوان ماده معدنی	مقدار استخراج استان در سال ۹۸ (هزار تن)	ارزش استخراج در سال ۹۸ استان (میلیون ریال)	سهم از مقدار استخراج کشور (درصد)
استخراج زغال‌سنگ	۷۲۹	۳۰۷۳۲۸۹	۱۸
استخراج سنگ آهن	۴۲۵۹۹	۲۴۳۷۷۸۰۳۸	۵۴
استخراج سنگ مس	۲۳۹۳	۱۳۵۸۳۹۹۸۵	۶۶
استخراج کرومیت	۱۸۳	۱۵۵۶۶۱۳	۷۰
استخراج منگنز	۵	۱۹۳۴۳	۴
استخراج شن و ماسه	۴۰۲۳	۳۵۴۹۴۸	۷
استخراج سنگ‌های تزئینی	۱۵۸	۱۰۱۷۶۳	۲
استخراج سنگ لاشه	۱۷	۴۸۰۵	۱
استخراج سنگ آهک	۲۳۵۱	۱۵۵۵۷۵	۲
استخراج سنگ گچ	۱۰۳	۱۶۹۰۹	۱
استخراج کائولن، خاک نسوز	۲۰۵	۴۱۰۵۹	۳
استخراج دولومیت	۸۲	۲۱۰۳۵	۱۰
استخراج بنتونیت و گل سرشوی	۴۹	۱۰۹۶۸	۷
استخراج سولفات سدیم	۲	۸۷۴	۱
استخراج نمک	۶۷	۱۶۹۴۶	۲
استخراج سیلیس	۷۸	۲۰۹۶۶	۲
استخراج پوکه معدنی	۸۵	۲۹۷۲۰	۵
استخراج فلدسپات	۹۲	۱۹۵۷۷	۴

۴. ارزیابی زیرساخت‌های معادن کرمان:

جاده، ریل، انرژی و IT

یکی از چالش‌های اساسی پیش‌روی توسعه معادن کرمان، کاستی‌های زیرساختی است. معادن استان عمدتاً در پهنه‌های کوهستانی و فواصل دور از مراکز شهری قرار دارند و شبکه حمل‌ونقل موجود پاسخ‌گوی کامل نیازهای حمل مواد معدنی نیست. بخش عمده حمل سنگ‌آهن و مس در کرمان از طریق جاده انجام می‌شود که این امر علاوه بر هزینه بالا، استهلاک زیرساخت‌های جاده‌ای و افزایش خطر تصادفات را به‌دنبال داشته است. در سال‌های اخیر تلاش‌هایی برای توسعه حمل‌ونقل ریلی انجام شده که نمونه بارز آن پروژه خط آهن کرمان - سیرجان است [۴]. این خط آهن به طول ۱۶۹ کیلومتر با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در دست اجراست و پیش‌بینی می‌شود با تکمیل آن، سالانه حدود ۹/۵ میلیون تن بار معدنی از جاده به ریل منتقل شود. پروژه مذکور تاکنون بیش از ۷۰ درصد پیشرفت داشته و انتظار می‌رود با بهره‌برداری از آن، مسیر حمل مواد معدنی به بنادر جنوب کشور بیش از ۳۲۰ کیلومتر کوتاه‌تر گردد [۴]. علاوه بر این، طرح‌های دیگری برای اتصال معادن بزرگ

به شبکه ریلی ملی در دست مطالعه است که اجرای آن‌ها می‌تواند گلوگاه حمل‌ونقل را تا حد زیادی برطرف کند. با این وجود تا تکمیل این طرح‌ها، بهسازی شبکه جاده‌ای موجود (مانند تعریض جاده‌های دسترسی به معادن و احداث کنارگذرهای معدنی در مناطق پرتردد) یک ضرورت فوری محسوب می‌شود. در حوزه انرژی نیز معادن کرمان با چالش‌هایی روبه‌رو هستند. فعالیت معدنکاری و صنایع معدنی وابسته، نیازمند تأمین پایدار برق و خصوصاً آب است؛ دو کالایی که در اقلیم خشک کرمان به‌سختی به‌دست می‌آیند. مصرف آب صنایع معدنی (به‌ویژه صنایع فولادی و فرآوری مس) رقم قابل‌توجهی است، اما در مقایسه با کل مصارف استان همچنان سهم محدودی دارد. بنا بر اظهارات مسئولان، کل صنایع فولاد کرمان سالانه حدود ۲۴۰ میلیون مترمکعب آب مصرف می‌کنند که در برابر مصرف بیش از ۶ میلیارد مترمکعبی کل استان رقم کوچکی است [۵]. با این حال، توزیع جغرافیایی نامتوازن منابع آب موجب شده برخی معادن استان (خصوصاً معادن مس در مناطق کم‌آب) با محدودیت تأمین آب مواجه شوند. برای رفع این مشکل، اقدامات مهمی صورت گرفته که از آن جمله



انتقال آب از خلیج فارس به استان کرمان است. خط لوله‌ای که آب شیرین‌شده را از سواحل خلیج فارس به صنایع گل‌گهر، مس سرچشمه و چادرملو می‌رساند، نمونه‌ای از پروژه‌های زیرساختی بزرگ در این زمینه است. همچنین بازیافت پساب شهری کرمان، سیرجان و زرنند برای استفاده صنعتی از دیگر طرح‌هایی است که توسط شرکت‌های معدنی اجرا شده است [۶]. در حوزه برق، با توجه به کمبود تولید و ناترازی شبکه برق کشور، صنایع معدنی کرمان اقدام به سرمایه‌گذاری برای احداث نیروگاه‌های اختصاصی و استفاده از ظرفیت انرژی‌های تجدیدپذیر کرده‌اند. این رویکرد علاوه بر تأمین پایدار انرژی، به کاهش بار شبکه سراسری نیز کمک می‌کند.

فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) از زیرساخت‌های نوظهور ولی ضروری برای معادن مدرن است. بهره‌برداری بهینه از معادن بزرگ مستلزم دسترسی به ارتباطات پرسرعت دیتا در سایت‌های معدنی، سیستم‌های موقعیت‌یابی دقیق و شبکه‌های کنترلی بی‌سیم (IoT) برای رصد لحظه‌ای ماشین‌آلات و ایمنی کارکنان است. در استان کرمان، هرچند شهرهای بزرگ و مناطق صنعتی از پوشش مناسب اینترنت برخوردارند، اما بسیاری از معادن واقع در مناطق کوهستانی پوشش مخابراتی ضعیفی دارند. نبود شبکه پایدار ICT در معادن، پیاده‌سازی فناوری‌هایی نظیر معدن‌کاری هوشمند (Smart Mining) و کنترل از راه دور رفع این نقیصه، شرکت‌های بزرگ معدنی استان در همکاری با اپراتورهای مخابراتی کشور در تلاشند تا از طریق احداث دکل‌های مخابراتی اختصاصی و توسعه فیبر نوری تا عمق معادن، ارتباطات پرظرفیت را فراهم کنند [۷]. با بهبود این زیرساخت‌های نرم، زمینه برای استفاده از سیستم‌های اتوماسیون و نظارت دیجیتال در معادن کرمان مهیاتر خواهد شد که اثر مستقیمی بر افزایش بهره‌وری و ایمنی عملیات معدنکاری دارد.



بنا بر اظهارات مسئولان، کل صنایع فولاد کرمان سالانه حدود ۲۴۰ میلیون مترمکعب آب مصرف می‌کنند که در برابر مصرف بیش از ۶ میلیارد مترمکعبی کل استان رقم کوچکی است. با این حال، توزیع جغرافیایی نامتوازن منابع آب موجب شده برخی معادن استان (خصوصاً معادن مس در مناطق کم‌آب) با محدودیت تأمین آب مواجه شوند. برای رفع این مشکل، اقدامات مهمی صورت گرفته که از آن جمله انتقال آب از خلیج فارس به استان کرمان است.



۵. فناوری‌های معدنی در کرمان: وضعیت

فعلی و شکاف با استانداردهای جهانی

فناوری معدنکاری به‌کار گرفته‌شده در بسیاری از معادن کرمان با استانداردهای روز جهان فاصله محسوسی دارد. اگرچه در برخی واحدهای صنایع معدنی (مانند کارخانه‌های فرآوری مس و آهن) ماشین‌آلات مدرن به‌کار رفته، اما در بخش استخراج و بهره‌برداری از معادن، همچنان تجهیزات قدیمی و سنتی غالب هستند. به گفته متخصصان، ماشین‌آلات مورد استفاده در معادن کرمان عمدتاً از نسل یک و دو بوده و فناوری‌های نسل سه و چهار هنوز وارد بخش معدن استان نشده‌اند. این امر بدان معناست که بسیاری از معادن استان از حیث مکانیزاسیون و خودکارسازی، در سطوح پایه باقی مانده‌اند و از فناوری‌هایی نظیر کامیون‌های خودران، دستگاه‌های حفاری رباتیک، سیستم‌های کنترل از راه دور و سنسورهای هوشمند بهره‌چندانی نبرده‌اند [۸]. در مقابل، معادن پیشرو جهان (مثلاً معادن مس شیلی یا معادن آهن استرالیا) با تکیه بر نسل جدید فناوری‌ها توانسته‌اند ایمنی و بهره‌وری را ارتقا داده و هزینه‌ها را کاهش دهند [۹]، [۱۰]. شکاف فناوری بین معادن کرمان و معادن کلاس جهانی را می‌توان در شاخص بهره‌وری نیروی کار نیز مشاهده کرد؛ به‌طوری‌که طبق یک مطالعه، متوسط تولید معدن به ازای هر شاغل در کرمان حدود ۱۶۷۹ تن در سال بوده که هرچند بالاتر از میانگین کشور است، اما در مقایسه با معادن پیشرفته جهانی عددی نسبتاً پایین به‌شمار می‌رود [۱۱].

یکی از عوامل اصلی عقب‌ماندگی فناوری در معادن استان، محدودیت‌های ناشی از تحریم و مشکلات ارزی طی سال‌های گذشته است.

تجهیزات مدرن معدنکاری عمدتاً وارداتی هستند و تحریم‌ها، ورود ماشین‌آلات به‌روز و همچنین مشارکت شرکت‌های صاحب فناوری را دشوار کرده است. افزون بر این، فرسودگی تجهیزات موجود نیز چالش‌ساز شده است؛ بسیاری از بیل‌ها، دامپتراک‌ها و دستگاه‌های حفاری در معادن کرمان عمر بالایی دارند و بهره‌وری آن‌ها به‌شدت افت کرده است [۸]. استفاده طولانی‌مدت از دستگاه‌های قدیمی نه‌تنها هزینه‌های تعمیر و نگهداری را افزایش داده، بلکه ایمنی عملیات را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

از منظر دانش فنی، یکی دیگر از خلأهای موجود عمق کم اکتشافات معدنی در استان است. درحالی‌که میانگین عمق اکتشافات در معادن جهان حدود ۱۰۰ متر گزارش شده، این عدد در ایران و به تبع آن در کرمان حدود ۲۰ متر است [۱۲]. این بدان معناست که بخش بزرگی از ذخایر عمقی و پنهان استان هنوز شناسایی نشده‌اند. علت این وضعیت را می‌توان کمبود فناوری‌های نوین اکتشاف (مانند ژئوفیزیک هواپرد، سنجش از دور پیشرفته و حفاری‌های عمیق) دانست. افزایش عمق اکتشاف مستلزم سرمایه‌گذاری در فناوری‌های مذکور و همچنین آموزش نیروهای متخصص برای به‌کارگیری آن‌ها است.

باید توجه داشت که به‌رغم همه محدودیت‌ها، در سال‌های اخیر نشانه‌های مثبتی از ورود فناوری‌های جدید به معادن کرمان مشاهده می‌شود. همچنین در مجتمع معدنی گل‌گهر استفاده آزمایشی از پپیادها برای نقشه‌برداری و پایش حجم ذخیره دیوها آغاز شده است. شرکت ملی صنایع مس ایران نیز در معدن سرچشمه طرح‌هایی

را برای بهینه‌سازی عملیات حفاری و انفجار با استفاده از مدل‌سازی‌های کامپیوتری اجرا کرده است. همچنین در معادن گل‌گهر و سرچشمه سیستم رفتارنگاری جابه‌جایی دیواره‌های معدن با رادار تجهیز شده و نیز در معادن سنگ‌آهن گل‌گهر و مس میدوک از سیستم آکوستیک تلویور برای جهت یابی سه‌بعدی درزه‌ها در گمانه‌ها استفاده شده است. در سال‌های اخیر برخی روش‌های مدرن در برداشت ساختاری دیواره‌های معدن با استفاده از GPS و گوشی همراه در معادن مس میدوک و سنگ‌آهن گل‌گهر اجرایی شده است. از دیگر اقدامات انجام شده تهیه مدل سه‌بعدی زمین‌شناسی و ساختاری در معادن مس میدوک و سنگ‌آهن گل‌گهر است. هرچند این اقدامات، حرکت در مسیر صحیح را نشان می‌دهد، لیکن سرعت و گستره آن کافی به نظر نمی‌رسد. نیاز به تحول دیجیتال در بخش معدن کرمان بیش‌ازپیش احساس می‌شود و این تحول باید از طریق انتقال فناوری (اعم از واردات ماشین‌آلات نو یا مشارکت با شرکت‌های خارجی) و نیز تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی محقق گردد. در غیر این‌صورت، معادن کرمان در رقابت با معادن جهانی از نظر بهره‌وری و مزیت هزینه‌ای عقب‌تر خواهند ماند و صرفاً با اتکا به منابع غنی نمی‌توانند ضامن توسعه پایدار باشند.

۶. چالش‌ها و موانع کلیدی: زیست‌محیطی،

تجهیزاتی و زیرساختی

بررسی چالش‌های پیش‌روی معادن کرمان نشان می‌دهد که موانع متعددی در مسیر شکوفایی کامل ظرفیت‌های معدنی استان وجود دارد. این موانع را می‌توان در سه

دسته کلی مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی، مشکلات تجهیزات و فناوری و محدودیت‌های زیرساختی تقسیم‌بندی کرد.

*** چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی:** بهره‌برداری معدنی گسترده در استان کرمان اثرات محیط‌زیستی و اجتماعی قابل‌توجهی به‌دنبال داشته است. مهم‌ترین نگرانی زیست‌محیطی، بحران آب است؛ معادن و صنایع معدنی استان در مناطقی فعالیت می‌کنند که منابع آب زیرزمینی محدود بوده و خشک‌سالی‌های پیاپی سطح آبخوان‌ها را پایین برده است. برداشت آب برای فرآوری مواد معدنی (خصوصاً در مجتمع‌های مس و فولاد) فشار مضاعفی بر منابع آبی شکننده منطقه وارد می‌کند. هرچند پروژه انتقال آب از خلیج‌فارس بخشی از این مشکل را کاهش داده، لیکن لزوم مدیریت مصرف و بازیافت آب در معادن بیش‌ازپیش احساس می‌شود. آلودگی‌های زیست‌محیطی نیز از دیگر چالش‌ها هستند؛ از جمله پسماندها و پساب‌های صنعتی معادن که در صورت دفع غیراصولی می‌توانند به آلودگی خاک و منابع آب زیرزمینی منجر شوند؛ برای مثال، سدهای باطله در معادن مس و آهن استان نیازمند پایش دقیق و تقویت سازه‌ای هستند تا از نشت فلزات سنگین به محیط اطراف جلوگیری شود. در حوزه آلودگی هوا، انتشار گردوغبار ناشی از انفجارها و رفت‌وآمد ماشین‌آلات سنگین در پیرامون معادن، کیفیت هوا را در برخی نواحی معدنی پایین آورده است. این امر بویژه در معادن روباز بزرگ

(مثل مس سرچشمه) مشهود است که لازم است با اقداماتی نظیر آبیاشی مستمر معابر خاکی و ایجاد کمربندهای سبز کاهش یابد.
از منظر اجتماعی، مطالبه ذی‌نفعان محلی برای ایفای مسئولیت اجتماعی توسط معادن یک چالش جدی است. انتظار می‌رود بخشی از درآمد هنگفت معادن صرف توسعه زیرساخت‌های محلی، بهبود رفاه جوامع پیرامونی و جبران اثرات منفی زیست‌محیطی شود. قانون نیز در تبصره ۶ ماده ۱۴ قانون معادن بر اختصاص ۱۵ درصد حقوق دولتی معدن به استان محل معدن تأکید کرده است. با این حال، در عمل سهم استان کرمان از این عایدی ناچیز بوده و اجرای قانون با کاستی همراه است. همین امر موجب نارضایتی مردمی شده و بعضاً به شکل‌گیری تنش‌های اجتماعی و اعتراض نسبت به فعالیت برخی معادن انجامیده است. علاوه بر آن، تاکنون چارچوب قانونی مشخصی برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌های معدنی تدوین نشده و بیشتر اقدامات در این حوزه به صورت داوطلبانه و پراکنده بوده است. نتیجه آنکه انتظارات استان از سهم معادن در توسعه پایدار منطقه برآورده نشده است. این شکاف میان عملکرد معادن و انتظارات محلی، می‌تواند در آینده به ریسک‌هایی چون سخت‌گیری بیشتر دستگاه‌های نظارتی یا محدودیت‌های محلی بر سر راه فعالیت معادن منجر شود.
*** مشکلات تجهیزات و فناوری:** همان‌طور که در بخش قبل اشاره شد، فرسودگی ناوگان ماشین‌آلات معدنی یک مانع عمده برای بخش

معدن کرمان است. بسیاری از تجهیزات موجود (اعم از ماشین‌آلات سنگین در معادن روباز و دستگاه‌های حفاری در معادن زیرزمینی) عمر مفید خود را گذرانده‌اند و راندمان پایینی دارند [۸]. این امر باعث افزایش هزینه‌های عملیاتی (به‌دلیل استهلاک بالا و مصرف سوخت بیشتر) و کاهش رقابت‌پذیری معادن استان شده است. تلاش برای نوسازی ماشین‌آلات هم به‌دلیل مشکلات واردات و افزایش نرخ ارز به‌کندی پیش می‌رود [۸]. همچنین کمبود قطعات یدکی برای ماشین‌آلات خاص، گهگاه معادن را با خواب طولانی‌مدت تجهیزات مواجه می‌کند. از منظر فناوری، ضعف در دانش فنی روز نیز چالش‌ساز است؛ به‌طور مشخص، کمبود نیروهای متخصص در حوزه‌هایی مانند اتوماسیون صنعتی، برنامه‌نویسی سیستم‌های کنترل معدن و تحلیل داده‌های زمین‌شناسی مدرن در استان احساس می‌شود. این کمبود نیروی انسانی متخصص، بهره‌گیری از فناوری‌های نو را محدود ساخته است. مقاومت در برابر تغییر در برخی سازمان‌ها و معادن نیز از موانع نرم‌افزاری است؛ بدین معنی که بعضاً مدیران و نیروی کار به روش‌های سنتی خو گرفته و پذیرای تکنولوژی‌های جدید نبوده یا ریسک استفاده از آن‌ها را بالا می‌دانند. مجموعه این عوامل، پیشرفت فناوریانه معادن کرمان را کند کرده و شکاف فناوری با رقبای جهانی را حفظ نموده است.

*** تنگناهای زیرساختی:** زیرساخت ناکافی خود به‌عنوان یک چالش مستقل، در بخش قبل

مفصلاً بررسی شد. ضعف حمل‌ونقل ریلی، ظرفیت محدود جاده‌ای، کمبود انرژی و آب و ضعف زیرساخت‌های مخابراتی همگی جزو عوامل محدودکننده تولید در معادن کرمان هستند [۴]، [۵]، [۶]. برای نمونه، در برخی معادن به دلیل نبود شبکه برق سراسری، هنوز از ژنراتورهای دیزلی استفاده می‌شود که هزینه و آلایندگی بیشتری دارند. یا در زمینه حمل‌ونقل تا پیش از بهره‌برداری از راه‌آهن جدید، انتقال حجم عظیمی از کنسانتره آهن گل‌گهر به بندرعباس صرفاً با کامیون انجام می‌شود که یک گلوگاه لجستیکی جدی است. این موارد نشان می‌دهد که ارتقای زیرساخت‌ها پیش‌شرط توسعه فناوری و افزایش تولید معادن استان است.

در مجموع، نقاط ضعف و تهدیدهای فراروی معادن کرمان در برابر نقاط قوت و فرصت‌های آن در جدول SWOT شماره (۲) خلاصه شده است:
جدول شماره (۲) نشان می‌دهد که علی‌رغم برخورداری کرمان از پایه‌های قدرتمند در بخش معدن، رفع نقاط ضعف داخلی و مدیریت تهدیدهای بیرونی برای حفظ مزیت رقابتی استان ضروری است. در بخش‌های بعدی، ابتدا تجربه دو معدن شاخص استان در مقایسه با استانداردهای جهانی بررسی می‌شود و سپس نقش نهادهای علمی و دانش‌بنیان در بهبود وضعیت موجود تبیین خواهد شد.

۷. مطالعات موردی: مس سرچشمه و گل‌گهر در برابر معادن جهانی

برای درک بهتر وضعیت فناوری و بهره‌وری معادن کرمان، نگاهی به دو مطالعه موردی از بزرگ‌ترین معادن استان و مقایسه آن‌ها با معادن مشابه در جهان سودمند است. در این بخش، معدن مس سرچشمه به‌عنوان بزرگ‌ترین معدن مس ایران و معدن سنگ‌آهن گل‌گهر به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین معادن آهن کشور بررسی می‌شوند و عملکرد و فناوری آن‌ها با معادن پیشرو جهان سنجیده می‌شود.

مطالعه موردی ۱ – مس سرچشمه: معدن مس سرچشمه واقع در شهرستان رفسنجان، بزرگ‌ترین معدن روباز مس در ایران و از شناخته‌شده‌ترین معادن مس دنیا است. ذخیره زمین‌شناسی این معدن بیش از یک میلیارد تن سنگ مس با عیار متوسط حدود ۰/۷ درصد برآورد شده و از دهه ۱۳۵۰ خورشیدی در حال بهره‌برداری است. سرچشمه دارای مجموعه کاملی از واحدهای استخراج، تغلیظ، ذوب و پالایش است و ظرفیت تولید سالانه آن حدود ۲۵۰ هزار تن مس آندی و ۲۰۰ هزار تن مس کاتدی است. این ارقام هرچند سرچشمه را به یکی از تولیدکنندگان عمده مس در آسیا تبدیل کرده، اما در مقایسه با بزرگ‌ترین معادن مس دنیا چندان چشمگیر نیست. به‌عنوان



مجتمع مس سرچشمه

نمونه، معدن اسکوندیدا (Escondida) شیلی که بزرگ‌ترین معدن مس جهان به‌شمار می‌رود، سالانه نزدیک به یک‌میلیون تن مس خالص تولید می‌کند؛ رقمی حدود ۴ تا ۵ برابر سرچشمه [۹] [۱۰]. همچنین معادن بزرگی مانند چوکیکاماتا در شیلی یا گراسبرگ در آندونزی، از نظر تناژ استخراج و فناوری‌های به‌کاررفته، جلوتر از سرچشمه قرار دارند. یکی از تفاوت‌های عمده، سطح مکانیزاسیون است؛ برای مثال در معادن مطرح دنیا استفاده از کامیون‌های عظیم خودران و سیستم‌های کنترل از راه دور بیل‌های مکانیکی رایج شده است، درحالی‌که در سرچشمه هنوز اپراتوری انسانی ماشین‌آلات و روش‌های سنتی بارگیری و حمل غالب است. همچنین معادن جهانی با بهره‌گیری از هوش مصنوعی در برنامه‌ریزی معدن و بهینه‌سازی الگوی انفجار، بهره‌وری را افزایش داده‌اند، درحالی‌که در سرچشمه چنین سیستم‌های پیشرفته‌ای تاکنون به صورت کامل پیاده‌سازی نشده است.

از سوی دیگر، باید به این نکته توجه داشت که سرچشمه در میان معادن ایران از نظر جذب فناوری و بهبود فرآیندها پیشرو بوده است؛ برای مثال، این معدن نخستین جایی در کشور بود که فرآیند استخراج روباز مرحله‌ای را پیاده کرد و همچنین در دهه‌های اخیر با به‌روزرسانی مدارهای تغلیظ خود، راندمان استحصال مس را بالا برده است. با این حال

چالش‌هایی مانند مشکلات زیست‌محیطی ناشی از کارخانجات ذوب (انتشار گاز SO2) و افت عیار تدریجی کانسنگ، فشار مضاعفی بر مجموعه وارد کرده که تنها با ارتقای فناوری قابل مدیریت است. در معادن مطرح دنیا رویکردهایی مانند بازیابی حرارت و گازهای دودکش برای تولید اسیدسولفوریک (کاهش آلاینده‌گی) و استخراج ذخایر کم‌عیار با بیوهیپ (Bio-heap Leaching) به‌کار گرفته شده که لازم است در سرچشمه نیز مورد توجه قرار گیرد [۱۳]. در مجموع، مس سرچشمه با همه عظمتش، برای باقی ماندن در رقابت جهانی، نیازمند نوسازی ناوگان ماشین‌آلات و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز معدنکاری است؛ امری که بدون سرمایه‌گذاری کلان و همکاری‌های بین‌المللی میسر نخواهد شد.

مطالعه موردی ۲ - گل‌گهر سیرجان: معدن گل‌گهر در شهرستان سیرجان، بزرگ‌ترین معدن سنگ‌آهن ایران از نظر ذخیره و تولید است. این معدن حاوی بیش از یک میلیارد تن ذخیره سنگ‌آهن مگنتیتی با عیار متوسط ۵۰-۵۵ درصد است و حدود سه دهه

است که مورد بهره‌برداری قرار دارد. گل‌گهر به صورت روباز استخراج می‌شود و سالانه ده‌ها میلیون تن سنگ‌آهن از آن برداشت می‌گردد. در سال‌های اخیر، با احداث واحدهای کنسانتره‌سازی و گندله‌سازی، بخش عمده محصول معدن (سنگ‌آهن استخراج‌شده) در همان منطقه به کنسانتره و گندله تبدیل می‌شود. ظرفیت تولید کنسانتره آهن در مجموعه گل‌گهر بالغ بر ۱۱ میلیون تن در سال و ظرفیت تولید گندله آن بیش از ۱۲ میلیون تن در سال ۱۴۰۲ بوده است [۱۴]. این ارقام، گل‌گهر را به یکی از قطب‌های صنعت فولاد کشور بدل کرده است. با این حال در مقیاس جهانی، تولید سنگ‌آهن گل‌گهر نسبتاً محدودتر از غول‌های این صنعت است. برای قیاس، معدن کاراجاس (Carajas) برزیل که از بزرگ‌ترین معادن سنگ‌آهن دنیاست، بیش از ۱۷۷ میلیون تن سنگ‌آهن در سال ۲۰۲۴ تولید کرده است که چند برابر حجم استخراج گل‌گهر است [۱۵]. معادن بزرگ استرالیا نیز خروجی‌هایی در همین سطح دارند و برخی به شبکه ریلی



|| شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر ||

اختصاصی و بندر صادراتی متصل هستند. لذا مقیاس عملیاتی گل‌گهر هنوز به‌اندازه معادن ممتاز دنیا نیست، اگرچه در منطقه خاورمیانه یک بازیگر اصلی محسوب می‌شود. از منظر فناوری، در گل‌گهر برخی جنبه‌ها قابل‌مقایسه با استانداردهای جهانی است. به‌عنوان نمونه، کارخانه‌های فرآوری گل‌گهر از تکنولوژی روز بهره می‌برند و محصولاتی با خلوص بالا (کنسانتره ۶۷ درصد Fe و گندله مرغوب) تولید می‌کنند. همچنین در بخش حمل‌ونقل، اخیراً ناوگان کامیون‌های ۱۲۰ تنی کاترپیلار در این معدن به‌کار گرفته شده که ظرفیت و مقیاس آن‌ها در کشور کم‌نظیر است. با این وجود، در زمینه اتوماسیون استخراج، گل‌گهر فاصله زیادی با معادن پیشرفته دارد. در استرالیا و برزیل، برخی معادن از سیستم‌های کنترل از راه دور برای حفاری و حتی حمل مواد استفاده می‌کنند و قطارهای بدون راننده سنگ‌آهن را به بنادر می‌رسانند. در گل‌گهر چنین سطحی از اتوماسیون هنوز محقق نشده و عملیات معدنکاری عمدتاً به‌صورت متکی بر نیروی انسانی مدیریت می‌شود. یکی از اقدامات مثبت مجموعه گل‌گهر برای کاهش این فاصله، سرمایه‌گذاری در بومی‌سازی تجهیزات کلیدی بوده است. طبق گزارش‌ها، این شرکت طی سال‌های اخیر موفق شده بخشی از خطوط تولید و تجهیزات موردنیاز خود را با همکاری شرکت‌های داخلی طراحی و بسازد؛ برای مثال، راه‌اندازی یک خط تولید کنسانتره با اتکا به مهندسی داخلی، نشان‌دهنده تلاش گل‌گهر در بهره‌گیری از توان دانش‌بنیان داخلی است. در مجموع، هرچند گل‌گهر از منظر فناوری استخراج و تجهیزات معدنی هنوز به سطح معادن طراز اول دنیا نرسیده، اما در زمینه فرآوری و رویکردهای مدیریتی، گام‌های مثبتی برداشته است. با ادامه این مسیر – چه از طریق همکاری با شرکت‌های خارجی و چه تکیه بر شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی – می‌توان انتظار داشت که گل‌گهر در سال‌های آینده به یک الگوی منطقه‌ای در بهره‌وری معدنکاری تبدیل شود.

۸. نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز علمی: تأکید بر دانشگاه شهید باهنر و مراکز نوآوری

تجربه کشورهای معدنی موفق جهان نشان می‌دهد که پیوند بین نهادهای علمی و صنعت معدن نقشی تعیین‌کننده در ارتقای فناوری و نوآوری این بخش دارد [۱۳]. در استان کرمان نیز با وجود ظرفیت دانشگاهی و پژوهشی قابل‌توجه تا همین اواخر ارتباط دانشگاه و صنعت معدن چندان مستحکم نبوده است. خوشبختانه در سال‌های اخیر گام‌های مهمی برای تقویت این ارتباط برداشته شده است. در این میان، دانشگاه شهید باهنر کرمان به‌عنوان قطب علمی جنوب شرق کشور و نیز مراکز نوآوری و شرکت‌های دانش‌بنیان نوظهور می‌توانند نقش کلیدی در حل چالش‌های فناورانه و توسعه معادن استان ایفا کنند.

دانشگاه شهید باهنر کرمان از دیرباز در تربیت نیروی متخصص در حوزه معدن و زمین‌شناسی فعال بوده و دانشکده مهندسی معدن این دانشگاه یکی از قدیمی‌ترین‌ها در کشور است. هر ساله ده‌ها فارغ‌التحصیل در رشته‌های مهندسی معدن، متالورژی استخراجی و زمین‌شناسی اقتصادی از این دانشگاه وارد بازار کار می‌شوند و بخش قابل‌توجهی از آنان جذب معادن استان می‌گردند. این امر خود نقشی اساسی در تأمین نیروی انسانی متخصص برای معادن کرمان داشته است. علاوه بر آن، دانشگاه شهید باهنر دارای مراکز پژوهشی مرتبط با معدن نظیر مرکز پژوهش‌های معدنی و صنایع معدنی و آزمایشگاه‌های پیشرفته فرآوری مواد معدنی است. با این وجود تا چندی پیش تعامل صنعت با این ظرفیت

علمی محدود بود. در سال ۱۴۰۳ گام مهمی برداشته شد و تفاهم‌نامه‌ای بین دانشگاه شهید باهنر و شرکت ملی صنایع مس ایران (مس سرچشمه) منعقد گردید که هدف آن انجام پروژه‌های تحقیقاتی مشترک، حمایت از پایان‌نامه‌های کاربردی در حوزه مس و ایجاد مرکز نوآوری مس در دانشگاه است. این همکاری نشان‌دهنده اراده طرفین برای نزدیک‌تر کردن دنیای علم و عمل در بخش معدن است. انتظار می‌رود نتایج این نوع همکاری‌ها در میان‌مدت به شکل حل مسائل فنی (مثلاً بهینه‌سازی فرآیندهای تغلیظ یا مدیریت باطله‌ها) و تربیت نیروی کار ماهرتر متبلور شود.

در کنار دانشگاه، پارک علم و فناوری استان کرمان و مراکز رشد تخصصی معدن بستر رشد شرکت‌های دانش‌بنیان را فراهم کرده‌اند. طی چند سال گذشته چندین شرکت دانش‌بنیان در کرمان تأسیس شده‌اند که فعالیت آن‌ها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با بخش معدن مرتبط است. برای مثال، شرکت‌هایی در زمینه طراحی و ساخت قطعات پدکی و تجهیزات معدنی شکل گرفته‌اند که توانسته‌اند برخی نیازهای معادن استان (مانند قطعات سنگ‌شکن‌ها، پمپ‌ها و سیستم‌های کنترل) را با محصولات ساخت داخل تأمین کنند. همچنین استارت‌آپ‌هایی در حوزه نرم‌افزارهای معدن فعال شده‌اند؛ از جمله توسعه سامانه‌های هوشمند برای مدیریت ناوگان حمل‌ونقل معدنی یا نرم‌افزارهای شبیه‌سازی سه‌بعدی برای برنامه‌ریزی استخراج. حمایت از این کسب‌وکارهای نوآور، نه‌تنها می‌تواند وابستگی معادن کرمان به شرکت‌های خارجی را کاهش دهد، بلکه

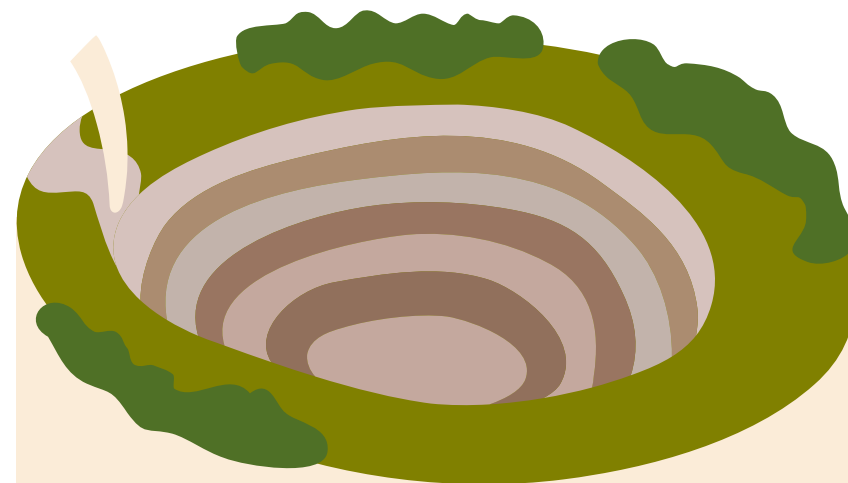
استارت‌آپ‌هایی در حوزه نرم‌افزارهای معدن فعال شده‌اند؛ از جمله توسعه سامانه‌های هوشمند برای مدیریت ناوگان حمل‌ونقل معدنی یا نرم‌افزارهای شبیه‌سازی سه‌بعدی برای برنامه‌ریزی استخراج. حمایت از این کسب‌وکارهای نوآور، نه‌تنها می‌تواند وابستگی معادن کرمان به شرکت‌های خارجی را کاهش دهد، بلکه زمینه‌ساز اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی در استان نیز خواهد بود.

زمینه‌ساز اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی در استان نیز خواهد بود. نقش دیگر دانشگاه‌ها، فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش مدیریتی در بخش معدن است. اتاق بازرگانی کرمان در سالیان اخیر با همکاری دانشگاهیان سلسله نشست‌هایی را برگزار کرده تا ضرورت تحول دانش‌بنیان در صنایع استان – بویژه معدن – تبیین شود. رییس اتاق کرمان تصریح کرده که اندیشه دانش‌بنیان در استان باید تقویت شود و گرنه خام‌فروشی منابع معدنی ادامه خواهد داشت. این رویکرد بیانگر اهمیت شکل‌گیری گفتمان مشترک میان سیاست‌گذاران، صنعت‌گران و دانشگاهیان پیرامون توسعه مبتنی بر دانش است. خوشبختانه شعار سال‌های اخیر (تولید؛ دانش‌بنیان و ...)، فضای مساعدی برای طرح مباحث نوآوری در معدن ایجاد کرده است.

البته چالش‌هایی نیز در مسیر نقش‌آفرینی دانش‌بنیان‌ها وجود دارد. از جمله اینکه سطح سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه (R&D) در شرکت‌های بزرگ معدنی هنوز پایین است و باید درصد معینی از درآمد شرکت‌ها به امر پژوهش اختصاص یابد. همچنین انتظار می‌رود صندوق پژوهش و فناوری استان کرمان حمایت مالی بیشتری از طرح‌های نوآورانه مرتبط با معدن به‌عمل آورد. در مجموع، آینده بخش معدن کرمان تا حد زیادی به موفقیت در پیوند حوزه دانش با صنعت وابسته است. هرچه شرکت‌های معدنی بیشتری به استقبال فناوری‌های نو و ایده‌های فناورانه بیایند، سهم اقتصاد دانش‌بنیان در این بخش افزایش یافته و اهداف توسعه پایدار معادن استان دست‌یافتنی‌تر خواهد بود.

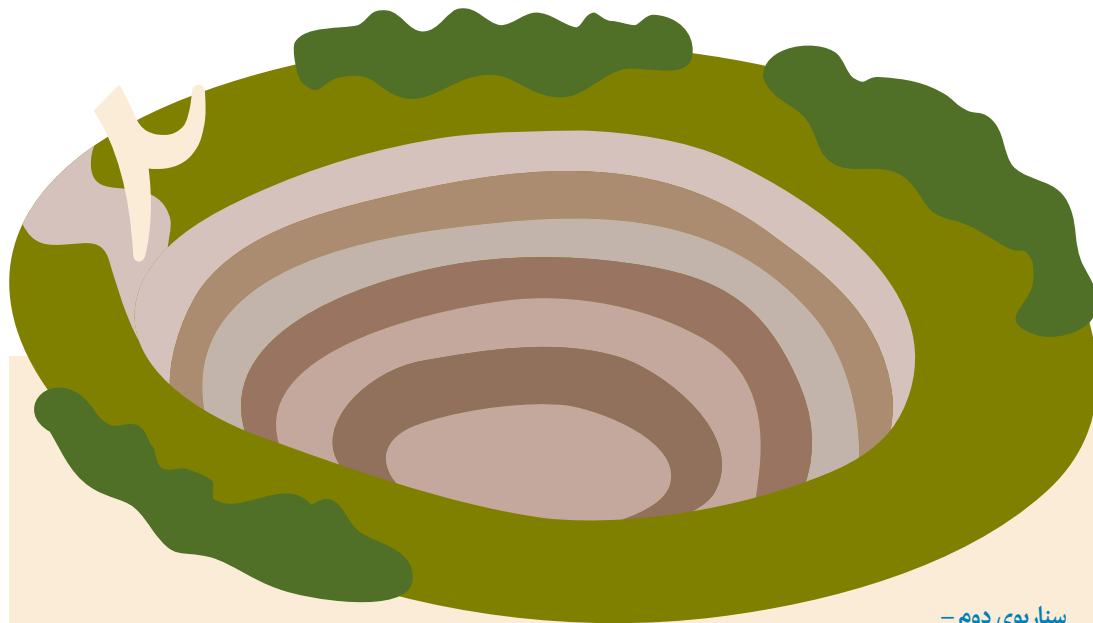
۹. سناریوهای توسعه معادن کرمان تا افق ۱۴۱۰

با توجه به شرایط کنونی و روندهای پیش‌روی بخش معدن، می‌توان مسیر توسعه معادن کرمان تا سال ۱۴۱۰ را در قالب سه سناریوی محتمل ترسیم کرد. این سناریوها عبارتند از: سناریوی خوش‌بینانه (توسعه جهشی)، سناریوی میانه (توسعه تدریجی طبق روال فعلی) و سناریوی بدبینانه (رکود و افت نسبی). در ادامه، ویژگی‌های هر سناریو و پیامدهای آن برای شاخص‌های کلیدی بخش معدن استان تشریح می‌شود.



سناریوی اول – توسعه جهشی (خوش‌بینانه)

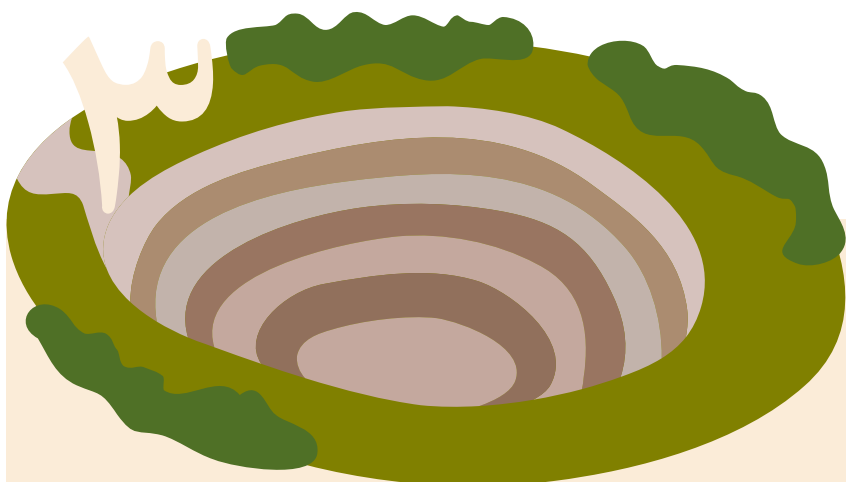
در این سناریو، فرض بر این است که تصمیم‌سازان و بازیگران کلیدی اقدامات جسورانه‌ای برای رفع موانع موجود انجام می‌دهند و بخش معدن استان وارد فاز جهش توسعه می‌شود. مؤلفه‌های این سناریو عبارتند از: افزایش چشمگیر سرمایه‌گذاری (اعم از داخلی و خارجی) در زیرساخت‌ها و نوسازی تجهیزات، ورود فناوری‌های روز دنیا به معادن کرمان از طریق تعاملات بین‌المللی یا توسعه دانش‌بنیان داخلی، اجرای کامل سیاست‌های حمایتی نظیر تخصیص ۱۵ درصد حقوق دولتی معادن به استان و اصلاح ساختارهای مدیریتی برای چابک‌سازی و بهبود بهره‌وری. در صورت تحقق چنین شرایطی، انتظار می‌رود تا سال ۱۴۱۰ ظرفیت تولید معادن کرمان افزایش قابل‌توجهی یابد؛ به‌طور مثال تولید سالانه مس کاتد در استان می‌تواند به مرز ۳۵۰ هزار تن برسد و تولید سنگ‌آهن نیز با بهره‌برداری از ذخایر جدید رشد کند. همچنین ارزش افزوده بخش معدن در استان رشد سالانه بالایی (شاید در حدود ۱۰ درصد یا بیشتر) را تجربه خواهد کرد. در سناریوی خوش‌بینانه، کرمان تا افق ۱۴۱۰ نه تنها جایگاه خود را به‌عنوان قطب معدنی ایران تحکیم می‌کند، بلکه می‌تواند در برخی محصولات (مثل مس و فولاد) به هاب منطقه‌ای بدل شود. تحقق این سناریو نیازمند ثبات اقتصاد کلان، بهبود روابط خارجی و اراده قوی سیاسی است.



سناریوی دوم –

توسعه میانه (ادامه روند فعلی)

این سناریو براساس تداوم وضع موجود با نرخ تغییرات تدریجی ترسیم می‌شود. در این حالت، برخی پروژه‌های زیرساختی تکمیل می‌شوند (مثلاً راه‌آهن کرمان-سیرجان تا چند سال آینده افتتاح خواهد شد و بخشی از آب موردنیاز صنایع تأمین می‌گردد)، نوسازی تجهیزات با سرعت متوسطی پیش می‌رود (هر سال چند دستگاه جدید جایگزین ماشین‌آلات قدیمی می‌شود) و رشد تولید معادن مطابق برنامه‌های فعلی شرکت‌ها تحقق می‌یابد. به‌بیان‌دیگر، تحول اساسی با شوک‌آور رخ نمی‌دهد، بلکه پیشرفت‌ها گام‌به‌گام حاصل می‌شود. در سناریوی میانه، احتمالاً رشد سالانه بخش معدن استان در حد ۴-۶ درصد باقی می‌ماند و تولید محصولات کلیدی تا



سناریوی سوم – رکود و افت (بدبینانه)

این سناریو شرایطی را ترسیم می‌کند که در آن چالش‌های کنونی تشدید شده و اقدامات اصلاحی مؤثری صورت نگیرد. عواملی مانند تداوم تحریم‌ها و انزوای بین‌المللی، بحران شدیدتر آب به‌علت تغییرات اقلیمی، کاهش قیمت جهانی مواد معدنی یا سوءمدیریت داخلی می‌توانند زمینه‌ساز این وضعیت باشند. در سناریوی بدبینانه، سرمایه‌گذاری‌های جدید متوقف می‌شوند و حتی نگهداشت تولید فعلی نیز دشوار می‌گردد. استخراج از معادن بزرگ به‌تدریج به سمت ذخایر کم‌عیارتر می‌رود که هزینه تولید را بالا می‌برد و بدون فناوری‌های نو، بهره‌وری به‌شدت افت می‌کند. ممکن است برخی معادن کوچک‌تر استان به‌دلیل غیراقتصادی شدن تعطیل شوند و معادن بزرگ نیز طرح‌های توسعه‌ای خود را به تعویق بیندازند. نرخ رشد تولید معدن استان در این حالت ممکن است به نزدیک صفر برسد یا حتی منفی شود؛ برای مثال، تولید سالانه مس کاتد احتمالاً در سطح حدود ۲۰۰ هزار تن متوقف مانده یا کاهش یابد و چه بسا بخشی از ظرفیت فولادسازی استان نیز به علت کمبود برق یا آب با خاموشی همراه شود. در این سناریو، سهم کرمان از تولید معدنی کشور افت جزئی خواهد کرد (چون سایر مناطق هم مشکل دارند، شاید سهم درصدی تغییر زیادی نکند، ولی حجم مطلق کم می‌شود). پیامدهای اجتماعی این وضعیت می‌تواند شامل بیکاری نیروی کار متخصص و مهاجرت آن‌ها و نیز نارضایتی گسترده محلی باشد؛ چرا که مردم اثرات تخریبی معادن را تحمل کرده‌اند، ولی عواید آن در منطقه کاهش یافته است. سناریوی رکود قطعاً سناریوی مطلوبی نیست و تمام ذی‌نفعان بخش معدن استان باید برای جلوگیری از تحقق آن تلاش کنند.

با ترسیم این سه سناریو، روشن می‌شود که آینده معادن کرمان تا حد زیادی در گرو تصمیماتی است که امروز گرفته می‌شود. سناریوی خوش‌بینانه دست‌یافتنی است، به‌شرط آنکه مجموعه‌ای از اصلاحات زیرساختی، فناوری و حکمرانی عملی شود؛ سناریوی میانه محتمل‌ترین مسیر است اگر روند فعلی ادامه یابد و سناریوی بدبینانه هشدار می‌دهد که اگر اقدامات لازم صورت نگیرد، وضعیت به‌شدت وخیم خواهد شد. بنابراین، سیاست‌گذاران استانی و ملی باید با درایت مسیر حرکت را به‌سمت سناریوی مطلوب هدایت کنند. در بخش بعد، راهبردها و پیشنهادهایی ارائه خواهد شد که می‌تواند تحقق سناریوی توسعه جهشی را تقویت کرده و از لغزش به سمت رکود پیشگیری نماید.

۱۴۱۰ شاید در حدود ۳۰ درصد بیشتر از سطوح فعلی شود؛ برای مثال، تولید مس کاتد ممکن است از حدود ۲۰۰ هزار تن فعلی به حدود ۲۵۰-۲۷۰ هزار تن در سال ۱۴۱۰ برسد و تولید فولاد خام در استان (که اکنون حدود ۶/۶ میلیون تن است) ممکن است به حدود ۱۰ میلیون تن افزایش یابد. در این سناریو، کرمان جایگاه نخست معدنی خود در کشور را حفظ می‌کند اما شکاف فناوری با استاندارد جهانی همچنان محسوس خواهد بود. نقاط ضعف ساختاری مانند کمبود آب احتمالاً به قوت خود باقی می‌مانند، ولی با مدیریت بهتر، مانع افزایش تولید نخواهند شد. در واقع سناریوی میانه تصویری از رشد مستمر اما نه‌چندان چشمگیر را ارائه می‌دهد که شاید واقع‌بینانه‌ترین مسیر در صورت عدم وقوع تحولات عمده باشد.

۱۰. پیشنهاد‌های سیاستی و راهبردی برای ارتقای زیرساخت و فناوری معدن کرمان

با توجه به مباحث مطرح‌شده، مجموعه‌ای از اقدامات سیاستی و راهبردی به‌منظور توسعه زیرساخت و فناوری معادن استان کرمان پیشنهاد می‌گردد. این پیشنهادها می‌تواند مورد توجه اتاق بازرگانی کرمان به‌عنوان نماینده بخش خصوصی و همچنین نهادهای تصمیم‌ساز دولتی در سطح استان و کشور قرار گیرد:



اجرای کامل قوانین حمایت از توسعه محلی معادن

همان‌طور که اشاره شد، بازگشت ۱۵ درصد درآمد حقوق دولتی معادن به استان باید به‌طور شفاف و کامل عملیاتی شود. این منبع مالی می‌تواند برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حیاتی مناطق معدنی (از قبیل جاده، آبرسانی، برق و بهداشت) به‌کار رود. اتاق بازرگانی و نمایندگان استان لازم است اجرای این قانون را به‌جد پیگیری کرده و گزارش شفاف مصارف آن را مطالبه کنند. افزون بر این، تدوین آیین‌نامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) در بخش معدن ضروری است تا نقش شرکت‌های معدنی در توسعه پایدار جوامع محلی نهادینه شود. تعیین پروژه‌های اولویت‌دار (مانند ساخت مدرسه، درمانگاه، راه روستایی در مناطق معدن‌خیز) و مشارکت دادن شرکت‌ها در تأمین مالی آن‌ها یک راهکار برد-برد خواهد بود.



تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل و انرژی با مشارکت صنایع معدنی

دولت و بخش خصوصی باید در تکمیل پروژه‌های زیرساختی همسو عمل کنند. پروژه راه‌آهن کرمان-سیرجان که با سرمایه‌گذاری معدن‌کاران در حال انجام است، الگویی موفق بوده؛ از این تجربه می‌توان برای سایر طرح‌ها (مثلاً اتصال ریلی مجتمع مس سرچشمه به شبکه سراسری، دوخطه کردن راه‌آهن معدن گل‌گهر تا بندرعباس و بهسازی جاده‌های مدل‌های مشارکت عمومی-خصوصی (PPP) را در توسعه زیرساخت اجرا کند. در حوزه انرژی، پیشنهاد می‌شود احداث نیروگاه‌های اختصاصی توسط صنایع معدنی با تسهیلات ویژه حمایت شود؛ به‌عنوان مثال، کنسرسیومی از صنایع فولاد و مس کرمان می‌تواند یک نیروگاه سیکل ترکیبی احداث کند و برق پایدار برای معادن فراهم آورد. استفاده از انرژی خورشیدی در مناطق کویری استان نیز پتانسیل بالایی دارد و نیازمند سیاست‌های تشویقی (معافیت‌های مالیاتی، خرید تضمینی برق) است.



نوسازی تکنولوژی و ماشین‌آلات معدنی

دولت باید ورود ماشین‌آلات و فناوری‌های نوین معدن را تسهیل کند. پیشنهاد مشخص آن است که حقوق ورودی و عوارض گمرکی برای واردات ماشین‌آلات معدنی پیشرفته (مثلاً دامپتراک‌های برقی، حفارهای تمام‌هیدرولیک، تجهیزات اتوماسیون) کاهش یابد یا موقتاً لغو شود. همچنین می‌توان از محل تهاثر با صادرات محصولات معدنی، تجهیزات موردنیاز معادن را وارد کرد تا فشار ارزی کمتری به کشور وارد شود. در کنار واردات، حمایت از تولید داخل ماشین‌آلات باید ادامه یابد. شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند داخلی که در ساخت بیل‌های مکانیکی، نوارنقاله‌های صنعتی، سیستم‌های کنترل و نظایر آن فعال‌اند شناسایی و به آن‌ها از طریق صندوق نوآوری و شکوفایی یا وام‌های کم‌بهره کمک شود تا محصولاتشان تجاری‌سازی شود. اتاق بازرگانی می‌تواند نقش واسط را ایفا کرده و نیازهای صنایع معدنی را به جامعه مهندسی و شرکت‌های سازنده داخلی منتقل کند. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی معدن و صنایع معدنی در کرمان و دعوت از شرکت‌های سازنده بین‌المللی نیز زمینه آشنایی نزدیک فعالان استان با فناوری‌های روز را فراهم می‌کند.



می‌توان منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی در کرمان ایجاد کرد تا سرمایه‌گذاران از معافیت‌های مالیاتی و گمرکی برخوردار شوند. همچنین بهره‌گیری از ابزارهای نوین تأمین مالی مانند انتشار اوراق مشارکت پروژه‌ای یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (PE) برای طرح‌های معدنی می‌تواند منابع مالی را به سمت این بخش هدایت کند. اتاق بازرگانی کرمان می‌تواند با تشکیل کارگروه مشترک با بانک‌ها و بازار سرمایه، مدل‌های تأمین مالی مناسب برای طرح‌های زیرساختی و فناوریانه بخش معدن را تدوین و معرفی نماید.



توسعه آموزش‌های تخصصی و ارتقای سرمایه انسانی

نیروی انسانی ماهر زیربنای بهره‌گیری از فناوری‌های جدید است. لذا پیشنهاد می‌شود یک مرکز تربیت و آموزش تخصصی معدنکاری پیشرفته در کرمان ایجاد شود. این مرکز می‌تواند با همکاری دانشگاه شهید باهنر، سازمان نظام مهندسی معدن و شرکت‌های بزرگ معدنی تأسیس گردد و دوره‌های کوتاه‌مدت عملی در زمینه‌هایی مثل مکانیک تجهیزات معدنی، اتوماسیون معادن، نرم‌افزارهای کاربردی مدل‌سازی زمین‌شناسی، تخمین ذخیره، پایداری شیب و طراحی معادن روباز و زیرزمینی و ایمنی پیشرفته و مدیریت زیست‌محیطی معدن برگزار کند. همچنین کارآموزی‌های صنعت‌محور برای دانشجویان رشته‌های مرتبط در معادن بزرگ استان سامان‌دهی شود تا نسل جدید مهندسان با چالش‌های واقعی معدن آشنا شوند. از سوی دیگر، جذب نخبگان و متخصصان برتر کشور به معادن کرمان باید تبدیل به یک راهبرد شود؛ به‌عنوان نمونه، با اعطای مزایای شغلی ویژه و امکانات رفاهی در مناطق معدنی می‌توان کارشناسان خبره حوزه معدن را به فعالیت در استان ترغیب کرد.



تسهیل فضای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی پروژه‌ها

بسیاری از پروژه‌های بهبود زیرساخت و فناوری معادن نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان است. لذا باید فضای کسب‌وکار معدنی استان برای سرمایه‌گذاران (داخلی و خارجی) جذاب شود. کاهش بروکراسی اداری در صدور مجوزهای معدنی و صنعتی، واگذاری زمین و زیرساخت به طرح‌های جدید با شرایط مناسب و ایجاد زون‌های ویژه سرمایه‌گذاری معدنی از اقدامات مؤثر است؛ به‌عنوان مثال، می‌توان منطقه ویژه اقتصادی صنایع معدنی در کرمان ایجاد کرد تا سرمایه‌گذاران از معافیت‌های مالیاتی و گمرکی برخوردار شوند. همچنین بهره‌گیری از ابزارهای نوین تأمین مالی مانند انتشار اوراق مشارکت پروژه‌ای یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی (PE) برای طرح‌های معدنی می‌تواند منابع مالی را به سمت این بخش هدایت کند. اتاق بازرگانی کرمان می‌تواند با تشکیل کارگروه مشترک با بانک‌ها و بازار سرمایه، مدل‌های تأمین مالی مناسب برای طرح‌های زیرساختی و فناوریانه بخش معدن را تدوین و معرفی نماید.



ارتقای حکمرانی و نظارت در بخش معدن

یکی از الزامات توسعه پایدار، بهبود حکمرانی بخش معدن در استان است. پیشنهاد می‌شود شورای معادن استان (که طبق قانون معادن تشکیل شده) با حضور پرنرنگ‌تر بخش خصوصی و دانشگاهیان فعال‌تر گردد و جلسات آن به‌طور منظم برای پایش اجرای مصوبات و حل مشکلات معادن برگزار شود. شفافیت در آمار تولید، صادرات و پرداخت‌های مالی (حقوق دولتی، مالیات و...) نیز زمینه نظارت مردمی را تقویت می‌کند. همچنین دستگاه‌های نظارتی باید بر اجرای استانداردهای زیست‌محیطی و ایمنی در معادن استان سخت‌گیری منطقی داشته باشند تا بهره‌برداران‌ها مسئولانه و پایدار انجام شود. این نظارت از بروز هزینه‌های اجتماعی در آینده جلوگیری کرده و اعتماد عمومی به بخش معدن را افزایش می‌دهد. پیشنهادهای فوق به اختصار مسیریایی را ترسیم می‌کنند که می‌تواند معادن کرمان را از وضعیت فعلی به وضعیت مطلوب‌تر در افق ۱۴۱۰ منتقل کند. نقش اتاق بازرگانی کرمان در این میان به‌عنوان حلقه اتصال بخش خصوصی، دانشگاه و دولت بسیار مهم است. اتاق می‌تواند با ارائه مشاوره‌های سیاستی، بسیج امکانات بخش خصوصی و مطالبه‌گری از دولت، اجرای این راهبردها را تسریع نماید.

اهمیت زنجیره ارزش بخش معدن و فلزات در استان کرمان



زنجیره ارزش مواد معدنی و فلزی در استان کرمان پتانسیل بالایی برای چند برابر کردن در اقتصاد استان دارد. متأسفانه این فرصت هاگاهی محدود به فقط صنایع پایین دستی می شود؛ اما هزاران فرصت گسترده در صنایع پشتیبان به فراموشی سپرده می شود، حال آنکه این فرصت ها می تواند در قالب SME یا بنگاه های کوچک و متوسط با سرمایه گذاری های کم یا متوسط، اشتغال و ارزش آفرینی بزرگی ایجاد کنند.



محمد رضا کرمی شاهرخی

کارشناس ارشد معدن و صنایع فلزی



این استان در حال حاضر قلب تپنده بخش معدن کشور است و نقش پررنگی در تولید ملی مس، آهن، کرومیت و سایر مواد معدنی دارد. با این حال، چالش های مهمی در زمینه زیرساخت های حمل و نقل، تأمین آب و انرژی، فناوری استخراج و مسائل زیست محیطی پیش روی توسعه معادن کرمان قرار دارد. برای غلبه بر این موانع و حرکت به سمت آینده ای روشن تر، عزم جمعی همه ذی نفعان ضروری است. شرکت های معدنی باید سرمایه گذاری در نوسازی و نوآوری را در اولویت قرار دهند؛ دانشگاه ها و شرکت های دانش بنیان باید با ارائه دانش و فناوری های بومی این بخش را یاری کنند.

منابع

۱. مرکز آمار ایران، سالنامه آماری کشور، ۱۴۰۲
۲. خبرگزاری صداوسیما، «۲۰ درصد استخراج معادن کشور در کرمان»، ۱۴۰۱
۳. فصلنامه سپهر اقتصاد کرمان اتاق بازرگانی کرمان. «نیم نگاهی به معادن و صنایع معدنی استان کرمان»، ۱۴۰۰.
۴. وزارت کشور «پیشرفت پروژه خط آهن کرمان- سیرجان»، ۱۴۰۴.
۵. خبرگزاری تسنیم، «وجود بیش از ۸ هزار حلقه چاه غیرمجاز کشاورزی در استان کرمان»، ۱۴۰۳.
۶. خبرگزاری ایسنا، «پروژه فاضلاب کرمان؛ رکورددار سرمایه گذاری بخش خصوصی در کشور»، ۱۳۹۹.
۷. خبرگزاری ایسنا، «آغاز حفاری پروژه ملی فیبر نوری با هزینه ۳۰۰۰ میلیاردی در کرمان»، ۱۴۰۲.
۸. روزنامه دنیای اقتصاد، «آینده ماشینی معدن»، ۱۴۰۴.
9. S&P Global Market Intelligence. "Major Copper Discoveries", 2023.
10. International Copper Study Group (ICSG). " Sustainable Development", 2022. vol. 5. no. 4 , pp. 37-52
۱۱. لطفعلی عاقلی، «تحلیل بهره‌وری نیروی کار در معادن ایران»، مهندسی منابع معدنی، ۱۳۹۹
۱۲. فصلنامه سپهر اقتصاد کرمان اتاق بازرگانی کرمان. «توسعه بسیار کم رنگ بخش معدن»، ۱۴۰۱.
13. World Bank Group. "The Mine of the Future", 2021.
۱۴. شرکت سرمایه گذاری سامان ایرانیان، «گزارش تحلیلی شرکت معدنی و صنعتی گل گهر»، ۱۴۰۳.
15. Vale S.A., Annual Report (Carajs Mine), 2024.

نظارت اصولی، بستر رشد را فراهم آورند.

در افق ۱۴۱۰، چشم انداز ما این است که معادن کرمان به الگویی از بهره برداری مسئولانه و فناورانه تبدیل شوند؛ به گونه ای که ضمن افزایش تولید و اشتغال، کمترین آسیب به محیط زیست وارد شود و بیشترین منفعت نصیب مردم استان گردد. تحقق این چشم انداز دور از دسترس نیست به شرط آنکه از همین امروز اقدام کنیم. این مقاله با ارائه تصویری جامع از وضعیت و پیشنهادهای مشخص، تلاشی است در جهت ایجاد گفتگو و جلب توجه تصمیم سازان به ظرفیت ها و چالش های بخش معدن کرمان. اکنون نوبت عمل فرا رسیده است: زمان آن است که همه ذی نفعان – از مدیران معادن و مسئولان دولتی گرفته تا کارشناسان دانشگاهی و نمایندگان مجلس – دست به دست هم دهند و مسیر شکوفایی معادن کرمان را هموار سازند. آینده اقتصاد کرمان و به طور کل آینده صنعتی ایران می تواند با توسعه پایدار معادن این استان رقم بخورد؛ فرصتی که نباید از دست برود. **III**

۱۱. نتیجه گیری: خلاصه و فراخوان عمل برای ذی نفعان

استان کرمان با ذخایر معدنی غنی و تنوع بی نظیر مواد معدنی، پتانسیل آن را دارد که به موتور محرک اقتصاد غیرنفتی ایران تبدیل شود. مرور وضعیت موجود نشان داد که این استان در حال حاضر قلب تپنده بخش معدن کشور است و نقش پررنگی در تولید ملی مس، آهن، کرومیت و سایر مواد معدنی دارد. با این حال، چالش های مهمی در زمینه زیرساخت های حمل و نقل، تأمین آب و انرژی، فناوری استخراج و مسائل زیست محیطی پیش روی توسعه معادن کرمان قرار دارد. برای غلبه بر این موانع و حرکت به سمت آینده ای روشن تر، عزم جمعی همه ذی نفعان ضروری است. شرکت های معدنی باید سرمایه گذاری در نوسازی و نوآوری را در اولویت قرار دهند؛ دانشگاه ها و شرکت های دانش بنیان باید با ارائه دانش و فناوری های بومی این بخش را یاری کنند؛ و دولت و نهادهای محلی باید با اصلاح سیاست ها، توسعه زیرساخت ها و



/// چگونه مس و آهن را استخراج می‌کنیم،

اما فرصت‌های طلایی را دور می‌ریزیم؟!

حکایت معادن استان کرمان و زنجیره ارزش آن حکایت گنج‌نامه‌ای است که پایانی ندارد.

این استان به‌عنوان یکی از قطب‌های معدنی ایران جایگاهی بی‌بدیل در اقتصاد معدنی و صنایع فلزی کشور ایفا می‌کند و با داشتن ۱۵ درصد از ذخایر معدنی ایران و تأمین‌کننده ۴۰ تا ۵۰ درصد از مواد اولیه صنایع فولادی و مسی کشور و وجود معادن استراتژیک چون مس سرچشمه، مس میدوک، سنگ‌آهن منطقه گل‌گهر و زرنـد و تولیدات متفاوت از جمله کرومیت، زغال‌سنگ، تیتانیوم می‌تواند نقشی پررنگ در زنجیره ارزش صنایع معدنی و فلزی کشور ایفا کند. هم‌اکنون با داشتن ذخایر چند میلیارد تنی و گردش سالیانه مواد در زنجیره تولید از اکتشاف و استخراج تا تولید نهایی به میزان در حدود ۵۰۰ میلیون تن در سال، کرمان می‌تواند برای ایجاد صنایع پشتیبان و بنگاه‌های کوچک و بزرگ و توسعه خوشه‌های صنعتی فرصتی بی‌بدیل باشد، اما متأسفانه زنجیره ارزش به فراموشی سپرده

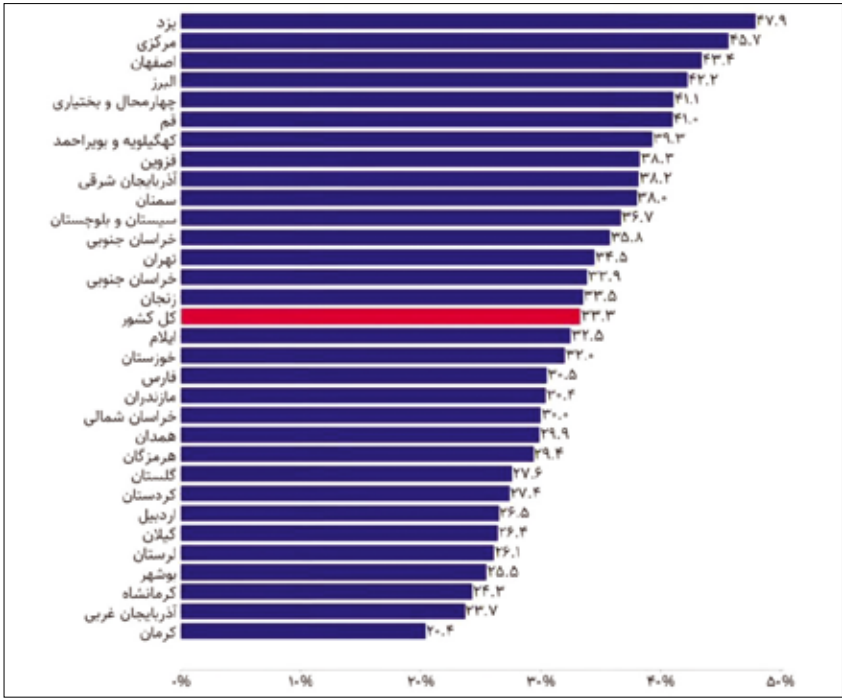
شده است و فقط مس و آهن و ... از دل کوه استخراج می‌شود و فرصت‌های طلایی توسعه صنایع و خوشه‌های صنعتی به دور ریخته می‌شود.

نگاهی به جایگاه حداقلی کرمان در مشاغل صنعتی

شاید اگر آمار رسمی کشوری نبود و صرفاً به آمار و نوشته‌های این نوشتار تکیه می‌شد بسیاری از افراد این‌گونه گفت‌مان‌های مبنی بر عقب‌افتادگی کرمان را تنها حاصل شعارزدگی می‌دانستند؛ اما خوشبختانه با آمار رسمی ارائه‌شده که در نمودار شماره (۱) ملاحظه می‌کنید شاهد جایگاه کرمان آن‌هم به‌عنوان آخرین رتبه در اشتغال صنعتی هستیم.

یزد یا کرمان

شروع کار من پس از دانشگاه در صنایع جنبی مس کرمان (صنایع مس شهید باهنر) به‌عنوان مسئول شیفت عملیات ذوب بود آن هم مراحل پایانی پروژه که با حضور بیش از ۵۰ کارشناس برجسته آلمانی، ژاپنی، فنلاندی



نمودار شماره (۱) جایگاه استان‌های ایران به لحاظ سهم مشاغل صنعتی (کرمان آخرین رتبه)

و اتریشی، اوج شور و تلاش راه‌اندازی نمایان بود. این مجتمع از منحصربه‌فردترین صنایع پایین‌دستی مس است. امکان تولید انواع ورق‌ها، مقاطع و لوله‌ها آن هم با آلیاژهای متنوع مس، برنج، برنز و نیکل در دنیا کم‌نظیر است. حکایت اجرای این مجتمع در استان کرمان جالب است.

سال ۱۳۶۳ اولین شمش مس در مجتمع مس سرچشمه تولید شد. برنامه‌ریزی تولید محصول به‌گونه‌ای بود که پس از تولید شمش کاتد، تولید سه محصول یعنی مفتول ۸ میلی‌متری، بیلت و اسلاب در بخش ریخته‌گری و پالایشگاه صورت پذیرد.

دوراندیشی طراحان کارخانه به‌گونه‌ای بود که زنجیره پایین‌دستی مس در استان کرمان تا مراحل پایانی کامل شود، بر همین اساس صنایع جنبی مس (مس شهید باهنر) تعریف شد، کارخانه‌ای بی‌همتا و مطابق با آخرین تکنولوژی‌های روز که شامل سه واحد ذوب، نورد و اکستروژن بود و بسیاری از آلیاژهای مسی و انواع سکه‌ها، مقاطع و ورق‌ها را تا سطح فویل ۳۰ میکرونی مس تولید می‌کرد، اما بخش جالب ماجرا این بود که به محض تعریف پروژه، یکی از علمای با نفوذ یزد اصرار بر انتقال پروژه صنایع جنبی مس به یزد می‌کند. در زمان استانداری آقای میرزاده بحث جدی بالا می‌گیرد و به هیئت دولت می‌رسد؛ چرا که کرمان معتقد بود صنایع جنبی مس باید در کنار مجتمع مس باشد. هیئت دولت به مرحوم عالی‌نسب برای حل اختلاف مأموریت می‌دهد و نهایتاً مرحوم عالی‌نسب تصمیم نهایی را برای اجرای صنایع جنبی مس در استان کرمان می‌گیرد.

بدیهی است زنجیره تأمین و تولید از آن‌چنان اهمیتی برای توسعه محلی و منطقه‌ای برخوردار است که در غیاب فاکتورهای اقتصادی، همواره مورد توجه سیاسیون بوده است و همین تفکر سبب شد که اوایل انقلاب فولادسازی عظیم بندرعباس با اعمال نفوذ سیاسیون به مبارکه اصفهان بدون هیچ‌گونه توجیهی منتقل شود. وجه دیگر بیان داستان بالا این است که باید

مردم را به سمت توسعه درون‌زا و گسترش صنایع کوچک و متوسط سوق داد وگرنه توسعه از بیرون آن هم در صنایع بزرگ اثربخشی اشتغال‌زایی و کارآفرینی محدودی دارد که ذیلاً به آن می‌پردازیم. قطعاً برنامه‌ریزی، پیگیری، سماجت مسئولان هراستان نقشی بسیار مهم در شکل‌گیری خوشه‌های صنعتی در آن استان دارد. همان‌طور که در نمودار شماره (۱) ملاحظه نمودید یزد بیشترین سهم از اشتغال صنعتی را دارد.

شیلی یا چین

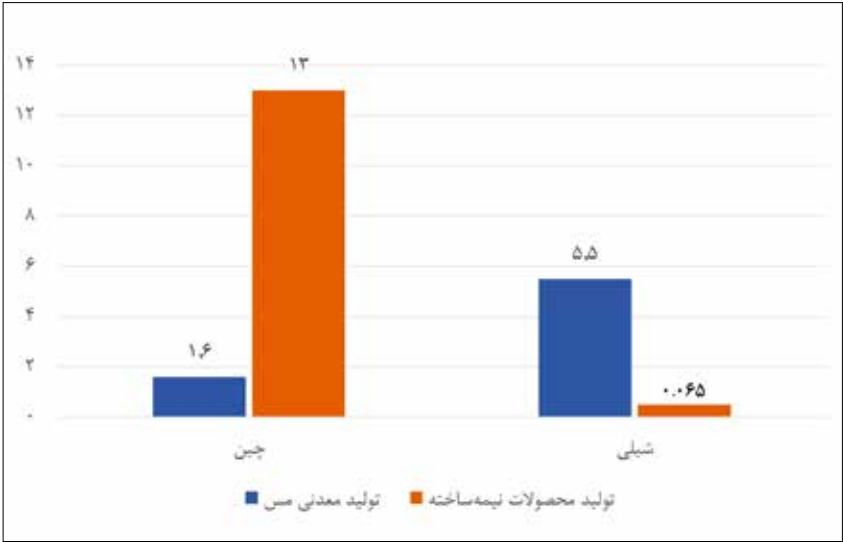
نگرش اساس تحول است، نگرش ما در سطح ملی و در سطح استان کرمان چیست؟

می‌خواهیم شیلی باشیم یا چین. کشور شیلی حدود ۵/۵ میلیون تن تولید معدنی مس دارد که تقریباً ۹۹ درصد آن به‌صورت کنسانتره یا شمش مس صادر می‌شود و بخش بسیار اندکی از صنایع پایین‌دستی در آن کشور تولید می‌شود؛ در نقطه مقابل، کشور چین تنها حدود ۱/۶ میلیون تن تولید معدنی مس دارد، اما تولید شمش مس و صنایع محصولات نیمه ساخته مسی آن به ۱۳ میلیون تن می‌رسد (با واردات مواد اولیه از سراسر جهان)؛ یعنی نه‌تنها کل تولید معدنی خود را استفاده می‌کند، بلکه برای صنایع پایین‌دستی نیز نزدیک به ۱۱ میلیون تن مس از سراسر جهان وارد می‌کند، نمودار شماره (۲).



معادن مس Chuquicamata در شیلی

درآمدها. با وضع این قانون توسط دولت اندونزی، ۳۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری توسط چین صورت گرفت و شرکت‌هایی مثل تسلا، هیوندا، LG تصمیم سرمایه‌گذاری در اندونزی گرفتند. هم‌اکنون ۱۰۰ درصد نیکل اندونزی به‌صورت فرآوری شده صادر می‌شود و جلوی صادرات آن به‌صورت خام گرفته‌شده است. در مقابل کشور برزیل غنی‌ترین کشور سنگ‌آهنی جهان ۴۲۰ میلیون سنگ‌آهن تولید می‌کند که بیش از ۹۰ درصد آن را صادر می‌کند. نگرش برزیل علیرغم اینکه دسترسی به منابع وسیع آب و برق دارد، سرمایه‌گذاری در صنایع فولادی نیست.

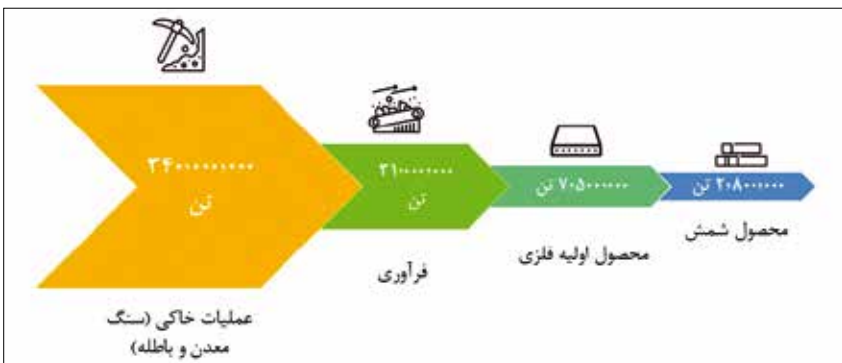


نمودار شماره (۲) مقایسه تولید معدنی مس و محصولات نیمه ساخته در چین و شیلی در سال ۲۰۲۰

زنجیره ارزش مواد معدنی و فلزی در استان کرمان

زنجیره ارزش مواد معدنی و فلزی در استان کرمان پتانسیل بالایی برای چند برابر کردن در اقتصاد استان دارد. متأسفانه این فرصت‌ها گاهی محدود به فقط صنایع

پایین‌دستی می‌شود؛ مثل تولید ورق و لوله و پروفیل، اما هزاران فرصت گسترده در صنایع پشتیبان به فراموشی سپرده می‌شود، حال آنکه این فرصت‌ها می‌تواند



نمودار شماره (۳) میزان کمتی چرخش سالیانه مواد معدنی و فلزی در استان کرمان

استخراج و خروج ۴.۵ میلیون تن مس از استان کرمان	۲۰ میلیارد دلار
سهام استان کرمان از کالاها و خدمات پشتیبان	۲۵۰ میلیون دلار
استخراج و خروج معادل ۱۲۰ میلیون تن فولاد محتوی معدنی از استان کرمان	۱۰ میلیارد دلار
سهام استان کرمان از کالاها و خدمات پشتیبان	۳۰۰ میلیون دلار

نمودار شماره (۴) میزان تقریبی برداشت و فروش از معادن مس و سنگ آهن استان کرمان و میزان سهم کرمان در سرمایه‌گذاری صنایع پشتیبان طی ۴۰ سال گذشته (متوسط قیمت مس ۵۰۰ دلار بر تن) (متوسط قیمت کنسانتره سنگ آهن ۵۰ دلار بر تن)

به‌طور خلاصه این است: نمودار شماره (۴).

نمودار شماره (۴) نشان می‌دهد که هم‌وغم مدیران رده بالای صنایع معدنی در شلاق زدن به معدن و بهره‌برداری بیشتر از آن می‌باشد و دغدغه‌ای برای توسعه و گسترش صنایع پشتیبان در آن‌ها دیده نمی‌شود. به همین دلیل اگر از گوگل مپ نگاه کنید یک حفره بزرگ معدنی و چندکارخانه فرآوری و نهایتاً تولید شمش را می‌بینید، ولی افسوس از اینکه صد کارخانه کوچک خوشه‌های پشتیبان این تولید عظیم معدنی وجود ندارد و بیابان‌هایی صاف در کنار این معادن می‌بینید، چرا؟ چون سهم خواهی مسئولان و مردم استان از این مدیران ارشد برای رشد همه‌جانبه صنعتی مردمی وجود ندارد و من چون خود در این صنایع مدیر و مسئول بودم، می‌دانم که به‌راحتی می‌شود با صنعتگران کم‌بنیه تعامل کرد و آن‌ها را وادار به ایجاد کارآفرینی در راستای پشتیبانی صنایع معدنی نمود.

به قول یکی از دوستان، خداوند استان کرمان را بغل کرده است. همان‌طور که در نمودار شماره (۳) می‌بینید، بیش از ۴۰۰ میلیون تن مواد در گردش چرخه‌های صنعتی استان کرمان می‌باشد. صدها بیل مکانیکی، شاول، محور دامپتراک، سنگ‌شکن و صدها کیلومتر نوار نقاله نیازمند پشتیبانی‌های روزانه قطعات و موارد مصرفی می‌باشند. انواع روغن‌ها و مواد شیمیایی و نسوزها، اسیدها، گچ، سیلیس، آهک و ... از جمله مواد مصرفی و پشتیبانی هستند. دامنه وسیع خدمات تعمیرات اساسی، بازرسی‌ها، نصب تجهیزات و ماشین‌آلات، سازه‌های فلزی، انواع پوشش‌ها، لوازم و ابزار مکانیکی و ریخته‌گری در استان کرمان مغفول واقع شده است و تقریباً استان‌های یزد و اصفهان و تهران تأمین‌کننده پشتیبانی‌ها می‌باشند. وقت آن رسیده که یک تکانش اساسی در تصمیم‌گیرندگان رده بالای استان کرمان به وجود آید و معادن استان که به‌صورت جزیره‌ای کار می‌کنند در قالب یک ارتباط نظام‌مند یک شبکه تأمین استانی ایجاد

کنند؛ جالب است بدانیم در آسیاب‌های شرکت مس در استان کرمان تاکنون نزدیک به ۷۰۰ میلیون تن سنگ خردایش شده است، ولی بیش از ۹۵ درصد از گلوله‌های فولادی موردنیاز این آسیاب‌ها از خارج از استان کرمان تأمین شده است؛ یعنی از ۷۰۰ هزار تن گلوله فولادی سهمی برای کرمان نبوده است.

طی ۴۰ سال گذشته فعالیت معدن مس سرچشمه حدود ۱/۷ میلیارد تن سنگ و باطله استخراج شده است و بیش از ۱۰۰۰ دامپتراک‌های معدنی و ماشین‌آلات معدنی در آن مستهلک شده است، ولی حتی ۳ درصد قطعات و موادمصرفی قابل ساخت آن در کشور در استان کرمان تولید نمی‌شود. یک شرکت ایتالیایی (ILVA ITALY) برای ما در زمینه ایجاد صنایع پشتیبان فولاد در استان کرمان مطالعه‌ای انجام داد که جدول شماره (۱) حاصل مطالعه آن برای ایجاد این صنایع در استان کرمان بود.

همان‌طور که در جدول شماره (۱) ملاحظه می‌کنید ۳۲ رشته صنعتی پشتیبان تعریف شده است و حدود ۳۰۰ زیرشاخه نیز به این رشته اضافه نموده است که به دلیل تطویل نوشتار در اینجا آورده نشده است.

چه باید کرد؟

چه کنیم که صنایع پشتیبان در استان کرمان رشد کند، چگونه این بی‌حسی نسبت به راه‌اندازی شرکت‌های کوچک و متوسط در استان کرمان درمان شود و یک نهضت مردمی کارآفرینی در این زمینه صورت پذیرد؟

پیشنهادها

۱- مدیران عامل شرکت‌های معدنی بزرگ موظف به راه‌اندازی صنایع پشتیبان در منطقه باشند؛ منظور این نیست که خودشان سرمایه‌گذاری کنند، بلکه با تشویق و یا ضمانت خرید و یا حتی پیش‌خرید، اشخاص و شرکت‌ها را برای تولید در منطقه ترغیب کنند و شاخص موفقیت این مدیران

را نباید در تولید بیشتر از معدن قرار داد، بلکه شاخص موفقیت ایشان گسترش اقتصاد و اشتغال محلی از طریق صنایع پشتیبان باشد و برای این موفقیت باید KPI تعریف کرد.

۲- ایجاد شکل نظام‌مند توسط شرکت‌های معدنی استان برای حمایت از گسترش صنایع پشتیبان در استان کرمان.

۳- دسته‌بندی و معرفی فرصت‌های صنایع پشتیبان اعم از تولیدی، خدماتی، مهندسی،

حمل‌ونقل، بازرسی.

۴- ایجاد مشوق‌های لازم و اعطای تسهیلات به کارآفرینان.

۵- ایجاد یک کارگروه متشکل از اتاق بازرگانی، نمایندگان معدنی‌ها و استانداری جهت صرفاً پایش برای شکل‌گیری خوشه‌های صنعتی پشتیبان در استان کرمان.

(در این زمینه بانک‌های استان کرمان در مقایسه با شهرهایی مثل تبریز یا یزد عملکرد بسیار ضعیفی دارند.) III

جدول شماره (۱) مطالعات انجام‌شده درخصوص ایجاد صنایع پشتیبان فولاد در استان کرمان توسط شرکت ایتالیایی ILVAITALY

۱	انواع غلتک‌ها	۱۷	انواع کابل‌ها
۲	انواع فنر و قطعات ریز فولادی	۱۸	انواع الکتروموتورها با جریان‌های متناوب و مستقیم
۳	انواع مواد نسوز	۱۹	انواع دستگاه‌ها (مبدل حرارتی، خنک‌کننده‌ها و...)
۴	انواع فرو آلیاژها	۲۰	انواع لوله‌های فولادی بدون درز در ابعاد مختلف
۵	انواع الکترودها	۲۱	انواع زانوها
۶	انواع روغن‌ها	۲۲	انواع کوره‌ها
۷	انواع سیستم‌ها	۲۳	انواع مخازن، تانکرها و سیلندرهای آلیاژی
۸	انواع سیم‌بکسل‌ها، قلاب‌ها و زنجیرها	۲۴	انواع قطعات، تجهیزات و ماشین‌آلات جهت آزمایشات استراتژیک صنعتی
۹	انواع ولو و شیر و انواع دیافراگم	۲۵	انواع مواد شیمیایی صنعتی
۱۰	انواع قالب‌ها برای تولید قطعات	۲۶	انواع قطعات لاستیکی
۱۱	انواع ابزارهای موردنیاز	۲۷	انواع کفشک‌ها، کوپلینگ‌ها و ...
۱۲	انواع اتصالات	۲۸	انواع قطعات و تجهیزات مکانیکی
۱۳	انواع بلبرینگ‌ها و رولبرینگ‌ها	۲۹	لوله هالی درزدار
۱۴	انواع کاغذ و مقوا	۳۰	انواع سیلندرها
۱۵	انواع وسایل ایمنی	۳۱	انواع دستگاه‌ها وسایل اندازه‌گیری
۱۶	انواع قطعات الکتریکی و الکترونیکی	۳۲	شرکت‌های طراحی مهندس مشاور

| گفت‌وگو |

گفت‌وگو با «مهدی پورقاضی» مدیرعامل شرکت نیرومند پلیمر و رییس سابق کمیسیون صنعت اتاق تهران

مزیت‌ها را باید ساخت



اگر می‌خواهید کشور صنعتی شود در وهله‌ی اول بایستی وزارت صمت استراتژی توسعه صنعتی داشته باشد؛ یعنی یک نقشه‌ای باشد که در آن مشخص شود کشور چگونه می‌تواند در این مسیر حرکت کند، چه نیازهایی دارد، در این مسیر چه موانعی وجود دارد و غیره. در واقع در تعریف استراتژی بایستی سیاست‌های پولی، بانکی تعریف شود.



با این برداشت که هر کشوری باید در هر صنعتی مزیت داشته باشد، موافق نیستیم؛ در واقع مزیت‌ها وجود ندارند، بلکه ساخته می‌شوند، اما در ایران بروکراسی و وجود سیستم فشل دولتی در اقتصاد مانع از توسعه صنعتی شده و فرآیند صنعتی شدن را بسیار سخت می‌کند. مهدی پورقاضی، مدیرعامل شرکت نیرومند پلیمر و رییس سابق کمیسیون صنعت اتاق تهران معتقد است که با ادامه چالش‌ها، آینده سرمایه‌گذاری در کشور شفاف نیست؛ با اصلاح روابط بین‌المللی، رابطه اقتصادی شکل می‌گیرد و امکان توسعه صنعتی نیز فراهم می‌شود و باید دخالت دولت در اقتصاد کم شود تا سرمایه‌گذاری معنی پیدا کند. او توصیه می‌کند که با توجه به جنگ اسرائیل با ایران، بهتر است که فعالان اقتصادی وضعیت موجود بنگاه خود را حفظ کنند، بدهی به اشخاص را کم کرده و روی بدهی به بانک‌ها تمرکز کنند، دارایی‌های خود را حفظ کنند و پرداخت‌های مربوط به کارکنان خود را به‌موقع انجام دهند.

♦♦ **چه عوامل کلیدی در موفقیت کشورهای پیشرو در امر صنعتی شدن مهم و تأثیرگذار بوده است؟**

در کشورهای پیشرو، رویکرد اقتصاد آزاد به‌عنوان اولویت در برنامه‌ریزی‌های اقتصادی موردنظر است و به مالکیت خصوصی احترام گذاشته می‌شود، به‌طوری‌که دخالت دولت در اقتصاد بسیار کم و مسائل مربوط به قیمت‌گذاری در این کشورها بسیار محدود است، دولت‌ها سعی دارند که کسری بودجه نداشته و تورمشان ناچیز باشد. از طرفی دیگر اندازه دولت‌ها در مقایسه با اندازه دولت در کشور ما کوچک‌تر است.

برای توسعه صنعتی نیاز به حضور در بازارهای بین‌المللی است؛ موضوعی که در کشور ما بسیار ضعیف بوده، در واقع خریدوفروش با کشور ما با اکراه انجام می‌شود، سرمایه‌گذاری انجام نمی‌شود و تکنولوژی‌های خارجی نیز به کشور وارد نمی‌شوند. رویکرد آزادی اقتصادی در کشور وجود ندارد و دولت در همه امور مربوط به اقتصاد دخالت نموده و با انجام قیمت‌گذاری‌ها، تغییر در بخشنامه‌ها،

تعرفه‌ها و مقررات مربوط به صادرات و واردت مشکلات فراوانی در اقتصاد ایجاد می‌کند، درصورتی‌که در یک کشور صنعتی وقتی فعال صنعتی تصمیم به صادرات می‌گیرد با اظهار کالا به گمرک و در زمان واردات با ارائه پروفورما به بانک و بازگشایی LC ظرف مدت چند ساعت این کار انجام می‌شود، درصورتی‌که همین پروسه در کشور ما سه تا ۱۲ ماه طول می‌کشد. همچنین تورم در کشور ما در حدود ۴۰ درصد است، درحالی‌که در یک کشور صنعتی این عدد به میزان دو درصد است، لذا مشخص است با چنین تورمی هیچ‌کدام از سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی تمایل به انجام سرمایه‌گذاری ندارند.

رهبر انقلاب هرساله یک شعار اقتصادی مانند جهش تولید، سرمایه‌گذاری برای تولید و غیره برای نام‌گذاری سال انتخاب می‌کند، این نام‌گذاری‌ها بیشتر جنبه نمایشی دارد و هیچ‌کدام عملی نمی‌شود و در پایان هر سال، سرمایه‌گذاری که انجام نشده هیچ، حتی مقداری از سرمایه‌ها هم از کشور خارج شده است؛ بنابراین سیاست نام‌گذاری



سال‌ها کمکی به توسعه کشور نمی‌کند. به نظر می‌رسد که در سطح حاکمیت، اراده‌ای برای توسعه صنعتی کشور وجود ندارد و تاز مانی هم که این اراده وجود نداشته باشد و دائماً مانع ایجاد شود، بعید می‌دانم در کشور ما توسعه‌ای اتفاق بیفتد.

♦♦ **چگونه یک کشور در صنعتی مشخص مزیت رقابتی پیدا می‌کند، به نظر جنابعالی ایران در چه صنایعی می‌تواند مزیت رقابتی پیدا کند؟**

من با این برداشت که هر کشوری باید در یک صنعتی مزیت داشته باشد، موافق نیستم. در واقع مزیت‌ها وجود ندارند بلکه مزیت‌ها تولید می‌شوند. برخی مزیت‌ها در کشورها ذاتی و بالقوه هستند؛ برای مثال کشور ما دارای نفت و گاز است، بین دو دریا قرار دارد، ۱۵ همسایه دارد و غیره، اما پایه اصلی توسعه اقتصادی کشورها بر مبنای مزیت‌هایشان نیست، بلکه کشورهای توسعه‌یافته خود مزیت‌ها را ایجاد می‌کنند؛ برای مثال کشور ما در سال ۱۳۴۰ مزیتی در زمینه خودروسازی نداشت، اما به همت مدیران ایران ناسیونال و شرکت‌های دیگر با انجام سرمایه‌گذاری‌هایی، مزیت ایجاد و بعد از گذشت چند سال ایران به قطب خودروسازی تبدیل شد؛ هر چند که بعد از انقلاب دچار مشکل گردید، اما در آن زمان این مزیت در کشور ایجاد شده بود. مثال دیگری از خلق مزیت صنعت نانو است. بنابراین بایستی مزیت‌ها ساخته شود. البته برداشت دیگری نیز وجود دارد این که یک کشور روی یک یا دو مزیت تمرکز کند و مابقی نیاز خود را از بیرون تأمین کند نیز توصیف درستی از مزیت نیست و با این رویکرد نیز موافق نیستم.

