

جبران خسارت یا کسری بودجه دولت؟



نسخه‌ای برای نجات بنگاه‌های کوچک



گفت‌وگو با «ناصر فکوهی»، انسان‌شناس
درباره تناقضات میان ساده‌زیستی و تجمل در جامعه امروز

چرخه معیوب مصرف‌گرایی در ایران

کیش؛ جزیره آرامش در میانه جنگ‌ها

داستان موفقیت جزیره زیبای کیش، به‌عنوان
مروارید خلیج فارس، از موقعیت استراتژیک و
ژئوپلیتیک منحصربه‌فرد آن الهام می‌گیرد. این
جزیره، در برخی دوره‌های تاریخی مرکز مبادله
تجارت میان ایران، کشورهای منطقه، هند، آفریقا و...
بود. در دهه‌های پیش از انقلاب زندگی بومیان کیش
که درک عمیقی از دریا داشتند بر پایه صید مروارید
بوده است. نقطه عطف توسعه کیش از اواخر دهه ۴۰
با ایده محوری تبدیل کیش به‌عنوان یک مرکز
گردشگری تجملی شکل گرفت و زیرساخت‌های
اولیه همچون فرودگاه بین‌المللی، ساخت اسکله‌های
جدید و ایجاد جاده‌های آسفالت احداث گردید.
ساخت هتل شایان، مجموعه‌های اقامتی تجملی،
ایجاد زمین گلف، باشگاه سوارکاری، اسکله‌های
تفریحی، و احداث شهرک‌های جدید، از جمله
اقداماتی است که در دهه ۱۳۵۰ و باهدف تبدیل
کیش به یک مقصد گردشگری جذاب صورت گرفت.

تبدیل جزیره کیش به یک منطقه آزاد تجاری -
صنعتی در اواخر دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ نقطه
عطف توسعه جزیره کیش پس از انقلاب است.
ایجاد معافیت‌های مالیاتی، لغو روادید برای
سفرهای کوتاه‌مدت اتباع خارجی و تسهیلات
گمرکی، از جمله امکاناتی بوده‌اند که در رشد و
توسعه جزیره کیش، پس از انقلاب، نقش مؤثری
داشته‌اند. این روند، باعث شکل‌گیری موج جدیدی
از سرمایه‌گذاری‌ها در جزیره کیش شد. ساخت و
بهره‌برداری از مراکز خرید مدرن، ساخت هتل‌های
۴ و ۵ ستاره جدید، ساخت مرکز همایش‌های
بین‌المللی و نمایشگاه کیش و اجرای رویدادهای
منظم، توسعه تفریحات آبی و راه‌اندازی کشتی‌های
تفریحی، احداث پارک‌های ساحلی، آکواریوم‌ها، و مدرن
جذب سرمایه برای پروژه‌های بزرگ و مدرن
مسکونی و اداری، بخش مهمی از روند توسعه
کیش پس از انقلاب است.

تبدیل جزیره کیش به یک منطقه آزاد تجاری -
صنعتی در اواخر دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ نقطه
عطف توسعه جزیره کیش پس از انقلاب است.
ایجاد معافیت‌های مالیاتی، لغو روادید برای
سفرهای کوتاه‌مدت اتباع خارجی و تسهیلات
گمرکی، از جمله امکاناتی بوده‌اند که در رشد و
توسعه جزیره کیش، پس از انقلاب، نقش مؤثری
داشته‌اند. این روند، باعث شکل‌گیری موج جدیدی
از سرمایه‌گذاری‌ها در جزیره کیش شد. ساخت و
بهره‌برداری از مراکز خرید مدرن، ساخت هتل‌های
۴ و ۵ ستاره جدید، ساخت مرکز همایش‌های
بین‌المللی و نمایشگاه کیش و اجرای رویدادهای
منظم، توسعه تفریحات آبی و راه‌اندازی کشتی‌های
تفریحی، احداث پارک‌های ساحلی، آکواریوم‌ها، و مدرن
جذب سرمایه برای پروژه‌های بزرگ و مدرن
مسکونی و اداری، بخش مهمی از روند توسعه
کیش پس از انقلاب است.