♦♦ **در زمینه فرآیند ناممکن صنعتی شدن کشور و توقف در خط صنعتی شدن چه نقطه نظرانی دارید و چه باید کرد؟**

همان‌طور که در سؤال اول اشاره کردم، اگر می‌خواهید کشور صنعتی شود در وهله‌ی

اول بایستی وزارت صمت استراتژی توسعه صنعتی داشته باشد؛ یعنی یک نقشه‌ای باشد که در آن مشخص شود کشور چگونه می‌تواند در این مسیر حرکت کند، چه نیازهایی دارد، در این مسیر چه موانعی وجود دارد و غیره. در واقع در تعریف استراتژی بایستی سیاست‌های پولی، بانکی تعریف شود. در موضوع توسعه صنعتی، صادرات و واردات بایستی سیاست «ترک تخاصم» لحاظ شود. در حال حاضر ما با همه دنیا، همسایگان، اسرائیل و آمریکا چالش داریم؛ بنابراین در چنین شرایطی توسعه صنعتی با تخاصم با دنیا پیش نمی‌رود. برای رشد صنعتی ناگزیریم که با دنیا دست دوستی دهیم. در جنگ ۱۲ روزه که در هفته‌های گذشته رخ داد، با وجود خسارت و لطماتی که به زیرساخت‌ها و منابع کشور وارد شده است، توسعه صنعتی ممکن نیست و باید سال‌ها تلاش کنیم که تمام آنچه در این جنگ با بمب و موشک از بین رفته، از نو بسازیم که این روش توسعه نیست بلکه یک عقب‌گرد است.

در سیاست‌های داخلی نیز بایستی دخالت دولت کم شود؛ در حال حاضر یک فعال اقتصادی برای انجام واردات به‌واسطه بانک مرکزی و مراحل دیگر اخذ مجوزها بیچاره می‌شود و این‌قدر کالا در گمرکات مانده که در مراحل اخذ مجوز واردات متوقف شده‌اند. راه‌حل این مشکل این است که بانک مرکزی اجازه دهد هر کدام از فعالان اقتصادی که می‌خواهند واردات انجام دهند، ارز موردنیاز را از صادرکننده گرفته و کالای خود را وارد کنند.

یکی از موانع موجود دیگر، چند نرخي بودن ارز است و دولت حاضر نمی‌شود ارز را تک‌نرخي کند، در حال حاضر در کشور ارز ۲۸ هزارتومانی، ۶۷ هزارتومانی ۸۰ هزارتومانی و چند نرخ دیگر داریم. از طرفی دیگر معطلی، ایجاد بروکراسی و وجود سیستم فشل دولتی در اقتصاد مانع از توسعه صنعتی شده است و فرآیند صنعتی شدن را بسیار سخت می‌کند و بایستی اساس آن را اصلاح نمود.



به اعتقاد من آینده سرمایه‌گذاری در کشور تاریک است. جایی که آرامش نیست، جایی که چشم‌انداز روشن نیست، برق و آب نیست، ارتباط بین‌المللی نیست، کسی سرمایه‌گذاری نمی‌کند. نیاز به تغییرات مهمی است. با وجود اینکه امسال به نام «سرمایه‌گذاری برای تولید» نام‌گذاری شده است، اما از نظر من سرمایه‌گذاری نخواهد شد و چه بسا بخشی از سرمایه‌گذاری‌های قبلی هم تعطیل شده و از کشور خارج شوند. گفته می‌شود «سرمایه همانند آهو است، بوی باروت که بشنود، فرار می‌کند».

♦♦ ارزیابی شما از سیاست‌های صنعتی کشور در حمایت از نوآوری چیست؟ در مورد مشارکت‌های دولتی – خصوصی در پیشبرد نوآوری چه توضیحاتی ارائه می‌نمایید؟

نوآوری موضوع بسیار مهمی است؛ در کشور ما بخشی از فعالیت‌ها در این حوزه، توسط صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری انجام می‌شود که بسیار کارهای خوبی هم انجام شده است، اما هنوز بنگاه‌های اقتصادی متقاعد نشده‌اند که به واحدهای تحقیق و توسعه نیاز دارند. البته بایستی بودجه‌ای که این صندوق در اختیار بنگاه‌های صنعتی دانش‌بنیان قرار می‌دهد، بیشتر شود. در حال حاضر این صندوق تا ۸ میلیارد تومان از بنگاه‌ها حمایت می‌کند که با وجود نیاز سرمایه در گردش بنگاه‌ها، این مبلغ جوابگو نیست. در مورد مابقی واحدهای متولی در حوزه نوآوری از جمله بانک‌ها، وزارتخانه‌ها، وزارت دارایی و صمت بنده فعالیت‌ی ندیده‌ام.

همچنین مشارکت‌ها باید تعریف شده و محدود باشند در شرایطی که نمی‌توان روی قول دولت حساب کرد، مشارکت دولتی و خصوصی معنی پیدا نمی‌کند. دولت قول داده که در تابستان امسال خاموشی نخواهیم داشت، اما از اردیبهشت، برق واحدهای شهرک صنعتی در تهران قطع می‌شود؛ بنابراین بنده به‌عنوان یک صنعتگر حاضر نیستم هیچ نوع مشارکتی به‌عنوان سرمایه‌گذاری مشترک با دولت انجام دهم و معتقدم بیشتر بخش‌های خصوصی نیز علاقه‌ای به چنین مشارکتی ندارند، چون اساساً راه ارتباطی بین دولت و بخش خصوصی بسته شده و دولت هم حاضر نیست هیچ‌کدام از اعضای بخش خصوصی با او وارد مشارکت و

همکاری شوند.

در حال حاضر تنها مشارکت، بین بخش خصوصی و بانک‌ها انجام می‌شود که در این مورد نیز واحدهای اقتصادی دنبال نرخ ویژه نیستند و با همان نرخ ۲۳ درصد راضی هستند و می‌توانند کار کنند و نوآوری نیز داشته باشند.

♦♦ آینده سرمایه‌گذاری صنعتی کشور را چگونه می‌بینید؟

به اعتقاد من آینده سرمایه‌گذاری در کشور تاریک است. جایی که آرامش نیست، جایی که چشم‌انداز روشن نیست، برق و آب نیست، ارتباط بین‌المللی نیست، کسی سرمایه‌گذاری نمی‌کند. نیاز به تغییرات مهمی است.

با وجود اینکه امسال به نام «سرمایه‌گذاری برای تولید» نام‌گذاری شده است، اما از نظر من سرمایه‌گذاری نخواهد شد و چه بسا بخشی از سرمایه‌گذاری‌های قبلی هم تعطیل شده و از کشور خارج شوند. گفته می‌شود «سرمایه همانند آهو است، بوی باروت که بشنود، فرار می‌کند».

با وجود وضعیتی که در کشور به دلیل جنگ رخ داده است، مردمی که در نگرانی به سر می‌برند و شاید به اندازه سابق انگیزه‌ای برای کار ندارند. دولت باید سیاست «ترک تخاصم» را دنبال کند و این موضوع را بپذیرد که سیاست او در مقابل همسایه‌ها و منطقه در چهل‌وچند سال اخیر نادرست بوده است و به جایی رسیده است که علاوه بر اسرائیل، همسایگان نیز در کنارمان نیستند. همان‌طور که مشاهده کردید لبنان فرودگاه خود را بست، سوریه حاضر نیست بدهی‌های خود را به دولت برگرداند، عراق و بقیه همسایگان

نیز به شکل‌های دیگر.

بنابراین به‌عنوان اولین قدم با اخذ سیاست ترک تخاصم در روابط بین‌المللی، رابطه اقتصادی شکل گرفته و آرامش به کشور برمی‌گردد و امکان توسعه صنعتی نیز مهیا خواهد شد. اینکه طالبان در افغانستان یا اسرائیل در غزه چه کاری انجام می‌دهند، به رشد و توسعه اقتصادی ما کمک نمی‌کند.

در قدم دوم نیز بایستی دخالت دولت در اقتصاد کم شود؛ برای مثال در حال حاضر بروکراسی عجیب‌وغریبی که در بانک مرکزی وجود دارد به مانع بزرگی در امروصادرات و واردات تبدیل شده است. دولت بایستی زیرساخت‌ها را احیا کند تا مادمی‌که زیرساختی مثل آب یا برق، جاده، وسایل حمل‌ونقل وجود نداشته یا فرسوده باشند امکان سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی ممکن نخواهد بود. خیلی از فعالان اقتصادی ما در مناطق صنعتی در امارات، ارمنستان و ترکیه سرمایه‌گذاری کرده‌اند، به این دلیل که در کشور ما روی هیچ‌کدام از سیستم‌های مالیاتی، تأمین آب و برق، گاز و غیره نمی‌توان حساب کرد؛ لذا سرمایه‌گذاری معنی پیدا نمی‌کند و قرارگیری در مسیر توسعه نیز اتفاق نمی‌افتد.

همچنین با توجه به جنگی که در کشور رخ داده است بهتر است فعالان اقتصادی با توجه به نوع فعالیت خود وضعیت موجود بنگاه را حفظ نموده و به دنبال توسعه نباشند. بنگاه‌داران سعی کنند که تا حد امکان بدهی به اشخاص را کم کرده و به‌جای آن روی بدهی به بانک‌ها تمرکز کنند، پرداخت‌های مربوط به کارکنان خود را به‌موقع انجام داده و دارایی‌های خود را حفظ کنند. **///**



| مقاله |

تضعیف پیشران صنعتی در اقتصاد ایران

بررسی متغیرهای کلان و رفتاری بخش صنعت



بررسی اولیه روند شاخص‌های مرتبط با صنعت از فروردین ۱۴۰۰ تا فروردین ۱۴۰۴، نشان می‌دهد، نه‌تنها روند عمومی سهم بخش صنعت از تولید ناخالص داخلی کشور (بدون احتساب معادن) نزولی بوده، بلکه رشد اقتصادی این بخش نیز علیرغم نوسانات جزئی، به‌طورکلی روند کاهشی داشته است. آنچه در نگاه نخست دریافت می‌شود، این است که کاهش سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی به معنای تضعیف نقش آن در اقتصاد ملی است که می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد.

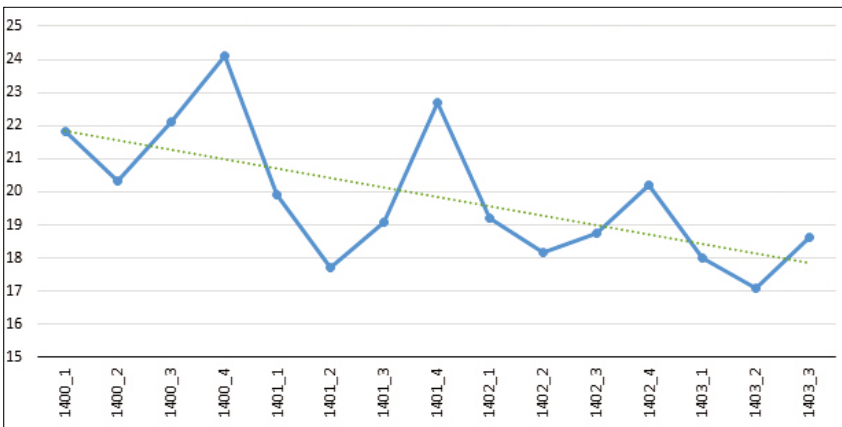


عاطفه قاسمیان

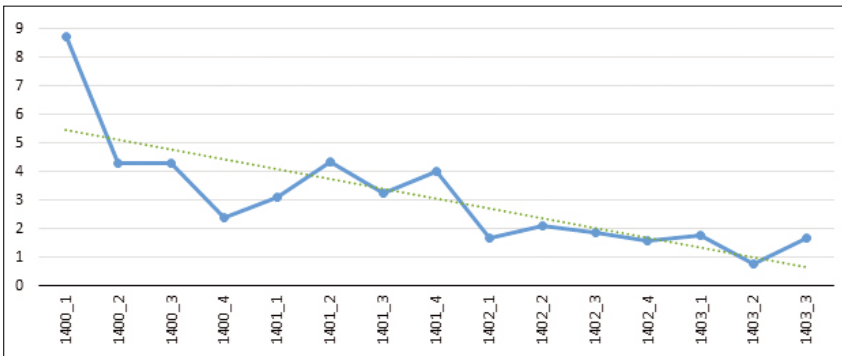
مدیر تحقیقات تجارت بین‌الملل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

/// بخش صنعت یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصاد ایران به شمار می‌رود که نقشی کلیدی در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه صادرات غیرنفتی ایفا می‌کند. بر اساس داده‌های بانک مرکزی، در برخی سال‌ها سهم این بخش در تولید ناخالص داخلی کشور به بیش از ۲۰ درصد رسیده است. این سهم اگرچه نسبت به برخی کشورهای صنعتی پایین‌تر است، اما همچنان ستون فقرات تولید ملی به‌حساب می‌آید. علاوه بر این، سهم بالای این بخش در صادرات کالاهای غیرنفتی بویژه در گروه‌های پتروشیمی، فلزات اساسی و مواد شیمیایی، جایگاه صنعت را در اقتصاد ایران برجسته می‌کند. از منظر اشتغال نیز بیش از ۳۳ درصد از جمعیت شاغل ده‌ساله و بیشتر در این بخش فعالیت دارند (آمار سال ۱۴۰۳). بنابراین، شناخت روندها و متغیرهای اثرگذار بر صنعت، از یک سو برای سیاست‌گذاری‌های

اقتصادی به‌منظور حفظ وضعیت موجود و از سوی دیگر برای برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای، ضروری است. بررسی اولیه روند شاخص‌های مرتبط با صنعت از فروردین ۱۴۰۰ تا فروردین ۱۴۰۴، نشان می‌دهد مطابق نمودارهای شماره (۱) و (۲)، نه‌تنها روند عمومی سهم بخش صنعت از تولید ناخالص داخلی کشور (بدون احتساب معادن) نزولی بوده، بلکه رشد اقتصادی این بخش نیز علیرغم نوسانات جزئی، به‌طورکلی روند کاهشی داشته است. آنچه در نگاه نخست دریافت می‌شود، این است که کاهش سهم این صنعت از تولید ناخالص داخلی به معنای تضعیف نقش آن در اقتصاد ملی است که می‌تواند دلایل متعددی مانند کاهش تقاضا، عدم سرمایه‌گذاری کافی یا مشکلات زیرساختی را به همراه داشته باشد، اما کاهش همزمان نرخ رشد این صنعت، تأییدی است



نمودار شماره (۱) سهم بخش صنعت از تولید ناخالص داخلی (درصد) از بهار ۱۴۰۰ تا پاییز ۱۴۰۳ (منبع داده‌ها: مرکز آمار ایران)



نمودار شماره (۲) رشد اقتصادی بخش صنعت (درصد) از بهار ۱۴۰۰ تا پاییز ۱۴۰۳ (منبع داده‌ها: مرکز آمار ایران)

بر اینکه نه‌تنها این صنعت از سهم خود در اقتصاد کشور عقب‌نشینی کرده، بلکه متغیرهای درون‌زای آن مانند بهره‌وری نیز دچار ضعف عملکردی شده‌اند.

ترکیب همزمان دو شاخص (کاهش سهم و کاهش رشد)، صرفاً نوسان مقطعی نیست و عموماً نشانه‌ای از تضعیف ساختاری صنعت به شمار می‌رود. اگر رشد پایین باشد ولی سهم حفظ شود، می‌توان گفت صنعت در رکود موقتی است، اما زمانی که هر دو کاهش پیدا کنند، نشانه‌ای از بحران یا نیاز به اصلاحات اساسی است. در چنین شرایطی، به نظر می‌رسد صنعت با چالش‌های جدی مواجه است که اگر به آن‌ها رسیدگی نشود، ممکن است به زوال تدریجی جایگاه آن در اقتصاد کشور منجر شود.

تبیین دقیق‌تر این وضعیت مستلزم بررسی متغیرهای ماهرانه و شاخص‌های رفتاری فعالان اقتصادی در این بخش است. از همین رو، بررسی شاخص‌هایی نظیر تولید و فروش شرکت‌های بورسی، شاخص مدیران خرید و اجزای سمت عرضه و تقاضا، می‌تواند چشم‌انداز روشن‌تری از وضعیت کنونی صنعت ارائه دهد و مبنای طراحی سیاست‌ها قرار گیرد.

شاخص تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بورسی^۱ در فروردین‌ماه سال جاری، برای چهارمین ماه پیاپی کاهش پیدا کرد. افت شاخص تولید این شرکت‌ها نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۴/۱ درصد و افت شاخص فروش آن‌ها ۳/۴ درصد بوده است، نمودار شماره (۳). اگرچه بخشی از کاهش فعالیت‌های بخش صنعت در این ماه را می‌توان ناشی از تعطیلات فروردین‌ماه دانست، اما دیگر شاخص‌های مرتبط از جمله شاخص مدیران خرید صنعت^۲ نیز مؤید محدودیت‌های ایجاد شده در تأمین مواد اولیه صنعت (سمت عرضه) و سطح پایین سفارشات مصرف‌کننده (سمت تقاضا) است؛ به‌طوری‌که این شاخص پس از تعدیل فصلی و حذف اثرات تعطیلات فروردین‌ماه، باز هم در محدوده مرزی ۵۰ قرار داشته است.

نتایج عمومی بررسی شاخص‌های فوق حاکی



ترکیب همزمان دو شاخص (کاهش سهم و کاهش رشد)، صرفاً نوسان مقطعی نیست و عموماً نشانه‌ای از تضعیف ساختاری صنعت به شمار می‌رود. اگر رشد پایین باشد ولی سهم حفظ شود، می‌توان گفت صنعت در رکود موقتی است، اما زمانی که هر دو کاهش پیدا کنند، نشانه‌ای از بحران یا نیاز به اصلاحات اساسی است. در چنین شرایطی، به نظر می‌رسد صنعت با چالش‌های جدی مواجه است که اگر به آن‌ها رسیدگی نشود، ممکن است به زوال تدریجی جایگاه آن در اقتصاد کشور منجر شود.

از محدودیت‌های سمت عرضه و تقاضای بخش صنعت است. از سمت عرضه، عواملی مانند افزایش قیمت خرید مواد اولیه، قطعی مکرر برق، کمبود مواد اولیه وارداتی به دلیل مشکلات ارزی و مشکلات مربوط به تأمین سرمایه در گردش، تولید صنعتی را با چالش‌هایی روبه‌رو کرده است. از سمت تقاضا نیز وضعیت هر دو شاخص نشان از کاهش میزان سفارشات و سطح تقاضای داخلی دارد.

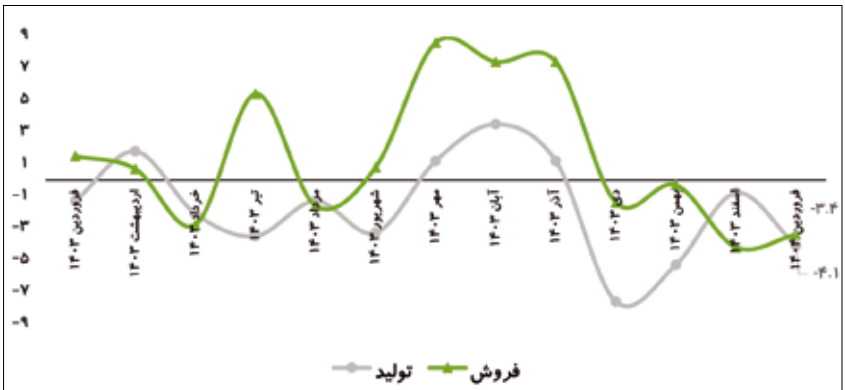
با توجه به کاهش تقاضای مشتریان صنایع، در چنین شرایطی، چنانچه سیاست تحریک تقاضا اعمال شود (مانند اعطای تسهیلات به‌منظور تقویت توان خرید مصرف‌کننده)، سبب حرکت منحنی تقاضا به سمت راست می‌شود که علاوه بر افزایش سطح تولید، سبب افزایش سطح قیمت‌ها نیز می‌گردد و منجر به تورم خواهد شد. علاوه بر این، در بلندمدت هزینه‌های تولید نیز به سبب تورم افزایش خواهد یافت و با یک تأخیر زمانی عرضه نیز در معرض کاهش قرار خواهد گرفت.

از طرف دیگر، چنانچه سیاست‌گذار در این شرایط از سیاست‌های تحریک عرضه از جمله تأمین مالی صنایع برای تقویت تولید صنعتی استفاده کند، منحنی عرضه به سمت راست حرکت خواهد کرد و ضمن افزایش سطح تولید، قیمت‌ها نیز کاهش می‌یابد، اما نکته مهم این است که در این شرایط عموماً یا به دلیل چسبندگی قیمت‌ها، کاهش قیمت اتفاق نمی‌افتد و یا اینکه به دلیل قدرت خرید پایین مصرف‌کننده، بنگاه تولیدی نمی‌تواند محصولات خود را به فروش برساند و موجودی انبار افزایش می‌یابد.

با این توضیحات، به نظر می‌رسد، سیاست بهینه ترکیب همزمان دو سیاست فوق است؛ ابتدا تحریک عرضه و سپس تحریک تقاضا

می‌تواند منحنی عرضه و تقاضا را به سمت راست جابه‌جا کند و افزایش تولید بدون تغییر قیمت‌ها را هم به دنبال داشته باشد. به این ترتیب، تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و تخصیص تسهیلات بانکی متناسب با سهم هر یک از آن‌ها در ارزش افزوده صنعت و رفع چالش‌های سمت عرضه برای تأمین مواد اولیه و انرژی به همراه تقویت توان خرید مصرف‌کننده می‌تواند شاخص تولید صنایع را افزایش دهد. در عین حال، اصلاحات ساختاری و حرکت به سمت سیاست‌های

توسعه صنعتی در کشور، از جمله بهبود محیط کسب‌وکار، کاهش ناطمینانی‌های اقتصادی، ثبات در سیاست‌های تجاری و ارزی و تقویت نظام مالی و بانکی برای حمایت بلندمدت از تولید، پیش‌نیازهای ضروری برای پایداری رشد در بخش صنعت محسوب می‌شوند. تنها در سایه ترکیب اقدامات کوتاه‌مدت (نظیر تحریک هم‌زمان عرضه و تقاضا) با راهبردهای بلندمدت توسعه صنعتی است که می‌توان انتظار داشت صنعت مجدداً نقش پیشران خود را در اقتصاد ملی به دست آورد. **///**



نمودار شماره (۳) رشد شاخص تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل (درصد) (منبع داده‌ها: مرکز پژوهش‌های مجلس)

۱. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به‌صورت ماهیانه شاخص تولید، فروش و قیمت شرکت‌های بورسی را محاسبه می‌کند. ۲. طرح شاخص مدیران خرید بخش صنعت بر مبنای اطلاعات حاصل از نظرسنجی از فعالان و بنگاه‌های اقتصادی توسط مرکز پژوهش‌های اتاق ایران منتشر می‌شود.

ارتقای تاب‌آوری و توسعه کسب‌وکارها در شرایط نامساعد



تاب‌آوری سازمانی به معنای «توانایی مقاومت در برابر اختلالات، جذب و بازیابی از بحران و سازگاری موفق با شرایط متغیر» است. این مفهوم اکنون به شاخصی کلیدی برای سنجش توان بنگاه‌ها در حفظ عملکرد، ساختار و هویت سازمانی در شرایط پرتلاطم بدل شده است.



محمد رضا رشیدی

مدیر خدمات کسب‌وکار اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

۱- پیش‌گفتار

اقتصاد جهانی پس از تجربه مجموعه‌ای از شوک‌های بزرگ در سال‌های اخیر از جمله پاندمی کرونا، جنگ روسیه و اوکراین و افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی، به‌تدریج روند بهبود و بازسازی خود را آغاز کرده است. در شرایطی که جامعه بین‌المللی در حال بازنگری و اصلاح سیاست‌های خود برای مواجهه با پیامدهای کوتاه‌مدت این بحران‌هاست، ضروری است دولت‌ها با نگاهی بلندمدت‌تر، زمینه مقابله مؤثر با چالش‌های پیش‌رو را نیز فراهم کنند.

در این میان، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۱ و کارآفرینان در خط مقدم این تحولات قرار دارند. براساس گزارش ۲۰۲۳ سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۲، این بنگاه‌ها طی بحران‌های اخیر با فشارهای متعددی مواجه بوده‌اند؛ از افزایش نرخ ورشکستگی و کاهش تأسیس بنگاه‌های جدید تا افزایش هزینه‌های تأمین، کمبود نیروی کار متخصص و اختلال در زنجیره‌های جهانی عرضه. در برخی کشورها، نرخ خروج بنگاه‌ها از بازار به‌طور محسوسی افزایش یافته است، درحالی‌که بنگاه‌های فعال در زنجیره‌های ارزش جهانی عملکرد بهتری از نظر بهره‌وری، درآمد و دسترسی به بازارهای متنوع‌تر داشته‌اند.

با وجود اجرای سیاست‌های حمایتی گسترده از بنگاه‌های کوچک و متوسط در برخی کشورها، اکنون ضرورت دارد مسیر توانمندسازی این بنگاه‌ها از رویکردهای حمایتی کوتاه‌مدت، به سمت تقویت زیرساخت‌های تاب‌آوری و رقابت‌پذیری بلندمدت سوق پیدا کند. در همین راستا، مفهوم تاب‌آوری سازمانی نیز طی سال‌های اخیر از حاشیه به متن سیاست‌گذاری اقتصادی و مدیریتی منتقل شده است. بر اساس تعریف ارائه‌شده در توصیه‌نامه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، تاب‌آوری سازمانی به معنای «توانایی مقاومت در برابر اختلالات، جذب و بازیابی از بحران و سازگاری موفق با شرایط متغیر» است. این مفهوم که

در ابتدا عمدتاً در حوزه فناوری اطلاعات مطرح بود، اکنون به شاخصی کلیدی برای سنجش توان بنگاه‌ها در حفظ عملکرد، ساختار و هویت سازمانی در شرایط پرتلاطم بدل شده و بویژه در مواجهه با الزامات نوین پایداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و چارچوب‌های مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی^۳ از اهمیت مضاعفی برخوردار شده است. از این رو سیاست‌گذاران باید تمرکز خود را بر فراهم‌سازی بسترهای ساختاری برای رشد و سازگاری این بنگاه‌ها با تحولات آینده معطوف دارند؛ بویژه در مواجهه با دگرگونی‌های ناشی از گذارهای دیجیتال و زیست‌محیطی. در این مسیر، شبکه‌سازی به‌عنوان یکی از ابزارهای راهبردی توانمندسازی بنگاه‌های کوچک و متوسط شناخته می‌شود. این شبکه‌ها نه تنها مسیر دسترسی به منابع کلیدی همچون فناوری، سرمایه انسانی، داده و بازار را تسهیل می‌کنند، بلکه زمینه‌ساز همکاری‌های تخصصی، انتقال دانش و استفاده از مزایای فعالیت در مقیاس بزرگ‌تر نیز هستند. بنگاه‌هایی که بتوانند به‌درستی در چنین شبکه‌هایی ادغام شوند، از ظرفیت بالاتری برای تاب‌آوری، نوآوری و توسعه پایدار برخوردار خواهند بود.

با این حال، بخش قابل‌توجهی از بنگاه‌های کوچک و متوسط هنوز امکان حضور مؤثر در این شبکه‌ها را ندارند؛ مسئله‌ای که به تداوم شکاف در بهره‌وری، محدودیت دسترسی به بازارهای جدید و ضعف در نوآوری منجر شده است. ازاین‌رو، عبور موفق از بحران‌های آینده مستلزم بازطراحی سیاست‌ها در سه محور کلیدی زیر است:

- حمایت هدفمند از ادغام بنگاه‌های کوچک و متوسط در زنجیره‌های تولید، دانش و نوآوری،
- تسهیل دسترسی به منابع مالی، فناوری‌های دیجیتال و مهارت‌های مدیریتی و تخصصی،
- بهره‌برداری نظام‌مند از ظرفیت شبکه‌های محلی و بین‌المللی برای انتقال مؤثر دانش و خلق مزیت‌های مقیاسی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط.

۲- تحولات کلان و روندهای جهانی بنگاه‌های کوچک و متوسط

اقتصاد جهانی در سال‌های اخیر، شاهد مجموعه‌ای از شوک‌های پرشدت و پی‌درپی بوده است که تأثیرات چشمگیری بر پویایی بنگاه‌های کوچک و متوسط و چشم‌انداز کارآفرینی گذاشته‌اند. اگرچه حمایت‌های سریع و گسترده دولت‌ها در دوران همه‌گیری کرونا از شدت آسیب‌ها به بنگاه‌های کوچک کاست، اما با آغاز جنگ اوکراین، موج جدیدی از نااطمینانی‌ها و فشارهای اقتصادی پدید آمد. افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی، تورم بالا، سیاست‌های انقباضی، فشار بر نظام مالی، کمبود نیروی کار و کاهش یکپارچگی زنجیره‌های ارزش جهانی، همگی فضای فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط را دشوارتر کرده‌اند.

در این شرایط، نرخ بهره بالا، بازپرداخت بدهی را برای بنگاه‌های کوچک پرهزینه‌تر کرده

و فشار مضاعفی بر پایداری آن‌ها وارد کرده است. درحالی‌که دیجیتالی‌شدن در سال‌های اخیر به ابزاری مهم برای عبور از بحران بدل شد، اما بخش قابل‌توجهی از بنگاه‌ها همچنان فاقد مهارت‌ها و زیرساخت‌های لازم برای بهره‌گیری کامل از این گذار هستند و همین، خطر تعمیق شکاف دیجیتال را افزایش می‌دهد.

در چنین بستری، بررسی دقیق روندهای جهانی در پویایی بنگاه‌ها اهمیت‌ی مضاعف یافته است. نمودار شماره (۱) نشان‌دهنده تغییرات نرخ ورود و خروج بنگاه‌ها طی سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ در مجموعه‌ای از کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۰، هم‌زمان با اوج‌گیری بحران کرونا، نرخ ورود بنگاه‌ها با سقوطی بی‌سابقه مواجه شد، اما در ادامه با یک جهش سریع در سال ۲۰۲۱ مواجه شد که



بخشی از آن، اثر جبرانی افت شدید سال قبل بود. در همان حال، نرخ خروج بنگاه‌ها که در ابتدای بحران تقریباً ثابت مانده بود، از سال ۲۰۲۱ به‌تدریج افزایش یافت و در پایان سال ۲۰۲۲ از نرخ ورود پیشی گرفت. این واگرایی، بازتابی از حذف تدریجی بسته‌های حمایتی، فشارهای مالی و ناتوانی بخشی از بنگاه‌ها در سازگاری با روندهای جدید اقتصادی است. تحلیل سازمان همکاری و توسعه اقتصادی از این روندها نشان می‌دهد که اگرچه در بسیاری از کشورها نرخ ورود بنگاه‌ها پس از کرونا به سطح پیشین بازگشت، اما بازیابی یکدست نبود و شدت آن در کشورهای مختلف، متفاوت بود. همچنین، خروج بنگاه‌ها در کشورهایی مانند ایالات متحده عمدتاً ناشی از ریزش بنگاه‌های بسیار کوچک بوده است. *** ورود بنگاه‌ها:** میانگین نرخ ورود در کشورهای استرالیا، بلژیک، کانادا، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان،

سایرین با افت بهره‌وری، محدودیت بازار یا حتی خروج از چرخه فعالیت مواجه شدند. در چنین شرایطی، بازطراحی سیاست‌ها در جهت حمایت هدفمند و تقویت ساختارهای درونی بنگاه‌های کوچک و متوسط ضرورتی انکارناپذیر است. توصیه‌های زیر، مجموعه‌ای از اقدامات اولویت‌دار هستند که می‌توانند به ارتقای تاب‌آوری بنگاه‌ها در برابر شوک‌های اقتصادی، فناوریانه و زیست‌محیطی منجر شوند.

۱ حمایت ساختاری از ادغام بنگاه‌های کوچک و متوسط در زنجیره‌های ارزش تولید، دانش و صادرات:

بنگاه‌هایی که به زنجیره‌های منطقه‌ای و جهانی تولید متصل‌اند، از مزایای متعددی همچون دسترسی به بازارهای متنوع، جریان دانش و استانداردهای کیفیت بهره‌مند می‌شوند. سیاست‌گذاران می‌توانند از طریق ابزارهایی نظیر مشوق‌های صادراتی، ایجاد خوشه‌های صنعتی، تسهیل تأمین مالی زنجیره‌ای و ایجاد شبکه‌های همکاری فناوریانه، بنگاه‌های کوچک و متوسط را در مسیر ادغام مؤثر در زنجیره‌های ارزش قرار دهند.

۲ توانمندسازی دیجیتال از طریق مشاوره هدفمند، آموزش تخصصی و زیرساخت‌های اشتراکی:

با توجه به شکاف فناوریانه قابل‌توجه میان بنگاه‌های کوچک و بزرگ، حمایت از تحول دیجیتال بنگاه‌های کوچک و متوسط باید فراتر از ارائه وام یا تجهیزات باشد. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که برنامه‌های مشاوره فناوریانه رایگان، آموزش‌های هدفمند در حوزه فناوری اطلاعات و پلتفرم‌های زیرساخت دیجیتال اشتراکی (مانند نرم‌افزار ارتباط با مشتریان یا رایانش ابری) از مؤثرترین ابزارها در این مسیر هستند. این حمایت‌ها باید برای بنگاه‌های کوچک، قابل‌دسترس، کم‌هزینه و سفارشی‌سازی‌شده باشند.

۳ تسهیل دسترسی به منابع انسانی ماهر از طریق سیاست‌های مهارت‌محور و میانجیگری بازار کار:

یکی از موانع جدی تاب‌آوری بنگاه‌های کوچک و متوسط، کمبود نیروی انسانی متخصص در حوزه‌هایی مانند فناوری اطلاعات، مدیریت مالی و صادرات است. دولت‌ها می‌توانند از طریق برنامه‌هایی نظیر مشوق‌های جذب فارغ‌التحصیلان، ایجاد پلتفرم‌های تطبیق مهارت و نیاز بنگاه و طراحی برنامه‌های آموزش در حین کار، به رفع این شکاف کمک کنند. همکاری با نهادهای آموزشی محلی، فنی و حرفه‌ای و بخش خصوصی در این مسیر ضروری است.



۴ توسعه سازوکارهای شبکه‌سازی محلی و بین‌المللی برای انتقال تجربه و خلق مزیت‌های مقیاسی:

شبکه‌سازی، عاملی کلیدی در کاهش هزینه‌های ثابت، ارتقای دانش و تسهیل دسترسی به بازار است. دولت‌ها و نهادهای توسعه‌ای باید زیرساخت‌هایی برای شبکه‌سازی عمودی (SME-شرکت بزرگ)، افقی (بین SMEها) و فرامرزی فراهم آورند. ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال همکاری، کنسرسیوم‌های صادراتی و نمایشگاه‌های تخصصی منطقه‌ای می‌تواند این هدف را محقق کند.

۵ تقویت سازگاری نهادی بنگاه‌ها با الزامات پایداری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ریسک‌های محیطی:

با افزایش اهمیت مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی (ESG)، تاب‌آوری بنگاه‌ها به توان انطباق با این الزامات گره خورده است. بنگاه‌های کوچک و متوسط برای انطباق با مقررات جدید، نیازمند ابزارهای سنجش، آموزش‌های محیط زیستی و مشاوره حقوقی عملیاتی هستند. نهادهای سیاست‌گذار می‌توانند با ایجاد مراکز تسهیل‌گر، ارائه ابزارهای ارزیابی ساده‌شده و تدوین راهنماهای تطبیقی، این مسیر را برای بنگاه‌های کوچک و متوسط قابل عبور کنند.

تاب‌آوری بنگاه‌های کوچک و متوسط، بیش از آن‌که حاصل مداخلات مقطعی باشد، در گرو توانمندسازی ساختاری، دسترسی به دانش و بازار و برخورداری از نظام حمایتی پایدار و هوشمند است. راهبردهایی که در این بخش ارائه شد، حاصل جمع‌بندی تجربه و تحلیل جهانی است و می‌تواند پایه‌ای برای طراحی سیاست‌های بومی با اثربخشی بلندمدت فراهم آورد. **///**

منابع

• OECD (2023), OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023, OECD Publishing, Paris.

| مقاله |

چرا ما ساختارمند عقب می‌مانیم؟



علاوه بر محدودیت‌های فیزیکی و تحریم‌های طولانی، اما به لحاظ ساختار فرهنگی- مدیریتی حاکم بر فضای مدیریت بنگاه‌ها و شرکت‌های اقتصادی (اعم از دولتی و بخش خصوصی)، و فقدان نگرش علمی و همه‌جانبه در ارتباط با پیوند بین زمان حال و آینده، اغلب ساختارهای مدیریتی بنگاه‌های اقتصادی دچار مشکل بوده و به‌شدت تلاش دارند که ما به‌طور ساختارمند و حتی بعضاً با ظاهر موفقیت‌آمیز عقب بمانیم.



دکتر جعفر رودری

اقتصاددان و رییس سابق سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان





یکی از بزرگ‌ترین و پیچیده‌ترین چالش‌های امروز مدیریتی در شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، انتخاب تخصیص منابع بین حال و آینده است. انتخاب بین حال و آینده به چه مفهوم است؟ برای پاسخ به این سؤال بد نیست مروری بر تاریخ و روند تحولات تکنولوژیکی و فناوری داشته باشیم. تغییرات سریع تکنولوژی و فناوری در دنیای امروز چنان شتابان است که با ورود هوش مصنوعی حتی برخی از پیش‌بینی‌های بشر بسیار زودتر از آنچه تصور می‌کرد، در حال تحقق هستند.

بر اساس برخی مطالب علمی تخمین زده می‌شود در سال‌های قبل از ۱۹۰۰ حدود ۱۰۰ سال زمان می‌برد تا دانش در اختیار و در دسترس بشر دو برابر شود. در سال‌های ۱۹۴۵ این عدد به میزان زیادی کاهش پیدا کرد و به حدود ۲۵ سال رسید. امروز برآورد می‌شود، هر ۱۳ ماه میزان دانش بشری (Knowledge) دو برابر می‌شود و به‌زودی این عدد به زیر یک شبانه‌روز یعنی حدود ۱۲ ساعت کاهش می‌یابد. با پیشرفت هوش مصنوعی و به‌کارگیری تراشه‌های پیشرفته در مغز انسان پیش‌بینی تحولات آتی و اینکه در آینده‌ای نزدیک واقعاً با چه گونه انسانی سروکار داریم، کاری بسیار دشوار و پیچیده است.

نگرش علمی و همه‌جانبه در ارتباط با پیوند بین زمان حال و آینده، اغلب ساختارهای مدیریتی بنگاه‌های اقتصادی دچار مشکل بوده و به‌شدت تلاش دارند که ما به‌طور ساختارمند و حتی بعضاً با ظاهر موفقیت‌آمیز عقب بمانیم.

تعادل بین حال و آینده و یا امروز و فردا چیست و چرا این‌قدر محل مناقشه است؟ هر بنگاه اقتصادی که به ارائه خدمات یا تولید محصول می‌پردازد، همواره به لحاظ مدیریتی با این مسئله مواجه است که چقدر از منابع در اختیار خود را صرف بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و امکانات موجود (امروز) و چه میزان را صرف نوآوری و فناوری و اکتشاف برای حضور و بقا در این مسابقه سخت و رقابت در آن (فردا) نماید؟

چالش تعادل بین دو موضوع فوق بعضاً به‌عنوان پارادوکس نوآوری نیز مطرح می‌شود. پارادوکس ازاین‌جهت که اگر یک بنگاهی همه منابع خود را صرف بهره‌برداری امروز نماید، به عبارت ساده اگر یک بنگاه اقتصادی ۱۰۰ درصد منابع و توجه خود را صرف بهره‌برداری بیشتر از ظرفیت‌های موجود نماید، حتی درصورتی‌که رشد اقتصادی بالایی هم ایجاد نماید و حتی بهره‌وری نیز ارتقا یابد، اما اگر با نگاه آینده‌نگرانه نباشد و در دنیای پرقاب‌ت امروز که بیان گردید شتاب تغییرات فناوری به‌گونه‌ای است که بر اساس نظریه «انهدام خلاق» شومپیتر، بنگاه‌های با فناوری بالاتر و جدید با ورود به بازار و صنعت موردنظر، باعث می‌شوند که بنگاه‌های با فناوری‌های قبل چنانچه خود را با این تغییرات همراه نمایند از دور رقابت حذف شوند.

به‌عبارت‌دیگر سرعت تغییرات فناورانه در دنیا موجب گردیده است تا نوآوری و فناوری به‌عنوان عامل مهم و اثرگذار در موفقیت و شکست کسب‌وکارها محسوب گردد؛ به‌گونه‌ای که شرکت‌های بزرگ و جالافتاده با ورود بازیگران جدید و رسیدن حتی استارت‌آپ‌هایی نوپا به مدل کسب‌وکارهای



بعد از تولید اولین خودروی موسسه فورد در آمریکا، تقریباً حدود ۵۰ سال (نیم‌قرن) طول کشید تا اولین خط تولید خودرو در ایران به وجود آید؛ اما پس از شکل‌گیری اوبر (سیستم حمل‌ونقل آنلاین مسافر) حدود پنج سال طول کشید (در سال ۱۳۹۲) تا اولین پلتفرم حمل‌ونقل مسافری آنلاین (اسنپ) شکل گرفت و این روند امروزه کاملاً به سمتی در حال حرکت است که در فاصله زمانی کوتاه از تولد یک فناوری، می‌توانیم شاهد انتشار و ورود آن به سراسر جهان باشیم.

مقیاس‌پذیر در معرض خطر جدی قرار دارند. در چنین شرایطی پدیده‌ای است که توجه به نوآوری و سازوکارهای معتبر آن امری اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. درعین‌حال نکته کلیدی در استفاده از این سیستم‌های نوآوری و فناوری در شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، تعادل میان گره زدن بهره‌برداری اقتصادی و اکتشاف و نوآوری است تا ضمن حفظ مزایای موجود بقا و تداوم در حال حاضر نسبت به نوآوری‌های برافکن نیز بتوانند عکس‌العمل مناسب ارائه نمایند.

دوسوتوانی؛ توانایی هم‌زمان نوآوری و کارایی عملیاتی

بر اساس دغدغه‌های فوق، مباحثی مثل پرتفوی نوآوری شکل می‌گیرد و نظریاتی نیز برای پیاده‌سازی آن‌ها در بنگاه‌های اقتصادی نیز بیان می‌شود. بر همین اساس نیز یکی از واژه‌هایی که مدت‌زمان زیادی از ورود آن به دیدگاه‌ها و نظریات مدیریتی بنگاه‌ها نمی‌گذرد تحت عنوان «دوسوتوانی» مطرح می‌شود.

در ارتباط با پارادوکس نوآوری، واژه دوسوتوانی می‌تواند به‌منزله ایجاد سازمان‌ها و بنگاه‌هایی باشد که عملاً در هر دو سوی هم توجه به وضع موجود (امروز) و هم نگاه به تحولات آینده و در نظر داشتن نوآوری‌های برافکن (فردا) شرکت‌ها را مدیریت نمود. بر همین اساس و بر مبنای الگوهای تجربی یکی از پیشنهادهایی که در گزارش مکنزی در خصوص کل صنعت بیان گردیده است (شکل شماره ۱)، تأکید بر رعایت الگوی کلی زیر می‌تواند مفید باشد:

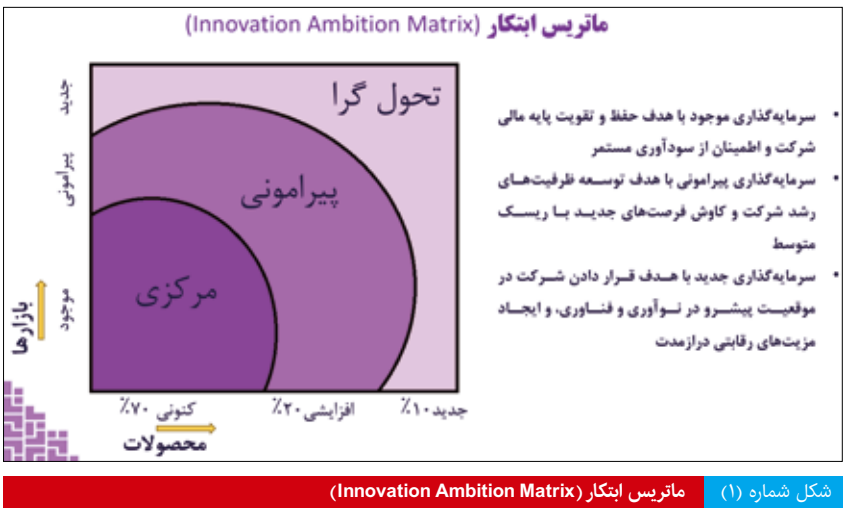
– **سطح اول:** اختصاص حدود ۷۰ درصد منابع سرمایه‌گذاری جدید به بهبود سرمایه‌گذاری‌های موجود با هدف حفظ و تقویت پایه مالی شرکت و اطمینان از سودآوری مستمر،
– **سطح دوم:** اختصاص حدود ۲۰ درصد از سرمایه‌گذاری‌های جدید و منابع به سرمایه‌گذاری‌های پیرامونی با هدف توسعه ظرفیت‌های رشد شرکت و کاوش فرصت‌های جدید از تکمیل زنجیره ارزش،
– **سطح سوم:** اختصاص ۱۰ درصد سرمایه‌گذاری‌ها به سرمایه‌گذاری‌هایی با هدف قرار گرفتن شرکت در موفقیت پیشرو در نوآوری و فناوری و ایجاد مزیت‌های رقابتی بلندمدت.

تحلیل شرایط بنگاه‌های اقتصادی استان و کشور

هدف از بیان مباحث نظری فوق که به‌عنوان آخرین مطالعات در حوزه راهبری شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی مطرح می‌شوند،

به‌طور عمده تحلیل شرایط بسیار قابل‌تأمل بنگاه‌های اقتصادی استان و کشور است. متأسفانه در طول دو دهه گذشته و بویژه پس از تشدید تحریم‌های تحمیلی به اقتصاد کشور از یکسو و از طرف دیگر نگاه حمایتی دولت در کنترل اوضاع معیشتی مردم و جلوگیری از پیامدهای نامطلوب اجتماعی، ساختارهای رقابتی به‌شدت تحلیل رفته است؛ به‌گونه‌ای که تکنولوژی و فناوری موجود صنایع در بسیاری از بنگاه‌های بزرگ اقتصادی به‌روز نگردیده و بعضاً با فاصله زیاد بین نسلی با فناوری‌های روز دنیا مواجه می‌باشند.

این در حالی است که از طرف دولت سوبسیدهای کلانی در حوزه انرژی ارائه می‌گردد و درعین‌حال برخی از صنایع مانند تولید خودرو علی‌رغم چند برابری سطح قیمت‌های داخلی نسبت به رقبای خارجی و برخورداری از برخی کمک‌های دولتی و سوبسیدها باز هم ادعای زیان‌ده بودن دارند و همواره چالش‌های جدی را برای دولت





متأسفانه در طول دو دهه گذشته و بویژه پس از تشدید تحریم‌های تحمیلی به اقتصاد کشور از یکسو و از طرف دیگر نگاه حمایتی دولت در کنترل اوضاع معیشتی مردم و جلوگیری از پیامدهای نامطلوب اجتماعی، ساختارهای رقابتی به شدت تحلیل رفته است؛ به گونه‌ای که تکنولوژی و فناوری موجود صنایع در بسیاری از بنگاه‌های بزرگ اقتصادی به روز نگردیده و بعضاً با فاصله زیاد بین نسلی با فناوری‌های روز دنیا مواجه می‌باشند.

ایجاد می‌نمایند.

بر اساس تقسیم‌بندی و سطوح مختلف پرتفوی فناوری که بیان گردید، عملاً صنایع و بنگاه‌های اقتصادی چه در استان کرمان و چه در کل کشور حتی در سطح اول که بیان گردید، ضمانت حفظ تقویت پایه مالی و اطمینان از سودآوری را نیز مخدوش نموده است و عملاً در سطوح دوم و سوم که به لحاظ توسعه‌یافتگی کشورها و حضور در کلاس‌های جهانی صنایع حائز اهمیت بالا است، عملاً حرفی برای گفتن نداریم.

این محدودیت و فقدان برنامه‌ریزی لازم در این زمینه، علاوه بر چالش‌های بزرگی مثل تحریم خارجی و تحمیل پیامدهای آن بر بدنه اقتصاد کشور با یک چالش بزرگ‌تری هم در حوزه سیاست‌گذاری داخلی مواجه است که به زاویه نگاه، افق دید و نگاه چندبعدی به مسئله مدیریت بنگاه‌ها مربوط می‌شود. به بیانی ساده‌تر امروزه در حوزه بنگاه‌های بزرگ دولتی و خصولتی به‌وضوح دیده می‌شود که عدم ثبات مدیریتی و فقدان



بنگاه‌های استراتژیک مشهود است. بخشی از این موضوع ممکن است به نوع نگاه مدیران واحدهای مذکور برگردد، اما بخش عمده‌ای مولود ساختار حاکم بر مدل حکمرانی این حوزه است که آگاهانه و ناآگاهانه و تحت‌فشارهای رسانه‌ای و غیره تمرکز و زاویه دید بنگاه‌ها را به سمت افزایش عملکرد (امروز) می‌برد. در این نگاه آنچه به‌عنوان شاخص‌های ارزیابی عملکرد تلقی می‌شود، در بهترین حالت متمرکز بر بهره‌برداری از وضع موجود است نه ظرفیت‌سازی برای آینده. عملاً جمله معروف کینز اقتصاددان بزرگ در مقابل کلاسیک‌ها «در بلندمدت همه مرده‌اند» افق نگاه برنامه‌ریزی اغلب مدیران در این حوزه‌ها، بر اساس الگوی تجربی برگرفته از ساختار حکمرانی این بخش، محدود به کوتاه‌مدت‌هاست. در بخش خصوصی و SMEها نیز بعضاً عدم توجه و عدم آگاهی از این موضوع چه‌بسا در تحولات سریع تکنولوژی خطر حذف شدن از بازار فعالیت آن‌ها را بالا می‌برد.



در فصل «برگ و بار» به بررسی روندها، چالش‌ها، نوآوری‌ها و فرصت‌های اقتصادی بخش **کشاورزی** پرداخته می‌شود؛ روایتی از زمین تا بازار، از آب تا ارزش‌افزوده و از مزرعه تا توسعه پایدار.

برگ و بار



جمع‌بندی

صنعت کرمان و (کشور) در شرایطی قرار دارد که ادامه دادن در مسیر سنتی و بی‌توجهی به تحولات فناورانه و الزامات آینده‌نگر نه تنها موجب عقب‌ماندگی بنگاه‌ها از رقابت جهانی خواهد شد، بلکه حتی بقای بسیاری از آن‌ها را در بازار داخلی نیز با تهدید جدی مواجه می‌کند.

بررسی این ساختار نشان می‌دهد بسیاری از بنگاه‌ها دچار نوعی تک‌بعدنگری عملیاتی شده‌اند که صرفاً بر مسائل روزمره و کوتاه‌مدت تمرکز دارد، این موضوع سرمایه‌گذاری در نوآوری و تحقیق و توسعه (R&D)، توانمندسازی منابع انسانی برای مواجهه با فناوری نوین را به حاشیه رانده است.

در دنیای امروز صرفاً بهره‌ور بودن کافی نیست، بنگاهی که نتواند آینده را پیش‌بینی کند و خود را با آن تطبیق ندهد و حتی بر موج آن سوار نشود، محکوم به فنا است. لازمه پایداری در چنین شرایطی برخورداری از دو توان همزمان (دو سو توانی)، بهره‌برداری از فرصت‌های امروز و توان خلق فردای متفاوت است. **III**

چالش با ادعاها

درخصوص پایین بودن ضریب نفوذ دانش در بخش کشاورزی



آیا پایین بودن ضریب نفوذ دانش نشان‌دهنده کم‌کاری نهادهای تحقیقاتی یا بی‌دانشی کشاورزان است؟ آیا مشکل از کمبود و ناکارآمدی شرکت‌های دانش‌بنیان بخش کشاورزی می‌باشد یا اینکه نظام دانش و اطلاعات کشاورزی معیوب است؟



دکتر شهره سلطانی خانکهدانی

عضو هیئت علمی موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، مشاور رییس موسسه^۱



/// مقدمه

معرفی مفهوم «ضریب نفوذ دانش در بخش کشاورزی» و ارائه تخمین‌هایی در این خصوص در حدود یک دهه است که بدون پشتوانه علمی رواج پیدا کرده است. در سال‌های اخیر در سرفصل اخبار عبارت «ضریب نفوذ دانش در بخش کشاورزی پایین است»، مطرح می‌شود و در برخی از موارد، اعداد متفاوتی بین ۲/۵ تا ۶ درصد برای آن مطرح می‌شود. تصویر روبه‌رو که نتیجه جستجوی ساده در گوگل است، مخاطب را با سوالات زیادی مواجه می‌سازد. آیا جمله «ضریب نفوذ دانش زیر ۵ درصد است»، نشان می‌دهد

به‌طور متوسط کمتر از ۵ درصد از فعالیتهای بخش کشاورزی با استفاده از دانش انجام می‌شود و بقیه کارها بدون استفاده از دانش انجام می‌شود؟! برداشت بهره‌برداران مختلف بخش کشاورزی اعم از محققان، برنامه ریزان، سیاست‌گذاران و از همه مهم‌تر، کشاورزان از این موضوع چیست؟ آیا پایین بودن ضریب نفوذ دانش نشان‌دهنده کم‌کاری نهادهای تحقیقاتی یا بی‌دانشی کشاورزان است؟ آیا مشکل از کمبود و ناکارآمدی شرکت‌های دانش‌بنیان بخش کشاورزی می‌باشد یا اینکه نظام دانش و اطلاعات کشاورزی معیوب است؟

با توجه به اینکه جمله مذکور از نظر اصحاب رسانه جذاب بوده و در اخبار و سخنرانی مسئولان زیاد تکرار می‌شود، دارای تبعات وسیع بوده و نگاه متخصصان و مردم کشور شامل جوانان، نوجوانان، جوامع شهری و مردم روستاها به بخش کشاورزی را رقم می‌زند، ذهنیت منفی ایجاد نموده و دیدگاه مسئولان رده‌بالای کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بازتاب آن بر اندیشه و انگیزه کشاورزان و شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر می‌گذارد. در مقاله حاضر به بررسی تردیدها در مورد این جمله پرداخته می‌شود.

نظام دانش و نوآوری در بخش کشاورزی

با گسترش و توسعه تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات و ورود این فناوری‌ها به حوزه کشاورزی، اشکال تکامل‌یافته‌تری از نظام‌های تحقیق و ترویج کشاورزی تحت عنوان «نظام دانش و اطلاعات کشاورزی» پدید آمد. پس از آن در «نظام نوآوری کشاورزی» به‌عنوان پارادایم جدید مدیریت دانش کشاورزی، تولیدکننده و بهره‌بردار به‌مثابه مدیر کلیه منابع تولید کشاورزی محور توسعه قرار می‌گیرد و نوآوری در تمامی ابعاد اعم از فنی، اقتصادی و اجتماعی، عامل اصلی توسعه محسوب می‌شود. در این نظام، فرایند تولید، انباشت، بازنگری، تلفیق و بازخورد دانش و فناوری تنها بر عهده نهادهای تحقیقاتی و ترویجی نیست، بلکه سایر عوامل دست‌اندرکار مانند تولیدکنندگان، بهره‌برداران، اتحادیه‌ها و تشکلهای آنان، خریداران عمده و واسطه‌های محصولات در سطح تجاری و فروشندگان نهادهای کشاورزی، مشاوران، سازمان‌های غیردولتی، تشکلهای محلی و سایرین در هر کدام از این فرایندها به تناسب توانمندی خود دارای نقش اصلی و تصمیم‌گیرنده هستند و می‌توانند در خلق و استفاده از نوآوری‌هایی که منجر به توسعه کشاورزی می‌شود، نقش داشته باشند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۱). از دیدگاه تئوری نظام نوآوری کشاورزی، دانش نزد همه عوامل وجود دارد و زمانی که با همکاری این عوامل، دانش تبدیل به نوآوری می‌شود، آثار آن مشخص می‌شود.

بررسی امکان محاسبه ضریب نفوذ دانش

واژه ضریب نفوذ یا penetration rate شاخصی است که به‌صورت درصد بیان شده و نشان‌دهنده این است که چند درصد از جامعه از یک محصول/خدمت استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر نسبت بین تعداد افرادی که جذب یک محصول/خدمات شده‌اند و تعداد کل جامعه‌ای که آن محصول/خدمات ارائه شده است را نشان می‌دهد. فرمول محاسبه ضریب نفوذ عبارت است از:

ضریب نفوذ = ۱۰۰ * (کل تعداد جامعه هدف/تعداد استفاده‌کنندگان یا مشتریان)

به‌طور مثال اگر یک شرکت دانش‌بنیان، نوعی از کود ارگانیک را تهیه کند، مشتریان بالقوه آن ۴ میلیون بهره‌بردار بخش کشاورزی خواهد بود. اگر این شرکت، یک میلیون مشتری در بازار داشته باشد، ضریب نفوذ محصول کود ارگانیک این شرکت ۲۵ درصد خواهد بود. «اینترنت»، «موبایل»، نرم‌افزارهای مدیریت مزرعه و در کل همه نوآوری‌ها و فناوری‌های بخش کشاورزی که استفاده‌کنندگان آن‌ها قابل‌شمارش باشند، مثال‌های دیگری از محصولات یا خدمات

بخش کشاورزی هستند که ضریب نفوذ آن‌ها قابل‌اندازه‌گیری است. این نوآوری‌ها می‌توانند جنبه فیزیکی داشته باشد و یا کاربست یک روش یا رویه کاری در بخش کشاورزی باشد.

سه شرط برای اینکه امکان محاسبه ضریب نفوذ وجود داشته باشد عبارتند از:

(۱) فناوری، خدمت یا کالا قابل شمارش بوده و به لحاظ مقیاس متریک از اصولی پیروی کند،

(۲) در جامعه مذکور قبلاً این کالا یا خدمات یا روش وجود نداشته باشد،

(۳) تعداد استفاده‌کنندگان یا مشتریان قابل شمارش باشند.

در ادامه هر یک از سه شرط برای دانش در بخش کشاورزی مورد بررسی قرار می‌گیرد. خلاصه مطالب در شکل شماره (۱) ارائه شده است. در مورد ماهیت و مفهوم دانش، مبانی نظری گسترده وجود دارد. افلاطون، حدود ۴۰۰ سال قبل از میلاد مسیح دانش را باورهای حقیقی تأیید شده توسط انسان تعریف کرد. ارسطو این تعریف را قبول کرد؛ اما منشأ خلق دانش را نه باورهای حقیقی، بلکه تجربه و اطلاعات کسب شده از دنیای بیرون می‌دانست. ولف



جدول شماره (۱)	فرایند در حال تغییر تولید و استفاده از دانش
تغییر از:	به:
نخبگان دانش	جامعه دانش
استفاده از کاغذ برای ذخیره و نشر دانش	استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و رسانه دیجیتال برای ذخیره و نشر دانش
تحقیق به‌عنوان ابزار کلیدی برای خلق دانش	تحقیق و مشاوره برای توسعه و کاربست دانش
مدل خطی: پذیرش دانش تحقیقی، استفاده از تکنولوژی	مدل ارتباطات متقابل: نوآوری‌ها از فرایند مبتنی بر مشارکت شروع می‌شوند که فرایندهای تشخیص مشکل و تولید دانش را در هم می‌آمیزد.

آیا دانش، قابلیت شمارش دارد؟ • دانش، همانند محصول یا خدمات، قابل‌مشاهده و شمارش نبوده و بنابراین نمی‌توان آن را به راحتی کُتی کرد، بویژه زمانی که گروه هدف، تمامی کشاورزان یک کشور باشند. • دانش در بخش کشاورزی، شامل حیطه وسیعی از علوم برای مدیریت مزرعه است. علاوه بر این، مجموعه گسترده و متنوع علوم کشاورزی، علوم شیمی، فیزیک، ریاضیات، زیست‌شناسی تا جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، ادبیات و هنر و... را شامل می‌شود.
آیا دانش در بخش کشاورزی قبلاً وجود نداشته است؟ • چندین دهه از ابطال و مردود شدن این نظریه که کشاورزان طرف خالی و تپی از دانش هستند که توسط محققان پر می‌شود، می‌گذرد. • دانش و فناوری‌های بومی در بخش کشاورزی شامل قنات، روش‌های سنتی مبارزه با آفات و تولید از گاوآنگ، تولید بخرهای اصلاح شده در مزرعه توسط کشاورزان، فناوری های سنتی و غیره قابل ناهیده گرفته شدن نیستند.
آیا تعداد بهره‌مندان از دانش کشاورزی قابل شمارش است؟ • دانش در ذهن افراد است و تا زمانی که تبدیل به فناوری، روش یا یک محصول نشود، نمی‌توان وجود یا عدم وجود آن را در ذهن افراد مشخص کرد.

شکل شماره (۱) بررسی سه پیش شرط برای امکان محاسبه ضریب نفوذ دانش در بخش کشاورزی

(۱۹۹۰)، دانش را اطلاعات کاربردی و سازمان‌دهی شده برای حل مسائل می‌دانست. از نظر داوینپورت و پروساک (۲۰۰۱) دانش، ترکیب سیالی از تجربه‌های سازمان یافته، ارزش‌ها، اطلاعات مفهومی، فرایندها و بینش‌های متخصصان است که چارچوبی برای ارزشیابی و بهره‌گیری از تجربه‌ها و اطلاعات جدید فراهم می‌کند (رضوی و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین دانش در ذهن انسان‌هاست و تا زمانی که تبدیل به خروجی رفتار یا محصول نشود، قابل‌اندازه‌گیری نمی‌باشد. یکی از خروجی‌های قابل‌اندازه‌گیری دانش، فناوری می‌باشد. تبدیل دانش به فناوری، مستلزم وجود مجموعه‌ای از علم، تجربه، آزمایش‌وخطا می‌باشد. فناوری در این تعریف می‌تواند یک

دانش بومی و مدرن در بخش کشاورزی

امروزه روند افزایشی جمعیت و نیاز بیشتر به

غذا از یک‌سو و کاهش مساحت زمین‌های کشاورزی به دلیل محدودیت‌های مختلف ازجمله منابع آب و کیفیت خاک، تغییر اقلیم و انتشار گازهای گلخانه‌ای کاهش جمعیت روستایی و سالخوردگی آن، جهان را با چالش تولید غذای بیشتر روبه‌رو کرده است، کشاورزان ایرانی در مواجهه با خشک‌سالی‌های شدید، نهایت تلاش را برای استفاده از دانش و فناوری برای تولید محصول و تأمین امنیت غذایی به کار می‌برند (جمشیدی و همکاران، ۱۴۰۲). بررسی راهکارهای سازگار با طبیعت که کشاورزان ایرانی به‌طور هم‌زمان برای حفظ محیط‌زیست و تولید مواد غذایی به کار می‌برند، نشان می‌دهد که بخش کشاورزی گنجینه‌ای ناشناخته و انبوهی از دانش بومی می‌باشد. یکی از بزرگ‌ترین مظاهر دانش بومی کشاورزی که در جهان به نام فناوری بومی کشاورزی ایران به شهرت رسیده است، «قنات» می‌باشد.

علاوه بر این، منابع متعدد برای تبادل دانش در بخش کشاورزی وجود دارد. زمان استفاده از رویکرد خطی انتقال تکنولوژی به‌عنوان جریان اطلاعات از منابع دانش (محققان و تکنسین‌ها) به کشاورزان به‌عنوان ظرف‌های خالی از دانش، به پایان رسیده است؛ چرا که یک سری اطلاعات از ذهن کسی که صاحب اطلاع است به ذهن کسی که آن اطلاع را ندارد انتقال یافت، ولی چون تغییر رفتاری رخ نداد بنابراین مؤثر واقع نشد و جریان صرف اطلاعات مؤثر نخواهد بود.



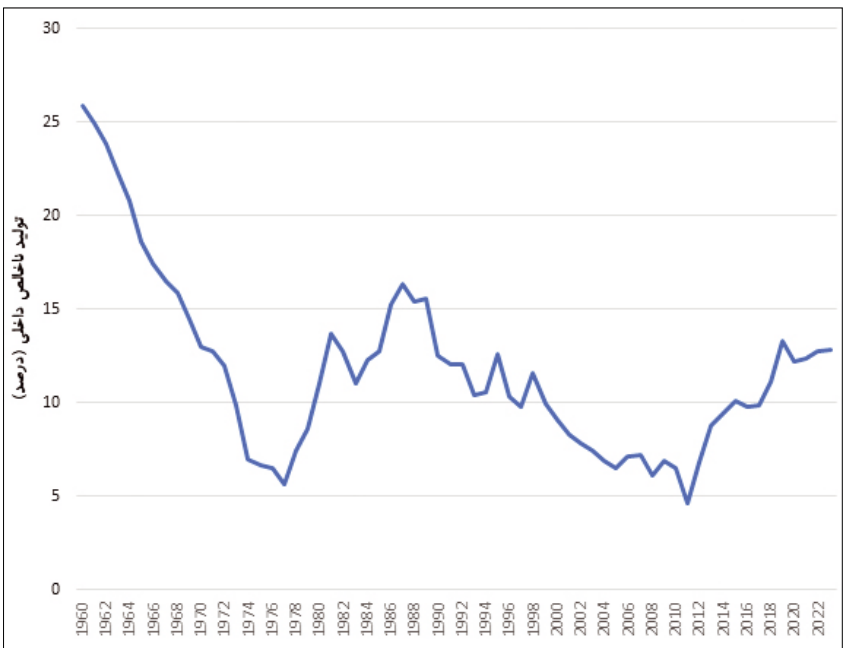
با توجه به اینکه جمله مذکور از نظر اصحاب رسانه جذاب بوده و در اخبار و سخنرانی مسئولان زیاد تکرار می‌شود، دارای تبعات وسیع بوده و نگاه متخصصان و مردم کشور شامل جوانان، نوجوانان، جوامع شهری و مردم روستاها به بخش کشاورزی را رقم می‌زند، ذهنیت منفی ایجاد نموده و دیدگاه مسئولان رده‌بالای کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بازتاب آن بر اندیشه و انگیزه کشاورزان و شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر می‌گذارد. در مقاله حاضر به بررسی تردیدها در مورد این جمله پرداخته می‌شود.

اکنون با درک این واقعیت که دانش نزد هر یک از فعالان بخش کشاورزی می‌تواند باشد، کشاورزان به‌عنوان مدیران اصلی جریان دانش هستند که تصمیم به دریافت دانش از منابع متکثر گرفته و آن را تبدیل به نوآوری می‌کنند (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۲). تغییر فرایندهای تولید و استفاده از دانش در جدول شماره (۱) خلاصه شده است.

با گسترش و توسعه تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات و ورود این فناوری‌ها به حوزه کشاورزی، اشکال تکامل‌یافته‌تری از نظام‌های تحقیق و ترویج کشاورزی تحت عنوان «نظام دانش و اطلاعات کشاورزی» پدید آمد. پس از آن در «نظام نوآوری کشاورزی» به‌عنوان پارادایم جدید مدیریت دانش کشاورزی، تولیدکننده و بهره‌بردار به‌مثابه مدیر کلیه منابع تولید کشاورزی محور توسعه قرار می‌گیرد و نوآوری در تمامی ابعاد اعم از فنی، اقتصادی و اجتماعی، عامل اصلی توسعه محسوب می‌شود. در این نظام، فرایند تولید، انباشت، بازنگری، تلفیق و بازخورد دانش و فناوری، تنها به عهده نهادهای تحقیقاتی و ترویجی نیست، بلکه سایر عوامل دست‌اندرکار مانند تولیدکنندگان، بهره‌برداران، اتحادیه‌ها و تشکل‌های آنان، خریداران عمده و واسطه‌های محصولات در سطح تجاری و فروشندگان نهاده‌های کشاورزی، مشاوران، سازمان‌های غیردولتی، تشکل‌های محلی و سایرین در هر کدام از این فرایندها به تناسب توانمندی خود دارای نقش اصلی بوده و تصمیم‌گیرنده هستند و می‌توانند در خلق و استفاده از نوآوری‌هایی که منجر به توسعه کشاورزی می‌شود، نقش داشته باشند (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۱).

برخی دلایل برای اثبات وجود دانش و فناوری در بخش کشاورزی

با این وجود که تهدیدهای مختلف زیست‌محیطی، اقتصادی، سیاست‌های حمایتی ناکارآمد و غیره بخش کشاورزی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یکی از مهم‌ترین چالش‌های بخش کشاورزی ایران، همواره مشکلات اقلیمی، خشک‌سالی‌ها، خاک نامناسب بوده است، تحریم‌های بین‌المللی موجب دسترسی پایین کشاورزان به برخی از نهادهای کشاورزی شده و امکان صادرات محصولات کشاورزی به بسیاری از کشورها محدود شده است و کشاورزان ایرانی با چالش‌های موجود به کار تولید ادامه می‌دهند. یک‌سری از چالش‌ها نیز مربوط به مسائل اقتصادی و اجتماعی روستاها است که شامل کم‌کشش بودن عرضه محصولات،



شکل شماره (۲) روند تغییرات سهم بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی (منبع: World Bank (۲۰۲۲))



دانش در ذهن انسان هاست و تازمانی که تبدیل به خروجی رفتار یا محصول نشود، قابل اندازه‌گیری نمی‌باشد. یکی از خروجی‌های قابل اندازه‌گیری دانش، فناوری می‌باشد. تبدیل دانش به فناوری، مستلزم وجود مجموعه‌ای از علم، تجربه، آزمایش و خطا می‌باشد. فناوری در این تعریف می‌تواند یک محصول، کالا یا روش جدید مورد استفاده باشد. در تبدیل دانش به فناوری، مجموعه کاملاً وسیع از علوم ممکن است به کار رود تا یک خروجی قابل استفاده و قابل مشاهده و اندازه‌گیری حاصل شود.

آن‌ها را می‌توان به معنای واقعی از نخبگان کشور به‌حساب آورد. اهمیت این قشر در حال حاضر و آینده نیز بر کسی پوشیده نیست. یکی دیگر از آمارهای رو به بهبود بخش کشاورزی ایران، «سهم بخش کشاورزی در تولید ناخالص داخلی» است. در سال ۲۰۲۲، سهم بخش کشاورزی در GDP ایران، ۱۲/۴۶ درصد بوده است و کشور ایران از نظر این شاخص در رتبه ۴۲ جهانی قرار گرفته است.^۲ همان‌گونه که شکل شماره(۲) نشان می‌دهد، بیشترین میزان سهم بخش کشاورزی در GDP ایران مربوط به حدود سال ۱۳۴۰ و به میزان ۲۵/۹ درصد بوده است.

با توجه به شکل شماره (۳) در حال حاضر نزدیک به ۱۴ درصد از شاغلان ایران در بخش کشاورزی کار می‌کنند (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲) و طبق آمارهای رسمی، بهره‌وری نیروی کار و

عوامل تولید در بخش کشاورزی همواره روند صعودی داشته و در مقایسه با کل اقتصاد نیز از بهره‌وری بیشتری برخوردار بوده است. مطابق با محاسبات بانک مرکزی، شاخص بهره‌وری نیروی کار بخش کشاورزی ۱۱۶/۵ در سال ۱۴۰۰ اعلام شده است، در صورتی که این شاخص در سال مذکور در کل اقتصاد ۱۰۰/۷ بوده است. بر اساس محاسبات بانک مرکزی، شاخص بهره‌وری کل گروه کشاورزی در سال ۱۴۰۰ بالاتر از شاخص بهره‌وری کل اقتصاد و برابر با ۱۰۸/۵ بوده است (سازمان ملی بهره‌وری، ۱۴۰۲).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

جمع‌بندی مطالب این مقاله نشان می‌دهد که عبارت «ضریب نفوذ» در کنار «دانش» نادرست بوده و جمله «ضریب نفوذ دانش

در بخش کشاورزی پایین است»، مبانی علمی متقن و قابل استناد ندارد. با این وجود که در برخی از اظهار نظرها، عدد و رقم بین ۲ تا ۶ درصد را برای نفوذ دانش بیان کرده‌اند، در اینجا اثبات شد که پژوهش یا مطالعه‌ای در این ارتباط صورت نگرفته و بنابراین محاسبه نشده است. علاوه بر این، تاکنون هیچ تحقیق علمی در دانشگاه یا مؤسسات پژوهشی داخل و خارج کشور در مورد «ضریب نفوذ دانش» انجام نشده است. ضریب نفوذ یا Penetration rate، شاخصی است که به‌صورت درصد مرقوم شده و بیانگر این است که چند درصد از جامعه از یک محصول یا خدمت استفاده می‌کنند. جنبه اول تعریف این است که در جامعه‌ی هدف، قبلاً این کالا یا خدمت یا روش از اساس وجود نداشته است. دوم اینکه این خدمت یا کالا سنجش پذیر و به لحاظ مقیاس متریک از اصول استاندارد و معیار و ضابطه پیروی کند که مهم‌ترین مؤلفه آن کمیت‌پذیری است و جنبه سوم اینکه تعداد استفاده‌کنندگان یا مشتریان قابل‌شمارش باشند. با توضیحات بالا، واضح است که دانش را نمی‌توان بعد از کلمه ضریب نفوذ به کار برد چرا که هیچ یک از سه جنبه یا ویژگی بالا را ندارد. از یک طرف بخش کشاورزی خالی و تهی از دانش نیست که بتوان نفوذ دانش را در آن بررسی کرد، از سویی دانش قابل‌اندازه‌گیری و شمارش نیست که بتوان آن را در فرمول ضریب نفوذ گذاشت.

از دیدگاه نظریه نظام نوآوری کشاورزی، فناوری‌های مناسب که قابلیت کاربرد در شرایط مزرعه را داشته باشند، به محیط‌زیست و زمین‌های کشاورزی آسیب نزنند و همچنین

نیازی به استفاده از انرژی نداشته باشد، مورد استقبال کشاورزان قرار می‌گیرد و در مزرعه پایدار می‌ماند؛ نمونه‌ای از این فناوری‌ها که در بخش کشاورزی ایران استفاده نسبتاً گسترده پیدا کرده است، قنات، فناوری‌های کشاورزی هوشمند، فناوری بازارهای مجازی، اپلیکیشن‌ها (برنامه‌های کاربردی) فروش محصولات و... می‌باشد. یکی از نشانه‌های توسعه فناوری در بخش کشاورزی این است که با اینکه به‌تدریج جمعیت شاغلان این بخش کم شده است، تولید کشاورزی زیاد شده است. بنابراین واضح است که فناوری توانسته است بخشی از کمبود نیروی انسانی را جبران کند.

با توجه به مباحث مطرحه، پیشنهادهای زیر در راستای موضوع مقاله ارائه می‌گردد:

– آگاه‌سازی مسئولان رده‌های مختلف مجموعه وزارت جهاد کشاورزی در سطوح صف و ستاد در رابطه با جوانب مختلف عبارت «ضریب نفوذ دانش» و رقم تخمینی که برای آن ارائه شده است،

– به کار بردن عبارات صحیح مانند «توسعه دانش»، «مدیریت دانش کشاورزی»، «ارتقای دانش کشاورزی»، «تبادل دانش و تجربه کشاورزی» و... در ترکیب با کلمه دانش،

– اهتمام کلیه فعالان بخش کشاورزی به ارتقای روزافزون دانش در بخش کشاورزی با به رسمیت شناختن جایگاه، اهمیت و ارزش عامل اصلی حفظ و ذخیره دانش و تبدیل آن‌ها به نوآوری که همانا کشاورزان و بویژه روستاییان می‌باشند،

– پیش‌بینی سیاست‌ها و راهبردهای مناسب برای افزایش نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بخش کشاورزی در تولید فناوری مناسب و برگزاری دوره‌های آموزشی برای آموزش نحوه تعامل با کلیه منابع دانش در بخش کشاورزی به‌منظور آشنایی با مشکلات بخش و تأثیرگذاری بر توسعه فناوری‌های متناسب با وضعیت کشاورزان، سطح زیرکشت، سطح سواد ایشان و شرایط مزرعه و سایر ویژگی‌های خاص منطقه. *///*



منابع

س.م، خالدی، ک،، عباسی، ف. (۱۴۰۲). بررسی نظام مدیریت بخش کشاورزی در کشورهای منتخب به‌منظور ارائه توصیه‌های سیاستی در خصوص مراکز جهاد کشاورزی، گزارش منتشر شده توسط مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی – حسینی، س.ص،، پاکروان، م.ر،، گیلانپور، الف،، اتقائی، م. (۱۳۹۰). بررسی اثر سیاستهای حمایتی بر تغییرات بخش کشاورزی در ایران، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۲۵(۴): ۵۱۶–۵۰۷ – رضوی، س.ح،، نقاده، ح. و عدلی، ف. (۱۳۹۲). دانش چیست؟ آیا می‌توان آن را مدیریت کرد؟. دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، ۱۴ شهریور ۱۳۹۲. – سازمان ملی بهره‌وری ایران (۱۴۰۲). گزارش شهریور ۱۴۰۲. – سلطانی، ش،، ساریخانی، س. (۱۳۹۹). مرور بر توسعه پایدار بخش کشاورزی ایران و جهان. پژوهش‌های راهبردی در علوم کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۵(۱)، ۱۹–۳۲. Hall, Andy (2006). Challenges to strengthening Agricultural Innovation Systems: Where do we go from here? Presented at the "Farmer First Revisited: 20 years on" University of Sussex, UK, December.

| گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «ناصر شاه‌نوشی» عضو هیئت علمی گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد و تحلیل‌گر سیاست‌های کشاورزی

ساختار ناکارآمد بخش کشاورزی کشور



بایستی در وزارت جهاد کشاورزی صرفاً از نیروهای متخصص و توانمند استفاده شود و تشکیلات وزارتخانه فربه‌تر نشوند و مسئولیت‌های اجرایی به تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های بخش خصوصی کشاورزی واگذار شود و تمرکز وزارتخانه بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری باشد.



تولیدات کشاورزی در کشورمان عمدتاً با تکیه بر بهره‌برداری بیش‌ازحد از منابع پایه‌ای یعنی آب‌و‌خاک انجام می‌شود که نشان‌دهنده این است که سیاست‌گذاری‌های انجام شده در سال‌های گذشته عمدتاً در راستای افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی نبوده است. باید با سیاست‌گذاری مناسب، انگیزه لازم برای افزایش بهره‌وری در بین کشاورزان ایجاد شود تا نیروهای متخصص تمایل ورود به این بخش را داشته باشند. دلایل بهره‌وری پایین در کشاورزی به ساختارهای موجود در حکمرانی و بی‌توجهی به بهبود زیرساخت‌ها در این بخش مربوط است، درحالی‌که پتانسیل لازم برای ارتقای تولید وجود دارد؛ به‌عنوان‌مثال، کشاورزانی در کشور وجود دارند که عملکرد تولید گندم آبی آن‌ها در هکتار بالای ۸ تن است، اما میانگین برداشت گندم در ایران در هر هکتار ۴ تن است.

دکتر ناصر شاه‌نوشی، عضو هیئت‌علمی گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد و تحلیل‌گر سیاست‌های کشاورزی همچنین یادآوری می‌کند که کشاورز در عمل بر اساس علائم قیمتی بازار تصمیم به کشت محصول می‌گیرد و اینکه دولت الگوی کشت تعریف کرده و دستوری از کشاورز بخواهد بر اساس آن عمل کند، امکان‌پذیر نیست. متأسفانه در ۲۰ سال گذشته نرخ تشکیل سرمایه در بخش کشاورزی کاهش پیدا کرده است، درحالی‌که سرمایه‌گذاری گسترده و حمایت دولت مانند دیگر کشورهای جهان شرط لازم برای بقای بخش کشاورزی در ایران است.

♦♦ **ساختار موجود بخش کشاورزی را چقدر کارآمد و متناسب با نیازهای کشور می‌دانید؟**

ساختار فعلی بخش کشاورزی که عمدتاً در قالب وزارت جهاد کشاورزی تعریف شده، حاصل جمع‌دو وزارتخانه جهاد سازندگی و کشاورزی در سال ۱۳۷۷ است. در دوران قبل از انقلاب، وزارت کشاورزی عمدتاً متشکل از نیروهای متخصص در حوزه کشاورزی بود، درحالی‌که دیدگاه‌های حاکم بر جهاد سازندگی و وظایف و مسئولیت‌هایشان به‌عنوان نهادی برآمده از انقلاب، فراتر از امور کشاورزی تعریف شده بود. در سال ۱۳۷۷ پس از ادغام، ساختار جدید دچار تغییرات اساسی شد و شاید به همین دلیل وزارت جهاد کشاورزی از یک نهاد سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر به یک نهاد عمدتاً اجرایی تبدیل شود؛ برای مثال انجام اموری مانند توزیع نهاده‌ها که ذاتاً باید در اختیار نهادهای صنفی باشد، به وزارتخانه محول شده است که این با ماهیت سیاست‌گذاری و نظارتی یک وزارتخانه همخوانی ندارد. در نتیجه، این ساختار پیچیده و متمرکز، عملاً قدرت چانه‌زنی وزارتخانه را در سطوح بالای تصمیم‌گیری کاهش داده و عملکرد آن را از اهداف توسعه بخش کشاورزی دور ساخته است.

به باور من، وزارت جهاد کشاورزی نیازمند یک بازنگری ساختاری اساسی است؛ بایستی در این مجموعه صرفاً از نیروهای متخصص و توانمند استفاده شود و تشکیلات وزارتخانه فربه‌تر نشوند و مسئولیت‌های اجرایی به تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های بخش خصوصی کشاورزی واگذار شود و تمرکز وزارتخانه صرفاً بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری باشد. در حال حاضر ساختار فعلی جهاد کشاورزی نمی‌تواند بخش کشاورزی کشور را مورد حمایت جدی قرار دهد و خود در بیشتر موارد مانعی برای توسعه بخش کشاورزی است و هزینه‌های مبادله را به‌شدت افزایش می‌دهد. لذا باید تجدیدنظر اساسی در ساختار در آن صورت گیرد.

♦♦ **چرا کشاورزی ایران پربازده نیست؟**

دلایل متعددی برای این امر وجود دارد، اما یکی از مهم‌ترین دلایل آن این است که اساساً بخش کشاورزی و تولیدات آن از اولویت لازم در سطح کلان نظام حکمرانی برخوردار نیستند. برای اولویت دادن به این بخش باید سازوکارهای مناسبی ایجاد شود. البته بخش کشاورزی علی‌رغم ضعف‌های جدی در سال‌های اخیر، در برخی زیربخش‌ها مانند دام و طیور به‌طور



و حتی بعضی از محصولات زیر بخش زراعت و باغبانی به‌طور نسبی پیشرفت‌های شایانی در زمینه افزایش تولیدات داشته است. در کشور ما، تولیدات کشاورزی عمدتاً با اتکا به بهره‌برداری بیش‌ازحد از منابع پایه‌ای یعنی آب‌و‌خاک صورت می‌گیرد و این نشان‌دهنده این است که سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده در سال‌های گذشته عمدتاً در راستای افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی نبوده است؛ برای مثال خرد شدن اراضی کشاورزی در نتیجه قانون ارث است که بایستی نسبت به این قانون تجدیدنظر صورت گیرد. در حال حاضر سرانه اندازه اراضی کشاورزی هر خانوار به زیر ۲ هکتار رسیده و این موضوع به تخریب اراضی کمک کرده است. در سال‌های بعد از انقلاب حدود ۲ میلیون هکتار از بهترین اراضی کشاورزی را که دسترسی ساده به منابع و زیرساخت‌های آبی داشته‌اند، از دست رفته است و جزو حاشیه شهرها شده‌اند.

موضوع بعدی فقدان سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های منابع آبی است؛ در صورتی کشاورزی در ایران تداوم پیدا می‌کند که منابع آبی ما حفظ شود و لازمه آن سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های بخش کشاورزی از جمله منابع آبی

است و بایستی از کشاورزی سنتی به کشاورزی هوشمند مبتنی بر شرایط اقلیمی کشور حرکت نماییم که در این مورد نیز باید کشاورزی ما مبتنی بر علم و دانش باشد و با سیاست‌گذاری مناسب، انگیزه لازم برای افزایش بهره‌وری در بین کشاورزان ایجاد شود تا نیروهای متخصص تمایل ورود به این بخش را داشته باشند. درمجموع دلایل بهره‌وری پایین در کشاورزی در کشور ما به ساختارهای موجود در نظام حکمرانی و بی‌توجهی به بهبود زیرساخت‌ها در این بخش برمی‌گردد، اما پتانسیل لازم برای ارتقا تولید در این بخش در کشور وجود دارد؛ به‌عنوان‌مثال کشاورزانی در کشور وجود دارند که عملکرد تولید گندم آبی آن‌ها در هکتار بالای ۸ تن است، درحالی‌که به‌طور میانگین برداشت گندم در ایران در هکتار تقریباً ۴ تن است؛ بنابراین بایستی با سیاست‌گذاری مناسب و توجه به این موضوع که اقلیم ایران خشک است روی محصولات کم آب بر تمرکز نموده و عملکرد در واحد سطح این محصولات را افزایش دهیم و به عبارتی تکنولوژی را به درون مزرعه بیاوریم که لازمه این اقدامات همان‌طور که در ابتدا اشاره شد، جلوگیری از تخریب و خرد شدن اراضی کشاورزی است.

♦♦ **علل بروز نوسان مستمر در کیفیت و کمیت محصولات مورد توجه تولیدکنندگان کشاورزی در کشور چیست؟**

مهم‌ترین دلیل، نبود استانداردهای لازم است. به اعتقاد من وزارت جهاد کشاورزی از مسئولیت اصلی خود که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی است، فاصله گرفته است. بدنه جهاد کشاورزی عملاً در راستای ارتقای کارایی و بسترسازی در بخش کشاورزی حرکت نکرده است؛ برای مثال نبود نظارت مؤثر بر میزان مصرف نهاده‌هایی مانند کود و سموم، سبب می‌شود محصولات کشاورزی با کیفیت متغیر و بعضاً پایین وارد بازار شوند. اگر کشاورز از کود و یا سموم بیشتری در محصولات استفاده کند، عملاً برای فروش محصول در سطح جهان با دچار مشکل خواهد شد. از طرفی چون کشاورز عموماً در پی سودآوری است، در غیاب چارچوب‌های مشخص و سیاست‌های تشویقی، نمی‌توان



مهم‌ترین دلیل، نبود استانداردهای لازم است. به اعتقاد من وزارت جهاد کشاورزی از مسئولیت اصلی خود که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی است، فاصله گرفته است. بدنه جهاد کشاورزی عملاً در راستای ارتقای کارایی و بسترسازی در بخش کشاورزی حرکت نکرده است؛ برای مثال نبود نظارت مؤثر بر میزان مصرف نهاده‌هایی مانند کود و سموم، سبب می‌شود محصولات کشاورزی با کیفیت متغیر و بعضاً پایین وارد بازار شوند. اگر کشاورز از کود و یا سموم بیشتری در محصولات استفاده کند، عملاً برای فروش محصول در سطح جهان با دچار مشکل خواهد شد.

انتظار داشت که الگوی تولید پایدار را رعایت کند. اگر بخش کشاورزی بخواهد در فرایند توسعه نقش مؤثری داشته باشد و نیازهای اساسی را بدون آسیب به منابع پایه تأمین نماید، باید در سیاست‌های کلان این بخش و در سیاست‌های کلان کشور که مرتبط با بخش کشاورزی است، تجدیدنظر شود

♦♦ راه‌کارهای واقعی توانمندسازی کشاورزان در تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد بهتر چیست؟

در همه کشورهای جهان از جمله در کشورهای توسعه‌یافته به دلیل ماهیت بخش کشاورزی که تولیدات آن‌که در حلقه اول زنجیره ارزش هستند، این بخش نمی‌تواند به‌اندازه سایر بخش‌ها و حلقه‌های بعدی خود که عملاً مربوط به صنعت و خدمات می‌شود، ارزش تولیدات خود را افزایش دهد؛ بنابراین دولت‌ها با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و ارائه خدمات بیمه‌ای و یارانه‌های مختلف، نقش حمایتی فعالی در بخش کشاورزی ایفا می‌کنند.

لذا در گام اول لازم است بدنه علمی کشور به لایه‌های مختلف بخش کشاورزی ورود پیدا کند و سرمایه‌گذاری‌های مبتنی بر دانش به این بخش منتقل شود. همان‌طور که اشاره شد، کشاورزی سنتی پاسخگوی نیازهای کشور نیست؛ باید به سمت کشاورزی هوشمند و اقلیم‌محور حرکت نمود. دولت باید سیاست‌های حمایتی را که ریسک سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی را پایین می‌آورد مدنظر قرار دهد. همچنین اصلاح قوانین و مقررات موجود که عملاً در بسیاری از آن‌ها بخش کشاورزی مظلوم واقع شده است، باید در اولویت قرار گیرد؛ برای مثال دولت در هر شرایطی که با محدودیت برای آب شهری مواجه می‌شود، به‌جای اینکه آب را از کشاورزان به‌صورت موقت خریداری کند، چاه

احداث نموده و اساساً از سهم بخش کشاورزی می‌کاهد. بخش کشاورزی اگرچه بخش بسیار مهمی است، اما متأسفانه در نگاه مسئولان ما به‌عنوان یک بچه به‌اصطلاح «اندر» محسوب می‌شود (به چشم یک بخش «فرعی» و «درجه دوم» به آن نگریسته می‌شود).

♦♦ مزرعه آینده در کشور با چشم‌داشت کشاورزی پایدار از چگونه الگویی برخوردار است؟

الگوی کشت را خود کشاورزان تعیین می‌کنند، اینکه دولت بخواهد الگوی کشت تعریف و از کشاورز بخواهد بر اساس آن عمل کند، امکان‌پذیر نیست، چون در عمل، کشاورز بر اساس علائم قیمتی بازار تصمیم به کشت محصول می‌گیرد. با توجه به اینکه کشور ما کشور کم‌آبی است، دولت باید تمرکز خود را بر روی کشت محصولاتی قرار دهد که نسبت به سایر محصولات آب کمتری نیاز دارند (مثل جو، گندم و نخود) و محصولاتی را که آب بر هستند از طریق واردات تأمین نماید؛ برای این منظور دولت می‌تواند با سیاست‌های حمایتی مانند به اشکال مختلف، انگیزه کشاورزان را برای تولید محصولات کم‌آب بر تقویت نماید تا کشاورز هم بتواند خود را با شرایط تورمی هماهنگ سازد. در مجموع نمی‌توان الگوی کشت را صرفاً دستوری برای کشاورز تعریف کرد، بلکه می‌توان با ابزارهای اقتصادی نظیر قیمت‌گذاری تضمینی، یارانه‌های هدفمند، بیمه محصولات کم‌آب‌بر و اعطای تسهیلات به کشاورزان، انگیزه تولید را در چارچوب اصول کشاورزی پایدار افزایش داد. یکی دیگر از راهکارها، تقویت تعاونی‌های تولیدی است تا الگوی کشت در قالب گروهی و جمعی اجرا شود و هم‌افزایی بیشتری ایجاد گردد. سرمایه‌گذاری گسترده در بخش کشاورزی شرط لازم برای بقای بخش کشاورزی در ایران است.

وضعیت موجود و آینده‌نگاری کشاورزی استان کرمان

با نگاه به آخرین سرشماری کشاورزی



دکتر مهرداد محمدی سلیمانی

معاون آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان



دکتر محمدحسین امجدی

رئیس گروه اجرای طرح‌های آماری و سرشماری سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کرمان



|| عکس: امین رحمانی / ایرنا ||

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

پیشنهاد می‌شود وظایف اجرایی وزارت جهاد کشاورزی به نهادهایی مانند اتاق‌های بازرگانی و تشکل‌های بخش خصوصی که در زیرمجموعه آن قرار می‌گیرند، محول شود تا این وزارتخانه بتواند صرفاً بر سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و برنامه‌ریزی متمرکز شود. این تغییر رویکرد می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری، جذب نیروی انسانی متخصص و تحقق اهداف توسعه پایدار در بخش کشاورزی شود. |||

بخش کشاورزی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی است که مستقیماً با امنیت غذایی و سلامت جامعه در ارتباط است و یکی از محورهای مهم در برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است. سرشماری عمومی کشاورزی اطلاعات مهمی را از فعالیت‌های کشاورزی کشور در سطح کوچک‌ترین واحد جغرافیایی ارائه می‌دهد که تنها با اجرای سرشماری قابل حصول است. با توجه به فاصله گرفتن از آخرین سرشماری و تحولات سریع بخش کشاورزی، اجرای سرشماری در سال ۱۴۰۳ ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بود. اولین سرشماری کشاورزی ایران در سال ۱۳۵۲ در نقاط روستایی اجرا شد و پس از آن در سال‌های ۱۳۶۷، ۱۳۷۲، ۱۳۸۲ و ۱۳۹۳ سرشماری کشاورزی به‌صورت عمومی در همه «نقاط شهری و روستایی» به مرحله اجرا درآمد. سرشماری عمومی کشاورزی ۱۴۰۳ که از ۱۲ آبان تا ۲۹ آذرماه در سراسر کشور انجام شده، در استان کرمان در سطح ۲۵ شهرستان، ۸۵ شهر و بیش از ۵۵۰۰ آبادی دارای سکنه اجرا گردیده است. این سرشماری گسترده، اطلاعات ارزشمندی درباره وضعیت کشاورزی استان از جمله تعداد و ویژگی‌های بهره‌برداران، مساحت اراضی، انواع کشت‌ها و تعداد دام‌ها ارائه می‌دهد. این سرشماری با ارائه آمار و اطلاعات صحیح درباره وضعیت کشاورزی کشور در کوچک‌ترین واحد جغرافیایی «آبادی

و شهر»، از جمله منابع اصلی برنامه‌ریزی در بخش کشاورزی به شمار آمده و با ترسیم وضعیت موجود این بخش، ابزار مناسبی برای تهیه برنامه‌های توسعه، در اختیار برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و مسئولان کشور قرار می‌دهد.

۲- جایگاه کشاورزی استان کرمان در اقتصاد ملی
استان کرمان با تنوع اقلیمی و منابع طبیعی نسبتاً غنی یکی از قطب‌های مهم کشاورزی کشور است. بنا بر آمارهای رسمی، این استان حدود ۸ درصد از ارزش‌افزوده بخش کشاورزی و ۱۰ درصد از شاغلان کشاورزی کشور را به خود اختصاص داده است و حدود ۴۰ درصد جمعیت شاغل آن در بخش کشاورزی فعالیت می‌کنند. بر اساس چکیده نتایج سرشماری عمومی کشاورزی که توسط مرکز آمار ایران منتشر شده است، در سرشماری کشاورزی ۱۴۰۳ نیز، تعداد بهره‌برداران کشاورزی کرمان با ۳۵ درصد رشد نسبت به سال ۱۳۹۳، معادل ۳۳۷،۱۵۴ نفر اعلام شده که تقریباً ۷،۹ درصد از کل کشور است. این ارقام جایگاه بالای کشاورزی استان کرمان را در کشور نشان می‌دهد.

ساختار بهره‌برداران کشاورزی

یکی از مهم‌ترین اطلاعاتی که در سرشماری ۱۴۰۳ جمع‌آوری شده، مربوط به نوع بهره‌بردار، جنسیت و سطح سواد بهره‌برداران است. این اطلاعات می‌تواند در برنامه‌ریزی برای آموزش و توانمندسازی کشاورزان و

همچنین ارزیابی میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های کشاورزی بسیار مفید باشد. از مجموع ۳۳۷۱۵۴ بهره‌بردار کشاورزی استان، حدود ۶۶،۸ درصد خانوار معمولی ساکن، ۳۲،۶ درصد بهره‌بردار غیرساکن و سهم بسیار کمی را خانوارهای کوچنده و شرکت‌ها تشکیل می‌دهند. در کرمان ۸۷ درصد بهره‌برداران مرد و ۱۳ درصد زن هستند. سهم زنان بهره‌بردار در کرمان نسبت به میانگین کشور (۸ درصد) بالاتر است، اگرچه همچنان اکثریت در اختیار مردان است.

ضریب سواد کشاورزان کرمانی نیز نسبتاً مطلوب است. حدود ۲۲ درصد از بهره‌برداران کرمان بی‌سوادند که کمی پایین‌تر از میانگین کشوری (۲۳ درصد) است. این در حالی است که بر اساس سرشماری کشاورزی سال ۱۳۹۳ حدود ۳۳ درصد از کشاورزان بی‌سواد بودند. ۶۵ درصد از بهره‌برداران کرمانی دارای تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم و حدود ۱۳ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که از این تعداد هم تنها ۴ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی مرتبط با کشاورزی می‌باشند.

۳- وضعیت زیرشاخه‌های کشاورزی استان

۱-۳- زراعت و باغداری

مساحت کل اراضی کشاورزی استان کرمان (زراعی و باغی) در سال ۱۴۰۳ معادل ۸۱۴۹۶۸ هکتار بوده است. تقریباً نیمی از این مساحت (۴۱۱۴۹۲ هکتار) به زراعت (محصولات مزرعه‌ای) و نیمی دیگر (۴۰۳۴۷۶ هکتار) به

باغ و قلمستان اختصاص دارد؛ به‌طوری که نسبت اراضی باغی به زراعی در کرمان حدود ۵۰-۵۰ است که در میان استان‌های کشور به نسبت بسیار بالا و منحصربه‌فردی می‌رسد. در مقایسه با کل کشور که حدود ۱۷،۳۸ میلیون هکتار اراضی کشاورزی دارد، سهم کرمان در اراضی کشاورزی کشور حدود ۴،۷ درصد است. از این میزان، استان کرمان در تولید محصولات باغی بویژه پسته پیش‌تاز است؛ در واقع، استان کرمان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان پسته در ایران و جهان محسوب می‌شود. همچنین مناطق جنوبی استان (مثل بم و جیرفت) به‌دلیل شرایط اقلیمی گرم، در تولید خرما (انواع مضافتی، کبکاب، پیارم و غیره) و مرکبات (مانند پرتقال و نارنگی) نقش مهمی دارند. به‌طور کلی، باغداری کرمان (۴۰۳۴۷۶ هکتار) حدود ۲۰،۷ درصد از کل باغات کشور را تشکیل می‌دهد که اهمیتی چشمگیر دارد.

۲-۳- دام‌های سبک و سنگین

سرشماری ۱۴۰۳ آمار دقیقی از تعداد بهره‌بردارانی‌های دارای دام سبک و سنگین و همچنین تعداد دام آن‌ها ارائه می‌دهد. این اطلاعات می‌تواند برای برنامه‌ریزی توسعه دامپروری، تأمین نهاده‌ها و خدمات دامپزشکی استفاده شود. در بخش دامداری سبک (گوسفند و بز)، استان کرمان جایگاه دوم کشور را پس از استان فارس، داراست. طبق سرشماری، ۱۱۳ هزار بهره‌بردار با تعداد ۴،۳ میلیون رأس دام سبک در استان ثبت شده که سهمی برابر ۸،۲ درصد از کل کشور دارد. رشد ۵۰ درصد تعداد دام سبک نسبت به سرشماری سال ۱۳۹۳ از نکات قابل توجه دامداری استان می‌باشد. در بخش دام‌های سنگین (گاو، گاو میش، شتر و ...) سهم کرمان کمتر است؛ تعداد ۳۱،۴ هزار بهره‌بردار

از مجموع ۳۳۷۱۵۴ بهره‌بردار کشاورزی استان، حدود ۶۶،۸ درصد خانوار معمولی ساکن، ۳۲،۶ درصد بهره‌بردار غیرساکن و سهم بسیار کمی را خانوارهای کوچنده و شرکت‌ها تشکیل می‌دهند. در کرمان ۸۷ درصد بهره‌برداران مرد و ۱۳ درصد زن هستند. سهم زنان بهره‌بردار در کرمان نسبت به میانگین کشور (۸ درصد) بالاتر است، اگرچه همچنان اکثریت در اختیار مردان است.

است. رشد ۵ برابری این بخش با تأکید مقامات استانی بر الگوی کشت‌های مدرن همراه شده است. با توجه به کاهش منابع آبی، ادامه توسعه کیفی و کمی گلخانه‌ها (بویژه سیستم‌های نوین آب کم‌مصرف) از مسیرهای ضروری ارتقای کشاورزی کرمان در دهه آتی خواهد بود.

۳-۴- پرورش زنبورعسل

در سال ۱۴۰۳ تعداد ۳۱۰۳ بهره‌برداری پرورش زنبورعسل در استان کرمان وجود داشته که سهم حدود ۴ درصدی از کل کشور را نشان می‌دهد. کرمان در این بخش در رتبه نهم کشور قرار دارد و نسبت به سرشماری ۱۳۹۳ رشد ۵۸ درصدی را داشته است. توسعه پایدار زنبورداری با توجه به تنوع پوشش گیاهی مناسب استان، می‌تواند در افزایش تولید عسل و تقویت اکوسیستم‌های زراعی مؤثر باشد.



۳-۵- پرورش طیور به روش سنتی

در زمینه طیور سنتی، کرمان نیز سهم قابل‌توجهی دارد. سرشماری نشان می‌دهد بیش از ۷۴ هزار بهره‌برداری پرورش طیور سنتی در کرمان فعال بوده که معادل ۶,۶ درصد از کل کشور است و استان کرمان را در جایگاه سوم کشوری قرار می‌دهد (پس از گیلان و مازندران). این سهم نشان می‌دهد ظرفیت قوی در بخش تولید ماکیان روستایی استان وجود دارد. ذکر این نکته ضروری است که پرورش زنبورعسل و پرورش طیور به روش سنتی با وجود مقیاس کوچک، نقش مهمی در تأمین معیشت خانوارهای روستایی دارند.

۴-چالش‌ها و معضلات کشاورزی استان کرمان

۴-۱- عدم تناسب بین سهم اشتغال و ارزش‌افزوده

یکی از چالش‌های اصلی بخش کشاورزی استان کرمان، عدم تناسب بین سهم اشتغال و سهم ارزش‌افزوده این بخش است. درحالی‌که حدود ۴۰ درصد شاغلان استان در بخش کشاورزی فعالیت می‌کنند، تنها ۱۶ درصد از ارزش‌افزوده استان ناشی از این

بخش است. این آمار نشان می‌دهد که بهره‌وری و درآمد در بخش کشاورزی استان پایین است. این وضعیت باعث شده که غیر از واسطه‌ها، تنها عده معدودی از فعالان کشاورزی درآمدهای مناسب داشته باشند و اکثر بهره‌برداران تنها برای معیشت حداقلی تلاش کنند. این مسئله نیاز به تحول در ساختار کشاورزی استان و افزایش بهره‌وری ارزش‌افزوده را نشان می‌دهد.

۴-۲- خرد شدن اراضی

خرد شدن اراضی کشاورزی یکی از چالش‌های جدی پیش روی کشاورزی استان کرمان است. این وضعیت باعث می‌شود امکان استفاده از ماشین‌آلات کشاورزی مدرن و فناوری‌های نوین کاهش یابد، هزینه‌های تولید افزایش پیدا کند و درنهایت درآمد کشاورزان کاهش یابد. نتایج سرشماری کشاورزی ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که آینده محتوم اراضی کشاورزی استان، خرد شدن بیشتر است مگر آنکه راهکارهایی برای جلوگیری از این روند اتخاذ شود. این مسئله نیاز به سیاست‌گذاری مناسب برای یکپارچه‌سازی اراضی و جلوگیری از تقسیم بیشتر آن‌ها را نشان می‌دهد.

۴-۳- محدودیت منابع آبی و چالش‌های اقلیمی

استان کرمان در منطقه‌ای خشک و کم‌بارش قرار دارد و با محدودیت منابع آبی مواجه است. این مسئله چالش جدی برای بخش کشاورزی استان محسوب می‌شود و نیاز به روش‌های کشاورزی کم‌آب و سازگار با اقلیم را ایجاد می‌کند.

۵- آینده‌نگری و راهکارهای توسعه کشاورزی استان

۵-۱- یکپارچه‌سازی اراضی و توسعه تعاونی‌های کشاورزی

یکی از مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی برای آینده کشاورزی استان کرمان، یکپارچه‌سازی اراضی از طریق توسعه تعاونی‌های کشاورزی است. وقتی زمین‌ها برای کشت محصولات یکپارچه و بزرگ شوند، امکان ورود فناوری، تجهیزات و ماشین‌آلات بیشتر می‌شود که درنهایت هزینه‌های تولید را کاهش و درآمدها را افزایش می‌دهد. این رویکرد همچنین می‌تواند زمینه را برای جذب سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی فراهم کند. سرمایه‌گذاران بخش صنایع تبدیلی نیز می‌توانند مؤثران مرتبط را بهتر ببابند و در صنایع تکمیلی سرمایه‌گذاری کنند.



توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی یکی از راهکارهای مهم برای افزایش ارزش‌افزوده محصولات کشاورزی استان کرمان است. این صنایع می‌توانند با فرآوری محصولات خام کشاورزی، ارزش‌افزوده بیشتری ایجاد کرده و به بهبود درآمد کشاورزان کمک کنند. با توجه به جایگاه ویژه استان کرمان در تولید محصولات باغی مانند پسته، خرما و مرکبات، توسعه صنایع تبدیلی مرتبط با این محصولات می‌تواند به افزایش صادرات غیرنفتی و ارزآوری برای استان کمک کند.



۵-۲- گسترش کشت گلخانه‌ای و فناوری‌های نوین

توسعه کشت گلخانه‌ای یکی دیگر از راهکارهای مهم برای آینده کشاورزی استان کرمان است. با توجه به محدودیت منابع آبی استان و موفقیت در کسب رتبه دوم کشور در تولیدات گلخانه‌ای، گسترش این نوع کشت می‌تواند به افزایش بهره‌وری آب و درآمد کشاورزان کمک کند. استفاده از فناوری‌های نوین آبیاری، کشاورزی دقیق و دیجیتال و بذره‌ای اصلاح شده نیز می‌تواند به افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی استان کمک کند. این فناوری‌ها می‌توانند مصرف آب را کاهش داده و عملکرد محصول را افزایش دهند. برخورداری از جمعیت قابل‌توجه بهره‌بردار و نسبت بالای سواد میان کشاورزان، زمینه را برای پذیرش فناوری‌های نوین مهیا می‌سازد.

۵-۳- توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی

توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی یکی از راهکارهای مهم برای افزایش ارزش‌افزوده محصولات کشاورزی استان کرمان است. این صنایع می‌توانند با فرآوری محصولات خام کشاورزی، ارزش‌افزوده بیشتری ایجاد کرده و به بهبود درآمد کشاورزان کمک کنند. با توجه به جایگاه ویژه استان کرمان در تولید محصولات باغی مانند پسته، خرما و مرکبات، توسعه صنایع تبدیلی مرتبط با این محصولات می‌تواند به افزایش صادرات غیرنفتی و ارزآوری برای استان کمک کند. همچنین ایجاد زیرساخت‌هایی مانند شهرک‌های کشاورزی-صنعتی، سردخانه‌ها و پایانه‌های صادراتی می‌تواند جایگاه تجاری کرمان را تقویت کند.

۶- نتیجه‌گیری و چشم‌انداز آینده

استان کرمان با دارا بودن جایگاه ممتاز در بخش کشاورزی کشور، پتانسیل‌های فراوانی

برای توسعه این بخش دارد. سرشماری عمومی کشاورزی ۱۴۰۳ تصویری دقیق از وضعیت موجود کشاورزی استان ارائه داده و نقاط قوت و ضعف آن را نشان می‌دهد. استفاده مؤثر از این نتایج در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های آینده می‌تواند به تحقق توسعه پایدار در بخش کشاورزی استان کرمان کمک شایانی کند.

در مجموع، چشم‌انداز دهه آتی کشاورزی کرمان باید مبتنی بر افزایش بهره‌وری و حفظ منابع طبیعی باشد؛ ترکیبی از فناوری‌های نوین، حمایت از سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و فرآوری محصولات، به همراه سیاست‌گذاری

متناسب با ظرفیت‌های اقلیمی استان. توجه ویژه به توسعه کشاورزی دانش‌بنیان، ایجاد ارزش‌افزوده در مبدأ تولید و ارتقای تاب‌آوری اقلیمی (از طریق تولید ارقام مقاوم و تنوع در الگوی کشت) می‌تواند کشاورزی استان کرمان را در مسیر رشد بلندمدت و پایدار قرار دهد و در عین حفظ جایگاه مهم اشتغال‌زایی، ارزش‌افزوده بیشتری تولید می‌کند و به بهبود وضعیت اقتصادی استان کمک می‌کند. برای تحقق این چشم‌انداز، همکاری نزدیک بین بهره‌برداران کشاورزی، نهادهای دولتی، مؤسسات آموزشی و پژوهشی و بخش خصوصی ضروری است. *III*



تخریب منابع آب؛ پیامد توسعه بی ضابطه سیستم‌های نوین آبیاری



بهتر است که راهبرد دولت از پرداخت یارانه به بخش کشاورزی برای افزایش بهره‌وری آب، به سمت سخت‌گیری در بهره‌برداری از منابع آب در حد پایداری این منابع تغییر کند. با این راهبرد به دو هدف پایداری و بهره‌وری به‌طور همزمان دست خواهیم یافت.



دکتر محمد عبدالهی عزت‌آبادی

عضو هیأت‌علمی پژوهشگده پسته



/// من نمی‌دانم چرا همه اشتباه می‌کنند؟ چرا همه فکر می‌کنند که افزایش بهره‌وری آب در بخش کشاورزی و بویژه استفاده از سیستم آبیاری تحت‌فشار می‌تواند باعث کاهش مصرف آب در این بخش شده و تخریب منابع آب را کاهش دهد؟ از رییس‌جمهور فعلی، سابق و اسبق گرفته تا معاون رییس‌جمهور، وزرا، معاونین، مدیرکل‌ها، مدیران و غیره، حتی برخی از متخصصین نیز فکر می‌کنند که استفاده از سیستم‌های آبیاری نوین باعث کاهش مصرف آب در بخش کشاورزی خواهد شد، فکری که از اساس غلط و اشتباه است. از دیدگاه اقتصاد آب، حجم آب مهم نبوده بلکه تعادل بین عرضه و تقاضای آب دارای اهمیت است. اگر کمی هم مذهبی باشیم و قرآن را مطالعه کرده باشیم، متوجه می‌شویم که تمام منابع از جمله آب دارای حجم معین، ثابت، مقدر شده و کافی برای موجودات این کره خاکی می‌باشند. «وَإِنْ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا عَلَدْنَا خِزَايَتَهُ وَمَا نُنْزِلُهُ إِلَّا بِقَدَرٍ مَّعْلُومٍ»؛ یعنی «و هیچ چیزی نیست مگر آنکه خزانه‌هایش نزد ماست و آن را جز به‌اندازه معین نازل نمی‌کنیم»، سوره حجر، آیه ۲۱؛ یعنی مقدار آبی که در دسترس ما است مشخص بوده و ما قادر به تغییر آن نیستیم، بلکه بایستی طوری مدیریت کنیم که بین عرضه و تقاضای آب تعادل ایجاد شده و به این ترتیب احساس کمبود آب و زیان‌های ناشی از آن از بین برود.

اگر عرضه آب را ثابت در نظر بگیریم، تنها کاری که ما می‌توانیم انجام دهیم، محدود نگه‌داشتن تقاضای آب در حد عرضه است. حال سؤال این است که آیا استفاده از سیستم آبیاری تحت‌فشار تقاضا برای آب را کاهش می‌دهد؟ برای پاسخ به این سؤال بایستی تقاضا را تعریف کنیم. تقاضا عبارت است از

توانایی و تمایل برای خرید یک کالا. تمایل برای مصرف آب در بخش کشاورزی چگونه شکل می‌گیرد؟ زمانی که ارزش ایجاد شده توسط یک مترمکعب آب بیشتر از قیمت خرید آب باشد، تمایل برای مصرف آب ایجاد می‌شود؛ برای مثال اگر با مصرف یک مترمکعب آب بیشتر در باغ پسته به میزان ۱۰۰ گرم پسته تولید شود و قیمت هر کیلوگرم پسته ۵ میلیون ریال باشد، ارزش یک مترمکعب آب معادل ۵۰۰ هزار ریال خواهد بود. حال اگر بتوان هر مترمکعب آب را با قیمتی کمتر از ۵۰۰ هزار ریال تهیه کرد، تمایل به مصرف آن در باغ پسته بیشتر می‌شود. اگر بتوان با اجرای سیستم آبیاری تحت‌فشار تولید نهایی یک مترمکعب آب را از ۱۰۰ گرم به ۲۰۰ گرم افزایش داد (یعنی بهره‌وری آب را دو برابر کرد)، در نتیجه تمایل به مصرف آب در باغ‌های پسته نیز افزایش می‌یابد.

توان خرید آب به چه معنی می‌باشد؟ توان خرید یعنی اینکه هرزمانی که تمایل به خرید آب وجود داشت، پول کافی برای خرید آن میزان آب نیز وجود داشته باشد. از طرفی هر چه درآمد کشاورز از تولید محصول بیشتر شود و هزینه‌های تولید سهم کمتری از درآمد را تشکیل دهد، پول بیشتری جهت خرید آب باقی می‌ماند. حال اگر بتوان با ورود تکنولوژی‌های جدید، بهره‌وری نهاده‌های مختلف از جمله آب را افزایش داد، درآمد افزایش یافته و هزینه‌ها کاهش می‌یابد و بنابراین توان کشاورز در خرید آب بالاتر می‌رود. وضع وقتی بدتر می‌شود که دولت در جهت ترویج تکنولوژی‌های جدید از جمله سیستم‌های آبیاری تحت‌فشار، یارانه نیز پرداخت کند، در نتیجه دولت با این کار توان کشاورز در خرید آب را بالاتر می‌برد.

با کاربرد تکنولوژی‌های نوین مانند سیستم‌های آبیاری تحت فشار و در نتیجه افزایش بهره‌وری آب، تمایل و توانایی کشاورز برای خرید آب بالا می‌رود؛ به عبارت دیگر، کاربرد این تکنولوژی‌ها باعث افزایش تقاضا برای آب شده و فشار بر منابع آب جهت مصرف در بخش کشاورزی بالا می‌رود. بنابراین با افزایش بهره‌وری آب در بخش کشاورزی، حفاظت از منابع آب اتفاق نخواهد افتاد، بلکه عکس این موضوع صادق است.

به این ترتیب مشخص می‌شود که با کاربرد تکنولوژی‌های نوین مانند سیستم‌های آبیاری تحت‌فشار و در نتیجه افزایش بهره‌وری آب، تمایل و توانایی کشاورز برای خرید آب بالا می‌رود؛ به عبارت دیگر، کاربرد این تکنولوژی‌ها باعث افزایش تقاضا برای آب شده و فشار بر منابع آب جهت مصرف در بخش کشاورزی بالا می‌رود. بنابراین با افزایش بهره‌وری آب در بخش کشاورزی، حفاظت از منابع آب اتفاق نخواهد افتاد، بلکه عکس این موضوع صادق است، یعنی اینکه با حفاظت از منابع آب و محدود نگه‌داشتن دسترسی کشاورزان به منابع آب در سطح بهره‌برداری پایدار، باعث افزایش انگیزه استفاده از تکنولوژی‌های کم‌آبر مانند سیستم‌های آبیاری تحت‌فشار خواهد شد؛ به‌طوری که کشاورزان بدون نیاز به یارانه دولتی و تنها با انگیزه اقتصادی استفاده بهتر از منابع آب محدود در اختیار به سمت افزایش بهره‌وری آب حرکت خواهند کرد.

بنابراین بهتر است که راهبرد دولت از پرداخت یارانه به بخش کشاورزی برای افزایش بهره‌وری آب، به سمت سخت‌گیری در بهره‌برداری از منابع آب در حد پایداری این منابع تغییر کند. با این راهبرد به دو هدف پایداری و بهره‌وری به‌طور همزمان دست خواهیم یافت. یعنی هم منابع آب حفظ خواهد شد و هم انگیزه کشاورزان در استفاده بهتر از آب و بالا بردن بهره‌وری آب بالاتر می‌رود. علاوه بر این، فشار بر بودجه دولت جهت پرداخت یارانه نیز کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر، این راهبرد دو اصل کارایی اقتصادی و پایداری منابع را به دنبال خواهد داشت؛ علاوه بر آن، در راستای سنت الهی مبنی بر اجازه مصرف منابع در حد و اندازه مشخص و در راستای مصلحت «بِقَدَرٍ مَّعْلُومٍ» نیز خواهد بود. **///**



بایستی در وزارت جهاد کشاورزی صرفاً از نیروهای متخصص و توانمند استفاده شود و تشکیلات وزانتخانه فربه‌تر نشوند و مسئولیت‌های اجرایی به تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و تعاونی‌های بخش خصوصی کشاورزی واگذار شود و تمرکز وزارتخانه بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری باشد.



گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «محمد مهدی احمدی»
عضو هیئت علمی گروه مهندسی آب دانشگاه شهید باهنر کرمان

مدیریت جامع منابع آب در مسیر سازگاری با کم‌آبی



مقدمه

استان کرمان دارای اقلیم نیمه کوهپایه با میانگین بارندگی ۱۴۰ میلی‌متر است. در مناطق شمال استان این میزان کمتر و در مناطق مرتفع مانند حوضه آبریز رودخانه هلیل‌رود این مقدار بیشتر است. با مطالعه محصولات کشاورزی با سابقه کاشت طولانی و همچنین عادات مصرف آب در بین شهروندان، سازگاری با این اقلیم و شرایط کم‌آبی وجود داشته و نهادینه شده بوده است، اما روند توسعه بدون توجه به این شرایط انجام شده، توسعه سطح زیر کشت حتی برای درختی مانند پسته که نیاز آبی کمی دارد، در کنار توسعه صنعتی قابل‌توجه (تولید ناخالص داخلی استان در بخش صنعت و معدن از حدود ۳۷ درصد به نزدیک ۵۷ درصد در پایان برنامه ششم توسعه رسیده است) الگوی سازگاری را تغییر داده و فشار به منابع آبی را بسیار افزایش داده است. لازم است توضیح دهیم که در کاربرد آب دو مسئله متفاوت وجود دارد:

– **مسئله اول: استفاده از آب (Water User):**

به معنی کل میزان آب برداشت شده از منبع برای رفع نیاز صنعت، کشاورزی، شرب و غیره. در این حالت بخش قابل‌توجهی از آب مجدداً در دسترس است؛ مانند آب استفاده شده برای سیستم خنک‌سازی یا آب شرب. به این آب، آب برگشتی می‌گویند که در مورد آب شرب می‌تواند تا ۷۰ درصد آب برداشت شده از مخزن باشد که بعد از فرایند تصفیه به‌عنوان یک منبع قابل تکیه و پایدار قابل استفاده است.

– **مسئله دوم: آب مصرفی (Water Consumption):**

در این حالت کل آب برداشت شده از مخزن مصرف شده و آب برگشتی وجود ندارد. صنایع فولاد در کرمان که قرار است در اقی ۱۴۰۴، بیش از ۳۰ درصد از تولید زنجیره فولاد کشور را اختصاص دهند برای هر کیلوگرم بین دو و نیم تا ۸ لیتر آب مصرف می‌کند که بخش قابل‌توجهی از آن مصرف می‌شود. با این مقدمه مشروح گفت‌وگوی ما با دکتر محمد مهدی احمدی، عضو هیئت علمی گروه مهندسی آب دانشگاه شهید باهنر کرمان قابل‌ملاحظه است.



♦♦ **برنامه مقابله با چالش‌های موجود و جهت‌گیری سازگاری با کم‌آبی در استان کرمان در چه مرحله‌ای و با چه دستاوردهایی با توجه به هدف تعریف شده است؟**

از اهداف طرح آمایش سرزمین (Land Use Planning) تسهیل توسعه پایدار و متعادل و حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی است. بر مبنای این اهداف در تمام برنامه‌ریزی‌های انجام شده باید سازگاری با کم‌آبی برای استان کرمان لحاظ شده و مبنای قرار گیرد. در کنار این مسئله توجه ویژه به مدیریت جامع منابع آب به معنای فرایند مشارکتی توسعه و مدیریت آب مصرفی بدون به خطر انداختن اکوسیستم‌های آبی، برای هر نوع برداشت، استفاده و یا مصرف از منابع آبی باید موردتوجه قرار گیرد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در مدیریت جامع منابع آب در ایران، حضور دستگاه‌های دولتی متعدد (آب منطقه‌ای، جهاد کشاورزی، سازمان منابع طبیعی و آب‌خیزداری و غیره) است که سازمان‌دهی، راهبری منابع و امکانات، هدایت، کنترل و نظارت را با مشکل مواجه کرده است؛ بنابراین نمی‌توان جهت‌گیری مشخصی را در راستای سازگاری با کم‌آبی شناسایی کرد. در این‌بین دیدگاه اشتباهی که می‌پندارد بهره‌برداری از طرح‌های انتقال آب شامل پروژه انتقال آب از سد صفارود به کرمان و انتقال آب از دریای عمان می‌تواند مشکل بحران آب را حل کند نیز به یک نوع انفعال در برخی سازمان‌ها شده است.

این طرح‌ها در صورت تکمیل و بهره‌برداری می‌تواند مشکل آب شرب و نیاز چند صنعت را مرتفع کند، اما فشار به منابع آبی استان همچنان باقی خواهد ماند. کشاورزی به‌عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده آب با چالش‌های بسیار زیادی مواجه است. این چالش بدون استفاده از علم روز و تکنولوژی، همکاری مراکز دانشگاهی (همکاری مؤثر با دانشگاه می‌تواند سمت‌وسوی تحقیقات در این نهاد علمی را به سمت رفع مشکلات سوق دهد)، همکاری تمام ذینفعان و وضع قوانین مناسب امکان‌پذیر نیست. در حال حاضر نمی‌توان

از برنامه جامعی برای سازگاری با کم‌آبی در استان نام برد. دفاتر متعددی در سازمان‌ها ایجاد شده، اما با توجه به وضعیت موجود به نظر می‌رسد این دفاتر به‌صورت موضعی فعالیت‌هایی را در این زمینه انجام داده‌اند. با تقدیر از این تلاش‌ها لازم است ذکر کنیم رسیدن به نتایج مؤثر در گرو یکپارچه‌سازی این فعالیت‌ها است. جمع‌آوری داده‌ها، جهت تحلیل و بررسی اقدامات و راهبری فعالیت‌های کاملاً ضروری است.

♦♦ **در مورد روند تغییرات بیلان آب استان چه توضیحاتی ارائه می‌کنید؟**

پاسخ این سؤال نیاز به اطلاعات دقیق و مطالعات اساسی دارد.

♦♦ **اتلاف آب در تأمین آب شرب شهری، کشاورزی و صنعت استان در تناسب با متوسط کشور و متوسط جهانی در چه وضعی است و برای برطرف سازی این بهبوده سازی چه اقداماتی شده و چه برنامه‌هایی اندیشیده شده است؟**

اتلاف آب به میزان آب برداشتی از منبع آب گفته می‌شود که نقشی در بهبود، افزایش کارایی و تولید مصرف‌کننده ندارد؛ به‌عنوان مثال می‌توان نشت آب از خط انتقال آب شهری یا تراوش آب از کانال‌های خاکی کشاورزی را نام برد. میزان اتلاف به چندین عامل اصلی بستگی دارد؛ طول عمر سیستم استحصال و انتقال، تکنولوژی مصرف‌کننده و وجود سیستم‌های جمع‌آوری پساب. به‌طور میانگین ۳۰ تا ۳۲ درصد آب شهری به دلیل اتلاف در شبکه انتقال و توزیع هدر می‌رود. طول عمر سیستم و میزان استفاده از فناوری می‌تواند این درصد را کاهش یا افزایش دهد.

با توجه به طول عمر لوله‌کشی شهری کرمان و تجهیزات قدیمی و عدم وجود سیستم دقیق برای بهینه‌سازی فشار این درصد اتلاف در شهر کرمان احتمالاً بیش از ۳۰ درصد است. در کشاورزی کانال‌های خاکی، استخرهای روباز خاکی و سنتی و آبیاری غرقابی، بیشترین تأثیر را در هدر رفت آب دارد. در حال حاضر

۲۵ درصد از اراضی کشاورزی در استان کرمان به سیستم‌های نوین آبیاری مجهز هستند. در ایران این میزان ۳۵ درصد است. با توجه به سطح زیر کشت غالب استان به شکل باغ این ۲۵ درصد به هیچ عنوان قابل‌قبول نیست. بهره‌وری آب در سیستم‌های غرقابی در بهترین حالت ۵۰ درصد است، در حالی که در سیستم‌های نوین بیش از ۷۰ درصد است؛ بنابراین میزان هدر رفت آب در کشاورزی استان کرمان قابل‌توجه است.

♦♦ **چرا مسئله چاه‌های غیرمجاز در کشور و از جمله در استان کرمان به‌طور ریشه‌ای حل نمی‌شود؟ برطرف‌سازی این عامل مهم در نابسامانی در حوزه آب چقدر سخت است؟ مسئله، ناتوانی است یا چشم‌پوشی؟**

چاه‌های غیرمجاز یک اصطلاح حقوقی است. یک سیستم برای برداشت آب از منابع آب زیرزمینی که بدون مجوز حفر شده است؛ به نظر اینجانب هنگامی که آبخوان در وضعیت بحرانی قرار می‌گیرد، همانند بسیاری از دشتهای کرمان و ایران در صورتی که تعداد چاه‌ها از عدد مشخصی (بستگی به میزان آبدهی چاه) فراتر می‌رود، برداشت غیرمجاز خواهد بود، حتی اگر برخی از این چاه‌ها دارای مجوز بهره‌برداری باشند. نصب کنتورها بر روی چاه‌ها کمک قابل‌توجهی به مدیریت برداشت می‌کند. در حال حاضر با توجه به عکس‌های ماهواره‌ای و امکان استفاده از پهپاد می‌توان به‌طور دقیقی چاه‌های فعال را یافت، اما با توجه به اینکه معیشت بخشی از مردم به برداشت آب از این چاه‌ها بستگی دارد، مسئله تخریب و مسدودسازی بسیار مشکل است. لازم به ذکر است که غالب این چاه‌ها از موتور برقی استفاده می‌کنند بنابراین از جنبه اجرایی می‌توان به‌راحتی تنها با قطع برق این چاه‌ها را از مدار خارج کرد، اما چالش‌های اجتماعی متعدد و پیچیده‌ای رخ می‌دهد. برخی از این چاه‌ها شخصی است و در باغ مشخص بدون مجوز حفر شده است. باید با اولویت‌بندی نسبت به مسدودسازی این چاه‌ها اقدام نمود، اما بهترین راه جلوگیری از حفر چاه است. این

کار بسیار راحت‌تر است. تقریباً تمام چاه‌ها بعد از مدتی نیاز به جابه‌جایی، کف‌کشی و تعویض لوله دارند؛ در این مواقع می‌توان با بازخورد منفی کمتر با مدیریت دستگاه‌های حفاری بدون اقدام مستقیم چاه غیرمجاز را از مدار برداشت خارج کرد.

♦♦ بهره‌برداری از رودهای استان چقدر علمی و احیاناً با نگاه به تجربه‌های موفق جهانی انجام می‌شود؟

رودخانه‌ها به‌عنوان یک منبع آب شیرین، اهمیت حیاتی برای زندگی انسان‌ها و محیط‌زیست دارند. رودخانه‌ها کارکردهای متعددی دارند؛ به‌عنوان زهکش حوضه‌های آبریز عمل می‌کنند، منابع تأمین آب کشاورزی و شرب هستند، امکان ذخیره جریان‌های سیلابی آن‌ها در مخازن بزرگ و کوچک وجود دارد و این مخازن برای اهداف مختلف: شرب، کشاورزی، صنعت و تولید برق استفاده می‌شوند. منابع تأمین آب تالاب‌ها، دریاچه‌ها و باتلاق‌ها هستند و نقش مؤثری در تغذیه سفره آب زیرزمینی دارند. جریان در رودخانه‌ها غیردائمی است (میزان جریان عبوری نسبت به زمان متغیر است) و همچنین دو فازه است (جریان آب و رسوب). بهره‌برداری مناسب از رودخانه‌ها نیاز به مدیریت و برنامه‌ریزی دارد که از یک رودخانه به رودخانه دیگر باید متفاوت باشد. در میان منابع آب مختلف در کشورمان رودخانه‌ها کمتر موردتوجه برنامه‌ریزان و مدیران می‌باشند. به‌جز احداث سد، بندهای آبخیر برای جهت تأمین شبکه آبیاری در برخی رودخانه‌ها دیگر شاهد بهره‌برداری و موضوع مدیریت مشخصی نیستیم.

ساخت ساختمان و ویلا، استفاده کشاورزی و باغی در مقطع اصلی و سیلابی رودخانه‌ها، تخلیه نخاله در آبراهه‌ها، پرکردن مسیل‌ها که گاهی منجر به رودخانه خواری می‌گردد نشان‌دهنده این موضوع است که حریم رودخانه‌ها نیز رعایت نمی‌شود. مدیریت سیلاب نیز به‌صورت مقطعی و چند زمانی پس از وقوع سیلاب موردتوجه قرار می‌گیرد و مدیریت جامعی در این مورد نیز وجود ندارد.

البته تلاش‌ها و مطالعاتی توسط شرکت آب منطقه‌ای کرمان در مورد پهنه‌بندی سیل در رودخانه‌های استان در حال انجام است. از آنجائی که رودخانه‌ها به‌عنوان سیستم دینامیک عمل می‌کنند (پارامترهای مشخصه رودخانه نسبت به زمان و نسبت به هر نوع تغییر طبیعی یا انسان‌ساز، تغییر می‌کنند) باید با حساسیت ویژه‌ای مدیریت شوند. مسیر یک رودخانه از آبراهه‌های بالادست حوضه تا نقطه انتهایی غالباً مسیری طولانی است. یک اقدام مطالعه نشده در یک مقطع یا بازه می‌تواند مشکلات متعددی در بازه‌های پایین‌دست یا بالادست ایجاد کند. مسئله مهم دیگر نگاه ویژه به مسائلی است که کیفیت آب رودخانه را می‌توانند تحت تأثیر قرار دهد؛ مانند تخلیه نخاله و زباله در مسیر. کاهش کیفیت آب رودخانه تأثیر قابل‌توجه و طولانی‌مدتی بر اکوسیستم منطقه خواهد گذاشت که بازگردانی آن بسیار دشوار است. رودخانه‌ها احتیاج به پایش مداوم، جمع‌آوری اطلاعات از طریق ایستگاه‌های هیدرومتری و عکس‌های ماهواره‌ای دارند تا بتوان مدیریت و برنامه‌ریزی مناسبی انجام داد. توجه کنید که یک رودخانه در هنگام خشک بودن، همچنان یک رودخانه است. به‌طورکلی رودخانه‌ها در ایران و استان کرمان آن‌چنان‌که باید موردتوجه قرار نگرفته‌اند.

♦♦ به نظر شما آیا در اندیشه احیای قنوات و بومی‌سازی آب کشاورزی و شرب می‌توان به جایی رسید؟

قنوات علاوه بر نقش‌آفرینی به‌عنوان منبع پایدار تأمین آب جزو میراث فرهنگی و تمدنی کشور ایران می‌باشند. پایین رفتن سطح آب زیرزمینی منجر به خشک شدن اکثر قنوات شده است. خشک شدن قنات منجر به نابودی تدریجی آن به دلیل ریزش گالری (تونل) و میله چاه می‌شود. سازمان‌های متولی نسبت به حفظ این میراث ارزشمند باید بسیار حساس باشد. تعیین حریم قنوات و پایبندی به این حریم و عدم اجازه حفر چاه در این محدوده ضروری است. در میان جوامع بهره‌بردار نیز قنات جایگاه

ویژه‌ای دارد. مردم قنات را میراث گذشتگان می‌دانند و جریان قنات مانند جریان زندگی در رگ و پی این جوامع است. قنات غیرمجاز وجود ندارد و مشکلات مرتبط با چاه‌های غیرمجاز در مورد این منبع آب مطلقاً وجود ندارد، نیاز به نصب کنتور و نظارت بهره‌بردار ندارد، به دلیل هیدرولیک خاص قنات، برداشت بی‌رویه از منبع آب زیرزمینی به‌وسیله آن وجود ندارد و سطح زیر کشت توسط بهره‌برداران هماهنگ با آبدهی قنات و ذخیره آبخوان انجام می‌شود. عدم توجه به احیای قنات می‌تواند نسلی از افراد با تجربه و دانش تجربی آن‌ها را نیز از بین ببرد.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

در مواجهه با مسئله آب به‌طورکلی اعم از مدیریت یا مهندسی منابع آب، بایستی به حفظ و احیا و بهره‌برداری با توجه به موقعیت، شرایط و هیدرولیک هر منبع آب اقدام نمود. دراین‌بین باید تمام جنبه‌ها و اقدامات موردتوجه قرار گیرد؛ به‌عنوان نمونه، مدیریت سیلاب نباید در هنگام کم‌آبی در رودخانه مشکل ایجاد کند، آبخیری از رودخانه و احداث بند و سد نباید مشکلات زیست‌محیطی و خشک شدن مطلق تالاب یا دریاچه‌های پایین‌دست را به همراه داشته باشد. گاهی در رسانه‌ها، نوشته‌ها و سمینارها می‌شنویم که مثلاً توجه به یک راه‌حل ویژه می‌تواند مشکل را حل کند، این مسئله درست نیست. راه‌حل باید شامل راهکارهای مختلف که به‌صورت یکپارچه مدیریت می‌شوند، باشد که این راهکارها با توجه به موضوع، شرایط منبع آب، بهره‌برداری و مسائل مرتبط با انتقال، توزیع و مصرف اتخاذ شوند. برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح در مسئله آب بدون دسترسی به داده‌های کافی دشوار خواهد بود و عدم قطعیت را افزایش می‌دهد. توجه به جمع‌آوری داده‌ها از منابع آب با توجه به روند رو به رشد کارایی روش‌های هوشمند، ضرورتی انکارناپذیر است. پذیرش واقعیات اقلیمی و شرایط منابع آب و استفاده از راهکارهای علمی می‌تواند کارایی مصرف آب در اکثر بخش‌ها را افزایش داده و مشکلات متعدد مرتبط با آب را کاهش دهد. **///**

فصل «بازار» روندهای تجاری، فرصت‌های صادراتی، زیرساخت‌های **بازرگانی، خدمات** و حوزه گردشگری را مرور و تحلیل می‌کند.



بازار



الگوهای مؤثر برای تجارت نکردن!



رخدادهای اخیر که به تجاوز آشکار رژیم صهیونیستی به خاک میهن مان منجر شد و خیز اروپا برای فعال سازی مکانیزم ماشه، شرایط تجارت خارجی و توسعه اقتصادی کشور را مطمئناً برای مدتی طولانی با چالش های جدی و بحرانی مواجه خواهد ساخت؛ مگر اینکه رهبران اقتصادی کشور راهبرد بهره‌گیری از حداکثر ظرفیت نخبگی را در دستور کار خود قرار دهند و آن را جایگزین جناح‌گرایی و خویشاوند سالاری و حزب و حزب‌بازی‌های بی‌ثمر گذشته کنند.



محمدرضا مودودی

رئیس هیئتمدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد تجاری صنعتی دوغانرون

/// صحبت از الگوهای موفق تجارت خارجی در ساختار اقتصادی ایران، آن‌هم در شرایطی که بعد از گذشت نیم‌قرن که از تجارت مدرن در ایران می‌گذرد و هنوز هم برای ابتدایی‌ترین زیرساخت‌های نرم و سخت موردنیازش دچار مشکل و چالش جدی است، به این می‌ماند که بخواهیم با آنچه که جاده روی زمین را در می‌نورديم، رؤیای سفر به کره ماه را محقق سازیم! بر هیچ‌کس پوشیده نیست که تجارت خارجی ایران حداقل بیش از یک دهه است که دچار روزمرگی، ایستایی و بحران جدی شده و سقف آن (صادرات غیرنفتی و واردات) به‌زحمت به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار می‌رسد! این در حالی است که ما با داشتن ۱/۲ درصد از جمعیت جهان، بیش از ۱۵ درصد منابع خدادادی و ثروت



مشهود را داریم و با احتساب ظرفیت‌های پنهان گردشگری این عدد بیشتر هم می‌شود! اگر زمانی بحث دسترسی به تکنولوژی و دانش فنی روز و بهره‌وری و رقابت‌پذیری به‌عنوان پیش‌نیازهای تجارت جهانی مطرح بود، امروزه این سطح توقع در ساختار اقتصادی ایران تا تأمین نیازهای اولیه برق، آب، گاز، گازوئیل و برقراری ارتباطات بانکی با دنیا کاهش پیدا کرده است! بنابراین از صنعتی که برای برق و گاز روزمره‌اش هم معطل مانده است، نه‌تنها نمی‌توان انتظار تولیدی رقابت‌پذیر در سطح بین‌المللی را داشت؛ بلکه حتی فروش محصولاتش در بازار داخلی نیز که رقابیش به‌صورت رسمی و غیررسمی حضور دارند، دشوار و آرزو شده است.

این در حالی است که در دنیای امروز، صحبت از توسعه تجارت خارجی بدون گسترش روابط سیاسی و اقتصادی با دیگر کشورها، بی‌معنی است. با این وصف رخدادهای اخیر که به تجاوز آشکار رژیم صهیونیستی به خاک میهن‌مان منجر شد و خیز اروپا برای فعال‌سازی مکانیزم ماشه، شرایط تجارت خارجی و توسعه اقتصادی کشور را مطمئناً برای مدتی طولانی با چالش‌های جدی و بحرانی مواجه خواهد ساخت؛ مگر اینکه رهبران اقتصادی کشور راهبرد بهره‌گیری از حداکثر ظرفیت نخبگی را در دستور کار خود قرار دهند و آن را جایگزین جناح‌گرایی و خویشاوند سالاری و حزب و حزب‌بازی‌های بی‌ثمر گذشته کنند؛ که در غیر این صورت بعید است بتوان چشم‌انداز روشنی برای فردای اقتصاد، تولید و تجارت کشور متصور شد! رویکرد فعلی که مبتنی بر رفاقت سالاری است، ما را بیش از گذشته در مسیری متفاوت پیش می‌راند و آن‌ها که می‌خواهند فقط با شعار، هیاهو، صدور بخشنامه و مقررهِ این ساختار مجروح را متحول سازند، راه به‌جایی نخواهند برد. این در حالی است که می‌شنویم توصیه یکی از وزرای کابینه به صنعتگر ایرانی این بوده است که اگر از خاموشی‌ها ناراحتید، خودتان برق مورد نیازتان را با خرید ژنراتور تأمین کنید، آن‌هم در شرایطی که سهمیه گازوئیل هم به‌اندازه بی‌برقی مشکل‌ساز است!

اگر نخواهیم رخدادهای تلخ اخیر را مانعی جدی بر سر راه توسعه تجارت تلقی کنیم، پرسش کلیدی این است که چرا برخی از سیاست‌گذاران اقتصادی، مدیران صنعتی و رهبران تجاری کشور همچنان بر ادامه راه ناهموار گذشته و تجارت با الگوهای قدیمی اصرار دارند؟! آیا این رویکرد ناشی از ناآگاهی از تحولات جهانی، نگاه درون‌گرا، عادت به بازارهای قدیم، گرایش به انزوا و یا ترس از تغییرات ساختاری در سیاست‌های تجاری است، یا مایل به ایجاد تعامل سازنده و ارتباط برد- برد با دنیایی نیستند که به‌سرعت در حال پوست‌اندازی و تغییر است و یا شاید عدم تطابق میان دانش و تجربه با منصبی که بر آن تکیه دارند، دلیل سردرگمی و تشتت برنامه‌های ایشان است؟! واقعیت این است

که تنوع‌بخشی و تغییر در ترکیب سبد صادراتی با هدف جلب نظر بازارهای هدفی که دیگر از جنس دیروز نیستند، برای آینده تجاری ایران ضروری و بلکه حیاتی است. در شرایطی که تجارت بین‌الملل نقش رهبری نظامی دنیای قدیم را در عصر حاضر ایفا می‌کند و برندهای تجاری به اهرم‌های اصلی تولید قدرت و نفوذ و تنظیم معادلات ژئوپلیتیکی تبدیل شده‌اند، ایران همچنان با الگوهایی منسوخ، نهادهایی ناهماهنگ و رویکردهایی مقطعی و نامطمئن در حال پیمودن مسیری است که تا به امروز دستاوردی متناسب با ظرفیت‌های بالقوه کشور در پی نداشته است.

ایران که همواره از موقعیت ممتاز جغرافیایی برخوردار بوده، به بازارهای پرجمعیت منطقه‌ای و منابع متنوع زیرزمینی دسترسی داشته و فرزندانی برومند و دانشمند را در دامن خود پرورانده، بزرگ‌ترین فرصت‌های تاریخی را در اختیار داشته تا بتواند یکی از قطب‌های بزرگ اقتصادی در دنیا باشد؛ لیکن در غیاب یک راهبرد منسجم، اراده‌ی معطوف به توسعه و رویکرد تعاملی با دنیا، ظرفیت‌های بالقوه خود را تا به امروز به فعلیت نرسانده است.

ذکر این موارد نه صرفاً نقد وضع موجود، بلکه تقلای ترسیم چارچوبی واقع‌گرایانه با هدف بازمهندسی ساختار تجارت خارجی کشور است؛ ساختاری که اگر به‌درستی تعریف نشود، همچنان مانعی جدی برای توسعه اقتصادی پایدار باقی خواهد ماند.

می‌دانیم که بازارهای جهانی با سرعتی بی‌سابقه در حال بازتعریف خود در چارچوب معماری نوینی از تجارتند که در آن بر پیوستگی زنجیره‌های تأمین هوشمند، حکمرانی داده محور و خلق مزیت از مسیر فناوری و برند تأکید شده است. در چنین وضعیتی رقابت اصلی و سرنوشت‌ساز بر سر عضویت و کسب جایگاه در زنجیره ارزش جهانی است.

اما متأسفانه الگوی تجارت خارجی ایران همچنان بر مدار خام فروشی، صادرات اقلام کم‌عمق از منظر فناوری هایتک و غفلت از خلق ارزش درون‌زای صنعتی می‌چرخد. این الگو نه‌تنها موجب اتلاف منابع و تضعیف قدرت چانه‌زنی

کشور در عرصه بین‌المللی شده، بلکه ایران را به صادرکننده‌ای جایگزین‌پذیر در پایین‌ترین سطوح در زنجیره جهانی تقلیل داده است؛ جایگاهی که تداوم آن، چیزی جز تثبیت عقب‌ماندگی ساختاری در تجارت خارجی نخواهد بود.

در کنار چالش‌های ساختاری در تولید صادرات محور، تجارت خارجی ایران با معضل عمیق‌تر دیگری نیز مواجه است: ناهماهنگی نهادی و زیرساختی مزمن. درحالی‌که کشورهای موفق منطقه توانسته‌اند با طراحی یکپارچه زنجیره تأمین، سامانه‌های گمرکی هوشمند، لجستیک چندوجهی و اتصال بانکی بین‌المللی، مزیت جغرافیایی خود را به دارایی راهبردی تبدیل کنند، ایران همچنان از بهره‌برداری مؤثر از موقعیت ژئوپلیتیکی‌ش بازمانده است. فقدان فرماندهی واحد تجاری، تعاملات بین‌المللی، برقراری روابط بانکی، پنجره واحد تجاری و نیز نگاه غالب بخشی، تشتت مسئولیت‌ها و کندی تبادل اطلاعات میان نهادهای مسئول موجب شده تا مسیر صادرات و واردات بیش از آن‌که یک گذرگاه توسعه باشد، مانعی برای رقابت‌پذیری تلقی شود. ظرفیت‌های موجود اگر در سازوکار نهادی به فرصت تبدیل نشوند، نه‌تنها بلااستفاده می‌مانند، بلکه به‌تدریج فرسوده و بی‌اثر و بی‌خاصیت خواهند شد.

در سطح تصمیم‌سازی کلان، یکی از خطاهای مزمن سیاست‌گذاری تجاری ایران، گرفتار شدن در دوگانه‌ای غیر واقع‌گرایانه خوب و بد یا به تعبیری «صادرات مطلوب» و «واردات مذموم» است؛ گویی که هر کالایی که صادر شود، نشانه‌ای از اقتدار اقتصادی کشور است و در مقابل هر کالای وارداتی، علامتی است از ضعف و وابستگی و ناتوانی! این نگاه تقلیل‌گرایانه در تضاد کامل با الگوی کشورهای موفق است که جهش تولید خود را نه در انزوا، بلکه با تکیه بر واردات هدفمند فناوری، دانش فنی و مواد اولیه رقم زده‌اند. امروزه به شهادت آمارهای جهانی، بزرگ‌ترین صادرکنندگان، بزرگ‌ترین واردکنندگان هستند و حتی چین برای ترویج واردات به صادرکنندگان دیگر کشورها بسته‌های تشویقی (نظیر نمایشگاه ارزان و گاه رایگان واردات) ارائه می‌دهد تا بتواند در پناه این سیاست راهبردی،



رخدادهای اخیر که به تجاوز آشکار رژیم صهیونیستی به خاک میهن مان منجر شد و خیز اروپا برای فعال سازی مکانیزم ماشه، شرایط تجارت خارجی و توسعه اقتصادی کشور را مطمئناً برای مدتی طولانی با چالش های جدی و بحرانی مواجه خواهد ساخت؛ مگر اینکه رهبران اقتصادی کشور راهبرد بهره‌گیری از حداکثر ظرفیت نخبگی را در دستور کار خود قرار دهند و آن را جایگزین جناح‌گرایی و خویشاوند سالاری و حزب و حزب‌بازی های بی‌ثمر گذشته کنند؛ که در غیر این صورت بعید است بتوان چشم‌انداز روشنی برای فردای اقتصاد، تولید و تجارت کشور متصور شد!

زنجیرهای روابط تجاری خود با دیگر کشورهای هدف صادراتی‌اش را مستحکم‌تر سازد.

تجربه صنعتی شدن در کره جنوبی، چین و حتی ترکیه نشان می‌دهد که طراحی سپد وارداتی منطبق بر نیاز زنجیره تولید، خود یکی از پیش‌نیازهای افزایش رقابت‌پذیری صادرات است. در این چارچوب، صادرات بدون واردات هوشمند، چیزی بیش از یک عدد در ترازنامه تجاری نیست؛ و اگر ابزارهای تأمین و به‌روزرسانی تولید مسدود شوند، صادرات نیز به‌زودی از درون تهی خواهد شد.

جنگ، تحریم و انزوا گرچه پدیده‌ای تحمیلی و محصول مختصات سیاست بین‌الملل است، اما نحوه مواجهه با آن تماماً به درون ساختار حکمرانی اقتصادی کشور بازمی‌گردد. به‌جای آن‌که این محدودیت به فرصتی برای نوسازی ساختارهای تجارت خارجی تبدیل شود و نقش معطل‌مانده مناطق آزاد تجاری به پایگاه‌هایی برای ایجاد پیوندهای عمیق با سرمایه‌گذاران خارجی بازتعریف شود و نیز فرایندها شفاف و دیپلماسی اقتصادی تقویت گردد، تمرکز بر روش‌های غیررسمی و کوتاه‌مدت کاهش‌یافته و سهم مشارکت نخبگان تجاری و تولیدی افزایش یابد، عملاً شاهدیم که اراده‌ای برای بازسازی این ساختار معیوب وجود ندارد و همچنان راه برای شکل‌گیری شبکه‌های رانت، تضعیف نهادهای رسمی و از بین رفتن فضای رقابتی هموارتر از آشکال قانونی آن است! و متأسفانه آموزه‌ای که از جنگ و تحریم برای ما باقی‌مانده، نه ضرورت بازمهندسی تاب‌آوری، آشتی دانش و بینش با مدیریت کلان و بازسازی آینده بر مدار نخبگی، بلکه بر طبل گذشته کوبیدن، تکرار شعارهای گذشته و توجیه وضعیت موجود است. در واقع، فشار بیرونی زمانی آسیب‌زا می‌شود که ساختار درونی فاقد قدرت تصمیم‌گیری درست، تحلیل عقلانی،

اجماع سازی نخبگان و اقدام هماهنگ باشد. هم‌زمان، نبود وحدت فرماندهی، نقشه راه تجاری و دیپلماسی اقتصادی منسجم و عدم تعامل سازنده و پایدار و توسعه روابط با بازارهای هدف، تجارت خارجی ایران را به مجموعه‌ای از واکنش‌های پراکنده تبدیل کرده که بیشتر به رفتارهای پارتیزانی در عرصه تجارت بین‌الملل شبیه است تا تحرک ارتشی منسجم و قدرتمند در عرصه اقتصادی! و شاهد آنیم که بسیاری از تصمیمات تجاری کشور نه بر اساس تحلیل و آینده‌پژوهی و بازارشناسی حرفه‌ای، بلکه با نگاه به نیازهای کوتاه‌مدت سازمانی، نگاهی درون‌زا و در پاسخ به بحران‌ها و نوسانات روزمره اتخاذ می‌شوند؛ الگویی که فرسایشی، پرهزینه، بی‌خاصیت و بی‌سرانجام است.

در شرایطی که کشورهای رقیب سهم خود را از بازارهای جهانی از طریق صادرات محصولات هایتک، خدمات خلاق و صنایع نوین افزایش می‌دهند، سید صادراتی ایران همچنان متکی بر قیر، متانول، مشتقات نفتی و مواد خام معدنی است. این نوع صادرات نه تنها پایدار نیست، بلکه آسیب‌پذیر در برابر نوسانات قیمت فاقد قدرت چانه‌زنی و محل برنـد ملی نیز هست. خام‌فروشی در چنین شرایطی بیش از آن‌که استراتژی باشد، علامت ناتوانی در صنعتی‌سازی واقعی اقتصاد است.

از طرفی، ترکیب سبد صادراتی کشور نه تنها از نظر کالایی، بلکه از نظر جغرافیایی نیز دچار انجماد است. تمرکز شدید بر چند کالای محدود و بازارهای خاص، نشان‌دهنده غیبت سیاست تنوع‌بخشی در صادرات است. ایران از چابکی لازم برای پاسخ به تحولات بازار برخوردار نیست و همچنان به مسیرهای فرسوده و تکراری دل‌بسته است... مثال روشن این وابستگی، صادرات به عراق و افغانستان است که بیش از نیمی از صادرات

غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که این بازارها از منظر سیاسی، اقتصادی و صنعتی در معرض تحولات شدید هستند. اگر عراق با بهره‌گیری از منابع نفتی خود به‌سوی توسعه صنعتی حرکت کند، جایگاه ایران در این بازار به‌شدت متزلزل خواهد شد و اگر آشوب‌های منطقه‌ای بار دیگر دامن افغانستان را فرا بگیرد، تجارت ایران نیز آسیب خواهد دید. زمان آن رسیده است که سیاست تجاری کشور از وابستگی جغرافیایی به پویایی استراتژیک و از تولید محصولات محلی به مگا پروژه‌های صادراتی تغییر مسیر دهد.

باید تأکید کرد که آنچه مانع اصلی تحول در تجارت خارجی ایران است، نه تحریم، نه فقدان منابع، نه بازارهای هدف، بلکه نبود انسجام نهادی، غیبت دیپلماسی اقتصادی مؤثر و ضعف در مهندسی ساختار سیاست‌های تجاری است. اصلاح این وضعیت نیازمند بازمهندسی در حکمرانی، تعریف مجدد نقش نهادهای تصمیم‌ساز و طراحی نقشه راه عملیاتی در سطح ملی است. تا زمانی که تجارت خارجی در بستر ترازنامه ارزی تعریف شود و نه در متن راهبرد ملی رقابت‌پذیری و قدرت‌سازی، ایران فقط تماشاگر بازیگران بزرگ باقی خواهد ماند و خود هیچ نقش تعیین‌کننده‌ای نخواهد داشت.

درنهایت تا زمانی که تجارت خارجی در ساختار سیاست‌گذاری کشور، نه به‌عنوان ابزار قدرت‌سازی بلکه صرفاً به‌مثابه مسیر تأمین ارز دیده شود، نباید انتظار داشت که نقشی راهبرانه در معادلات جهانی ایفا کند. فرصت تصمیم‌سازی، همیشه در لحظه اکنون نهفته است؛ و اگر امروز در طراحی آینده کوتاهی کنیم، فردا، آکنده از حسرت و درد، فقط میدان بازخوانی اشتباهات تلخ و خاطرات دردناک گذشته خواهد بود. ///



تاب‌آوری تجارت خارجی در سایه سیاست‌گذاری اقتضایی

بازآرایی لجستیکی و الزامات مدیریت مرزها



مدل اقتضایی تأکید می‌ورزد که

راهبردهای توسعه‌ای، صرفاً زمانی مسیر

موفقیت را می‌پیمایند که با لحاظ همه

تفاوت‌های محیطی، ساختاری، نهادی

و ... تدوین شوند. بر همین اساس،

سیاست‌گذار در قبال تغییرات پرشتاب و

بعضاً غیرقابل پیش‌بینی در محیط‌های

اقتصادی بین‌المللی، نیازمند به‌کارگیری

رویکردها و ابزارهایی است که علاوه

بر ایجاد تعادل میان محیط داخلی و

خارجی، پایداری و انعطاف لازم برای

مواجهه با نوسانات و بحران‌ها را

تضمین کند.



محمدرضا مولایاری

کارشناسی ارشد سیاست‌گذاری عمومی دانشگاه تهران

/// در جهان پرتلاطم امروز، تحولات فزاینده در بخش‌های مختلف، سیاست‌گذاری را با واقعیتی مواجه ساخته است که دیگر تکیه صرف بر رویکردهای سنتی و مبتنی بر پیش‌بینی را غیرکافی جلوه می‌دهد. سیاست‌گذاران معاصر ناگزیر به عبور از مدل‌های ایستا و خطی بوده و باید به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی نمایند که ظرفیت پاسخگویی و تطبیق با رخداد‌های غیرمنتظره و شرایط غیرمترقبه را در بطن ساختارهای خود ایجاد کنند. در این راستا، رویکرد «سیاست‌گذاری اقتضایی» به‌عنوان پاسخی روزآمد، موردتوجه قرار گرفته است؛ رویکردی که با محور قرار دادن مؤلفه‌هایی سه‌گانه سازواری (تناسب با موقعیت)، انسجام (پیوستگی و هماهنگی تصمیمات) و تاب‌آوری (قابلیت بقا در مواجهه با شوک‌ها) بر لزوم انعطاف و انطباق سیاست‌ها با ویژگی‌های خاص و پیچیده محیط پیرامونی تأکید دارد. از این منظر، مدل اقتضایی تأکید می‌ورزد که راهبردهای توسعه‌ای، صرفاً زمانی مسیر موفقیت را می‌پیمایند که با لحاظ همه تفاوت‌های محیطی، ساختاری، نهادی و ... تدوین شوند. بر همین اساس، سیاست‌گذار در قبال تغییرات پرشتاب و بعضاً غیرقابل‌پیش‌بینی در محیط‌های اقتصادی بین‌المللی، نیازمند

به‌کارگیری رویکردها و ابزارهایی است که علاوه بر ایجاد تعادل میان محیط داخلی و خارجی، پایداری و انعطاف لازم برای مواجهه با نوسانات و بحران‌ها را تضمین کند. در واقع اقتضائات به معنای شناخت و درک دقیق از واقعیت‌ها و نیروهای مسلط یا محتمل در محیط است؛ فهمی که سیاست‌گذار را قادر می‌سازد با پذیرش سیالیت و گریزناپذیری برخی شرایط، مسیر تحقق اهداف کلان اقتصادی و توسعه‌ای را هموار سازد.

در پیوند با این چارچوب، اندیشمندانی چون ویلیام جیمز و جان دیویی با تأکید بر مبانی عمل‌گرایی، بنیان‌های فلسفی سیاست‌گذاری و مدیریت اقتضایی را مطرح ساخته‌اند. رویکرد آنان بر این اصل استوار است که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی نمی‌تواند مبتنی بر الگوهای ایستا و کلیشه‌ای باشد، بلکه باید نسبت به شرایط واقعی، نیازهای زمان و اقتضائات محیطی واکنشی هوشمندانه و متناسب نشان دهد. در ادامه این جریان فکری، نظریه‌های برنامه‌ریزی اقتضایی کوشیده‌اند با ارائه رهنمودهای عملیاتی و دستورالعمل‌های کاربردی، امکان اتخاذ تصمیم‌های کارآمد و اثربخش را برای برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران توسعه فراهم آورند؛ به‌نحوی که با سازگاری سیاست‌ها

با الزامات زمانی و مکانی، انعطاف‌پذیری و ارتقای کارآمدی نظام سیاست‌گذاری بیش‌ازپیش تضمین گردد.

یکی از وجوه متمایز و بنیادین رویکرد اقتضایی در سیاست‌گذاری، ایجاد پیوندی نظام‌مند و روشن میان اهداف نظری و مطلوبیت‌های ذهنی با واقعیت‌های عینی و محدودیت‌های محیطی است. در این رویکرد، سیاست‌گذار توسعه‌ای به‌جای اتکا به راه‌حل‌های از پیش تعیین‌شده و ایستایی تصمیمات بر پایش مستمر شرایط حاکم و سازگاری با تحولات محیطی تأکید دارد؛ تا جایی که «اقتضا» در حکم ستون فقرات فرآیند سیاست‌گذاری نقش‌آفرین می‌شود و امکان تحقق تناسب و تعادل در نظام تصمیم‌گیری را ممکن می‌سازد.

بدیهی است اتخاذ رهیافت اقتضایی، هرگز به معنای نفی ضرورت برنامه‌ریزی بلندمدت، چشم‌انداز روشن یا هدف‌گذاری کلان نیست؛ بلکه هنر این رویکرد، فراهم آوردن انعطاف و چابکی فرآیند تصمیم‌گیری در عین پابندی به چارچوب‌های راهبردی و اهداف از پیش ترسیم‌شده است. بر این اساس، سیاست‌گذار می‌کوشد تا ضمن حفظ جهت‌گیری کلان و انسجام راهبردی، زمینه تنظیم و اصلاح پویا و مبتنی بر واقعیت‌های محیطی را در مسیر تحقق اهداف اصلی فراهم سازد. اهمیت



طراحی و استقرار مدل مدیریت یکپارچه و هوشمند مرزها نه تنها به‌منزله بنیانی برای تحقق سیاست‌گذاری کارآمد و پاسخگو مطرح است، بلکه زمینه‌ساز ارتقای هماهنگی نهادی و تسریع فرایندهای تجاری در مرزهای کشور خواهد بود. در این چارچوب، راهبردهای اجرایی و مدیریتی ذیل با هدف ایجاد انسجام ساختاری و افزایش سرعت و انعطاف‌پذیری زنجیره تجارت خارجی تدوین شده‌اند؛ به‌گونه‌ای که ضمن ارتقای ظرفیت‌های مرزی و لجستیکی، امکان بهره‌گیری مؤثر از تمامی توانمندی‌های ملی در مواجهه با شرایط بحرانی فراهم گردد.

و ضرورت برنامه‌ریزی اقتضایی، بویژه از آن روست که در بسیاری از موارد، سیاست‌گذاران اطلاعات کامل و قطعی برای برنامه‌ریزی جامع در اختیار ندارند. در نتیجه، اتخاذ رویکرد اقتضایی این فرصت را فراهم می‌سازد تا با تغییر شرایط، سیاست‌ها و استراتژی‌ها نیز به‌صورت پویا و متناسب با نیازهای محیطی باز تنظیم شوند؛ عاملی که به افزایش عقلانیت، اثربخشی و کارآمدی سیاست‌گذاری می‌انجامد و زمینه انعطاف‌پذیری و پویایی روش‌ها و رویکردها را در مواجهه با موقعیت‌های متغیر فراهم می‌آورد.

از ویژگی‌های بارز مدل اقتضایی، تمرکز آن بر تحقق اهداف تعیین‌شده در کوتاه‌ترین بازه زمانی و با کارآمدترین تخصیص منابع است؛ امری که آن را از برخی مدل‌های خطی که غالباً مستلزم صرف هزینه و زمان قابل‌توجه هستند، متمایز می‌سازد. در این چارچوب، متغیرهای محیطی نقش عامل مستقل را بر عهده دارند و سیاست‌ها و راهبردهای مدیریتی، متغیرهای وابسته تلقی می‌شوند. بر این مبناء، مدل اقتضایی بر سه مؤلفه کلیدی استوار است: محیط، مدیریت و رابطه مشروط و پویا میان این دو. در تکمیل این چارچوب، تحقق انسجام به معنای هماهنگی و رفع تعارضات در سطوح مختلف سیاست‌گذاری و اجرا، سازواری به مفهوم انطباق سیاست‌ها با شواهد محیطی و مبانی نظری و تاب‌آوری به معنای ظرفیت انطباق و دوام در مواجهه با تحولات و بحران‌های پیش‌بینی‌نشده است. این سه مؤلفه، به‌عنوان ارکان نظری و عملی رویکرد اقتضایی، زمینه‌ساز شکل‌گیری چارچوبی سیال، پاسخگو و کارآمد در مدیریت تحولات و مواجهه با شرایط پیچیده ملی و بین‌المللی تلقی می‌شوند.

پایانه‌های مرزی در ترازوی بحران؛ ضرورت سیاست‌گذاری اقتضایی و بازآرایی لجستیکی

یکی از بارزترین و ملموس‌ترین جلوه‌های سیاست‌گذاری و مدیریت اقتضایی در شرایط بحران، نحوه مواجهه دولت با مقوله مرزها و چگونگی مدیریت پایانه‌های مرزی در عرصه تجارت خارجی است. این حوزه به شکلی مستقیم متأثر از تحولات بیرونی و مقتضیات زمانی و محیطی قرار می‌گیرد و اتخاذ رویکرد سیال، انطباق‌پذیر و پاسخ‌گو را در سیاست‌گذاری و مدیریت ایجاب می‌کند. گذرگاه‌های مرزی، به‌عنوان مبادی رسمی ورود و خروج کالا، نقشی کلیدی در تسهیل و تسریع فرآیندهای تجاری و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی فرامرزی ایفا می‌کنند. با این حال، داده‌های آماری حاکی از آن است که مدیریت پایانه‌های مرزی در کشور با چالش‌های اساسی روبه‌رو بوده و غالباً جریان تجارت خارجی ایران با کندی و ایستایی مواجه است. افزون بر وضعیت نامطلوب ایران در شاخص عملکرد لجستیک، بررسی جزئیات زمانی در شاخص سهولت کسب‌وکار نشان می‌دهد که روبه واردات در کشور به‌طور میانگین ۱۴۱ ساعت و روبه صادرات ۱۰۱ ساعت زمان می‌برد. این مدت معادل تقریباً ۶ روز برای واردات و ۵ روز برای صادرات است. این مدت، در مقایسه با استانداردهای جهانی، نشان‌دهنده کندی قابل‌توجه در فرآیندهای مرزی و گمرکی و تشدید ایستایی زنجیره تأمین تجارت خارجی کشور است.

در نتیجه با چنین آرایش لجستیکی و تمرکز وظایف عملیاتی، شاهد تجمیع حجم قابل‌توجهی از کالا و ناوگان در مبادی ورودی کشور بویژه در بنادر اصلی و پایانه‌های مرزی هستیم. این تمرکز نه‌تنها ریسک‌پذیری و آسیب‌پذیری

سیستم لجستیک ایران را در شرایط بحران به شکل معناداری افزایش می‌دهد، بلکه مدیریت بحران و تداوم زنجیره تأمین را نیز با چالش‌های جدی مواجه می‌سازد. از سوی دیگر، اتکای بیش‌ازحد به دو بندر شهید رجایی و امام خمینی که حدود ۸۰ درصد عملیات بندری کشور را به خود اختصاص داده‌اند، ابعاد بحران را دوچندان می‌کند؛ چراکه هرگونه اختلال یا توقف کارکرد در این دو گلوگاه اصلی می‌تواند آثار مخربی بر تجارت خارجی کشور بگذارد. چنین وضعیتی نه‌تنها بهره‌وری کل زنجیره تأمین را کاهش می‌دهد، بلکه آسیب‌پذیری راهبردی اقتصاد ملی در مواجهه با بحران‌های خارجی و داخلی را نیز به‌شدت افزایش می‌بخشد. در مجموع تمرکز بالای کالا و ناوگان در محدود بنادر و پایانه‌های مرزی کشور با ایجاد نقاط گلوگاهی و افزایش ریسک عملیاتی، کارآمدی نظام لجستیک را به‌طورجدی در معرض تهدید قرار داده است. این آرایش آسیب‌پذیر، نه فقط تاب‌آوری و تداوم زنجیره تأمین را در شرایط بحران با اختلال مواجه می‌سازد؛ بلکه ضرورت بازاندیشی و بازآرایی ساختار مدیریت پایانه‌ها و توزیع متناسب جریان کالا و ناوگان میان کریدورهای متعدد لجستیکی را برجسته می‌سازد. بر این اساس، تقویت رویکرد اقتضایی و اجرای سیاست‌های انعطاف‌پذیر و پاسخگو، پیش‌شرط روان‌سازی جریان تجارت خارجی و ارتقای تاب‌آوری اقتصاد ملی در مواجهه با شوک‌ها و بحران‌ها به شمار می‌آید.

بررسی چندلایه چالش‌های مرزی و لجستیکی در کشور

در پرتو مباحث پیشین پیرامون ضرورت پویایی و انعطاف‌پذیری سیاست‌گذاری دولت در شرایط بحران و با توجه به نقش بنیادی



انتقال بخشی از واردات کالاهای اساسی به مسیرهای زمینی به‌منظور تمرکززدایی از بنادر جنوبی و کاهش ریسک تمرکز، مسیرهای زمینی مانند مرزهای پاکستان، عراق، آسیای میانه و ترکیه بویژه برای محموله‌هایی با حجم متوسط یا فسادپذیری پایین باید فعال‌تر شوند. این راهبرد با اجرای واردات سهمیه‌ای و منطقه‌ای، توسعه پایانه‌های مرزی منتخب و استفاده از حمل‌ونقل ترکیبی (ریلی و جاده‌ای) زمینه‌ساز توزیع بار شبکه لجستیک و افزایش تاب‌آوری زنجیره تأمین خواهد بود.

پایانه‌های مرزی در تضمین پایداری و کارآمدی جریان تجارت خارجی، اکنون لازم است ساختار اجرایی و نهادی مدیریت مرزها با نگاهی آسیب‌شناسانه مورد واکاوی قرار گیرد. تجربه بحران‌های اخیر، نشان داده است که میزان تاب‌آوری تجارت خارجی کشور تا حد زیادی وابسته به ظرفیت نهادی و مدیریتی پایانه‌های مرزی برای مواجهه با شرایط متغیر و پیش‌بینی‌ناپذیر است. از این‌رو، بررسی چندلایه چالش‌های ساختاری مرزها و بنادر، به‌منظور احصاء نقاط ضعف و شناسایی الزامات گذار به ساختاری پاسخگو و مقتضی، گامی اساسی در جهت تحقق اهداف روان‌سازی و تاب‌آورسازی تجارت خارجی به‌شمار می‌آید. به صورت کلی چالش‌های ساختار نهادی در پایانه‌های مرزی کشور را می‌توان در سه سطح خرد (اجرایی)، میانی (زیرساختی) و کلان (سیاست‌گذاری) دسته‌بندی کرد. در سطح خرد، مسائلی همچون کمبود نیروی انسانی متخصص در دستگاه‌های اجرایی، عدم هماهنگی میان ساعات کاری گمرکات متناظر در بخش زمینی، تفسیر موسع وظایف توسط نهادهای مختلف، بازرسی‌های مکرر و بعضاً موازی، تعارض در طرح‌های توسعه‌ای، ارائه خدمات غیرضروری و نگاشت نهادی نامناسب از جمله عوامل اصلی‌کندی فرآیندها هستند که منجر به افزایش توقف ناوگان و کاهش بهره‌وری عملیاتی می‌شوند. در سطح میانی، مشکلات عمدتاً ناظر بر ضعف زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری گمرکی و نیز محدودیت امکانات لجستیکی در پایانه‌هاست. این‌کاستی‌ها موجب می‌شود جریان عبور ناوگان و کالا با تأخیرها و توقف‌های قابل‌توجه مواجه شده و میزان بهره‌وری نظام مدیریت مرزی کاهش یابد. در سطح کلان، چالش‌هایی

نظیر ضعف در تدوین و اجرای سیاست‌های یکپارچه، تعدد و تناقض مقررات، پیچیدگی فرآیندهای اجرایی، غلبه رویکرد امنیت‌محور در مدیریت مرزها، ضعف پشتوانه کارشناسی برای طرح‌های توسعه‌ای، انحصاری شدن برخی فرآیندها توسط نهادهای محدود، تمرکز تمامی فعالیت‌های نظارتی در مرزها، عدم انتفاع ذی‌نفعان از روان‌سازی عبور ناوگان و وجود زمینه برای بروز فساد به چشم می‌خورد. این عوامل موجبات کاهش هماهنگی نهادی و ضعف در پاسخگویی به شرایط بحران را فراهم می‌آورد. علاوه بر مسئله کندی عبور ناوگان، پدیده دیوی کالا در بنادر نیز یکی دیگر از جلوه‌های ناکارآمدی ساختار لجستیکی کشور محسوب می‌شود؛ پدیده‌ای که عمدتاً در مبادی وارداتی (بویژه بنادر) رخ داده و پیامدهای منفی آن در کاهش کارآمدی زنجیره تأمین کاملاً محسوس است. علل عمده این مسئله را می‌توان در طولانی بودن فاصله زمانی میان تخصیص و تأمین ارز، ضعف زیرساخت‌های لجستیکی مرتبط با حمل‌ونقل و انبارش خارج از پایانه‌های مرزی و نیز فعال نشدن مراکز لجستیکی و بنادر خشک کشور جست‌وجو کرد. در مجموع، این مجموعه چالش‌ها، همراه با تمرکز بیش‌ازحد عملیات لجستیکی و تجمع کالا در دو بندر اصلی کشور و بهره‌برداری ناکافی از سایر ظرفیت‌های مرزی و لجستیکی، ضرورت بازنگری اساسی در ساختار نهادی و مدیریتی و گذار به سیاست‌گذاری اقتضایی، پاسخگو و انعطاف‌پذیر را به‌عنوان پیش‌شرط ارتقای روان‌سازی و تاب‌آوری تجارت خارجی برجسته می‌سازد.

راهبردهایی برای نیل به مدل اقتضایی در مرزها
با توجه به ریشه‌های نهادی و ساختاری مسائل مرزی که در بخش‌های پیشین مورد

واکاوی قرار گرفت، آشکار است که ارتقای تاب‌آوری و افزایش کارآمدی تجارت خارجی ایران، مستلزم اتخاذ راهبردهایی هدفمند، منعطف و اقتضایی است؛ راهبردهایی که ضمن قابلیت اجرا در شرایط عادی، ظرفیت واکنش اثربخش به بحران‌ها و اختلالات پیش‌بینی‌ناپذیر را نیز دارا باشند. بر این اساس، طراحی و استقرار مدل مدیریت یکپارچه و هوشمند مرزها نه‌تنها به‌منزله بنیانی برای تحقق سیاست‌گذاری کارآمد و پاسخگو مطرح است، بلکه زمینه‌ساز ارتقای هماهنگی نهادی و تسریع فرآیندهای تجاری در مرزهای کشور خواهد بود. در این چارچوب، راهبردهای اجرایی و مدیریتی ذیل با هدف ایجاد انسجام ساختاری و افزایش سرعت و انعطاف‌پذیری زنجیره تجارت خارجی تدوین شده‌اند؛ به‌گونه‌ای که ضمن ارتقای ظرفیت‌های مرزی و لجستیکی، امکان بهره‌گیری مؤثر از تمامی توانمندی‌های ملی در مواجهه با شرایط بحرانی فراهم گردد. بر پایه این رویکرد، راهبردهای پیشنهادی برای تحقق مدیریت یکپارچه و هوشمند مرزها را می‌توان در سه محور عمده دسته‌بندی و تشریح کرد:

۱ راهبردهای تسهیل تجاری و مدیریت کالاهای اولویت‌دار

• تدوین فهرست کالاهای اولویت‌دار با تمرکز بر اقلام حیاتی و وابسته به واردات (نظیر کالاهای اساسی کشاورزی، دارو و مواد اولیه صنعتی) با هدف برنامه‌ریزی پیش‌دستانه و تضمین تأمین مستمر نیازهای کشور حتی در مواقع بحران. لازم است فرآیند تعیین این فهرست با مشارکت وزارتخانه‌های تخصصی و تسهیل‌گری گمرک انجام پذیرد.

• کاهش زمان صدور مجوزات، ثبت سفارش

و تخصیص ارز از طریق همسویی نهادی از طریق همکاری بانک مرکزی و وزارتخانه‌های تخصصی و بازمهندسی فرایندها، به‌نحوی‌که کل چرخه اداری برای واردات کالاهای اولویت‌دار به بازه‌های کوتاه‌مدت تقلیل یابد.

• لغو الزام ثبت منشأ ارز برای واردات اضطراری بویژه در حوزه کالاهای فوریتی و استفاده حداکثری از منابع ارزی موجود در خارج از شبکه رسمی، به‌منظور تسریع واردات و جلوگیری از دیوی کلای ضروری.

۲ راهبردهای چابک‌سازی و توزیع بار

• توسعه سازکار ترخیص ۹۰ درصدی کالاهای اولویت‌دار بویژه در زمان کمبود عرضه و جلوگیری از توقف در بنادر، با هدف مقابله با مخاطرات دیو و تمرکز کالاها و تسریع در جریان ورود آن‌ها به کشور.

• اولویت‌بخشی به عبور ناوگان حامل کالاهای خاص (تانکرهای سوخت، مواد غذایی و دارو) با طراحی مسیرهای ورود ویژه و حذف توقف‌های غیرضروری در محوطه مرزی به‌منظور کاهش ریسک عملیاتی و افزایش کارآمدی ترخیص.

• انتقال بخشی از واردات کالاهای اساسی به مسیرهای زمینی به‌منظور تمرکززدایی از بنادر جنوبی و کاهش ریسک تمرکز، مسیرهای زمینی مانند مرزهای پاکستان، عراق، آسیای میانه و ترکیه بویژه برای محموله‌هایی با حجم متوسط یا فسادپذیری پایین باید فعال‌تر شوند. این راهبرد با اجرای واردات سهمیه‌ای و منطقه‌ای، توسعه پایانه‌های مرزی منتخب و استفاده از حمل‌ونقل ترکیبی (ریلی و جاده‌ای) زمینه‌ساز توزیع بار شبکه لجستیک و افزایش تاب‌آوری زنجیره تأمین خواهد بود.

۳ راهبردهای توسعه ظرفیت و هوشمندسازی ارتباطات و مدیریت مرزی

• فعال‌سازی و ارتقای مراکز لجستیک داخلی (نظیر بندر خشک آپرین) به منظور انتقال سریع بار از مرزها به عمق کشور، کاهش تراکم در مبادی و برقراری پیوند مؤثر میان مناطق بندری، مرزی و شبکه راه‌آهن.

• استقرار مدیریت یکپارچه پایانه‌های مرزی برای شناسایی نظام‌مند موانع فنی، طراحی نگاشت بهینه نهادی و هدایت نهادهای مستقر در مرزها به سمت تحقق الگوی مدیریت یکپارچه با بهره‌گیری از پنجره واحد مرزی و ابزارهای هوشمندسازی نظارت و ارزیابی عملکرد.

در مجموع، تحقق مدیریت یکپارچه و هوشمند مرزهای کشور منوط به پیاده‌سازی راهبردهای فوق در بستر تعامل و هماهنگی مستمر بین دستگاه‌های ذی‌ربط است؛

به‌گونه‌ای که ضمن افزایش سرعت و کارآمدی عبور کالا و ناوگان، ظرفیت پاسخگویی ساختار لجستیک کشور در مواجهه با بحران‌ها به شکل محسوسی ارتقا یابد و زمینه بهره‌گیری مؤثر از کلیه ظرفیت‌های کشور فراهم شود. در این میان، لازم است نقش‌آفرینی بخش خصوصی نیز موردتوجه قرار گیرد و با فراهم‌سازی بستر همکاری دولت و بخش خصوصی از ظرفیت‌ها و تجربیات فعالان اقتصادی در مدیریت بهینه پایانه‌های مرزی و تسهیل تجارت خارجی بهره‌برداری گردد. به این ترتیب، مدیریت یکپارچه مرزها نه صرفاً با هدف بهبود رویه‌های جاری، بلکه با رویکرد دستیابی به تاب‌آوری و پایداری تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران دنبال می‌شود. **III**

منابع

- دانایی فر، سلطانی. (۲۰۲۲). بررسی و مقایسه برنامه‌های اول تا پنجم توسعه در ایران پس از انقلاب اسلامی از منظر شاخص‌های سیاست‌گذاری اقتضائی. سیاست‌گذاری عمومی، ۸(۱)، ۱۹۵-۲۰۳.
- مصلی‌نژاد، عباس. (۱۳۹۷). اقتصاد سیاسی: مبانی، کارکرد و فرایند (چاپ چهارم). تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- مولایاری، محمدرضا. (۱۴۰۴). آسیب‌شناسی مسئله کندی عبور ناوگان در پایانه‌های مرزی: مطالعه موردی مرزبازرگان. تهران: اندیشکده اقتصاد مقاومتی.
- Schedler, A. (2007). Mapping Contingency//Political Contingency: Studying the Unexpected, the Accidental, and the Unforeseen/Eds.: I. Shapiro, S. Bedi.
- Bryson, J. M., & Delbecq, A. L. (1979). A contingent approach to strategy and tactics in project planning. Journal of the American Planning Association, 45(2), 167-179.
- McLeod, H. S. (2018), Planning in Iran, translated by Ali Azam Mohammad Beigi, Tehran, Ney Press, 5th edition.
- Capoani, L., Fantinelli, M., & Giordano, L. (2025). The concept of resilience in economics: a comprehensive analysis and systematic review of economic literature. Continuity & Resilience Review.



بحران ناترازی تجاری ایران؛

تهدیدی جدی بر آینده اقتصاد و لزوم تجدیدنظر در ساختارها و رویکردها



ناترازی تجاری بویژه هنگامی که به یک پدیده مزمن و رو به تزاید تبدیل شود، همچون سایه‌ای شوم بر آینده اقتصادی کشور سنگینی می‌کند و می‌تواند زمینه‌ساز بروز بحران‌های جدی در حوزه‌های مختلف از جمله تورم، بیکاری، فقر و ناپایداری‌های اجتماعی شود.



دکتر امیرحسین نوریان

مشاور عالی کمیسیون واردات اتاق بازرگانی کرمان

/// مقدمه

در سپهر اقتصاد جهانی، تراز تجاری، فراتر از یک آمار و رقم به‌مثابه نبض تپنده یک ملت، گویای سلامت، قدرت و پویایی اقتصادی آن است. مازاد تجاری با دلالت بر برتری صادرات بر واردات نه تنها نشان‌دهنده توان رقابت در بازارهای بین‌المللی، تولید محصولات باکیفیت و مورد تقاضا و جذب سرمایه‌گذاری‌های مولد است، بلکه به معنای افزایش درآمد ارزی، تقویت ارزش پول ملی، ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار و بهبود سطح رفاه اجتماعی نیز می‌باشد. در مقابل، ناترازی تجاری



بویژه هنگامی که به یک پدیده مزمن و رو به تزاید تبدیل شود، همچون سایه‌ای شوم بر آینده اقتصادی کشور سنگینی می‌کند و می‌تواند زمینه‌ساز بروز بحران‌های جدی در حوزه‌های مختلف از جمله تورم، بیکاری، فقر و ناپایداری‌های اجتماعی شود. متأسفانه، ایران با وجود دارا بودن پتانسیل‌های بالقوه فراوان از جمله منابع طبیعی غنی، موقعیت ژئوپلیتیکی استراتژیک، نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده و فرهنگ غنی و کهن در سال‌های اخیر با چالش عمیق و رو به گسترش ناترازی تجاری

دست‌وپنجه نرم می‌کند. این بحران که ریشه در مجموعه‌ای از عوامل دارد، نه تنها مانع از تحقق اهداف توسعه‌ای کشور شده، بلکه آسیب‌پذیری اقتصاد ملی در برابر تکانه‌های خارجی را نیز افزایش داده است. بر این اساس، تحلیل دقیق و همه‌جانبه عوامل مؤثر بر ناترازی تجاری، شناسایی گلوگاه‌ها و موانع اصلی و ارائه راهکارهای عملی و کارآمد برای برون‌رفت از این وضعیت، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر و یک مأموریت ملی برای سیاست‌گذاران، اقتصاددانان، فعالان اقتصادی و تمامی دلسوزان ایران است.

نگاهی مقایسه‌ای به کشورهای منطقه؛ کلیدی

برای شناخت نقاط ضعف و ترسیم نقشه راه

برای درک بهتر جایگاه ایران در عرصه تجارت منطقه‌ای و جهانی و شناخت نقاط ضعف و قوت خود، مقایسه‌ای دقیق و تحلیل‌گرایانه با وضعیت تراز تجاری کشورهای منطقه انجام می‌دهیم:

ایران: نسبت صادرات به واردات حدود ۷۵ درصد است؛ به عبارت

دقیق‌تر به ازای هر ۱۰۰ دلار واردات، تنها ۷۵ دلار صادرات عاید کشور می‌شود. بر اساس آخرین آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۴۰۲، صادرات غیرنفتی ایران حدود ۵۰ میلیارد دلار و واردات حدود ۷۰ میلیارد دلار بوده است (منبع: وب‌سایت رسمی گمرک جمهوری اسلامی ایران). این آمار نشان‌دهنده کسری تجاری مداوم و وابستگی روزافزون به واردات است و ضعف در تنوع سبد صادراتی و ارزش‌افزوده پایین کالاهای صادراتی را نمایان می‌سازد. این وضعیت، نیازمند بررسی دقیق موانع تولید و صادرات و اتخاذ سیاست‌های حمایتی و تشویقی برای ارتقای توان رقابتی تولیدکنندگان داخلی است.

عربستان سعودی: صادرات در سال ۲۰۲۳ حدود ۳۳۰ میلیارد

دلار (منبع: سازمان آمار عربستان سعودی) و نسبت صادرات به واردات حدود ۱۴۰ درصد

است. عربستان سعودی به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان، تراز تجاری مثبتی دارد، اما تلاش‌های گسترده‌ای را برای کاهش وابستگی به نفت و توسعه صنایع غیرنفتی آغاز کرده است. این کشور با سرمایه‌گذاری‌های عظیم در پروژه‌های زیربنایی، ایجاد مناطق ویژه اقتصادی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی به دنبال تنوع بخشیدن به اقتصاد خود و افزایش صادرات غیرنفتی است. این رویکرد می‌تواند الگویی برای ایران باشد تا با بهره‌گیری از تجربیات عربستان سعودی، وابستگی خود به نفت را کاهش دهد و اقتصاد خود را متنوع‌تر سازد.

عراق: صادرات در سال ۲۰۲۳ حدود ۱۱۵ میلیارد دلار (منبع:

بانک مرکزی عراق) و نسبت صادرات به واردات حدود ۱۳۰ درصد است. عراق نیز مانند عربستان سعودی به‌شدت وابسته به صادرات نفت است و اقتصاد این کشور با چالش‌های متعددی از جمله ناامنی، فساد و ضعف در زیرساخت‌ها روبه‌رو است؛ با این حال، عراق تلاش می‌کند تا با بهبود وضعیت امنیتی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های غیرنفتی، اقتصاد خود را توسعه دهد.