مجتبی شهریاری |
مدیر پروژه شهرک
سلامت جزیره کیش |



شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه
کیش به‌عنوان مجری ابرپروژه
شهرک سلامت در جزیره کیش
در آینده‌های نزدیک با تعریف
بسته‌های سرمایه‌گذاری در حوزه
گردشگری سلامت، به دنبال
جذب سرمایه‌گذاران بزرگ داخلی
و خارجی در حوزه سلامت در
جزیره کیش است تا الگوهای
جدیدی از جذب گردشگری، در
قالب تورسیم‌درمانی، را در جزیره
کیش راهبری کند



شهرک سلامت کیش: فرصتی نوین برای جذب تورسیم‌درمانی

شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش به‌عنوان مجری
ابرپروژه شهرک سلامت در جزیره کیش در آینده‌های
نزدیک با تعریف بسته‌های سرمایه‌گذاری در حوزه
گردشگری سلامت، به دنبال جذب سرمایه‌گذاران
بزرگ داخلی و خارجی در حوزه سلامت در جزیره
کیش است تا الگوهای جدیدی از جذب گردشگری،
در قالب تورسیم‌درمانی، را در جزیره کیش راهبری
کند. پروژه شهرک سلامت کیش، پروژه‌ای با زمین
تخصیصی نود و پنج هکتاری است که در موقعیت
جنوبی جزیره واقع شده است و با دارا بودن یک
کیلومتر خط ساحلی در یک موقعیت بسیار جذاب و
خاص از جزیره قرار دارد. این پروژه می‌تواند یکی از
پیشران‌های جدید توسعه در جزیره کیش باشد و
اساساً الگوی ورود گردشگر به جزیره کیش را تغییر
دهد. این پروژه، دامنه متنوعی از کاربری‌های
مختلف، اعم از کاربری‌های درمانی، کلینیک‌های
تخصصی، مراکز جراحی، درمان‌های مبتنی بر
تندرستی، مراکز مراقبه، یوگا، مراکز چکاپ، و
کمپ‌های سالمندان، اقامتگاه‌های لوکس،
اقامتگاه‌های موقت، هتل آپارتمانی، مراکز تجاری و...
را شامل می‌شود. پروژه شهرک سلامت کیش در
آینده‌های نزدیک، تحول مهمی را در توسعه جزیره
کیش رقم خواهد زد.

توسعه پایدار در کیش

شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش با کادرهای
باتجربه خود که دارای نقش مؤثری در اجرای
ابرپروژه‌های کیش بوده‌اند به همراه نسل نوینی از
مدیران که دارای یک تفکر راهبردی و توسعه‌گرا با
نگرش تبدیل جزیره کیش به یک منطقه آزاد نسل
هفتمی هستند به دنبال ارتقای جایگاه کیش در
سطح منطقه‌ای است. یکی از سیاست‌های راهبردی
این شرکت این است که اساساً همه پروژه‌های
جدید خود را مبتنی بر توسعه پایدار و حفظ
محیط‌زیست تعریف کند. شرکت سرمایه‌گذاری و
توسعه کیش از همه سرمایه‌گذاران و فعالان
اقتصادی بخش خصوصی جهت حضور در جزیره
کیش دعوت به عمل می‌آورد. این شرکت، خود را
متعهد می‌داند که مسیر سرمایه‌گذاری چنین
سرمایه‌گذارانی را هموار کند. این فرایند، می‌تواند از
مسیر عقد قراردادهای مشارکت عمومی - خصوصی
انجام شود و زمین به همراه مجوزهای آن، به‌عنوان
آورده شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش یا آورده
سازمان منطقه آزاد کیش قرار گیرد و سرمایه‌گذاران
بخش خصوصی، طرح‌های اقتصادی خود را در
چنین بستری به انجام برسانند. این شرکت، این
آمادگی را دارد که حداکثر همکاری را با بخش
خصوصی انجام دهد و بتواند تعامل مؤثری را بین
سازمان منطقه آزاد و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی
برای توسعه جزیره کیش به سرانجام برساند.

مناسبت‌های مختلف در سطح ملی و بین‌المللی
برای جذب مخاطبان خاص است. این مأموریت‌ها،
به‌خوبی اهمیت شرکت سرمایه‌گذاری را به‌عنوان
بازوی اجرایی سازمان منطقه آزاد برای توسعه کیش
نشان می‌دهند. بر مبنای بیانیه چشم‌انداز شرکت
سرمایه‌گذاری و توسعه کیش، تبدیل منطقه آزاد
کیش به قطب نوآوری در سرمایه‌گذاری اقتصادی و
کسب‌وکار، است. شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه
کیش، در طی دهه‌های گذشته، از یک طرف، نقش
بسیار تعیین‌کننده‌ای در تعریف و اجرای پروژه‌های
بزرگ اقتصادی همچون پروژه رویا کیش و دامون
داشته است و از طرف دیگر این شرکت، به‌عنوان
تأمین‌کننده مالی بسیاری از پروژه‌های زیرساختی
جزیره، نقش کلیدی را در توسعه جزیره کیش ایجاب
نموده است.

شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش به‌واسطه‌ی
نقش حاکمیتی خود، تسهیل‌گر فعالیت
سرمایه‌گذاران مختلف در جزیره کیش است و در
دوره مدیریت جدید رویکردهای نوینی را برای
توسعه فعالیت‌های اقتصادی و تعامل با
سرمایه‌گذاران اتخاذ نموده است. این شرکت به
دنبال این است که مسیر فعالیت اقتصادی
سرمایه‌گذاران در جزیره کیش را هموار کند. باتوجه‌به
معافیت‌های گمرکی که در مناطق آزاد وجود دارد و
همچنین معافیت‌های مالیاتی بیست‌ساله، به علاوه
زیرساخت‌های مدرن فرودگاهی و بندرگاه، به علاوه
مشوق‌هایی که برای انجام فعالیت‌های اقتصادی در
اختیار سرمایه‌گذاران قرار داده می‌شود، شرکت
سرمایه‌گذاری و توسعه کیش از همه سرمایه‌گذاران
بخش خصوصی برای حضور در جزیره کیش دعوت
به عمل می‌آورد. این شرکت، خود را ملزم می‌داند که
مسیر فعالیت سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را در
جزیره کیش هموار کند. اگرچه پروژه‌های توسعه
بزرگی در جزیره کیش به انجام رسیده است، اما این
جزیره در حال حاضر فرصت‌های سرمایه‌گذاری
بسیاری را در خود دارد. اهمیت جزیره کیش این
است که این جزیره، حتی در میانه‌های جنگ، چه
در دوران جنگ تحمیلی هشتده ساله و چه در دوره
جنگ دوازده‌روزه همواره جزیره آرامش و ثبات بوده
است و در شرایط جدید کشور، این جزیره می‌تواند
مقصد جذابی برای فعالان اقتصادی باشد. باتوجه‌به
افزایش هزینه سفرهای خارجی، کیش می‌تواند
مقصد جایگزین و جذابی برای ایرانیان باشد که
بتوانند سفرهای تجملی تفریحی خود را به شکل
داخلی و در جزیره کیش به انجام برسانند. احداث
هتل‌های پنج‌ستاره و مجتمع‌های تجاری بزرگ با
استانداردهای بین‌المللی در سال‌های اخیر
جذابیت‌های دوچندانی را برای این جزیره ایجاد
نموده است.



تصاویر: [۱]

کسب‌وکارهای کوچک ستون پنهان تاب‌آوری اقتصادی



شبنم شکوریان | دبیر ویژه‌نامه |

در سال‌های اخیر، اصطلاح «تاب‌آوری اقتصادی» به یکی از پرکارترین کلیدواژه‌ها در ادبیات اقتصادی و سیاسی ایران تبدیل شده است. تاب‌آوری اقتصادی در ساده‌ترین تعریف به توانایی یک اقتصاد برای تحمل و عبور از شوک‌ها، بحران‌ها و فشارهای بیرونی اطلاق می‌شود؛ شوک‌هایی که می‌تواند ناشی از تحریم‌های بین‌المللی باشد یا ریشه در بحران‌های داخلی مانند تورم، رکود و نوسانات ارزی داشته باشد. اما پرسش اساسی اینجاست: این تاب‌آوری بر دوش چه کسانی بنا می‌شود؟ صنایع بزرگ و دولتی که وابسته

به سرمایه‌های کلان هستند، یا شبکه گسترده‌ای از کسب‌وکارهای کوچک که در دل شهرها و روستاها فعالیت می‌کنند؟ نگاه به تجربه اقتصادی سایر کشورهای جهان نشان می‌دهد که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ستون‌های اصلی تاب‌آوری‌اند.

سهم کوچک‌ها در ایالات متحده آمریکا

نشریه فوربس گزارشی با عنوان «چگونه کسب‌وکارهای کوچک اقتصاد آمریکا را هدایت می‌کنند؟» منتشر کرده است که نشان می‌دهد؛ کسب‌وکارهای کوچک نقش

مهمی در اقتصاد ایالات متحده ایفا می‌کنند. در این کشور ۹۹.۹ درصد کل شرکت‌ها را بنگاه‌هایی با کمتر از ۵۰ کارمند تشکیل می‌دهند. این بدان معناست که تقریباً تمامی ساختار اقتصادی این کشور بر پایهٔ همین واحدهای کوچک بنا شده است.