امارات متحده عربی: صادرات در سال ۲۰۲۳ حدود ۵۹۹ میلیارد

دلار (منبع: مرکز آمار فدرال امارات متحده عربی) و نسبت صادرات به واردات حدود ۱۲۰ درصد است. امارات متحده عربی با بهره‌گیری از موقعیت جغرافیایی استراتژیک، زیرساخت‌های پیشرفته و سیاست‌های تجاری آزاد، به یک مرکز مهم برای تجارت منطقه‌ای و بین‌المللی تبدیل شده است. این کشور با توسعه بخش‌های گردشگری، مالی و لجستیک توانسته است اقتصاد خود را متنوع کند و وابستگی خود به نفت را کاهش دهد. مدل توسعه امارات متحده عربی می‌تواند برای ایران الهام‌بخش باشد؛ بویژه در زمینه توسعه زیرساخت‌ها و جذب سرمایه‌گذاری خارجی.

ترکیه: صادرات در سال ۲۰۲۳ حدود ۲۵۶ میلیارد دلار (منبع: موسسه آمار

ترکیه) و نسبت صادرات به واردات حدود ۹۵ درصد است. ترکیه، با توسعه صنایع تولیدی و صادرات کالاهای صنعتی توانسته است به یکی از بازیگران مهم در تجارت جهانی تبدیل شود. این کشور با عضویت در اتحادیه اروپا و برخورداری از دسترسی به بازارهای اروپایی توانسته است صادرات خود را به‌طور چشمگیری افزایش دهد. ترکیه همچنین با استفاده از سیاست‌های حمایتی و تشویقی از تولیدکنندگان داخلی حمایت می‌کند و به آن‌ها کمک می‌کند تا در بازارهای جهانی رقابت کنند. رویکرد ترکیه در حمایت از تولید داخلی و توسعه صنایع صادرات محور، می‌تواند برای ایران مفید باشد.

تأثیرات ژئوپلیتیکی جدید بر تراز تجاری ایران؛

بررسی پیامدهای جنگ ۱۲ روزه با اسرائیل

تحولات سیاسی و امنیتی منطقه، بویژه درگیری نظامی اخیر میان ایران و اسرائیل که به مدت ۱۲ روز به طول انجامید، تأثیرات عمیقی بر اقتصاد و تجارت خارجی ایران بر جای گذاشته است. این درگیری، ضمن افزایش سطح نااطمینانی در فضای بین‌المللی، بر مسیرهای تجاری، بیمه‌های حمل‌ونقل، هزینه صادرات و واردات و روابط اقتصادی با کشورهای ثالث تأثیر گذاشت.

برخی پیامدهای احتمالی و بالفعل این جنگ

به شرح زیر است:

– **افزایش ریسک کشور (Country Risk):** سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های بین‌المللی در ارزیابی خود از تجارت با ایران، شاخص ریسک سیاسی را افزایش داده‌اند که باعث کاهش تمایل به همکاری تجاری شده است، – **افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل و بیمه:** با بالا رفتن احتمال حملات منطقه‌ای یا ناامنی در مسیرهای کشتیرانی، نرخ بیمه کالاهای کشتی‌ها به مقصد یا از مبدأ ایران افزایش یافته است که مستقیماً بر قیمت تمام‌شده کالاهای تأثیر می‌گذارد،



وجود مقررات دست و پاگیر، فساد اداری، کمبود زیرساخت‌های مناسب، عدم دسترسی به فناوری‌های نوین، هزینه‌های بالای تولید و حمل‌ونقل و عدم حمایت کافی از صادرکنندگان، موانع جدی بر سر راه تولید و صادرات کالاها ی غیرنفتی ایجاد کرده است. مقررات دست و پاگیر باعث می‌شود که فرایند تولید و صادرات کالاها طولانی و پرهزینه شود. کمبود زیرساخت‌های مناسب؛ مانند جاده‌ها، بنادر و فرودگاه‌ها باعث می‌شود که هزینه‌های حمل‌ونقل کالاها افزایش یابد.

– **اثرگذاری بر صادرات انرژی:** با وجود اینکه صادرات نفت خام ایران تحت تحریم‌هاست، افزایش تنش در منطقه باعث افزایش جهانی قیمت نفت شد؛ اما محدودیت در ظرفیت صادراتی ایران مانع بهره‌برداری کامل از این فرصت شد،

– **افزایش نقش دیپلماسی اقتصادی:** در چنین شرایطی، ضرورت دارد ایران از ابزارهای دیپلماتیک برای کاهش تنش‌ها، بازسازی اعتماد شرکای اقتصادی و ایجاد کانال‌های پایدار تجاری بهره ببرد،

– **تشدید محدودیت‌های تحریمی جدید:** پس از درگیری، برخی کشورها خواستار تشدید تحریم‌ها علیه ایران شده‌اند که می‌تواند دسترسی به بازارهای صادراتی و وارداتی را دشوارتر کند.

ریشه‌های عمیق ناترازی تجاری؛ آسیب‌شناسی جامع و چندوجهی

۱. **اقتصاد نفتی و بیماری هلندی:** اقتصاد ایران به‌شدت وابسته به درآمدهای نفتی است و این وابستگی باعث شده است که سایر بخش‌های اقتصادی، بویژه صنایع تولیدی و خدمات به‌اندازه کافی توسعه نیافته و نتوانند در بازارهای جهانی رقابت کنند. این وابستگی که به «بیماری هلندی» معروف است، باعث کاهش رقابت‌پذیری صنایع غیرنفتی و افزایش وابستگی به واردات می‌شود. علاوه بر این، درآمدهای نفتی باعث می‌شود که دولت به‌جای سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی، به واردات کالاها ی مصرفی و توزیع یارانه‌ها روی آورد.

۲. **سیاست‌های ارزی ناکارآمد و مخرب:** سیاست‌های ارزی چند نرخي، سرکوب نرخ ارز، عدم شفافیت و سوء مدیریت در بازار ارز باعث ایجاد رانت، فساد و کاهش

رقابت‌پذیری صادرات غیرنفتی شده است. ارز چند نرخي باعث می‌شود که برخی از واردکنندگان، ارز را با قیمت ارزان‌تر دریافت کنند و سودهای کلانی به دست آورند؛ در حالی که صادرکنندگان، مجبورند ارز خود را با قیمت پایین‌تری بفروشند. سرکوب نرخ ارز باعث می‌شود که قیمت کالاها ی وارداتی ارزان‌تر از کالاها ی داخلی شود و تقاضا برای محصولات داخلی کاهش یابد. عدم شفافیت در بازار ارز باعث می‌شود که اطلاعات کافی در مورد عرضه و تقاضای ارز وجود نداشته باشد و این امر به نوسانات شدید نرخ ارز و ایجاد نااطمینانی در اقتصاد منجر می‌شود.

۳. **موانع تولید و صادرات:** وجود مقررات دست و پاگیر، فساد اداری، کمبود زیرساخت‌های مناسب، عدم دسترسی به فناوری‌های نوین، هزینه‌های بالای تولید و حمل‌ونقل و عدم حمایت کافی از صادرکنندگان، موانع جدی بر سر راه تولید و صادرات کالاها ی غیرنفتی ایجاد کرده است. مقررات دست و پاگیر باعث می‌شود که فرایند تولید و صادرات کالاها طولانی و پرهزینه شود. کمبود زیرساخت‌های مناسب؛ مانند جاده‌ها، بنادر و فرودگاه‌ها باعث می‌شود که هزینه‌های حمل‌ونقل کالاها افزایش یابد. عدم دسترسی به فناوری‌های نوین، باعث می‌شود که صنایع ایران نتوانند محصولات با کیفیت و رقابتی تولید کنند.

۴. **ضعف در تحقیق و توسعه و نوآوری:** کمبود سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه باعث شده است که صنایع ایران نتوانند محصولات باکیفیت، نوآورانه و رقابتی تولید کنند و سهم مناسبی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص دهند. تحقیق و توسعه یکی از عوامل اصلی افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری صنایع است. کشورهایی که سرمایه‌گذاری زیادی در تحقیق

و توسعه انجام می‌دهند، می‌توانند محصولات جدیدی را تولید کنند که مورد تقاضای بازارهای جهانی باشند. متأسفانه در ایران سهم تحقیق و توسعه از تولید ناخالص داخلی بسیار پایین‌تر از میانگین جهانی است.

۵. **تحریم‌های اقتصادی ظالمانه:** تحریم‌های اقتصادی دسترسی ایران به بازارهای بین‌المللی، فناوری‌های نوین، سرمایه‌گذاری خارجی و منابع مالی را محدود کرده و باعث کاهش صادرات و افزایش هزینه‌های واردات شده است. تحریم‌ها باعث می‌شود که شرکت‌های خارجی از همکاری با شرکت‌های ایرانی خودداری کنند و این امر دسترسی ایران به فناوری‌های نوین و بازارهای جهانی را دشوار می‌کند. تحریم‌ها همچنین باعث افزایش هزینه‌های واردات می‌شود؛ زیرا شرکت‌های ایرانی مجبورند برای خرید کالاها و خدمات از طریق واسطه‌ها هزینه بیشتری پرداخت کنند.

۶. **ضعف در برندینگ، بازاریابی و تبلیغات:** عدم توجه کافی به برندینگ، بازاریابی و تبلیغات مناسب باعث شده است که کالاها ی ایرانی در بازارهای جهانی شناخته شده نباشند و نتوانند با محصولات رقبای خود رقابت کنند. برندینگ، باعث می‌شود که مشتریان، یک محصول را با یک نام تجاری خاص مرتبط کنند و به آن اعتماد کنند. بازاریابی و تبلیغات باعث می‌شود که اطلاعات مربوط به یک محصول به دست مشتریان برسد و تقاضا برای آن افزایش یابد. متأسفانه، در ایران، توجه کافی به برندینگ و بازاریابی نمی‌شود و این امر باعث می‌شود که کالاها ی ایرانی در بازارهای جهانی ناشناخته باقی بمانند.

۷. **فرهنگ مصرفی و تمایل به کالاها ی خارجی:** تمایل برخی از مصرف‌کنندگان ایرانی به خرید کالاها ی خارجی باعث شده است که تقاضا برای

محصولات داخلی کاهش یابد و تولیدکنندگان داخلی با چالش روبه‌رو شوند. این تمایل می‌تواند ناشی از کیفیت پایین‌تر محصولات داخلی و قیمت بالاتر محصولات داخلی یا تبلیغات گسترده‌تر کالاها ی خارجی باشد.

۸. **واردات بی‌رویه:** واردات بی‌رویه کالاها یی که مشابه داخلی دارند باعث ضرر به تولید ملی می‌شود و تولیدکنندگان داخلی را دلسرد می‌کند.

راهکارهای عملی و تحول‌آفرین برای عبور از بحران و ترسیم آینده‌ای روشن

۱. **تغییر پارادایم اقتصادی:** حرکت از اقتصاد رانتی نفتی به سمت اقتصاد مولد، دانش‌بنیان و رقابت‌پذیر یک تحول بنیادین در تفکر و عمل است. این رویکرد مستلزم سرمایه‌گذاری هدفمند در بخش‌های غیرنفتی، بویژه صنایع دانش‌بنیان، فناوری‌های نوین و خدمات با ارزش‌افزوده بالا است؛ برای مثال، توسعه صنعت گردشگری با برنامه‌ریزی دقیق و ایجاد زیرساخت‌های مناسب، می‌تواند منبع درآمدزایی و اشتغال‌زایی پایداری باشد. همچنین، حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و نوآور با ارائه تسهیلات مالی و مشاوره‌ای می‌تواند به

ایجاد یک اکوسیستم نوآوری پویا و توسعه اقتصاد دیجیتال کمک کند. این تغییر پارادایم نیازمند یک دیدگاه بلندمدت و جامع است که در آن توسعه انسانی، حفاظت از محیط‌زیست و عدالت اجتماعی نیز مد نظر قرار گیرد.

۲. **اصلاح نظام ارزی:** ایجاد یک بازار ارز شفاف، رقابتی و کارآمد با نرخ شناور مدیریت شده، حذف ارزهای چند نرخي و مقابله با سوء استفاده‌ها، گامی ضروری برای ایجاد ثبات اقتصادی و افزایش رقابت‌پذیری صادرات غیرنفتی است. این اصلاحات باید با دقت و به‌تدریج صورت گیرد تا از ایجاد شوک‌های ناگهانی در اقتصاد جلوگیری شود؛ برای مثال، می‌توان با تشکیل یک کمیته تخصصی از اقتصاددانان و کارشناسان ارزی، یک برنامه جامع برای اصلاح نظام ارزی تدوین کرد و با اطلاع‌رسانی دقیق به مردم و فعالان اقتصادی، از ایجاد انتظارات تورمی جلوگیری کرد.

۳. **بهبود فضای کسب‌وکار:** تسهیل فرایند صدور مجوزها، کاهش هزینه‌های تولید، مبارزه با فساد، ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری، اصلاح قوانین مالیاتی و کار و ایجاد زیرساخت‌های مناسب از جمله اقداماتی است

که می‌تواند فضای کسب‌وکار را بهبود بخشد و انگیزه سرمایه‌گذاری و تولید را افزایش دهد؛ برای مثال، می‌توان با ایجاد یک پنجره واحد برای صدور مجوزها، فرایند اداری را ساده‌تر و سریع‌تر کرد. همچنین، می‌توان با کاهش نرخ مالیات بر شرکت‌ها و ارائه مشوق‌های مالیاتی انگیزه سرمایه‌گذاری را افزایش داد. مبارزه با فساد، از طریق ایجاد سامانه‌های شفافیت و پاسخگویی و تقویت نهادهای نظارتی می‌تواند به کاهش هزینه‌های تولید و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران کمک کند.

۴. **حمایت از تحقیق و توسعه:** اختصاص منابع کافی به تحقیق و توسعه، تشویق نوآوری، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، ایجاد ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت و جذب متخصصان و نخبگان از جمله اقداماتی است که می‌تواند به توسعه فناوری و افزایش رقابت‌پذیری صنایع کشور کمک کند؛ برای مثال می‌توان با ایجاد صندوق‌های حمایت از تحقیق و توسعه، به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کرد تا پروژه‌های خود را به مرحله تجاری‌سازی برسانند. همچنین می‌توان با ایجاد دوره‌های کارآموزی و فرصت‌های شغلی





بحران ناترازی تجاری ایران، یک چالش ساختاری و ریشه‌ای است که نیازمند پوست‌اندازی اساسی در اقتصاد کشور است. با تغییر پارادایم‌های کهنه، اتخاذ سیاست‌های هوشمندانه، بسیج تمام امکانات و ظرفیت‌ها و مشارکت فعالانه تمام ذینفعان می‌توان از این بحران عبور کرد و آینده‌ای روشن و شکوفا برای ایران ساخت. این مهم، نیازمند عزمی راسخ، اراده‌ای قوی، برنامه‌ریزی دقیق، همدلی و هم‌افزایی تمامی نیروهای دلسوز و متخصص کشور است.

مناسب، نخبگان و متخصصان را جذب کرد و از فرار مغزها جلوگیری کرد.

۵. دیپلماسی اقتصادی فعال و رفع تحریم‌ها:

دیپلماسی اقتصادی فعال بیش از پیش به یک ضرورت بدل شده است. تنش‌های اخیر منطقه‌ای بویژه درگیری ۱۲ روزه میان ایران و اسرائیل، نشان داد که امنیت، سیاست خارجی و تجارت خارجی به‌شدت درهم‌تنیده‌اند. بهبود روابط منطقه‌ای، کاهش تنش‌ها از طریق کانال‌های دیپلماتیک و تقویت همکاری‌های اقتصادی با کشورهای همسو و بی‌طرف، می‌تواند مسیر تجارت ایران را در چنین شرایط پیچیده‌ای هموارتر کند. در این راستا، باید راهبردهایی برای تنوع‌بخشی بازارهای صادراتی، کاهش وابستگی به کشورهای خاص و افزایش تاب‌آوری زنجیره تأمین ایران تدوین شود.

۶. تقویت برندینگ و بازاریابی: ایجاد یک

برند ملی قوی برای کالاهای ایرانی، حمایت از صادرکنندگان، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی و ایجاد شبکه‌های فروش در بازارهای هدف از جمله اقداماتی است که می‌تواند به افزایش شناخت و تقاضا برای محصولات ایرانی در بازارهای جهانی کمک کند؛ برای مثال، می‌توان با طراحی یک لوگوی جذاب و منحصربه‌فرد برای کالاهای ایرانی، هویت بصری قوی‌تری برای آن‌ها ایجاد کرد. همچنین می‌توان با ارائه آموزش‌های لازم به صادرکنندگان، آن‌ها را در زمینه بازاریابی و فروش محصولات خود در بازارهای خارجی توانمند ساخت.

۷. توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل: بهبود بنادر،

فرودگاه‌ها، جاده‌ها و خطوط راه‌آهن برای تسهیل صادرات و واردات، کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل و افزایش سرعت جابه‌جایی کالاها اقدام زیربنایی

برای توسعه تجارت خارجی است. برای مثال، می‌توان با توسعه بنادر شهید رجایی و چابهار، ظرفیت حمل‌ونقل دریایی کشور را افزایش داد. همچنین می‌توان با احداث جاده‌های جدید و بهسازی جاده‌های موجود، زمان و هزینه حمل‌ونقل کالاها را کاهش داد.

۸. توسعه مناطق آزاد تجاری و صنعتی: ایجاد

مناطق آزاد تجاری و صنعتی با قوانین و مقررات تسهیل‌کننده برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تولید محصولات صادرات محور و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌تواند به افزایش صادرات غیرنفتی و توسعه اقتصاد منطقه‌ای کمک کند. این مناطق، باید با دقت و برنامه‌ریزی ایجاد شوند تا از ایجاد رانت و فساد جلوگیری شود.

۹. ترویج فرهنگ مصرف کالای داخلی: تشویق مردم به خرید کالاهای ایرانی، افزایش آگاهی عمومی در مورد کیفیت و مزایای محصولات داخلی و حمایت از تولیدکنندگان داخلی از اقدام‌های ضروری برای تقویت اقتصاد ملی هستند. این امر نیازمند فرهنگ‌سازی و آموزش است؛ برای مثال، می‌توان با برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، مردم را تشویق به خرید کالاهای ایرانی کرد. همچنین می‌توان با ارائه تسهیلات و جوایز به خریداران کالاهای ایرانی، انگیزه خرید آن‌ها را افزایش داد.

۱۰. تقویت همکاری‌های منطقه‌ای: همکاری‌های

منطقه‌ای، همچنان یکی از کلیدهای خروج از بحران تجاری است، اما باید با شناخت دقیق از تحولات اخیر و مواضع کشورهای منطقه در قبال ایران بازطراحی شود. برخی همسایگان در جریان جنگ اخیر، روابط خود را با احتیاط بازتعریف کرده‌اند و برخی دیگر فرصت‌هایی جدید برای همکاری اقتصادی ارائه داده‌اند؛ بنابراین، ایجاد پیمان‌های دوجانبه ترجیحی با کشورهای همسو و مطمئن‌تر در اولویت قرار

گیرد و رصد هوشمندانه فضای سیاسی منطقه به تصمیمات تجاری پیوند داده شود.

۱۱. جلوگیری از واردات بی‌رویه و حمایت از تولید

داخلی: نظارت دقیق بر واردات کالاها، جلوگیری از ورود کالاهای غیرضروری و لوکس، حمایت از تولیدکنندگان داخلی با ارائه تسهیلات، آموزش و مشاوره و ایجاد رقابت سالم در بازار می‌تواند به تقویت تولید داخلی و کاهش وابستگی به واردات کمک کند؛ برای مثال، می‌توان با وضع تعرفه‌های بالاتر بر واردات کالاهای لوکس، تقاضا برای آن‌ها را کاهش داد. همچنین می‌توان با ارائه تسهیلات کم‌بهره به تولیدکنندگان داخلی، به آن‌ها در زمینه نوسازی ماشین‌آلات و تجهیزات کمک کرد.

تحولات ژئوپلیتیکی نظیر جنگ اخیر، این واقعیت را برجسته کرده‌اند که تجارت خارجی ایران نه تنها به عوامل اقتصادی بلکه به پایداری سیاسی و امنیتی نیز گره خورده است. عبور از بحران ناترازی تجاری در گروی طراحی یک اقتصاد مقاوم، امن، متنوع و مبتنی بر تعامل هوشمندانه با جهان است. در این مسیر، هوشیاری در قبال تحولات بین‌المللی و استفاده از دیپلماسی چندلایه، به ابزارهای اصلی سیاست‌گذاران اقتصادی کشور تبدیل شده است.

بحران ناترازی تجاری ایران، یک چالش ساختاری و ریشه‌ای است که نیازمند پوست‌اندازی اساسی در اقتصاد کشور است. با تغییر پارادایم‌های کهنه، اتخاذ سیاست‌های هوشمندانه، بسیج تمام امکانات و ظرفیت‌ها و مشارکت فعالانه تمام ذینفعان می‌توان از این بحران عبور کرد و آینده‌ای روشن و شکوفا برای ایران ساخت. این مهم، نیازمند عزمی راسخ، اراده‌ای قوی، برنامه‌ریزی دقیق، همدلی و هم‌افزایی تمامی نیروهای دلسوز و متخصص کشور است. **///**



دکتر ناصر انزلی‌چی، رئیس سابق انجمن شرکت‌های مدیریت صادرات ایران و مدیرعامل شرکت مدیریت صادرات تاپ می‌گوید که صادرات ما مبتنی بر علم روز نیست و در ربع آغاز هزاره سوم با روش‌های زمان جنگ جهانی، بدون مطالعه، برنامه‌ریزی و به‌روزرسانی وارد تجارت می‌شویم. ایران در بخش‌بندی بازارهای هدف جزو ضعیف‌ترین کشورهاست و لازم است حساس‌سازی صادرکنندگان و در مرحله بعد تدوین و ارائه شرح خدمات کاملی برای تحلیل بازار که یک پایه عمده این تحلیل بخش‌بندی بازار است، مورد توجه قرار گیرد. در مورد بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز که عملاً نمایندگان بخشی از جامعه با درآمد متوسط هستند و شاه‌کلید بقا شناخته می‌شوند، این سؤال مطرح است که به چه پارامترهایی نیاز دارند تا بتوانند در بازارهای برون‌مرزی فعالیت قوی داشته باشند. در صادرات به‌گونه‌ای عمل نکرده‌ایم که کشور مقصد بتواند روی ما به‌عنوان شریک حساب باز کند و شورایی که از ایران به‌عنوان شریک تجاری بلندمدت یاد می‌کنند، بسیار اندک هستند.

♦♦ برای تسهیل و تقویت بنگاه‌های کوچک و

متوسط در مبادلات جهانی چه باید کرد؟

برای پاسخ به این سؤال نیاز هست که بدانیم بنگاه‌های کوچک و متوسط چه کارکردی دارند. در ظاهر بنگاه‌های کوچک و متوسط کارکرد اقتصادی دارند، اما نکته مهمی که وجود دارد این است که علاوه بر کارکرد اقتصادی، بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیر اجتماعی بسزایی داشته و عملاً این بنگاه‌ها موجب ایجاد ثبات در جامعه و کشور می‌شوند؛ به‌طوری‌که «شاه‌کلید بقا» شناخته می‌شوند. بنگاه‌های کوچک و متوسط عملاً نمایندگان بخشی از جامعه با درآمد متوسط هستند. این قشر نه آن‌قدر متمول هستند که در ایران و کشورهای دیگر خانه و ویلا داشته باشند و نه آن‌قدر فقیر هستند که در مکان‌های مختلف تجمع کرده و دنبال حق‌وحقوق خود باشند. از آنجایی‌که این بنگاه‌ها به هیچ‌کدام از گروه‌های اول و دوم که بحث شد بستگی ندارند، لذا تمایل به وجود ثبات در کشور دارند تا از این طریق، کسب درآمد داشته باشند. در کشورهایی مانند آلمان علی‌رغم اینکه بنگاه‌های بزرگی مثل بنز، BMW، ABB، بایر و غیره وجود دارند، اما ۹۰ درصد اقتصاد این کشور بر پایه بنگاه‌های کوچک و متوسط است.

این مسئله حتی خود را در بازار خدمات نیز نشان داده است. زمانی تنها بنگاه‌های بزرگی مانند سایبر و مپنا وارد بازار خدمات می‌شدند، اما امروز سازمان‌هایی نظیر سازمان بهره‌وری آسیایی APO بنگاه‌های کوچک و متوسط را برای حضور در بازارهای خدمات تشویق نموده و دوره‌ها، کارگاه‌ها و آموزش‌های تخصصی برگزار می‌کنند تا این بنگاه‌ها نیز به بازار خدمات بین‌المللی ورود کنند.

اما سؤالی که مطرح می‌شود این است که



کشور ایران بزرگ‌ترین اقتصاد بزرگ

غیر عضو WTO (سازمان تجارت

جهانی) است؛ بنابراین ما همه آزمایش

و خطاهای موفق و غیرموفق را دیده‌ایم

و می‌توانیم با بنچ‌مارکینگ و بهینه‌کاوی

کشورهای عضو این قراردادها، به نتایج

بهتری برسیم.



بنگاه‌های کوچک و متوسط به چه پارامترهایی نیاز دارند تا بتوانند در بازارهای برون‌مرزی فعالیت قوی داشته باشند؟ به‌طورکلی دو پارامتر از اهمیت بالاتری برخوردار هستند:

*** نخست:** انعقاد قراردادهای PTA (ترجیحات تجاری) یا FTA (تجارت آزاد) بین ایران و سایر کشورها که بتواند با کاهش تعرفه‌ها، حاشیه سود و قدرت رقابت بنگاه‌های کوچک و متوسط را بالا ببرد؛ اما انعقاد این قرارداده‌ا، تیغ دو لبه است؛ چون دادن تعرفه ترجیحی از سوی یک کشور، بازارهای داخلی را به روی محصولات خارجی می‌گشاید و در صورت عدم تمهید پیش‌نیازهای لازم ممکن است که صنایع داخلی دچار رقابت منفی با کالای خارجی شده و متضرر شوند. لذا بایستی این قرارداده‌ا به شکلی باشند که کمترین خطر متوجه صنایع کوچک و متوسط باشد. از ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۴ به‌صورت رسمی توافق تجارت آزاد میان اتحادیه اقتصادی اوراسیا و ایران وارد فاز اجرایی شده است و علی‌رغم همه امتیازاتی که این توافق دارد و فرصتی استثنایی محسوب می‌شود، اما ممکن است برای بعضی از صنایع ما مثل صنایع کوچک شکلات، چالش آفرین باشد؛ بنابراین ورود به این قراردادها برای توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌شرط تمهید زیرساخت‌های مربوطه الزامی است.

تجربه کشورهایی چون کره جنوبی و مصر نشان می‌دهد که موضوع ایجاد زیرساخت‌های لازم در این قراردادها چه نتایجی دارد. خوشبختانه ما جزو آخرین اقتصادهای بزرگی هستیم که در مسیر این توافقات قرارگرفته‌ایم و شاید تعجب کنید که کشور ایران بزرگ‌ترین اقتصاد بزرگ غیر عضو WTO (سازمان تجارت جهانی) است؛ بنابراین ما همه آزمایش و خطاهای موفق و غیرموفق را دیده‌ایم و می‌توانیم با بنچ‌مارکینگ و بهینه‌کاوی کشورهای عضو این قراردادها، به نتایج بهتری برسیم.

*** دوم؛** حمایت‌های هدفمند از صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط. تا مادامی‌که به عضویت WTO درنیامده‌ایم - امیدواریم به‌زودی اتفاق بیفتد- بایستی بسته‌های حمایتی هدفمند صادراتی داشته باشیم؛ موضوعی که متأسفانه چه در دوران وفور در دولت و چه در شرایط کنونی به آن توجه نشده و حمایت‌های دولت از صادرات هدفمند نبوده است.

♦♦ چرا در کالاهایی مانند فرش که در صادرات آن‌ها سرآمد بوده‌ایم، به پایین‌ترین سطح رسیده‌ایم؟

سه دلیل برای جواب این سؤال وجود دارد.

*** دلیل اول** عمومی است؛ صادرات ما مبتنی بر علم روز نیست، ما در حال حاضر یعنی در ربع آغاز هزاره سوم با روش‌های زمان جنگ جهانی دوم تجارت می‌کنیم. درواقع هیچ‌کدام

از روش‌های صادرات ما مبتنی بر برنامه‌ریزی نبوده است؛ به‌طور مثال یک کشوری جنگ‌زده شده و بازار باز می‌شود و ما بدون مطالعه و برنامه‌ریزی و به‌روزرسانی محصولاتمان بر اساس نیاز بازار، وارد تجارت با این کشور می‌شویم. درواقع صادرات را مثل یک خط مستقیم از نقطه A به نقطه Z می‌بینیم. درصورتی‌که صادرات چرخه‌ای است که از «تحقیق بازار» آغاز و پس

از «بازاریابی»، «قرارداد»، «لجستیک» و «انتقال ارز» مجدداً در فاز توسعه محصول دوباره وارد چرخه می‌شود؛ به این شکل چون نمی‌توانیم محصولاتمان را بر اساس نیاز بازار به‌روزرسانی کنیم، پس از مدتی توسط سایر رقبا از بازار آن کشور حذف می‌شویم (نمونه بارز و اخیر این مسئله، اتفاقی است که بر سر اکثر محصولات ما در عراق آمده است). متأسفانه ما نه‌تنها از تحقیقات بازار شروع نمی‌کنیم، بلکه اساساً وارد فاز «توسعه محصول» هم نمی‌شویم. درصورتی‌که بایستی بخشی از سودمان را روی تحلیل بازار سرمایه‌گذاری کرده و محصولاتمان را مبتنی بر نیازهای بازار تغییر دهیم.

در سال ۱۳۸۳ در بازار عراق سس مایونز فقط مهرام، بهروز یا دلپذیر بود، ولی در حال حاضر در این کشور سهم عمده سس مایونز متعلق به ZER ترکیه است؛ چون ترکیه توانست با ذائقه مردم عراق هماهنگ شود. برای درک بهتر این موضوع به مدلی که توسط آنسوف (پدر مدیریت استراتژیک) برای رشد بازار پیشنهاد داده است توجه نمایید. ماتریس آنسوف برای اولین بار در سال ۱۹۵۷ راه‌حل‌های ساده و سریع را برای داشتن رویکرد استراتژیک به توسعه کسب‌وکار ارائه داد. این ماتریس دارای دو بعد محصول و بازار است. بر اساس این ماتریس (شکل شماره ۱)، با محصول موجود (فعلی) در بازار موجود (فعلی) سعی می‌کنیم که سهم بازار را برای محصولات فعلی بالا ببریم که به آن استراتژی نفوذ در بازار (market Penetration) می‌گویند. زمانی که صادرات انجام می‌دهیم استراتژی، توسعه بازار (market development) می‌شود؛ برای مثال تا دیروز عراق بازار ما نبوده است، اما امروز با صادرات به این کشور آن را به بازار فعلی خود تغییر داده‌ایم؛ بنابراین اگر بخواهیم در این بازار بمانیم باید بر اساس نیازهای آن بازار توسعه محصول انجام دهیم، یعنی استراتژی توسعه محصول (Product Development) و این موضوع نیازمند سرمایه‌گذاری در بازار است که این اتفاق در پروسه بازاریابی در کشور ما نمی‌افتد. به‌عنوان مثالی دیگر باید بررسی شود که در حال حاضر فرهنگ «نشیمن» در کشور عراق

به چه صورت است؟ از فرش، موکت یا مبیل استفاده می‌کنند؟ در یک بررسی ساده متوجه می‌شویم که یک دست مبیل در این کشور هفت‌نفره نیست بلکه یک دست مبیل «مصری یازده نفره» بوده و چیدمان آن به شکل دو کاناپه سه‌نفره روبه‌روی هم است؛ بنابراین باید محصول را بر اساس نیاز در این کشور توسعه دهیم. درمجموع همان‌طور که اشاره شد اشکالی که در کشور ما وجود دارد این است که تصور می‌کنیم صادرات یک خط مستقیم است، درصورتی‌که صادرات یک چرخه است و بخشی از این چرخه، توسعه محصول است که ما آن را در بازار هدف انجام نمی‌دهیم.

*** دلیل دومی** که باعث افت صادرات کشور ما می‌شود این است که متأسفانه در بسیاری از بازارها ما افرادی را داریم که خیلی سریع‌تر از فعالان اقتصادی و صادرکنندگان واقعی وارد عرصه صادرات و بازار شده و بازار را به چالش می‌کشند و هیچ‌گونه راهکار قانونی هم برای جلوگیری از این موضوع در کشور وجود ندارد.

*** در دلیل سوم** مشخصاً به موضوع فرش اشاره می‌کنم. در صنعت فرش ما ساختارهای صادراتی‌مان را تخریب کرده‌ایم؛ برای مثال در یک جفت فرش اعلا که بر اساس نقشه جدید «شیرفر» یا «مرحوم قلی نامی» یا «شادکام» از دار قالی پایین می‌آید، دیده می‌شود دو یا سه سانتی‌متر کج بافی دارد، درحالی‌که عین همان نقشه را چین یا هند از ما کپی کرده و می‌بافد و آن‌قدر دقت بافت بالاست که اگر کولیس قرار دهیم حتی نیم میلی‌متر هم کج بافی ندارد! به بیان ساده‌تر برخلاف کشور ما، در کشورهایی مثل چین و هند برای بافت فرش استانداردهایی وجود دارد. در حال حاضر استانداردهای فعلی بافت در کشور ما اصلاً مناسب نیست و نقشه‌های با کیفیت بالای موجود در کشور، متأسفانه



از ۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۴ به‌صورت رسمی توافق تجارت آزاد میان اتحادیه اقتصادی اوراسیا و ایران وارد فاز اجرایی شده است و علی‌رغم همه امتیازاتی که این توافق دارد و فرصتی استثنایی محسوب می‌شود، اما ممکن است برای بعضی از صنایع ما مثل صنایع کوچک شکلات، چالش آفرین باشد؛ بنابراین ورود به این قراردادها برای توسعه صادرات بنگاه‌های کوچک و متوسط به‌شرط تمهید زیرساخت‌های مربوطه الزامی است. تجربه کشورهایی چون کره جنوبی و مصر نشان می‌دهد که موضوع ایجاد زیرساخت‌های لازم در این قراردادها چه نتایجی دارد.

به نام کشور ما ثبت و رجیستری نشده‌اند.

♦♦ چه تحلیلی از چگونگی بخش‌بندی بازارهای هدف (شرکای تجاری) کشور دارید؟

هم به لحاظ کلان و هم خرد، ایران در بخش‌بندی بازارهای هدف (market Segmentation) جزو ضعیف‌ترین کشورها است. صادرکنندگان ما قبل از هر چیز باید به بخش‌بندی بازار هدف از نظر دهک‌های تفکیک جنسی، سنی یا درآمدی توجه داشته باشند و به همین دلیل است که برای مثال ما در صادرات پوشاک ضعیف هستیم. از ۲۵ اردیبهشت امسال که پیمان ایران و اتحادیه اوراسیا که وارد فاز اجرا شده، اگر از اتاق کرمان بیرون آمده و سراغ اولین صادرکننده کفش یا پوشاک رفته و سؤال کنیم چند درصد خانم‌های امروز روسیه در دهه ۲۰ تا ۴۰ سالگی هستند؟ دهک درآمدی آن‌ها چند است؟ چه لباسی برای آن‌ها بایستی

طراحی و دوخته شود؟ پاسخ هیچ‌کدام از این سؤال‌ا را یک صادرکننده نمی‌داند؛ بنابراین ما به‌شدت در بخش‌بندی بازار به‌خصوص در مورد دهک‌های درآمدی، سنی و جنسی ضعیف هستیم. همچنین در مورد لوکس یا معمولی بودن یک بخش از کالاها نیز اطلاعاتی نداریم. تاکنون چندین گزارش تحلیل بازار از محصولات و خدمات مختلف را مطالعه کرده‌ام، همه بلااستثنا در بخش‌بندی بازار مشکل دارند. در سطح کلان نیز سازمان‌های متولی دولتی و غیردولتی تحلیل جامع و متمرکزی از بخش‌بندی بازارهای هدف ندارند و مواردی هم که وجود دارد پراکنده و جزیره‌ای است. **برای بهبود این اوضاع دو مرحله لازم است انجام شود:**

*** مرحله اول** حساس‌سازی صادرکننده در مورد بخش‌بندی بازار است که این موضوع بر عهده اتاق‌های بازرگانی، شهرک‌های صنعتی و سازمان توسعه تجارت است.





ما در تولید و صادرات هیچ محصول خاصی به‌گونه‌ای عمل نکرده‌ایم که کشور مقصد بتواند روی ما به‌عنوان شریک حساب باز کند. از جمله دلایل آن عدم استیفای به تعهدات، ایجاد قوانین و بخشنامه‌های خلق‌الساعه، بی‌برنامگی، بی‌سلیقگی در بسته‌بندی، نبود استانداردهای جهانی و عدم آزمایش محصول پیش از صادرات است. البته در برخی موارد، شرکت‌های خصوصی به‌صورت مستقل با ابتکار و اراده خود موفق شده‌اند، ولی این‌ها همگی تلاش‌های شخصی است، نه دستاوردهای ساختاریافته.

* در مرحله بعدی سازمان‌های متولی بایستی شرح خدمات کاملی برای تحلیل بازار نوشته و ارائه کنند و این تحلیل را به افراد حرفه‌ای برون‌سپاری کرده تا تحلیل بازار انجام دهند که یک‌پایه عمده این تحلیل، بخش‌بندی بازار است.

♦♦ کشورهای جهان از ایران به‌عنوان یک شریک تجاری بلندمدت چه تلقی دارند؟

باید گفت هیچ تلقی وجود ندارد. حتی در محصولات مانند پسته که در ایران به‌عنوان National Brand شناخته می‌شوند، نمی‌توانیم در بلندمدت بازاری در اختیار داشته باشیم؛ زیرا همان بی‌سلیقگی و «عدم تحلیل قبل از ورود به بازار» و «عدم توسعه بعد از صادرات» را تکرار می‌کنیم. به‌طور مثال به چند کشور، پسته ایرانی صادرشده، اما به دلیل وجود سم آفلاتوکسین برگشت خورده‌اند؟! به فرض، یک یا دو مورد این برگشت موضوع سیاسی بوده، بقیه موارد چرا اتفاق افتاده است؟ نباید این کم‌سلیقگی انجام شود، باید محصولمان را قبل از صادرات به‌درستی آزمایش کنیم.

درواقع ما در تولید و صادرات هیچ محصول خاصی به‌گونه‌ای عمل نکرده‌ایم که کشور مقصد بتواند روی ما به‌عنوان شریک حساب باز کند. از جمله دلایل آن عدم استیفای به تعهدات، ایجاد قوانین و بخشنامه‌های خلق‌الساعه، بی‌برنامگی، بی‌سلیقگی در بسته‌بندی، نبود استانداردهای جهانی و عدم آزمایش محصول پیش از صادرات است. البته در برخی موارد، شرکت‌های خصوصی به‌صورت مستقل با ابتکار و اراده خود موفق شده‌اند، ولی این‌ها همگی تلاش‌های شخصی است، نه دستاوردهای ساختاریافته؛ برای مثال در بازار گرجستان در خصوص محصول شیشه به ایران به‌عنوان یک شریک بلندمدت نگاه می‌شود. این موضوع تنها ابتکار و تلاش فردی

صادرکننده این شرکت بوده، کما اینکه به دلیل مواردی که ذکر شد، ضرر هم داشته‌اند. درمجموع در سطح کلان، کشورهایی که از ایران به‌عنوان شریک تجاری بلندمدت یاد می‌کنند، اندک هستند. در حال حاضر اتحادیه اوراسیا این ظرفیت را در اختیار ما قرار داده است که به‌عنوان شریک بلندمدت تجاری شناخته شویم، ولی اگر با کج‌سلیقگی‌های بخش خصوصی و قوانین خلق‌الساعه دولتی و به‌اصطلاح «با همین فرمان» پیش برویم، مجدد این فرصت را که ممکن است یک یا دو سال هم بیشتر نباشد از دست خواهیم داد.

♦♦ چه تحلیلی از تحولات اساسی و مستمر در روابط تجاری جهانی دارید و ایران در این میان چه باید بکند؟

در نیمه اول قرن بیستم و بعد از اتمام جنگ جهانی دوم، دولت‌ها به این موضوع توجه کردند که چرا در کمتر از نیم‌قرن دو بار جنگ جهانی رخ داده است؟ یکی از دلایل این امر را افتراق منافع دیدند؛ به عبارتی کشورها با یکدیگر اشتراک منافع نداشتند. بنابراین به دنبال راهکارهایی برای اشتراک منافع بین کشورها بودند تا دیگر جنگی رخ ندهد. از آن زمان به بعد پیمان‌های تجاری جهانی و منطقه‌ای و مذاکرات دور اروگوئه پیش آمد و درنهایت معاهده گات و سازمان توسعه تجارت جهانی منعقد شد. در حال حاضر حدود ۳۰ سال از تشکیل سازمان توسعه تجارت جهانی می‌گذرد و دور دوم مذاکرات این سازمان که به «دور توسعه دوحه» معروف است، از سال ۲۰۰۱ در قطر شروع شده که تاکنون در حدود ۲۵ سال مذاکره باهدف به‌روآوری نظام تعرفه‌های دنیا انجام می‌شود. اگر ما بخواهیم در سپهر اقتصادی و تجاری دنیا به‌صورت بلندمدت حضور پررنگ و درواقع نقش

داشته باشیم، بایستی با این فضا در تعامل باشیم؛ نمی‌توانیم به‌صورت جزیره‌ای کار کنیم. خوشبختانه بعد از چهار سال، قرارداد اول تجارت آزاد ایران با اتحادیه اوراسیا منعقد شده است. اگر کشور رقیب در منطقه یعنی ترکیه را بررسی نمایید، سی تا چهل قرارداد به این شکل دارد که موجب شده است شرکت‌های خارجی بخشی از تولید خود را در کشور ترکیه انجام دهند. همین‌طور در سایر کشورها نیز به همین شکل همکاری بین‌المللی شکل گرفته و موجب شده که اقتصاد با هم بچرخد. در حال حاضر این ظرفیت برای ما ایجاد شده است و در چنین شرایطی یک تولیدکننده ایرانی می‌تواند بخشی از تولید خود را در ایران و بخشی را در کشور هدف انجام دهد و حتی به کشورهای دیگر صادرات هم داشته باشد. در حال حاضر چرا تولیدکنندگان ایرانی در کشور عراق تولید می‌کنند؟ چون عراق عضو اتحادیه عرب است و تعرفه گمرکی میان اعضای اتحادیه عرب صفر است و درنهایت اگر جنسی در ایران به‌صورت نیمه آماده تولید و طبق رویه‌های قانونی در عراق نهایی شده و گواهی مبدأ عراق صادر شود، بدون گمرک به کشورهای عضو این اتحادیه صادر می‌شود و بنابراین بازار این تولیدکننده بسیار بزرگ می‌شود.

بنابراین لازم است در کنار قرارداد اتحادیه اوراسیا با کشورهای عربی، کشورهای جنوب شرق آسیا (آسه آن) نیز قرارداد همکاری‌های بین‌المللی داشته باشیم. صرف قرارداد کافی نیست، باید بدانیم که در دنیای امروز می‌توان بخشی از تولید یک کالا را در کشوری و بخش دیگر در کشوری دیگر انجام داد؛ به‌طور مثال اگر بخشی از فرایند تولید کالاهای صادراتی ایران در کشوری مانند ارمنستان انجام شود، آن کشور هم در تأمین منافع خود با ما شریک می‌شود و از این طریق روابط تجاری بین دو کشور تقویت می‌شود. **III**

تمرکز بر نوآوری برای دستیابی به بازار آینده



«نوآوری» در کسب‌وکار به زبان ساده یعنی خلق یا به‌کارگیری ایده‌های جدید برای ایجاد ارزش افزوده. این ارزش می‌تواند به شکل یک محصول بدیع، یک خدمت تازه، یک مدل کسب‌وکار متفاوت یا حتی یک فرایند عملیاتی کارآمدتر بروز کند. نوآوری به شرکت‌ها امکان می‌دهد که نیازهای پنهان یا جدید مشتریان را شناسایی و برآورده کنند؛ به عبارتی یک گام جلوتر از تقاضای فعلی بازار حرکت کنند.



دکتر محمدحسین جیل‌عاملی

مدرس دانشگاه و مشاور بین‌المللی مدیریت CMC

/// در دنیای پرتلاطم کسب‌وکار، نوآوری دیگر یک انتخاب تجملی نیست، بلکه یک ضرورت برای بقا و رشد است. مدیران و صاحبان کسب‌وکار که امروز به نوآوری تکیه می‌کنند، فردا سکان‌داران بازارهای آینده خواهند بود. بازار آینده به شرکت‌هایی تعلق دارد که شهادت خروج از قالب‌های سنتی را دارند و با ایده‌های تازه مسیرهای جدیدی می‌گشایند. در عصر حاضر که فناوری با سرعتی شگفت‌آور پیشرفت می‌کند و سلیقه مصرف‌کنندگان دم‌به‌دم تغییر می‌یابد، تنها سازمان‌های نوآور می‌توانند همگام با این تحولات حرکت کنند و گوی رقابت را از دیگران بریابند. این مقاله با نگاهی تحلیلی و روزنامه‌نگارانه به مدیران و صاحبان کسب‌وکار نشان می‌دهد که چرا

تمرکز بر نوآوری و بازاریابی هوشمندانه، کلید دستیابی به بازارهای آینده است.

نوآوری در کسب‌وکار و اهمیت آن برای آینده بازارها

«نوآوری» در کسب‌وکار به زبان ساده یعنی خلق یا به‌کارگیری ایده‌های جدید برای ایجاد ارزش‌افزوده. این ارزش می‌تواند به شکل یک محصول بدیع، یک خدمت تازه، یک مدل کسب‌وکار متفاوت یا حتی یک فرایند عملیاتی کارآمدتر بروز کند. نوآوری به شرکت‌ها امکان می‌دهد که نیازهای پنهان یا جدید مشتریان را شناسایی و برآورده کنند؛ به عبارتی یک گام جلوتر از تقاضای فعلی بازار حرکت کنند. برای مثال، سال‌ها پیش



تلفن‌های همراه صرفاً وسیله‌ای برای تماس بودند، اما شرکت‌های نوآور با تلفیق دوربین، اینترنت و صدها امکان دیگر در گوشی‌های هوشمند، نیازهایی را پاسخ دادند که پیش‌تر حتی توسط مشتریان ابراز نشده بود. نتیجه این رویکرد پیش‌دستانه، شکل‌گیری بازارهای کاملاً جدید و تسخیر آن‌ها توسط پیش‌تازان نوآور بود.

اهمیت نوآوری برای آینده بازارها از جنبه‌های گوناگون قابل‌بررسی است:

نخست، تغییرات فناوری در حال دگرگون‌کردن ساختار صنایع هستند؛ کسب‌وکارهایی که نتوانند خود را با فناوری‌های نو وفق دهند، به‌سرعت از صحنه رقابت محو می‌شوند. **دوم**، رفتار و ترجیحات مصرف‌کنندگان به‌طور مداوم در حال تحول است. نسل‌های جدید مشتریان خواسته‌ها، ارزش‌ها و الگوهای خرید متفاوتی دارند که با شیوه‌های قدیمی کسب‌وکار قابل پاسخ‌گویی نیست. فقط با رویکردهای نوآورانه می‌توان دل این نسل‌ها را به‌دست آورد و همراهی‌شان را برای آینده حفظ کرد.

سوم، رقابت جهانی شدیدتر از همیشه شده است؛ شرکت‌ها اکنون نه تنها در بازارهای محلی، بلکه در مقیاس بین‌المللی با رقبایی سرسخت روبرو هستند. در این میدان جهانی، مزیت رقابتی پایدار تنها از مسیر نوآوری به‌دست می‌آید. یک محصول یا خدمت متمایز و خلاقانه می‌تواند بازارهای تازه‌ای را به روی شرکت بگشاید یا سهم بازار رقا را تصاحب کند.

از منظر اقتصادی نیز نوآوری موتور محرک رشد بلندمدت به‌شمار می‌رود. کسب‌وکارهای نوآور معمولاً سودآوری و بهره‌وری بالاتری دارند، چون با هزینه‌ها را از طریق روش‌های جدید کاهش می‌دهند یا با ارائه محصولات منحصربه‌فرد حاشیه سود خود را افزایش می‌دهند. نوآوری همچنین ریسک ناشی از اشباع بازارهای موجود را کاهش می‌دهد؛ به کمک نوآوری می‌توان بازارهای راكد را احیا کرد یا به بازارهای نوظهور پا گذاشت. برای مدیران ارشد، سرمایه‌گذاری در نوآوری نوعی

بیمه آینده‌نگری است که تضمین می‌کند شرکت‌شان حتی در دهه‌های آتی نیز حرفی برای گفتن داشته باشد.

بازاریابی: علمی فراتر از تبلیغات

بسیاری بازاریابی را هم‌معنا با تبلیغات یا فروش می‌دانند، اما واقعیت این است که **علم بازاریابی چیزی فراتر از تبلیغات صرف است**. تبلیغات تنها یکی از ابزارهای بازاریابی به‌شمار می‌رود؛ بازاریابی هوشمندانه با یک دیدگاه جامع‌نگر آغاز می‌شود که تمام مسیر تعامل مشتری با محصول یا برند را در برمی‌گیرد. شناخت عمیق مصرف‌کننده و درک نیازها، انگیزه‌ها و دغدغه‌های او نقطه شروع بازاریابی مدرن است. یک مدیر بازاریابی آگاه، پیش از تولید یا تبلیغ هر محصولی ابتدا این پرسش کلیدی را مطرح می‌کند: مشتری من واقعاً چه می‌خواهد و چگونه فکر می‌کند؟ بازاریابی نوین بر پایه‌ی رفتارشناسی مصرف‌کننده بنا شده است. این یعنی تحلیل الگوهای تصمیم‌گیری مشتریان، عوامل روان‌شناختی اثرگذار بر خرید و حتی محرک‌های فرهنگی و اجتماعی‌ای که ترجیحات مردم را شکل می‌دهند. برای نمونه، چرا مشتری الف به یک برند خاص وفادار می‌ماند درحالی‌که مشتری ب به دنبال تنوع است؟ پاسخ به این دست پرسش‌ها در دل علم بازاریابی نهفته است، نه صرفاً در آگهی‌های پرزرق‌وبرق.

علاوه بر این، بازاریابی encompasses طراحی تجربه‌ای است که مشتری در تماس با برند از سر می‌گذراند. تجربه کاربری (UX) دیگر فقط اصطلاحی در دنیای فناوری نیست؛ فروشگاه فیزیکی یا وب‌سایت شرکت شما نیز یک تجربه را به مشتری القا می‌کند.



از منظر اقتصادی نیز نوآوری موتور محرک رشد بلندمدت به‌شمار می‌رود. کسب‌وکارهای نوآور معمولاً سودآوری و بهره‌وری بالاتری دارند، چون با هزینه‌ها را از طریق روش‌های جدید کاهش می‌دهند یا با ارائه محصولات منحصربه‌فرد حاشیه سود خود را افزایش می‌دهند. نوآوری همچنین ریسک ناشی از اشباع بازارهای موجود را کاهش می‌دهد؛ به کمک نوآوری می‌توان بازارهای راكد را احیا کرد یا به بازارهای نوظهور پا گذاشت. برای مدیران ارشد، سرمایه‌گذاری در نوآوری نوعی بیمه آینده‌نگری است که تضمین می‌کند شرکت‌شان حتی در دهه‌های آتی نیز حرفی برای گفتن داشته باشد.

نحوه چیدمان فروشگاه، برخورد کارکنان، سهولت دسترسی به اطلاعات محصول، خدمات پس از فروش و بسیاری عوامل دیگر همگی اجزایی از بازاریابی هستند که می‌توانند به اندازه یک تبلیغ پربازدید، بر ذهن و رفتار مشتری اثر بگذارند.

به بیان دیگر، **بازاریابی استراتژیک، هنر اثرگذاری غیرمستقیم است**. به‌جای فریاد زدن پیام تبلیغاتی در گوش مشتری، یک بازاریاب حرفه‌ای محیط و شرایطی را مهیا می‌کند که خودبه‌خود مشتری را به سمت خواسته مطلوب سوق دهد. این رویکرد زیرکانه نیازمند تفکر خلاقانه و بهره‌گیری از دانش میان‌رشته‌ای است؛ ترکیبی از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، طراحی و حتی علوم اعصاب (در قالب نورومارکتینگ). شرکت‌هایی که چنین دید عمیقی به بازاریابی دارند، عملاً مشتری را در مرکز تمام تصمیمات قرار می‌دهند و هر اقدامی – از توسعه محصول گرفته تا قیمت‌گذاری و توزیع – را با هدف نهایی رضایت و ترغیب او تنظیم می‌کنند. در ادامه، با برخی مثال‌های واقعی نشان می‌دهیم که چگونه بازاریابی می‌تواند با تکیه بر نوآوری و شناخت رفتار مشتری، فراتر از تبلیغات سنتی عمل کند.

بازاریابی هوشمندانه در عمل: نمونه‌های خلاقیت بازاریابی

امروزه کسب‌وکارهای پیشرو از **ترفندهای هوشمندانه بازاریابی** بهره می‌گیرند که ممکن است در نگاه اول حتی به چشم نیابند، اما تأثیری شگرف در رفتار مشتری دارند. در این بخش به چند نمونه ملموس از بازاریابی نوآورانه می‌پردازیم که نشان می‌دهد چگونه تفکر استراتژیک و شناخت علمی مصرف‌کننده

می‌تواند منجر به افزایش فروش و وفاداری شود، بی‌آنکه صرفاً بودجه بیشتری صرف آگهی‌های تبلیغاتی شود:

*** طراحی مسیرهای طولانی‌تر در فرودگاه‌ها**
برای خرید ناخواسته: اگر دقت کرده باشید، در اغلب فرودگاه‌های مدرن، مسیر خروجی مسافران پس از بازرسی امنیتی به شکل مارپیچ و طولانی از دل فروشگاه‌های معاف از مالیات و غرفه‌های تجاری می‌گذرد. این طراحی تصادفی نیست. مسافر تازه از گیت امنیتی عبور کرده معمولاً قدری پرتنش و خسته است و دیدن ویترین مغازه‌ها در این حین یک تغییر فضای خوشایند به‌شمار می‌آید. راهروی طولانی فرصت بیشتری می‌دهد تا کالاهای رنگارنگ چشم مسافر را بگیرند. بسیاری از فرودگاه‌ها حتی مسیر را طوری طراحی می‌کنند که **مسافران مجبور شوند از میان فروشگاه‌ها عبور کنند**؛ نتیجه اینکه احتمال خریدهای ناگهانی و تفننی بالا می‌رود. علاوه بر این، راه رفتن زیاد در محوطه فرودگاه سرانجام خستگی به همراه دارد و مسافر خسته اغلب خود را مستحق یک استراحت کوتاه می‌داند؛ مثلاً نشستن در کافه و نوشیدن چیزی خنک یا گرم. همین توقف کوتاه به معنی یک خرید دیگر است. جالب آن‌که برخی مشاوران صنعت هوانوردی گزارش داده‌اند که طراحی راهروهای مارپیچ که اندکی به چپ منحرف می‌شوند نیز ترفندی است برای اینکه غرفه‌های واقع در سمت راست مسیر بیشتر در معرض دید باشند (زیرا اغلب مردم ناخودآگاه به سمت دست غالب خود متمایل می‌شوند). به‌این‌ترتیب، با یک طراحی هوشمندانه فضایی، فرودگاه‌ها بی‌هیچ تبلیغ مستقیمی درآمد فروشگاه‌های خود را افزایش می‌دهند.



در مجموع، اپل، آمازون و نایکی نمایانگر سه رویکرد متفاوت اما هم‌راستا در نوآوری بازاریابی هستند. اپل با طراحی کاربرپسند و برندینگ احساسی، آمازون با خدمت‌رسانی بی‌وقفه و شخصی‌سازی داده محور و نایکی با الهام‌بخشی فرهنگی و مشارکت‌دادن مشتریان، هر سه ثابت کرده‌اند که بازاریابی هوشمندانه می‌تواند یک شرکت را به‌مراتب فراتر از ابعاد اولیه‌اش رشد دهد. این شرکت‌ها سهم بزرگی از بازارهای آینده را تصاحب کرده‌اند زیرا قادر بوده‌اند خواسته‌های آینده مشتریان را پیش‌بینی و حتی ایجاد کنند.



(با ۹.۹۹ دلار به‌جای ۱۰ دلار) را شنیده‌ایم. پشت این روش که به **قیمت‌گذاری روان‌شناختی** معروف است، این ایده نهفته که مصرف‌کننده به‌طور ناخودآگاه به رقم نخست سمت چپ واکنش نشان می‌دهد و آن را معیار قضاوت قرار می‌دهد. وقتی برجسب قیمتی را می‌بینیم که با ۹ ختم شده، ذهن ما قیمت را کمتر از رقم واقعی ادراک می‌کند؛ مثلاً ۹۹ هزار تومان را به چشم نزدیک‌تر به ۹۰ هزار تومان می‌بینیم تا ۱۰۰ هزار تومان. این ترفند ساده می‌تواند منجر به افزایش فروش شود، چرا که مشتری احساس می‌کند با قیمت پایین‌تری مواجه است. به‌جز تاکتیک ۹۹، شیوه‌های هوشمندانه دیگری نیز رواج دارد:

قیمت‌گذاری پله‌ای و طعمه‌گذاری یکی از آن‌هاست. برای نمونه، یک نشریه ممکن است سه گزینه اشتراک ارائه دهد: اشتراک دیجیتال ۵۰ دلار، اشتراک چاپی ۵۰ دلار و بسته‌ی ترکیبی چاپی+دیجیتال ۵۵ دلار. اکثر مردم گزینه سوم را برمی‌گزینند چون در مقایسه با گزینه دوم بسیار به‌صرفه‌تر به‌نظر می‌رسد. در واقع گزینه میانی (اشتراک چاپی ۵۰ دلاری) یک طعمه است تا گزینه ترکیبی پرفروش‌تر شود. این نوع چیدمان قیمت‌ها با **Anchor (لنگر) انداختن ذهن مشتری** کاری می‌کند که قیمت مدنظر فروشنده معامله برد-برد به‌نظر برسد. مثال دیگر، نمایش قیمت اصلی کالا در کنار قیمت تخفیف خورده است؛ وقتی تگ «قیمت قبلی: ۲۰۰ تومان – قیمت جدید: ۱۲۰ تومان» را می‌بینیم، ۱۲۰ تومان در نظرم‌ان بسیار مقرون‌به‌صرفه جلوه می‌کند چون لنگر ذهنی ۲۰۰ تومان در پس‌زمینه باقی است. تمامی این تکنیک‌ها نشان می‌دهد قیمت‌گذاری هم می‌تواند به اندازه تبلیغات، خلاقانه و اثرگذار باشد. رقم‌ها احساس می‌آفرینند و

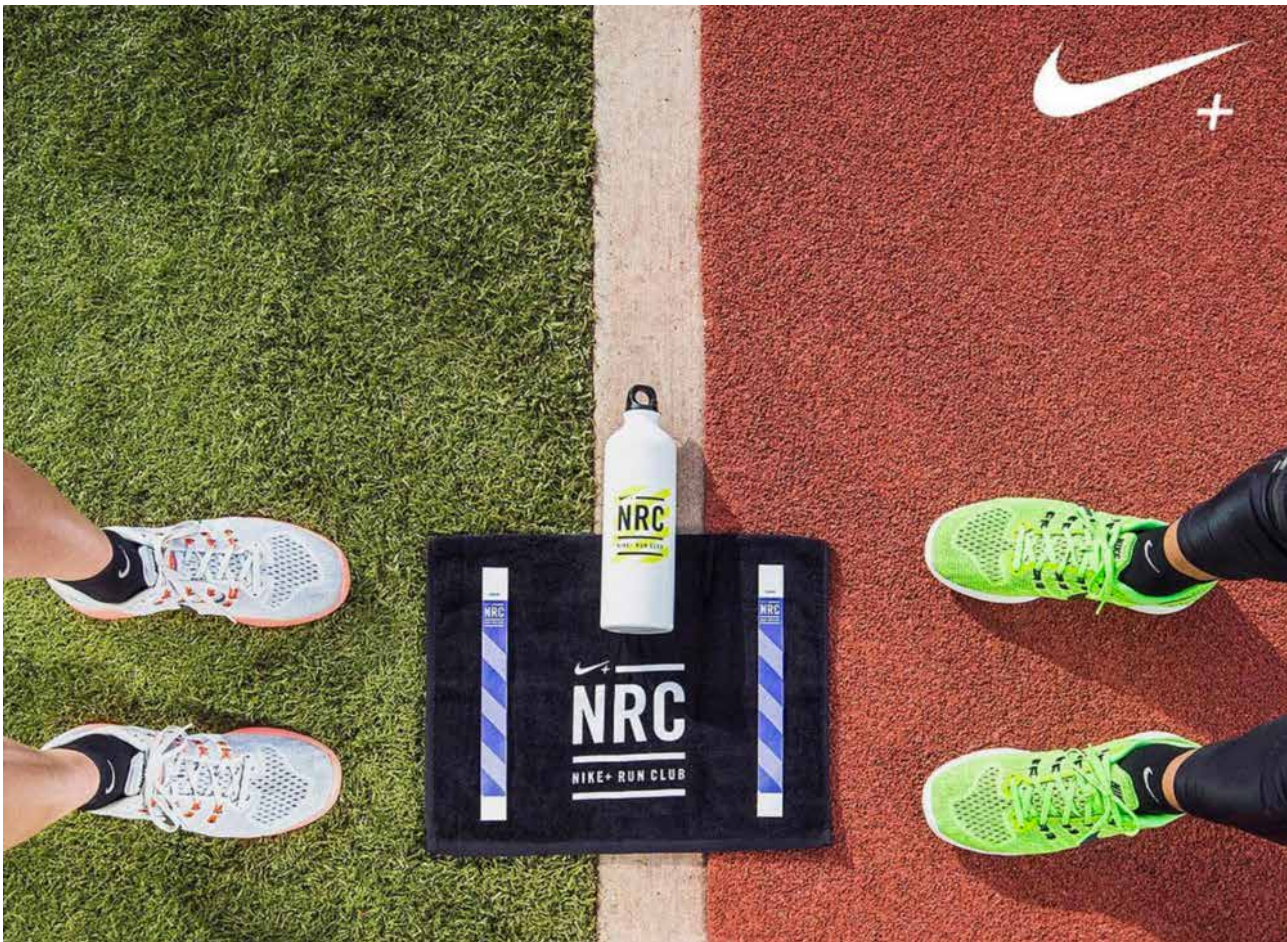
*** مدل‌های قیمت‌گذاری روانی؛ بازی با ذهن مشتری در ارقام:** یکی از هنرهای بازاریابی این است که قیمت یک محصول را نه صرفاً بر اساس هزینه تمام‌شده، بلکه بر پایه‌ی ادراک مشتری تعیین کند. به‌طور کلاسیک، همه ما مثال قیمت‌های ۹۹۹ تومان به‌جای ۱۰۰۰ تومان

شرکت‌های هوشمند با ترکیب علم اقتصاد رفتاری و بازاریابی از این احساس به سود خود بهره می‌گیرند.

*** تجربه شخصی‌سازی‌شده و وفادارسازی مشتری:** هر مشتری دوست دارد احساس کند که برای کسب‌وکار شما مهم و منحصربه‌فرد است. بازاریابی شخصی‌سازی‌شده دقیقاً بر همین اصل استوار است: ارائه تجربه، پیام یا پیشنهادی که انگار برای یک نفر خاص طراحی شده است. نتیجه چنین رویکردی، ایجاد حس ارزشمندی در مشتری و درنهایت افزایش وفاداری او به برند خواهد بود، برای نمونه، وقتی وارد حساب کاربری خود در یک فروشگاه آنلاین می‌شوید و با پیشنهادهایی مواجه می‌شوید که کاملاً مطابق سلیقه شماست – مثلاً بر اساس خریدهای قبلی یا آیت‌م‌هایی که جست‌وجو کرده‌اید – در واقع

الگوریتم‌های شخصی‌ساز در پس‌زمینه در حال خدمت‌رسانی به شما هستند. آمازون سال‌هاست که با بهره‌گیری از داده‌های رفتاری مشتریان، صفحه نخست هر کاربر را به **ویترین اختصاصی همان فرد** تبدیل می‌کند؛ به‌طوری‌که دو نفر احتمالاً صفحه اصلی متفاوتی در آمازون می‌بینند با محصولاتی پیشنهادشده که هرکدام را جداگانه وسوسه می‌کند. این سطح از شخصی‌سازی نه تنها فروش آنی را بالا می‌برد، بلکه مشتری را به ماندن در اکوسیستم آن شرکت ترغیب می‌کند. در فضای آفلاین هم مثال‌های جذابی وجود دارد: استارباکس با نوشتن نام کوچک مشتری روی لیوان قهوه، حسی از دوستی و شناخت را منتقل می‌کند که بسیار فراتر از یک پذیرایی معمولی است. همین برند یک اپلیکیشن وفاداری طراحی کرده که

با هر خرید، امتیازی ویژه برای هر مشتری ذخیره می‌شود و پیشنهادهای مخصوص به او (مثلاً یک نوشیدنی رایگان در روز تولد) ارائه می‌کند. چنین تجربه‌های شخصی شده‌ای باعث می‌شود مشتریان احساس کنند عضوی از یک باشگاه خاص هستند. برند نایکی نیز با راه‌اندازی برنامه‌هایی نظیر Nike Run Club یا امکان شخصی‌سازی کفش‌ها (Nike By You)، مشتریان را در فرآیند خلق محصول یا استفاده از آن شریک می‌کند و از این طریق تعلق‌خاطر عمیقی پدید می‌آورد. هنگامی‌که مشتری حس کند برند دقیقاً علایق و نیازهای او را درک می‌کند، دیگر صرفاً یک خریدار نیست، بلکه تبدیل به هوادار وفادار آن برند می‌شود که نه تنها خودش مکرراً خرید می‌کند، بلکه اطرافیان را هم به سمت آن کسب‌وکار جذب می‌کند.



شرکت‌های نوآور در بازاریابی و تسخیر بازار آینده

نگاهی به موفق‌ترین شرکت‌های جهان نشان می‌دهد که وجه اشتراک بسیاری از آن‌ها **نوآوری مستمر و بازاریابی خلاقانه** است. در واقع، این شرکت‌ها نوآوری را نه‌فقط در محصول و فناوری، بلکه در شیوه بازاریابی و ارتباط با مشتری نیز سرلوحه کار خود قرار داده‌اند. سه نمونه بارز در این زمینه، اپل، آمازون و نایکی هستند که هر یک به شیوه‌ای منحصربه‌فرد از بازاریابی نوآورانه بهره گرفته‌اند و سهم چشمگیری از بازارهای آینده را از آن خود کرده‌اند.

اپل (Apple) را اغلب به‌عنوان شرکتی محصول‌محور می‌شناسند که با اختراع و عرضه محصولات انقلابی مانند آیفون و آی پد دنیا را تکان داد، اما راز موفقیت پایدار اپل فقط در تکنولوژی نیست، بلکه در بازاریابی هنرمندانه آن نهفته است. اپل از همان ابتدا تمرکز ویژه‌ای بر طراحی ساده و تجربه کاربری بی‌نقص داشته است؛ به بیان دیگر اپل پیش از تبلیغ هر دستگاه جدید، مطمئن می‌شود که آن دستگاه خودش بهترین تبلیغ برای خویش است. محصولات اپل به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند که استفاده از آن‌ها برای کاربر لذت‌بخش و حتی الهام‌بخش باشد. این شرکت توانسته پیرامون خود یک سبک زندگی و فرهنگ خلق کند. برای نمونه، کمپین معروف "Think Different" اپل در اواخر دهه ۹۰ میلادی به مخاطبان القا کرد که استفاده از محصولات اپل مساوی است با متفاوت بودن و خلاق بودن. اپل با تکیه بر برندسازی احساسی، مشتریان خود را به‌مراتب فراتر از سطح یک مصرف‌کننده عادی ارتقا داده و به هوادارانی تبدیل کرده که نسبت به برند تعصب دارند. چنین وفاداری عمیقی حاصل سال‌ها نوآوری در شیوه‌های بازاریابی است: از **ایجاد هیجان در رویدادهای معرفی محصول** گرفته (که تبدیل به شوی بزرگ رسانه‌ای می‌شود) تا طراحی فروشگاه‌های خرده‌فروشی خود شرکت که بیشتر شبیه سالن‌های نمایش مدرن هستند تا یک مغازه معمولی. اپل با حذف واسطه‌ها و کنترل مستقیم تجربه فروش در



Apple Store ها، استاندارد تازه برای تجربه مشتری خلق کرد که در آن هر جزئیاتی، از نحوه چیدمان میزها تا برخورد کارکنان، حساب‌شده و در راستای تقویت تصویر برند است. نتیجه این رویکرد جامع، خلق یکی از ارزشمندترین برندهای جهان است که توانسته بخش بزرگی از **بازار آینده لوازم دیجیتال و الکترونیکی** را به تسخیر خود درآورد. امروزه هر محصول جدید اپل، حتی پیش از آن‌که به بازار بیاید، با موجی از بازاریابی دهان‌به‌دهان و اشتیاق خودجوش مشتریان همراه می‌شود؛ و این سطح از اعتماد و اشتیاق عمومی تنها با نوآوری پیوسته در بازاریابی ممکن شده است. **آمازون** (Amazon) غول دنیای تجارت الکترونیک، نمونه‌ای کلاسیک از رویکرد «**اول مشتری، بعد هر چیز دیگر**» است. جف بزوس، بنیان‌گذار آمازون از ابتدا فلسفه‌ای را بنیان نهاد که در آن تجربه مشتری محور تمام تصمیمات بود. شاید به نظر برسد آمازون بیش از هر چیز یک شرکت فناوری و لجستیک است، اما نباید فراموش کرد که همین فناوری و زیرساخت در خدمت یک استراتژی بازاریابی نوآورانه قرار گرفته است؛ استراتژی‌ای که می‌گوید هرچه خرید برای مشتری آسان‌تر، سریع‌تر و مطمئن‌تر شود، آن مشتری در آینده بازهم به سراغ ما خواهد آمد. نوآوری‌های آمازون در حوزه خدمات به‌نوعی نوآوری در بازاریابی نیز هستند؛ برای مثال، خدمات مشتریان استثنایی آمازون – از امکان بازگرداندن بی‌دردسر کالا گرفته تا پشتیبانی ۲۴ ساعته – نوعی تبلیغ نامرئی برای برند محسوب می‌شود که اعتماد عمیقی ایجاد می‌کند. بسیاری از مشتریان آمازون می‌دانند حتی اگر کالایی مطابق انتظارشان نبود، شرکت بدون دردسر آن را پس می‌گیرد؛ این سطح از

اطمینان، آنان را ترغیب می‌کند که خریدهای جسورانه‌تری انجام دهند و گزینه آمازون را به سایر رقبا ترجیح دهند. نوآوری تکنولوژیک در شخصی‌سازی پیشنهادها نیز برگ برنده دیگر آمازون است. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، آمازون با الگوریتم‌های توصیه‌گر خود هر کاربر را به شکل جداگانه هدف قرار می‌دهد؛ این یعنی نوعی بازاریابی یک-به-یک در مقیاس میلیون‌ها نفر. Amazon Prime را هم باید شاهکار بازاریابی آمازون دانست؛ یک برنامه اشتراک که در ابتدا صرفاً ارسال سریع و رایگان را وعده می‌داد، اما به‌تدریج به اکوسیستمی از خدمات تفریحی و رفاهی تبدیل شد (از استریم فیلم و موسیقی گرفته تا تخفیف‌های ویژه و خدمات ابری). پرایم در واقع یک برنامه وفاداری هوشمندانه است که مشتریان را با زنجیره‌ای از مزایا چنان درگیر می‌کند که خرید از آمازون به بخشی جدایی‌ناپذیر از سبک زندگی آن‌ها بدل می‌شود. با این ابتکارات، آمازون موفق شده است سهمی عظیم از بازار آینده خرده‌فروشی و خدمات آنلاین را نصیب خود کند و رقبا را وادار به تقلید از مدل‌هایش نماید.

نایکی (Nike) در صنعت پوشاک و تجهیزات ورزشی، نامی است که همواره با الهام‌بخشی و انگیزه‌بخشی همراه بوده است. نایکی از ابتدای کار با شعار جاودانه‌ی "Just Do It" (فقط انجامش بده) نشان داد که صرفاً کفش یا لباس نمی‌فروشد، بلکه اراده‌ی غلبه بر چالش‌ها را می‌فروشد. بازاریابی نایکی همواره بر احساسات عمیق انسانی دست گذاشته است: رویای تبدیل‌شدن به بهترین نسخه از خود، غلبه بر تنبلی و ترس و رسیدن به اهداف ورزشی. این شرکت با برندسازی احساسی قوی توانسته است در دل میلیون‌ها مشتری در سراسر جهان نفوذ کند. **نایکی در اجرای استراتژی بازاریابی خود چند نوآوری شاخص داشته است:**

نخست، بهره‌گیری پیشرو از اینفلوئنسر مارکتینگ ورزشی: دهه‌ها قبل از رواج شبکه‌های اجتماعی، نایکی با عقد قرارداد با ورزشکاران افسانه‌ای مانند مایکل جردن، دست به یک نوآوری در

بازاریابی زد و کفش‌های خود را فراتر از یک محصول به نمادی از موفقیت و شهرت تبدیل کرد. همکاری موفق با مایکل جردن و خلق برند Air Jordan چنان تأثیری داشت که هنوز هم یکی از نمونه‌های درخشان بازاریابی به‌شمار می‌آید. این رویکرد اکنون با حضور صدها ورزشکار و سلبریتی در تیم تبلیغاتی نایکی ادامه دارد و برند توانسته اعتبار و اشتیاق خود را نسل به نسل منتقل کند،

دوم، تعامل دیجیتال و اجتماعی با مخاطبان: نایکی بسیار زودتر از بسیاری از رقبایش به قدرت شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها پی برد. کمپین‌های دیجیتالی نایکی – نظیر چالش‌های ورزشی آنلاین یا هشتک‌های انگیزشی – موجی از مشارکت را میان هواداران برمی‌انگیزد و آن‌ها را به مبلغان خودجوش برند بدل می‌کند. اپلیکیشن Nike+ و Nike Run Club نیز نوآوری دیگری بود که ورزش کردن را با عنصر بازی و رقابت ترکیب کرد؛ کاربران با این برنامه‌ها می‌توانند دویدن‌های خود را ضبط و با دیگران مقایسه کنند، مدال مجازی بگیرند و پیشرفتشان را ببینند. این یعنی درگیرکردن مستقیم مشتری در اکوسیستم برند به شکلی سرگرم‌کننده و اعتیادآور،

سوم، نایکی در فروشگاه‌های فیزیکی هم نوآوری کم نداشته؛ فروشگاه‌های موسوم به House of Innovation در شهرهای بزرگ، تجربه خرید حضوری را با فناوری‌های تعاملی، شخصی‌سازی در لحظه (مثلاً انتخاب طرح و رنگ کفش در فروشگاه) و فضایی شبیه پارک بازی درهم‌آمیخته‌اند. همه این تلاش‌ها باعث شده که نایکی نه تنها در فروش محصولات ورزشی پیشتاز باشد، بلکه فرهنگ جوانان و ورزش دوستان را نیز تحت نفوذ بگیرد. بدین ترتیب سهم نایکی از بازار آینده، صرفاً در کف تعداد محصولات فروخته‌شده نیست؛ بلکه در ذهن و دل مخاطبان تثبیت شده است. هر رقیبی که بخواهد این سهم را تصاحب کند، باید ابتدا بتواند چنین پیوند عاطفی و تجربه منحصربه‌فردی را ایجاد کند که تاکنون کسی جز نایکی موفق به آن نشده است.

در مجموع، اپل، آمازون و نایکی نمایانگر سه رویکرد متفاوت اما هم‌راستا در نوآوری بازاریابی هستند. اپل با طراحی کاربرپسند و برندینگ احساسی، آمازون با خدمت‌رسانی بی‌وقفه و شخصی‌سازی داده محور و نایکی با الهام‌بخشی فرهنگی و مشارکت‌دادن مشتریان، هر سه ثابت کرده‌اند که بازاریابی هوشمندانه می‌تواند یک شرکت را به‌مراتب فراتر از ابعاد اولیه‌اش رشد دهد. این شرکت‌ها سهم بزرگی از بازارهای آینده را تصاحب کرده‌اند زیرا قادر بوده‌اند خواسته‌های آینده مشتریان را پیش‌بینی و حتی ایجاد کنند. آن‌ها به دیگر مدیران نشان می‌دهند که نوآوری در بازاریابی به اندازه نوآوری در محصول اهمیت دارد و می‌تواند برگ برنده‌ای در رقابت بلندمدت باشد.

نوآوری، رمز ماندگاری در بازار آینده

آینده کسب‌وکار متعلق به کسانی است که **امروز برای فردا فکر می‌کنند**. نوآوری و بازاریابی هوشمندانه دو بال پرواز سازمان‌ها به سوی فرداهای روشن‌تر هستند. در این مقاله دیدیم که نوآوری چگونه بقای شرکت را تضمین می‌کند و بازاریابی چگونه با فراتر رفتن از تبلیغات، به هنر شکل‌دادن به رفتار مشتریان بدل می‌شود. مدیران و صاحبان کسب‌وکاری که به نوآوری به چشم هزینه

نگاه می‌کنند، در حقیقت آینده شرکت خود را به خطر می‌اندازند. در مقابل، آن‌هایی که نوآوری را جوهره استراتژی خود قرار می‌دهند و بازاریابی را به‌صورت علمی و همه‌جانبه به کار می‌گیرند، نه تنها در برابر تغییرات پیش‌رو ایمن‌تر خواهند بود، بلکه خودشان جهت‌دهنده تغییرات بازار می‌شوند. برای یک کسب‌وکار هیچ سرمایه‌ای گران‌بها‌تر از اعتماد و وفاداری مشتریان نیست. دست یافتن به این سرمایه مستلزم آن است که شرکت شما همواره چیزی تازه برای عرضه داشته باشد و به شیوه‌ای خلاقانه با مشتری تعامل کند. نوآوری در محصول بدون رساندن پیام درست به مشتری ممکن است نادیده بماند؛ از سوی دیگر، بازاریابی بدون نوآوری چیزی جز تکرار صداهای رقیبان نخواهد بود. ترکیب این دو است که برندهای بزرگ را می‌سازد. پس به‌عنوان یک رهبر کسب‌وکار از خود پرسید: چه نوآوری بعدی‌ای می‌توانم در کسب‌وکارم ایجاد کنم و چگونه می‌توانم آن را هوشمندانه به بازار معرفی کنم؟ پاسخ به این پرسش همان نقشه گنجی است که شما را به قلب بازارهای آینده می‌رساند. با تمرکز بر نوآوری، نه تنها آینده شرکت خود را می‌سازید، بلکه به شکلی نامحسوس و مؤثر آینده رفتار مشتریان را نیز شکل می‌دهید و این یعنی پیشتازی در بازار آینده. **///**



| گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «حسن فروزان‌فرد» عضو هیئت نمایندگان و عضو کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق تهران

تجاری‌سازی تولیدات کشاورزی



در سطح بخش خصوصی، شرکت‌ها و تجار باید با اتخاذ استراتژی‌های نوین بازاریابی، با برون‌سپاری وظایف مشاوره‌ای به متخصصین بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، پل‌های ارتباطی مستقیم با بازارهای هدف ایجاد کنند.



عدم هماهنگی فناوری، نارسایی در تطبیق با استانداردهای بین‌المللی، فشارهای اقتصادی ناشی از نوسانات ارزی و مشکلات لجستیکی چالش‌های عمده رقابت تولیدات کشاورزی کشور در بازار جهانی را رقم می‌زنند.

با تأکید بر هماهنگی همه‌جانبه، دولت باید با ایجاد یک چارچوب حمایتی و تسهیل‌کننده فضای لازم را در جهت توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی کشور فراهم آورد تا بخش خصوصی از فرصت‌های موجود بهره‌مند شده و نوآوری‌های لازم را اجرا کند؛ که تعامل مستمر میان تمامی ذینفعان می‌تواند به ایجاد یک بازار رقابتی و پایدار یاری رساند. تجاری‌سازی به معنای تبدیل تولیدات اولیه به محصولات با ارزش افزوده بالا و بازار پذیر، نیازمند رویکردی جامع و یکپارچه است. ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات، عدم هم‌راستایی تولیدات با خواسته‌های بازار، عدم اثربخشی سیاست‌های حمایتی و محدودیت‌های مالی از موانع مدرن سازی فرایندهاست؛ با ایجاد محیط مساعد برای فعالیت‌های صادراتی می‌توان شاهد رشد چشم‌گیر کشاورزی و افزایش سهم آن در بازارهای جهانی بود.

پاسخ کامل دکتر حسن فروزان‌فرد، عضو هیئت نمایندگان و عضو کمیسیون کشاورزی و صنایع تبدیلی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران به سؤال‌های ما را در گفت‌وگو با او مطالعه نماییم.

♦♦ **مهم‌ترین چالش‌های قدرت رقابت تولیدات کشاورزی کشور در بازار جهانی چیست؟**

در دنیای امروز قدرت رقابت در بازارهای جهانی به میزان قابل‌توجهی متکی بر توانایی تطبیق با استانداردهای بین‌المللی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین است. یکی از چالش‌های اصلی در حوزه کشاورزی کشور ما، عدم همگام‌سازی کامل فناوری‌های روز در تمامی مراحل تولید، فرآوری، بسته‌بندی و نگهداری محصولات است. علی‌رغم ظرفیت‌های بالقوه تولید، بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل عدم استفاده مؤثر از سیستم‌های مدرن اتوماسیون و فناوری‌های نوین، موفق به ارائه محصولاتی با کیفیت و ماندگاری بالا نمی‌شوند. این وضعیت باعث کاهش ارزش افزوده و از دست رفتن فرصت‌های جهانی می‌گردد.

تفاوت دیگری که به چشم می‌خورد، عدم تطبیق محصولات با استانداردهای سخت‌گیرانه بازارهای بین‌المللی است. در حوزه صادرات، رعایت معیارهای دقیق بسته‌بندی، اندازه، رنگ و شرایط نگهداری

از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ درحالی‌که محصولات ما از نظر ارزش غذایی و تنوع مزیت‌هایی دارند، اما عدم وجود یک سیستم یکپارچه استاندارد سنجی، مانعی جدی در ورود به بازارهایی با درخواست‌های بالا محسوب می‌شود.

از منظر اقتصادی، عوامل دیگری مانند نوسانات نرخ ارز، افزایش هزینه‌های لجستیک و حمل‌ونقل و دسترسی محدود به منابع مالی برای مدرن‌سازی زیرساخت‌ها نیز تأثیرگذار است. عدم فراهم آوردن تسهیلات لازم توسط سیستم‌های اعتباری و حمایت‌های مالیاتی باعث می‌شود که حتی در صورت وجود ظرفیت تولید، امکان به‌روزرسانی فرآیندها محدود بماند. در ادامه، ضعف در شبکه‌های توزیع و لجستیک، یکی دیگر از مشکلات ساختاری است؛ چرا که عدم هماهنگی بین تولیدکنندگان و نهادهای حمل‌ونقل منجر به افزایش ضایعات محصول و کاهش کیفیت نهایی می‌شود.

علاوه بر این، نبود هم‌افزایی و هماهنگی میان بخش‌های دولتی و خصوصی، یکی از علل اصلی کاهش قابلیت رقابت

محصولات کشاورزی در بازارهای جهانی است. سیاست‌های حمایتی در برخی موارد البته اجرا می‌شوند، اما عدم هماهنگی میان ذینفعان و تداخل سیاست‌ها غالباً منجر به کمبود اثربخشی می‌گردد. نمونه‌های موفق بین‌المللی نشان داده‌اند که همکاری نزدیک میان دولت، بخش خصوصی و سازمان‌های بین‌المللی می‌تواند منجر به انتقال دانش، استفاده از فناوری‌های جدید و افزایش بهره‌وری شود.

در مسیر بهبود، ایجاد سیاست‌های راهبردی جهت حمایت از پژوهش و توسعه، افزایش سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین و به‌کارگیری طرح‌های آموزشی، از ملزومات ضروری به شمار می‌آیند. علاوه بر این، ایجاد سازوکارهای نظارتی دقیق و بسترهای مشورتی میان تمامی دست‌اندرکاران می‌تواند به رفع موانع موجود کمک نماید. تنها در صورتی که زنجیره تأمین، فرآوری و مدرن‌سازی تولید به‌طور هم‌زمان دنبال شود، می‌توان انتظار افزایش ظرفیت رقابت‌پذیری محصولات کشاورزی کشور در بازارهای جهانی را داشت.

درمجموع، چالش‌های عمده عبارتند از عدم هماهنگی فناوری، نارسایی در تطبیق با استانداردهای بین‌المللی، فشارهای اقتصادی ناشی از نوسانات ارزی و مشکلات لجستیکی که همگی نیازمند رویکردی جامع و هماهنگ از سوی همه نهادها و دست‌اندرکاران هستند.

♦♦ **توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی کشور، عمدتاً بر عهده کیست و در این زمینه ارزیابی شما از عملکرد دولت و دست‌اندرکاران تولید و تجارت محصولات چیست؟**

توسعه قابلیت‌های بازاریابی محصولات کشاورزی یک امر چندبعدی است که مسئولیت آن به‌هیچ‌وجه تنها بر عهده یک گروه نیست، بلکه اشتراک وظایف میان دولت، بخش‌های خصوصی، تولیدکنندگان و نهادهای واسط مانند اتاق‌های بازرگانی و اتحادیه‌های مرتبط می‌باشد. از سوی دولت انتظار می‌رود که با تدوین سیاست‌های راهبردی و ارائه تسهیلات مالی و اعتباری، زمینه‌های لازم برای حرکت همگون در بازارهای بین‌المللی فراهم شود. ارائه آموزش‌های تخصصی، ایجاد بسترهای فناوری محور و برگزاری نمایشگاه‌ها و گردهمایی‌های تخصصی نیز از وظایف کلیدی دولت محسوب می‌شود.

در سطح بخش خصوصی، شرکت‌ها و تجار باید با اتخاذ استراتژی‌های نوین بازاریابی، با برون‌سپاری وظایف مشاوره‌ای به متخصصین بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، پل‌های ارتباطی مستقیم با بازارهای هدف ایجاد کنند. علاوه بر این، اتاق‌های بازرگانی به‌عنوان حلقه پیونددهنده میان دولت و صنعت، از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، ارائه اطلاعات بازار و ایجاد شبکه‌های مشترک، نقش بسزایی در تسهیل جریان اطلاعات و هماهنگی‌ها ایفا می‌کنند.

عملکرد دولت در این زمینه در بسیاری موارد، سهمی از موفقیت‌های به دست آمده قابل‌تقدیر است؛ از حمایت‌های مالی گرفته تا طرح‌های تشویقی برای ایجاد



زیرساخت‌های مدرن، در جهت تقویت صنعت کشاورزی گام‌های حسنه‌ای برداشته شده است، اما معایبی نیز وجود دارد؛ رویه‌های بوروکراتیک، نبود هماهنگی کامل میان نهادهای مختلف و بعضاً هماهنگی ناکافی میان سیاست‌های دولتی و نیازهای بازار، گاهی باعث کندي روند بهبود و بهره‌برداری بهینه شده است.

در سوی دیگر، دست‌اندرکاران در حوزه تولید و تجارت نیز با چالش‌های متعددی نظیر محدودیت‌های فناوری، عدم دسترسی به اطلاعات به‌روز بازار و کمبود دانش تخصصی مواجه هستند. بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل اندازه کوچک فعالیت، امکان سرمایه‌گذاری گسترده در بازاریابی

و به‌روزرسانی فرآیندها را ندارند. در چنین شرایطی، همکاری‌های مشترک و ایجاد شبکه‌های تعاونی می‌تواند به‌عنوان پلی برای انتقال دانش و افزایش سطح بازاریابی استفاده شود.

در نهایت، پاسخ به این سؤال تأکید بر ضرورت یک هماهنگی چندجانبه است؛ دولت می‌بایست با ایجاد چارچوب‌های حمایتی و تسهیل‌کننده، فضای لازم را فراهم آورد، درحالی‌که بخش خصوصی و دسته‌بندی‌های مرتبط با تولید و تجارت باید از فرصت‌های موجود بهره‌مند شده و نوآوری‌های لازم را اجرا کنند. این تعامل مستمر میان تمامی ذینفعان می‌تواند به ایجاد یک بازار جهانی رقابتی و پایدار یاری رساند.



♦♦ به نظر شما چرا در تجاری‌سازی به نحو مطلوب محصولات کشاورزی درمانده‌ایم؟

تجاری‌سازی به معنای تبدیل تولیدات اولیه به محصولاتی با ارزش افزوده بالا و بازار پذیر، نیازمند یک رویکرد جامع و یکپارچه است؛ اما در کشور ما چندین عامل باعث شده تا این فرآیند به نحو مطلوب پیش نرود. نخستین عامل، نبود استراتژی جامع و بلندمدت برای تجاری‌سازی است. وقتی برنامه‌های راهبردی که بتوانند هماهنگی لازم میان بخش‌های تولیدی، فرآوری و بازاریابی را ایجاد کنند، فاقد وضوح و انسجام باشند، هر بخش به‌تنهایی نمی‌تواند به موفقیت مطلوب برسد.

یکی از چالش‌های اساسی، ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات است. عدم وجود سیستم‌های ذخیره‌سازی و بسته‌بندی مدرن، باعث افزایش ضایعات و کاهش کیفیت محصول پس از برداشت می‌شود. علاوه بر این، مشکلات مرتبط با لجستیک و حمل‌ونقل نیز موجب می‌شوند که محصولات در مسیر انتقال به بازارهای هدف دچار تخریب شوند. در نتیجه، کیفیت نهایی محصول کاهش‌یافته و امکان تأمین استانداردهای بین‌المللی به‌شدت محدود می‌شود.

دلیلی دیگر، عدم سازگاری کافی تولیدکنندگان با تکنولوژی‌های نوین و شیوه‌های مدرن بازاریابی است. بسیاری از تولیدکنندگان و کشاورزان، به دلیل عدم دسترسی به آموزش‌های تخصصی و فناوری‌های به‌روز، قادر به بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در بازارهای بین‌المللی نیستند. همچنین، نبود آگاهی کافی از نیازهای مصرف‌کنندگان خارجی و تغییرات سریع در روند جهانی، موجب می‌شود تا محصولات تولید شده، با خواسته‌های بازار هم‌راستا نباشند.

از سوی دیگر، سیاست‌های حمایتی موجود در کشور اغلب به دلیل رویه‌های اداری پیچیده و عدم هماهنگی بین نهادهای مربوطه، به نتایج مورد انتظار نرسیده‌اند. اگرچه برنامه‌هایی برای حمایت از تولید و صادرات

وجود دارد، اما نواقص موجود در زمینه اجرا و نظارت، از اثربخشی این سیاست‌ها کاسته است. علاوه بر این، محدودیت‌های مالی و عدم دسترسی مناسب به اعتبار و سرمایه، مانعی برای مدرن‌سازی فرآیندها ایجاد کرده است.