نگاهی به بازه ۲۵ساله از ۱۹۹۵ تا ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که همین کسب‌وکارهای کوچک، بیش از ۶۲ درصد مشاغل جدید را ایجاد کرده‌اند؛ آماري که از هر زوایای بنگاریم، جایگاه تعیین‌کننده آن‌ها را در اشتغال‌زایی و پایداری اقتصادی به رخ می‌کشد.

نقش این واحدها تنها به استخدام نیرو محدود نمی‌شود. کسب‌وکارهای کوچک با گردش سرمایه در سطح محلی، موتور محرک خدمات عمومی و سرمایه‌گذاری‌های تازه‌اند. مالیات‌ها و دستمزدهایی که از دل همین فعالیت‌ها پرداخت می‌شود، بار دیگر به چرخهٔ اقتصاد بازمی‌گردد و بهبود زیرساخت‌ها و خدمات شهری را به دنبال دارد.

به بیان ساده‌تر، یک مغازه کوچک خانوادگی در گوشه یک خیابان یا یک کارگاه پنج‌نفره در حاشیه یک شهر صنعتی، می‌تواند همان اندازه در ایجاد ارزش اقتصادی مؤثر باشد که یک کارخانه بزرگ یا پروژه عظیم صنعتی. اقتصاد محلی درست از همین نقطه‌های کوچک جان می‌گیرد و تاب‌آوری کل اقتصاد ملی را تقویت می‌کند.

انعطاف‌پذیری؛ رمز بقای کوچک‌ها

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کسب‌وکارهای کوچک، انعطاف‌پذیری و سرعت عمل در واکنش به تغییرات محیطی است. برخلاف شرکت‌های بزرگ که ساختار پیچیده و بروکراسی سنگین دارند، یک کسب‌وکار کوچک می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان مسیر خود را تغییر دهد، محصول تازه‌ای عرضه کند یا بازار هدفش را بازتعریف نماید. همین ویژگی باعث می‌شود در شرایط بحران، آن‌ها تاب‌آورتر از غول‌های اقتصادی باشند.

نمونه بارز این تاب‌آوری را می‌توان در دوران همه‌گیری کرونا مشاهده کرد. زمانی که بسیاری از شرکت‌های بزرگ آمریکایی ناچار به تعدیل نیرو یا تعطیلی موقت شدند، موجی از کسب‌وکارهای کوچک تازه شکل گرفت. تنها در سال ۲۰۲۱، بیش از ۱.۴ میلیون شرکت جدید در آمریکا ثبت شد؛ آماري که حتی پیش از بحران هم بی‌سابقه بود. این واقعیت نشان می‌دهد که ریشه‌های اقتصاد در سطح خرد آن‌قدر زنده و پویاست که حتی در دل طوفان بحران‌ها نیز توان جوانه‌زدن دارد.

نگاهی به ایران

اقتصاد ایران نیز همانند سایر کشورها، به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیاز حیاتی دارد، اما واقعیت این است که جایگاه آن‌ها در سیاست‌گذاری‌های کلان همچنان در حاشیه مانده است. در شرایطی که صنایع بزرگ کشور تحت‌فشار شدید تحریم‌ها، نوسان‌های ارزی و محدودیت‌های مالی قرار گرفته‌اند، این کسب‌وکارهای کوچک و متوسط‌اند که می‌توانند بخشی از بار تاب‌آوری را بر دوش بکشند. کارگاه‌های تولیدی محلی، استارت‌آپ‌های نوآور، فروشگاه‌های خانوادگی و حتی مشاغل خانگی، همگی ظرفیت‌هایی به شمار می‌رود که اگر از حمایت‌های مالی و قانونی کافی برخوردار شوند، می‌توانند به ستون‌های پایداری اقتصاد ایران بدل شوند.

چالش‌هایی که با سرمایه اندک وارد حوزه‌هایی چون فناوری، کشاورزی نوین یا صنایع دستی می‌شوند، تنها برای خودشان شغل نمی‌سازند؛ بلکه در مقیاس محلی، زنجیره‌های از ارزش اقتصادی و اجتماعی به حرکت

درمی‌آوردند. از روستاهایی که با فروش آنلاین صنایع‌دستی به بازار جهانی وصل می‌شوند، تا استارت‌آپ‌های کوچک فناوری که خدمات روزمره مردم را تسهیل می‌کنند، همگی می‌توانند به این روند کمک کنند. اما تداوم این امر، بدون زیرساخت‌های حمایتی پایدار ممکن نیست. دسترسی به وام‌های خرد، نظام مالیاتی شفاف و عادلانه، بازارهای محلی و دیجیتال کارآمد، و مهم‌تر از همه اعتماد مصرف‌کنندگان به کالا و خدمات ایرانی، ستون‌هایی هستند که باید برای آن بنا شوند.

نقش سیاست‌گذار و مردم

در آمریکا، موفقیت کسب‌وکارهای کوچک تنها نتیجه سیاست‌های دولتی نیست؛ مردم هم بخش از این فرایند هستند. انتخاب آگاهانه یک مصرف‌کننده برای خرید از مغازه محلی یا حمایت از یک استارت‌آپ نوپا، می‌تواند تفاوتی بزرگ ایجاد کند. در ایران نیز تاب‌آوری اقتصادی تنها زمانی جان می‌گیرد که هر دو سوی ماجرا فعال باشند. یعنی از یک سو، مردم با اعتماد به محصولات داخلی و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، چرخه‌ای تازه از رشد محلی را شکل دهند و از سوی دیگر، سیاست‌گذاران با ترکیب نگاه کلان توسعه صنعتی و حمایت خرد از مشاغل کوچک، یک‌لایه حیاتی به اقتصاد ملی اضافه کنند. زیرا بدون این لایه، اقتصاد ملی همچنان شکننده باقی خواهد ماند و توان مقابله با شوک‌های بیرونی و درونی را از دست خواهد داد.

اقتصاد محلی؛ جایی که چرخه تاب‌آوری شکل می‌گیرد

اقتصاد ایران امروز در مسیری پرچالش گام برمی‌دارد؛ مسیری که هر روز با فشارهای تازه‌ای چون تحریم‌های خارجی، نوسان‌های ارزی و بحران‌های ساختاری همراه است. در چنین شرایطی، پرسش اصلی این است: ابزار واقعی تاب‌آوری کجاست؟

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همان ویژگی‌هایی را دارند که برای این روزهای دشوار حیاتی است: کم‌هزینه‌بودن، انعطاف‌پذیری بالا و تکیه بر سرمایه انسانی و اجتماعی محلی. همان‌طور که تجربه آمریکا نشان می‌دهد، ستون‌های اقتصاد الزاماً در برج‌های شیشه‌ای شرکت‌های بزرگ یا صنایع عظیم شکل نمی‌گیرند، بلکه در فروشگاه‌های کوچک خانوادگی، استارت‌آپ‌های جوان و کارگاه‌های محلی است که ریشه‌های پایداری بنا می‌شود.

برای ایران نیز آینده‌ای پایدار بدون این ستون‌های پنهان قابل‌تصور نیست. اگر قرار است اقتصاد ملی در برابر شوک‌ها بایستد و در مسیر توسعه بومی حرکت کند، باید نگاه سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری و حتی مصرف روزمره مردم، بیش‌ازپیش متوجه این کسب‌وکارهای کوچک شود. در واقع، تاب‌آوری ایران نه در فاصله‌های دور، بلکه در کوچه و خیابان‌های همین شهرها و روستاها نهفته است.

گفت و گو

وحید شقاقی شهری، اقتصاددان از راه‌های تاب‌آوری در روزگار بحران می‌گوید:

نسخه‌ای برای نجات بنگاه‌های کوچک



محمد زرا | خبرنگار |

در شرایط فعلی، چه چالش‌های مالی خاصی کسب‌وکارهای کوچک را تهدید می‌کند و شما چه راهکارهایی برای مدیریت این چالش‌ها پیشنهاد می‌کنید؟

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (Small and Medium-sized Enterprises) به‌اختصار در جهان SME نامیده می‌شوند. SMEها در برخی کشورها توانسته‌اند عملاً وارد فرایند تولید شوند و به محرکی برای سرمایه‌گذاری و تولید تبدیل شوند. حالا در اقتصاد ایران، این کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، با چند چالش یا مانع مواجه هستند. یکی این است که تجربه جهان نشان داده کسب‌وکارهای متوسط بدون اتصال به کسب‌وکارهای بزرگ یا بنگاه‌های بزرگ نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند. عملاً حیات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زمانی امکان‌پذیر است که به بنگاه‌های تولیدی بزرگ متصل شوند، یعنی یک زنجیره بین کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و بنگاه‌های بزرگ تولیدی شکل گیرد. در اقتصاد ایران، واقعیت این است که چنین زنجیره‌ای تعریف نشده است. معمولاً در دنیا، بنگاه‌های بزرگ و بزرگ‌مقیاس می‌توانند وارد رقابت منطقه‌ای و جهانی شوند و این بنگاه‌ها هم توان رقابت در داخل و هم خارج از کشور را دارند. بنگاه‌های کوچک و متوسط چنین توانایی ندارند. از این منظر، در