در مجموع، عدم موفقیت در تجاری‌سازی محصولات کشاورزی ناشی از ترکیبی از عوامل استراتژیک، زیرساختی و مدیریتی می‌باشد. برای رفع این مشکلات، لازم است که یک بستر یکپارچه ایجاد شود؛ جایی که تمامی بخش‌های مرتبط از تولید، فرآوری، بسته‌بندی تا بازاریابی، در یک نقشه راه هماهنگ عمل کنند. تنها با اتخاذ رویکردی جامع و همگام می‌توان انتظار داشت که فرآیند تجاری‌سازی به شکلی پایدار و موفقیت‌آمیز در کشور تحقق یابد.

♦♦ بخش عمده تولید محصولات کشاورزی بر عهده تولیدکنندگان خرد است که معمولاً از ورود به جریان صادرات بازمی‌مانند، برای رساندن محصول کشاورزان خرد به وضعیت استانداردهای بین‌المللی چه باید کرد؟

تولیدکنندگان خرد به دلیل مقیاس کوچک و محدودیت‌های مالی و فنی، غالباً با چالش‌های جدی در ورود به بازارهای بین‌المللی مواجه هستند. برای ارتقای وضعیت این محصولات و رساندن آن‌ها به سطح استانداردهای بین‌المللی، مجموعه‌ای از راهکارهای جامع و هماهنگ موردنیاز است. یکی از راهکارهای اساسی، تشکیل و تقویت تعاونی‌های کشاورزی است. با ایجاد تعاونی‌های جدی، امکان تجمع ظرفیت‌های تولیدی، خرید مشترک تجهیزات مدرن و بهره‌مند شدن از دانش فنی به‌روز برای

تولیدکنندگان خرد فراهم می‌شود. این امر موجب می‌شود که تولیدکنندگان به‌طور انبوه قادر به ایجاد تغییرات لازم در فرآیندهای تولید و بسته‌بندی شوند. همچنین، تعاونی‌ها می‌توانند به‌عنوان واسطه‌ای میان تولیدکنندگان و نهادهای خدماتی مانند بانک‌ها و مراکز آموزشی عمل کرده و تسهیلات مالی و مشاوره‌های فنی را در اختیار اعضای خود قرار دهند.

یکی از الزامات دیگر، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین فرآوری و بسته‌بندی است. استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته در خطوط فرآوری، نگهداری و بسته‌بندی می‌تواند کیفیت محصول را به‌طور چشمگیری بهبود بخشد و محصولات را قادر سازد تا استانداردهای بین‌المللی را رعایت کنند. در این راستا، همکاری نزدیک بین دولت، بنگاه‌های خصوصی و نهادهای تحقیقاتی به‌منظور ایجاد مراکز تخصصی پردازش و استاندارد سنجی می‌تواند نقشی تعیین‌کننده داشته باشد.

امروزه استفاده از اینترنت و فناوری‌های اطلاعاتی نیز به‌عنوان ابزاری مؤثر در بازاریابی محصولات خرد، بیش‌ازپیش اهمیت یافته است. بسترهای آنلاین فراهم شده جهت نمایش محصول، ارتباط مستقیم با مشتریان خارجی و پیگیری بازارهای هدف می‌تواند محصولات تولید شده را به‌راحتی به شبکه‌های جهانی معرفی کند. ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال بویژه با همکاری دولت و بخش خصوصی، زمینه تبادل اطلاعات و هماهنگی میان تولیدکنندگان خرد و واردکنندگان خارجی را بسیار تسهیل خواهد کرد.

علاوه بر این، آموزش و انتقال دانش در زمینه استانداردهای جهانی و شیوه‌های نوین

یکی از چالش‌های اساسی، ضعف در زنجیره تأمین و توزیع محصولات است. عدم وجود سیستم‌های ذخیره‌سازی و بسته‌بندی مدرن، باعث افزایش ضایعات و کاهش کیفیت محصول پس از برداشت می‌شود. علاوه بر این، مشکلات مرتبط با لجستیک و حمل‌ونقل نیز موجب می‌شوند که محصولات در مسیر انتقال به بازارهای هدف دچار تخریب شوند. در نتیجه، کیفیت نهایی محصول کاهش‌یافته و امکان تأمین استانداردهای بین‌المللی به‌شدت محدود می‌شود.

مدیریت کسب‌وکار از دیگر اقدامات ضروری است. برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی، کارگاه‌های مشورتی و ایجاد شبکه‌های تبادل تجربیات میان تولیدکنندگان موفق و خرد می‌تواند کمک شایانی به ارتقای سطح آگاهی فنی و مدیریتی این دسته از تولیدکنندگان نماید. این انتقال دانش، تضمینی برای بهبود روند تولید و تطبیق سریع‌تر با استانداردهای موردنیاز بازارهای بین‌المللی خواهد بود.

در نهایت، ایجاد چارچوب‌های قانونی و حمایتی از سوی دولت، از جمله تسهیل صدور مدارک، کاهش بوروکراسی و ارائه تسهیلات مالی، نقش مهمی در توانمندسازی تولیدکنندگان خرد ایفا می‌کند. با حذف موانع اداری و ایجاد محیطی مساعد برای فعالیت‌های صادراتی، می‌توان شاهد رشد چشمگیر این صنعت و افزایش سهم آن در بازارهای جهانی بود.

♦♦ کیفیت و استاندارد تعیین شده از سوی تاجران برای تولید محصولات کشاورزی چگونه است، عملکرد کشاورزان چقدر همسو با این استاندارد است و همسویی با این استاندارد چه اتفاقی را رقم می‌زند؟

در فرآیند تولید محصولات کشاورزی، کیفیت محصول و ویژگی‌های استاندارد که توسط تجار و بازارهای بین‌المللی مطرح می‌شوند، به‌عنوان علائمی از تضمین ارزش‌افزوده و قابلیت رقابت در سطح جهانی شمرده می‌شوند. این استانداردها معمولاً شامل ملاک‌هایی مانند اندازه، رنگ، بسته‌بندی، شرایط نگهداری و حتی نشانه‌گذاری‌های مربوط به قابلیت نگهداری در زنجیره تأمین می‌باشند. تجار با تعیین این استانداردها



عدم رعایت استانداردها، علاوه بر از دست رفتن فرصت‌های صادراتی، باعث ایجاد آثار نامطلوب بر روی تصویر کلی محصولات کشاورزی کشور می‌شود. در صورتی‌که تولیدکنندگان به‌طور مداوم استانداردها را رعایت کنند، می‌توانند از فرصت‌های ایجاد شده در بازارهای جهانی بهره بیشتری ببرند و با ایجاد اعتماد مشتریان، سهم بازار خود را افزایش دهند. این امر در نهایت موجب رشد اقتصادی و بهبود وضعیت معیشتی تولیدکنندگان خواهد شد.

سعی در تضمین دریافت محصولی دارند که علاوه بر تأمین نیاز مصرف‌کننده، بتواند در رقابت‌های بین‌المللی نیز بروز یابد. عملکرد کشاورزان در زمینه تطبیق با این استانداردها در عمل متغیر است. برخی از نخبگان و تولیدکنندگان پیشرفته، علی‌رغم سیستم‌های سنتی، با بهره‌برداری از آموزش‌های فنی و فناوری‌های نوین توانسته‌اند محصولات خود را به سطح استانداردهای بین‌المللی برسانند. در مقابل، تعداد قابل‌توجهی از کشاورزان خرد به دلیل نبود دسترسی به اطلاع‌رسانی‌های کافی، محدودیت‌های مالی و عدم تخصص در زمینه‌های نوین، قادر به تأمین استانداردهای موردنظر تجار نیستند. این ناهم‌نگی در نهایت منجر به کاهش ارزش مالی محصولات و حتی رد ورود به بازارهای هدف بین‌المللی می‌شود.

همسویی کامل با استانداردهای تعیین‌شده مزایای چشمگیری را در پی دارد؛ از جمله افزایش اعتماد واردکنندگان، دسترسی به بازارهای با قیمت‌های بالاتر و ایجاد برند معتبر در سطح بین‌المللی. از طرفی، عدم رعایت استانداردها، علاوه بر از دست رفتن فرصت‌های صادراتی، باعث ایجاد آثار نامطلوب بر روی تصویر کلی محصولات کشاورزی کشور می‌شود. در صورتی‌که تولیدکنندگان به‌طور مداوم استانداردها را رعایت کنند، می‌توانند از فرصت‌های ایجاد شده در بازارهای جهانی بهره بیشتری ببرند و با ایجاد اعتماد مشتریان، سهم بازار خود را افزایش دهند. این امر در نهایت موجب رشد اقتصادی و بهبود وضعیت معیشتی تولیدکنندگان خواهد شد.

بنابراین، ایجاد سیستم‌های آموزشی و

مشاوره‌ای جهت انتقال دانش استانداردها به کشاورزان، همراه با حمایت‌های مالی و فنی از سوی نهادهای ذی‌ربط، اهمیت بسیاری دارد. تنها از طریق نظارت مستمر و ارائه بازخوردهای سازنده، می‌توان تضمین کرد که عملکرد کشاورزان همسو با استانداردهای تعیین شده حرکت کند و تغییرات لازم را در جهت بهبود کیفیت بشناسند.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

در پایان می‌توان به چند نکته کلیدی اشاره کرد که برای تحول در حوزه تجارت محصولات کشاورزی از اهمیت بسزایی برخوردارند: ۱. **ایجاد ساختارها و تعاونی‌های منسجم:** تشکیل و تقویت تعاونی‌های کشاورزی می‌تواند ظرفیت‌های تولیدکنندگان خرد را برهم یکی کند. این ساختارها امکان دسترسی به فناوری‌های نوین، مشاوره‌های تخصصی و تسهیلات مالی را فراهم می‌آورند. همکاری و همبستگی در این قالب به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا به‌طور مشترک از فرصت‌های صادراتی بهره‌مند شوند.

۲. **سرمایه‌گذاری در پژوهش و فناوری:** بهره‌گیری از تکنولوژی‌های پیشرفته در فرآیندهای تولید، بسته‌بندی و نگهداری، امری ضروری است. استفاده از فناوری‌های دیجیتال، سیستم‌های اتوماسیون، اینترنت اشیا و برنامه‌های مدیریت هوشمند می‌تواند کیفیت محصولات را به‌طور چشمگیری ارتقا دهد و هزینه‌های زنجیره تأمین را کاهش دهد.

۳. **بهبود زیرساخت‌های لجستیکی و زنجیره تأمین:**

توسعه شبکه‌های توزیع کارآمد، تسهیل حمل‌ونقل

و بهبود زیرساخت‌های نگهداری از عواملی هستند که نقش مهمی در کاهش ضایعات و افزایش بهره‌وری محصولات دارند. با ایجاد سیستم‌های نظارتی مدرن می‌توان از کیفیت محصولات در مسیر انتقال اطمینان حاصل کرد. ۴. **سیاست‌های حمایتی و چارچوب‌های قانونی:** دولت با تدوین و اجرای سیاست‌های تشویقی و فراهم آوردن تسهیلات مالی و اعتباری، باید روند توسعه و مدرن‌سازی صنعت کشاورزی را تسهیل کند. ایجاد مقررات ساده‌تر و کاهش بوروکراسی زمینه دسترسی تولیدکنندگان به منابع لازم را فراهم می‌کند.

۵. **آموزش و انتقال دانش:**

برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای انتقال دانش استانداردهای بین‌المللی و مفاهیم بازاریابی نوین از الزامات اساسی است. افزایش آگاهی فنی و مدیریتی، به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا بتوانند به‌سرعت با تغییرات بازار هماهنگ شوند.

۶. **ایجاد سازوکارهای نظارتی دقیق:**

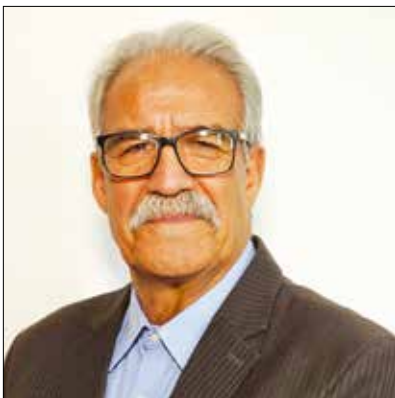
نظارت مستمر بر فرآیندها و ارزیابی دوره‌ای عملکرد تولیدکنندگان، به ایجاد یک چرخه بازخوردی کمک می‌کند. این سازوکارها می‌توانند نقاط ضعف را شناسایی و اقدامات اصلاحی را به‌موقع اجرایی سازند.

ترکیب این توصیه‌ها و اجرای همزمان آن‌ها منجر به ایجاد یک اکوسیستم یکپارچه و پویا در حوزه کشاورزی خواهد شد. بستر همکاری نزدیک میان دولت، بخش خصوصی و تولیدکنندگان می‌تواند زمینه‌های رقابت جهانی را به میزان چشمگیری افزایش دهد و در نهایت محصولات کشاورزی کشور را در عرصه بین‌المللی متمایز سازد. **///**

تبدیل موقعیت جغرافیایی ایران به موقعیت ژئوپلیتیکی



«موقعیت جغرافیایی» بستر واحد سیاسی و «موقعیت ژئوپلیتیکی» کارکرد سیاست‌های خارجی برای ارتقای سطح یک کشور در محیط پیرامون و جهان است. با وجودی که ایران دارای مزیت‌های جغرافیایی برای اتصال کشورهای پیرامونی با آب‌های آزاد است؛ این به آن معنا نیست که موقعیت انحصاری دارد، زیرا آن‌ها می‌توانند از مسیرهای جایگزین برای ارتباط با جهان خارج بدون نیاز به عبور از قلمرو ایران استفاده کنند.



دکتر بهرام امیراحمدیان

استادیار مطالعات روسیه، آسیای مرکزی و قفقاز دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران

ااا ایران در بخش جنوبی آسیای غربی واقع شده که از شمال به دریای خزر (بزرگ‌ترین دریاچه جهان و همسایگی با چهار کشور ساحلی آن: ترکمنستان، قزاقستان، روسیه، آذربایجان) محدود می‌شود که دارای خط ساحلی ۷۶۵ کیلومتری است. در جنوب نیز ایران به خلیج‌فارس و دریای عمان با ۲۰۴۰ کیلومتر خط ساحلی محدود می‌شود. در همسایگی جمهوری اسلامی ایران کشورهایی واقع‌شده‌اند که امکان ارتباط کشورمان با مناطق پیرامونی را فراهم می‌سازند. از سوی دیگر ایران در منطقه‌ای واقع شده است که امکان ارتباط کشورهای محصور در خشکی را در سه جهت شمالی، آسیای مرکزی (شامل پنج جمهوری ترکمنستان، تاجیکستان، ازبکستان، قزاقستان و قرقیزستان) در شرق دریای خزر و قفقاز (جمهوری آذربایجان و ارمنستان) در غرب دریای خزر و افغانستان در شرق را با آب‌های آزاد فراهم می‌سازد. ایران در شمال شرقی با ترکمنستان هم‌مرز است (۱۲۰۵ کیلومتر)، در شمال غربی ایران با منطقه قفقاز جنوبی، به ترتیب از غرب دریای خزر با جمهوری‌های آذربایجان (۷۵۹ کیلومتر مرز مشترک) و ارمنستان (۴۱

کیلومتر مرز مشترک) تنها کشور همسایه مسیحی هم‌مرز است. در غرب، ایران به ترتیب از جنوب به شمال با کشورهای عراق (۱۶۰۹ کیلومتر مرز مشترک) و ترکیه (۵۱۱ کیلومتر مرز مشترک) هم‌مرز است. در شرق به ترتیب از شمال به جنوب با افغانستان (۹۴۵ کیلومتر مرز مشترک) و پاکستان (۹۷۸ کیلومتر) هم‌مرز است. همسایگان آبی ایران در خلیج‌فارس و دریای عمان به ترتیب از غرب به شرق عبارتند از کویت، بحرین، قطر، عربستان سعودی، امارات متحده عربی و بخشی از عمان در رأس تنگه هرمز. این تصویری از موقعیت جغرافیایی ایران است که به‌منزله آدرس جغرافیایی یک قلمرو سیاسی (یک کشور) است. این موقعیت طبیعی را گاهی به‌عنوان «موقعیت ژئوپلیتیکی» می‌نامند که با این تعریف هماهنگ نیست. در حقیقت «موقعیت جغرافیایی» بستر واحد سیاسی و «موقعیت ژئوپلیتیکی» کارکرد سیاست‌های خارجی برای ارتقای سطح یک کشور در محیط پیرامون و جهان است. با وجودی که ایران دارای مزیت‌های جغرافیایی برای اتصال کشورهای پیرامونی

(بویژه کشورهای محصور در خشکی) با آب‌های آزاد است؛ این به آن معنا نیست که موقعیت انحصاری دارد، زیرا آن‌ها می‌توانند از مسیرهای جایگزین برای ارتباط با جهان خارج بدون نیاز به عبور از قلمرو ایران استفاده کنند.

ایران، ترکیه و پاکستان قبل از فروپاشی شوروی، اعضای کشورهای سازمان همکاری عمران منطقه‌ای (RCD) بودند. پس از فروپاشی شوروی، از سال ۱۳۷۲ به بعد، این سه کشور به‌اضافه ۵ کشور آسیای مرکزی، افغانستان و آذربایجان مجموعاً ده کشور عضو سازمان همکاری‌های منطقه‌ای (ECO) را تشکیل می‌دهند. با این لحاظ سه کشور اصلی هم از‌نظر اقتصاد و هم ساختار سیاسی نگرش‌های متفاوتی دارند. درعین‌حالی‌که ایران دارای سیاست خارجی مستقلی است، ترکیه به‌سوی غرب؛ اتحادیه اروپا و آمریکا گرایش دارد و عضو ناتو است. درحالی‌که پاکستان با چین هم پیوند است و به‌سوی شمال می‌نگرد. در این فضا داشتن نگرش همگرایی منطقه‌ای و ارتقای جایگاه موقعیت جغرافیایی به موقعیت ژئوپلیتیکی با چالش‌هایی روبه‌رو است.



در ایران کریدورهای ترانزیتی مناسبی فعال است که در زیرساخت و رو ساخت دارای توانایی‌هایی برای برقراری ارتباط در مسیرهای شمالی–جنوبی (اتصال جاده و ریل از مرزهای آسیای مرکزی [ترکمنستان تنها آسیای مرکزی هم مرز زمینی با ایران])، شرقی– غربی (با منطقه آسیای مرکزی در شمال و افغانستان و پاکستان در شرق) با ترکیه و عراق است. استفاده از این کریدورها بستگی به نیاز شرکای تجاری دو طرف در هر دو سوی کریدورها دارد.

ایران مرکز عالم

در ایران اندیشه‌ای از گذشته‌های دور شکل گرفته و بر این باور است که هر جریانی از شرق به غرب و از شمال به جنوب ناگزیر از ایران می‌گذرد و شاید نگرش به دوران باستانی و تاریخی جاده ابریشم است که ایران در میانه راه ارتباطی، امپراتوری چین را با امپراتوری روم فراهم می‌آورد. بعدها در سده‌های چهارم به بعد در تقسیمات اقلیمی جهان که آن را به هفت‌اقلیم تقسیم می‌کرد، ایران در اقلیم چهارم یعنی در مرکز اقلیم‌های هفتگانه قرار می‌گرفت. بر این مبنا در تصاویر تقسیم اقلیم‌ها هفت دایره کشیده شده و در هرکدام نام اقلیم‌ها آورده شده است و در وسط شش دایره، دایره ایران قرار می‌گرفت. از اینجا بود که ایران را مرکز عالم می‌دانستند. نظامی گنجوی بر این اساس سروده است:

همه‌عالم تن است و ایران دل

نیست گوینده زین قیاس خجل

چون‌که ایران دل زمین باشد

دل ز تن به بُود یقین باشد

امروزه با نگاهی به نقشه جهان درمی‌یابیم که چنین پنداری برای جهان امروز نادرست است و بدون ایران هم ارتباطات برقرار می‌شود. دیگر اینکه بیش از ۸۰ درصد تجارت جهانی از طریق حمل‌ونقل دریایی صورت می‌گیرد؛ بنابراین شعار دادن به اهمیت «موقعیت ژئوپلیتیکی» و ناکارآمدی در رسیدن به آرمان‌های تعریف شده، نومیدی و یاس برای ملت ایران به دنبال دارد. ایران در شرایط کنونی با توجه به روابط سیاسی–اقتصادی با کشورهای همسایه و جهان باید با محیط بین‌الملل در تعامل باشد.

شکل‌گیری سازمان همکاری منطقه‌ای

پس از فروپاشی شوروی با ابتکار ایران و همکاری ترکیه و پاکستان از اعضای سابق سازمان همکاری‌های منطقه، با پیوستن جمهوری‌های مسلمان آسیا نشین آسیای مرکزی و جمهوری آذربایجان به‌اضافه افغانستان مجموعاً ده کشور «سازمان همکاری‌های اقتصادی»(ا‌کو) را در سال ۱۹۹۲ بنیان نهادند. از آنجا که این ده کشور مسلمان عضو سازمان از‌نظر ساختار سیاسی و اقتصادی همگن نبوده‌اند، نتوانسته‌اند به‌عنوان سازمانی منطقه‌ای تأثیرگذار به اهداف خود دست یابند.

در بین این ده کشور، میزان مبادلات درون‌سازمانی در سطحی نازل تا کمتر از ده درصد کل تجارت بین اعضا در درون سازمان و بقیه با بیرون از سازمان انجام می‌گیرد. به بیانی دیگر اگر این سازمان هم تشکیل نمی‌شد، همین میزان مبادلات تجاری بین کشورهای عضو با یکدیگر صورت می‌گرفت.

ایران در سال‌های نخست استقلال، جمهوری‌های محصور در خشکی شمال را با اتصال راه‌آهن و جاده با آب‌های آزاد فراهم کرد، ولی به‌تدریج در سال‌ها و دهه‌های بعدی، ساختار اقتصادی این کشورها در سه جهت شرقی (با چین و شرق آسیا)، غربی (با قفقاز و ترکیه و اروپا) و شمالی (با روسیه که در هفتادسال دوره شوروی اقتصادشان با هم گره خورده بود) شکل گرفته است.

میزان ارتباط تجاری و گره خوردگی اقتصاد آنان با ایران (بیشتر به سبب مشابهت‌های ساختاری و نه هم تمیزی) در سطحی پایین‌تر از انتظارات جمهوری اسلامی ایران بوده است. دیگر اینکه به شرکای تجاری در واردات و صادرات این کشورها در جنوب ایران، یعنی خلیج‌فارس، دریای عمان و در حوزه اقیانوس هند نیست؛

بنابراین فضای سرزمینی ایران برای ترانزیت کالاهای صادراتی و وارداتی آنان از قلمرو ایران خیلی کمتر از ظرفیت‌هایی است که برای این منظور در ایران سرمایه‌گذاری صورت گرفته است.

تجارت خارجی

یکی از شاخص‌های مهم قدرت کشورها میزان تجارت خارجی است. هر کشوری در محیط بین‌الملل به‌اندازه سهم خود در تجارت خارجی ایفای نقش می‌کند. ایران در سال ۲۰۲۳ (بر اساس آخرین گزارش سایت‌های بین‌المللی trademap.org) با صادرات ۱۰۴/۵ میلیارد دلار (دو برابر نسبت به سال ۲۰۱۹) سهمی برابر ۰/۴ درصد (۴ دهم درصد) در تجارت جهانی حضور داشته است. بیش از ۲۵ درصد صادرات ایران به چین صورت می‌گیرد که نشانه آسیب‌پذیری تجارت ایران است. در همین سال ارزش واردات ایران ۵۶/۶ میلیارد دلار بوده (با ۶۰ درصد رشد نسبت به سال ۲۰۱۹) که سهم آن از تجارت جهانی ۳/۰٪ (۳ دهم درصد) بوده است. یکی از ویژگی‌های منفی واردات ایران این است که حدود ۶۰ درصد واردات ایران از چین و امارات متحده عربی تأمین می‌شود که امکان آسیب‌پذیری دارد.

در زمینه تجاری کمیسیون‌های مشترک همکاری‌های اقتصادی ایران با کشورهای دوست، با مسئولیت وزارتخانه مرتبط نشست‌های دوره‌ای به‌تناوب در ایران و در کشور مرتبط تشکیل می‌شود. ترکیب اعضای کمیسیون‌ها و توان مدیرتی و آشنایی کافی و کامل به ساختار اقتصادی ایران و کشور مقابل از نکات بسیار مهم و اساسی در توسعه روابط اقتصادی دو کشور به شمار می‌رود. رسیدن به همه مصوبات نیازمند داشتن اطلاعات و آگاهی

کامل نسبت به مباحث اقتصادی و ظرفیت‌های دو طرف است. پیگیری مصوبات تا دستیابی کامل به اهداف از پیش تعریف شده، نکته کلیدی کمیسیون‌های مشترک است.

مصوبات کمیسیون‌ها در خصوص تجارت به اتاق‌های بازرگانی و اتاق‌های مشترک، محول می‌شود. در این خصوص ایجاد تشکل‌های صادراتی در زمینه نحوه بسته‌بندی، تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی نظارت‌شده، رعایت استانداردها، کیفیت و ثبات قیمت و اتحادیه صادراتی و وارداتی از اهم امور است. در این زمینه‌ها به سبب ساختار نیروی انسانی فعالان اقتصادی، از موضوعاتی که کمتر به آن‌ها توجه می‌شود و صدور کارت بازرگانی برای افراد در خارج از تشکیلات یاد شده، سال‌هاست که موجب تخریب وجهه بازرگانی خارجی ایران شده است که باید در این زمینه با جدیت کار کرد.

کریدورها و ترانزیت

با توجه به آنچه درباره موقعیت ایران گفته شد، کشور ما به سبب موقعیت جغرافیایی خود، شرایط مناسبی برای ایفای نقش در ترانزیت دارد. ترانزیت در بستر کریدورها شکل می‌گیرد. ترانزیت به جابه‌جایی کالاهای گمرک نشده‌ای گفته می‌شود که از یک گمرک (مبدأ) به گمرک دیگر (مقصد) منتقل می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر به کالایی که از سمت فرستنده ارسال شده، اما هنوز به دست گیرنده نرسیده باشد کالای ترانزیتی می‌گویند.

در حوزه حمل‌ونقل بین‌المللی، کریدور مسیر خطی بزرگ و واسطه‌ای محسوب می‌شود که بیشتر برای حمل‌ونقل کالا و در مواردی برای حمل مسافران کاربرد دارد. کریدورهای حمل‌ونقل در مسیرهای آبی، هوایی و جاده‌ای وجود دارند. کریدورهای اقتصادی، شبکه‌های یکپارچه‌ای از زیرساخت‌ها در یک ناحیه یا منطقه جغرافیایی هستند که برای تحریک توسعه اقتصادی طراحی شده‌اند. کریدورهای اقتصادی عوامل اقتصادی مختلف را در منطقه یا ناحیه جغرافیایی خاص به هم متصل می‌کنند. کریدورها ممکن است در داخل یک کشور یا بین کشورها ایجاد شوند. در ایران کریدورهای ترانزیتی مناسبی فعال است

که در زیرساخت و روساخت دارای توانایی‌هایی برای برقراری ارتباط در مسیرهای شمالی- جنوبی (اتصال جاده و ریل از مرزهای آسیای مرکزی [ترکمنستان تنها آسیای مرکزی هم مرز زمینی با ایران])، شرقی- غربی (با منطقه آسیای مرکزی در شمال و افغانستان و پاکستان در شرق) با ترکیه و عراق است. استفاده از این کریدورها بستگی به نیاز شرکای تجاری دو طرف در هر دو سوی کریدورها دارد.

ترانزیت

بخش ترانزیت در حمل‌ونقل، یکی از شاخصه‌های ارتقای جایگاه واحد سیاسی در محیط بین‌المللی است؛ زیرا بهره‌گیری از مسیرهای ترانزیتی از سوی کشورهای پیرامون نشان‌دهنده ثبات و امنیت در آن کشور است. ترانزیت در بستر کریدورها صورت می‌گیرد که بر اساس تعریف ورود و عبور و خروج کالا از کشور بدون دخل و تصرف و تغییرات در کالاست.

در سال‌های گذشته بر اساس تحریم‌های یک‌جانبه ایالات‌متحده علیه ایران، ترانزیت کالا از ایران کاهش زیادی داشته است. در سال‌های اخیر بویژه پس از جنگ روسیه علیه اوکراین و تحریم روسیه از سوی اتحادیه اروپا، کریدور شمال-جنوب نقش زیادی برای ارتباطات روسیه با حوزه اقیانوس هند داشته است. در سال ۱۳۹۹ حجم ترانزیت از ایران ۵/۴ میلیون تن بوده است؛ این رقم در سال ۱۴۰۲ به ۱۷/۸ میلیون تن و در سال ۱۴۰۳ به ۲۱ میلیون و ۹۱۳ هزار تن رسید. این میزان کالاهای ترانزیتی از مسیر ایران در سال ۱۴۰۳ به میزان ۱۹ میلیون و ۶۵۴ هزار تن از مبادی ۱۰ گمرک شامل گمرکات شهید رجایی، پرویزخان، باشماق، سرخس، بازرگان، آستارا، پیرانشهر، بیله‌سوار، لطف‌آباد و جلفا ترانزیت شده است. بیشترین میزان افزایش کالاهای ترانزیتی در این مدت از مبدأ گمرکات سرخس، پیرانشهر و لطف‌آباد بوده که به ترتیب ۱۴۸ درصد، ۶۵ درصد و ۵۸ درصد نسبت مدت مشابه سال قبل رشد نشان می‌دهد.

نکات اساسی درباره کریدورها

در فرایند حمل‌ونقل و ترانزیت، این دولت‌ها نیستند که این فعالیت را انجام می‌دهند، بلکه بخش خصوصی است که با ساختارهای پیچیده فعالیت‌های اقتصادی در بخش تولید، توزیع و به‌طورکلی زنجیره تأمین و لجستیک در این فرایند دخالت دارند. بخش خصوصی برای ترانزیت کالا نیازمند دسترسی به «منفعت» بیشتر از طریق دسترسی به «سرعت»، «سهولت» و درنهایت «امنیت» در مبادی ورودی و خروجی و مسیر است. **این عوامل هرکجا در دسترس باشد، مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد که آن هم مشروط به دسترسی به سه لایه مهم در این امر است که عبارتند از:**

یکم – راه‌های حمل‌ونقل و ترانزیت سریع و ایمن که به‌عنوان کالای عمومی از طریق دولت‌ها ایجاد و راه‌اندازی می‌شود که زیرساخت نام دارد و اداره آن بر عهده دولت است،

دوم – فرایندها که به‌موجب قوانین و مقررات، نظام بانکی، بیمه‌ای، علائم و آئین‌نامه‌های ترانزیت و حمل‌ونقل بین‌المللی به وجود آمده است و مسیرهای ترانزیتی از طریق دولت‌ها فراهم می‌شود،

سوم – فضای سیاسی مرتبط بر حرکت در مسیرهای معین‌شده است که در صورت فراهم بودن عوامل، منجر به دسترسی فعالان اقتصادی به سهولت، سرعت و منفعت می‌شود. ایجاد هر نوع مواععی از گمرکی و مالیاتی و نظایر آن موجب جایگزینی مسیر حمل‌ونقل و ترانزیت برای فعالان اقتصادی می‌شود. در همه این لایه‌های سه‌گانه، این بخش خصوصی است که فعالیت خواهد داشت.

جمع‌بندی و توصیه‌های سیاسی

برای تبدیل موقعیت جغرافیایی به موقعیت ژئوپلیتیکی توجه به موارد زیر که خود زیربنای توسعه اجتماعی- اقتصادی و فرهنگی است، بایسته و شایسته است:

- تدوین کدهای ژئوپلیتیکی با کشورهای همسایه برای برقراری تعامل سازنده جهت بهره‌مندی از ظرفیت‌ها برای مبادلات و مراودات و کاستن از هزینه‌های سرباری هدر رفته جهت ناسازگاری‌های موردی و دائمی ناشی از نبود

تعاملات سازنده (این یعنی ژئوپلیتیک)،

- پیوستن به ساختارهای پولی- بانکی و بیمه‌های بین‌المللی ازجمله گروه ویژه اقدام مالی که در حال آماده‌سازی است،

- ساماندهی مرزها بویژه غربی و شرقی و پایان دادن به پدیده‌های بسیار منفی «ورود و خروج غیرقانونی افغان‌ها»، «کولبری» در غرب و «سوخت بری» در شرق که موجب سرافکندگی دولت شده است، - بازنگری در برنامه آمایش ملی سرزمین متناسب با اهداف اعلامی دولت و با در نظر گرفتن اهداف توسعه پایدار (اهدافی که با سیاست‌های کلی نظام هماهنگ هستند). این برنامه نیاز به بازبینی و بازنگری دارد که ممکن است زمان‌بر باشد. حتی اگر دولت کنونی زمان زیادی هم در یک دوره از خدمت چهارساله خود را در این موارد صرف کند، ادامه برنامه برای دولت‌های آینده و ملت ایران خواهد ماند، - بازنگری در برنامه هفتم توسعه با توجه به تغییر دولت و چیدمان دوباره ساختار متناسب با برنامه‌های اعلامی با در نظر گرفتن مفاد برنامه آمایش سرزمین.

برای دستیابی به یک برنامه آمایش سرزمین مناسب که در ذیل آن برنامه‌های پنج‌ساله موظف به پیروی از اصول آن هستند و در ذیل برنامه پنج‌ساله، بودجه‌های سالانه ناگزیر به

رعایت تدوین و بودجه‌بندی یک‌پنجم برنامه باشد، ضروری می‌نماید. بخش‌های بالادستی نظارت‌کننده موظف به پایش این روند خواهند بود تا در برنامه‌بودجه انضباط لازم صورت گیرد:

- تهیه و تدارک بانک اطلاعات کارشناسان و اساتید و اندیشمندان و جامعه شناسان و اقتصاددانان بویژه فعالان اقتصادی،

- تقویت سازمان بهره‌وری و پایش سالانه بهره‌وری نیروی کار، سرمایه و انرژی و غیره و گزارش و پیگیری آن در تزییق به بدنه برنامه‌ریزی،

- بهره‌گیری بیشتر و کارآمدتر از متخصصان داده‌های سنجش از دور،

- بهره‌گیری از اطلاعات داده‌های زمین‌شناسی (نقشه‌های زمین‌شناسی رقومی سازمان زمین‌شناسی)،

- بهره‌گیری از اطلاعات داده‌های مکانی (نقشه‌های رقومی سازمان نقشه‌برداری)،

- برپایی سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) ملی با ادغام سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی سازمان‌های ملی و بخش خصوصی،

- تدوین «جدول داده-ستانده اقتصاد ایران» و بهره‌گیری از ضرایب ماتریس‌های بخشی در برنامه‌ریزی‌های آمایش سرزمین، برنامه پنج‌ساله و موارد مشابه،

- ایجاد بانک اطلاعات و آمار شامل: سرشماری‌های جمعیتی و آمارهای اقتصادی (کشاورزی، صنعتی، خدمات، آموزش و غیره).

چالش‌ها:

- احیای برقراری نظم در رانندگی (سال ۱۴۰۴ صدمین سال برقراری مقررات و آئین‌نامه راهنمایی و رانندگی است) شامل الزام به راندن بین خطوط، شناسایی حقوق عابر پیاده (رعایت از جانب پیاده و سواره) علائم، اجرای آیین‌نامه‌های رانندگی بین خطوط، احیای خط‌کشی عابر پیاده، نظام‌مند کردن موتورسواران و تعریف آن‌ها به‌عنوان وسیله نقلیه موتوری، جلوگیری از مسافرکشی و بارکشی موتورسیکلت‌ها و اتومبیل‌های پلاک شخصی، جلوگیری از کار رانندگان سیستم اسنپ در خارج از پلاک‌های اتومبیل‌های همان محدوده فعالیت

(برای جلوگیری از ورود اتومبیل‌های پلاک‌های شهرهای دیگر به محدوده‌های غیر مرتبط)، - جلوگیری از دست‌فروشی در معابر عمومی و بویژه در مترو و سازمان‌دهی آنان در محدوده‌های معین در پیرامون شهرها و هدایت شاغلان به‌سوی جلب و جذب در بخش‌های تولیدی با ایجاد سرمایه‌گذاری از محل داخلی و خارجی.

بحران‌های پیش رو که باید در کنار رعایت موارد فوق مدنظر قرار گیرد:

- محیط‌زیست، ازجمله ریزگردها، - مدیریت منابع آب، ساماندهی نگهداری از عرصه‌های طبیعی ازجمله منابع آبی دریاچه‌ها، حاشیه رودخانه‌ها، بازپس‌گیری اراضی ملی اشغال‌شده غیرقانونی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی در عرصه‌های جنگلی، کوهستانی، ساحلی و غیره و تخصیص آن‌ها به منابع ملی (اجرا و تکمیل کاداستر ملی می‌تواند در این زمینه کارساز باشد)، - جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای ایجاد اشتغال مولد و امکان ایجاد اشتغال برای نیروهای فعال ازنظر اقتصادی اکنون شاغل در دوره‌گردی و دست‌فروشی. ***III***



توسعه گردشگری؛ راهبردی برای رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری در تولید محلی



توسعه گردشگری صرفاً به معنای افزایش تعداد گردشگران نیست، بلکه به مفهوم خلق زنجیره‌ای از فرصت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که در کنار حفاظت از میراث بومی، موجبات شکوفایی اقتصادی مناطق مختلف را فراهم می‌سازد.



شهاب علی عرب

نایب‌رئیس اول کمیسیون گردشگری اتاق ایران

/// در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از موتورهای محرک توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی و برندسازی ملی، جایگاه ویژه‌ای در سیاست‌گذاری‌های کلان یافته است. آنچه این روزها بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفته، پیوند مؤثر میان گردشگری و تولید بومی است؛ پیوندی که می‌تواند ضمن جذب سرمایه‌گذاری، به رشد پایدار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه‌های گوناگون منجر شود. توسعه گردشگری صرفاً به معنای افزایش تعداد گردشگران نیست، بلکه به مفهوم خلق زنجیره‌ای از فرصت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که در کنار حفاظت از میراث بومی، موجبات شکوفایی اقتصادی مناطق مختلف را فراهم می‌سازد. در این مسیر، مجموعه‌ای از راه‌حل‌های عملیاتی، می‌توانند به‌عنوان نقشه راهی برای مدیران، سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری مورد استفاده



قرار گیرند. این راهکارها بر پایه تجربیات موفق جهانی و نیازهای بومی ایران تدوین شده‌اند و در ادامه به تفصیل به آن‌ها پرداخته می‌شود.

صندوق‌های مالی، نجات‌دهنده کسب‌وکارهای کوچک یکی از نخستین اقدامات در جهت توسعه زیرساخت‌های گردشگری، تأمین مالی کسب‌وکارهای خرد است. بسیاری از فعالان بومی بویژه زنان و جوانان در روستاها و شهرهای کوچک، ایده‌ها و ظرفیت‌های ارزشمندی دارند، اما به دلیل نبود سرمایه یا تسهیلات، قادر به عملی‌سازی آن‌ها نیستند. ایجاد صندوق‌های اعتباری محلی و استانی، اعطای وام کم‌بهره و حمایت هدفمند از اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کارگاه‌های تولید صنایع‌دستی، کافه‌ها و حمل‌ونقل گردشگری از جمله اقدامات راهبردی در این زمینه است. چنین تسهیلاتی می‌تواند به شکوفایی دهه‌ها شغل پایدار منجر شود.

آموزش؛ کلید ارتقای کیفیت خدمات گردشگری توسعه گردشگری بدون تربیت نیروی انسانی ماهر ممکن نیست. ازاین‌رو برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی برای راهنمایان تور، صاحبان اقامتگاه، فروشندگان صنایع‌دستی و رانندگان تاکسی گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد. آموزش مهارت‌هایی نظیر بازاریابی دیجیتال، زبان‌های خارجی، طراحی مسیر سفر، ارتباط با مشتری و روایت‌گری فرهنگی نه‌تنها کیفیت خدمات را ارتقا می‌دهد، بلکه چهره‌ای حرفه‌ای‌تر از گردشگری ایرانی در ذهن گردشگران ترسیم می‌کند.

خوشه‌های گردشگری؛ زنجیره‌ای از کسب‌وکارهای هم‌افزا

یکی از موفق‌ترین مدل‌های توسعه اقتصادی، ایجاد خوشه‌های گردشگری و تولید محلی است. در این مدل، کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری مانند اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، کارگاه‌های تولیدی، مراکز فرهنگی و حمل‌ونقل به‌صورت هماهنگ و زنجیره‌ای فعالیت می‌کنند. برگزاری جشنواره‌های فصلی، بازارچه‌های صنایع‌دستی و غذاهای محلی، مسابقات گردشگری موضوعی و برندسازی منطقه‌ای از نتایج مثبت این رویکرد است که موجب تقویت هویت محلی و رشد گردشگری تجربه‌محور می‌شود.

دیجیتالی‌سازی خدمات؛ تسهیل و تسریع در جذب گردشگر

در دنیای امروز، حضور مؤثر در فضای دیجیتال از ملزومات موفقیت در صنعت گردشگری است. طراحی اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌های محلی برای معرفی جاذبه‌ها، رزرو آنلاین خدمات، فروش صنایع‌دستی و حتی ارائه تورهای مجازی، بخشی از ظرفیت‌هایی است که تاکنون به اندازه کافی مورد استفاده قرار نگرفته است. استفاده هوشمندانه از شبکه‌های اجتماعی، همکاری با اینفلوئنسرها و روایت تجربه گردشگران می‌تواند چهره شهرها و روستاهای گردشگری ایران را به جهانیان معرفی کند.

جذب سرمایه‌گذار؛ از نگاه فرصت به گردشگری سرمایه‌گذاری در تولیدات وابسته به گردشگری مانند غذاهای سنتی، صنایع‌دستی و اقامتگاه‌های خاص، مزایای اقتصادی فراوانی دارد. تدوین بسته‌های تشویقی، معافیت‌های مالیاتی، تسهیل اخذ مجوز و حمایت حقوقی، ابزارهایی هستند که می‌توانند سرمایه‌گذاران را به این حوزه ترغیب کنند. اتاق‌های بازرگانی، کانون‌های کارآفرینی و شوراهای توسعه محلی نیز نقش کلیدی در شناسایی فرصت‌ها و جذب سرمایه‌گذاران ایفا می‌کنند.

زیرساخت‌ها؛ بنیان توسعه پایدار

هیچ مسیری برای گردشگر دلنشین نیست اگر نتواند راحت به مقصدش برسد. به همین دلیل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله راه‌های دسترسی، علائم راهنما، سرویس‌های بهداشتی، اینترنت پرسرعت، مراکز اطلاع‌رسانی و حمل‌ونقل محلی باید در اولویت قرار گیرد. مناطق گردشگری بدون این امکانات، به‌زودی از فهرست انتخاب گردشگران داخلی و خارجی حذف خواهند شد، هرچند از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری برخوردار باشند.

راهبردهای نرم برای توسعه هوشمندانه گردشگری فراتر از اقدامات زیرساختی و مالی، راهبردهای فرهنگی و اجتماعی نیز در توسعه گردشگری نقش مهمی دارند. از جمله این راهبردها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- **برندسازی منطقه‌ای:** شناسایی مزیت‌های خاص هر منطقه و معرفی آن با هویتی واحد و منسجم،
- **پویش‌های رسانه‌ای محلی:** ایجاد محتوا توسط مردم، روایت تجربه گردشگران و انتشار در فضای مجازی،
- **اتاق فکر محلی گردشگری:** بهره‌گیری از نظرات ذی‌نفعان برای طراحی برنامه‌های محلی،
- **گردشگری مسئولانه:** توجه به محیط‌زیست، فرهنگ بومی و تعامل محترمانه با جوامع میزبان،
- **پیوند گردشگری با تولید:** حمایت از اکروتوریسم، صنایع‌دستی، غذاهای محلی و محصولات بومی،

درمجموع، توسعه پایدار گردشگری نه با شعار، بلکه با سرمایه‌گذاری در تولید، تقویت نیروی انسانی، مشارکت بخش خصوصی و دیجیتالی‌سازی خدمات ممکن خواهد شد. اکنون زمان آن است که گردشگری را نه صرفاً به چشم سرگرمی، بلکه به‌عنوان فرصتی راهبردی برای رشد اقتصاد محلی و ملی ببینیم.

فرصت‌های توسعه‌ای در گردشگری تخصصی؛ نگاهی به گردشگری سلامت و مذهبی

یکی از بخش‌های مهم و کمتر بهره‌برداری شده در ایران، گردشگری تخصصی بویژه در دو حوزه سلامت و زیارت است. ایران با برخورداری از ظرفیت‌های گسترده در زمینه درمان، خدمات پزشکی ارزان و باکیفیت، طب سنتی و طبیعت شفابخش در بسیاری از مناطق کوهستانی و روستایی می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری سلامت در منطقه تبدیل شود. از سوی دیگر، شهرهایی چون قم، مشهد، شیراز، ری و شوش با برخورداری از جاذبه‌های مذهبی و زیارتی، هر سال میزبان میلیون‌ها زائر داخلی و خارجی هستند؛ اما متأسفانه، خدمات گردشگری در این شهرها اغلب فاقد کیفیت و برنامه‌ریزی حرفه‌ای است. ایجاد پکیج‌های ترکیبی گردشگری زیارتی با تولیدات محلی، تورهای فرهنگی و غذاهای بومی می‌تواند اقامت و هزینه‌کرد زائران را افزایش داده و فرصت رشد را برای کسب‌وکارهای محلی فراهم سازد.

استفاده از ظرفیت مناطق کمتر شناخته‌شده بخش بزرگی از ظرفیت گردشگری کشور در مناطق دور از مرکز یا روستاهای ناشناخته نهفته است؛ مناطقی با طبیعت بکر، فرهنگ منحصربه‌فرد و سبک زندگی سنتی که می‌توانند مقصد گردشگران ماجراجو، فرهنگی و اکوتوریست‌ها قرار گیرند.

برای فعال‌سازی این مناطق، می‌توان از مدل‌های موفق بین‌المللی مانند «اکوتوریسم مشارکتی» بهره گرفت؛ یعنی جذب گردشگر با همکاری مستقیم مردم بومی، استفاده از اقامتگاه‌های محلی، غذاهای خانگی و راهنمایان



هیچ مسیری برای گردشگر دلنشین نیست اگر نتواند راحت به مقصدش برسد. به همین دلیل، توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله راه‌های دسترسی، علائم راهنما، سرویس‌های بهداشتی، اینترنت پرسرعت، مراکز اطلاع‌رسانی و حمل‌ونقل محلی باید در اولویت قرار گیرد. مناطق گردشگری بدون این امکانات، به‌زودی از فهرست انتخاب گردشگران داخلی و خارجی حذف خواهند شد، هرچند از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی بسیاری برخوردار باشند.

روستایی. چنین تجربه‌هایی نه‌تنها منجر به رشد اقتصاد محلی می‌شود، بلکه موجب حفظ فرهنگ و طبیعت منطقه نیز خواهد شد.

زنان؛ محور توسعه پایدار در گردشگری

نقش زنان در حوزه گردشگری، بویژه در مناطق روستایی و شهرهای کوچک از اهمیت دوچندان برخوردار است. تجربه‌های موفق بسیاری در کشور نشان داده‌اند که حضور زنان در راه‌اندازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کارگاه‌های صنایع‌دستی، آموزش گردشگران و پخت غذاهای سنتی نه‌تنها منجر به افزایش درآمد خانوار شده، بلکه جایگاه اجتماعی زنان را نیز ارتقا داده است.

حمایت از زنان کارآفرین در قالب وام‌های خرد، آموزش‌های تخصصی، تشکیل شبکه‌های حمایتی و تسهیل‌گری در صدور مجوزها می‌تواند بسترساز شکوفایی یک نسل از کسب‌وکارهای گردشگری زنانه باشد که در دل مناطق محروم نیز توان تغییر را دارند.



توجه به نسل جوان و گردشگران داخلی

یکی دیگر از فرصت‌های مهم، سرمایه‌گذاری روی گردشگران داخلی بویژه نسل جوان است. دانش‌آموزان، دانشجویان، گروه‌های خانوادگی و علاقه‌مندان به طبیعت می‌توانند مخاطبان بالقوه توره‌های کم‌هزینه، سفرهای آموزشی، کارگاه‌های تجربه‌محور و رویدادهای فرهنگی باشند. برگزاری توره‌های دانش‌آموزی و دانشجویی با رویکرد «آشنایی با میراث فرهنگی، کارآفرینی و گردشگری پایدار» می‌تواند نسل آینده کشور را به این حوزه علاقه‌مند و آگاه کند. همچنین با ارائه بسته‌های سفر مناسب‌سازی شده برای نسل Z و خانواده‌ها می‌توان مصرف گردشگری داخلی را افزایش داد.

الگوگیری از تجربیات موفق داخلی و جهانی

در ایران، نمونه‌های موفق از توسعه گردشگری مبتنی بر تولید محلی و مشارکت مردمی وجود دارد؛ از بوم‌گردی‌های موفق

در یزد، اردکان، طارم، ماسال و کاشان گرفته تا بازارچه‌های صنایع‌دستی در استان‌های خراسان، سیستان و بلوچستان و گیلان. تحلیل این الگوها و به‌کارگیری تجربه‌های آن‌ها در مناطق مشابه می‌تواند ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش داده و به برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای کمک کند.

در سطح بین‌المللی نیز کشورهایی مانند مراکش، ترکیه، نپال و گرجستان با توسعه گردشگری فرهنگی و محلی توانسته‌اند رشد اقتصادی قابل‌توجهی ایجاد کنند. بهره‌گیری از تجربیات این کشورها در زمینه برندسازی مقصد، آموزش حرفه‌ای نیروی انسانی و ایجاد شبکه‌های فروش محصولات گردشگری می‌تواند الگوی مناسبی برای ایران باشد.

نتیجه‌گیری: از حرف تا عمل

اکنون دیگر تردیدی نیست که توسعه گردشگری نه‌تنها یک فرصت، بلکه یک ضرورت اقتصادی و اجتماعی است؛ اما تحقق این مهم، نیازمند عبور از اقدامات پراکنده و ورود به برنامه‌ریزی هدفمند، مشارکتی و منطقه‌محور است. ترکیب صحیحی از سرمایه‌گذاری در تولید، آموزش، دیجیتال‌سازی، زیرساخت و حکمرانی محلی می‌تواند آینده‌ای متفاوت برای مناطق گردشگری‌پذیر کشور رقم بزند.

هم‌زمان، نهادهای دولتی، بخش خصوصی، دانشگاه‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد باید به این باور مشترک برسند که گردشگری ابزاری برای عدالت منطقه‌ای، اشتغال پایدار و برندسازی فرهنگی کشور است. بدون این هم‌افزایی، توسعه گردشگری ممکن نیست. **III**

گفت‌وگو |

گفت‌وگو با دکتر «جواد براتی» مدیر گروه اقتصاد گردشگری پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی

گردشگری؛ صنعتی ترسو



جایگاه ایران اگرچه در سال ۲۰۲۴

نسبت به سال ۲۰۲۳ و ۲۰۲۲ بهبود نسبی داشته است، اما همچنان بسیار پایین‌تر از سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ میلادی است و تقریباً ۴۰ درصد تنزل در سهم گردشگر ورودی از کل گردشگر ورودی به منطقه خاورمیانه را برای ایران شاهد هستیم.



بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری، جایگاه ایران اگرچه در سال ۲۰۲۴ نسبت به سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۲ بهبود نسبی داشته است، اما همچنان پایین‌تر از سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ است و تقریباً ۴۰ درصد تنزل در سهم گردشگر ورودی کشور از کل گردشگران ورودی به منطقه خاورمیانه را شاهد هستیم.

دکتر جواد براتی، مدیر گروه اقتصاد گردشگری پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی همچنین می‌گوید که تنها تعداد گردشگر مهم نیست، بلکه شاخص‌های دیگری مانند مدت توقف و ماندگاری گردشگران و هزینه سرانه‌ای که انجام می‌دهند نیز مهم است. برای رشد در جذب گردشگر باید شرایط و زیرساخت‌های نرم این حوزه بهبود یابد؛ گردشگری یک صنعت خدماتی است که حساسیت بسیار زیادی به رخدادهای بیرونی، شرایط سیاسی و بین‌المللی دارد. برای دستیابی به هدف ۱۵ میلیون گردشگر در برنامه هفتم توسعه، بایستی قدم‌های اساسی برداشته شود و در کنار بهبود روابط سیاسی و رفع تحریم‌ها باید برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر از مبادی جدید، تولید محتوا و بازاریابی، رشد سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها بویژه زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوایی، فرهنگ‌سازی و ایجاد مدیریت یکپارچه در صنعت گردشگری عملی شود. همچنین عدم برخورداری بخش گردشگری کشور از داده‌های آماری مناسب، مسئله مهمی است که باید به آن پرداخته شود. در ادامه این گفت‌وگو را می‌خوانیم.

♦♦ چه تحلیلی از جایگاه ایران در گردشگری خاورمیانه قوی‌ترین منطقه گردشگری در جهان ارائه می‌نمایید؟

برای ارائه تحلیل دقیق از جایگاه ایران، بایستی وضع موجود و روند تغییرات در جذب گردشگر خارجی کشورهای منطقه و دنیا را در مقایسه با ایران قرار داد و سپس تحلیل موشکافانه‌تری ارائه کرد. متأسفانه آمار گردشگری برخی از کشورهای حاشیه خلیج‌فارس و خاورمیانه، بسیار ضعیف است و به‌صورت محدود منتشر می‌شود. از سوی دیگر، کشورهای با پهنه جغرافیایی کوچک و جزیره‌ای مانند برخی از کشورهای حاشیه خلیج‌فارس، آمارهای بسیار متناقضی به لحاظ «مسافر» و «گردشگر» دارند و بایستی بین این دو مفهوم تمایز قائل شد. بااین‌حال، اگر مینا را آمارهای سازمان جهانی گردشگری در نظر بگیریم، سهم ایران از تعداد گردشگر ورودی به منطقه خاورمیانه بسیار ناچیز بوده است و سه کشور امارات متحده عربی، قطر و کویت نسبت به ایران تعداد گردشگر بیشتری جذب کرده‌اند. جدای از اینکه فقط کشور عربستان و ترکیه هرکدام به‌تنهایی در رتبه‌های بالای رشد جذب گردشگر دنیا محسوب می‌شوند و تعداد گردشگر ورودی به ایران، قابلیت مقایسه با این کشورها را ندارد.

اگر بر روند تعداد گردشگر ورودی تمرکز کنیم، بازهم مشاهده می‌کنیم که تمامی کشورهای منطقه خاورمیانه در سال گذشته توانسته‌اند رکود دوره کرونا را سپری کنند و رکورد قبلی خود را در جذب گردشگر شکسته‌اند؛ درحالی‌که ایران حتی در افق پنج‌ساله آینده (انتهای برنامه هفتم توسعه) هم متأسفانه امید دستیابی به

دوران اوج جذب گردشگر ورودی (سال ۱۳۹۸) را ندارد. بهترین دوران جذب گردشگر در ایران به دوره پس از برجام بازمی‌گردد که پس از وقفه یک‌ساله بعد از امضای برجام، تعداد قابل‌توجهی گردشگر بویژه از کشورهای اروپایی به ایران آمدند، جدول شماره (۱) روند تعداد گردشگران ورودی به ایران و خاورمیانه را طی ۸ سال اخیر بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشخص است، جایگاه ایران اگرچه در سال ۲۰۲۴ نسبت به سال ۲۰۲۳ و ۲۰۲۲ بهبود نسبی داشته است، اما همچنان بسیار پایین‌تر از سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ میلادی است و تقریباً ۴۰ درصد تنزل در سهم گردشگر ورودی از کل گردشگر ورودی به منطقه خاورمیانه را برای ایران شاهد هستیم.

این در حالی است که صرفاً تعداد گردشگر مهم نیست، بلکه شاخص‌های دیگری همچون ماندگاری گردشگران و مخارج سرانه‌ای که هر گردشگر در کشور مقصد هزینه می‌کند نیز دارای اهمیت است. در بین مناطق مختلف دنیا (پنج منطقه آمریکا، اروپا، آسیا و اقیانوسیه، آفریقا و خاورمیانه)، خاورمیانه و آمریکا بالاترین سرانه هزینه‌کرد را به ازای هر گردشگر ورودی دارند. سرانه دریافتی از گردشگران خارجی در ایران در مقایسه با سایر کشورهای خاورمیانه (به‌جز کشور عراق و کشورهای شرق و شمال غرب ایران)، بسیار کمتر است. درواقع کشورهای خاورمیانه که جذب گردشگر بیشتری دارند، عموماً از سرانه دریافتی بالاتری نیز برخوردارند مانند ترکیه، عربستان، امارات، کویت، قطر، عمان و بحرین، حتی برخی از این کشورها (مانند عربستان) ماندگاری بالاتری نیز برای گردشگران دارند.

همه این داده‌ها فقط مبتنی بر آمار تعداد گردشگر، هزینه‌کرد گردشگر و تعداد شب اقامت گردشگران است، درحالی‌که اگر وسعت جغرافیایی، جایگاه کشور در تعداد آثار ثبت جهانی و جایگاه جهانی کشورها از نظر پتانسیل‌های جذب گردشگر را لحاظ کنیم، شرایط ایران بسیار بدتر از آن چیزی که تاکنون ارائه شد، خواهد بود؛ به‌طوری‌که برخی از این کشورها گاهی صدها برابر ایران در جذب گردشگر موفق عمل کرده‌اند.

این نکته حائز اهمیت است که نبایستی مستقیماً زیرساخت‌های گردشگری را ملاک این تحلیل قرار داد، زیرا قطعاً با ایجاد زیرساخت‌های نرم و بهبود شرایط در جذب گردشگر، همچنین افزایش مستمر گردشگران، سرمایه‌گذاران و بخش خصوصی نیز به این بازار وارد می‌شوند و زیرساخت‌های حمل‌ونقلی، زیرساخت‌های اقامتی، خدمات در مقصد و سایر فعالیت‌های مرتبط با گردشگری رشد خواهد کرد. برای جذب سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بایستی ابتدا شرایط نرم و زیرساخت‌های نرم این حوزه بهبود یابد تا شاهد رشد در جذب گردشگر باشیم؛ به‌عنوان‌مثال، رفع تحریم‌ها و ایجاد ثبات سیاسی و حفظ امنیت در ورود گردشگران به ایران در کنار تسهیل در شرایط ورود گردشگران از نظر قوانین و قواعد سخت‌گیرانه، می‌تواند شرایط را برای رشد جذب گردشگر بهبود دهد. گردشگری یک صنعت خدماتی است که حساسیت بسیار زیادی به رخدادهای بیرونی و شرایط بین‌المللی و سیاسی دارد، ازاین‌رو از آن به‌عنوان یک صنعت ترسو یاد می‌شود. وجود شرایط با ثبات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی در جذب گردشگر بسیار حائز اهمیت است.

♦♦ برای برنامه چشم‌انداز، عدد ۲۰ میلیون نفر توریست خارجی هدف‌گذاری بوده است که به‌جایی نرسید و هدف برنامه هفتم ۱۵ میلیون است، چنین جهشی در توریسم چقدر در دسترس است؟

بین مفهوم پیش‌بینی و برنامه‌ریزی تفاوت اساسی وجود دارد. پیش‌بینی بر اساس الگوسازی یا مدل‌سازی رفتار و افزودن تأثیر عوامل برون‌زا انجام می‌شود و در صورتی می‌توان از پیش‌بینی برای برنامه‌ریزی استفاده کرد که عوامل قابل‌کنترل یا درون‌زا سهم قابل‌ملاحظه‌ای را داشته باشند، اما زمانی که عوامل غیرقابل‌کنترل و غیرقابل‌پیش‌بینی تأثیر اصلی را بر آینده‌های محتمل داشته باشند، امکان برنامه‌ریزی وجود ندارد. درواقع خطای پیش‌بینی به حدی بالا است که سناریو نگاری و آینده‌نگری با خطای بسیار بالا همراه خواهد بود. در صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی‌ها وابستگی بسیار بالایی به عوامل برون‌زا دارد. علاوه بر رخدادهایی همچون شرایط سیاسی و امنیتی کشورهای هم‌جوار یا شرایط بهداشتی (مانند شیوع ویروس کرونا در سال ۲۰۲۰)، رویکردهای سیاسی به کشور ایران، تحریم‌ها و روابط سیاسی ایران با سایر کشورهای دنیا نیز بسیار حائز اهمیت است. ازاین‌رو، هدف‌گذاری ۱۵ میلیون نفر گردشگر طی یک دوره ۵ ساله با قطعیت همراه نخواهد بود. با این وجود، دستیابی به این تعداد گردشگر طی یک دوره ۵ ساله محتمل است. همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود، طی سه سال (از ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹) رشد ۱۰۰ درصدی (افزایش دو برابری) در تعداد گردشگر ورودی به ایران رقم خورده است؛ یعنی سال‌های پس از دوره امضای



حدوداً ۸۳ درصد گردشگران ورودی به کشور از مسیر زمینی به کشور سفر می‌کنند که نشان‌دهنده اهمیت توجه به کشورهای همسایه در سیاست‌های جذب گردشگر است. از سوی دیگر، سهم گردشگران ورودی به ایران که از لغو روادید استفاده کرده‌اند، بسیار بسیار زیاد است به‌طوری‌که در سال ۱۳۹۸ در حدود ۷۷ درصد گردشگران ورودی به ایران امتیاز لغو روادید داشته‌اند. همین سهم تا حدودی برای سال‌های اخیر نیز حفظ شده است.

برجام و با وقفه یک‌ساله، رشد چشمگیر در تعداد گردشگر ورودی به کشور رقم خورده است. این در حالی است که ثبات اقتصادی، امنیتی و اجتماعی نسبی در این سال‌ها برقرار بوده است و تنها اتفاق قابل‌ملاحظه‌ای که در این دوره زمانی رخ داده است، بهبود روابط سیاسی و امضای برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) بین ایران و شش قدرت جهانی بوده است. لذا، افزایش سه برابری تعداد گردشگر ورودی به کشور طی دوره پنج‌ساله، محتمل و دست‌یافتنی است، اما این هدف‌گذاری فقط زمانی به عمل می‌پیوندد که اقدامات متناسب و سریع در بهبود روابط سیاسی با دنیا صورت گیرد و شرایط امنیتی منطقه نیز دچار چالش نشود.

لازم به توضیح است که برنامه‌های پنج‌ساله توسعه که به‌عنوان برنامه‌های میان‌مدت شناخته می‌شوند، اگرچه بایستی مبتنی بر واقعیت‌های موجود و همراه با دقت باشند (تا حدی مشابه با برنامه‌های کوتاه‌مدت و دقیق سالانه، مانند قانون بودجه سالانه کشور)، اما از نگاه بلندپروازانه و هدف‌گذاری بلندنگرانه (تا حدی مشابه برنامه‌های بلندمدت مانند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور) نیز برخوردارند. این نگاه بلندپروازانه به برنامه‌ریزی تکلیف می‌کند تا اقدامات کاراتر، مؤثرتر و سریع‌تری را برای دستیابی به اهداف میان‌مدت و بلندمدت بردارد. ازاین‌رو، هدف‌گذاری ۱۵ میلیون گردشگر در افق برنامه هفتم توسعه، غیرممکن نیست و حتی قابل‌دسترس نیز می‌باشد، اما بایستی اقدامات موحل و موجزی در این حوزه صورت گیرد. متأسفانه طی یک سال گذشته، شرایط سیاسی و اقتصادی ایران بهبود نیافته است و بهبود این شرایط نیازمند زمان است.

از یک‌سو بهبود شرایط سیاسی، اقتصادی و امنیتی (داخلی و خارجی) زمان‌بر است و از سوی دیگر، افزایش تعداد گردشگر ورودی به کشور پس از بهبود شرایط سیاسی و اقتصادی، با وقفه زمانی (حداقل یک یا دو سال) همراه خواهد بود. این بدان معنی است که انتظار افزایش محسوس تعداد گردشگر به کشور را حداقل ۲ تا ۳ سال

آینده نباید داشته باشیم. با این توضیح و از آنجایی‌که در سال ۲۰۲۴ حدود ۷ میلیون گردشگر به ایران آمده است، انتظار نمی‌رود تا سال ۲۰۲۷ تعداد گردشگر ورودی به کشور به ۹ میلیون نفر برسد (در بهترین حالت، به بهترین شرایط خود در قبل از دوره کرونا و پس از دوره برجام خواهد رسید). با این توضیح، در بهترین حالت در سال انتهای برنامه هفتم





متأسفانه تشدید فصلی بودن و ایجاد شکاف بین دوره‌های پیک و غیرپیک در گردشگری، نه تنها آثار سوء بر محیط زیست و زیرساخت‌های گردشگری دارد، بلکه کاهش بهره‌وری را نیز به همراه خواهد داشت. برای ایجاد اشتغال پایدارتر و درآمد حداکثری در صنعت گردشگری، بایستی فصلی بودن گردشگری کاهش یابد.



|| باغ شاهزاده ماهان - کرمان | عکس: امین رحمانی / ایرنا ||

♦♦ تأثیر اقتصاد و ژئوپلیتیک را در گردشگری بین‌المللی کشور چگونه ارزیابی کرده و چه پیشنهادهایی در این زمینه ارائه می‌نمایید؟

بین اقتصاد و ژئوپلیتیک یک رابطه علت و معلولی برقرار است، به‌طوری‌که اقتصاد عموماً تأثیرپذیر از ژئوپلیتیک است. ژئوپلیتیک اثرگذار بر اقتصاد است و پیوند محکمی بین این دو مفهوم وجود دارد. در ادبیات گردشگری، ارتباط قوی بین اقتصاد مقصد گردشگری و تعداد گردشگر ورودی به آن مقصد وجود دارد؛ این ارتباط یک ارتباط دوسویه است، به این معنی که هرچه اقتصاد یک کشور قدرتمندتر باشد، امکان جذب گردشگر بیشتر را فراهم خواهد ساخت و افزایش تعداد گردشگر ورودی نیز به‌نوبه خود می‌تواند به تقویت اقتصاد آن کشور بینجامد. از نگاه اقتصادی، کشورهای مختلف به این دلیل به دنبال جذب گردشگر بین‌الملل می‌روند تا اول تراز پرداخت‌های گردشگری خود را بهبود بخشند (با افزایش صادرات گردشگری) و دوم، تقویت روابط سیاسی و اجتماعی خود را با حرکت به سمت جهانی‌سازی اقتصاد بهبود دهند. سال‌هاست

که تراز پرداخت‌های گردشگری در ایران منفی است و حجم منابع مالی که به‌واسطه سفرهای ایرانیان به کشورهای دیگر از کشور خارج می‌شود، بسیار بیشتر از جذب منابع مالی ناشی از ورود گردشگر بین‌الملل به کشور است؛ درحالی‌که در کشورهای درحال‌توسعه برخوردار از ظرفیت‌های گردشگری بالا، تراز پرداخت‌های گردشگری مثبت است. دلیل این امر، عدم برنامه‌ریزی برای جذب گردشگر خارجی بویژه از کشورهای با درآمد سرانه بالا است. طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری در خصوص دریافتی از گردشگران، ایران از جمله کشورهایی است که دریافتی نسبتاً پایینی به ازای هر گردشگر ورودی به کشور دارد؛ مثلاً در مقایسه با ترکیه، هر گردشگر ورودی به ایران حدوداً ۳۰ درصد کمتر از گردشگر ورودی به ترکیه هزینه می‌کند. این در حالی است که کشور ترکیه به‌واسطه ارزان بودن سفرهای گردشگری توانسته است تعداد گردشگر قابل‌توجهی را جذب کند. اگر هزینه‌کرد گردشگران به ازای هر روز اقامت در کشور مقصد را در نظر بگیریم، هزینه‌کرد گردشگران بین‌الملل ورودی به ایران از گردشگران ورودی به کشورهای اروپایی نیز کمتر است. درواقع فقط ناپیوستگی به افزایش تعداد گردشگر ورودی تکیه کرد، بلکه بایستی نوع گردشگران را نیز هدفمند انتخاب کرد و بازارهای هدف گردشگری را نیز بایستی شناسایی کرده و با برنامه‌ریزی نسبت به تبلیغ و تقویت زیرساخت‌های گردشگری اقدام کرد.

موقعیت ژئوپلیتیکی ایران می‌تواند فرصتی برای توسعه ترانزیت کشورهای منطقه (بویژه اینکه کشورهای حاشیه خلیج فارس رشد قابل‌ملاحظه‌ای در اقتصاد و گردشگری داشته‌اند) و همچنین مکمل گردشگری کشورهای حاشیه خلیج فارس باشد. هرچند تاکنون نتوانسته‌ایم از این فرصت استفاده کنیم؛ اما بهبود روابط با این کشورها ایجادکننده فرصت برای افزایش جذب گردشگر خواهد بود. با یک نگاه به روند ورودی گردشگران به استان‌های ایران مشاهده می‌شود که

اتفاقاً استان‌های مرزی توانسته‌اند در جذب گردشگر موفق‌تر عمل کنند. سهم قابل‌توجهی از گردشگران ترکیه‌ای و آذربایجانی که به ایران می‌آیند، از استان‌های شمال غرب ایران بازدید می‌کنند. حدوداً ۸۳ درصد گردشگران ورودی به کشور از مسیر زمینی به کشور سفر می‌کنند که نشان‌دهنده اهمیت توجه به کشورهای همسایه در سیاست‌های جذب گردشگر است. از سوی دیگر، سهم گردشگران ورودی به ایران که از لغو روایید استفاده کرده‌اند، بسیار بسیار زیاد است به‌طوری‌که در سال ۱۳۹۸ در حدود ۷۷ درصد گردشگران ورودی به ایران امتیاز لغو روایید داشته‌اند. همین سهم تا حدودی برای سال‌های اخیر نیز حفظ شده است.

♦♦ رابطه گردشگری داخلی و خارجی را چگونه توضیح می‌دهید؟

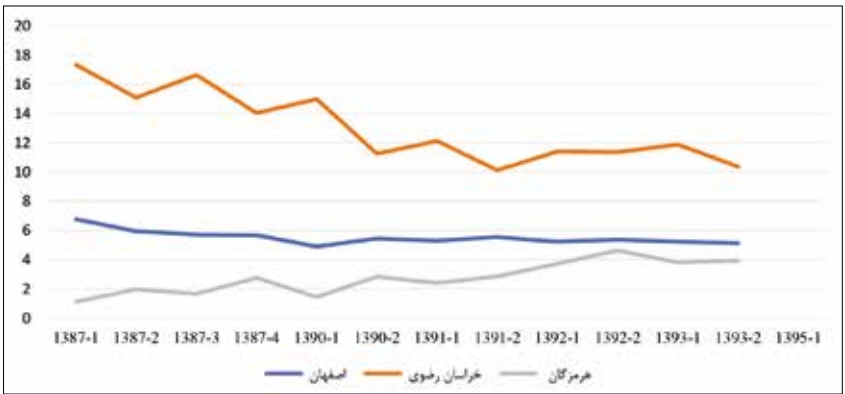
در ادبیات اقتصاد گردشگری، نگاه ویژه‌ای به گردشگری بین‌المللی است و به دلیل تأکیدی که بر تراز پرداخت‌های گردشگری و مبحث صادرات گردشگری وجود دارد، گردشگر خارجی مورد توجه ویژه است. بیشتر از آنکه ارتباط بین گردشگری داخلی و گردشگری خارجی باشد، بین گردشگر و جامعه میزبان ارتباط وجود دارد. درواقع نقش جامعه میزبان و مدیریت مقصد در جذب گردشگر (بویژه گردشگر خارجی) بسیار مهم است. درواقع نگاه به گردشگر خارجی عمدتاً با اهداف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است، درحالی‌که رویکرد توسعه گردشگری داخلی عموماً با اهداف

اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی است. گردشگر داخلی با یک نگاه محلی و منطقه‌ای همراه است و مدیریت مقاصد محلی بر این نوع گردشگر تمرکز دارند، درحالی‌که از نگاه سیاست‌گذاران ملی، گردشگر خارجی اهمیت ویژه‌تری دارد. ناپیوستگی این دو نوع گردشگر را با یک رویکرد و یک معیار موردسنجش قرار داد بلکه بایستی به‌صورت جداگانه و با اهداف و معیارهای متفاوتی آن را بررسی کرد. هرچند که بین این دو نوع گردشگری ارتباط وجود دارد، اما این ارتباط در قالب ارتباط علت و معلولی نیست. ضعف جذب گردشگر خارجی به معنی ضعف در توسعه گردشگری داخلی نیست و بالعکس.

به‌عنوان مثال، همان‌طور که نمودار شماره (۱) نشان می‌دهد طی سال‌های اخیر شاهد توسعه گردشگری داخلی در استان‌های جنوبی (به‌طور خاص استان هرمزگان) بوده‌ایم، درحالی‌که استان‌های خراسان رضوی یا اصفهان به لحاظ سهم گردشگر داخلی ورودی کاهش قابل‌ملاحظه‌ای داشته‌اند. از سوی دیگر، سهم گردشگر خارجی ورودی به این استان‌ها نه تنها کاهش نداشته، بلکه در برخی سال‌ها افزایشی بوده است.

♦♦ راه‌های ایجاد تعادل در رشد و پایداری گردشگری کشور را چه می‌دانید؟

برای ایجاد تعادل در رشد و پایداری گردشگری کشور، بایستی ابتدا هدف از توسعه گردشگری برای برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این حوزه



نمودار شماره (۱) سهم سه استان هرمزگان، خراسان رضوی و اصفهان از گردشگر داخلی طی سال‌های مختلف

به‌صورت مشخص و هماهنگ باشد. سپس یکپارچگی در سیاست‌گذاری صورت گیرد. از نظر اینجانب به‌عنوان یک متخصص حوزه اقتصاد گردشگری، توجه به کاهش درجه فصلی بودن گردشگری، تمرکز بر ثبات سیاست‌گذاری و توسعه روابط با کشورها و بازارهای بالقوه، ایجاد زیرساخت‌های ضروری برای بهره‌مندی حداکثری از ورود گردشگر خارجی، ایجاد استانداردهای لازم برای ثبت و مدیریت گردشگری داخلی و مدیریت یکپارچه مقاصد از اهمیت بالایی برخوردار است. اشتغال در حوزه گردشگری بسیار شکننده و درآمدهای این حوزه بسیار آسیب‌پذیر است و برای حفظ آن بایستی بر توسعه گردشگری با تمرکز بر کاهش فصلی بودن آن تأکید کرد. متأسفانه تشدید فصلی بودن و ایجاد شکاف بین دوره‌های پیک و غیرپیک در گردشگری، نه‌تنها آثار سوء بر محیط‌زیست و زیرساخت‌های گردشگری دارد، بلکه کاهش بهره‌وری را نیز به همراه خواهد داشت. برای ایجاد اشتغال پایدارتر و درآمد حداکثری در صنعت گردشگری، بایستی فصلی بودن گردشگری کاهش یابد. برگزاری رویدادها و ترویج گردشگری در ایام غیرپیک می‌تواند راهگشا باشد. همچنین، شناخت بازارهای بالقوه خارجی به همراه تهیه بسته‌های تبلیغاتی و سیاست‌گذاری مناسب برای جذب گردشگر از این بازارها بسیار مهم است. متأسفانه گردشگری خارجی در ایران

بسیار قطبی شده است؛ به‌طوری‌که بیش از ۸۰ درصد گردشگر ورودی به ایران فقط از چهار کشور (عراق، افغانستان، ترکیه و آذربایجان) هستند. از نظر زیرساخت‌های گردشگری، بایستی سیاست‌گذاری مناسب صورت گیرد؛ به‌طوری‌که توسعه بخش اقامت و حمل‌ونقل نبایستی غیرمدیریت شده و ناهماهنگ صورت گیرد، بلکه بایستی در سطح استانداردهای بالا و با برنامه‌ریزی متمرکز، این زیرساخت‌ها تقویت شوند.

♦♦ در پایان چه نکاتی را لازم می‌دانید که اضافه فرمایید؟

زیربنای هر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، شناخت از وضع موجود و درک صحیح از وضعیت فعلی است و برای ایجاد چنین شناختی، بایستی آمار و اطلاعات دقیق تهیه شود. متأسفانه بخش گردشگری در ایران از بسته آماری و داده‌های کمی مناسبی برخوردار نیست. سال‌هاست سالنامه آماری گردشگری که قبلاً توسط وزارت میراث فرهنگی منتشر می‌شد، منتشر نشده است و حتی تمایزی بین تعریف گردشگر و مسافر یا گردشگر و بازدیدکننده نیز در این آمارها به چشم نمی‌خورد. استان‌ها حتی نمی‌دانند چه تعداد گردشگر خارجی به استان‌شان وارد شده است و ماندگاری آن‌ها چقدر بوده است چه برسد به اینکه میزان هزینه‌کرد و نوع هزینه‌کرد آن‌ها

را بدانند. حتی در گردشگری داخلی، داده‌های رفتاری و اقتصادی محاسبه و برآورد نمی‌شود. بدون دسترسی به چنین اطلاعاتی نمی‌توان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی درستی انجام داد؛ لذا مهم‌ترین زیرساخت این حوزه، ایجاد ساختارهای آماربرداری و ارائه داده‌های علمی و دقیق است. برای این امر می‌توان از مجموعه‌های فعال و دانشی این حوزه استفاده کرد و مأموریت‌هایی را نیز به آن‌ها سپرد. متأسفانه وزارت میراث فرهنگی، دفتر آمار را با دفتر بودجه تلفیق کرده است و این امر باعث شده است که مسئله آمار در گردشگری حتی نسبت به گذشته ضعیف‌تر نیز شود.

تهیه حساب‌های اقمار گردشگری پس از حدود دو دهه بالاخره در سال ۱۴۰۰ اجرایی شد، اما تاکنون (خرداد ۱۴۰۴) این حساب‌ها منتشر نشده است و بعید به نظر می‌رسد که وزارت میراث قادر به انتشار این داده‌ها و حساب‌ها باشد. این در حالی است که بیش از ۶۰ کشور دنیا این حساب‌ها را (حتی به‌صورت محدود) منتشر می‌کنند. تهیه این حساب‌ها هرچند که در ظاهر اطلاعات محدود اقتصادی را به سیاست‌گذاران گردشگری ارائه می‌دهد، اما برای تهیه این حساب‌ها بایستی زیرساخت‌هایی فراهم شود که این زیرساخت‌ها می‌تواند برای توسعه گردشگری (داخلی و خارجی) بسیار مفید باشد. ما در پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی چندین اقدام جدی برای گردآوری، تحلیل و ساختار سازی آمارهای گردشگری انجام داده‌ایم، اما به دلیل عدم حمایت‌های ملی و منطقه‌ای در این حوزه، این اقدامات صرفاً محدود به چند پروژه پژوهشی باقی مانده است. وزارت میراث فرهنگی با حمایت اعتباری که از سوی سازمان برنامه‌و بودجه کشور انجام می‌شود، بایستی حمایت ویژه از ایجاد زیرساخت‌های آماری صنعت گردشگری انجام دهد. این آمارها نبایستی محدود به آمارهای رفتاری و نمونه‌گیری باشد، بلکه ایجاد زیرساخت گردآوری و صحت‌سنجی آمارهای ثبتی که توسط دستگاه‌های مختلف اجرایی ثبت می‌شود نیز حائز اهمیت است. **///**

| یادداشت

دارالامانی برای گردشگری خلاق



یکی از این مسیرها، تبدیل زیرساخت‌های گردشگری به فضاهای چندمنظوره است؛ برای مثال، اقامتگاه‌ها می‌توانند در تعطیلات تابستان به مدرسه‌های مهارتی، کلاس‌های آموزشی یا کارگاه‌های هنری برای کودکان و نوجوانان تبدیل شوند. ترکیب یادگیری، تفریح و اقامت راهی تازه برای حفظ حیات کسب‌وکارهاست.



/// در روزهایی که صنعت گردشگری ایران پس از جنگ ۱۲ روزه به حالت توقف درآمده و بسیاری از کسب‌وکارهای این حوزه با رکود و بحران دست‌وپنجه نرم می‌کنند، مهم‌ترین پرسش این است که چگونه می‌توان در این شرایط دشوار، چراغ این صنعت را روشن نگه داشت و برای آینده‌ای بهتر آماده شد. اکنون زمانی است که بیش از هر دوره‌ای به خلاقیت، انعطاف‌پذیری و امید نیاز داریم. هرچند جریان سفر متوقف شده، اما گردشگری هنوز زنده است؛ در دل خانه‌های بوم‌گردی که به‌رغم همه مشکلات هنوز

مهمان‌نوازند، در میان هتل‌هایی که با پذیرش اندک می‌کوشند دوام بیاورند و در ایده‌هایی که با جسارت و نوآوری، از دل بحران، مسیر پایداری را جست‌وجو می‌کنند. یکی از این مسیرها، تبدیل زیرساخت‌های گردشگری به فضاهای چندمنظوره است؛ برای مثال، اقامتگاه‌ها می‌توانند در تعطیلات تابستان به مدرسه‌های مهارتی، کلاس‌های آموزشی یا کارگاه‌های هنری برای کودکان و نوجوانان تبدیل شوند. ترکیب یادگیری، تفریح و اقامت راهی تازه برای حفظ حیات کسب‌وکارهاست.



زنده‌یاد محمدرضا بهرامی

فعال گردشگری و نایب‌رئیس اتاق کرمان

صنعت گردشگری در استان کرمان

در تجربه جهانی، کشورهایی که پس از جنگ یا بحران‌های سیاسی اقتصادی مسیر خروج از بحران را با تمرکز بر بازار داخلی آغاز کرده‌اند، توانسته‌اند پایه‌های مستحکمی برای رونق مجدد صنعت گردشگری بسازند. نمونه‌های موفق از این بازتعریف را می‌توان در گرجستان، کلمبیا، ترکیه و حتی در مقیاس‌های کوچک‌تر در مناطق خاص اسپانیا و پرتغال دید. در این کشورها، تمرکز بر بازار داخلی، برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه سفرهای مدرسه‌ای، جشنواره‌های محلی و تبدیل اقامتگاه‌های سنتی به مراکز چندمنظوره راه‌هایی برای بازگشت اعتماد و رونق تدریجی بوده است.

نویسنی از گردشگری داخلی در ایران بدل شود.

مزیت‌های متعددی از جمله تنوع اقلیمی، تجربه‌های اصیل بوم‌گردی، آیین‌های مذهبی و فرهنگی ریشه‌دار، غذاهای سنتی و ظرفیت میزبانی شهرهایی چون بم، ماهان، راین، بافت، شهداد و فهرج در کنار وجود بوم‌گردی‌های مقاوم و هتل‌های آماده، همه و همه گواهی بر آمادگی این سرزمین برای آغاز فصلی تازه‌اند.

اما برای تحقق این چشم‌انداز، تنها اتکا به امکانات موجود کافی نیست. باید با نگاهی خلاقانه زیرساخت‌های گردشگری را بازتعریف کرد؛ اقامتگاه‌هایی که در زمان تعطیلی گردشگری کلاسیک به مراکز آموزش مهارت، اردوهای فرهنگی، مدرسه‌های تابستانی، جشن‌های خانوادگی و فضاهای تعامل اجتماعی تبدیل می‌شوند. باید به نیازهای جدید جامعه ایران پاسخ داد: سفرهای کوتاه، ارزان، فرهنگی و خانوادگی.

همچنین می‌توان از مناسبت‌های ملی و مذهبی بهره گرفت. آیین‌های عزاداری محلی، سفرهای نذری، تعزیه‌های سنتی، نخل‌گردانی و دیگر آیین‌های بومی ظرفیت‌های بی‌بدیلی برای خلق تجربه‌ای اصیل و متعهد در دل ایران هستند؛ تجربه‌ای که نه با توریسم لوکس، بلکه با گردشگری مشارکتی و مردمی معنا می‌یابد.

بازسازی گردشگری پس از بحران نیازمند تغییر ریل است؛ از رؤیای جذب توریست‌های اروپایی و آسیایی به واقعیت خلق ارزش برای مردم ایران. کرمان می‌تواند نقطه آغاز این مسیر باشد؛ دارالامانی برای گردشگری خلاق، پایدار و درون‌زا. این مسیر اگرچه ساده نیست، اما برآمده از واقعیت امروز و امید به آینده‌ای

باثبات‌تر است. **///**

حفظ استراتژی لبخند دنیا به کرمان

پس از هر بحرانی، کشورها نیازمند بازنگری در مسیر حرکت خود هستند. بحران اخیر اگرچه ضربه‌ای سنگین به صنعت گردشگری وارد کرد، اما هم‌زمان فرصت نادری برای بازطراحی نقشه راه این صنعت فراهم آورده است. مهم‌ترین درس این دوره، وابستگی ناپایدار به بازارهای پریسک از جمله گردشگران بین‌المللی و غفلت از ظرفیت بی‌بدیل گردشگری داخلی است.

در این شرایط، استان‌هایی مانند کرمان که هم ظرفیت تاریخی و فرهنگی دارند، هم در موقعیت جغرافیایی نسبتاً باثبات‌تری قرار دارند، می‌توانند موتور بازسازی صنعت گردشگری کشور شوند. کرمان با پهنه وسیعی از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی، زیرساخت‌های اقامتی پراکنده اما فعال و جامعه‌ای مهمان‌نواز و ریشه‌دار، از آمادگی لازم برای پذیرش یک «تغییر ریل استراتژیک» برخوردار است.

در تجربه جهانی، کشورهایی که پس از جنگ یا بحران‌های سیاسی اقتصادی مسیر خروج از بحران را با تمرکز بر بازار داخلی آغاز کرده‌اند، توانسته‌اند پایه‌های مستحکمی برای رونق مجدد صنعت گردشگری بسازند. نمونه‌های موفق از این بازتعریف را می‌توان در گرجستان، کلمبیا، ترکیه و حتی در مقیاس‌های کوچک‌تر در مناطق خاص اسپانیا و پرتغال دید. در این کشورها، تمرکز بر بازار داخلی، برگزاری رویدادهای فرهنگی، توسعه سفرهای مدرسه‌ای، جشنواره‌های محلی و تبدیل اقامتگاه‌های سنتی به مراکز چندمنظوره راه‌هایی برای بازگشت اعتماد و رونق تدریجی بوده است.

در همین راستا، کرمان می‌تواند به الگوی

از سوی دیگر، سفرهای کوتاه‌مدت و مقرون‌به‌صرفه برای مردم استان می‌تواند به‌عنوان بازار هدف جایگزین تعریف شود؛ تورهای نیم‌روزه برای مدارس، سالمندان یا خانواده‌ها، جشن‌های کوچک در فضای بوم‌گردی‌ها و برنامه‌های سبک اما معنادار می‌توانند جان تازه‌ای به جریان سفر بدهند. در ایامی مثل تاسوعا و عاشورا نیز می‌توان با تکیه بر آیین‌های مذهبی و عزاداری‌های محلی، تعزیه‌های سنتی، غذاهای نذری و تکیه‌های قدیمی، تجربه‌ای ایمن، معنادار و فرهنگی برای مسافران فراهم کرد. چنین برنامه‌هایی هم با روح جامعه ایرانی همخوانی دارند و هم فرصت‌هایی برای همکاری میان فعالان مذهبی و کسب‌وکارهای گردشگری پدید می‌آورند.

این نگاه تنها محدود به ایران نیست. در بسیاری از کشورهایی که تجربه جنگ یا بحران‌های شدید را داشته‌اند، گردشگری به شیوه‌ای جدید متولد شده است. اوکراین در اوج جنگ نیز در شهرهای امن خود، تورهای روایت‌محور برگزار کرد. سوریه با تمرکز بر گردشگری زیارتی و بازدید از مناطق باثبات توانست بخشی از بازار داخلی را فعال نگه دارد. کلمبیا با روایت تاریخ درگیری‌ها و مسیر صلح، مسیری نو برای گردشگری فرهنگی تعریف کرد و ویتنام سال‌ها پس از جنگ با تکیه بر طبیعت، غذا و روایت مقاومت به یکی از مقصدهای محبوب تبدیل شد. گردشگری ایران نیز می‌تواند و باید راه خود را پیدا کند؛ راهی که از دل مردم می‌گذرد، بر تجربه‌های اصیل تکیه دارد و به‌جای انتظار برای مسافران خارجی، به جامعه محلی و نیازهای آن پاسخ می‌دهد. در این مسیر، هیچ راه‌حل جادویی وجود ندارد، اما خلاقیت، هم‌افزایی، بازتعریف خدمات و تعامل با نهادهای محلی می‌تواند به بقای این صنعت یاری رساند.



گردشگری به‌عنوان یک اولویت در دستور کار برنامه ریزان استانی قرار گرفته تا بهره‌برداری لازم از این پتانسیل در راستای توسعه اقتصادی شهرستان‌های استان انجام گیرد. به همین منظور مقرر گردید موضوعات مهم و اولویت‌دار برنامه هفتم توسعه در استان با تهیه سند برنامه «کرمان برفراز» عملیاتی گردد.



دکتر محمدرضا وحیدی

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان



دکتر علیرضا رهبر دهقان

رئیس گروه آمایش و برنامه‌ریزی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمان

/// گردشگری یک صنعت کاربر (متکی به نیروی کار) است که نه‌تنها موجب بهبود قابل‌توجه وضعیت اشتغال در مقاصد گردشگری می‌شود، بلکه به توسعه زیرساخت‌ها، حفظ منابع مالی و احیای اماکن گردشگری تاریخی و جدید نیز کمک می‌کند و باعث می‌شود مردم جهان درک بهتری از یکدیگر داشته باشند. در همین راستا بحث گردشگری پایدار (Sustainable Tourism) امروز بیش از هر زمان دیگری موردتوجه نهادهای بین‌المللی قرار گرفته است. سازمان جهانی گردشگری که از نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد است، گردشگری پایدار را این‌گونه تعریف می‌کند: «گردشگری پایدار در قبال تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی حال و آینده خود کاملاً مسئولیت‌پذیر است و نیازهای گردشگران، صنعت گردشگری، محیط‌زیست و جوامع میزبان را مدنظر قرار می‌دهد. گردشگری پایدار می‌تواند آثار اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، فرهنگی و حتی امنیتی مثبت و پایداری از خود در جوامع بر جای بگذارد». توسعه صنعت گردشگری و ترویج صنایع‌دستی یکی از سیاست‌های ۲۷گانه ابلاغی مقام معظم رهبری در برنامه هفتم توسعه بوده و مقرر گردیده نگاه برنامه هفتم توسعه از برنامه‌ریزی جامع به برنامه‌ریزی بر روی موضوعات کلیدی و اولویت‌دار سوق پیدا کند با توجه به اینکه یکی از ۱۵ موضوع اولویت‌دار برنامه هفتم توسعه توسعه صنعت گردشگری و ترویج صنایع‌دستی می‌باشد، لذا لازم است برنامه‌ریزی خاصی در این خصوص در کشور و استان صورت پذیرد. لازم به ذکر است که صنعت گردشگری و بخش‌های مرتبط با این صنعت از لحاظ برقراری پیوند با سایر بخش‌های اقتصادی استان از بخش‌های پیشرو در اقتصاد استان محسوب می‌شوند و لذا این صنعت می‌تواند سایر بخش‌ها و کل اقتصاد استان را رونق بخشد. با توجه به این موضوع، گردشگری به‌عنوان یک اولویت در دستور کار برنامه ریزان استانی قرار گرفته تا با بهره‌برداری لازم از این پتانسیل در راستای

توسعه اقتصادی شهرستان‌های استان انجام گیرد. به همین منظور مقرر گردید موضوعات مهم و اولویت‌دار برنامه هفتم توسعه در استان با تهیه سند برنامه «کرمان برفراز» که در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان نیز به تصویب رسید عملیاتی گردد. در این سند که شامل ۱۳ محور می‌باشد؛ از جمله این محورها می‌توان به محور گردشگری و صنایع‌دستی اشاره نمود که در آن طی برنامه هفتم، توجه خاص به زیرساخت‌های گردشگری و ایجاد تأسیسات گردشگری جذب گردشگران خارجی و داخلی خواهد شد. همچنین شکل‌گیری و توسعه زیرساخت‌های حوزه صنایع‌دستی، حفاظت و ترویج صنایع‌دستی، ارتقای توانمندی فعالان و صنعتگران صنایع‌دستی، راه‌اندازی چرخه تولید، بازاریابی، فروش و صادرات محصولات صنایع‌دستی، حمایت از هنرمندان بخش گردشگری و صنایع‌دستی با اعطای کمک‌های مالی و تسهیلاتی و غیره از جمله اهدافی هستند که برای شهرها و روستاهای ملی صنایع‌دستی استان، در سند برنامه کرمان بر فراز به آن پرداخته شده است. مهم‌ترین ویژگی‌های گردشگری استان کرمان شامل ۱۰ اثر ثبت جهانی، وجود ۸۰۰۰ اثر تاریخی در استان، ۶۸۴ اثر میراث ملموس، ۱۱۷ اثر میراث ناملموس و ۱۶ اثر طبیعی ثبت شده ملی، تولید صنایع‌دستی متنوع و گسترده در کل استان، یک شهر جهانی، پنج شهر ملی و یک روستای ملی صنایع‌دستی و وجود پنج فرودگاه در سطح استان، وجود ۹۰۳ کیلومتر شبکه ریلی؛ عبور خط ریلی شرق به مرکز کشور- جنوب به مرکز کشور، بندرعباس به مشهد و کشورهای قفقاز و وجود ۱۳۸۸ کیلومتر بزرگراه و یک هزار ۷۴۴ کیلومتر راه اصلی می‌باشد.

استان کرمان نیز با برخورداری از این ویژگی‌ها و هزاران جاذبه تاریخی در حوزه میراث فرهنگی و گردشگری جزو استان‌های پیشرو کشور در این عرصه است که با اجرای برنامه‌ها و سیاست‌های کوتاه و بلندمدت به یکی از قطب‌های ملی گردشگری تبدیل و موفق به افزایش چشمگیر گردشگران داخلی



شکل‌گیری و توسعه زیرساخت‌های حوزه صنایع‌دستی، حفاظت و ترویج صنایع‌دستی، ارتقای توانمندی فعالان و صنعتگران صنایع‌دستی، راه‌اندازی چرخه تولید، بازاریابی، فروش و صادرات محصولات صنایع‌دستی، حمایت از هنرمندان بخش گردشگری و صنایع‌دستی با اعطای کمک‌های مالی و تسهیلاتی و غیره از جمله اهدافی هستند که برای شهرها و روستاهای ملی صنایع‌دستی استان، در سند برنامه «کرمان بر فراز» به آن پرداخته شده است.

شده که البته کاهش آمار گردشگران خارجی به این استان نیز باید موردبررسی قرار گیرد. دیار کریمان با سابقه تمدنی کهن و اقلیم‌های متفاوت از مقاصد مهم گردشگران محسوب می‌شود، هر چند در سال‌های گذشته به دلایل متفاوت نتوانسته به جایگاه در خور شان خود دست پیدا کند. کرمان را باید به حق سرزمین شگفتی‌ها و جاذبه‌های تاریخی و طبیعی دانست، به‌طور مثال اختلاف دما ۳۶ درجه‌ای بین مناطق سردسیر و گرمسیر این استان در یک فصل فرصت نادری برای جذب گردشگر به کرمان است. تقریباً تمام شهرها و روستاهای استان کرمان جاذبه‌های منحصربه‌فرد خود را در بخش‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی دارد که برخی از آن‌ها شهرت جهانی دارند.

طی سال‌های اخیر با توجه دولت و مسئولان و همچنین ورود جدی بخش خصوصی به حوزه میراث فرهنگی و گردشگری، اتفاقات مثبتی در صنعت گردشگری کرمان رقم خورده و اماکن و بناهای زیادی به چرخه گردشگری این استان وارد شده‌اند که نمونه آن در هتل کاروانسرای وکیل، ساماندهی و مرمت ارگ بم، باغ شاهزاده و غیره پیداست. ایجاد و ارتقای زیرساخت‌ها با سرمایه‌گذاری مناسب، در کنار تلاش جدی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و پدید آمدن بخش‌های جدیدی مانند گردشگری مقاومت و گردشگری سلامت در کنار میزبانی مردمان خونگرم دیار کریمان، افزایش گردشگران داخلی را به همراه داشته است. کرمان با ۱۰ اثر ثبت جهانی بیشترین آمار آثار ثبت جهانی کشور را در بین استان‌های کشور به خود اختصاص داده است. ارگ بم (بزرگ‌ترین سازه خشتی جهان)، روستای دست‌کند میمند با چند هزار سال

قدمت، باغ زیبای شازده یا شاهزاده ماهان با ویژگی‌های منحصربه‌فرد باغ و معماری عمارت آن، دشت کویر لوت که قدیمی‌ترین درفش جهان از این کویر در منطقه شهداد به دست آمده و سه قنات «گوهرریز» چوپار در شهرستان کرمان، «اکبرآباد» و «قاسم آباد» در شهرستان بم و نیز روستای دارستان سیرجان و این شهرستان به‌عنوان خاستگاه بافت گلیم شیرکی سیرجان از آثار ثبت جهانی استان کرمان به شمار می‌روند. همچنین طی سال گذشته سهم استان کرمان با سابقه تاریخی و فرهنگ غنی از ثبت پرونده کاروانسراهای تاریخی ایران، دو کاروانسرای گنجعلی‌خان کرمان و چاه کوران راور بود تا کفه ترازوی آثار ثبت شده جهانی در حوزه میراث فرهنگی کرمان قوی‌تر و پربارتر شود. در اسناد بالادست نیز به موضوع گردشگری به‌طور ویژه تأکید گردیده به‌نحوی که در سند ملی آمایش که شامل ۲۴ راهبرد و ۲۵۵ سیاست

می‌باشد راهبرد ۱۷ و سیاست‌های ۱۸۰ تا ۱۹۰ در خصوص بحث گردشگری و صنایع‌دستی آمده است و در راهبرد هفدهم این سند ارتقاء گردشگری و آوازه میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی ایران و گسترش گردشگری بوم آورد، اجتماع محور، فرهنگ مینا، خلاق و متنوع در پهنه سرزمین به‌عنوان یکی از ۲۴ راهبرد مهم در سند ملی آمده است. در سند آمایش استان نیز با توجه به قابلیت‌های مثال‌زدنی استان به بخش گردشگری توجه ویژه‌ای گردیده به‌نحوی که در اهداف بنیادین استان در سند آمایش توسعه و گسترش ظرفیت‌های گردشگری و صنایع‌دستی استان با هدف افزایش ارزش‌افزوده این بخش در اقتصاد استان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اهداف این سند تأکید گردیده است. همچنین در چشم‌انداز توسعه استان «ایفای نقش به‌عنوان یکی از مراکز گردشگری تاریخی و طبیعی کشور در سطح ملی و فراملی با





محوریت شهرهای کرمان، بم و جیرفت و در پیوند با استان‌های یزد، هرمزگان و سیستان و بلوچستان در درون منطقه و تشکیل مربع گردشگری شیراز، اصفهان، یزد، کرمان در سطح ملی» و «ایفای نقش به‌عنوان یکی از مراکز خدمات پزشکی و توریسم درمانی (گردشگری سلامت) در سطح ملی و فراملی با تکیه بر مراکز درمانی تخصصی و فوق تخصصی پیشرفته» آورده شده که باز اهمیت ویژه استان به این بخش مهم می‌باشد. صنعت گردشگری در استان کرمان از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این استان ایفا کند که در ادامه به برخی از جنبه‌های اهمیت صنعت گردشگری در استان کرمان اشاره می‌گردد:

۱. توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال:

ایجاد درآمد: گردشگری می‌تواند منبع درآمد قابل‌توجهی برای استان کرمان باشد. ورود گردشگران به استان، منجر به افزایش فروش کالاها و خدمات مختلف می‌شود که به نوبه خود باعث افزایش درآمد کسب‌وکارهای محلی، هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های صنایع‌دستی و غیره می‌شود.

ایجاد فرصت‌های شغلی: صنعت گردشگری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم فرصت‌های

۳. حفظ و احیای میراث فرهنگی و طبیعی:

ایجاد انگیزه برای حفاظت: گردشگری می‌تواند انگیزه اقتصادی برای حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی استان ایجاد کند. زمانی که جوامع محلی مشاهده نمایند که جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی می‌توانند منبع درآمد باشند، بیشتر به حفظ و حراست از آن‌ها علاقه‌مند می‌شوند.

توانمندسازی جوامع محلی: گردشگری می‌تواند به توانمندسازی جوامع محلی کمک کند. وقتی که مردم محلی در صنعت گردشگری مشارکت می‌کنند (از جمله با اجاره دادن منازل مسکونی به گردشگران، فروش صنایع‌دستی و غیره)، حس استقلال و اعتمادبه‌نفس بیشتری پیدا خواهند نمود. ایجاد فرصت‌های آموزشی: توسعه گردشگری می‌تواند منجر به ایجاد فرصت‌های آموزشی جدید گردد. مثلاً ممکن است دوره‌های آموزشی برای راهنمایان تور، کارکنان هتل‌ها و رستوران‌ها و غیره برگزار شود. این دوره‌ها باعث ارتقای مهارت‌های افراد و افزایش کیفیت خدمات گردشگری می‌گردد.

تخصیص بودجه برای مرمت و بازسازی: درآمد حاصل از گردشگری می‌تواند برای مرمت و بازسازی آثار تاریخی و حفظ محیط‌زیست هزینه شود.

افزایش آگاهی: گردشگری می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت میراث فرهنگی و طبیعی کمک کند و باعث شود که مردم بیشتر به ارزش‌های این میراث‌ها پی ببرند.

۴. معرفی استان کرمان به جهان:

استفاده از رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان به جهان را بر عهده دارند. گردشگران می‌توانند عکس‌ها و فیلم‌های سفر خود از استان کرمان را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند و باعث جذب گردشگران بیشتری شوند. **شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی:** حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری یک



در چشم‌انداز توسعه استان «ایفای نقش به‌عنوان یکی از مراکز گردشگری تاریخی و طبیعی کشور در سطح ملی و فراملی با محوریت شهرهای کرمان، بم و جیرفت و در پیوند با استان‌های یزد، هرمزگان و سیستان و بلوچستان در درون منطقه و تشکیل مربع گردشگری شیراز، اصفهان، یزد، کرمان در سطح ملی» و «ایفای نقش به‌عنوان یکی از مراکز خدمات پزشکی و توریسم درمانی (گردشگری سلامت) در سطح ملی و فراملی با تکیه بر مراکز درمانی تخصصی و فوق تخصصی پیشرفته» آورده شده که باز اهمیت ویژه استان به این بخش مهم می‌باشد.

فرصت عالی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان به بازارهای جهانی می‌باشد. **بهبود تصویر ذهنی:** گردشگری می‌تواند به بهبود تصویر ذهنی از استان کرمان در سطح ملی و بین‌المللی کمک کند. معرفی جاذبه‌های گردشگری استان می‌تواند باعث جذب سرمایه‌گذاران و گردشگران بیشتری شود. **افزایش شناخت و آگاهی:** گردشگری فرصتی برای افزایش شناخت و آگاهی از فرهنگ، تاریخ و طبیعت استان کرمان در سطح جهانی فراهم می‌کند.

۵. توسعه اجتماعی و فرهنگی:

تبادل فرهنگی: گردشگری فرصتی برای تبادل فرهنگی بین گردشگران و جوامع محلی ایجاد می‌کند. این تبادل فرهنگی می‌تواند باعث افزایش درک متقابل و احترام به فرهنگ‌های مختلف شود.

تقویت هویت محلی: گردشگری می‌تواند به تقویت هویت محلی و احساس غرور و تعلق به مکان کمک کند. وقتی که جوامع محلی ببینند که فرهنگ و سنت‌هایشان برای گردشگران جذاب است، بیشتر به حفظ و ترویج آن‌ها علاقه‌مند می‌شوند.

بهبود سطح زندگی: درآمدهای حاصل از گردشگری می‌تواند به بهبود سطح زندگی جوامع محلی کمک کند و باعث کاهش فقر و محرومیت شود.

با توجه به این موارد، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند به یک عامل کلیدی در توسعه پایدار استان کرمان تبدیل شود که با برنامه‌ریزی مناسب، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش نیروی انسانی و بازاریابی مؤثر، می‌توان از ظرفیت‌های بالقوه گردشگری استان به نحو احسن استفاده کرد و به رونق

اقتصادی و اجتماعی این منطقه کمک نمود.

پس از تصویب سند آمایش استان در شورای عالی آمایش سرزمین اقدامات مهمی در راستای تقویت بخش گردشگری صورت گرفت که می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- * بزرگ‌ترین بوتیک هتل دوطبقه کشور در شهر کرمان،
- * افتتاح هتل چهار ستاره،
- * افتتاح بزرگ‌ترین موزه صوت و تصویر ایران،
- * افتتاح موزه جواهرات آقای ودیعتی،
- * لازم به ذکر است که پروژه‌های مرمت خانه هنرمند، مرمت خانه منصور ایرانمنش، مرمت خانه وزیر، هتل چهار ستاره هدایتی، خانه خلاق صنایع‌دستی شهر کرمان در طایفه قراشداغی، هتل بام بافت، احداث گهرپارک و هتل زیگورات نیز جهت تکمیل حلقه گردشگری طبیعی-تاریخی- فرهنگی (یزد، اصفهان، شیراز و کرمان) در دست انجام

می‌باشد. در سند کرمان برفراز که مهم‌ترین برنامه عملیاتی استان طی ۴ سال آینده خواهد بود در بخش گردشگری اقدامات زیر جزو اصلی‌ترین اقدامات بخش گردشگری و صنایع‌دستی خواهند بود.

- * مرمت، حفاظت و احیاء تعداد ۳۴۰ اثر تاریخی شاخص،
- * ثبت تعداد ۳۶۳ اثر تاریخی- فرهنگی در فهرست آثار ملی و ثبت تعداد ۵ اثر تاریخی- فرهنگی در فهرست آثار جهانی،
- * افزایش ۱۳۰۰ اقامتگاه برای گردشگران،
- * افزایش تبلیغات و معرفی جاذبه‌های گردشگری استان به شکل‌های مختلف به تعداد ۲۰۵۰۰۰۰ عدد،
- * افزایش صادرات صنایع‌دستی استان تا رقم ۱۱۲۳۰ میلیارد ریال،
- * ایجاد اشتغال در حوزه‌های مختلف صنایع‌دستی به تعداد ۱۰۴۶۳ نفر،
- * افزایش مرمت و ساماندهی بناهای تاریخی در مالکیت اوقاف به تعداد ۱۲ بنا. **III**



بررسی و تحلیل ارکان توسعه گردشگری در استان کرمان

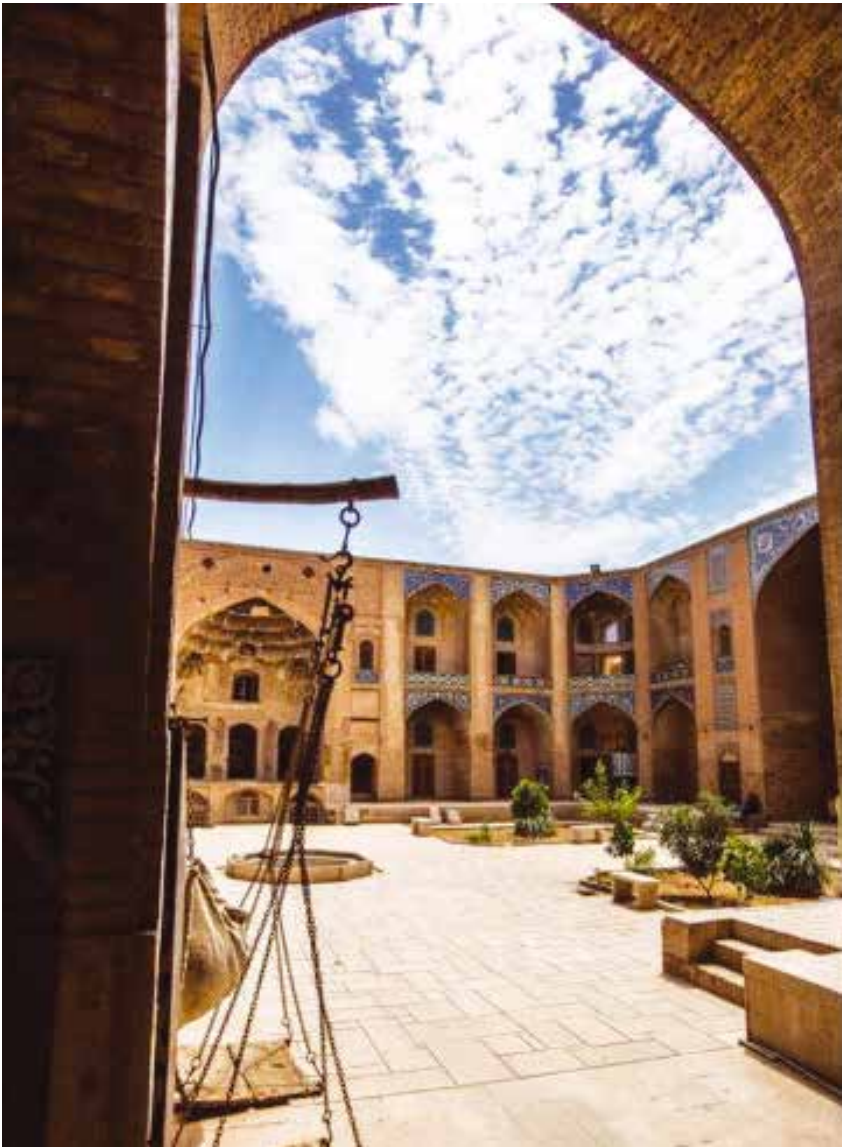


همجواری استان کرمان با استان های فارس، یزد و سیستان و بلوچستان، موجب اهمیت بالای محورهای ارتباطی استان شده و محورهای مهمی، پیونددهنده اتصال استان با شهرهای مهمی مانند شیراز و یزد است. این محورها در برنامه ریزی گردشگری استان باید مورد تأکید قرار گیرد.



دکتر حسن اروجی

عضو هیئت علمی گروه جغرافیای دانشگاه یزد



/// مقدمه: گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد و منبعی برای تبادلات بین‌المللی بین اقتصادهای مختلف دنیا (Collins; ۱۹۷۹, ۳۵۲) است. تکامل و تحول بسیاری از اقتصادهای ملی و منطقه‌ای، به گردشگری وابسته است (Soledad et al; ۲۰۱۲: ۱۳۰۱). توسعه فضاهای گردشگری، تقویت فرهنگ گردشگری در کشورها و نقاط گسترده جهان، افزایش شدید حجم و گونه‌های گردشگران و تقاضای بازار و متعاقباً توسعه روزافزون محصولات و

به‌عنوان پایه و شالوده توسعه گردشگری و به تعبیری ستون توسعه گردشگری یک مقصد است و شناخت مجموعه ارکان توسعه، به معنای ارائه برنامه ایجاد ساختمانی است که ستون‌ها، دیواره‌ها و زیربناهای آن به‌خوبی شناخته و برنامه‌ریزی شده است. بنابراین ضرورت ارائه برنامه توسعه گردشگری، شناخت ارکان توسعه و تحلیل این ارکان است و پس از آن می‌توان به تفکیک هر رکن، جزییات، مؤلفه‌ها، برنامه‌ها و اقدامات لازم را ارائه نمود. استان کرمان با داشتن مجموعه‌ای از ظرفیت‌های گردشگری طبیعی و انسانی از مقصدهای بالقوه و بالفعل گردشگری در کشور است، باین‌حال، بسیاری از ظرفیت‌های گردشگری آن در حد توان بالقوه باقی‌مانده و شکوفا نشده است. بنابراین ضرورت پرداختن به توسعه گردشگری استان وجود دارد و برای این منظور ضرورت دارد تا ابتدا ارکان توسعه گردشگری این استان، تعیین و تحلیل شود. در این مطالعه، ارکان توسعه گردشگری استان از طریق بررسی تحلیلی نظرات کارشناسان و مدیران مرتبط با گردشگری، مطالعات انجام گرفته از برخی مقصدهای گردشگری و تجارب شخصی تعیین و تحلیل شده است.

بحث و تحلیل:

ارکان توسعه گردشگری در استان کرمان را می‌توان در بخش‌های مختلف تفکیک کرد، اما در مجموع مطالعات انجام شده، پنج رکن اصلی توسعه گردشگری استان کرمان را می‌توان به شرح زیر تحلیل کرد:

۱- توسعه زیرساخت‌ها و خدمات:

یکی از دلایل عدم توسعه گردشگری در کل کشور، ضعف و کمبود در زمینه زیرساخت‌ها و خدمات برای فعالیت‌های گردشگری است. در صورت ناکارآمدی و کمبود در حوزه زیرساخت و خدمات، حتی وجود محصولات گردشگری برندسازی شده و باکیفیت نیز نمی‌تواند عاملی برای توسعه گردشگری باشد. بهبود مسیرهای دسترسی به جاذبه‌های گردشگری از طریق جاده‌ها، خطوط ریلی و هوایی، هتل‌ها، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و

رستوران‌ها برای افزایش رفاه گردشگران و پروژه‌های بزرگ مانند خط راه‌آهن کرمان- یزد و توسعه فرودگاه کرمان برای تسهیل سفر، از ظرفیت‌های زیرساختی و خدماتی استان کرمان است که باید مورد توجه و به‌روزرسانی قرار گیرد.

همجواری استان کرمان با استان‌های فارس، یزد و سیستان و بلوچستان، موجب اهمیت بالای محورهای ارتباطی استان شده و محورهای مهمی، پیونددهنده اتصال استان با شهرهای مهمی مانند شیراز و یزد است. این محورها در برنامه‌ریزی گردشگری استان باید مورد تأکید قرار گیرد. در حوزه زیرساخت‌های اقامتی، ساخت هتل‌های جدید در کنار اقامتگاه‌های بوم‌گردی موجود باید مورد تأکید قرار گیرد. در این میان، توجه به موضوع توسعه فرودگاه در استان نیز از منظر جذب گردشگر خارجی بسیار حائز اهمیت است.

سرعت پایین حمل‌ونقل ریلی، ضعف در برخی محورهای ارتباطی، کمبود منابع مالی، چالش‌های مدیریتی مانند موازی‌کاری دستگاه‌ها و طولانی بودن فرآیند صدور مجوزها و غیره از چالش‌های مهم زیرساختی استان به شمار می‌رود.

۲- برندسازی گردشگری استان:

برند به‌صورت کلی، نام، نماد، لوگو، کلمه یا سایر اشکال گرافیکی و مجموعه ارزش‌ها و دارایی ملموس و غیرملموس است که یک مقصد گردشگری را شناسایی و متمایز می‌کند. برندسازی مقصدهای گردشگری، فرایندی است که برای بهبود و ارتقای هویت و شخصیت مقصد استفاده می‌شود و آن را از تمامی مقصدهایی که در حال رقابت با آن مقصد هستند، متمایز می‌کند. برندسازی در ایران چندان مورد توجه قرار نگرفته است. با توجه به ارزش‌های گردشگری استان کرمان و ضرورت استفاده از ظرفیت‌های گردشگری در عین تأکید بر حفظ آن، برندسازی گردشگری استان حائز اهمیت است. برندسازی گردشگری استان کرمان علاوه بر متمایز ساختن آن از مکان‌های مشابه و رقیب،

موجب ارتقای جایگاه و موقعیت آن در سیستم گردشگری ملی و حتی بین‌المللی شده و این مسئله علاوه بر افزایش گردشگران بازدیدکنندگان از این استان و کمک به رونق اقتصادی، ارزش‌های برتر گردشگری از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی برای جامعه گردشگری برجسته‌سازی می‌شود و این کار از یک‌طرف گردشگران را به‌صورت خودکار ملزم به توجه به ظرفیت‌های گردشگری و حفظ منابع آن کرده و از طرفی، دولت را به افزایش توجه و رسیدگی به آن ترغیب می‌نماید.

استان کرمان ظرفیت‌های گردشگری زیادی برای برندسازی دارد، درحالی‌که بخشی از این ظرفیت‌ها حتی برای مردم خود استان نیز شناخته شده نیست. برای نمونه می‌توان به منطقه تپه‌های ماسه‌ای داوران شهرستان رفسنجان اشاره کرد که از نظر ژئوتوریستی بسیار جذاب بوده، اما هیچ شناختی از این منطقه نیست و ضرورت دارد تا برندسازی برای این‌گونه مناطق انجام شود. همچنین دره راگه رفسنجان، مناطق گردشگری معدنی و صنعتی کرمان و سیرجان و غیره می‌تواند گزینه مطلوبی باشد.

یکی از ویژگی‌های مهم برندسازی این است که برندها دارای ویژگی‌های انسانی باشند، یعنی یک برند بتواند احساسات انسانی مانند حس غرور و افتخار، حس قهرمانی، عشق، شادی، غم و غیره در گردشگران ایجاد نماید؛ مثلاً برند گردشگری استان کرمان باید بتواند این احساسات را در گردشگران داخلی و خارجی ایجاد نماید. داستان برند نیز از مهم‌ترین بخش‌های برندسازی است. داستان برند، یک متن چندخطی کوتاه یا بلند است که در قالب یک قصه، ارزش‌های اصلی یک برند را به گوش گردشگر می‌رساند و گردشگر با خواندن آن داستان پی به ارزش برند می‌برد.

نتایج و دستاوردهای برندسازی گردشگری برای راهنمایان تور، آژانس‌های مسافرتی و سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری در بخش اقامتی، تفریحی و حمل‌ونقل قابل‌توجه



کرمان به دلیل پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی، می تواند میزبان رویدادهای منحصر به فردی باشد. جشن سده، جشنواره گل محمدی و گلاب گیری لاله زار، جشن پسته، مراسم تعزیه و آیین های محرم، برگزاری تورهای ویژه در ارگ بم، نمایشگاه های صنایع دستی مانند قالی کرمان، پته دوزی و مس سازی، جشنواره های اکوتوریستی مانند کویرنوردی در شهداد، کوهنوردی در کوه های جویار با برگزاری مسابقات و تورهای ویژه و غیره، از مهم ترین ظرفیت های گردشگری رویداد در استان کرمان است که در صورت فراهم بودن سایر ارکان، می تواند زمینه ساز توسعه گردشگری در استان باشد.

است. در سطح کلان نیز برندسازی می تواند باعث تحقق بخشی از اهداف تعیین شده در سند راهبردی توسعه گردشگری کشور (تدوین در سال ۱۴۰۰) باشد. در بیانیه مأموریت این سند، به حفظ و تقویت عرضه های فرهنگی و گردشگری، ارتقای آگاهی و تقویت رقابت پذیری کشور و ارتقای کیفیت تجربه تأکید شده است. همچنین در بخش ارزش های این سند به صیانت از ارزش های ایرانی- اسلامی و حفظ ارزش های فرهنگی و طبیعی اشاره شده است و برندسازی گردشگری استان به سهم خود می تواند محقق کننده این ارزش ها و اهداف باشد. افزایش قدرت رقابت پذیری گردشگری استان در مقیاس منطقه ای در مجاورت شهرهای گردشگری مانند اصفهان و شیراز و یزد نیز از دیگر مزایای برندسازی گردشگری است.

۳- گونه شناسی گردشگری و تمرکز بر محصولات گردشگری خاص:

در جهان امروز با توجه به تخصصی شدن علوم و گردشگری از یک طرف و گسترش بازار و تنوع برجسته آن از طرف دیگر، باعث شده تا متصدیان و فعالان گردشگری به جای برنامه ریزی بر روی مجموعه ای از گونه ها و محصولات گردشگری، بر چند محصول و گونه خاص از گردشگری متمرکز شوند و با استفاده بهینه از این محصولات بیشترین بهره برداری از آن را داشته باشند. یکی از ارکان توسعه گردشگری در استان کرمان نیز شناسایی گونه های گردشگری مستعد و خاص و متناسب با بازار است. استان کرمان با توجه به تنوع فرهنگی، تاریخی و صنعتی خود، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری رویداد محور و گردشگری صنعتی دارد. این بخش از گردشگری می تواند به جذب

گردشگران داخلی و خارجی، ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی منجر شود. گردشگری رویداد محور بر اساس برگزاری رویدادهای خاص مانند جشنواره ها، نمایشگاه ها، مسابقات و مراسم سنتی شکل می گیرد. کرمان به دلیل پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی، می تواند میزبان رویدادهای منحصر به فردی باشد. جشن سده، جشنواره گل محمدی و گلاب گیری لاله زار، جشن پسته، مراسم تعزیه و آیین های محرم، برگزاری تورهای ویژه در ارگ بم، نمایشگاه های صنایع دستی مانند قالی کرمان، پته دوزی و مس سازی، جشنواره های اکوتوریستی مانند کویرنوردی در شهداد، کوهنوردی در کوه های جویار با برگزاری مسابقات و تورهای ویژه و غیره، از مهم ترین ظرفیت های گردشگری رویداد در استان کرمان است که در صورت فراهم بودن سایر ارکان، می تواند زمینه ساز توسعه گردشگری در استان باشد.

در کنار گردشگری رویداد، گردشگری صنایع و معادن نیز باید مورد توجه قرار گیرد. وجود معادن و صنایع مختلف در استان، زمینه مناسبی برای رشد این نوع گردشگری را فراهم می کند. مجتمع معدنی گل گهر سیرجان یکی از بزرگ ترین معادن سنگ آهن خاورمیانه که می تواند برای بازدهی های تخصصی مورد استفاده قرار گیرد. مجتمع مس سرچشمه و صنایع پتروشیمی و گازی از ظرفیت های گردشگری در بخش معادن استان است. صنایع تبدیلی و تکمیلی که در بخش فراوری محصولات کشاورزی فعال هستند، ظرفیت مناسبی برای گردشگری می باشند. کارخانه های فرآوری پسته که می تواند به عنوان مقاصد گردشگری صنعتی معرفی شوند و کارخانه های تولید فرش و

صنایع دستی مانند کارگاه های پته دوزی و مس گری کرمان از نمونه این ظرفیت ها به شمار می روند. بخش دیگری از توان های استان در گردشگری صنعتی مربوط به تورهای صنعتی است. همکاری با دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی برای برگزاری تورهای دانشجویی و تخصصی در حوزه معدن و صنایع و ایجاد موزه های صنعتی مانند موزه معدن یا موزه پسته در رفسنجان می تواند در این بخش مؤثر باشد.

توسعه گردشگری رویداد و صنعتی می تواند در آینده ای نه چندان دور باعث افزایش درآمد پایدار از طریق جذب گردشگران داخلی و خارجی، ایجاد اشتغال در بخش های مختلف مانند راهنمایان تور، هتل داری و صنایع دستی، معرفی ظرفیت های ناشناخته کرمان به گردشگران و تقویت برند گردشگری کرمان در سطح ملی و بین المللی گردد.

۴- شیوه ها و تکنیک های بازاریابی گردشگری:

بازاریابی و معرفی جاذبه های گردشگری یکی از ارکان کلیدی توسعه صنعت گردشگری در استان کرمان است. این استان دارای آثار متعدد ثبت جهانی مانند ارگ بم، باغ شاهزاده ماهان و دشت لوت و صدها اثر ملی، ظرفیت بی نظیری برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. با این حال بسیاری از این جاذبه ها به درستی معرفی نشده اند و نیازمند راهبردهای تبلیغاتی هوشمندانه هستند. تبلیغات مؤثر می تواند تصویر نادرست از کرمان به عنوان یک منطقه کم آب و خشک را تغییر دهد و تنوع اقلیمی آن را به نمایش بگذارد.

روش ها و شیوه های مختلفی برای بازاریابی گردشگری استان می توان مدنظر دانست. استفاده از شبکه های اجتماعی و فناوری

دیجیتال یکی از این روش ها است. ایجاد کمپین های تبلیغاتی در شبکه های اجتماعی اینترنتی، به کارگیری تولید محتواهای جذاب و کوتاه از محصولات گردشگری استان مثل ویدیوهای ۶۰ ثانیه ای از ارگ بم یا کلوتهای شهداد در این زمینه مؤثر است. اساساً تمرکز بر تولید محتوا در حوزه بازاریابی بسیار حیاتی است. ویژگی های فکری و شخصیتی تولیدکنندگان محتوا حائز اهمیت است؛ چرا که فردی که در حال تولید محتوا است، نقش مهمی در نهادهای سازی و جذب محتوا در ذهن گردشگران دارد، بنابراین در انتخاب تولیدکنندگان محتوا باید بسیار دقت نمود. در حوزه تولید محتوا، بازاریابی محتوا بسیار حائز اهمیت است. بازاریابی به معنای پیوند گردشگران با محصول از طریق تغییر ذهنیت و دیدگاه های گردشگران نسبت به یک موضوعی از طریق تولید مستمر محتوا است. بنابراین در تولید محتوا باید اصول بازاریابی رعایت شود؛ برای مثال تولید محتوا باید روی موضوعات حساس متمرکز شده و باید در طول زمان و به صورت مستمر و منظم انجام شود. توجه کنید که هدف بازاریابی محتوا، تغییر بنیادین ذهنیت گردشگران نسبت به استان است.

در حوزه بازاریابی ضرورت دارد بر بازاریابی نسل پنجم تمرکز بیشتری ایجاد شود. این بازاریابی بر کلان داده ها، فناوری های هوشمند، ربات ها و هوش مصنوعی، بازاریابی تخصصی و چابک و بازاریابی زمینه ای و داده محور تأکید دارد و دارای اصول و ضوابط متعددی است که ضرورت دارد در فرایند توسعه گردشگری مورد توجه قرار گیرد. به کارگیری فناوری های نوین مانند چت بات های راهنمای سفر یا تورهای مجازی برای جذب گردشگران بین المللی و غیره نمونه ای از این روش ها در بازاریابی است. شرکت در نمایشگاه های گردشگری مانند ITB Berlin یا MATKA Helsinki برای معرفی کرمان به عنوان مقصدی جهانی و برگزاری رویدادهای ویژه مانند «نمایشگاه راه ادویه» یا «رالی کویر لوت» برای جذب گردشگران ماجراجو در حوزه برگزاری رویداد می تواند ابزار مناسبی برای تبلیغات باشد.

تاکتیکون پروژه های موفق در حوزه بازاریابی و تبلیغات گردشگری در استان کرمان انجام شده است؛ برای نمونه باید به همکاری با خطوط هوایی و ارائه تخفیف ۵۰ درصدی برای پروازهای داخلی به کرمان در ایام نوروز اشاره کرد. با این حال بازاریابی و تبلیغات نیز به مانند دیگر حوزه ها با چالش هایی روبه رو است؛ کمبود بودجه نمونه ای از این چالش ها است به گونه ای که بسیاری از پروژه های تبلیغاتی به دلیل محدودیت مالی ناتمام می مانند. عدم شناسایی دقیق مخاطبان بین المللی (مثل گردشگران اروپایی علاقه مند به تاریخ) از دیگر چالش ها به شمار می رود. تبلیغات مؤثر برای کرمان نیازمند همکاری بین بخشی (دولت، بخش خصوصی و جامعه محلی) و استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی است. با اجرای کمپین های هدفمند، کرمان می تواند به یکی از قطب های گردشگری خاورمیانه تبدیل شود.

۵- ارتقای مشارکت ذی نفعان در گردشگری:

استان کرمان با وسعت جغرافیایی زیاد و تنوع فرهنگی چشمگیر، نیازمند هماهنگی تمامی ذینفعان برای توسعه گردشگری است. پراکندگی جاذبه های گردشگری در سطح استان، تنوع قومیتی و فرهنگی در

مناطق مختلف، نیاز به توزیع عادلانه منافع گردشگری و لزوم حفظ یکپارچگی در توسعه زیرساخت ها از مهم ترین ضروریات پرداختن به مسئله مشارکت در گردشگری استان است. برای تقویت مشارکت در گردشگری، نیاز به همکاری بین بخش های مختلف گردشگری شامل استانداری (نقش هماهنگ کننده بین سازمان های مختلف و تشکیل کارگروه)، سازمان میراث فرهنگی (آموزش دهنده گردشگری و مدیریت آثار تاریخی)، اداره کل راه و شهرسازی (برای بهبود دسترسی به جاذبه ها و زیرساخت های حمل و نقل)، جهاد کشاورزی، ارکان مختلف بخش خصوصی شامل سرمایه گذاران در پروژه های اقامتی، بازاریابی و تبلیغات و مشارکت مردم محلی و جامعه میزبان است.

در استان کرمان، نمونه های موفق از پروژه های مشارکتی در گردشگری وجود دارد. طرح حفاظت از ارگ بم نمونه ای از این مشارکتها است که مشارکت دانشگاه های بین المللی، آموزش نیروهای محلی در مرمت و ایجاد بازارچه های صنایع دستی بخشی از نتایج مشارکتی این طرح بود. همچنین در اقامتگاه های بوم گردی شهداد از سرمایه های بومی و معماری محلی استفاده شد و مردم توانستند در فرایند ساخت اقامتگاه ها



درگیر باشند. تشکیل تعاونی‌های محلی و آموزش صنایع‌دستی به زنان نیز از نتایج طرح مشارکتی پروژه گردشگری میمند بود. نکته مهم در باب مشارکت ذی‌نفعان بویژه مشارکت مردم در پروژه‌های گردشگری، مستندسازی نتایج طرح‌های قبلی و اشاره به مزایای عینی هست که دیگران پیش‌تر از آن بهره‌مند بودند. در صورتی‌که مردم از نتایج عینی و ملموس گردشگری در گذشته آگاه شوند، مطمئناً با انگیزه بیشتر و با جدیت زیادی در برنامه‌ها و طرح‌های گردشگری وارد خواهند شد.

نتیجه‌گیری:

در این مقاله، ارکان توسعه گردشگری در استان کرمان مورد بحث و تحلیل قرار گرفت. همان‌طور که مشاهده شد، ارکان توسعه گردشگری استان، حوزه‌ها و بخش‌های متعددی را در برمی‌گیرد که باید در ارتباط با هم بررسی شوند. بخشی از این ارکان مربوط به پیش‌زمینه‌های اولیه گردشگری یعنی توسعه زیرساخت و خدمات و تقویت مشارکت در گردشگری است و سپس هسته اصلی گردشگری که مرتبط با فضاها، مقصدها و محصولات است، مدنظر قرار گرفته است. در بخش ارکان توسعه گردشگری، تأکید زیادی بر برندسازی و بازاریابی گردشگری است. در کنار ضعف زیرساختی، مشکل بزرگ استان،

نداشتن یک برند مشخص برای گردشگری استان و ضعف بازاریابی است که دامنه گردشگری خارجی را نیز محدود کرده است. بنابراین تمرکز در این دو بخش باید بیشتر انجام شود. نکته مهم دیگر اینکه آنچه به‌عنوان ارکان توسعه گردشگری مطرح شد از ترکیب ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل گردشگری کل استان ارائه شده است، درحالی‌که استان وسیع کرمان دارای مقصدهای مختلف گردشگری است که هر کدام ممکن است در نگاه تخصصی، دارای الزامات و نیازهای متفاوتی باشند. بنابراین لازم است ارکان توسعه برای هر شهرستان استان نیز جداگانه انجام شود. در پایان باید به بررسی شبکه‌ای و ترکیبی این ارکان تأکید کرد. اولویت‌بندی و تقدم و تأخر هر کدام از ارکان توسعه، فاقد منطق می‌باشد، چرا که این ارکان به یکدیگر مرتبط بوده و اجرای یک رکن به اجرای رکن دیگر وابسته است و ضرورت دارد این ارکان در فرایند توسعه به صورت هم‌زمان و ترکیبی مدنظر قرار گیرد.

منابع

- جلالی، محبوبه؛ خادم‌الحسین، احمد (۱۳۹۴)، سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری در استان کرمان، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱
- جهان تیغ‌مند سمیه (۱۴۰۴)، تبیین و ارائه مدل برندسازی گردشگری در نواحی ژئوتوریستی (مطالعه



موردی: تپه‌های ماسه‌ای شهرستان رفسنجان)، کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی، شماره ۲

- ده یادگاری سعید، نوربخش فاطمه، خاطبی آیدا (۱۴۰۱)، عوامل مؤثر بر قصد دیدار گردشگران از جاذبه‌های گردشگری استان کرمان با تأکید بر تبلیغات الکترونیکی؛ فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال یازدهم، شماره سوم
- علی‌اکبری اسماعیل، مرصوصی نفیسه، جلال‌آبادی لیلا (۱۳۹۹)، تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی؛ فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال پانزدهم، شماره ۵۰
- کمانداری محسن، چهارراهی مسعود، قربانپور حشمت (۱۳۹۹)، پتانسیل‌های اکوتوریسم استان کرمان زمینه برای توسعه گردشگری آینده؛ جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۹، دوره ۳، شماره ۲
- کریم پور ریحان مجید، شریف جاهد شهرزاد؛ (۱۳۹۶)، مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار گردشگری استان کرمان با تأکید بر گردشگری کویر شه‌داد؛ جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۷، شماره ۴
- کمالی یحیی (۱۴۰۱)، شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری پایدار در استان کرمان؛ فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال یازدهم، شماره دوم
- هاشمی سید مصطفی، کریمی پاشاکی سجاد، خلیفه ابراهیم، (۱۳۹۸)، اولویت‌بندی توان توسعه گردشگری در مناطق کویری و بیابانی مطالعه موردی: استان کرمان؛ فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۲
- ناصری، سینا (۱۳۹۹)، منظر بومی کرمان با تأکید بر منظر روستایی به عنوان میراثی در خطر؛ مجله گردشگری فرهنگ، دوره ۱، شماره ۳

- Collins-Kreiner, N. (2010). "Researching pilgrimage: continuity and transformation". *Annals of tourism research*, 37 (2): 440-456
- Soledad Otero, G. Alvarez-Diaz, M. & Gonzalez-Gomez, M. (2012). "Estimating the long-run effects of socioeconomic and meteorological factors on the domestic tourism demand for Galicia (Spain)". *Tourism Management*, 33, 1301-1308

| یادداشت

راهبردهای توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری استان کرمان



فرض را بر این می‌گذاریم که زیرساخت‌ها و نیروی انسانی آماده‌اند. حال پرسش این است که چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان را توسعه داد و چه راهبردهایی برای این کار مناسب هستند؟



دکتر علیرضا شکیبایی

عضو هیئت‌علمی گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان



است، موضوعی که نیازمند بررسی دقیق و جدی است. دیگر کشورهای خاورمیانه از جمله ترکیه، قطر، امارات و عربستان سعودی با سرمایه‌گذاری‌های مناسب توانسته‌اند جایگاه خود را در صنعت گردشگری جهانی ارتقا دهند. ایران و بویژه استان کرمان با وجود ظرفیت‌های فراوان در حوزه‌های طبیعی، اقلیمی، تاریخی، مذهبی و فرهنگی هنوز نتوانسته‌اند بهره‌برداری مؤثری از این منابع داشته باشند. واقعیت این است که ما باید بین منابع گردشگری و صنعت

/// صنعت گردشگری در سطح جهانی سهم قابل‌توجهی از اقتصاد را به خود اختصاص داده و حدود ۱۱ درصد از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را شامل می‌شود. در این میان، کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی با تمرکز و سرمایه‌گذاری هدفمند، نزدیک به ۸۰ درصد درآمد و اشتغال در این صنعت را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل، سهم خاورمیانه کمتر از ۳ درصد است و ایران نیز کمتر از ۰/۶ درصد از سهم جهانی صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده است. استان کرمان نیز حتی از این میانگین ملی هم عقب‌تر



واقعیت این است که ما باید بین منابع گردشگری و صنعت گردشگری تفاوت قائل شویم، لزوماً داشتن منابع گردشگری به معنای توسعه صنعت گردشگری نیست. برای رسیدن به صنعت گردشگری پویا، نیازمند هماهنگی بین زیرساخت‌ها، نیروی انسانی متخصص، دانش مدیریتی و اقتصادی و سرمایه‌گذاری هدفمند هستیم. توسعه این صنعت تنها با نگاه تک‌بعدی به زیرساخت‌ها امکان‌پذیر نیست، بلکه باید هم‌زمان نیروی انسانی و سرمایه نیز در مسیر درستی هدایت شوند.

گردشگری تفاوت قائل شویم، لزوماً داشتن منابع گردشگری به معنای توسعه صنعت گردشگری نیست. برای رسیدن به صنعت گردشگری پویا، نیازمند هماهنگی بین زیرساخت‌ها، نیروی انسانی متخصص، دانش مدیریتی و اقتصادی و سرمایه‌گذاری هدفمند هستیم. توسعه این صنعت تنها با نگاه تک‌بعدی به زیرساخت‌ها امکان‌پذیر نیست، بلکه باید هم‌زمان نیروی انسانی و سرمایه نیز در مسیر درستی هدایت شوند. در این یادداشت، تمرکز بر راهبردهای سرمایه‌گذاری است. فرض را بر این می‌گذاریم که زیرساخت‌ها و نیروی انسانی آماده‌اند. حال پرسش این است که چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان را توسعه داد و چه راهبردهایی برای این کار مناسب هستند؟

بدیهی است که پاسخ دقیق به این سؤال، نیازمند پژوهش‌های میدانی و مطالعات راهبردی است. ابزارهایی مانند تحلیل SWOT یا درخت‌های تصمیم‌گیری می‌توانند



ما را در شناخت دقیق نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان یاری کنند. بر این اساس می‌توان راهبردهایی را تدوین کرد که پایه علمی و اجرایی داشته باشند و نیاز به یک پژوهش جامع و کاربردی دارد که جای آن در استان کرمان خالی است. استان کرمان با داشتن منابع غنی به‌عنوان نقطه قوت و همچنین زیرساخت‌ها، زیربنای اقامتی، حمل‌ونقل و با وجود اقامتگاه‌های متعدد نتوانسته سرمایه‌گذاری را به خود جذب کند؛ لذا با مشکلاتی در زمینه سرمایه‌گذاری روبه‌رو است؛ از جمله کمبود سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، انجام سرمایه‌گذاری خارج از زنجیره ارزش گردشگری که باعث هدررفت سرمایه‌گذاری می‌شود، ناکارآمدی و مدیریت نامناسب واحدهای خدمات گردشگری که از بهره‌وری پایین برخوردارند و نمی‌توانند درآمد و انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری مجدد در حوزه گردشگری ایجاد کنند.

برای این منظور راهبردهای پیشنهادی برای

توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری استان کرمان به شرح زیر ارائه می‌شود:

* لازم است زنجیره ارزش صنعت گردشگری استان کرمان به‌طور دقیق بررسی شود تا بخش‌هایی که ناقص یا ضعیف هستند مشخص و با هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، این زنجیره کامل شود،

* استفاده از مدل‌های جدید تأمین مالی (مانند سرمایه‌گذاری جمعی، مشارکت عمومی-خصوصی، صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه و ...) می‌تواند جایگزین تأمین مالی سنتی و بانک‌محور شود که معمولاً

پرهزینه، زمان‌بر و ناکارآمد است، * تشکیل صندوق‌های حمایت مالی خصوصی که توسط فعالان گردشگری اداره شوند، می‌تواند به تأمین منابع مالی پایدار و کم‌هزینه برای پروژه‌های گردشگری کمک

کند، * تنوع‌بخشی به حوزه گردشگری؛ گردشگری فقط تفریحی یا زیارتی نیست. انواع مختلفی از گردشگری وجود دارند که می‌توانند فرصت‌های متنوعی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کنند،

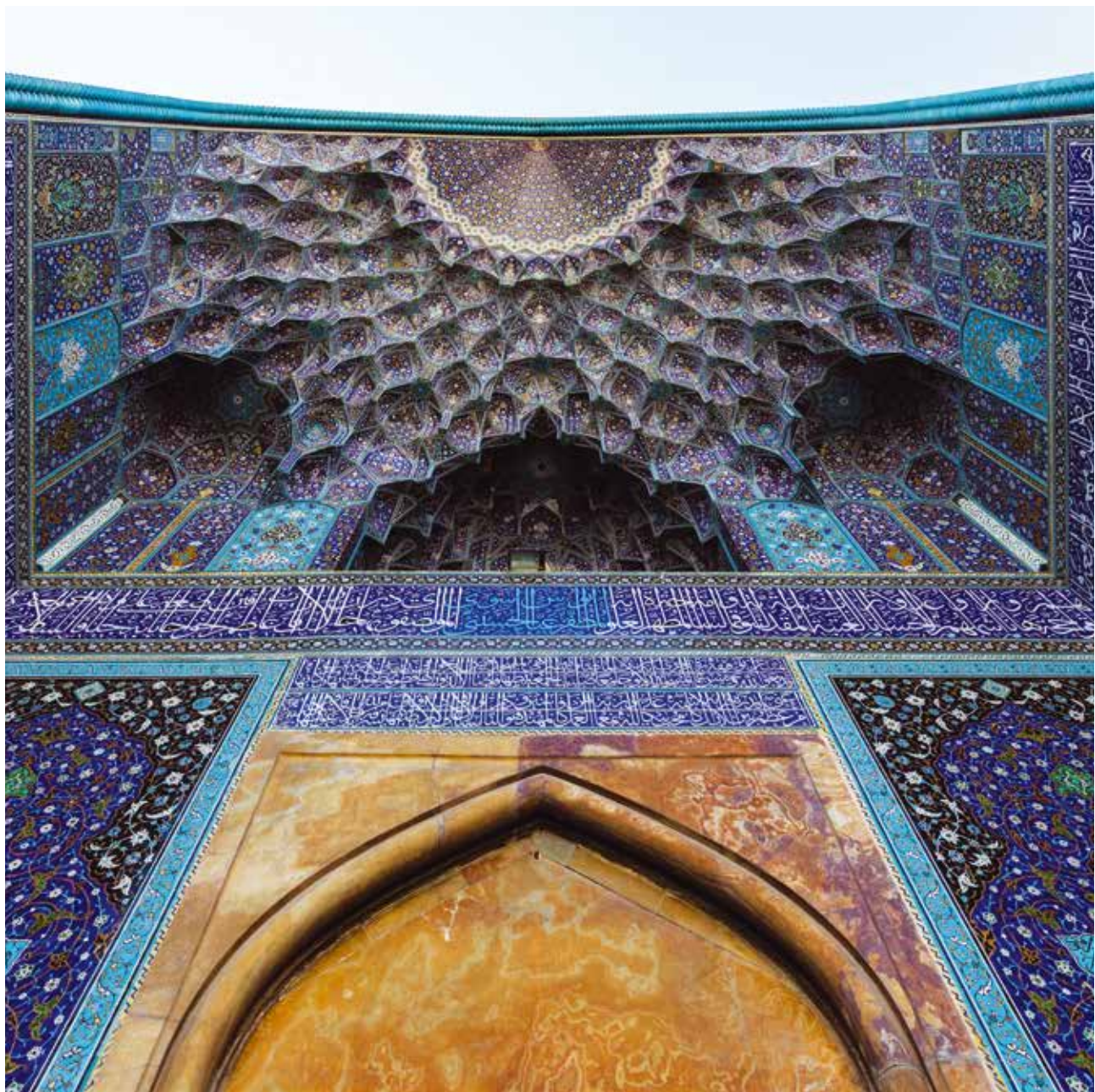
* معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان در سطح بین‌المللی نیازمند استفاده از روش‌های نوین بازاریابی دیجیتال، برندینگ مقصد و رسانه‌های تخصصی است. در حال حاضر، ضعف در این حوزه باعث شده ظرفیت‌های استان به‌خوبی دیده نشوند.

در پایان باید گفت که این پیشنهادها در سطح کلی ارائه شده‌اند و اجرای آن‌ها نیازمند پژوهش‌های تکمیلی، بررسی‌های میدانی و برنامه‌ریزی اجرایی است. با توجه به ظرفیت‌های موجود، امیدواریم این مسیر با جدیت بیشتری در استان کرمان دنبال شود. **III**



در فصل «بوم» به روایت **جامعه** می‌پردازیم، جایی که اقتصاد در بستر آن شکل می‌گیرد.

بوم





با چالشی که با دنیای جدید در جامعه ایرانی پیدا شده، پیوند سنتی و تاریخی این جامعه با مباحث روز به هم خورده و تأثیر این چالش در حوزه‌های متفاوت سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و زندگی تصمیم‌گیری، قانون‌گذاری، سبک زندگی فردی و اجتماعی، عرصه‌های خصوصی و عمومی و حتی تعریف ملت و نوع دولت زیاد بوده و باعث دوگانه‌هایی چون «ملت و امت»، «اسلام و ایران»، «اسلام و غرب»، «دولت و ملت» و غیره شده است.



دکتر عبدالرحمن حسنی فر

دانشیار تاریخ سیاسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

| مقاله |

طرح اندیشه ایران تاریخی به عنوان مهم‌ترین مسئله امروز جامعه ایرانی

/// مقدمه

مسائل امروز جامعه ایرانی در حوزه‌های متفاوت، زیاد و متنوع است که این البته به نظر از الزامات شرایط و وضعیت گذار یا تعلیق است؛ هر کدام از مسائل امروز جامعه در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی و اجتماعی می‌تواند به‌صورت تفصیلی از منظرهای «بنیادی و ریشه‌ای»، «توسعه‌ای و راهبردی» و «کاربردی و راهکاری» موردبررسی و پردازش از نظر نوع نیازی که مترتب بر آن‌ها



است، قرار بگیرند؛ اما در این یادداشت، چون مجال پرداخت به همه مسائل متفاوت وجود ندارد به موضوعی پرداخته می‌شود که شاید بتوان از آن به‌عنوان یک موضوع ریشه‌ای، بنیادی و محوری یاد کرد که توجه درست و جامع به آن می‌تواند در نوع نگاه به دیگر مسائل نیز تأثیرگذار باشد، بویژه اینکه این موضوع محوری و کانونی با تاریخ جامعه ایرانی پیوند دارد و طبعاً جنبه‌های مثبت و ایجابی تاریخ در شکل‌گیری آن تأثیرگذار بوده است و آن تبلور «مسئله ایران» در موضوع «اندیشه ایران» است. شاید بتوان ادعا کرد که مسئله ایران از اهمیت همه جانبه (بنیادی، راهبردی و کارکردی) برخوردار است؛ و آن، پایه همه مسائل است.

شایان ذکر است که از جمله موضوعات مرتبط با مسئله ایران که ریشه در تاریخ نیز دارد و باعث بحث‌ها و چالش‌های مهمی در جامعه ایرانی شده، موضوع هویت فرهنگی و هویت ملی است.

بنابراین «مسئله ایران»، موضوعی مهم و ضروری در جامعه امروز ایرانی است که ریشه در تاریخ این جامعه هم دارد؛ اما سؤال این است که «مسئله ایران» یعنی چه؟ و اصلاً چرا موضوع ایران تبدیل به یک مسئله شده و حتی از آن به‌عنوان مسئله‌ای محوری و کانونی نیز یاد می‌شود.

به‌عبارت‌دیگر اینکه ایرانی کیست و ایران چه هست و چه محتوایی دارد، برای امروز ایرانیان تبدیل به مسئله‌ای مهم شده است؛ چرا؟ زیرا اکثر مسائل دیگر نیز به‌نوعی (مستقیم یا غیرمستقیم) به آن ارتباط پیدا می‌کند. در یک تعبیر که به این مسئله مربوط است و امری ریشه‌ای نیز محسوب می‌شود، با چالشی که با دنیای جدید در جامعه ایرانی پیدا شده، پیوند سنتی و تاریخی این جامعه با مباحث روز به هم خورده و تأثیر این چالش در حوزه‌های متفاوت سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری، قانون‌گذاری، سبک زندگی فردی و اجتماعی، عرصه‌های خصوصی و عمومی و حتی تعریف ملت و نوع دولت زیاد بوده و باعث دوگانه‌هایی چون «ملت

و امت»، «اسلام و ایران»، «اسلام و غرب»، «دولت و ملت» و غیره شده است.

بنابراین اینکه ایران و ایرانی چگونه و با چه محتوایی تعریف شود، امروزه به‌عنوان یک مسئله مهم قابل‌طرح و مورد توجه است. به نظر می‌آید تعریف درست و جامع از ایران و ایرانی می‌تواند برخی از چالش‌های مهم را در جامعه امروز برطرف کند.

مدعا این است که بخش مهمی از چیستی و کیستی ایران و ایرانی به محتوایی به اسم «اندیشه و تاریخ ایران»، ارتباط دارد؛ این اندیشه دارای مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی است که ریشه در تاریخ جامعه ایرانی دارد. با رجوع درست به این تاریخ، می‌توان داده‌ها و اطلاعات مناسب برای تکمیل این دیدگاه پیدا کرد و همچنین با نگاهی به چالش‌های روز و احتمالاً آینده، راهی برای برون‌رفت از معضلات پیدا کرد؛ چراکه تاریخ سترگ این جامعه که فراز و نشیب‌های زیادی بر آن رفته، دال بر وجود یک توانایی و ظرفیت منحصربه‌فرد دارد که لازم است این توانایی و ظرفیت در وهله اول به نحو درست شناخته شود و در وهله بعد در مسیر مناسب به خدمت گرفته شود. پس سؤال این است که مؤلفه‌ها و شاخص‌های جامعه ایران با عطف توجه به تاریخ آن برای پرداختن به مسئله ایران و در ارتباط با هویت و فرهنگ چه می‌باشد تا به‌واسطه آن بتوان «اندیشه ایران» را شناخت و از این منظر، اندیشه و ایده ایران یک مسئله مهم محسوب می‌شود. چرایی، محتوا و نتایجی که مترتب بر آن است، ابعاد این مسئله مهم به‌حساب می‌آیند.

از آنجا که قرار است به این مسئله از بستر تاریخ نگاه شود، لازم است عبارت‌هایی در مورد اهمیت تاریخ برای فهم بهتر امروز جامعه ایران آورده شود.

اهمیت تاریخ برای فهم امروز جامعه ایرانی

در یک منبع آمده که «رجوع به تاریخ و یاد گذشته یک تقنین نیست، بلکه ضرورتی است که بدون آن، تاریخ دوام نمی‌یابد. در زمانی که کارها دشوار و راه‌ها پرآشوب می‌شود، باید در

میان پریشانی‌ها و آشفتگی‌ها، راهی جست یا گشود، تاریخ است که به دادمان می‌رسد و یاد گذشته نوری به آینده می‌افکند»(داوری اردکانی، مقاله اندیشه و تمدن ایران شهری). همچنین در منبعی دیگر آمده «تاریخ برای ما خاطره‌ای است که نه‌تنها آن را به یاد داریم و می‌شناسیم، بلکه سرچشمه زندگی ماست؛ پایه‌ای است که بر آن قرار داریم» و «تصویری که از تاریخ به دست می‌آوریم، عاملی می‌شود برای روشن ساختن چگونگی خواستن ما»(یاسپرس، ۱۳۷۳: ۳۰۹)؛ چرا که اهمیت تاریخ به این است که زندگی در لحظه کنونی بی خاطره گذشته و بی آینده تهی است «زمان حال تنها در پیوند با گذشته و آینده در پیوند با خاطره و اندیشه آرمانی که برای آن زندگی می‌کنیم، ژرفا می‌یابد».

(یاسپرس، ۱۳۷۳: ۳۶۱).

در اهمیت تاریخ می‌توان به این شعر مولانا نیز استناد کرد که می‌گوید:

«گر به خاری خسته‌ای خود کشته‌ای

ور حریر و قز دری خود رشته‌ای»

(مثنوی، دفتر سوم، بخش ۱۶۶ بین ۱۶)

یعنی اگر به چیزی زشت و بی‌کیفیت دچار خستگی هستی، خودت دلیل آن هستی و اگر در جایی شکوهمند و زیبا قرار داری، باز هم خودت آن را ساخته‌ای.

بر اساس نظرات ذکر شده، گذشته و تاریخ

بر وضع امروز فردی و اجتماعی تأثیرگذار است؛ بنابراین باید این تاریخ، شناخته شود تا از نقاط قوت آن برای امروز استفاده کرد و نقاط ضعف را برطرف کرد و از ظهور مجدد آن‌ها جلوگیری کرد.

در مجموع باید مطرح کرد که داشتن تاریخ، آن‌هم طولانی و گسترده، حتماً منشأ و سرچشمه دستاوردهای همیشگی و پایدار است؛ تاریخ یک سرمایه بی‌بدیل برای خودنمایی و عرضه و ابراز وجود و حتی باعث استمرار بودن یک جامعه به‌صورت کیفی است. در معرکه تاریخ، حتماً به مقدار زیاد، اتفاقات گوناگونی روی می‌دهد که به‌گونه‌ای تمام ظرفیت‌های مثبت و منفی هر جامعه در آن نمایان می‌شود.

اما مسئله این است که درست است که تاریخ هر جامعه‌ای تبلور عینی آن به‌حساب می‌آید و کمترین دستاورد آن «تجربه» است؛ تجربه‌ای که می‌تواند با انباشت و تأملات مربوط به آن برای جامعه اثرات و فایده‌های فراوان داشته باشد، اما از آنجا که «تاریخ» جزیی از «میراث» جامعه به‌حساب می‌آید تا زمانی که نتواند تبدیل به «هویت» شود و جزیی از «شخصیت» جامعه شود، سود فایده‌ای در بر نخواهد داشت. به‌عبارت‌دیگر، تاریخ هر جامعه‌ای اگر به پژوهش و کتابت هم در بیاید ولی نتواند جزیی از «هویت»

و «شخصیت» آن جامعه شود، نمی‌تواند تأثیرگذار باشد. این حالت در بهترین وضعیتش میراث آن جامعه است و «میراث»، جنبه «انفعالی» دارد، اما سؤال این است که چگونه می‌توان تاریخ را جزو هویت جامعه کرد؟

هویت اجتماعی، امری بالفعل و فعال است و یک راه برای اینکه آن تحقق یابد، «عمومی کردن» دانش و اطلاعات و محتواهای تاریخی است.

به نظر می‌آید در گذشته، دانش و آگاهی، امری عمومی به حساب می‌آمده است و تفاوت فاحشی بین حکمت و خرد با فهم عامه وجود نداشته است یا به‌عبارت‌دیگر، چون از مجرای سنت شفاهی حکمت اسطوره‌ای، تاریخی، عرفی و عقل عمومی گسترانیده می‌شده، هویت به‌سرعت شکل می‌گرفته است؛ اما امروزه این‌گونه نیست. در این مقاله، تلاش می‌شود با ذکر جنبه‌های هویت‌بخش تاریخ ایران به بالفعل کردن آن کمک شود.

ایران تاریخی به‌مثابه یک اندیشه

ایران دارای یک تاریخ مفصل و طولانی است؛ تاریخی که در آن از اسطوره‌ها و افسانه‌ها تا واقعیت‌های ریز و درشت عینی زیادی وجود دارد. تاریخ چند هزارساله‌ای که حتی متفکری چون هگل از منظر تأسیسی و پیش‌قراول بودن آن، اهمیت خاصی می‌دهد. به قول زرین‌کوب «دنیایی که با بیانیه کورش بزرگ تولد یافت در عین آنکه البته نمی‌توانست با آن همواره هماهنگ بماند و ناچار که گاه به اقتضای احوال از آن انحراف می‌جست به‌کلی با دنیای بی‌رحم، خشن و تنگ حوصله‌ی امپراتوری‌های قدیم شرق، تفاوت داشت. بر خلاف آشور و بابل که شهرهای دشمن را با تمام مردم و معابدشان عرضه هلاک و فنا می‌کردند، فرمانروایی هخامنشیان حتی در سخت‌ترین انقلاب‌ها، اقوام و ملت‌ها را طعمه خشم بی‌لگام نساخت. در تمام این دوره نه تمدنی به دست شاهنشاهان ایران از بین رفت نه قوم و ملتی، نابود شد.

این نکته نشان می‌دهد که دغدغه تاریخ نویسان اروپا درباره خطری که در برخورد سالامیس و ماراتن، آزادی و فرهنگ غرب را تهدید می‌کرده است، با سابقه تاریخ ایران و با طبیعت فرمانروایی هخامنشی‌ها هیچ توافقی ندارد و جز لاف گزاف قصه‌پردازان نیست»(زرین‌کوب، ۱۳۵۰: ۴۵۰).

تاریخ ایران تاریخی است که از دوره به‌اصطلاح باستان شروع می‌شود و به دوره اسلامی و دوران معاصر و امروزی می‌رسد.

– **تاریخ باستان**: در اهمیت تاریخ باستان همین بس که برخی ادعا دارند که اندیشه افلاطون از تفکرات ایران باستان نشأت گرفته است. (زرین‌کوب، ۱۳۵۰: ۴۵۰)؛ کسی که متفکری بزرگ در تاریخ فلسفه و فکر محسوب می‌شود. پس تاریخ باستان سرچشمه‌ای و منبعی مهم برای تکمیل محتوای یک بخش از «اندیشه ایران» است و این ادعا در نظرات عبدالحسین زرین‌کوب، پژوهشگر برجسته در مقاله «آنچه ایران به جهان آموخت» به‌صراحت آمده است. سیدجواد طباطبایی نیز بخشی از «اندیشه ایران‌شهریش»، برگرفته از تفکرات دوران ایران باستان است و به این دلیل معتقد است ما یک ملت تاریخی هستیم. البته اندیشه ایران‌شهری وی در دوره ایران اسلامی هم استمرار پیدا می‌کند و برای آن تأییداتی از نظر تاریخی و فکری نیز ذکر می‌کند، ولی خود مفهوم «ایران‌شهر»، مفهومی برگرفته از اندیشه ایران باستان و دولت‌شهر «پرسپولیس» است. پس دوران ایران باستان به سهم خود دارای داشته‌های فکری و اجتماعی است که می‌تواند پشتوانه فکری مهمی برای جامعه ایرانی امروز باشد.
– **تاریخ ایران اسلامی**: تاریخی که در آن ایران به تصرف اعراب مسلمان درمی‌آید و ایرانیان

عموماً مسلمان می‌شوند و آیین خود را از زرتشت به اسلام تغییر می‌دهند. در این دوران، مردمان ایران بعد از بازیابی خود که نوعی سکوت و همراهی اعتقادی با وضعیت جدید محسوب می‌شود، شروع به نشان دادن ویژگی‌های فرهنگی و توانایی‌های خود کردند. آن‌ها در ابتدا با همکاری سپاه‌جامگان ابومسلم خراسانی، خلافت امویان را سرنگون کردند و خاندان برمک به‌عنوان وزرای خلفای عباسی، نقش‌آفرینی مهمی در حوزه دیوان‌سالاری دارند و بعداً در قالب حکومت‌های محلی در سرزمین ایران ظهور و بروز پیدا می‌کنند. حکومت‌های طاهریان، سامانیان و آل بویه، به‌نوعی ایرانی محسوب می‌شوند. زبان فارسی دری ظهور پیدا می‌کند و شاهنامه فردوسی در دوره حکومت ترکان غزنوی شکل می‌گیرد. شاهنامه یک شاهکار ادبی، تاریخی، حماسی و اسطوره‌ای است که جایگاه آن در عرصه اندیشه ایرانی، به‌تنهایی منحصربه‌فرد است. بقیه فرهیختگان و دانشمندان و عالمان ایرانی که از حکمت ایرانی و اسلامی بهره‌مند بودند در قالب شعر و نثر و کار علمی به خلق آثار فاخری در حوزه‌های متفاوت علوم و از جمله علم نحو و زبان عربی، فقه و کلام دینی، فلسفه اسلامی، حدیث و رجال پرداختند. ادبیات غنی فارسی و متون وزین حکمی و ادبی، نمود این فعالیت خرد ورزانه و فرهنگی و عمیق است.

با حمله مغولان به ایران، خواجه نصیر طوسی به‌عنوان وزیر، به تحریک هلاکوخان مغول پرداخت که خلافت عباسی را از بین ببرد و او هم بنا بر نقل تاریخ، همین کار را انجام داد و خلافت عباسی در سال ۶۵۶ بعد از پنج قرن نابود شد. سلطه مغولان

در مجموع، تاریخ ۱۴۰۰ ساله ایران اسلامی و دوران جدید، مملو از اتفاقات ریزودرشتی است که برای در نظر داشتن آن‌ها در قالب یک چارچوب فکری و اندیشه‌ای کفایت می‌کند. این تاریخ طولانی و مفصل با اتفاقات گوناگون دربرگیرنده یک اندیشه است که می‌توان آن را «اندیشه ایران» نامید. اگر اندیشه بودن آن مورد توجه باشد، قدرت فکری و تأثیرگذاری جامعه ایرانی در طول تاریخش و توان منحصربه‌فردش برای امروز برجسته می‌شود.	

نزدیک به دو قرن طول کشید که آن‌ها نیز مثل عرب‌ها و ترکان که به سرزمین ایران هجوم آورده بودند، دیگر ازاینجا نرفتند و ماندگار شدند و به‌نوعی ایرانی شدند. فرهنگ و آیین و خاک ایرانی آن‌ها را در خود هضم کرد؛ به‌عنوان مثال، سلطان محمد خدابنده اولجایتو، هشتمین سلطان از سلسله ایلخانان در اوایل قرن هشتم فردی مغولی است که هم مسلمان شد و هم اسمش را عوض کرد. با شکل‌گیری صفویان که حکومتی مذهبی و ملی بود، گرایش شیعی‌گری ایرانیان بیشتر شد و این ضرورت بیشتر به خاطر دولت عثمانی بود که اهل سنت را در برمی‌گرفت و همسایه ایران محسوب می‌شد. عثمانی، یک حکومت امپراتوری برای اهل سنت بود و در مقابل آن حکومت ملی شیعی شکل گرفت.

با ظهور دنیای مدرن و مواجهه با شرایط جدید، برگی دیگر از تاریخ ایران به‌واسطه اقبال ایرانیان به «جنبش مشروطه‌خواهی» و «تجدد» روی داد که یک نقطه مهم در تاریخ معاصر در حوزه اندیشه ایرانی و حتی یک نقطه عطف محسوب می‌شود.

در مجموع، تاریخ ۱۴۰۰ ساله ایران اسلامی و دوران جدید، مملو از اتفاقات ریزودرشتی است که برای در نظر داشتن آن‌ها در قالب یک چارچوب فکری و اندیشه‌ای کفایت می‌کند. این تاریخ طولانی و مفصل با اتفاقات گوناگون دربرگیرنده یک اندیشه است که می‌توان آن را «اندیشه ایران» نامید. اگر اندیشه بودن آن مورد توجه باشد، قدرت فکری و تأثیرگذاری جامعه ایرانی در طول تاریخش و توان منحصربه‌فردش برای امروز برجسته می‌شود؛ در این اندیشه و چارچوب فکری، شور و شعور اجتماعی جامعه مورد



«سخن گفتن درباره ایران هم آسان است، هم مشکل. آسان است، زیرا ایران خانه و وطن ماست و آن را دوست می‌داریم و با آن زندگی می‌کنیم و مشکل است، زیرا اگر از ما بپرسند: ایران چیست؟ مفهوم روشنی از آن نداریم و پاسخ دقیقی نمی‌توانیم به پرسش بدهیم!»، هر چند که نام ایران چندان ثبات و دوام داشته که مدعی هر چه بگوید، نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد. نامی را که نتوان تغییر داد، «نام» نیست، «حقیقت» است.

تأکید قرار می‌گیرد، ظرفیت این جامعه به رسمیت شناخته می‌شود و از همه مهم‌تر زنده بودن این سیستم و پویا بودن جامعه به نحو درستی در نظر گرفته می‌شود؛ اما بحث جدی این است که مؤلفه‌های این اندیشه چیست؟ چرا که پاسخ دادن به جنبه اندیشه‌ای ایران، صرفاً نباید جنبه شعاری داشته باشد و لازم است همراه با مؤلفه‌ها و شاخص‌های دقیق و محتوای مناسب تاریخی و عینی باشد.

در اینجا به‌عنوان طرح یک مشکل باید گفت که پرداختن به موضوع ایران از آنجا ناشی می‌شود که برخی سیاست‌یون، اهالی ایدئولوژی، اهل فکر و گروه‌ها و اجتماعات و غیره بدون توجه به عمق اندیشه «ایران»، و البته به‌زعم خود نوعی فعالیت، تلاش دارند آن را با قیده‌های نخله‌ای و مکتبی همراه کنند؛ به نظر، طرح این موضوعات، نوعی انحراف و به تعبیر دقیق‌تر نقص فکری و عملی تلقی می‌شود و حتماً اشتباه است. تجمع در اطراف شعار و محتوای «اندیشه ایران» می‌تواند مزایا و محاسن زیادی داشته باشد. یکی از ابتدایی‌ترین آن‌ها وحدت و انسجام همه ایرانیان از هر قوم و مذهب و در هر نقطه از جهان است؛ هر چند برخی با طرح سؤال «کدام ایران و ایرانی» به‌نوعی در جهت مصادره آن به نفع خود هستند. توجه به این نکته از این نظر مهم است که هرگونه پراکندگی، انفکاک، جدایی، تفرقه، دودستگی و تضاد در جهت مخالف «اندیشه ایران» است و شعار «ایران» باید باعث اتحاد و وحدت شود والا دارای اشکال است. پس باید در نظر داشت که در تعریف ایران و ایرانی چه چیزی گفته می‌شود.

ایران چیست و ایرانی کیست؟

«سخن گفتن درباره ایران هم آسان است، هم مشکل. آسان است، زیرا ایران خانه و وطن ماست و آن را دوست می‌داریم و با آن زندگی می‌کنیم و مشکل است، زیرا اگر از ما بپرسند: ایران چیست؟ مفهوم روشنی از آن نداریم و پاسخ دقیقی نمی‌توانیم به پرسش بدهیم!»، هر چند که نام ایران چندان ثبات و دوام داشته که مدعی هر چه بگوید، نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد. نامی را که نتوان تغییر داد، «نام» نیست، «حقیقت» است (داوری اردکانی. https://www.cgie.org.ir/fa/news/179646).

به‌عبارت‌دیگر «ایران»، همان «هویت فرهنگی و تاریخی» همه ایرانیان از هر قوم و مذهب است و تبلوری از «نمود» آن‌ها از نظر توانایی و ظرفیت است. این نمود همان قدرت ایرانی است که اگر مبنا قرار گیرد از قدرت‌های دیگر مورد تمایز قرار می‌گیرد. ظرفیت ایرانی خاص ایران و ایرانی است. این ظرفیت در طول تاریخش توانسته با فراز و نشیب‌هایی همچنان برقرار و پابرجا باشد؛ این ظرفیت در طول تاریخ خود با شاخص «حق‌گرایی» که همان «عدالت خواهی» و «عقلانیت» است، توانسته به استمرار حیات خود بپردازد. این ظرفیت در مواجهه با فرهنگ‌ها و اقوام مهاجم با ویژگی «انعطاف‌پذیری» که داشته و با محور عدالت‌خواهی و عقلانیت همراه بوده، همیشه به‌نوعی پرچم‌دار «انسان بودن»، باشد؛ انسانی که در مسیر «شدن» است. این جامعه از منظر تاریخی و اندیشه‌ای یک کل همبسته و به تعبیری دقیق‌تر، یک «ملت» است که در عین «تحول و تغییر» رو به «تکامل» بوده است و همیشه و در طول تاریخ، موانع درونی و بیرونی در مقابل ظرفیت

فکری و فرهنگی ایران تاب مقاومت نداشته و به‌نوعی از مسیر حرکتی و روبه‌جلو بودن آن کنار رفته‌اند.

به قول داوری اردکانی «مراد از طرح مسئله ایران، دعوت به اندیشیدن در تاریخی است که همواره حکمت و معرفت و تدبیر داشته و در دورانی با بهره‌مندی از زمینه ادراکی و فرهنگی خاص، دانش و معرفت و ادب چین و هند و مصر و یونان را فراگرفته و بنای یک دوران درخشان علم و فرهنگ و سیاست را گذاشته است». (داوری اردکانی، مقاله فرهنگ و تمدن ایران شهری).

ای ایران

«ای ایران»، یک شعار رسا و بلند برای همه ایرانیان است. برای تحقق این هدف، فهم از ایران و اندیشه مُضمَر و مستتر در آن خیلی مهم است. انسان ایرانی در هر نقش و سطحی نباید از «اندیشه ایران» جدا بماند؛ چرا که اگر جدا شد، «دل» از او رفته است و «تن» بدون دل معنا ندارد؛ همان‌طور که فردوسی گفته است که «چو ایران نباشد تن من مباد

در این بوم و بر زنده یک تن مباد» بنابراین «ایران»، دل و روح هر انسان ایرانی و اسباب زنده‌مانی و به‌نوعی نان و اندیشه جاویدان اوست.

اگر ادعا می‌شود که «ایران» دارای «تاریخ» است که هست، این تاریخ همان روح و معنای عمیق آن است و صرف تکرار سنت‌ها، آیین‌ها و مناسک و آداب در وجود تاریخ برای ایران، ملاک و معیار نیست، بلکه این روح و معنای ایرانی بودن است که مهم است. فهم روح و معنای ایرانی بودن، توجه به هم راستایی و تعالی در موضوع «اندیشه ایران» است.

یک معیار کلی در مورد اینکه چه چیزی در راستای «ایران» هست یا نیست، تشخیص دیدگاه‌ها و تصمیم‌های تفرقه‌افکنانه و جداکننده ایرانیان از همدیگر است. طبعاً هر چیزی که باعث تضعیف ایرانیان و انسجام آن‌ها شود، مخالف «اندیشه ایران» است. در کنار آن فهم جامع از ظرفیت عینی و همه‌جانبه و عمومی ایرانیان در قالب یک ملت و کل همبسته است.

امروزه که ایران، در چالش مواجهه با دنیای مدرن از نظر سیاسی و فکری قرار دارد و موانع داخلی و بیرونی نیز هر کدام آن را به سویی می‌کشند، توجه به ظرفیت‌های عینی و مناسب تاریخی «ملت» ایران برای عبور از این چالش‌های جدید مهم است؛ انسان ایرانی اگر حول معنا و روح ایران گرد آید، حتماً با چالش‌هایی که در مسیرش قرار می‌گیرد بهتر برخورد می‌کند. حتی اگر این مواجهه مستلزم تغییر و تحول باشد در نهایت باعث تکامل و افتادن در مسیر مناسب می‌شود که البته در حال حاضر در مسیر مناسب قرار ندارد و این باید آسیب‌شناسی و موردبررسی جدی قرار گیرد.

در مورد اینکه «ایران» چیست حتماً خیلی می‌شود قلم‌فرسایی کرد و علوم انسانی و اجتماعی کمک فراوانی می‌توانند داشته باشند. تا اینجا، در این یادداشت صرفاً روی اهمیت موضوع اندیشه ایران تأکید شد و در مرحله بعد باید به مؤلفه‌ها و محورهای جزئی‌تر آن با نگاهی به میراث حکمی، ادبی و تاریخی جامعه ایرانی پرداخت که در اینجا صرفاً یک درآمد و مدخل مطرح می‌شود.

مؤلفه‌ها و محورهای حکمی ادبی و تاریخی اندیشه ایران

از جمله موضوعات مهم در بحث‌های هویتی مرتبط با یکی از مسائل امروز ما، کیستی و چیستی تاریخی است که دلالت بر خودشناسی و خودیابی دارد و مورد تأکید این یادداشت هم بود و به‌عنوان یک مسئله ذکر شد. طرح این مسئله ذیل یک سؤال جدی

است و آن اینکه آیا ما که در جامعه ایران هستیم و در این جغرافیا زندگی کرده‌ایم و زیستن داشته‌ایم، برای ما آورده‌ای به همراه داشته است و دارد یا خیر؟ امروزه این چیستی و کیستی از این نظر مهم است که به‌نوعی باعث چالش شده و خودیابی و خودشناسی را در مقایسه با فرهنگ‌ها و وضعیت‌های رقیب و اغواکننده وارداتی، سخت‌تر و پیچیده‌تر کرده است. آنچه مهم است چگونگی شناخت محتوای این چیستی با توجه به شرایط مبهم و پیچیده موجود است. هدف این است که اگر این شناخت به نحو درست و کامل صورت بگیرد، می‌تواند مبنای عمل و حتی دوست داشتن امروز ایرانیان هم قرار بگیرد.



برخی نسبت به ایران تاریخی و طبعاً خویشتن خویش، شناخت ندارند و دراین‌بین، بیشتر جنبه‌های سلبی و منفی آن را مشاهده کرده‌اند. حتی این جنبه‌های سلبی و منفی را بر مبنای آگاهی و علمی، فهم نکرده‌اند؛ بنابراین نگاه مثبتی به ایران تاریخی و طبعاً خویشتن امروز از نظر احساسی و علمی ندارند و این مشکل البته به خاطر مشکلاتی چون عقب‌ماندگی و نمودهای منفی در جامعه، تشدید شده است. نکته این است که حتی طرح جنبه‌های مثبت مربوط به ایران می‌تواند موضوعات ایران و خودشناسی را بهتر و بیشتر باز کند و بالتبع آن مبنای عمل و کنش‌گری بهتر شود.

غم و افسردگی از آنجا است که ایران تاریخی طولانی و البته سترگ دارد و فرازوفرودهای زیادی بر مردم و جغرافیای آن رفته است و همان‌طوری که گفته شد، این جغرافیا محل تهاجم اقوام متفاوت رومی، عرب، ترک، مغول و غیره بوده است؛ با همسایه‌های غیر ایرانی خود مثل عثمانی و روس و انگلیس سال‌ها و قرن‌ها در جنگ و جدال بوده، حاکمان سیاسی غیر ایرانی داشته است، اما ملت ایرانی که متولی فرهنگ ملی آن بوده، تداوم و استمرار داشته است. نکته این است که ملت ایرانی متولی چه محتوایی از ایرانیت بوده و اصولاً این فرهنگ ملی ایرانی چیست؟ برخی مثل سید جواد طباطبایی معتقدند فرهنگ ملی ایران، کهن، تاریخی و طبیعی است و این فرهنگ تداوم داشته و علت تداوم آن نیز «آگاهی ملی ایرانی» بوده است. او معتقد است این آگاهی در ژرفای جان و روح ایرانی چنان نفوذ کرده که با هیچ باد و بارانی گزندی به آن نمی‌رسد. او البته از آگاهی ملی که جنبه تاریخی و طبیعی دارد حرف می‌زند، اما از محتوایش حرفی نمی‌زند و از رمز و راز با علت و دلایل استمرارش نمی‌گوید. این آگاهی ملی را به حکومت‌ها مرتبط نمی‌داند و فقط آن را در متن جامعه و ملت می‌یابد و می‌بیند. قوت این فرهنگ را در حد «سنگ خارا» می‌داند که نابود شدنی نیست.

با این اوصاف، چرا جامعه ایرانی در وضعیت

شناخت و فهم مناسب از موقف خود و جایگاه

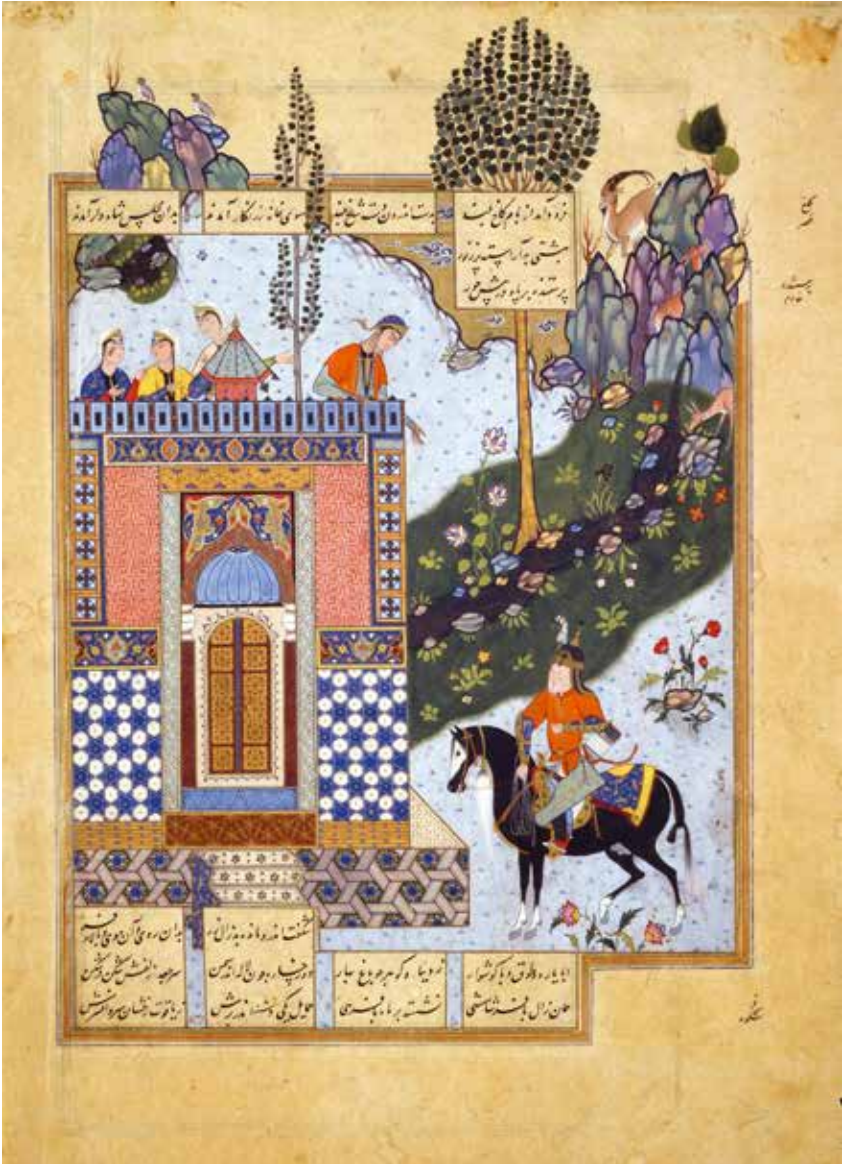
تاریخی و وضع امروزیـن خویش نیست؟

آنچه برای این متن و نگارنده مهم بود، شناخت محتوای فرهنگ ملی ایرانی است و اینکه این محتوا در مواجهه با چالش‌های فیزیکی و نرم‌افزاری چه حالت‌ها و چه نمودهایی به خود می‌گیرد که در ادامه به بیان فهرست‌وار و یک تبیین کلی معطوف به برخی از آن‌ها پرداخته می‌شود: «حقوق‌لبی»، «عدالت‌خواهی» و «معنویت‌گرایی» (در جنبه الهی و غیر الهی آن)، «تساهل و مدارا با دیگران»، «انضباط» و از همه مهم‌تر که جنبه کانونی دارد، «معاصریت» است که از ویژگی‌های این فرهنگ ملی است. «معاصریت» یعنی مواجهه واقعی و عینی با نیاز روز و در حسرت گذشته، نبودن است. «تحول‌خواهی و نوگرایی» نیز برای بسط جایگاه زندگی خود و «همقدمی با فرهنگ‌های ملل دیگر» در عین «استقلال هویتی» با در نظر داشتن ابتکار و دخل و تصرف در اقتباس‌ها از مشخصه‌های معاصریت است که در ملیت ایرانی، وجود دارد. نکته مهم در فرهنگ ملی ایرانی، تعریف خاص از سعادت انسان بر اساس «رفاه»، «شادی» و «سازندگی» که نشان داد، ترقی اقتصادی و سعی در آبادانی عالم، بهای زندگی ساده، عدالت‌جو و خردمندانه بود و بدبینی و عیب‌جویی، نشانه کژاندیشی است و تأمین امنیت و آسایش اقوام تحت فرمان بر فرمانروایان لازم است و هیچ اعتقادی به قدرت بی لجام، غارتگر و عاری از رأفت و شفقت ندارد و عملاً هم با آن مقابله کرده است. (زرین‌کوب، ۱۳۸۸: ۱۱).

این ملیت و فرهنگ با رغبت از گذشته خود، مدد گرفته و می‌گیرد؛ فرهنگ ایرانی از «اصالت» و «شخصیت» برخوردار است؛ زیرا با ابتکار و خلاقیت خویش ساخته شده و کمتر تقلیدی و عاریتی است. می‌توان ادعا کرد که جنبه‌های تقلیدی و عاریتی این فرهنگ از بخش مبتکرانه و خلاقانه‌اش کمتر است. در ادامه به ذکر برخی جلوه‌ها و نموده‌های عمومی فرهنگ ایرانی پرداخته می‌شود.

برخی جلوه‌ها و نمودهای فرهنگ ایرانی درمنطق ظهور

– زبان و خط فارسی: جلوه‌ای از هویت ایرانی است که با زبان و خط قوم حاکم متفاوت



– دین و مذهب باستانی و شیعه: طرفداری از نور و روشنایی و خیر بودن از یک‌طرف و مخالف تاریکی و شر و بدی بودن از طرف دیگر، نمود دین‌داری ایرانیان است. در این مذهب، درندگی و قتل و نهب و ویرانی سمبل بیماری و شر و بخشش و کینه نداشتن، سمبل خیر و خوبی است. **– عرف و فرهنگ عمومی:** اهل ملاطفت و رأفت در بین مردم و اقوام و سنن و زبان‌های متفاوت بودن، عرف فرهنگی جامعه و ملت ایرانی است. این فرهنگ، اهل بنده کردن، طرد و تبعید سازی مردم به جرم دین خاص و کشتن اسرا به روش‌های عجیب نیست.

– آیین‌ها و سنن جامعه: تواریخ طبری، بیهقی، جهانگشای جوینی و عالم‌آرای عباسی و دیگر کتاب‌های تاریخی و آثار سعدی و غیره برگرفته از سنن و عرف جامعه ایرانی و نمودی از سنن و آیین‌های این جامعه است.

– حکمت و خرد ایرانی: مثلاً کللیله‌ودمنه، شاهنامه فردوسی، بوستان و گلستان سعدی، دیوان حافظ و غیره پر از حکمت و عقل ایرانی است. **– عرفان و تصوف:** مثلاً تبلور عرفان ایرانی در آثار عطار، نظامی، رودکی، حافظ، سعدی و باباطاهر و دیگران، زیاد است.

– روحیه لطیف و عمیقاً احساسی ایرانی: نمود هنری ایرانیان در خط و نقاشی و مینیاتور و فرش و نوع‌دوستی آن‌ها، تبلور روحیه لطیف و احساس عمیق آن‌ها است.

– آثار ملی در قالب ساختمان و بنا و ابزارآلات زندگی: تخت جمشید به‌عنوان مهم‌ترین اثر مرتبط با ایران باستان و بعدها آثار دوره اسلامی در اصفهان، قزوین، شیراز و تهران و دیگر شهرها چون شوش، دره خرم‌آباد، بیستون، همدان، زنجان، علاوه بر هنر بر صبر و توانایی و آگاهی ایرانی تأکید دارد.

– تاریخ سترگ و باشکوه: تاریخ طولانی و با شکوه ایرانی که باعث تذکار مورخانی چون هردودت، طبری و ابن‌خلدون و دیگران شده، نشانه اهمیت این تاریخ است.

در مجموع و با توجه به فهرست نمودی فوق باید اذعان کرد، ایرانی از آن اقوامی است که استعداد ادای وظایف انسانی را داشته و دارد و وجودش در عالم انسانیت در طول تاریخ برای همه جوامع و بشریت مفید بوده است. در نتیجه، فرهنگ ایرانی برای اهالی آن و برای دیگران، مایه غرور و منبع الهام است. نوعی از تبلور انسانیت در خدمت نوع انسان در آن قابل مشاهده است. اما در حال حاضر با وجود گسترده شدن دانش تاریخ به خاطر تنوع و کثرت این دانش یک بهم‌خوردگی در امر دانش‌اندوزی و آگاهی خصوصاً در ارتباط با تاریخ ایران شکل گرفته است. **اجزای علم هویت‌ساز زیاد شده و در این میان، دانش تاریخ به خاطر سه نقص، در امر هویت‌سازی کمتر حضور دارد:**

*** اول** به خاطر اینکه تاریخ جامعه ایرانی (دوره

باستان، اسلامی و معاصر) به نحو مناسب، تفصیلی و مبتنی بر دانش اصلی تاریخ که شاخص اصلی آن فراگیری است در سطوح سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شکل نگرفته است، *** دوم** به خاطر اینکه همین دانش نیم‌بند تاریخ نتوانسته است در سطح دانشگاه‌ها و آکادمی‌ها در میان اهل آن (اساتید، پژوهشگران و متولیان تاریخ) تبدیل به گفتمان‌های قابل‌قبول شود، *** سوم** به خاطر اینکه دانش تاریخی موجود نتوانسته است به خاطر دو اشکال قبلی در «حوزه عمومی» به نحو درست گسترانیده شود و جز «عقل متعارف» جامعه شود. در این میان، تنوع امور هویت‌بخش به تعبیری می‌تواند «کاذب» و به‌نوعی «تحمیلی» تلقی شوند و ناشی از تأثیرگذاری جریان «مدرنیته» باشد که هویت تاریخی و سنتی ایرانی را به امری ضمنی و کناری تبدیل کرده است. در بهترین حالت، این هویت که زمینه وجودی دارد، نمود جنگی و خصمانه دارد و در بیان کسی چون ساموئل هانتینگتون به‌عنوان نظریه «جنگ تمدن‌ها» آمده است. این رویکرد، صرفاً بر مبنای سنت تاریخی و البته ناشی از رفتارهای هژمونیک طرف مقابل و بدون توجه به تحولات مثبت عصر جدید بوده است.

اما راهکار متناسب با این وضعیت چیست؟

۱- اتخاذ رویکرد مناسب نسبت به تاریخ و در نظر گرفتن منطق علوم انسانی جدید برای فهم آن که یکی از شاخص‌های آن، رعایت نگاه جامع‌الاطراف در فهم تاریخ است و تاریخ را به معنای تاریخی آن فهمیدن، مهم است. نه به‌قصد محاکمه که سودی در حوزه عمومی ندارد، ۲- پرهیز از نگاه انحصاری و استفاده گری گروهی و تیمی از تاریخ، ۳– توجه به تاریخ به‌عنوان یک بستر دانش، البته با رعایت نگاه مسئله محور، ۴– برقراری نسبت مناسب وضع امروز جامعه ایرانی با فلسفه دوران مدرنیته، ۵– بیان نسبت دقیق سنت و تاریخ ایران با مدرنیته، ۶– بسترسازی برای تولید گسترده دانش تاریخی برای انباشت و تکثر منابع، ۷– اتصال حوزه‌های گسترده و متنوع هنر، رسانه، فضای مجازی، انیمیشن، موزه، رمان، کتاب کودک،

روزنامه و مجلات عمومی به دانش تاریخی جامع‌نگر، ۸– متصل کردن دانش تاریخ به نیازهای امروز برای حل مسائل پیچیده و طولانی، ۹– در نظر داشتن تاریخ در حوزه‌های اجرا و عملیات در نهادها و سازمان‌های اجرایی، ۱۰– در نظر داشتن تاریخ به‌عنوان منبعی برای شناخت نمود همه ایرانیان و بویژه تبلور آن در قالب یک ملت برای شناخت اندیشه ایران است.

جمع‌بندی

«اندیشه ایران»، به همهی تاریخ سرزمین ایران و کل ایرانیان ارتباط دارد و این نکته محوری و مهم است. برای اینکه مسائل امروز جامعه ایرانی در حوزه‌های هویت، امر ملی، سنت و تجدد، اسلام و غرب، فرهنگ تاریخی و ملی، سبک زندگی، ملت و امت، ایران و اسلام، ایران و غرب، سیاست و فرهنگ، مدیریت، سیاست‌گذاری و حکمرانی و غیره حل شود، توجه به «اندیشه ایران» مهم و قابل‌استفاده جدی است. در اندیشه ایران، تاریخ، همه اقوام ایرانی، توانایی‌ها و ظرفیت‌ها، چالش‌ها و مشکلات، موانع و محدودیت‌های تمام جامعه ایرانی که نمود عینی داشته و در قالب «ملت» می‌تواند تلقی شود، دیده می‌شود؛ بنابراین، توجه به «اندیشه ایران»، امری زیربنایی و بنیادین برای حل مشکلات امروز جامعه ایرانی و تحقق ملت و ملیت ایرانی و ظهور همه ایرانیان تلقی می‌شود. ***III***

منابع

– یاسپرس، کارل (۱۳۷۳)، آغاز و انجام تاریخ، تهران: شرکت سهامی انتشارات خوارزمی.
– زرین‌کوب، عبدالحسین (۱۳۵۰)، فرهنگ ایران و مسئله استمرار، مجله بغما، شماره هشتم، سال بیست و چهارم، آبان ماه.
– زرین‌کوب، عبدالحسین (۱۳۸۸)، «آنچه ایران به جهان آموخت»مجموعه‌مقالات-نشریه‌داخلی،شماره۶۳،مهروآبان.
– داوری اردکانی، رضا، مقاله «اندیشه و تمدن ایران‌شهری» به آدرس اینترنتی زیر: https://www.cgile.org.ir/fa/news/17964
– مثنوی معنوی، اثر مولانا جلال‌الدین محمد بلخی، بر اساس نسخه قونیّه، چاپ نیکلسون، تهران: انتشارات نگاه
– شاهنامه، (۱۳۹۷) ابوالقاسم فردوسی، بر اساس نسخه چاپ مسکو، Pdf، الکترونیکی.

اسرائیل و غرب

همسویی و تعارض در منافع ملی



کمیته روابط عمومی اسرائیل و آمریکا (آپیک) نقش بزرگی را در جلب حمایت‌های سیاسی و اقتصادی آمریکا از اسرائیل دارد. علاوه بر آمریکا، یهودیان در اروپا نیز موفق به تأثیرگذاری شده و به‌صورت پیوسته با ایجاد تعاملات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، فرصت‌هایی را برای خود به وجود آوردند.



دکتر حسین معین‌آبادی بیدگلی

دانشیار علوم سیاسی دانشگاه شهید باهنر کرمان

/// رابطه کشورهای غربی با اسرائیل دارای پیچیدگی‌های تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی است. سه دین یهود، مسیحیت و اسلام را ادیان «سامی» می‌نامند که بیشترین رقابت و تعارضات را با یکدیگر تجربه کرده‌اند. به صلیب کشیدن حضرت عیسی (ع) با حکم خاخام‌های یهودی و مقابله با نوکیشان مسیحی در امپراتوری رم، تجربه جانکاهی را برای مسیحیان رقم زد. با مسیحی شدن امپراتوری رم در دوران قیصر کنستانتین در قرن سوم میلادی، شرایط برای یهودیان به‌عنوان قاتلان پیامبر مسیحیت سخت شد. قتل و غارت، چپاول اموال، کوچ اجباری و سکنی گزیدن در خارج از شهر و در محلاتی فقیر و متروکه بنام گتو و عدم تعامل با مسیحیان، فشاری است که بر یهودیان وارد شده است. قرار دادن نشانه‌های معینی چون روبان‌های قرمز بر روی لباس و یا بر سر گذاشتن کلاه‌های خاص که نشانه یهودی بودن افراد بود، ضرورت داشت. معمولاً برای ازدواج با یهودیان محدودیت وجود داشت و بلایای طبیعی را ناشی از خشم خداوند به‌واسطه قتل پیامبرش توسط یهودیان می‌دانستند. تا قبل از انقلاب فرانسه و در طی قرون متممادی، یهودیان مورد آزار و اذیت فراوان قرار می‌گرفتند و در امپراتوری رم و بعدها در کشورهای غربی امنیت مالی و جانی نداشتند. اهمیت دین به‌عنوان عنصر هویت‌بخش باعث شد تا نجبگان یهودی و فراماسون‌ها از انقلاب فرانسه در سال ۱۷۸۹ حمایت نمایند. برای اولین بار اعتقادات دینی در هویت فردی کم‌رنگ شد و مباحث چون آزادی، برابری و حقوق فردی اهمیت یافت. دیگر در برهه‌های هویتی افراد از دین سؤال نشد و دین به امری شخصی تقلیل یافت و یهودیان برای اولین بار می‌توانستند بدون مزاحمت سایرین در فعالیت‌های سیاسی و عمومی وارد شوند. کشف آمریکا و امکان مهاجرت یهودیان به این قاره جدید، فرصت مناسبی را برای آنان به ارمغان آورد. یهودیان جزو فقیرترین اقشاری بودند که به آمریکا مهاجرت کردند، آن‌ها توانستند با ایجاد فرصت‌های جدید،

قوی‌ترین اقلیت اقتصادی و سیاسی و پس از تشکیل دولت اسرائیل، گروه نفوذی تحت عنوان آپیک را در این کشور ایجاد نمایند. کمیته روابط عمومی اسرائیل و آمریکا (آپیک) نقش بزرگی را در جلب حمایت‌های سیاسی و اقتصادی آمریکا از اسرائیل دارد. علاوه بر آمریکا، یهودیان در اروپا نیز موفق به تأثیرگذاری شده و به‌صورت پیوسته با ایجاد تعاملات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، فرصت‌هایی را برای خود به وجود آوردند. نوع نگرش یهودیان به جهان و احساس برتری ذاتی قوم بنی اسرائیل نسبت به سایر اقوام و تبیین رسالت الهی که بر عهده این قوم است، باعث غیریت‌سازی در درون یهودیان به‌عنوان یهودی اروپایی و اصیل تحت عنوان اشکنازی و یهودیان غیراروپایی یا سفاراد از یک‌سو و از سوی دیگر نسبت به مسیحیان و سایر ادیان می‌شد. ایجاد کلنی‌های یهودی و توجه صرف به منافع قوم یهود و حمایت بی‌دریغ ایشان از یکدیگر بدون توجه به منافع سایر مردم باعث عکس‌العمل برخی از کشورهای غربی نسبت به ایشان شد. قدرت‌گیری حزب ناسیونال سوسیال در آلمان و اقدامات ضد یهودی این حزب و همراهی جامعه آلمان با هیتلر نشان از وجود برخی عقده‌ها و کدورت‌ها نسبت به یهودیان داشت. آلمانی‌ها ایشان را عامل شکست این کشور در جنگ اول جهانی دانسته و به علت خیانت ایشان منافع ملی آلمان تهدید شده و در جنگ شکست خورده بودند. شکست در این جنگ، تحقیر آلمان و بی‌توجهی یهودیان به مردم آلمان و منافع ملی این کشور و توجه صرف به منافع قشری و قومی باعث مقابله و قتل تعداد فراوانی از آنان در آلمان و سایر کشورهای اروپایی شد. آلمان‌ها ابتدا با غیریت‌سازی نسبت به یهودیان، ایشان را در داخل قلعه‌وقمع کردند و برای توسعه‌طلبی سرزمینی و مقابله با سایر نژادهای غیر آریایی با کشورهای دیگر وارد جنگ شدند. ایجاد اردوگاه‌های کار اجباری برای نابودی یهودیان و ایجاد ابرانسان یا نژاد برتر همراه با مقطوع‌النسل کردن زنانی که فرزندان ناقص‌الخلقه به دنیا می‌آوردند، جداسازی افراد کم‌توان ذهنی،

معلولان و اعمال فقر غذایی با هدف نابودی انسان‌های ضعیف‌تر اتفاق افتاد. در دکنترین خالص‌سازی نژادی، علاوه بر خانواده‌های کم‌هوش و معلول آلمانی، یهودیان نیز باید نابود می‌شدند. اردوگاه‌های آشویتس و داخائو مراکزی برای نگهداری و قتل‌عام یهودیان بود. اتاق‌های گاز برای مرگ افراد ناتوان و کار اجباری طاقت‌فرسا برای یهودیان توانمند از جمله اقداماتی بود که در این اردوگاه‌ها اعمال می‌شد. هانا آرنت فیلسوف آلمانی به‌عنوان یک یهودی منتقد دولت اسرائیل معتقد است رهبران یهودی با دولت آلمان همکاری داشتند و مبالغی را برای آزادی ایشان می‌پرداختند و آن‌ها را آزاد می‌کردند. بی‌شک یهودیان در بند اردوگاه با دو دشمن روبه‌رو بودند، دولت آلمان به رهبری هیتلر که به دنبال نابودی آنان بود و رهبران یهودی که برخی را آزاد و به سایرین توجهی نمی‌کردند؛ اما برخلاف جهان مسیحی که ظلم و بی‌عدالتی‌های زیادی را نسبت به یهودیان روا داشته، تجربه زیست آنان در جهان اسلام متفاوت بوده است. مسلمانان هیچ‌گاه با

یهودیان بدرفتار نبوده و به‌عنوان یک دین الهی با پیروان حضرت موسی (ع) برخورد داشته‌اند. بر همین اساس و برخلاف جهان مسیحیت که نوعی عذاب وجدان تاریخی نسبت به این قوم دارد، مسلمانان چنین عذابی را احساس نمی‌کنند. همکاری رهبران یهود چون تئودور هرتزل به‌عنوان نظریه‌پرداز دولت یهود با دولت عثمانی در پیش از جنگ دوم جهانی قابل‌توجه است، زیرا برخلاف ادعای یهودیان مبنی بر دشمنی تمامی دولت‌ها با ایشان، تجربه تاریخی نشان می‌دهد که رهبران و بنیان‌گذاران دولت یهودی، ارتباطات زیادی با دولت‌های غربی داشته و حتی برای ایجاد احساس ناامنی در یهودیان این کشورها اقداماتی را انجام داده‌اند؛ به‌عنوان مثال از تقاهم با دولت عثمانی و مهاجرت بخشی از یهودیان به فلسطین، تعرض به سایر یهودیان، سوء قصد، بمب‌گذاری، تهدیدات رسانه‌ای و دامن زدن به یهودستیزی در این رسانه‌ها با هدف مهاجرت به فلسطین برنامه‌ریزی شد. برخلاف

تصور عموم، این رهبران یهودی بودند که بر طبل یهودستیزی می‌نواختند تا بتوانند یهودیان را متقاعد به مهاجرت به فلسطین بنمایند. شکل‌گیری کشوری یهودی از اهداف بنیان‌گذاران صهیونیسم و اختصاصاً تئودور هرتزل بود. تلاش‌های رهبران یهودی منجر به آن شد که اعلامیه بالفور (وزیر خارجه بریتانیا در زمان جنگ اول جهانی) در مورد تشکیل دولت یهود صادر شود. در ابتدا مباحثی در ارتباط با تشکیل دولت یهود در مناطقی از جمله در خاورمیانه (مصر -صحرای سینا)، در آفریقا(اوگاندا و اتیوپی) و آمریکای لاتین(منطقه آرژانتین) مطرح شد که در نهایت سه منطقه یا کشور برای تشکیل این دولت پیشنهاد و کشورهای اوگاندا، مصر و فلسطین به‌عنوان ارض موعود هدف‌گذاری شدند. بدون شک جنایات نازی‌ها در نسل‌کشی یهودیان، احساس عذاب وجدان غرب نسبت به ظلم تاریخی که به اقلیت یهودی داشته‌اند، پیگیری و نفوذ رهبران یهودی و پایداری مردم در تشکیل دولت اسرائیل مؤثر بوده است.



امروزه پس از گذشت نزدیک به ۸ دهه از تشکیل دولت اسرائیل، می‌توان چرایی حمایت دولت‌های غربی از این دولت را این‌گونه برشمرد:

۱. نفوذ لابی قدرتمند یهودی در کشورهای غربی و تلاش این اقلیت قدرتمند در راستای جلب نظر سیاست‌گذاران غربی در حمایت از دولت اسرائیل،

۲. توانایی مالی فراوان یهودیان و هزینه کرد فراوان برای حفظ دولت اسرائیل. لابی یهود را دست و دل‌بازترین لابی جهان می‌دانند. یکی از سناتورهای آمریکایی در پاسخ به خبرنگاری در مورد اولویت حمایت از حقیقت یا انتخاب مجددش به‌عنوان سناتور می‌گوید: «واقعیت این است که حقیقت خوب است، اما انتخاب مجدد به‌عنوان سناتور بهتر است. اگر از منافع دولت اسرائیل حمایت کنید حتی اگر برخلاف حقیقت باشد باعث می‌شود لابی یهود هزینه‌های گزافی را برای انتخاب مجدد شما بپردازد، اما اگر چنین رفتار نکنید از رقیب شما حمایت خواهند کرد و صندلی در سنا یا پارلمان را از دست خواهید داد».

۳. از منظر غرب دولت اسرائیل یک کلنی یا اجتماع غربی است در قاب خاورمیانه و این کلنی مدل کوچکی از دموکراسی غربی است که می‌تواند الگوبرداری کشورهای اسلامی را از نوع حکمرانی غربی به همراه داشته باشد. این فرزند معنوی غرب به سرکردگی آمریکا علی‌رغم هزینه‌های گزاف باید حفظ شود،

۴. هژمون و سلطه رسانه‌ای لابی یهود و جلب نظر رأی‌دهندگان و افکار عمومی غرب، بی‌شک این سلطه باعث شده است تا اجماع قابل‌توجهی در میان کشورهای غربی در حمایت از اسرائیل حفظ شود. این سلطه رسانه‌ای تا آمدن رسانه‌های رقیب ادامه داشت. رسانه‌های رقیب موفق شدند تا جنایات دولت اسرائیل در غزه و لبنان را به تصویر بکشند و اسطوره‌سازی قربانی بودن یهودیان را زیر سؤال ببرند،

۵. از بازی کردن نقش قربانی و نسل‌کشی یهودیان تحت عنوان هولوکاست، به‌عنوان ابزاری برای توجیه خشونت دولت اسرائیل بر علیه مخالفین سیاسی و اعراب خاورمیانه استفاده شد. انگ سیاسی تحت عنوان ضد یهودی در غرب باعث بی‌اعتباری افراد می‌شد و در منطقه خاورمیانه با این ابزار به‌تمامی کشورهای همسایه فلسطین تعرض کرده و حاکمیت ملی این کشورها را نقض کردند. بزرگ‌نمایی حادثه هولوکاست و بهره‌برداری یهودیان از جنایات نازی‌ها در جنگ دوم جهانی تا سال‌های اخیر ادامه داشت، اما جنایات دولت اسرائیل در فلسطین و غزه باعث بی‌اعتباری قربانی سازی یهودیان شد و این تصویر غیرواقعی را تغییر داد،

۶. حمایت مالی و نظامی از اسرائیل، وام‌های کم‌بهره، بخشیدن بدهی‌های این دولت توسط دولت آمریکا باعث تقویت این دولت شد،

۷. حمایت رسمی و غیررسمی غرب از این دولت باعث بی‌اعتباری این کشورها در منظر جامعه جهانی شده است. بیش از ۵۰ بار استفاده از حق وتو برای حمایت از آمریکا در شورای امنیت و اعمال سیاست‌های دوگانه غرب در مورد عدم محکوم کردن اسرائیل به نقض حقوق بشر، عدم محکوم کردن این کشور به نقض حاکمیت ملی کشورها باعث بی‌اعتبار سازی نهادها و قوانین بین‌المللی شده است،

۸. نفوذ مؤثر یهودیان در کشورهای غربی و به دست آوردن جایگاه‌های مالی، سیاسی و علمی در این کشورها باعث تغییر رفتار در سیاست خارجی ایشان شده است،

۹. هزینه کرد فراوان یهودیان در کشورهای مختلف برای حفظ منافع اسرائیل، یافته‌ها نشان می‌دهد تنها دولتی که با کمک‌های مردمی اتمی شده است، اسرائیل است،

۱۰. غیرقابل‌پیش‌بینی بودن رفتارهای دولت اسرائیل و بی‌توجهی به حق حاکمیت کشورهای غربی باعث شده است که نسبت به رفتارهای این دولت با احتیاط عمل نمایند. تجربه تاریخی نشان می‌دهد که دولت اسرائیل به کرات حاکمیت ملی دولت‌های غربی را نقض کرده است. بمب‌گذاری در بندر مارسی فرانسه، آدم‌ربایی در ایتالیا و انگلیس از جمله اقدامات اسرائیل نسبت به هم‌پیمانان خود بوده است، دزدی اطلاعاتی و نظامی از آمریکا به‌کرات اتفاق افتاده است. این کشور با بمباران سایت هسته‌ای اوسیراک عراق و تحمیل جنگ ۱۲روزه به ایران، بمباران‌های متعدد سوریه و لبنان برخلاف حقوق بین‌الملل و منشور ملل متحد عمل می‌نماید. به‌طورکلی به‌واسطه

کمک و حمایت غرب از اسرائیل، این رژیم تحت هیچ قاعده و عرف بین‌المللی نیست و بازی‌گری خودسر است،

۱۱. این کشور عموماً موفق شده است پای آمریکایی‌ها را برای حفظ منافع ملی خود برخلاف منافع ملی آمریکا به بحران‌های خودساخته‌اش باز کند که یکی از کارت‌های برنده این دولت در سیاست خارجی می‌باشد. سوابق قبلی همچون مخالفت با برجام تا راه انداختن جنگ ۱۲ روزه و جلب نظر آمریکا در حمله به تأسیسات اتمی ایران برخلاف منافع ملی آمریکا بوده است، اما این دولت موفق شده است سیاست خارجی آمریکا را در راستای منافع خود تغییر دهد،

۱۲. تلاش برای نشان دادن چهره عبوس و خشن و جنگ‌طلب از اسلام و تبدیل درگیری خود با خاورمیانه به یک درگیری تمدنی که یک طرف آن جهان مسیحی یهودی و طرف دیگران جهان اسلام است. این استراتژی باعث شده است که غربی‌ها، اسرائیل را به‌عنوان آوانگارد و خط‌شکن در مقابله با جهان اسلام قلمداد نمایند و جنگ اسرائیل را جنگ خود بدانند. لابی آپیک در آمریکا و اقلیت قدرتمند در سایر کشورهای غربی موفق به تبیین چنین تصویری شده‌اند. چالشی که با کتاب (برخوردر تمدن)‌های هانتینگتون شروع شد و به ائتلاف مسیحی یهودی علیه جهان اسلام منجر شده است.

با توجه به شرایط موجود چه راهکارهایی برای مقابله با اسرائیل وجود دارد؟

۱ همان‌گونه که مشخص است، ایران توانسته است جلوی هژمونی اسرائیل را در منطقه خاورمیانه سد کند. شکست ایران راه را برای سلطه اسرائیل و غرب در خاورمیانه هموار خواهد کرد و چالش نسبت به سایر مدعیان بازیگری در خاورمیانه همچون عربستان و ترکیه اتفاق خواهد افتاد، بر همین اساس نزدیکی کشورهای مسلمان و عمومی کردن خطر اسرائیل و غرب برای طرح خاورمیانه جدید ضروری است. تصور اسرائیل از خود به‌عنوان بازیگر جدید خاورمیانه است و با از بین رفتن مقاومت ایران، دکترین خود را بر خاورمیانه تحمیل خواهد کرد،

۳ ایجاد ائتلاف جهانی و حمایت از آرمان فلسطین با هدف حفظ حقوق مردم این سرزمین،

۵ آمادگی دفاعی هر چه بیشتر کشور و رفع نقص‌های نظامی،

بر همین اساس می‌توان امیدوار بود که علی‌رغم حمایت بی‌چون‌وچرای غرب از اسرائیل، منافع ملی ایران حفظ شود و از هژمونی غرب در خاورمیانه جلوگیری شود. **III**

«دیوار غربی»، مقدس‌ترین مکان مذهبی یهودیان در شهر اورشلیم

| یادداشت

فهم تاریخ

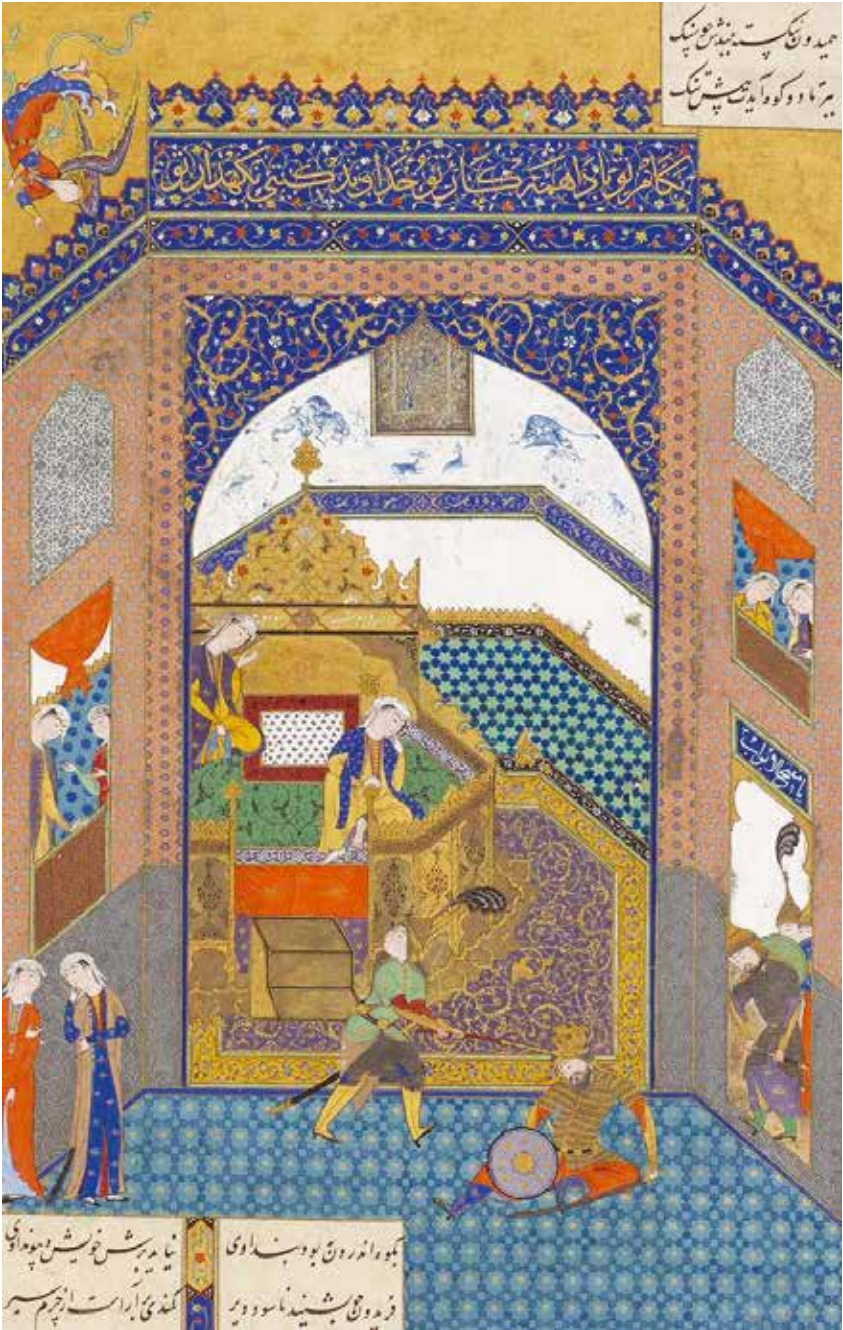


آری، فهم تاریخ در گشودن گره و دشواری‌ها معجزه می‌کند و نفهمی تاریخ بر پیشانی اصحاب جهل، مُهر سیه‌بختی می‌زند و اوراق خویش را از تأثیرات سوء این نفهمی سرشار می‌سازد. بگذار پیر تاریخ بداند که ملت فرزانه و سترگ ایران در برابر زورگویان تاریخ ناشناس، سر تعظیم فرود نیاورد و تسلیم نشد تا در برابر آن همه سیاهی و تباهی، سپیدای روزگاران شود.



سیدمحمدعلی گلاب‌زاده

مؤلف و مدیر پژوهشکده کرمان‌شناسی



|| نگاره «فریدون و شکست دادن ضحاک» | اثر سلطان محمد نگارگر ||

/// آنچه در رهگذار رویدادهای اخیر کشور عزیزمان ایران پیش آمد، یک‌بار دیگر، تداعی‌کننده نام بزرگانی بود که تاریخ را یکی از استوانه‌های گران‌سنگ علمی و اجتماعی و سیاسی دانسته و بر این باور بوده و هستند که فهم تاریخ، گره‌گشای بسیاری از دشواری‌ها و عدم فهم آن موجب سیه‌روزی افراد و جوامع بشری است.

هر که نامُخت از گذشت روزگار

نیز ناموزد ز هیچ آموزگار

این شاعر نابینای فارسی -که با چشم دل، آنچه نادیدنی است، آن می‌دید- معتقد بود که تاریخ ناشناسان و ناآگاهان از محتوای تاریخ در معنای کلان آن، به پایان راه رسیده‌اند و از هیچ آموزگار دیگری نیز نخواهند آموخت. نمونه دیگر این فرزانه‌گانِ تاریخ‌شناس که معتقد بود فهم تاریخ، کلید قفل دشواری‌ها و چراغ راه تصمیم‌گیری‌هاست، «توین بی» تاریخ‌نگار و پژوهشگر بزرگ انگلیسی است که باور داشت: هر ملتی که تاریخ سرزمین خویش را نداند، هویت خود را گم کرده است. او می‌گوید تاریخ اهمیت فراوانی دارد و مطالعه آن می‌تواند به درک عمیق‌تری از تمدن‌ها و روند تحولات آن‌ها منجر شود. تردید ندارم، اگر ترامپ بی‌هویت نادان، تنها همین یک نکته «توین بی» را خوانده یا شنیده بود و نسبت به محتوای آن معرفت داشت، دست‌کم در برخی اظهارنظرهای خود، بازاندیشی می‌کرد و نماد جهل و نادانی نمی‌شد. اگر ترامپ به قول «توین بی»، درک بیشتر و عمیق‌تری از تمدن و فرهنگ ایرانی داشت، با کمال وقاحت و بی‌حیایی نمی‌گفت: «ایران، باید تسلیم شود!!». او نمی‌دانست ایران سرزمین اسطوره‌هایی چون «آرش کمانگیر» است که برای حتی یک وجب از خاک این سرزمین خدایی، جان خویش را در طبق اخلاص گذاشت و به قربانگاه عشق برده‌اند.

ترامپ نمی‌دانست و نمی‌داند که جان‌مایه هستی ایران، شاهنامه‌ای است که در آن حکیم نوس از زبان فرد فرد مردم این سرزمین ندا می‌دهد که:

چو ایران نباشد تن من مباد

بدین بوم و بر، زنده یک تن مباد

او نمی‌دانست که در گوشه‌ای از این خاک مقدس یعنی کرمان -پاره تن ایران- زنی با سه پسر کفن پوشیده خود به خیابان آمد و آن روز که شوری سوسیالیستی اعلام جنگ کرده بود، فریاد می‌زد و می‌گفت مردم کرمان، اگر این سه فرزند من، جان خود

را در راه پاسداری از این آب‌وخاک فدا نکردند، حق دارید هر سه را حلق‌آویز کنید. آری، اگر رییس‌جمهور بی‌سواد و نادان آمریکا تاریخ خوانده بود و یا حتی با پیشینه فرهنگ و هنر این سرزمین آشنایی داشت و راز و رمز نمادهای سرافرازی ملل را می‌دانست و آگاه بود که تنها در گوشه‌ای از خاک گهربار ایران، یعنی کرمان، مردمی زندگی می‌کنند که نشان عزتشان، بَته جَقّه نقش بسته بر دست آفریده‌هایی چون پته و قالی و غیره است، آن‌وقت با این صراحت و وقاحت فرمان تسلیم شدن ملت ایران را صادر نمی‌کرد؛ زیرا بته جَقّه همان سرو سرخمیده‌ای است که به هنگام وقوع طوفان‌های سهمگین، موقتاً سر خم می‌کند تا تندباد بگذرد و دوباره سر می‌افرازد و حیات خویش را استمرار می‌بخشد و چنین است که تاریخ، زبان به ستایش این قوم گشوده و ندا می‌دهد که:

سرافراز باد این درخت همایون

کزین سرنگونی، نشد سر، نگوش

بگذار تا ناهلان و جاهلان بدانند که ایران کهن در گذر هزاره‌ها بارها و بارها، همچون ققنوس از میان خاکستر خود سر برافراشته و زندگی خود را از سر گرفته و آرزوی ذلت تسلیم شدن را بر دل بدخواهان گذاشته است. باری، بدا به حال ترامپ‌هایی که فهم تاریخی ندارند هرچند که او از فهم بقیه مقوله‌های اخلاقی، اجتماعی و سیاسی نیز محروم است. مگر او به وعده‌های انتخاباتی خود عمل کرد؟ مگر او به گفته‌های خود پای‌بند است؟ مگر نه اینکه «هر لحظه به رنگی بت عَبار درآید؟»

ای کاش این امکان وجود داشت که وقتی او از تسلیم شدن ایران و ایرانی سخن می‌گوید، این تک بیت را که در دوره ابتدایی به ما آموخته‌اند برایش زمزمه می‌کردم که:

روسیی از خاندان خود نکند دل

کمتر از او دان کسی که دل ز وطن کند

عدم فهم تاریخ، دامن هر کس را گرفت، سیه‌روزی‌اش را رقم زد. چنگیز هم در این اندیشه بود که با برداشتن خشت از خشت این دیار و به خاک و خون کشیدن فرزانه‌گانی چون «عطار نیشابوری»، نام ایران را از صفحه روزگار محو کند و دیگر ملتی با عنوان «ایرانی» وجود نداشته باشد.

تیمور لنگ هم زمانی که اصفهان را به آتش کشید و تاریخ نوشت: جز «زنده رود» زنده‌ای در اصفهان باقی نماند، همان اندیشه جاهلانه چنگیز را در سر می‌پرورانید؛ اگر او زنده نماند تا به اشتباه خود پی ببرد، فرزندان او از جمله شاهرخ و نوه‌هایش آلف بیگ و بایسنقر و عروس فرزانه‌اش «گوهرشاد آغا» به خطای تیمور و چنگیز پی بردند، فهم تاریخی به دست آوردند و دریافتند که ایرانی حَقّت‌پذیر و تسلیم شدنی نیست و چنین بود که به‌جای کینه‌توزی، بساط خدمت گسترדند، مسجد گوهرشاد را ساختند، زیج آلف بیگی را راه انداختند، شاهنامه بایسنقری را به تاریخ سپردند و سیه‌رویی پدران خود را درس عبرتی برای خود قرار دادند و نامشان را در زمره خدمتگزاران درآوردند.

باز هم به پدر شعر پارسی، رودکی بزرگ برگردیم و آن کلام بهشتی و روح‌پرورش که:

هر که نامُخت از گذشت روزگار

نیز ناموزد ز هیچ آموزگار

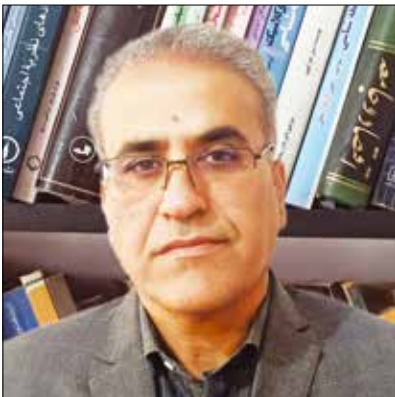
اما از یاد نبریم، او این کلام پرشکوه را برای همه کسانی گفت که از تاریخ و گذشت روزگاران پند نگرفته و سرنوشتی را برای خود رقم زدند که عبرت روزگاران شد.

آری، فهم تاریخ در گشودن گره و دشواری‌ها معجزه می‌کند و نفهمی تاریخ بر پیشانی اصحاب جهل، مُهر سیه‌بختی می‌زند و اوراق خویش را از تأثیرات سوء این نفهمی سرشار می‌سازد. بگذار پیر تاریخ بداند که ملت فرزانه و سترگ ایران در برابر زورگویان تاریخ ناشناس، سر تعظیم فرود نیاورد و تسلیم نشد تا در برابر آن‌همه سیاهی و تباهی، سپیدای روزگاران شود. **///**

توسعه از منظر نهادگرایی: فراز و فرود نهادها و توسعه



تفاوت در بهره‌وری و خروجی نظام‌های اقتصادی و این‌که در مجموع جامعه‌ای به سمت «فقر» یا «رفاه» میل کند به فرصت‌هایی و انگیزه‌هایی وابسته است که «نهادها» فراهم می‌کنند؛ چراکه نهادها با فراهم نمودن «چارچوب‌های شناختی» و «استانداردهای انگیزشی» و به‌عبارت‌دیگر شکل دادن به «فرهنگ» یک جامعه، کم و کیف توسعه و رفاه را متأثر می‌کنند.



دکتر علی ایار^۱

عضو هیئت علمی گروه آموزش علوم اجتماعی دانشگاه فرهنگیان

/// پرسشی که هنوز بخش عمده‌ای از جوامع جهان با آن مواجه هستند، عبارت است از این‌که چرا سطح رفاه در کشورهای دنیا با یک نابرابری و فاصله غیرقابل‌پذیرش، بیان می‌شود؟ پیرامون چرایی و چگونگی این فاصله و توسعه از آغاز تا به امروز شاهد تبیین‌ها و نظریات متفاوتی از تبیین‌های جغرافیایی یا اقلیمی توسعه گرفته تا تبیین‌های فرهنگی بوده‌ایم. در این مقاله درصدد آن هستیم تا ضمن مروری مختصر به نظریه‌های توسعه، به توسعه از منظر نهادگرایی بپردازیم. به‌راستی فاصله توسعه‌ای بین نوگالس شمالی و جنوبی، بین کره جنوبی و شمالی چگونه قابل تبیین است؟ اقتصادهای بزرگ دنیا چگونه برآمده‌اند و از همه مهم‌تر قدرت‌های بزرگ اقتصادی سده‌های گذشته چگونه به خاموشی گراییده و امروز جز در تاریخ توسعه به‌عنوان یک مثال موردبحث قرار نمی‌گیرند؟ چگونه با وجود نرخ رشد پایین اقتصادی توزیع عادلانه، رضایت را می‌توان شاهد بود و در مقابل چگونه با رشدهای بالای اقتصادی می‌توان فقر و نابرابری را شاهد بود؟ در این مقاله ابتدا به تاریخ نهادگرایی پرداخته، سپس ضمن مرور مهم‌ترین نظریه نهادگرایی به مصادیق «نهادهای حامی توسعه و ضد توسعه» خواهیم پرداخت. برای شروع توسعه باید از کجا آغاز کرد؟ به‌راستی که توسعه نقاط آغاز متفاوتی دارد؛ ارزش‌های توسعه‌ای؟ رشد اقتصادی؟ نهادها؟ سرمایه‌گذاری از بالا سرآغاز توسعه است یا سرمایه‌گذاری از پایین؟ یا با تعهد و پایبندی حاکمان به قانون توسعه آغاز می‌شود؟ انگاره مقاله حاضر آن است که تفاوت در بهره‌وری و خروجی نظام‌های اقتصادی و این‌که در مجموع جامعه‌ای به سمت «فقر» یا «رفاه» میل کند به فرصت‌هایی و انگیزه‌هایی وابسته است که «نهادها» فراهم می‌کنند؛ چراکه نهادها با فراهم نمودن «چارچوب‌های شناختی» و «استانداردهای انگیزشی» و به‌عبارت‌دیگر شکل دادن به «فرهنگ» یک جامعه، کم و کیف توسعه و رفاه را متأثر می‌کنند. نهادگراها معتقدند که برای فهم متغیرهای اقتصادی

و توسعه «در جامعه باید نهادها و نهادمندی در آن جامعه را موردمطالعه قرار داد و نهادها ریشه در فرهنگ و تاریخ دارند» (عنبری، ۱۳۹۶: ۹۵). به‌منظور روشن شدن بحث بر دیدگاه نهادگرایی «سی داگلات نورث» و «عجم اوغلو و رابینسون» متمرکز می‌شویم و سپس به کاربرست این مباحث نظری و تناسب آن‌ها با جامعه ایران خواهیم پرداخت:

نظریه‌های نهادگرایی

مفهوم نهادگرایی توسط تورشتاین وبلن با انتشار مقاله «چرا اقتصاد یک علم تکاملی نیست؟» از اواخر قرن ۱۹، نضج گرفت. این مقاله سرآغاز نهادگرایی قدیم بود که معاصران وبلن و افرادی پس اوی از جمله کامنز^۳، میچل^۴ و همیلتون^۵ در ادامه نهادگرایی قدیم را بسط دادند. اگر چه نهادگرایی جدید بیشتر با جامعه‌شناسی سازمانی پیوند داشت و کانون توجه آن مقولهٔ فرهنگ است به این منظور که بفهمد ساختارهای اجتماعی، منابع یا معناها چگونه ظهور نموده و با خود چه پیامدهایی به همراه دارند و خلاصه آن‌که فرهنگ در شکل‌گیری نهادها چه تأثیری دارد (زاهدی و سرپرست سادات، ۱۳۹۷: ۱۰-۱۹۹) افرادی مانند پل دیماجیو، جان مایر و مری داگلاس در این حوزه قرار می‌گیرند. شایان ذکر است که نهادگرایی جدید در حوزه اقتصاد با تمرکز بر هزینه‌های مبادله و حقوق مالکیت در تحلیل نهادی متمرکز است و افرادی مانند نورث و اوغلو از برجسته‌ترین این متفکران این نحل هستند. البته تاکنون از نهادگرایی تقسیم‌بندی‌های متفاوتی ارائه شده است؛ از جمله می‌توان به گونه‌ها و سنخ‌هایی مانند نهادگرایی قدیم، نهادگرایی جدید (اقتصادی)، نهادگرایی تاریخی، نهادگرایی جامعه‌شناختی، نهادگرایی، نهادگرایی فرهنگی و شناختی و... (ترکارانی، ۱۴۰۴: ۶۵). نظریه‌های نهادگرایی از یک منظر تاریخی مسیر زیر را تاکنون طی کرده‌اند: ۱- نخستین دوره از سال (۱۹۲۵-۱۸۹۰) که وبلن^۶ بنیادهای جنبش نهادگرایی را پایه‌گذاری کرد. ۲- دومین دوره از سال (۱۹۴۵-۱۹۲۵) که نهادگرایانی چون کامونز^۷،

میچل^۸، کلارک^۹ و ۳- دوره سوم از سال ۱۹۴۵ به بعد که نسل جدید از نهادگرایان مانند جان گالبرایت^{۱۰} ظهور کرده‌اند (متوسلی، ۱۳۸۹: به نقل از رضائی و میر فردی، ۱۳۹۳: ۱۲۶). نهادگرایی جدید در حکم یک دستگاه نظری جدید در پی پایان دادن به محدودیت‌های چون تقلیل‌گرایی، تکیه بر عوامل برون‌زا و تأکید بیش‌ازحد بر نظم و ساختار ظهور یافت؛ رویکرد فکری که غالباً حساسیت بیشتری به تغییر و عاملیت دارد (لیبرمن، ۲۰۰۲: به نقل از فاطمی امین و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۳۸). اگر چه می‌توان خط سیر مفهوم «نهادگرایی» را به گذشته‌های دور برگرداند؛ اما نخستین بحث متقن و مفصل در خصوص نهادگرایی را می‌توان در مقاله رونالد اچ. کوز با عنوان «ماهیت بنگاه» شاهد بود که در آن بر هزینه مبادله تأکید کرد و همین مقاله بستری برای طرح نظریه‌های نهادگرایی جدید را فراهم کرد که افرادی مانند رونالد اچ. کوز، ویلیام سون و داگلات نورث صاحب‌نظران معروف این مکتب شناخته می‌شوند. رونالد اچ. کوز مدعی

است که نهادها بر شیوه فعالیت‌های افراد و گروه‌ها در درون و بیرون نهادهای مستقر، سطح اعتماد میان شهروندان و رهبران، آرزوی مشترک جماعت سیاسی، زبان مشترک، تفاهم، هنجارهای جماعت و معنی مفاهیمی چون دموکراسی، عدالت، آزادی و تساوی تأثیر می‌گذارد (عنبری، ۱۳۹۶: ۹۶). میردال در کتاب درام آسیایی رویکرد نهادگرایی را برای تبیین مسائل متنوع جامعه توصیه می‌کند (میردال ۱۹۶۸: به نقل از رضائی و میرفردی، ۱۳۹۳: ۱۲۴) و با رد مدل‌های تک متغیره در امر توسعه، راه را برای مطالعه و ارزیابی فرایندهای توسعه با شرایط نظام علی و به‌هم‌پیوسته و باز هموار می‌کند (باریر، ۱۳۷۱). نهادگراهای جدید در دو نکته اساسی با هم توافق دارند: ۱- نهادها به سیاست‌ها شکل می‌دهند، بر نتایج تأثیر می‌گذارند و به هویت، قدرت و استراتژی‌های بازیگران شکل می‌دهند؛ ۲- نهادها به وسیله تاریخ شکل می‌گیرند و تجسم خط سیر و نقاط عطف تاریخی هستند؛ تاریخ اهمیت دارد چرا که راهی است که نهادها از آن عبور



می‌کنند (عنبری، ۱۳۹۶: ۷-۹۶). به‌عبارتی‌دیگر در تحلیل نهادی این موضوع وجود دارد که چگونه نهادها و رفتار کنشگران در تعامل با همدیگر شکل می‌گیرند، وقتی‌که یک نهاد شکل گرفت به‌مثابه محیط کلان‌تر بر رفتار کنشگران تأثیرگذار است. همچنین نهادگرایی اهمیت «زمان» یا «تاریخ» را در بحث توسعه برجسته کرد؛ چرا که علم اقتصاد کلاسیک یک علم «زمینه زدا» بود و گزاره‌های آن عاری از توجه به زمان بودند، رویکرد نهادگرایی از این منظر هم یک نگاه نو محسوب می‌شود.

نظریه نهادگرایی اغلو و رابینسون:

کتاب «چرا ملت‌ها شکست می‌خورند؟» سرآغاز نگاه به موضوع توسعه از منطری دیگر بود، مهم‌ترین کاری که اوغلو و همکارش رابینسون انجام می‌دهند در گام نخست، ارائه یک دسته‌بندی مختصر از رویکردهای توسعه و جمع‌بندی مجمل مهم‌ترین ادعاها و گزاره‌های علی آن‌ها است. به این منظور آن‌ها توضیح می‌دهند «توسعه‌نیافتگی» را نمی‌توان با

تبیین‌های فرهنگی، جغرافیایی و محیطی و چهل حکومت توضیح داد. با رد تبیین‌های پیشین و موجود از «توسعه‌نیافتگی» ارائه تبیین جدید، اجتناب‌ناپذیر می‌شود به این منظور آن‌ها به ارائه دیدگاه بدیع خود با عنوان «تفاوت نهادی» در قالب نهادگرایی می‌پردازند. وی با رد فرضیه فرهنگ چنین استدلال می‌کند که فقر چین در عصر مائوتسه تونگ ارتباطی با فرهنگ چینی نداشت بلکه ناشی از شیوه فاجعه‌بار سازمان‌دهی اقتصاد و هدایت سیاسی توسط مائو بود؛ جغرافیا عامل فقر نیست خاورمیانه اولین انقلاب نوسنگی را هدایت کرد اولین شهرها در عراق امروز گسترش یافتند تا اواخر قرون وسطی خاورمیانه از لحاظ فناوری فعال بود (اوغلو، ۱۳۹۵: ۸۸) و فرضیه «غفلت یا جهل» با این استدلال که حاکمان نمی‌دانند چگونه ممالک تهیدست را ثروتمند کنند و برای جامعه رفاه ایجاد کنند با شاهد مثال آوردن کشور «غنا» به نقد کشیده می‌شود؛ زیرا این کشور در دوره پسا استقلال- استقلال از بریتانیا- اقتصادداناتی مانند تونی کلیک و سر آرتور لوئیس را به‌عنوان مشاور در اختیار داشت، اما رهبر این کشور یعنی مکرومه در عمل نیازی به مشاوره نداشت (اوغلو و رایینسون،۱۳۹۵). پس دلیل شکست در کجا و در چه عاملی

نهفته است؟ پاسخ اوغلو و رایینسون (۱۳۹۵) در «نهادها»؛ آن‌ها با ذکر شواهد عینی و تجربی اثبات می‌کنند که این «نهادها» هستند که سبب شکست و موفقیت ملت‌ها می‌شوند، زیرا آن‌ها بر رفتارها و انگیزش‌ها در زندگی واقعی مؤثرند؛ استعدادهای فردی در تمام سطوح جامعه اهمیت دارند، اما آن‌ها برای آن‌که به نیرویی سازنده تبدیل شوند به چارچوبی نهادی نیاز دارند. البته در این میان «سیاست‌های نهادهای سیاسی» هستند که داشته‌های یک ملت را در زمینه نهادهای اقتصادی رقم می‌زنند؛ بنابراین بین «نهادهای سیاسی» و «نهادهای اقتصادی» تعامل وجود دارد. مهم‌ترین اشارات نهادی اوغلو رایینسون عبارتند از:۱- کیفیت نهادهای سیاسی و سیاست‌ها و برنامه‌های این نهادها بسیار بر شکست و توفیق یک ملت در نیل به رفاه و ثروت مهم است؛ ۲- نهادهای سیاسی و اقتصادی در مسیر شکست و پیروزی ملت‌ها در نیل به «توسعه» دارای تعامل متقابل هستند؛ ۳- در نظریه آن‌ها «تاریخ» مهم است؛ یعنی این‌که الگوهای «نهادی» که امروز در هر کشوری داریم به تاریخ و گذشته آن کشور مرتبط است یعنی از تاریخ و مسیر تاریخی آن کشور اثرپذیر است (همان)، اما چرا اوغلو رایینسون

(۱۳۹۵) معتقدند که نهادهای سیاسی مهم هستند، زیرا این «نهادهای سیاسی» هستند که داشته‌های یک ملت را در زمینه‌های «نهادهای اقتصادی» رقم می‌زنند؛ بنابراین برای فهم اثرگذاری نهادهای سیاسی، آن‌ها نهادها را به دودسته تقسیم می‌کنند: ۱- نهادهای اقتصادی استثمار کننده" و ۲- نهادهای اقتصادی فراگیر" (اوغلو،۱۳۹۵). استدلال به این صورت است که «کشورها از نظر موقعیت اقتصادی با هم متفاوتند، زیرا از لحاظ نهادها، قوانین مؤثر بر نحوه عملکرد اقتصاد و محرک‌های انگیزاننده افراد یکسان نیستند» (همان:۱۱۱)، شکل شماره(۱). نهادهای اقتصاد استثماری برای بیرون کشیدن درآمد و ثروت از دست زیرمجموعه‌هایی از جامعه به نفع یک زیرمجموعه دیگر طراحی می‌شوند، در مقابل «نهادهای اقتصادی فراگیر بازارهای فراگیر را به وجود می‌آورند. این امر نه‌تنها به افراد آزادی می‌دهند تا مشاغلی را دنبال کنند که بیشترین تناسب را با استعدادهایشان دارد، بلکه یک زمین‌بازی هم‌تراز فراهم می‌آورد تا در بستر آن، فرصت برای اعمال این آزادی مهیا شود»(اوغلو،۱۳۹۵: ۱۱۵). بر این اساس ملت‌ها زمانی شکست می‌خورند که «نهادهای اقتصادی استثماری» از طریق نهادهای سیاسی استثماری یا غیر فراگیر تقویت می‌شوند.

نمونه‌ای از نظام‌های اقتصادی غیرفراگیر که در آن نظم سنگین برای کار و تلاش بدون انگیزه برای نوآوری و کار خودجوش وجود دارد را می‌توان در ازبکستان و مثال اوغلو و رایینسون (۱۳۹۵) از «سلطان پنبه» شاهد بود. در ازبکستان پنبه حدود ۴۵ درصد از صادرات را تشکیل می‌دهد پس از فروپاشی روسیه در ۱۹۹۱ مزارع پنبه که برابر با ۲۰۴۸ مزرعه بودند بین مردم تقسیم شدند، شاید تصور آن باشد که از این زمان به بعد کشاورزان توانسته‌اند به‌گونه‌ای مستقل بکارند، اما وفق نظریه اوغلو و رایینسون؛ فرجی حاصل نشد؛ زیرا رئیس‌جمهور برای پنبه طرحی ارائه داد که مشخص می‌ساخت چه کسی چه میزان پنبه بکارد و آن را به چه قیمتی بفروشد.



نهادهای اقتصاد استثماری برای بیرون کشیدن درآمد و ثروت از دست زیرمجموعه‌هایی از جامعه به نفع یک زیرمجموعه دیگر طراحی می‌شوند، در مقابل «نهادهای اقتصادی فراگیر بازارهای فراگیر را به وجود می‌آورند. این امر نه‌تنها به افراد آزادی می‌دهند تا مشاغلی را دنبال کنند که بیشترین تناسب را با استعدادهایشان دارد، بلکه یک زمین‌بازی هم‌تراز فراهم می‌آورد تا در بستر آن، فرصت برای اعمال این آزادی مهیا شود». بر این اساس ملت‌ها زمانی شکست می‌خورند که «نهادهای اقتصادی استثماری» از طریق نهادهای سیاسی استثماری یا غیر فراگیر تقویت می‌شوند.



آن‌ها پنبه را بسیار ارزان به دولت می‌فروختند در چنین شرایطی کسی تمایل به کشت نداشت؛ اما دولت آن‌ها را مجبور کرد که ۳۵ درصد از اراضی خود را زیر کشت پنبه ببرند؛ اما این اجبار کشنده روحیه کار و نوآوری بود، در شرایطی که در سال ۱۹۹۱ حدود ۴۰ درصد مزارع توسط کمباین درو می‌شد در شرایط بهره‌کشی و اقتصاد استثماری کسی حاضر به خرید ماشین‌آلات و سموم دفع آفت نبود. در چنین شرایطی به اجبار رییس‌جمهور دستور کار اجباری برای مدارس صادر می‌کند راه‌حل کریموف بسیار برای خودش ارزان بود؛ استفاده از دانش آموزان به جای کمباین. پنبه در اواسط شهریور آماده درو می‌شود که با بازگشایی مدارس تقارن دارد، بنابر آمار در سال ۲۰۰۶ در اوایل سپتامبر، مدارس از ۲/۷ میلیون کودک خالی و معلمان به جای آموزش سرکارگرهایی برای جمع‌آوری پنبه هستند. کودکان برای جبران کمبود کمباین در سراسر کشور پراکنده می‌شوند و بیشتر از یک ماه به کار درو زیر نظر معلمان خود مشغول هستند و مزید بر آن چون کشاورزان به اجبار کشت می‌کنند، انگیزه‌ای برای دفع علف هرز ندارند باز با بخشنامه‌ای مشکل حل شده است که دانش آموزان در بهار باید آماده بیل زدن و وجین اجباری باشند. این نهاد اقتصادی استثماری از طریق یک نظم بسته سیاسی و نهاد انتخابات نمایشی حمایت می‌شود (رک اوغلو و رایینسون، ۱۳۹۵). نظام‌های استثماری اقتصادی می‌توانند نابودکننده انگیزه کار خودجوش، سخت‌کوشی و نوآوری که به‌مثابه موتور محرکه نظام اقتصادی عمل می‌کنند را فراهم نمایند؛ بنابراین آنچه سبب می‌شود کشاورز از یک از تکنولوژی کمباین استفاده نکند برخلاف مفروضات نظریه‌های نوسازی

فرهنگی نه فقدان فرهنگ پذیرش تغییرات، فقدان روحیه نوآوری، بلکه بر اساس نظریه اوغلو و رایینسون، وجود یک نهاد بهره‌کش و استثماری است که در آن رشد و تولید ثروت توسط یک بخش جامعه توسط بخش دیگر غارت می‌شود، اما ذیل قانون و بخشنامه باید ملاحظه نمود که «نظام و نهاد فراگیر» چگونه موجبات نوآوری را فراهم می‌آورد؛ نمونه بارز آن را می‌توان در آمریکا قانون ثبت اختراع را مثال زد، چرا که این قانون یک نهاد فراگیر بود، به‌گونه‌ای که هر کسی که فکر بکری و طرحی نو داشت، می‌توانست امتیازنامه اختراع دریافت کند. این قانون شرایطی به جود آورد که تا به امروز بر وضعیت آمریکا اثر گذاشته است. همین گشودگی و باز بودن ثبت اختراع سبب شد که ۴۰ درصد از مخترعین از خانواده فقر و با تحصیلات ابتدایی باشند. سیستم نهادی به حمایت مخترعین آمد؛ آن‌ها می‌توانستند اختراع خود را فروخته و یا از سیستم بانکی حمایت مالی دریافت کنند. این قانون نقطه شروع مسیری بود که آمریکا را طی آن به مبتکرترین اقتصاد جهان بدل نمود (رک اغلو و رایینسون، ۱۳۹۵). قانون ثبت اختراعات شرایط را برای «خلاقیت» و «نوآوری» فراهم می‌کند. از منظر نهادگرایی بخشی از تفاوت کشورها در نیل به توسعه و رفاه به کیفیت و فراگیربودن و غیر استثماری بودن نهادهای اقتصادی آن‌ها بستگی دارد. رشد و تولید در نظام‌های اقتصادی استثماری ناپایدار، بدون نوآوری و در مسیر فرسایش و خاموشی است، اما رشد ذیل نهادهای اقتصادی فراگیر پایدار، پویا و نوآورانه است. آن‌ها معتقدند که «نهادهای سیاسی» بسیار مهم هستند؛ چراکه در غیاب «نظام گشوده سیاسی» خطر «چرخه شوم» نهادها را تهدید

می‌کند. طی این فرایند، فرادستانی که قدرت را در اختیار دارند نهادها را برای اطمینان از تداوم قدرت خود سازمان‌دهی می‌کنند و این نوع از چرخه شوم منجر به استمرار نهادهای استعماری و تداوم توسعه‌نیافتگی می‌شود (همان: ۴۶۴)؛ بنابراین راه‌حل آن است که نهادهای استثماری به نهادهای فراگیر تبدیل شوند. محور نظریه اوغلو، پیوند میان نهادهای اقتصادی و سیاسی فراگیر و موفقیت اقتصادی است (همان: ۵۶۹). اگر چه نهادهای استثماری هم رشد را تشویق می‌کنند البته رشد ناشی از نهادهای استثماری ناپایدار است؛ زیرا رشد پایدار متأثر از دو عامل است: ۱- نوآوری؛ نوآوری از تخریب خلاق جدایی‌پذیر نیست؛ امری که در عرصه اقتصاد تازه را جایگزین کهنه و در عرصه سیاسی روابط قدرت را دستخوش بی‌ثباتی می‌کند ۲- بهره‌مندی عده‌ای تحت نهادهای استثماری به هزینه سایر بخش‌ها، قدرت سیاسی را طمع انگیز می‌سازد؛ در نتیجه ما شاهد بی‌ثباتی سیاسی هستیم (اوغلو، ۱۳۹۵: ۷۰-۵۶۹). «تغییرات عمده نهادی که لازمه تغییرات اقتصادی هستند به‌عنوان حاصل بر هم کنش میان نهادهای موجود و بزنگاه‌های حساس به وقوع می‌پیوندند»(همان:۵۷۰). «بزنگاه‌های حساس رخدادهای حساس و مهمی هستند که توازن اقتصادی و سیاسی موجود در یک جامعه یا در بسیاری از جوامع را دچار اختلال می‌کنند»(همان: ۴۷۱). در نتیجه «تاریخ» کلید است، زیرا این فرایندهای تاریخی هستند که از طریق فاصله‌گیری نهادی تفاوت‌هایی را ایجاد می‌کند که در خلال بزنگاه‌های حساس می‌توانند پیامدهای مهمی داشته باشند (همان:۵۷۳). وی استدلال می‌کند که تغییرات سطح خرد





نورث در توضیح توسعه انگلستان بعد از انقلاب ۱۶۸۸ معتقد است که در انگلستان ابتدا سه نهاد مهم شکل گرفت:۱- حفاظت از مالکیت خصوصی؛ ۲- حفاظت از ثروت و ۳- حذف حکومت مصادره گر بهره‌کش؛ به‌طورکلی تحولات نهادی در انگلستان به سمتی رفت که رفتار دولت کنترل شود، دولت دیگر آن مرجع خودکامه نبود که هر وقت خواست نرخ مالیات را افزایش دهد، هر مبلغی که تمایل داشت وام با بهره پایین بگیرد و به‌صورت دلخواه تقسیط و گاه از باز پرداخت آن تمرد کند. به عبارتی دولت «چموش» قبل از انقلاب متأثر از یک سری تحولات نهادی به‌تدریج «رام» شد.

بی‌فایده است، زیرا شکست‌های خرد نوک کوه یخ یا نشانه‌ای از مسائل بزرگ‌تر است که تحت نهادهای استثماری سربرآورده‌اند «تلاش برای مهندسی موفقیت اقتصادی بدون مواجهه با علت ریشه‌ای مسائل یعنی نهادهای استثماری و سیاستی که آن‌ها را پابرجا نگه می‌دارد، بعید است به ثمر بنشیند»(همان: ۵۹۴)؛ بنابراین کمک‌های خارجی هم بی‌فایده است، زیرا در چارچوب همین نهادهای استثماری بلعیده می‌شوند و از تمام این کمک‌ها ۱۰ الی ۲۰ درصد به اهداف تعیین شده می‌رسند (همان: ۹۶-۵۹۵). «ریشه فقر در دل همین نهادهاست و کمک‌های بین‌المللی در چارچوب همین نهادها صورت می‌گیرد»(همان: ۵۹۹) از نظر اوغلو محرک‌های گسترش نهادهای فراگیر عبارتند از: ۱- درجه‌ای از نظم متمرکز تا جنبش‌ها در حال چالش با رژیم موجود به وضعیت بی‌قانونی نیفتند، ۲-توجه به نهادهای سیاسی از پیش موجود؛۳- وجود نهادهای مدنی که برای پیگیری و هماهنگی مطالبات مردمی و ۵- استفاده از رسانه‌ها و تولید گسترده اطلاعات (همان: ۶-۶۰۵).

نظریه نهادگرایی داگلاس نورث۳:

جوهره نظریه نهادگرایی نورث را باید در کتاب «فهم فرایند تحول اقتصادی»^۴ دید. از نظر وی برای فهم تحول اقتصادی باید به مواردی از قبیل تغییر در کمیت و کیفیت جوامع بشری؛ تغییر در ذخیره دانش بشری بویژه دانشی که برای کنترل طبیعت به کار می‌رود و تغییر در چارچوب نهادی که ساختار انگیزشی عامدانه و هدفمند برای جامعه را معین می‌کنند (نورث، ۱۳۹۷: ۳۴). ساختار نهادی بر هزینه‌های معاملاتی و تولید تأثیر گذاشته و

ازاین‌رو تعیین‌کننده سودآوری و تعهدپذیری در فعالیت‌های اقتصادی و ساختار انگیزشی یک اقتصاد هستند (نورث، ۱۳۷۷: ۲۳). کلید فهم فرایند تحول اقتصادی، قصدمندی بازیگرانی است که عاملان تغییرات نهادی هستند و فهمی فراگیر از مسائل دارند. در سراسر تاریخ عصر کنونی رشد اقتصادی از روند مستمر و پیوسته برخوردار نبوده است؛ زیرا یا غایت بازیگران تأمین‌کننده رفاه جامعه نبوده یا فهم بازیگران از مسائل و دغدغه‌ها در حدی ناقص بوده که عملکرد برنامه‌های بازیگران به نحو افراطی از تمایلات و مقاصد آن‌ها فاصله گرفته است (نورث، ۱۳۹۷: ۳۷). اما از نظر نورث نهاد چیست؟ از نظر نورث نهادها در اصل انواعی از قراردادهای ابداع شده توسط انسان‌ها هستند که کنش متقابل انسانی را ساختارمند می‌کنند و متشکل از قوانین رسمی (قواعد، قوانین و قانون اساسی) و قوانین غیررسمی (برای مثال ارزش‌ها، عرف) و خصوصیات اجرایی آن‌ها تشکیل شده‌اند. وی در تفاوت نهادها و سازمان معتقد است اگر نهادها را قواعد بازی در نظر بگیریم، سازمان‌ها بازیگر هستند (نورث، ۱۹۹۴: ۳۶۰ به نقل از متوسلی و نیکو نسب‌تی، ۱۳۹۰: ۵۹). همچنین وی در این خصوص که نهادها چگونه ساخته می‌شوند، عقیده دارد که محرک فعالیت انسان‌ها تلاش برای کاهش نا اطمینانی‌هاست. انسان‌ها تلاش می‌کنند با استفاده از ادراک‌هایشان درباره جهان، محیطشان را ساختارمند کنند تا عدم اطمینان در تعاملات انسانی، کاهش یابد (نورث، ۱۳۹۷: ۱۴۱). از نظر نورث نهادها دو دست هستند:۱- نهادهایی که برای کنترل عدم اطمینان ناشی از محیط فیزیکی پدید آمده‌اند و ۲- نهادهایی که برای مدیریت محیط انسانی ایجاد شده‌اند (همان: ۴۲).

برای فهم تحول اقتصادی، نظم مهم است و «نظم» محصول ایجاد نهادهایی است که برای پیش‌بینی‌پذیری تعاملات بین انسان‌ها ایجاد شده‌اند؛ زیرا بی‌نظمی شبیه آنچه در نظام‌های سیاسی بسته و نظام‌های اقتصادی استثماری در نظریه اوغلو شاهد بودیم سبب می‌شود حق و امتیازات افراد در معرض دست‌درازی صاحبان قدرت بوده و ناپایدار باشند. شاید به همین دلیل باشد که از نظر نورث، «ایجاد چارچوب نهادی سنگ بنای متمدن شدن است»(نورث، ۱۳۹۷: ۵۲). یکی دیگر از مباحث مورد توجه در اندیشه وی تز وابستگی به مسیر^۵ است. وابستگی به مسیر یعنی شیوه‌ای که از طریق آن نهادها و باورهای برگرفته از گذشته بر انتخاب‌های فعلی ما تأثیر می‌گذارند. جوامعی که تجربیات گذشته‌شان آن‌ها را مقید کرده است که با بدگمانی و انزجار تغییر نوآورانه را مورد ملاحظه و تأمل قرار دهند، متفاوت از جوامعی هستند که میراث فرهنگی‌شان محیط و بستری مساعد برای چنین تحولی را فراهم کرده است. علت اصلی وجود چنین مواردی فرهنگی متنوعی مدل‌های ذهنی مشترک مشارکت‌کنندگان در هر یک از جوامع است (نورث، ۱۳۹۷: ۶۱-۶۰). وی با یک تعامل پیچیده میان فرایندهای شناختی، شکل‌گیری باورها و نهادها را توضیح می‌دهد و فرض علانیت را در اقتصاد متعارف به چالش می‌کشد و با طرح میراث فرهنگی مشترک به‌عنوان امری تاریخی برای فراهم شدن شکل‌گیری مدل‌های ذهنی مشترک در بین افراد به‌عنوان امری تاریخی و اجتماعی اشاره می‌کند. «نهادها بسیار مهم هستند، زیرا مشوق‌هایی فراهم می‌کنند که به انتخاب‌های انسان شکل می‌دهند»(همان:

۹۸). اگر نهادها را امری تاریخی تلقی کنیم، بنابراین «آینده» از این طریق به وضعیت «گذشته» یک جامعه پیوند می‌خورد «وابستگی به مسیر صرفاً به این معناست که انتخاب‌ها در حال حاضر توسط میراثی از نهادهای انباشت شده از قبل محدود می‌شود»(همان: ۱۰۲). اگر چه انسان‌ها قدرت تغییر نهادها و مسیر تاریخی خود را دارند، اما باید پذیرفت که این یک واقعیت است که بخش اعظم تحول فرایند، تدریجی و محصور به گذشته است. یک وجه مهم دیگر نهادها «ساختار انگیزشی» تعبیه شده در درون آن‌ها است؛ اگر «اگر مشوق‌ها به دزدی پاداش دهند، آنگاه نتیجه و محصول دزدی خواهد بود»(همان: ۱۳۳). نورث با طرح مفاهیم نظام دسترسی آزاد و نظام دسترسی محدود چگونگی عملکرد متفاوت نظام اقتصادی را توضیح می‌دهد. نظم دسترسی محدود نظامی است که دولت با محدود کردن ورود رقبا رانتهایی ایجاد می‌کند تا ثبات و نظم اجتماعی فراهم شود. افرادی که رانت دریافت می‌کنند در جهت حفظ رانت از حکومت فعلی حمایت می‌کنند. وی دولت در شرایط دسترسی محدود را «دولت طبیعی» می‌نامد. دولت طبیعی پیامد گرایش به کنترل خشونت و افزایش تخصص و مبادله است در نظام دسترسی محدود^۶ راه ورود عموم به قدرت سیاسی و فعالیت اقتصادی بسته است و مزایا در اختیار نخبگان خاص قرار دارد؛ اما در نظام دسترسی باز^۷، دولت به جای خلق رانت، از طریق رقابت سیاسی و اقتصادی نظم اجتماعی را حفظ می‌کند. نهادهای سیاسی و اقتصادی امکان فعالیت آزاد را برای همه آحاد جامعه فراهم می‌کنند. در نظم دسترسی آزاد، هر سازمانی با هر هدف اولیه‌ای که داشته باشد به‌راحتی می‌تواند با قوانین و مقررات انطباق یابد تا به منافع اعضای خود خدمت کند. رقابت سیاسی باعث تقویت رقابت اقتصادی و رقابت اقتصادی باعث تقویت رقابت سیاسی می‌شود؛ زیرا نهادهای سیاسی محصول تکثرگرایی در توزیع قدرت سیاسیند و همین امر متضمن حقوق مالکیت

برای آحاد جامعه است (نورث و همکاران، ۱۳۹۷). نورث در توضیح توسعه انگلستان بعد از انقلاب ۱۶۸۸ معتقد است که در انگلستان ابتدا سه نهاد مهم شکل گرفت: ۱- حفاظت از مالکیت خصوصی؛ ۲-حفاظت از ثروت و ۳- حذف حکومت مصادره‌گر بهره‌کش؛ به‌طورکلی تحولات نهادی در انگلستان به سمتی رفت که رفتار دولت کنترل شود، دولت دیگر آن مرجع خودکامه نبود که هر وقت خواست نرخ مالیات را افزایش دهد، هر مبلغی که تمایل داشت وام با بهره پایین بگیرد و به‌صورت دلخواه تقسیط و گاه از باز پرداخت آن تمرد کند. به عبارتی دولت «چموش» قبل از انقلاب متأثر از یک سری تحولات نهادی به‌تدریج «رام» شد (نورث). در نهایت بر اساس نظریه توازن دوگانه نورث و همکارانش (۱۳۹۶)؛ سونگ یو معتقد است که یک نظام دسترسی باز زمانی تثبیت می‌شود که در یک مجموعه نهادی در همه نظام‌ها دسترسی باز به‌صورت متقابل تقویت شود؛ به این معنی که تثبیت یک نظام دسترسی باز تنها مستلزم نهادهای رسمی دموکراسی و اقتصاد بازار نیست، بلکه به نظام‌های اعتقادی مشترک شهروندان در بازار، برابری

و فراگیری جامعه مدنی پرتحرک و احزاب سیاسی رقیب هم نیاز دارد (سونگ یو، ۱۳۹۶: ۴۸۸). مقایسه کره جنوبی با تایوان و فیلیپین در این خصوص آموزنده است. تا اواخر دهه ۱۹۶۰ یعنی در فاصله سال‌های ۱۹۵۳ تا ۱۹۷۰ فیلیپین درآمد سرانه بالاتری نسبت به کره جنوبی و تایوان داشت، اما پس از آن در طول چند دهه فیلیپین به‌تدریج با فاصله زیادی از کره جنوبی جای ماند؛ علت را باید در کجا جستجو نمود؟ پاسخ سونگ یو (۱۳۹۶) در تحولات نهادی است، چرا که در طی زمان از اواخر دهه ۶۰ تاکنون کره جنوبی در مسیر پیشرفت دموکراسی و گشودگی سیاسی حرکت نموده و برخلاف آن فلیپین در مسیر فرو بستگی سیاسی. گزارش‌های مختلف بین‌المللی نشان می‌دهند که در فاصله سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۸ فیلیپین فساد اداری و سیاسی بیشتری نسبت به کره و تایوان تجربه کرده است (همان: ۴۹۱). همان‌گونه که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود، فساد در ابعاد مختلف – پرداخت رشوه و فساد به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مشکلات صاحبان کسب‌وکارها-در فیلیپین چندین برابر کشور کره است.



|| مهر و موم کردن منشور بانک انگلستان (۱۶۹۴) توسط لیدی جین لیندزی (ملکه انگلستان)، پس از انقلاب مالی بریتانیا در سال ۱۶۸۸ ||

جدول شماره (۱) شاخص‌های فساد در کره، تایوان و فیلیپین (منبع: نورث و همکاران،۲۰۰۳:۱۳۹۶)

کشور	پرداخت رشوه (درصد) ۲۰۰۴	مشکل کسب‌وکارها (درصد) ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸
تایوان	۲	۳
کره	۳	۵/۴
فیلیپین	۱۷/۸	۲۲/۴

- توضیح جدول بالا:

* پرداخت رشوه (۲۰۰۴)، درصد متوسط افرادی که اعضای خانواده آن‌ها در خلال بیست ماه گذشته به کارکنان دولتی رشوه داده‌اند؛ به نقل از سازمان بین‌المللی شفافیت، پیمایش سنجش جهانی فساد ۸-۲۰۰۴.

* مشکل کسب‌وکارها (۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸)، درصد متوسط صاحبان کسب‌وکاری که از میان ۱۵-۱۴ عامل مطرح، فساد را به‌عنوان بزرگ‌ترین مشکل کسب‌وکار اعلام کرده‌اند؛ به نقل از مجمع جهانی اقتصاد، گزارش رقابت‌پذیری ۸-۲۰۰۳.

بنابراین برای نیل به توسعه، قبل از رفتن به سراغ تخطئه فرهنگی مردم در جوامع و کشورهای مختلف بر اساس تئوری‌های نوسازی و گزاره‌های شرق شناسانه منتج از آن‌ها، باید به سراغ نهادهای رفت و تحول نهادی در مسیر توسعه را آغاز نمود.

به بهانه نتیجه‌گیری (درس‌هایی برای ایران)

در این مقاله تلاش ما بر آن بوده است تا ضمن معرفی نهادگرایی نورث و اوغلو به نمونه‌ای از شواهد جهانی که مؤید مدعیات این نظریه هستند اشاره کنیم. در ادامه بر این موضوع متمرکز خواهیم شد که چگونه در ایران می‌توان از منظر نهادگرایی، برای توسعه مسیری ترسیم نمود و یا مشکلات و مسائل توسعه‌ای از منظر نهادگرایی، کدام مواردند؟ در کشور ما مداخلات توسعه‌ای زیادی صورت گرفته است و برای دستیابی به رفاه، ایجاد درآمد و اشتغال در قالب سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای، راهبردها و سیاست‌های گوناگونی معرفی شده است. این سیاست‌ها

توسعه‌گرا» متمایل شده است، اما در این شرایط نباید غافل بود که به تعبیر جان مایر در این زمینه خطر «تقلید طوطی‌وار ساختاری» در کمین اهداف، برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه‌ای وجود دارد؛ زیرا توسعه با تنظیم و ابلاغ برنامه‌های توسعه حاصل نمی‌شود، برای توسعه باید «نهادهای فراگیر»- نهادهای رسمی و غیررسمی- داشت؛ نهادهایی که مشوق مولدان واقعی ثروت و ایده‌های نوآورانه باشند نه نهادهای استثماری که با گرفتن حاصل و دسترنج کنشگران فعال و سخت‌کوش در بخشی از جامعه به نفع بخشی دیگر که دسترسی به قدرت و نهادهای سیاسی دارند فراهم نمایند با وجود نهادهای «استثماری» رشد و تولید ناپایدار و شکننده ممکن است، اما رشد پایدار و خلاقانه و نوآورانه در حد یک رؤیا باقی خواهد ماند؛ به‌عنوان‌مثال در برخی از اجتماعات محلی ایران در ۷۰ سال اخیر قیمت یا اجرت آب- بهای آب از جانب کشاورز به تهیه‌کننده آب یعنی مالک چاه یا ایستگاه پمپاژ- از یک‌دهم به یک‌پنجم و در سال‌های اخیر در برخی از موارد به یک‌سوم و حتی در مواردی به تحریم مطلق به‌منظور اجاره زمین‌های کشاورزان خرده‌پا شده است. در این مثال ما شاهد «تغییر نهاد حق آب» از یک نهاد فراگیر به نهادی استثماری هستیم، این فرجه کنشگری کشاورزان خرده‌پا را کاهش داده و به انتقال ثروت به‌صورت ناعادلانه از یک بخش به بخش دیگر کمک می‌کند با اندکی مذاقه می‌توان ده مورد را مثال زد که فقط یک «شکل نهادی» توسعه‌گرا هستند، اما به لحاظ عملکردی در مسیر توسعه قرار ندارند، اما باید پرسید چرا این شکاف در بین «اهداف» و «دستاوردها» وجود دارد؟ ساده‌ترین پاسخ ممکن برای تحقق اهداف و کاهش فاصله بین «اهداف» و «دستاوردها»، اصلاح «نهادی» است. البته اصلاحات نهادی و تأسیس نهادهای مقدم توسعه به معنای تقلید و به عاریت گرفتن نهادهای از سایر کشورهای پیشرفته نیست؛ خطایی که از آغاز اندیشه نوین توسعه در ایران تا به امروز با آن مواجهه هستیم.

شاید بهترین نمونه برای تقلیدهای عاریتی در ایران را بتوان در سازوکار تعاون و اندیشه تعاون ملاحظه نمود. اندیشه تأسیس بخش تعاون در ایران همزمان با آغاز به کار خود، ظرفیت و قابلیت تاریخی- اجتماعی که به‌مثابه یک میراث عظیم در پشت سر خود داشت را نادیده گرفت و شروع به تصویب آیین‌نامه‌ها و قوانینی نمود که چندان با «روح و روحیه تعاون» در جغرافیایی تاریخی، فرهنگی و اجتماعی ایران سازگار نبود. تصمیم سازان و مجریان توسعه به‌گونه‌ای عمل نمودند که انگار برای نخستین بار است که ایرانیان قراراست در یک همبستگی پیشبرانه و یاریگرانه، فعالیتی دسته‌جمعی در قالب کنش اقتصادی انجام دهند، غافل از این‌که روح این جامعه، تاریخ و فرهنگ آن سرشار از نهادهای یاریگرانه می‌توانست موجب رونق و شکوفایی شود. استاد مرتضی فرهادی در آثار مختلف خود فرهنگ یاری‌گری یا تعاون را در فرهنگ ایرانی به تصویر کشیده است. یکی از آثار درخشان ایشان «واره» است؛ در قالب واره

جمعیتی چندمیلیونی از زنان ایرانی با داشته‌های اندک خود هم به کنشگری اقتصادی مشغول بودند و هم تولیدات لبنی داشتند (ر.ک فرهادی، ۱۳۹۷). از منظر نهادی سؤالی که در ارتباط با پایداری و دوام «واره» می‌توان پرسید این است که چرا واره دوام آورده بود؟ بخشی از آن به تناسب با زیست‌بوم- اجتماعی و فرهنگی- است و بخشی از آن به فراگیر بودن و عادلانه بودن مناسبات درون «واره» است؛ در درون واره بهره‌کشی استثماری و مناسبات بهره‌کشانه وجود ندارد. منظور از مثال آوردن واره «آن است که سیاست‌گذاران توسعه‌ای به تعبیر جان مایر جامعه‌شناس در دام «تقلید طوطی‌وار ساختاری» نیفتند (مایر و همکاران، ۱۹۹۷ به نقل از اندروز و همکاران، ۱۳۹۸)؛ یعنی صرف تأسیس نهادهای خوب به‌تنهایی کافی نیست، تقلید طوطی‌وار به تعبیر اندروز و همکارانش (۱۳۹۸) «شکل» را جایگزین «کارکرد» می‌کند. در این زمینه در کشور می‌توان بسیاری از نهادهای رسمی مثل «قانون کار»، «بیمه بیکاری»، «قانون ثبت اختراعات» و... را مثال

زد؟ اگر چه ظاهر بسیار مدرنی دارند و در خیلی از کشورهای پیشرفته اجرایی شده و با خود پیامدهای مطلوب فراوانی به همراه داشته‌اند. باید دید آیا قانون ثبت اختراعات در کشور ما توانسته است، سهم اقتصاد دانش‌بنیان را در کل اقتصاد تغییر دهد؟ آیا منجر به کاهش نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان شده است؟ آیا قانون ثبت اختراعات توانسته است وابستگی بودجه به نفت را کاهش دهد؟ اگر پاسخ «نه» است؛ یعنی ما فقط یک «نهاد» شبیه نهادهای موفق طراحی و تأسیس کرده‌ایم و لزوماً این شکل با خودش کارکرد موفق به همراه ندارد. سیاست‌های «بنگاه‌ها و مشاغل خرد» و «اعتبارات خرد» همچنین ایده مشاغل خانگی» را باید به نظر اندروز و همکاران (۱۳۹۸) از دو منظر ارزیابی نمود: میزان تبعیت از دستور کار و کارکرد، یعنی این‌که آیا خلق نهادهای جدید فقط سازوکارهای اداری و بوروکراتیک را متفاوت یا تشدید می‌کند یا این‌که تولیدات و برون دادهای یک سازمان را ارتقاء می‌دهد؛ یعنی این‌که آیا سیاست «بنگاه‌ها و مشاغل خرد»



|| تصویر روی جلد کتاب «واره» (درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعادن)، اثر استاد دکتر مرتضی فرهادی ||



توسعه یا **تنظیم و ابلاغ برنامه‌های توسعه** حاصل نمی‌شود، برای توسعه باید «**نهادهای فراگیر**»- **نهادهای رسمی و غیررسمی**- داشت؛ **نهادهایی که مشوق مولدان واقعی ثروت و ایده‌های نوآورانه باشند نه نهادهای استثماری که با گرفتن ماحصل و دسترنج کنشگران فعال و سخت‌کوش در بخشی از جامعه به نفع بخشی دیگر که دسترسی به قدرت و نهادهای سیاسی دارند فراهم نمایند با وجود نهادهای «استثماری» رشد و تولید ناپایدار و شکننده ممکن است، اما رشد پایدار و خلاقانه و نوآورانه در حد یک رؤیا باقی خواهد ماند.**

توانسته است به کاهش نرخ بیکاری و فقر منجر شود یا نه؟ اگر «نه» یعنی ما فقط یک‌شکل «نهادی» را تقلید کرده‌ایم بدون توجه به عملکرد؛ پس در موضوع نهاد و نهادهای فراگیر حامی توسعه، نباید در دام تقلیدهای طوطی‌وار ساختاری افتاد. اندروز و همکاران (۱۳۹۸) به دو تله‌هایی اشاره می‌کنند که دولت‌ها را عقب نگه می‌دارند. این تله‌ها عبارتند از: تقلید طوطی‌وار یعنی وضعیت که دولت‌ها بهترین سیاست‌ها و سرمشق‌ها را از کشورهای توسعه‌یافته دنیا کپی می‌کنند تا خود را قابلیت‌دار جلوه دهند و به عبارتی ژست توسعه‌ای می‌گیرند و تحمیل بار بی‌موقع یکی دیگر از این تله‌ها است. در این وضعیت سیاست‌گذاران و مجریان به سراغ راهبردها و سیاست‌هایی می‌روند که توان کارکردن با آن‌ها را نذارند. در فضای سیاست‌گذاری توسعه‌ای کشور موارد زیادی وجود دارد که تنها با خلق شکل‌های نهادی جدید، یا اجرایی شدن و عملیاتی شدن نهاده‌ا و سیاست‌های موجود با جهت‌گیری عملکردی (ر.ک. اندروز و همکاران، ۱۳۹۸) می‌توانند به توسعه و رفاه جامعه کمک کنند. نخستین موضوعی که در بحث نهادگرایی در خصوص کسب‌وکارها و فعالیت‌های اقتصادی در ایران می‌توان مطرح نمود. برای این‌که توسعه در ایران محقق شود، به تعبیر اوغلو و رابینسون، نباید به سراغ نوک کوه یخ رفت؛ مسائلی مانند پرداخت وام‌های خرد، برای مشاغل خانگی، طرح‌های توسعه‌ای، بدون انجام اصلاحات نهادی به بی‌راهه رفتن است. در جامعه‌ای که نهاده‌ا و نظام‌های اقتصادی فراگیر باشند، فرصت را برای کار و تلاش همگانی فراهم می‌کنند. در حال حاضر آنچه تحت عنوان ضعف فرهنگ کار از آن یاد می‌شود، قبل از

آن‌که به تمایل و عدم تمایل به کار باشد، به ماهیت نهاده‌ا و فراگیر و غیر فراگیر بودن نظام‌ها و نهادهای اقتصادی برمی‌گردد. در شرایطی که کار مولد پاداش متناسب دریافت نکند، کارآمدترین نهاده‌ا و مولدترین مشاغل به خاموشی می‌گیرند. غلبه نهادهای غیر فراگیر در حوزه‌های مختلف موجب تضعیف روحیه سخت‌کوشی و گسترش بیکاری شده است، در این خصوص می‌توان این پرسش را مطرح نمود که چرا با وجود کوشندگی و سخت‌کوشی در بسیار از مناطق کشور، فعالیت‌های اقتصادی شهروندان به رفاه حداقلی منجر نمی‌شود؟ نمونه‌ای از این فعالیت‌ها را می‌توان در صنعت فرش‌بافی و کنش اقتصادی بافندگان، شاهد بود؛ چرا که فرش به‌عنوان محصول نهایی زنان بافنده در استان‌های زاگرس‌نشین خاصه استان‌های ایلام و لرستان در طی سه دهه اخیر با کسری از قیمت ملی و جهانی از بافندگان خریده می‌شود (ر. ک ایار ۱۳۹۹ و ۱۴۰۴). چنین وضعیتی مصداق وجود نهادهای اقتصادی استثماری در نظریه اوغلو و رابینسون است که ثروت تولید شده توسط بخشی از جامعه در قالب قانون و حق بالادستی توسط بخش دیگر غارت می‌شود. چنانچه در هر حوزه‌ای بخواهیم فضای کسب‌وکار را گسترش دهیم، باید به فکر خلق نهادهای فراگیر باشیم. همچنین یکی از نهادهای فراگیری که می‌تواند بر اساس نهادگرایی در ایران به آن توجه داشت، قانون ۶۶ ماده‌ای «ثبت اختراعات» مصوب سال ۱۳۸۶ است. اگر چه بر روی کاغذ حقوقی برای مخترعین در نظر گرفته شده است، اما مانند قانون ثبت اختراع در کشورهای پیشرفته دنیا نتوانسته است به‌مثابه مشوقی برای نوآوری و خلاقیت عمل کند. اگر چه با اجرایی شدن این قانون

مواد اولیه و محصولات، ۲- دشواری تأمین مالی از بانک‌ها و ۳- بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار را نامناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی نموده‌اند (پایش ملی محیط کسب‌وکار ۱۴۰۲). خلاصه آن‌که برای نیل به توسعه‌ای از منظر نهادگرایی نیاز به نهادهای فراگیر اقتصادی و سیاسی داریم.

از نظر اوغلو محرک‌های گسترش نهادهای فراگیر عبارتند از:
۱- درجه‌ای از نظم متمرکز تا جنبش‌ها در حال چالش با رژیم موجود به وضعیت بی‌قانونی نیفتند،
۲-توجه به نهادهای سیاسی از پیش موجود،
۳- وجود نهادهای مدنی که برای پیگیری و هماهنگی مطالبات مردمی و ۴- استفاده از رسانه‌ها و تولید گسترده اطلاعات (اوغلو و رابینسون، ۱۳۹۶: ۶-۶۰۵). تجربه کشورهایی که از وضعیت توسعه‌نیافتگی به سطحی قابل‌قبول از توسعه رسیده‌اند، کشورهایی بوده‌اند که اصلاحات نهادی بنیادینی را تجربه کرده اند. به‌عنوان نکته نهایی باید اشاره شود که در طراحی نهادهای فراگیر توجه به تاریخ و پتانسیل فرهنگی (فرهادی، ۱۳۹۷) در یک جامعه امری اجتناب‌ناپذیر است؛ خطری که امروز نهادگرایی را تهدید می‌کند «تقلید طوطی‌وار ساختاری» به تعبیر جان مایر و «قلمه زدن‌های جاهلانه» به تعبیر اندروز و همکارانش (۱۳۹۸) است. در هر جامعه‌ای نهاده‌ا و نسق‌هایی وجود دارند که شاید از منظر مداخله‌گران و مجریان توسعه‌ای امروزی‌ن نباشند، اما در خلق ثروت‌های خرد به شیوه‌های باری‌گرانه و عادلانه نسبت به بسیاری از طرح‌ها و نهادهای عاریتی موفق‌تر عمل می‌کنند؛ بنابراین می‌توان استدلال کرد که به همان اندازه که تفسیرهای فرهنگی در مظان خطا و به بیراهه رفتن هستند، تحلیل‌های نهادگرایانه و طراحی سیاست‌های عمل‌گرایانه مبتنی بر آن‌ها نیز

برای ایجاد رفاه خطرآفرین باشند. خلاصه آنکه اگر خواهان توسعه و دستیابی به رفاه هستیم، باید نهادهای فراگیر متناسب با جهت‌گیری عملکردی طراحی نماییم. ***|||***

منابع:

- اندروز، مت؛ پریچت، لنت و وولکاک، مایکل (۱۳۹۸) توسعه به‌مثابه توانمندسازی حکومت، ترجمه جعفر خیرخواهان و مسعود درودی، تهران: انتشارات روزنه.
- ایار، علی و عنبری، موسی (۱۴۰۲) از گردو تا اوکالیپتوس: روایتی مردم نگارانه از فرسایش اجتماعات محلی در ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۱۰۱ صص: ۷۳-۲۹.

- ایار، علی (۱۳۹۹) تبیین جامعه‌شناختی اخلاق عملی (نسبت اخلاق با ارزش‌های توسعه‌ای)، رساله دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

- باریر، ویلیام جی. (۱۳۷۰)، سیر اندیشه‌های اقتصادی، ترجمهٔ حبیب‌الله تیموری، تهران: آموزش انقلاب اسلامی.

- ترکارانی، مجتبی (۱۴۰۳) تداخل حافظه و فراموشی در نهادگرایی فرهنگی مری داگلاس، سپهر اقتصاد کرمان، ش ۲۴ و ۲۵، صص ۶۹-۶۴.

- جعفری، علی؛ دهقان نژاد، مرتضی و اله یاری،

فریدون (۱۳۹۵) فرآیند قدرت‌گیری رضاخان با رویکرد نهادگرایی، فصلنامه علمی و پژوهشی تاریخ اسلام و ایران، ش ۳۲، صص ۶۰-۳۳.

- رضا قلی، علی (۱۳۷۳) جامعه‌شناسی خودکامگی: تحلیل جامعه‌شناسی ضحاک ماردوش، تهران: نشرنی.
- زاهدی، نساء و سرپرست سادات، سید ابراهیم (۱۳۹۷) اقتصاد سیاسی ایران از منظر نونهادگرایی، فصلنامه علمی مطالعات الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، (۶) ۱۱: ۱۳۱-۱۰۵.

- سونگ یو، جونگ (۱۳۹۶) گذار از یک نظام دسترسی محدود به یک نظام دسترسی باز مورد کره جنوبی، در سایه خشونت ویراستاران نورث، دی. سی؛ والیس، جان جی؛ وب، اس.بی و بی آر وینگاست، ترجمه محسن میردامادی و محمد حسین نعیمی پور، تهران: انتشارت روزنه، صص ۴۹۸-۴۵۳.
- غفاری، مسعود و رادمرد، محمد (۱۳۹۳) نهادگرایی در توسعه و چرایی سقوط نظام پهلوی، فصلنامه سیاست، ش ۴، صص ۹۸۸-۹۶۹.

- فاطمی امین، زین؛ یوسفی، علی و اکبری، حسین (۱۳۹۶) رابطه عملکرد نهادی و خروج نخبگان از کشورهای درحال‌توسعه و کمتر توسعه‌یافته (تحلیل نهادی تطبیقی ۱۰۰ کشور مبدأ)، مجله تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی، ش ۷۲/۴، صص ۱۳۵-۱۳۸.

- فاطمی امین، زینب؛ یوسفی، علی و اکبری، حسین (۱۳۹۶) رابطه عملکرد نهادی و خروج نخبگان از کشورهای درحال‌توسعه و کمتر توسعه‌یافته (تحلیل نهادی تطبیقی ۱۰۰ کشور مبدأ)، مجله تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی، ش ۷۲/۴، صص ۱۳۵-۱۳۸.

- کاتوزیان، محمدعلی (۱۳۸۷) جامعه کوتاه‌مدت، ترجمه: عبدالله کوثری، نشریه ادبیات و زبان ه:

- مرکز پژوهش‌های اتاق ایران (۱۴۰۲) پایش ملی محیط کسب‌وکار ۱۴۰۲، مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی و پایش اصل ۴۴، دوره بیست و هفتم.

- مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۸) وضعیت ایران در گزارش انجام کسب‌وکار بانک جهانی سال ۲۰۲۰، معاونت پژوهش‌های اقتصادی، دفتر مطالعات اقتصادی، گزارش شماره: ۲۰۱۶۷۰۰.

- مؤمنی، فرشاد و نایب، سعید (۱۳۹۳) تبیین آینده اقتصاد ایران: تطبیق چهارچوب نظری نهادگرایی جدید با الگوی مبتنی بر سناریو، اقتصاد تطبیقی، ش ۱، صص ۱۶۱-۱۹۵.

- نایب، سعید (۱۳۹۵) ویژگی‌های تبیین در دستگاه نظری نهادگرایی جدید، اقتصاد تطبیقی، ش ۱، صص ۶۱-۸۳.

- نودری، عزت الله (۱۳۹۳) تاریخ اجتماعی ایران از آغاز تا مشروطیت، تهران: انتشارات خجسته.

- نورث، داگلاس؛ والاس، ژان جوزفو وینگاست، باری، ار (۱۳۸۵). چارچوب مفهومی برای تفسیر تاریخ مکتوب بشری، ترجمه: جعفر خیرخواهان، اقتصاد سیاسی تحول هم جانبه، شماره ۳، صص ۹۲-۱۵۱.

- نورث، دی. سی؛ والیس، جان جی؛ وب، اس.بی و بی آر وینگاست (۱۳۹۶) نظام‌های دسترسی محدود مقدمه‌ای بر چارچوب مفهومی، در سیاست، اقتصاد و مسائل توسعه در سایه خشونت ویراستاران نورث، دی. سی؛ والیس، جان جی؛ وب، اس.بی و بی آر وینگاست، ترجمه محسن میردامادی و محمد حسین نعیمی پور، تهران: انتشارت روزنه، صص ۵۸-۲۳.

- فرهادی، مرتضی (۱۳۸۶) واره: درآمدی به مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی تعاون، تهران: شرکت سهامی انتشار.

- Hacker, jacob (2002) The Divided Wal-fare state: The Battleover public and private sociala benefits the United state.Cambridge: Cambridge University press

چرا ایران توسعه نیافت؟

تحلیل تطبیقی توسعه غرب و مسیر توسعه همه جانبه ایران



این مطالعه با رویکردی آکادمیک و بی طرف، عوامل موفقیت غرب را بررسی کرده، چالش های ایران را تحلیل می کند و مسیری برای توسعه همه جانبه پیشنهاد می دهد که ریشه در فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط زیست دارد و دعوتی است به تأمل و اقدام برای آینده ای شکوهمند.



/// چکیده

چرا کشورهای غربی در علم، فناوری و اقتصاد پیشتاز شدند، درحالی که ایران با پیشینه تمدنی غنی در مسیر توسعه با چالش هایی مواجه است؟ این مطالعه با رویکردی تاریخی-تطبیقی، عوامل کلیدی توسعه غرب را بررسی کرده و موانع توسعه ایران را در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی تحلیل می کند. در نهایت، مسیر توسعه همه جانبه ایران با راهکارهای عملی و مبتنی بر شواهد پیشنهاد می شود. هدف، ارائه چارچوبی علمی برای سیاست گذاری و اقدام در راستای پیشرفت پایدار ایران است.

مقدمه

ایران، سرزمینی با تاریخ درخشان و پتانسیل های بی نظیر، گوهری است که می تواند در عرصه جهانی بدرخشد، اما چرا غرب از قرون وسطی به قله های پیشرفت رسید، درحالی که ایران در مسیر توسعه با موانعی مواجه شد؟ این پرسش، محور تحلیل های علمی متعددی بوده است. این مطالعه با رویکردی آکادمیک و بی طرف، عوامل موفقیت غرب را بررسی کرده، چالش های ایران را تحلیل می کند و مسیری برای توسعه همه جانبه پیشنهاد می دهد که ریشه در فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط زیست دارد و دعوتی است به تأمل و اقدام برای آینده ای شکوهمند.

روش شناسی

این مطالعه از روش تحلیل تاریخی-تطبیقی بهره می برد. با بررسی مسیر توسعه غرب و شرایط کنونی ایران، چارچوبی علمی برای شناسایی موانع و ارائه راهکارها طراحی شده است. تحلیل بر اساس مدل های توسعه و مقایسه تجارب جهانی شکل گرفته و بر ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی تمرکز دارد.

عوامل توسعه غرب: تحلیل تاریخی

توسعه غرب نتیجه فرایندی چندبعدی است که در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی ریشه دارد. این بخش مراحل کلیدی این فرایند را بررسی می کند، جدول شماره (۱).

* توسعه فرهنگی غرب: رنسانس و بیداری فکری

در قرن های ۱۴ و ۱۵، رنسانس اروپا را از خواب قرون وسطی بیدار کرد. دانشمندان چون گالیله و کوپرنیک با پرسشگری علمی، پایه های عقل گرایی را بنا نهادند. این جنبش، فرهنگ پرسشگری و خلاقیت را نهادینه کرد و توسعه فرهنگی را به موتور پیشرفت تبدیل نمود.

* توسعه اجتماعی غرب: پروتستانسیسم و مشارکت شهروندی

جنبش پروتستانسیسم در قرن ۱۶ با تأکید بر اخلاق کاری و استقلال فردی، ساختارهای اجتماعی را متحول کرد. این تحول، جامعه ای پویا ساخت که افراد در آن انگیزه ای قوی

برای مشارکت و نوآوری داشتند.

* توسعه اقتصادی غرب: انقلاب صنعتی و بازار آزاد

انقلاب صنعتی در قرن ۱۸ با اختراع ماشین بخار و گسترش صنعت، اقتصاد غرب را به اوج رساند. ثبات سیاسی و بازارهای رقابتی، بستری برای شکوفایی اقتصادی فراهم کردند که خلاقیت و کارآفرینی را تقویت نمود.

* توسعه اجتماعی غرب: شهروندی و نهادهای مدنی

انقلاب های آمریکا و فرانسه در قرن ۱۸ مفهوم شهروندی را معرفی کردند. این تحول با ایجاد نهادهای مدنی و فرصت های مشارکت، توسعه اجتماعی را به سطحی جدید رساند و حس مسئولیت جمعی را تقویت کرد.



دکتر سعید کیان پور

عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور تهران

*** توسعه زیست‌محیطی غرب: پایداری و حفاظت از طبیعت**

از دهه ۱۹۸۰، غرب با تمرکز بر توسعه پایدار، حفاظت از محیط‌زیست را در اولویت قرار داد. استفاده از انرژی‌های پاک و مدیریت منابع، توسعه زیست‌محیطی را به بخش جدایی‌ناپذیر پیشرفت تبدیل کرد.

موانع توسعه ایران: تحلیل چالش‌ها

ایران با پتانسیل‌های فرهنگی، انسانی و طبیعی، در مسیر توسعه با موانعی مواجه است. این بخش، چالش‌ها را در چهار بعد کلیدی بررسی می‌کند.

* موانع توسعه فرهنگی: ایستای فکری

ایران سرزمین شاعران و دانشمندان، گنجینه‌ای از فرهنگ دارد، اما فقدان جنبش‌های فکری فراگیر مانند رنسانس، پویایی فرهنگی را

محدود کرد. تأکید بیش از حد بر دستاوردهای گذشته، فرصت‌های نوآوری را کاهش داد. با این حال استعدادهای ایرانی آماده‌اند تا بار دیگر فرهنگ را به صحنه جهانی بازگردانند.

* مانع توسعه اجتماعی: محدودیت‌های مشارکت مدنی

در غرب، نهادهای مدنی به‌عنوان ستون‌های مشارکت عمل کردند. در ایران رشد نهادهای مدنی و فرصت‌های مشارکت به دلیل پیچیدگی‌های ساختاری، کند بوده است. این محدودیت، توسعه اجتماعی را با چالش مواجه کرده، اما پتانسیل بالای جامعه ایرانی برای مشارکت نویدبخش آینده‌ای روشن است.

*** مانع توسعه اقتصادی: وابستگی به منابع طبیعی** اقتصاد ایران به درآمدهای نفتی وابسته است که نقش دولت را در اقتصاد پررنگ و بخش

خصوصی را تضعیف کرده است. این ساختار مانند باری سنگین، مانع از شکوفایی کارآفرینی و رقابت شد، اما ظرفیت‌های اقتصادی ایران می‌توانند با تنوع‌بخشی، موتور توسعه شوند. *** مانع توسعه زیست‌محیطی: فشار بر منابع طبیعی** منابع طبیعی ایران از جنگل‌های هیرکانی تا کویرهای پهناور، گنجینه‌ای بی‌نظیرند، اما مدیریت ناکافی منابع و تغییرات اقلیمی، توسعه زیست‌محیطی را تهدید می‌کند. با این حال، فناوری‌های نوین می‌توانند این چالش را به فرصتی برای پایداری تبدیل کنند.

توضیح مدل مقایسه غرب و ایران

توسعه غرب مانند سیستمی هماهنگ بود که در آن فرهنگ خلاق، جامعه مشارکتی، اقتصاد پویا و محیط‌زیست پایدار در تعاملی پویا عمل کردند. در ایران، وابستگی به اقتصاد تک‌محصولی و کندی رشد نهادهای مدنی، این هماهنگی را مختل کرد. این مدل نشان می‌دهد که توسعه نیازمند تعادل بین همه ابعاد است: فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط‌زیست.

درس‌هایی از جهان: الهام از موفقیت‌ها

جهان پر از قصه‌های الهام‌بخش است. کره جنوبی که روزگاری کشوری فقیر بود، با آموزش و فناوری به غول اقتصادی تبدیل شد. مالزی با تنوع‌بخشی به اقتصاد و تقویت مشارکت، مسیری مشابه پیمود. این تجربه‌ها به ما می‌گویند: ایران با استعدادهایش می‌تواند آینده‌ای درخشان بسازد، جدول شماره (۲).

مسیر توسعه همه‌جانبه ایران: راهکارهای عملی

ایران، مانند گوهری آماده درخشیدن می‌تواند با توسعه همه‌جانبه به جایگاه شایسته‌اش برسد. این بخش، راهکارهای عملی را در چهار بعد کلیدی و به‌عنوان بخشی از توسعه همه‌جانبه ارائه می‌دهد.

۱. توسعه فرهنگی: احیای خلاقیت ایرانی

فرهنگ، روح توسعه است. باید خلاقیت ایرانی را دوباره بیدار کنیم.

• اقدام عملی: راه‌اندازی مراکز نوآوری فرهنگی

توسعه همه‌جانبه ایران مانند باغی است که هر بخش آن حیاتی است؛ فرهنگ، گلی است که با خلاقیت شکوفا می‌شود، جامعه، خاکی است که با مشارکت بارور می‌گردد، اقتصاد، آبی است که با نوآوری جاری می‌شود و محیط‌زیست، نوری است که با پایداری می‌درخشد. این باغ با هماهنگی دولت، بازار و مردم، ایران آینده را می‌سازد.

در دانشگاه‌ها، مشابه هند که هنر، ادبیات و فناوری را پیوند دهند. تصور کنید جوانان تبریزی اپلیکیشنی برای معرفی شعر حافظ به جهان بسازند!

• **مثال:** هند با جشنواره‌های نوآوری، فرهنگش را جهانی کرد.

• **اولویت:** بازطراحی نظام آموزشی برای پرورش تفکر خلاق و پرسشگری.

۲. توسعه اجتماعی: تقویت مشارکت شهروندی

جامعه پویا از شهروندانی ساخته می‌شود که در سرنوشت‌شان (با حفظ فاصله‌گذاری اجتماعی) فعال هستند.

• **اقدام عملی:** ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال برای تبادل ایده‌های شهروندی. مشابه مالزی که مشارکت را تسهیل کنند. تصور کنید کارمندی در اصفهان پیشنهادی برای بهبود خدمات شهری ثبت کند و ایده‌اش اجرا شود!

• **مثال:** مالزی با پلتفرم‌های مشارکتی، حس مسئولیت اجتماعی را تقویت کرد.

• **اولویت:** گسترش آموزش‌های شهروندی برای ترویج فرهنگ مشارکت.

۳. توسعه اقتصادی: پویایی و تنوع‌بخشی

اقتصاد ایران باید مانند رودی جاری آزاد و رقابتی شود.

• **اقدام عملی:** حمایت از کسب‌وکارهای کوچک با وام‌های کم‌بهره و فضاهای کار اشتراکی، مشابه مالزی. تصور کنید زنان کارآفرین در یزد برند جهانی صنایع‌دستی راه‌اندازی کنند!

• **مثال:** مالزی با حمایت از کسب‌وکارها، اقتصادش را متنوع کرد.

• **اولویت:** سرمایه‌گذاری در کشاورزی مدرن و فناوری برای کاهش وابستگی به نفت.

۴. **توسعه زیست‌محیطی: حفاظت از گنج طبیعت** طبیعت ایران از زاگرس تا خزر، سرمایه‌ای بی‌نظیر است.

• **اقدام عملی:** توسعه نیروگاه‌های خورشیدی در مناطق کویری، مشابه امارات. تصور کنید کویر لوت، منبعی برای برق پاک خانه‌های ایرانی شود!

• **مثال:** آلمان با انرژی‌های تجدیدپذیر، پایداری زیست‌محیطی را تقویت کرد.

• **اولویت:** مدیریت هوشمند منابع آب با فناوری‌های نوین.

توسعه همه‌جانبه: تعادل برای آینده

توسعه همه‌جانبه مانند ساختمانی است که فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط‌زیست ستون‌های آن هستند. دولت باید بستری برای رشد این ستون‌ها فراهم کند: آموزش خلاق، پلتفرم‌های مشارکتی، کسب‌وکارهای پویا و طبیعت پایدار. این تعادل، ایران را به توسعه‌ای پایدار و عادلانه هدایت می‌کند.



|| گسترش انرژی‌های تجدیدپذیر در آلمان که به کاهش گازهای گلخانه‌ای انجامیده است ||



توسعه غرب نتیجه هماهنگی فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط‌زیست بود. ایران با گنجینه‌های فرهنگی، مردمی پرشور و طبیعتی بی‌نظیر آماده است تا این مسیر را بپیماید. با احیای خلاقیت فرهنگی، تقویت مشارکت اجتماعی، پویایی اقتصادی و حفاظت زیست‌محیطی توسعه همه‌جانبه در دسترس است. بیایید آموزش خلاق را در کلاس‌ها بیاوریم، ایده‌های شهروندان را بشنویم، کسب‌وکارها را شکوفا کنیم و طبیعت‌مان را سبز نگه‌داریم. ایران نه فقط یک سرزمین، بلکه رویایی است که با هم می‌توانیم آن را محقق کنیم.

توضیح مدل توسعه همه‌جانبه ایران

توسعه همه‌جانبه ایران مانند باغی است که هر بخش آن حیاتی است؛ فرهنگ، گلی است که با خلاقیت شکوفا می‌شود، جامعه، خاکی است که با مشارکت بارور می‌گردد، اقتصاد، آبی است که با نوآوری جاری می‌شود و محیط‌زیست، نوری است که با پایداری می‌درخشد. این باغ با هماهنگی دولت، بازار و مردم، ایران آینده را می‌سازد، جدول شماره (۳).

محدودیت‌های تحلیل

این مطالعه به دلیل محدودیت دسترسی به داده‌های جامع، ممکن است تمام جنبه‌های توسعه را پوشش نداده باشد. تحلیل‌های آینده می‌تواند با داده‌های دقیق‌تر، اثرات راهکارها را ارزیابی کنند.

نتیجه‌گیری

توسعه غرب نتیجه هماهنگی فرهنگ، جامعه، اقتصاد و محیط‌زیست بود. ایران با گنجینه‌های فرهنگی، مردمی پرشور و طبیعتی بی‌نظیر آماده است تا این مسیر را بپیماید. با احیای خلاقیت فرهنگی، تقویت مشارکت اجتماعی، پویایی اقتصادی و حفاظت زیست‌محیطی

توسعه همه‌جانبه در دسترس است. بیایید آموزش خلاق را در کلاس‌ها بیاوریم، ایده‌های شهروندان را بشنویم، کسب‌وکارها را شکوفا کنیم و طبیعت‌مان را سبز نگه‌داریم. ایران نه فقط یک سرزمین، بلکه رویایی است که با هم می‌توانیم آن را محقق کنیم. **///**

منابع

- کاسمینسکی، یوگنی آلکسی یویچ، (۱۳۸۶)، تاریخ قرون وسطی، ترجمه صادق انصاری و محمدباقر مومنی، نشر فردوس.
- غفوری، علی (۱۳۸۶)، صد جنگ بزرگ تاریخ، انتشارات هیرمند
- کورزین، فیلیس، (۱۳۸۹)، انقلاب فرانسه، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، انتشارات ققنوس
- ساوتکلیف اشتن، تامس، (۱۳۸۴)، انقلاب صنعتی، ترجمه احمد تدین، انتشارات علمی و فرهنگی
- کیان پور، سعید (۱۳۸۸)، «بررسی اجمالی خصوصی‌سازی در چند کشور منتخب با اشاره‌ای بر سیاست‌های کلی اصل ۴۴»، پژوهش‌ها و بررسی‌های بازگانی، نسخه ۳۸
- کیان پور، سعید، مروری کلی بر فرایند شکل‌گیری و سیر تاریخی توسعه همه‌جانبه در کشورهای متقدم توسعه، نشریه راهبرد توسعه

| یادداشت

تأثیر نسل زد در آینده ایران



این نسل گرایش به ارزش‌های فردگرایی، عدالت‌خواهی به معنای برابری فرصت‌ها و شفافیت در اطلاعات دارد و از نهادهای سنتی که در ایران به‌صورت سلسله‌مراتبی و محدود عمل می‌کنند، فاصله گرفته است. اگر این شکاف اجتماعی ترمیم نشود، باعث افزایش نارضایتی و گسست‌های اجتماعی می‌شود، اما اگر هوشمندانه پاسخ داده شود، نوآوری اجتماعی در جهت توسعه پایدار پدید می‌آید.



/// نسل زد و نسل‌های دیگر

این تفاوت پدیدار خواهند شد. به‌این‌علت از زمینه دگرگونی سخن می‌گوییم که آینده را عوامل، زمینه و البته تصادف‌های گوناگون می‌سازند و دگرگونی نسلی به زبان آینده‌پژوهی ممکن است با تغییر برخی روندها، تصاویر و عدم‌قطعیت‌ها، بخشی از عناصر سازنده آینده‌های باورپذیر باشد.

نسل‌ها را در مطالعاتی که از امریکا آغاز شد، به شکل زیر جدا کرده‌اند:

*** نسل خاموش** (زادگان ۱۹۲۸ تا ۱۹۴۵) که در جنگ جهانی دوم و رکود بزرگ رشد کردند،

جهان همواره در دگرگونی است و بخشی از این تحول جهان انسان‌ها از ورود نسل جدید به عرصه‌های مختلف زندگی ناشی می‌شود؛ نسلی که به نسل زد مشهور شده است، کم‌کم آماده می‌شود که در ساختن جهان و ایران آینده با نسل‌های گذشته جایگزین شود. برای درک بهتر دگرگونی ایران با آمدن نسل زد به بازار کار و فعالیت رسمی، در این مقاله نگاهی داریم به تفاوت این نسل با نسل‌های پیشین و زمینه‌های دگرگونی که احتمالاً با توجه به



دکتر صادق پیوسته

جامعه‌شناس

*** نسل بیبی بومر** یا انفجار جمعیت (۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴) که در دوره رشد اقتصادی و خانواده‌های پرجمعیت پس از جنگ شکل گرفتند،

*** نسل اکس (X)** (۱۹۶۵ تا ۱۹۸۰) که با بی‌اعتمادی به نهادها و رشد فردگرایی بزرگ شدند،

*** نسل Y** یا میلنیال‌ها (۱۹۸۱ تا حدود ۱۹۹۶) که در هزاره نو میلادی و دوره گذار دیجیتال و پیدایش اینترنت به بلوغ رسیدند.

*** نسل زد** (۱۹۹۷ تا ۲۰۱۰) که از زمان زاده شدن با فناوری دیجیتال، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات جهانی روبه‌رو بوده‌اند و نوجوانی آنان با اینترنت همراه بوده است.

*** نسل بعدی، نسل آلفا** (متولدان بعد از ۲۰۱۰ تا نیمه دهه ۲۰۲۰) است که ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را با توجه به رشد در دوره هوش مصنوعی و احتمالاً پشت سر گذاشتن بحران انرژی خواهند داشت، اما در این مقاله، تمرکز ما بر نسل زد و نه آلفا است؛ چرا که این نسل اکنون

در حال ورود به نقش‌های کلیدی بازار کار جوان جامعه است و آینده ایران را بیش از هر نسل دیگری رقم خواهد زد. برای تحلیل ویژگی‌های این نسل، مقاله از نگاهی بین‌رشته‌ای بهره می‌برد و از نظریه‌های جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و مدیریت منابع انسانی کمک می‌گیرد. در نمودار شماره (۱) می‌توان جداسازی نسل‌ها را دید. فقط باید توجه داشت که این نسل‌ها با توجه به تجارب و مطالعات آمریکایی و سپس اروپایی تعریف شده‌اند و ممکن است برای ایرانیان نه دقیق باشند و نه حتی گاهی درست. تجارب ایرانیان را باید با حرکت به سوی مدرن شدن در اواخر قاجار، رونق و درعین‌حال شگفت‌زدگی نسبت به مدرنیته در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ هجری خورشیدی، ایدئولوژی‌زدگی در دهه‌های ۵۰ و ۶۰، اصلاحات سیاسی و جدال نو شدن و ایدئولوژیک ماندن در دهه‌های بعدی و مطالبه زندگی معمولی و دلسردی از آرمان‌شهرها همراه با تورم‌های سالیان در دهه‌های اخیر فهمید.

تأثیر نسل زد در حوزه اجتماعی و فرهنگی

نسل زد با ارتباطات گسترده در شبکه‌های اجتماعی، شیوه‌های جدیدی از مشارکت اجتماعی و هویت‌سازی را ایجاد کرده است. براساس نظریه کنش متقابل نمادین هربرت بلومر، رفتار و هویت افراد در تعامل با نمادها و دیگران شکل می‌گیرد. در فضای مجازی، نسل زد نمادهای جدیدی از خودآگاهی، مقاومت و حتی اعتراض را خلق می‌کند. این فضاهای دیجیتال مانند اینستاگرام، یوتیوب، تلگرام و انواع بسترهای تولید و اشتراک‌گذاری پادکست، محل بده‌بستان ایده‌ها، عناصر فرهنگی جدید و فرآورده‌های اجتماعی هستند. این نسل گرایش به ارزش‌های فردگرایی، عدالت‌خواهی به معنای برابری فرصت‌ها و شفافیت در اطلاعات دارد و از نهادهای سنتی که در ایران به‌صورت سلسله‌مراتبی و محدود عمل می‌کنند، فاصله گرفته است. اگر این شکاف اجتماعی ترمیم نشود، باعث افزایش نارضایتی و گسست‌های اجتماعی می‌شود، اما اگر هوشمندانه پاسخ داده شود، نوآوری اجتماعی در جهت توسعه پایدار پدید می‌آید.

شبکه‌های اجتماعی به محلی برای ساخت و نمایش هویت‌های چندگانه و متنوع تبدیل شده‌اند. جوانان نسل زد می‌توانند در این فضاها نقش‌های مختلفی را بازی کنند؛ از هویت‌های رسمی و فرهنگی بومی گرفته تا هویت‌های جهانی و این‌فعالیت آزادانه‌تر از محیط رسمی است. به‌این‌ترتیب هویت نسل زد انعطاف‌پذیر و چندبعدی‌تر اما گاهی دچار تناقضات و سردرگمی است. شبکه‌های اجتماعی محل جریان قدرت و مرجعیت فرهنگی هستند، نه ساختارهای سنتی و متمرکز. در ایران، پویش‌های اعتراضی، کمپین‌های فرهنگی و حتی فعالیت‌های خیریه و اجتماعی نسل زد اغلب به‌صورت آنلاین و از طریق شبکه‌های اجتماعی سازمان‌دهی می‌شوند. این نسل بدون حضور فیزیکی و بدون وابستگی به نهادهای رسمی، فعالیت‌های اجتماعی مؤثری انجام می‌دهند.

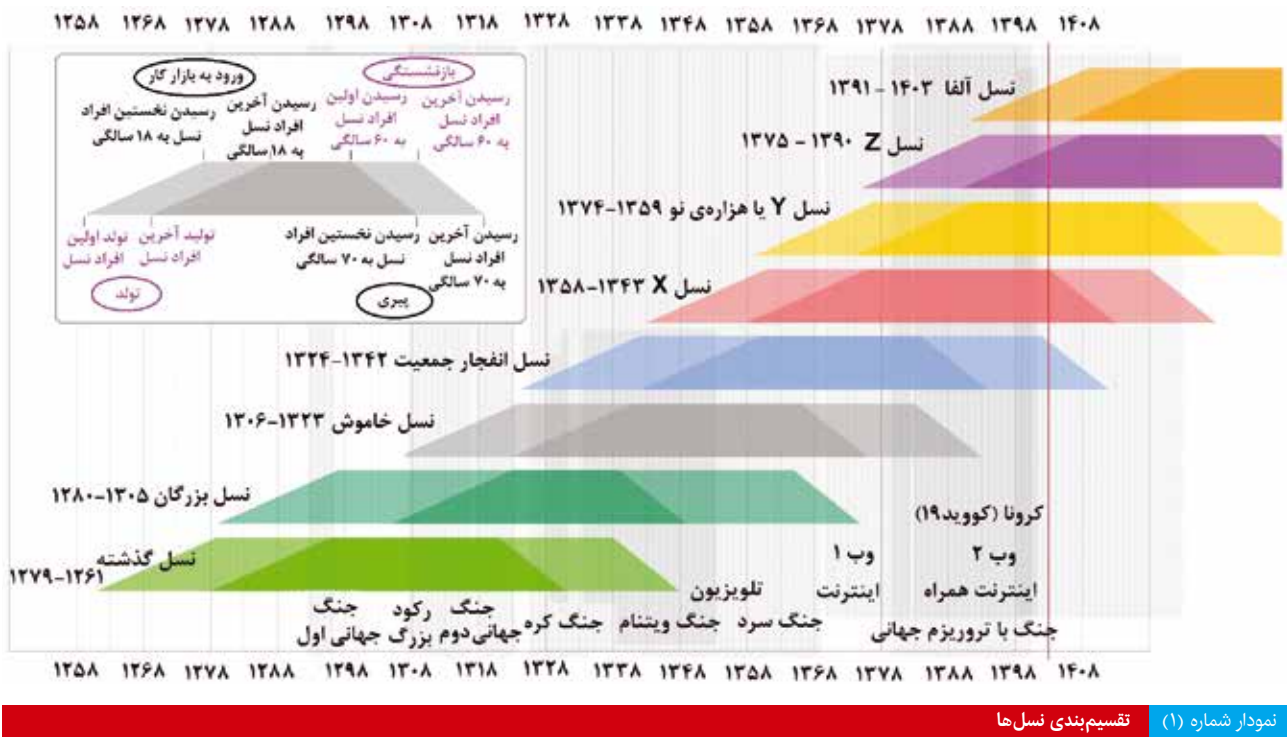
نسل زد ارزش‌های اجتماعی متفاوتی نسبت به نسل‌های قبلی دارد. آن‌ها بیش از هر چیز به آزادی بیان، عدالت اجتماعی و پذیرش تفاوت‌های فرهنگی و فردی اهمیت می‌دهند. این ارزش‌ها تحت تأثیر گسترده فرهنگ جهانی و جریان‌های اجتماعی دیجیتال شکل گرفته‌اند و درعین‌حال با زمینه‌های فرهنگی و مذهبی ایران تلاقی می‌کنند. از دیدگاه جامعه‌شناختی، این تغییر ارزش‌ها باعث شده که نسل زد در ایران رفتارهایی مانند پذیرش بیشتر تنوع جنسیتی، حساسیت بالاتر نسبت به حقوق بشر و دغدغه‌مندی نسبت به محیط‌زیست از خود نشان دهد. نسل زد به‌عنوان نسلی که در عصر تغییرات سریع اقلیمی و بحران‌های زیست‌محیطی متولد شده است، نگرشی متفاوت و فعالانه نسبت به محیط‌زیست دارد. برخلاف نسل‌های پیشین که محیط‌زیست اغلب در اولویت‌های کم‌تر و ثانویه قرار داشت، نسل زد به‌شدت نگران وضعیت سیاره و آینده زندگی انسانی است و این نگرش در رفتارها، تصمیم‌گیری‌ها و مطالبه‌گری‌های اجتماعی آن‌ها به وضوح

دید می‌شود. مطالعات پیمایشی داخلی نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد جوانان زیر ۳۰ سال، مسائل تغییرات اقلیمی و آلودگی هوا را جدی‌ترین مشکلات کشور می‌دانند.

نمونه‌های عملی متعدد از اعتراضات و پویش‌های آنلاین در سال‌های اخیر، مانند حمایت از حقوق زنان، اعتراض به وضعیت اقتصادی و مطالبه آزادی‌های اجتماعی، نشان‌دهنده توانایی نسل زد در استفاده از فضای دیجیتال برای سازمان‌دهی و اثرگذاری اجتماعی است. یکی دیگر از چالش‌های اجتماعی نسل زد در ایران، رابطه آن‌ها با نسل‌های قبلی و نحوه تعامل میان نسلی است. نسل‌های قدیمی‌تر، بویژه نسل بومر و نسل اکس است که هنوز غالباً ارزش‌ها و نگرش‌های متفاوتی نسبت به فرهنگ، سیاست و سبک زندگی دارند. این اختلافات گاه به تضادهای جدی منجر شده که در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و خانوادگی قابل مشاهده است. نسل زد به دنبال آزادی‌های بیشتر و سبک زندگی

متفاوت است، درحالی‌که نسل‌های قدیمی‌تر محافظه‌کاری بیشتری دارند. نسل زد با فناوری‌های دیجیتال رشد یافته و دسترسی آسان به اطلاعات دارد، درحالی‌که نسل‌های قدیمی‌تر در محیط‌هایی با دسترسی محدود به اطلاعات و ارتباطات بودند. برای کاهش این شکاف‌ها، نیازمند گفت‌وگوی بین نسلی، آموزش‌های بین فرهنگی و ایجاد فضاهایی برای تعامل سازنده هستیم که با توجه به ساختار سخت و بالا به پایین حاکمیتی، گره در این کار افتاده است.

همچنین نسل زد ایرانی با استفاده گسترده از فناوری‌های نوین، فرهنگ و هنر را به شکلی جدیدی از خودبیانگری اعتراضی بازتعریف کرده است که ایدئولوژیک نیست، اما مردم‌انگیز است. تولید محتوای هنری در قالب ویدئو، موسیقی، نقاشی دیجیتال و ادبیات در فضای مجازی به یک فعالیت روزمره تبدیل شده است. مطالعات میدانی نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد جوانان نسل زد در ایران دسترسی منظم به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دارند. این



دسترسی باعث شده تا آن‌ها در معرض طیف گسترده‌ای از فرهنگ‌ها، اطلاعات و ایده‌ها قرار گیرند. همچنین، تحقیقات روان‌شناختی نشان می‌دهد که نسل زد به طور متوسط دارای سطح بالاتری از اضطراب و استرس است که بخشی از آن به دلیل عدم قطعیت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. این فشارهای روانی، نقش مهمی در رفتار اجتماعی و شکل‌گیری هویت آن‌ها ایفا می‌کند، جدول شماره (۱).

تأثیر نسل زد در حوزه اقتصادی

مطابق دیدگاه‌های اقتصاد رفتاری، نسل زد انتخاب‌های اقتصادی را نه صرفاً بر اساس منطق مالی، بلکه بر اساس ارزش‌های شخصی، پایداری و تجربه مصرف می‌گیرد. پدیده‌هایی مانند «مصرف اخلاقی»،

«کارآفرینی اجتماعی» و گرایش به رمزارزها و بازارهای جایگزین از همین‌جا نشأت می‌گیرند. نسل زد وارون نسل‌های گذشته، به مصرف بیشتر به‌مثابه بیان هویت می‌نگرد و برندهایی را ترجیح می‌دهد که با ارزش‌های اخلاقی، پایداری زیست‌محیطی و شفافیت هم‌خوانی داشته باشند. نمونه‌های میدانی از فروشگاه‌های اینترنتی یا اینفلوئنسرهای ایرانی که بر مبنای حمایت از کارآفرینی زنانه، محیط‌زیست یا تولید محلی کار می‌کنند، بیانگر همین ترجیحات جدید هستند. بر اساس نظریه مانوئل کاستلز درباره جامعه شبکه‌ای، اقتصاد دیجیتال به‌عنوان پلتفرم جدید تولید و توزیع ارزش، ابزار توانمندساز نسل زد شده است. این نسل، به لطف زیرساخت‌های اینترنتی، توانسته کسب‌وکارهایی در حوزه خدمات

دیجیتال، آموزش آنلاین، فروش محصولات فرهنگی و دیجیتال و ارزهای رمزیایه راه‌اندازی کند. نوپاهای (استارت‌آپ‌های) موفق متعدد در حوزه آموزش آنلاین یا بازارهای دیجیتالی در فروش محصولات دست‌ساز، نشان از تغییر الگوی تولید ثروت توسط نسل جدید دارد. این فضا همچنین فرصتی برای جوانان در مناطق محروم‌تر فراهم کرده تا با هزینه اندک وارد بازار شوند. بااین‌حال، گرچه نسل زد توانسته است با استفاده از ابزارهای دیجیتال راه‌های تازه‌ای برای درآمدزایی خلق کند، اما محدودیت‌های نهادی، فیلترینگ گسترده، بی‌ثباتی اقتصادی و عدم دسترسی آزاد به ابزارهای جهانی، چالش‌هایی بزرگ برای تداوم این مسیر هستند. بنا به نظریه «ساختار فرصت» رابرت مرتون، ساختار اقتصادی باید امکان استفاده عادلانه از



یکی از جنبه‌های نوظهور در تحلیل‌های اقتصادی بین‌نسلی، تغییر جایگاه پول در هویت‌سازی جوانان است. درحالی‌که برای نسل‌های پیشین، پول عمدتاً نماد امنیت و رفاه بود، نسل زد به آن بیشتر به‌مثابه ابزاری برای آزادی، تجربه و اثزگذاری نگاه می‌کند. این نگرش باعث شده بسیاری از جوانان درآمد کمتر اما معنادار را به مشاغل رسمی ولی خسته‌کننده ترجیح دهند.

حقوقی و توسعه زیرساخت‌ها، این انرژی ممکن است سرخورده یا مهاجرت‌زده شود، جدول شماره (۲).

تأثیر نسل زد در حوزه منابع انسانی و نیروی کار
طبق نظریه دو عاملی هرتسبرگ، عوامل انگیزشی مانند فرصت یادگیری، معنا و هدف در کار برای نسل زد اهمیت بالایی دارند. همچنین نظریه خودمختاری (Self-Determination Theory) تأکید می‌کند که این نسل به محیط کاری

برای آزادی، تجربه و اثرگذاری نگاه می‌کند. این نگرش باعث شده بسیاری از جوانان درآمد کمتر اما معنادار را به مشاغل رسمی ولی خسته‌کننده ترجیح دهند. در مجموع، تحول اقتصادی در ایران با ورود نسل زد مسیر تازه‌ای یافته است. این نسل در نبود نهادهای انعطاف‌پذیر اقتصادی از خلاقیت فردی و ابزارهای فناورانه برای ساختن آینده بهره می‌برد، اما بدون اصلاح ساختارهای نهادی، حمایت از اقتصاد دیجیتال، رفع موانع

فرصت‌ها را برای همه فراهم کند. در غیر این صورت، جامعه شاهد رشد فعالیت‌های اقتصادی غیررسمی، مهاجرت نخبگان یا حتی افزایش اقتصاد زیرزمینی خواهد بود. ایران نیز اکنون با این وضعیت روبه‌رو است. یکی از جنبه‌های نوظهور در تحلیل‌های اقتصادی بین‌نسلی، تغییر جایگاه پول در هویت‌سازی جوانان است. درحالی‌که برای نسل‌های پیشین، پول عمدتاً نماد امنیت و رفاه بود، نسل زد به آن بیشتر به‌مثابه ابزاری

جدول شماره (۲) | مقایسه شاخص‌های اقتصادی در سه نسل ایکس، وای و زد

شاخص‌های اقتصادی	نسل ایکس (۱۹۸۰-۱۹۶۵)	نسل وای (۱۹۹۶-۱۹۸۱)	نسل زد (۲۰۱۲-۱۹۹۷)
نگرش به کار و اشتغال	تمرکز بر امنیت شغلی و ثبات درآمد	تعادل کار و زندگی، جستجوی رضایت شغلی	جستجوی معنا، انعطاف‌پذیری و استقلال مالی
نوع اشتغال موردعلاقه	استخدام رسمی، کار در شرکت‌ها و سازمان‌ها	کار پروژه‌ای، دورکاری، شروع کسب‌وکارهای کوچک	فریلنسینگ، استارت‌آپ‌ها، کسب‌وکارهای دیجیتال و مستقل
رفتار مصرفی	مصرف‌گرایی متداول، تمرکز بر برند و کیفیت	تمایل به خرید هوشمندانه، آگاهانه	مصرف پایدار، حمایت از برندهای اخلاقی و محلی، تأکید بر هویت مصرفی
نگرش به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری	پس‌انداز برای امنیت مالی آینده	سرمایه‌گذاری در بازارهای سنتی و نوظهور	سرمایه‌گذاری در رمزارز، بازار دیجیتال، اقتصاد مشارکتی
تعامل با فناوری در اقتصاد	محدود، استفاده از ابزارهای سنتی مالی	استفاده از بانکداری آنلاین، تجارت الکترونیک	به‌کارگیری گسترده ابزارهای دیجیتال، کسب درآمد از پلتفرم‌های آنلاین
تمایل به ریسک‌پذیری اقتصادی	محافظه‌کار، پرهیز از ریسک زیاد	ریسک متوسط، آمادگی برای تغییر	ریسک‌پذیر، جستجوی فرصت‌های نوآورانه و خلق ارزش جدید
میزان وابستگی به اقتصاد رسمی	بالا، نیاز به مقررات و ساختارهای رسمی	کاهش تدریجی وابستگی، رشد اقتصاد غیررسمی	وابستگی کم، فعالیت گسترده در اقتصاد دیجیتال و غیررسمی
مفهوم پول و درآمد	پول نماد امنیت و رفاه	پول ابزار رفاه و تجربه زندگی	پول ابزار آزادی، تجربه و تحقق هویت فردی

جدول شماره (۱) | مقایسه شاخص‌های اجتماعی در سه نسل ایکس، وای و زد

شاخص‌های اجتماعی	نسل ایکس (۱۹۸۰-۱۹۶۵)	نسل وای (۱۹۹۶-۱۹۸۱)	نسل زد (۲۰۱۲-۱۹۹۷)
دیدگاه به هویت فردی	تأکید بر استقلال، حفظ خانواده سنتی	جستجوی هویت فردی و تغییرات اجتماعی	هویت چندبعدی، ترکیب آنلاین و آفلاین، اهمیت تنوع و پذیرش تفاوت‌ها
نقش فناوری در ارتباطات	محدود، تلفن ثابت و ایمیل	استفاده از موبایل، شبکه‌های اجتماعی اولیه	وابستگی کامل به فضای دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی فعال و تعامل ۷/۲۴
دیدگاه به خانواده و ازدواج	ارزش‌های سنتی، ازدواج پایدار	گرایش به تأخیر ازدواج و استقلال مالی	ازدواج دیرتر یا ترجیح به عدم ازدواج، تمرکز بر رشد فردی و حقوق برابر
مشارکت اجتماعی و مدنی	مشارکت رسمی در نهادهای اجتماعی	افزایش فعالیت‌های مدنی و خیریه	فعالیت در کمپین‌های آنلاین، پویش‌های مردمی و آگاهی‌بخشی سریع
نگرش به تنوع و چندفرهنگی	محافظه‌کارتر، تأکید بر ارزش‌های ملی	پذیرش نسبی تنوع فرهنگی	پذیرش گسترده تفاوت‌ها و حمایت از حقوق اقلیت‌ها و گروه‌های مختلف
روابط میان‌نسلی	احترام به نسل‌های پیشین و ساختارهای سنتی	تلاش برای تعامل و سازش نسلی	عدم اعتماد به نهادهای سنتی، تأکید بر ارتباطات دیجیتال و شبکه‌ای
ارزش‌های اجتماعی	ثبات، سخت‌کوشی و مسئولیت‌پذیری	تعادل کار و زندگی، انعطاف‌پذیری	عدالت اجتماعی، پایداری، سلامت روان و مشارکت جمعی
نگرش به آموزش و یادگیری	آموزش رسمی، تمرکز بر مهارت‌های تخصصی	یادگیری ترکیبی و مهارت‌های نرم	یادگیری مادام‌العمر، آموزش دیجیتال، تأکید بر مهارت‌های خلاقانه و حل مسئله



نیاز دارد که در آن استقلال، شایستگی و تعلق به گروه وجود داشته باشد. سازمان‌های ایرانی که ساختارهای سلسله‌مراتبی و خشک دارند، با دشواری در جذب و حفظ نسل زد مواجه هستند و بیش از این هم مواجه خواهند شد؛ به‌گونه‌ای که داشتن بانک اطلاعات و تخصص بودن در جذب نیرو یکی از پرآمدمترین مشاغل در ایران خواهد شد. انعطاف‌پذیری در ساعات و مکان کار، فرهنگ سازمانی باز و فرصت‌های پیشرفت برای این نسل ضروری است. آموزش‌های مستمر و فرهنگ نوآوری از دیگر عوامل کلیدی موفقیت در جذب این نسل است. نظریه‌های روان‌شناسی کار مانند مدل تناسب فرد و شغل (Person-Job Fit) نشان می‌دهند که این نسل تنها زمانی بهره‌ور و وفادار خواهد بود که احساس کند ارزش‌های سازمان با ارزش‌های شخصی وی هم‌راستا هستند. این دیدگاه باعث شده سازمان‌ها

نیاز دارند که در آن استقلال، شایستگی و تعلق به گروه وجود داشته باشد. سازمان‌های ایرانی که ساختارهای سلسله‌مراتبی و خشک دارند، با دشواری در جذب و حفظ نسل زد مواجه هستند و بیش از این هم مواجه خواهند شد؛ به‌گونه‌ای که داشتن بانک اطلاعات و تخصص بودن در جذب نیرو یکی از پرآمدمترین مشاغل در ایران خواهد شد. انعطاف‌پذیری در ساعات و مکان کار، فرهنگ سازمانی باز و فرصت‌های پیشرفت برای این نسل ضروری است. آموزش‌های مستمر و فرهنگ نوآوری از دیگر عوامل کلیدی موفقیت در جذب این نسل است. نظریه‌های روان‌شناسی کار مانند مدل تناسب فرد و شغل (Person-Job Fit) نشان می‌دهند که این نسل تنها زمانی بهره‌ور و وفادار خواهد بود که احساس کند ارزش‌های سازمان با ارزش‌های شخصی وی هم‌راستا هستند. این دیدگاه باعث شده سازمان‌ها

این نسل برخلاف نسل‌های پیشین برای باقی‌ماندن در یک سازمان، نیازمند دریافت بازخورد مستمر، مسیر روشن رشد شغلی و فضای یادگیری مشارکتی است. مطالعات تجربی در ایران مانند پژوهش مؤسسه کار و رفاه اجتماعی در سال ۱۴۰۱ نشان داده‌اند که کارکنان زیر ۳۰ سال، مهم‌ترین عوامل ترک شغل را «نبود فرصت رشد»، «ارتباطات غیرشفاف» و «بی‌معنایی نقش کاری» عنوان کرده‌اند. یکی از چالش‌های عمده سازمان‌ها در ایران، سازگار کردن فرهنگ سلسله‌مراتبی با نگاه افقی و مشارکتی نسل زد است. این نسل، اقتدار را به رسمیت نمی‌شناسد مگر آنکه بر مبنای شایستگی، شفافیت و احترام متقابل باشد. با توجه به مطالب یادشده و یادآوری آن‌ها در جدول شماره (۱) تا (۳) می‌توان گفت

نسل زد با ارزش‌های متفاوت، انتظارات بالاتر و توانمندی‌های فناورانه، قواعد بازی منابع انسانی در ایران را تغییر داده است. در این شرایط، سازمان‌ها باید از مدل‌های سنتی جذب و نگهداشت فاصله بگیرند و به سمت الگوهای انسانی‌تر، فناورانه‌تر و مشارکتی‌تر حرکت کنند. با پذیرش تغییرات نسلی، بخش منابع انسانی در ایران می‌تواند به کانونی برای نوآوری سازمانی بدل شود. استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی در ارزیابی عملکرد، طراحی مسیرهای شغلی پویا، پاداش‌دهی مبتنی بر پروژه و ساختارهای کاری ترکیبی (حضوری و دورکاری یا آنلاین) می‌تواند هم‌زمان بهره‌وری سازمان و رضایت کارکنان را ارتقا دهد. همچنین، سازمان‌هایی که به سرمایه‌گذاری بر سلامت روان، توازن کار و زندگی و تنوع

فرهنگی توجه می‌کنند، شانس بالاتری برای حفظ و جذب استعدادهای نسل زد خواهند داشت، جدول شماره (۳).

تأثیر نسل زد در حوزه سیاسی

نسل زد در ایران نقش جدیدی در سیاست و ساختارهای قدرت دارد. وارون نسل‌های قبلی که مشارکت رسمی و حزبی را ترجیح می‌دادند، نسل زد به کنش‌های نمادین، اعتراض‌های دیجیتال و مشارکت رسانه‌ای علاقه‌مند است. نظریه «عمل سیاسی نوین» این تغییر را نشان می‌دهد که جوانان بیش‌تر از طریق فضای دیجیتال صدای خود را به گوش حاکمیت و جامعه می‌رسانند. این نسل به دنبال شفافیت، عدالت و پاسخگویی است و از سیاست به عنوان ابزار مطالبه‌گری و تغییر استفاده می‌کند. این

جدول شماره (۳) مقایسه شاخص‌های منابع انسانی در سه نسل ایکس، وی و زد			
شاخص‌های منابع انسانی	نسل ایکس (۱۹۸۰-۱۹۶۵)	نسل وی (۱۹۹۶-۱۹۸۱)	نسل زد (۲۰۱۲-۱۹۹۷)
نگرش به محیط کار	محیط رسمی، سلسله‌مراتبی و پایدار	محیط مشارکتی، تعادل کار-زندگی	محیط انعطاف‌پذیر، فناوری‌محور، خودمختار
سبک رهبری مطلوب	رهبری فرماندهی، کنترل محور	رهبری مشارکتی و حمایتی	رهبری تسهیل‌گر، مربی‌محور، توجه به توسعه فردی
انتظارات از کارفرما	ثبات شغلی، مزایا و حقوق مشخص	فرصت‌های رشد، تعادل کار و زندگی	رشد سریع، فرصت یادگیری مستمر، انعطاف در ساعات و مکان کار
نگرش به یادگیری و توسعه	یادگیری ساختارمند، دوره‌های آموزشی رسمی	یادگیری ترکیبی، آموزش آنلاین و حضوری	یادگیری دیجیتال، آموزش‌های کوتاه‌مدت و کاربردی، خودآموزی
تعامل با فناوری در محیط کار	استفاده محدود، تکنولوژی ابزار کاری	استفاده فعال از فناوری، ابزارهای ارتباطی	استفاده پیشرفته از فناوری‌های نوین، هوش مصنوعی، ابزارهای دیجیتال
میزان وفاداری به سازمان	وفاداری نسبتاً بالا، ماندگاری شغلی	وفاداری متغیر، جستجوی فرصت‌های بهتر	وفاداری پایین، جستجوی پروژه‌های چالشی و متنوع
سبک ارتباطات در محیط کار	رسمی، ارتباطات رودررو و مکتوب	ارتباطات چندکاناله، شبکه‌ای	ارتباطات فوری، دیجیتال، چندرسانه‌ای و تعاملی
نگرش به تعادل کار و زندگی	کار اولویت اصلی، زندگی در اولویت دوم	اهمیت تعادل، محدود کردن ساعات کاری	تأکید شدید بر تعادل، اولویت دادن به سلامت روان و فضاهای کاری انعطاف‌پذیر



نسل زد از دید برخی حاکمان، نسلی ناسازگار، سرکش و پرتنش است، اما این نگاه تهدیدمحور، مبتنی بر درکی سنتی از سیاست است. درحالی‌که نسل زد در صورت به‌رسمیت‌شناختن، می‌تواند انرژی خلاق، مطالبه‌گر و اصلاح‌جوی سیاست در ایران باشد. در هر حال این نسل با ساختارهای که نمایشی از خواستشان نباشد، تعارف ندارند. این نسل که به علت کم‌تعداد بودن فرزندان و توجه بیشتر پدر و مادرها، همواره موردتوجه بوده‌اند و مانند نسل‌های قبلی ساختارهای بالا به پایین را برنمی‌تابند و طالب ساختاری متناسب با بازنمایی روح جمعی و پاس‌دارنده آزادی‌های فردیند.

پویایی سیاسی می‌تواند موجب تحولات بنیادین در ساختار سیاسی شود. طبق نظریه «عمل سیاسی نوین اینگلهارت و ویزل»، نسل‌های جوان به جای مشارکت رسمی، به کنش‌های دیجیتال، اعتراض‌های نمادین و حضور رسانه‌ای علاقه دارند. نسل زد ایران نیز با استفاده از رسانه‌های جایگزین، صدا و پیام خود را منتقل می‌کند.

نسل زد سیاست را نه صرفاً به‌عنوان عرصه‌ای نهادی و حکومتی، بلکه به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و روزمره درک می‌کنند. آنچه آنان را متمایز می‌کند، سبک جدید کنش‌گری، نوع رابطه با اقتدار و شیوه‌های بازنمایی خواسته‌های سیاسی‌شان است. در سنت کلاسیک، سیاست از طریق احزاب، انتخابات، پارلمان و کنش نخبگان معنا پیدا می‌کرد، اما نظریه‌پردازانی چون مانوئل کاستلز در «قدرت ارتباطات» و ژاپاتا-باررا در «سیاست دیجیتال» معتقدند با ظهور رسانه‌های اجتماعی، سیاست به حوزه

روایت‌ها و نمادها منتقل شده است. در ایران نیز از طریق روایت‌های شخصی، کمپین‌های آنلاین، تولید محتوا در اینستاگرام یا توییتر و طنزهای سیاسی در پلتفرم‌هایی مانند تلگرام، یوتیوب و اینستاگرام، نسل زد در سیاست مشارکت می‌کنند. مطابق پژوهش‌های موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم (۱۴۰۱)، بیش از ۶۰ درصد جوانان زیر ۲۵ سال اعلام کرده‌اند که احساس نمایندگی سیاسی از سوی نهادهای رسمی ندارند. این شکاف را می‌توان با نظریه «پسادولت (Post-State)» در علوم سیاسی توضیح داد: ساختارهای سنتی قادر به پاسخ‌گویی به خواسته‌های نسل شبکه‌ای نیستند. نسل زد سیاست را با مفاهیمی چون پاسخ‌گویی، شفافیت، عدالت جنسیتی، عدالت اقلیمی و آزادی اطلاعات معنا می‌کند، نه با وفاداری حزبی یا ایدئولوژیک. در دو انتخابات اخیر (۱۴۰۰ و ۱۴۰۲)، میزان مشارکت نسل زد در رأی‌گیری بسیار پایین‌تر از میانگین

ملی بود، اما همین نسل در اعتراضات شهری و فرهنگی همچون اعتراضات آبان ۹۸، مهسا (زن، زندگی، آزادی) ۱۴۰۱، یا جنبش‌های دانشجویی و صنفی، فعالانه حضور داشت. شکل اعتراضات نیز متفاوت شده است: استفاده از نماد، موسیقی، هشتگ، روایت‌های تصویری و شبکه‌سازی افقی جایگزین روش‌های کلاسیک شده است. هم‌چنین، رشد مهاجرت سیاسی جوانان چه به شکل پناهندگی و چه مهاجرت تحصیلی/فریلنسری نیز بیانگر عدم ناهمسویی نسل زد با فضای سیاست رسمی است.

در مجموع نسل زد از دید برخی حاکمان، نسلی ناسازگار، سرکش و پرتنش است، اما این نگاه تهدیدمحور، مبتنی بر درکی سنتی از سیاست است. درحالی‌که نسل زد در صورت به‌رسمیت‌شناختن، می‌تواند انرژی خلاق، مطالبه‌گر و اصلاح‌جوی سیاست در ایران باشد. در هر حال این نسل با ساختارهایی که نمایشی از خواستشان نباشد، تعارف ندارند. این نسل که به علت کم‌تعداد بودن فرزندان و توجه بیشتر پدر و مادرها، همواره موردتوجه بوده‌اند و مانند نسل‌های قبلی ساختارهای بالا به پایین را برنمی‌تابند و طالب ساختاری متناسب با بازنمایی روح جمعی و پاس‌دارنده آزادی‌های فردیند، جدول شماره (۴).

تأثیر نسل زد در حوزه حقوقی

نسل زد در ایران خواهان شفافیت حقوقی، عدالت نهادی، حقوق دیجیتال، آزادی بیان و مشارکت در تصمیم‌گیری است. این نسل از طریق کمپین‌های مجازی، هشتک‌سازی و آگاهی‌رسانی جمعی، کنشگری حقوقی می‌کند. در صورت عدم به‌روزرسانی نهادهای

حقوقی، شکاف نسلی به شکاف قانونی تبدیل می‌شود. این نسل با نوعی نظام حقوقی و قضایی مواجه است که اغلب بازتاب‌دهنده ارزش‌ها و نهادهای نسل‌های پیشین است. این نسل، برخلاف پیشینیان به شفافیت، پاسخ‌گویی، کرامت فردی و حقوق برابر به‌عنوان اصول بنیادین نگاه می‌کند. این نگاه جدید، تنش‌هایی را در تعامل نسل زد با نهادهای حقوقی موجود در کشور به وجود آورده است. از منظر نظریه حقوق طبیعی و همچنین دیدگاه‌های حقوق بشر نوین، حقوق شهروندی باید بر مبنای برابری، آزادی بیان، حفظ حریم خصوصی و حق انتخاب بنا شود. نسل زد با بهره‌گیری از فضای مجازی، به آگاهی‌گسترده‌تری از حقوق جهانی و عدالت‌های بین‌المللی دست یافته است. این آگاهی باعث افزایش مطالبه‌گری حقوقی در موضوعاتی مانند آزادی رسانه، حریم خصوصی در فضای دیجیتال و حقوق جنسیتی شده است.

نسل زد بخش عمده‌ای از فعالیت‌های خود را در فضای دیجیتال انجام می‌دهد، اما قوانین موجود ایران اغلب برای جهان آفلاین تدوین شده‌اند. نمونه‌هایی از بازداشت کاربران شبکه‌های اجتماعی به‌دلیل اظهارنظر یا تولید محتوا، یا مسدود شدن پلتفرم‌های پرکاربرد بدون جایگزین قانونی از مواردی هستند که تضاد ارزش‌های نسل زد با سیستم حقوقی فعلی را نشان می‌دهند. بر اساس پیمایشی از مرکز افکارسنجی ایسپا در سال ۱۴۰۱، بیش از ۷۰ درصد جوانان احساس می‌کنند که نهادهای حقوقی کشور صدای آن‌ها را نمی‌شنوند یا دغدغه‌هایشان را نمایندگی نمی‌کنند. این شکاف ادراکی، بزرگ‌ترین تهدید برای مشروعیت نهادهای حقوقی در آینده خواهد بود.

جدول شماره (۵) و تحلیل پیشین نشان می‌دهد که نسل زد نگاه تازه‌ای به حقوق و قانون دارد که اگر در سیاست‌گذاری آینده لحاظ نشود، منجر به بی‌اعتمادی نهادی، فرار مغزها و گسترش تضادهای نسلی و پیامدهای آن خواهد شد. **///**



منابع

Motivation.
* Castells, M. (1996). The Rise of the Network Society.
* Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital.
* Herzberg, F. (1966). Work and the Nature of Man.
* Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). Mod-ernization, Cultural Change, and Democracy.
* Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-Determination Theory and the Facili-tation of Intrinsic Motivation.
* Hofstede, G. (2001). Culture's Consequenc-es: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations.

* Chat GPT: <https://chatgpt.com>
بخش‌های مختلف مقاله در پرسش و پاسخ با چت‌جی‌پی‌تی نوشته و اصلاح شده است. راهنمایی هوش مصنوعی برای یافتن پاسخ‌ها با نویسنده بوده است. ویرایش نهایی و حذف و اصلاح موارد برای رسیدن به متن حاضر نیز توسط نویسنده انجام شده است. سرانجام در پرسش از منابع، موارد زیر توسط این هوش مصنوعی بیان شده‌اند:
* Strauss, W., & Howe, N. (1991). Generations: The History of America's Future.
* Erikson, E.H. (1968). Identity: Youth and Crisis.
* Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human

جدول شماره (۵) | شاخص‌های حقوقی نسل زد در مقایسه با نسل‌های ایکس و وای

شاخص‌ها	نسل‌های گذشته (X و Y)	نسل زد
آگاهی از حقوق	محدود، وابسته به رسانه رسمی	گسترده، بر پایه شبکه‌های اجتماعی
نوع مطالبات	عدالت اجتماعی سنتی، اشتغال رسمی	آزادی بیان، حقوق دیجیتال
تعامل با قانون	پذیرش قوانین موجود	نقد ساختار و خواست بازنگری
استفاده از ابزارهای حقوقی	محدود به شکایت رسمی	استفاده از پویش‌ها، کمپین‌ها و رسانه‌ها
دیدگاه به قانون	ابزار کنترل نظم	ابزار تضمین کرامت فردی

جامعه امروز و آینده ایران؛ تأملی جامعه‌شناختی در مسیر تحولات و امید



جامعه ایران شاهد تحولات ساختاری عمیقی در عرصه‌های فرهنگی، جمعیتی، ارتباطی و سبک زندگی بوده که نه صرفاً نوسازی در سطح ظاهری، بلکه گذار از جامعه‌ای مبتنی بر روابط سنتی به جامعه‌ای چندلایه، متکثر و پویا است.



دکتر حسین ایمانی جاجرمی

جامعه‌شناس و عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران



/// مقدمه

ایران، کشور عزیز ما در یکی از پیچیده‌ترین و در عین‌حال سرنوشت‌سازترین مقاطع تاریخی خود قرار گرفته است. جامعه‌ای با پیشینه‌ای تمدنی و سرمایه‌های فرهنگی غنی که طی دهه‌های اخیر با مجموعه‌ای از تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روبه‌رو بوده و اکنون در آستانه گذار به مرحله‌ای تازه از توسعه و پیشرفت قرار دارد. هرچند چالش‌هایی جدی در برابر کشور قرار دارد، اما شواهد گوناگون حاکی از آن است که مسیر تغییرات، حامل فرصت‌هایی نو برای توسعه، تاب‌آوری و پایداری است که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

۱- جامعه در حال گذار از نظم سنتی به پیچیدگی مدرن
جامعه ایران طی دهه‌های اخیر، شاهد تحولات ساختاری عمیقی در عرصه‌های فرهنگی، جمعیتی، ارتباطی و سبک زندگی بوده است. آنچه رخ می‌دهد، نه صرفاً نوسازی در سطح ظاهری، بلکه گذار از جامعه‌ای مبتنی بر روابط سنتی به جامعه‌ای چندلایه، متکثر و پویا است. بخش عمده‌ای از این تحولات به سبب صنعتی شدن و شهری شدن روی داده‌اند. صنعت و شهر از قرن

نوزدهم به این سو دو پدیده بسیار در هم تنیده هستند. پیدایش شهرهای مدرن بویژه کلان شهرها مدیون صنعتی شدن جامعه است. این شهرها بودند که با پیدایش اولین قطب‌های صنعتی فرصت رشد و توسعه‌ای بی‌همتا در تاریخ بشری پیدا کردند. جریان صنعتی شدن سرتاسر جهان را درنوردید و ایرانی‌ها هم مشتاقانه به استقبال آن رفتند؛ زیرا در آن زمان تصور عمومی در قالب مکاتب رقیبی چون «مدرنیزاسیون» و «وابستگی» بر این بود که کلید حل مشکلات عظیمی چون عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی در دست صنعتی شدن سریع جامعه با اثراتی چون توزیع ثروت به شکل رخنه به پایین است. با وجود آشکار شدن بطلان این تصور با پیامدهایی چون تشدید نابرابری‌ها و تخریب محیط‌زیست، عجیب است که این اشتیاق همچنان در رقابت نخبگان سیاسی محلی در ساختار حکومت برای اختصاص منابع ملی جهت تأسیس صنایعی چون فولاد، پالایشگاه، خودروسازی و مانند این‌ها در زادبوم‌های خود از یک‌سو و از سوی دیگر مسابقه مقامات عالی اجرایی از جناح‌های مختلف سیاسی در به‌اصطلاح کلنگ زنی و یا بریدن روبان‌های قرمز افتتاح مراکز صنعتی

به‌عنوان یک دستاورد پرافتخار، پرقت وجود دارد. تا پیش از جریان صنعتی شدن، نقش عمده شهرها بویژه در ایران، معطوف به خدمات اداری-سیاسی و مراکز مبادله کالا و خدمات در مقیاسی محدود بود. به سبب وابستگی جمعیت شهری به تولیدات خوراکی روستا و اندک بودن فرصت‌های اشتغال، جمعیت شهرها از یک حد معینی نمی‌توانست بیشتر شود. آن چه این محدودیت‌ها را از بین برد رشد فناوری‌ها و جریان صنعتی شدن جامعه در عرصه‌های شهری و روستایی بود. دانشگاه هم نسبت به تحولاتی که در جامعه ایران در حال وقوع بود، واکنش نشان داد؛ برای مثال یکی از نخستین گروه‌های پژوهشی در موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران در انتهای دهه ۱۳۳۰ گروه جامعه‌شناسی صنعتی بود که به مطالعه شرایط اقتصادی و اجتماعی سازوکارهای صنعتی در ایران می‌پرداخت. از نخستین مقالاتی هم که به اثرات صنعتی شدن در جامعه ایران بویژه پیدایش گروه‌های اجتماعی مدرن توجه کرد، مقاله احسان نراقی را می‌توان نام برد که با عنوان «طبقات متوسط در ایران» در شماره ۲۲ مجله بین‌المللی جامعه‌شناسی در سال ۱۳۳۶ منتشر شد. از اقشار جدید که به دنبال برنامه صنعتی شدن ایران از ابتدای قرن بیستم پدید آمده بود و نراقی آن‌ها را میان طبقات متوسط شناسایی می‌کرد، «کارگران صنعتی» بودند. این اقشار نسبت به توده مردم زحمتکش، اقلیت ناچیزی محسوب می‌شدند، اما این قشر به سبب آشنایی با ماشین و کسب سواد و مهارت فنی بر اساس پیش‌بینی نراقی خود را به‌زودی متفاوت با طبقات زحمتکش می‌دانست و احساس همبستگی با این طبقات را از دست می‌داد و به طرف طبقات متوسط کشیده می‌شد. نکته مهم از نظر این جامعه‌شناس آن بود که طبقات متوسط شامل بازاریان متوسط‌الحال، کارمندان و کارگران صنعتی از نظر میزان درآمد و داشتن آرمان‌های رفاهی و بویژه آموزش بالا برای فرزندان خود در وضع مشابهی قرار می‌گرفتند، اما از نظر روحی، اعتقادات دینی و اجتماعی و سبک زندگی به هم شبیه نبودند. به باور نراقی این عدم تجانس و اختلاف

فکری و فرهنگی مابین «وابستگان به سنن» و «متجددین» شکافی را به وجود خواهد آورد؛ مثلاً مردم شهری نظیر تهران را در دو قطب متضاد قرار خواهد داد که این تضاد در آینده موجب بروز بحران خواهد شد. از همین رو می‌توان یکی از مهم‌ترین اثرات صنعتی شدن در ایران را پیدایش شکاف‌های اجتماعی و اقتصادی میان اقشار سنتی و مدرن دانست. اختلافات و فاصله‌هایی که خود را به شکل‌های مختلف در انتخاب ارزش‌های اجتماعی، سبک زندگی، مصرف کالاها و فضای شهری و ترجیحات سیاسی نشان می‌داد. پدیده‌ای که برای مثال در شهرک‌های نفتی و سبک زندگی قشر ممتاز مدیران و کارکنان ارشد صنعت نفت قابل‌مشاهده بود. حتی صنایع به‌اصطلاح سنتی ایران از جمله فرش‌بافی از چشم محققان دور نماند. یکی از جالب‌ترین تحقیقات درباره ارتباط صنعت فرش و روابط میان شهر و روستا دراواخر دهه ۱۳۴۰ انجام شد. این تحقیق به کارفرمایی سازمان برنامه، مناطق مختلف ایران شامل کاشان، همدان، آذربایجان، کرمان و خراسان را پوشش می‌داد و در آن افرادی از موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی مانند فیروز توفیق، باقر پرهام، مصطفی نیرومند و عباس خاقانی کار می‌کردند. هدف این بود تا بر اساس جمع‌بندی گزارش‌های منطقه‌ای نتیجه‌گیری جامعی برای کل صنعت فرش ایران به دست آورند. از مهم‌ترین دستاوردهای این تحقیق شناخت چگونگی رابطه شهر و روستا از خلال صنعت فرش از نقطه‌نظر جامعه‌شناسی در طول تاریخ بود. از مطالعه بازارهای منطقه‌ای معلوم شد که «شهر مرکزی است که از آن جا مواد اولیه و سرمایه از طریق دلال‌ها و واسطه‌ها به سمت روستا در حرکت است. بازارهای محلی هم بین شهر و روستا وجود دارد؛ مثلاً در کاشان، جوشقان قالی یا راوند یا نطنز که در آن موقع شهر کوچکی بود یک حلقه واسطه‌ای هست بین شهر و روستا که از طریق آن رابطه مستقیم با تمام خانواده‌ها و کارگاه‌های روستایی و کارگاه‌های قالی‌بافی که در داخل خانه‌ها واقع است، برقرار می‌شود. از طریق تمهیدات همین واسطه‌ها این بافندگان قالی و یا تولیدکنندگان

مستقیم قالی به سرمایه‌های شهری وابسته می‌گردند». به این ترتیب مطالعه صنعت فرش پایگاهی برای رسیدن به شناخت ساخت اجتماعی ایران و نوع رابطه شهر و روستا بود. اکنون تقریباً حوزه‌ای از زندگی باقی نمانده که پرتوی صنعتی شدن به آن تابانده نشده باشد؛ از مواد غذایی گرفته تا پوشاک و مسکن، می‌توان شاهد به‌کارگیری روش‌های صنعتی، فناوری‌های نوین و مقیاس‌های عظیم تولید بود. **صنعتی شدن با وجود دستاوردهای بزرگ، پیامدهای منفی چون تخریب محیط‌زیست، ایجاد شکاف و نابرابری اجتماعی و اقتصادی و از خودبیگانگی نیروی کار را هم به همراه دارد و باید مطالعات جامعه‌شناسی صنعتی در ایران بیش از گذشته به آن‌ها بپردازد:**

الف تحولات جمعیتی:

* کاهش نرخ باروری، افزایش سن ازدواج و تغییر الگوی مهاجرت (از مهاجرت روستا به شهر به مهاجرت از کشور) دلالت بر تحول در ساخت اجتماعی دارد.
* رشد جمعیت سالمند و کاهش جمعیت فعال در صورت عدم برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند تهدیدی برای آینده اقتصادی کشور باشد، اما از سوی دیگر، زمینه‌ای برای سرمایه‌گذاری در بهداشت، نوآوری و خدمات سالمندی نیز هست.
ب) تغییرات سبک زندگی:
* از الگوی معیشت معطوف به بقا به سبک زندگی معطوف به کیفیت و معنا،
* رشد پدیده‌هایی نظیر مصرف فرهنگی، گرایش به آموزش و سفر و کارآفرینی در میان نسل جوان، نشان‌دهنده شکل‌گیری نوعی فردیت جدید است که برخلاف تصور رایج الزاماً ناسازگار با سنت‌ها نیست، بلکه در حال بازتعریف آن‌ها در چارچوب مدرن است.

۲- اقتصاد ایران؛ میان بحران و خلاقیت

نمی‌توان از جامعه سخن گفت بی‌آنکه وضعیت اقتصاد را تحلیل کرد؛ چرا که اقتصاد و جامعه پیوندی ساختاری و دوسویه دارند. اقتصاد ایران طی سال‌های اخیر با مجموعه‌ای از فشارهای خارجی و ناهماهنگی‌های داخلی روبه‌رو بوده است، اما در عین حال از دل این فشارها، ظرفیت‌های نوینی سر برآورده‌اند:



اکنون تقریباً حوزه‌ای از زندگی باقی نمانده که پرتوی صنعتی شدن به آن تابانده نشده باشد؛ از مواد غذایی گرفته تا پوشاک و مسکن، می‌توان شاهد به‌کارگیری روش‌های صنعتی، فناوری‌های نوین و مقیاس‌های عظیم تولید بود. صنعتی شدن با وجود دستاوردهای بزرگ، پیامدهای منفی چون تخریب محیط‌زیست، ایجاد شکاف و نابرابری اجتماعی و اقتصادی و از خودبیگانگی نیروی کار را هم به همراه دارد و باید مطالعات جامعه‌شناسی صنعتی در ایران بیش از گذشته به آن‌ها بپردازد.

الف) جهش شرکت‌های دانش‌بنیان:

✱ طبق آمار معاونت علمی ریاست‌جمهوری، بیش از ۹ هزار شرکت دانش‌بنیان در کشور فعال شده‌اند،
✱ گسترش زیست‌بوم استارت‌آپی در حوزه‌هایی نظیر فناوری مالی، کشاورزی هوشمند، آموزش آنلاین و حمل‌ونقل، نمونه‌ای از بازاریابی اقتصاد سنتی به سوی نوآوری است.

ب) گسترش کارآفرینی منطقه‌ای:

✱ استان‌هایی مانند کرمان با تکیه بر مزیت‌های جغرافیایی، معدنی و کشاورزی، ظرفیت بالایی برای تبدیل‌شدن به قطب‌های توسعه پایدار دارند،
✱ احیای صنایع بومی، بازاریابی دیجیتال و گردشگری فرهنگی از جمله محورهایی هستند که می‌توانند اقتصادهای محلی را تقویت کنند.

ج) الزامات گذار به اقتصاد شفاف و رقابتی:

✱ یکی از چالش‌های اصلی، سایه سنگین اقتصاد رانتی، انحصارات و بی‌ثباتی سیاست‌گذاری است،
✱ توسعه نهادهای ناظر مستقل، شفاف‌سازی داده‌های اقتصادی و حذف یارانه‌های پنهان از جمله اصلاحاتی‌اند که می‌توانند زمینه‌ساز شکل‌گیری اقتصادی رقابتی و متکی به بهره‌وری شوند.

۳- جامعه مدنی، فرهنگ و سرمایه اجتماعی در حال تغییر

فرهنگ و جامعه مدنی در ایران اگرچه تحت تأثیر محدودیت‌ها و فشارهای ساختاری بوده، اما در لایه‌های زیرین خود شاهد نوعی رشد آگاهی، مسئولیت‌پذیری و گسترش نهادهای غیررسمی مشارکت‌محور است.

الف) نقش زنان و جوانان در بازتعریف جامعه:

✱ حضور پررنگ زنان در دانشگاه‌ها (بیش از ۵۵٪ دانشجویان) و در عرصه‌های کارآفرینی،

رسانه و هنر، حکایت از بازسازی نقش‌های

جنسیتی دارد،

✱ جوانان ایرانی با وجود محدودیت‌ها، یکی از کنش‌گرترین نسل‌های تاریخ معاصر کشور به‌شمار می‌روند؛ نسلی که بیش از هر زمان به ارتباط جهانی، دانایی و خلق ارزش اهمیت می‌دهد.

ب) ظهور رسانه‌های نوین و تحول افکار عمومی:

✱ گسترش شبکه‌های اجتماعی، امکان انتقال سریع اطلاعات، شکل‌گیری کمپین‌های اجتماعی و بالا رفتن سطح آگاهی عمومی را فراهم کرده است،

✱ شکل‌گیری «افکار عمومی هوشمند» یکی از دستاوردهای عصر دیجیتال در ایران است؛ پدیده‌ای که ظرفیت اثرگذاری اجتماعی بالایی دارد.

۴- چالش‌های موجود؛ اما نه بن‌بست‌ها

نباید از چالش‌های عمیق ایران غافل بود. مسائل ساختاری نظیر فساد، ناکارآمدی نهادی، نابرابری‌های اجتماعی، بحران محیط‌زیست و مهاجرت نخبگان، تهدیدهایی جدی برای توسعه محسوب می‌شوند، اما جامعه ایران سابقه‌ای طولانی در تاب‌آوری و بازسازی اجتماعی دارد.

الف) مهاجرت نخبگان؛ تهدید یا فرصت؟

هرچند خروج استعدادها یک تهدید است، اما دیاسپورای ایرانی می‌تواند به‌عنوان یک مزیت نسبی عمل کند؛ بویژه اگر از طریق سیاست‌های بازگشت یا تعامل علمی به کشور متصل باقی بماند.

ب) بحران سرمایه اجتماعی:

✱ کاهش اعتماد عمومی به نهادهای از جمله بحران‌های مهم جامعه امروز ایران است،
✱ راهکارها شامل شفاف‌سازی اطلاعات، مشارکت دادن مردم در تصمیم‌گیری و تقویت رسانه‌های مستقل و بومی است.

۵- نقش نهادهای بخش خصوصی در آینده‌سازی ایران

نهادهای بخش خصوصی بویژه اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی می‌توانند در شکل دادن به آینده‌ای متوازن و مشارکت‌محور نقش بی‌بدیلی ایفا کنند. این نهادها با ایفای نقش‌های زیرمی‌توانند به توسعه پایدار کشور یاری رسانند:

✱ میانجی‌گری میان دولت و جامعه مدنی و انتقال مطالبات واقعی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان،
✱ تقویت فرهنگ گفت‌وگو و اجماع در فرآیند سیاست‌گذاری اقتصادی،

✱ حمایت از کارآفرینان جوان، کسب‌وکارهای خلاق و آموزش مهارت‌های نوین در سطح استان‌ها،
✱ جلب سرمایه‌های ایرانیان خارج از کشور از طریق ایجاد بسترهای امن، شفاف و رقابتی برای سرمایه‌گذاری.

جمع‌بندی و چشم‌انداز

جامعه ایران در مرحله‌ای حساس از تاریخ خود قرار دارد. از یک‌سو پیچیدگی‌ها، فشارها و چالش‌هایی بنیادین وجود دارد و از سوی دیگر، سرمایه‌ای عظیم از فرهنگ، دانش، ظرفیت‌های اقتصادی و پویایی اجتماعی نهفته است که در صورت فعال‌سازی می‌تواند مسیر توسعه‌ای بومی درون‌زا و پایدار را برای کشور ترسیم کند.

در این میان، رویکردی جامعه‌شناختی به تحولات می‌تواند به درک عمیق‌تر از نیازها و امکانات منجر شده و ما را از ساده‌سازی‌های خطرناک دور کند. آینده ایران نه در گرو یک راه‌حل معجزه‌آسا، بلکه در گرو مشارکت آگاهانه و خردمندانه همه نیروهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شکل خواهد گرفت. **III**



اتاق

در فصل «اتاق»، آخرین **رویدادها**، دیدارها، مصوبات، نشست‌ها و فعالیت‌های اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان گرد هم می‌آیند. این بخش، مهم‌ترین لحظه‌های تعامل بخش خصوصی و نهادهای تصمیم‌ساز را مستند می‌کند؛ از میزهای تخصصی صادرات و سرمایه‌گذاری تا گفت‌وگو با دولت و حضور در مجامع ملی و بین‌المللی. «اتاق»، آینه‌ای است از تلاش جمعی برای توسعه‌ای پایدار، متکی بر صدای فعالان اقتصادی استان کرمان.



|| منبع اخبار: روابط عمومی اتاق کرمان | <https://otagh-bazargani.com> ||



برگزاری یکصدویازدهمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان کرمان با موضوع «بررسی موانع و ارائه راهکارهای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان»
۰۷ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست راهبردی توسعه شهر خلاق خوراکی با تمرکز بر شیرینی‌های خانگی، به میزبانی دفتر اتاق کرمان در رفسنجان و بازدید از کارگاه‌های موفق در تولید شیرینی خانگی در شهر رفسنجان
۰۷ تیر، ۱۴۰۴



نایب‌رئیس کمیسیون صنعت اتاق ایران، در گفت‌وگو با «دنیای اقتصاد»: «کم‌توجهی دولت به بخش خصوصی در شکل‌گیری بسته حمایتی صنایع»
۰۹ تیر، ۱۴۰۴



یادداشتی از رئیس کمیسیون خدمات فنی مهندسی اتاق ایران و عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان؛ «بازسازی پس از جنگ ۱۲ روزه؛ راهی به سوی همبستگی ملی، رفع تحریم‌ها و بازتعریف حکمرانی»
۰۹ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشستی در محل دفتر اتاق کرمان در رفسنجان به منظور مشارکت در فرآیند سرشماری اسب‌های رفسنجان با هدف ساماندهی صنعت اسب و حمایت از اسب‌داران برای صدور مجوزهای تخصصی
۱۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشستی به مناسبت بزرگداشت روز ملی صنعت و معدن با حضور جمعی از فعالان اقتصادی و رئیس اداره صمت رفسنجان در محل دفتر اتاق کرمان در رفسنجان
۱۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست با مدیر امور شعب بانک ملت استان کرمان با موضوع چگونگی تأمین منابع مالی و ارائه تسهیلات به تولیدکنندگان استان در شرایط بحران
۰۳ تیر، ۱۴۰۴



بازدید رئیس اتاق، روسای کمیسیون‌های توسعه صادرات و کشاورزی و عضو هیئت‌رئیس و ناظر مرکز کسب‌وکار اتاق از واحدهای تولیدی صنایع غذایی به‌منظور بررسی مسائل آن‌ها پیرو تشکیل ستاد بحران در اتاق کرمان
۰۲ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست رئیس دفتر اتاق بازرگانی کرمان در رفسنجان با رئیس اتاق اصناف رفسنجان با هدف ادامه تعامل و همکاری‌های دوجانبه در راستای بهبود فضای کسب‌وکار در این شهرستان
۰۴ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری کارگاه آموزشی مدیریت کسب‌وکار در شرایط بحران با حضور فعالان اقتصادی به همت کمیسیون‌های توسعه صادرات و واردات و تجارت داخلی اتاق کرمان
۰۳ تیر، ۱۴۰۴



بازدید رئیس اتاق کرمان از مرکز «نوآوری در صنعت اتاق و دانشگاه» در محل دانشگاه شهید باهنر کرمان
۰۴ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیته دام و طیور کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان و رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان کرمان با هدف بررسی مشکلات تولیدکنندگان این حوزه
۰۴ تیر، ۱۴۰۴



حضور رئیس مرکز مطالعات و پژوهش‌های اقتصادی اتاق کرمان در نشست توسعه تحولی اکوسیستم فناوری استان در سند «کرمان برفراز» و ارائه پیشنهادی مبنی بر تشکیل دفتر توسعه فناوری در دانشگاه‌ها
۲۱ تیر، ۱۴۰۴



رئیس اتاق کرمان در مراسم یادبود زنده‌یاد «حسین ودیعی» از فعالان فرهنگی و گردشگری و مؤسس موزه طلا کرمان؛ «مسیر حرکت بخش خصوصی را برای حفظ میراث ارزشمند کرمان هموار کنید»
۱۸ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری دومین رویداد «خورشید در خدمت صنعت و کشاورزی» با حضور جمعی از فعالان صنعتی و کشاورزی در محل دفتر اتاق در شهرستان سیرجان
۲۱ تیر، ۱۴۰۴



یادداشتی از رئیس کمیسیون خدمات فنی مهندسی و احداث اتاق ایران و عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان؛ «از فرودهای دیپلماسی تا افق توسعه»
۲۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیسیون توسعه صادرات با حضور مدیرکل گمرکات استان به‌منظور بررسی مسائل و مشکلات صادرکنندگان
۲۳ تیر، ۱۴۰۴



برپایی نخستین پاپیون اتاق کرمان به‌عنوان تنها شرکت‌کننده از اتاق‌های کشور در نمایشگاه گلفود ۲۰۲۶ دب با ۱۰ کانتر اختصاصی
۲۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست به‌منظور بررسی نحوه جمع‌آوری، ارزیابی و ساماندهی مدارک و اسناد مربوط به فرش استان و انعقاد تفاهم‌نامه‌ای با سازمان اسناد و کتابخانه ملی جنوب شرق کشور
۱۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست به‌منظور تأکید بر فعالیت مجدد دفتر نمایندگی اتاق مشترک ایران و افغانستان در کرمان پس از چند سال وقفه به دلیل تغییر حکومت در این کشور
۱۱ تیر، ۱۴۰۴



یادداشتی از رئیس کمیسیون خدمات فنی مهندسی و احداث اتاق ایران؛ «نقش صنعت احداث در آبادانی و توسعه زیرساخت‌های کشور و جایگاه و نقش این صنعت در دوران پس از جنگ تحمیلی ۱۲ روزه»
۱۶ تیر، ۱۴۰۴



حضور رئیس دفتر اتاق کرمان در رفسنجان در نشست شورای هماهنگی مبارزه با مواد مخدر با محوریت بررسی پیشرفت «دهکده امید و سلامت» در محل فرمانداری ویژه این شهرستان
۱۶ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیسیون گردشگری و صنایع‌دستی اتاق کرمان با هدف بررسی و ارائه راهکارهای خلاقانه برای رونق گردشگری استان و عبور از بحران پساجنگ
۱۸ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیته دام و طیور کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان با موضوع بررسی عمده مشکلات مرغداران و دامداران استان بعد از جنگ تحمیلی ۱۲ روزه
۱۷ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری چهارمین رویداد «خورشید در خدمت صنعت و کشاورزی» با حضور جمعی از فعالان صنعتی و کشاورزی در محل دفتر اتاق در شهرستان جیرفت
۳۱ تیر، ۱۴۰۴



بررسی راهکارهای توسعه همکاری‌های تجاری کرمان و ازبکستان در نشست کمیسیون واردات و تجارت داخلی اتاق کرمان با سفیر و رایزن اقتصادی جمهوری ازبکستان در ایران
۳۰ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست تعامل و همفکری آژانس داران و راهنمایان گردشگری استان در خصوص تهیه بسته‌های متنوع سفر و برگزاری تورهای گردشگری
۱ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست بررسی نحوه صادرات پسته به اتحادیه اروپا و موضوع صدور شناسه برای ترمینال‌های ضبط و فراوری پسته
۳۱ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیسیون گردشگری و صنایع‌دستی اتاق کرمان با حضور مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان با موضوع گردشگری در استان
۱ مرداد، ۱۴۰۴



گفت‌وگوی عضو هیئت ریسه اتاق کرمان با خبرنگار اقتصادی ایرنا به مناسبت هفته مهارت‌آموزی؛ «بخشی از بار نظام آموزش حرفه‌ای بر دوش صنعت است/ بیکار ماهر نداریم»
۱ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست هیئت ریسه با روسای دفاتر اتاق در شهرستان‌ها
۲۶ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری بیست و نهمین شورای پژوهشی اتاق کرمان با موضوع «تدوین اولویت‌های پژوهشی استان، فعالیت مرکز نوآوری مشترک اتاق کرمان و دانشگاه شهید باهنر کرمان و بسته حمایتی دولت از کسب‌وکارها در شرایط بحران»
۲۵ تیر، ۱۴۰۴



یادداشتی از رییس کمیسیون خدمات فنی مهندسی و احداث اتاق ایران و عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان؛ «نخبگان و دیپلماسی توسعه؛ راهی به‌سوی ایران ۲۰۳۴»
۲۸ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری یکصد و دوازدهمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی با موضوع «بررسی چالش‌های توسعه صادرات استان کرمان»
۲۸ تیر، ۱۴۰۴



برگزاری سومین رویداد «خورشید در خدمت صنعت و کشاورزی» با حضور جمعی از فعالان صنعتی و کشاورزی در محل دفتر اتاق در شهرستان رفسنجان
۲۹ تیر، ۱۴۰۴



رونمایی از شتاب‌دهنده صادراتی «گرادیان» با هدف مرتفع نمودن چالش‌های ساختاری، اطلاعاتی و دانشی در مسیر توسعه صادرات استان کرمان در یکصد و دوازدهمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی
۲۸ تیر، ۱۴۰۴



یادداشتی از رییس کمیسیون خدمات فنی مهندسی و احداث اتاق ایران و عضو هیئت نمایندگان اتاق کرمان؛ «امید و نخبگان، معماران توسعه ایران»

۶ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری دوره آموزشی «رفتارشناسی بر اساس مدل جهانی (DISC)» ویژه معاونان و مدیران استانداری و فرمانداران سراسر استان

۲ مرداد، ۱۴۰۴



رییس اتاق کرمان در نشست معرفی پروژه سرچشمه سلامتی: «پروژه سرچشمه سلامتی با تأکید بر تحقق توسعه پایدار اجرا شود»

۷ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست کمیسیون کشاورزی اتاق کرمان با موضوع بررسی راهکارهای کشاورزی قراردادی و مدیریت نحوه صادرات پسته به اتحادیه اروپا با حضور معاون مدیرکل دفتر امور میوه‌های سردسیری و خشک وزارت جهاد کشاورزی

۷ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نخستین برنامه «کرمان ۴۰» در فسنجان با هدف آشنایی و همراهی واحدهای صنعتی با فناوری‌های نوین صنعت

۸ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری پنجمین رویداد «خورشید در خدمت صنعت و کشاورزی» با حضور جمعی از فعالان صنعتی و کشاورزی در محل اتاق کرمان

۸ مرداد، ۱۴۰۴



استاندار کرمان در نشست با اعضای هیئت نمایندگان اتاق کرمان: «کارگروه توسعه پایدار استان با محوریت اتاق تشکیل شود»
رییس اتاق کرمان در نشست اعضای هیئت نمایندگان اتاق با استاندار: «نقشه راه توسعه پایدار استان تدوین شود»



برگزاری نشست اعضای هیئت نمایندگان اتاق کرمان با استاندار

۲ مرداد، ۱۴۰۴



رییس کمیسیون صنعت اتاق کرمان در نشست با استاندار: «تنوع‌بخشی به اقتصاد کرمان برای رسیدن به توسعه پایدار ضروری است»



رییس کمیسیون سرمایه‌گذاری و امور زیربنایی اتاق کرمان در نشست با استاندار: «انجمن نخبگان باید محور توسعه استان کرمان باشد»



رییس کمیسیون توسعه صادرات اتاق کرمان در نشست با استاندار: «کرمان نیازمند ایجاد پایگاه تخصصی فرآوری پسته است»



رییس کمیسیون واردات و تجارت داخلی اتاق کرمان در نشست با استاندار: «گروه مشاوران اقتصادی استاندار تشکیل شود»



رییس اندیشکده انرژی اتاق کرمان در نشست با استاندار: «تدوین اطلس سرمایه‌گذاری انرژی‌های تجدیدپذیر به توسعه پایدار استان کمک می‌کند»



رییس دفتر اتاق کرمان در جنوب استان در نشست با استاندار: «قطع برق شهرستان‌ها براساس برنامه باشد»



رتبه نهم استان کرمان
در شاخص محیط کسب و کار- بهار ۱۴۰۴

۲۰ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری سمینار آموزشی «گام به گام صادرات و واردات»
به همت دفتر اتاق کرمان در رفسنجان و واحد آموزش اتاق بازرگانی کرمان

۱۸ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست به منظور بررسی مسائل و مشکلات فعالان
صنایع حوزه سنگ استان کرمان به همت کمیسیون صنعت اتاق کرمان

۲۱ مرداد، ۱۴۰۴



حضور دبیرکل اتاق
در نشست دبیران اتاق‌های استانی با هیئت رئیسه اتاق ایران

۲۱ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست مشترک کمیسیون معدن اتاق کرمان با انجمن
تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان

۱۵ مرداد، ۱۴۰۴



دیدار و گفت‌وگوی رئیس کمیسیون معدن اتاق کرمان به همراه دبیرکل اتاق با
مدیرکل سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی استان کرمان

۱۲ مرداد، ۱۴۰۴



رئیس اتاق کرمان در همایش بهره‌وری در صنعت و معدن: «بهره‌وری بیشتر به
شوخی شبیه است تا عمل؛ هر سال همایش برگزار و اعداد و ارقام را با اندوه
فراوان مطرح می‌کنیم اما جلسه که تمام می‌شود، می‌رویم تا سال بعد.»

۱۵ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری کارگاه آموزشی
«تکمیل اظهارنامه ارزش افزوده و سامانه مودیان مالیاتی»

۱۵ مرداد، ۱۴۰۴



پیام تبریک رئیس اتاق کرمان
به مناسبت روز خبرنگار

۱۶ مرداد، ۱۴۰۴



برگزاری نشست فعالان اقتصادی استان با معاون صنایع عمومی وزارت صنعت،
معدن و تجارت در محل استانداری کرمان

۱۵ مرداد، ۱۴۰۴

تمامی فعالان اقتصادی، محققان، صنعتگران، پژوهشگران و دانشگاهیان

می‌توانند با ارسال مطالب، مقالات و یادداشت‌های تخصصی و تحلیلی خود با فصلنامه **سپهر اقتصاد** همکاری نمایند.

۰۳۴-۳۲۴۸۳۳۷۸

sepehr@kccim.ir

۰۹۰۵۸۵۰۸۰۶۹ (فضای مجازی: اینستا، تلگرام، واتس‌آپ و...)

تقویم نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و موارد حمایت اتاق کمرمان در سال ۱۴۰۴

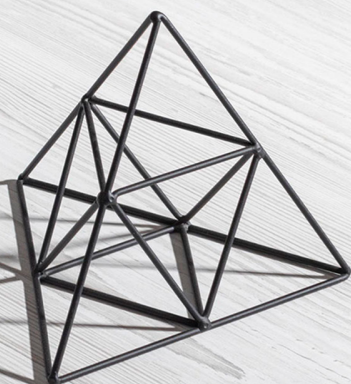
[illegible]



اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی کرمان



با اسکن بارکد بالا
با ما در ارتباط باشید





ILIA Pistachio Co.

Export & Import Company

Since 1957

www.iliapistachio.com