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد جهانی به‌عنوان موتور محرک تولید و اشتغال شناخته می‌شوند، اما در ایران همچنان با چالش‌های ساختاری، نبود استراتژی روشن و محدودیت‌های مالی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. وحید شقاقی شهری، اقتصاددان و عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی، در گفت‌وگو با پیام ما بر این باور است که شرط بقا و تاب‌آوری این بنگاه‌ها در دوران بحران، اتصال به زنجیره تولید، حرکت در مرز فناوری و بازاریابی منابع انسانی است؛ مسیری که بدون آینده‌نگری و انعطاف‌پذیری، به‌سرعت بسته خواهد شد.

که به بنگاه بزرگ متصل باشند و تولیدات، فرایند کار و حتی کیفیت آن‌ها مشخص و هدفمند باشد. این یکی از مهم‌ترین چالش‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصاد ایران است. موضوع بعدی نبود استراتژی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است. واقعاً در اقتصاد ایران هیچ استراتژی بلندمدتی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تعریف نشده است؛ مشخص نیست این کسب‌وکارها باید در چه حوزه‌هایی فعالیت کنند، الزامات و پیش‌نیازهایشان چیست و در این استراتژی، دیگر لوازم بنگاه کوچک و متوسط تعریف نشده است.

چالش سوم، بحث تأمین مالی این بنگاه‌هاست. در اقتصاد ایران، بخش عمده تأمین مالی توسط شبکه بانکی انجام می‌شود. بانک‌های کشور خودشان بنگاه‌های زیرمجموعه دارند، بنابراین تسهیلات کافی به سمت بنگاه‌های کوچک و متوسط هدایت نشده است و این تأمین عملاً در آن فرار داریم، بسیاری نبوده‌اند. بنگاه‌های بزرگ‌مقیاس، به دلایل مختلف از جمله فشار سیاسی، رسانه‌ای یا توان رقابت خود، توانسته‌اند از شبکه بانکی تأمین مالی کنند، اما بنگاه‌های کوچک و متوسط این توانایی را نداشته‌اند.

چگونه کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند با استفاده از فناوری‌های نوین و دیجیتال‌سازی تاب‌آوری خود را در برابر بحران‌ها تقویت کنند و به چه اندازه این تحولات در درآمدت پایدار خواهند بود؟

به آن بحثی که قبلاً اشاره کردم، یعنی وجود استراتژی برای توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، بازمی‌گردیم. اگر کشوری واقعاً دارای یک استراتژی مدون، مشخص و بلندمدت باشد، این استراتژی اصولاً باید مبتنی بر آینده‌نگری نیز باشد. در موج سوم و انقلاب صنعتی چهارمی که هم‌اکنون در آن قرار داریم، بسیاری از بنگاه‌های کوچک و متوسط تلاش کرده‌اند خود را در مرز دانش قرار دهند. در دنیا مشاهده شده که بسیاری از بنگاه‌های متوسط، با حرکت در مرز دانش، توانسته‌اند به بقای خود ادامه دهند. برای مثال، شرکت OpenAI که در حوزه هوش مصنوعی در آمریکا فعالیت می‌کند، اگر آن را به‌عنوان یک بنگاه کوچک در نظر بگیریم، در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ تأسیس شده و وارد حوزه‌های جدید فناوری شده است. این شرکت توانسته به‌سرعت ردیابی از خود ایجاد کند و رشد یابد. به‌عبارت‌دیگر، اگر بنگاه‌های کوچک و متوسط کشور ما بخواهند باوجود مشکلات و چالش‌هایی مانند تحریم و محدودیت‌های تأمین مالی، به حیات اقتصادی خود

چه شیوه‌هایی برای مدیریت منابع انسانی در کسب‌وکارهای کوچک می‌تواند به افزایش تاب‌آوری و جلوگیری از کاهش انگیزه و روحیه کارمندان منجر شود؟

من اشاره کردم که وقتی وارد فضای دیجیتال‌شدن اقتصاد و مرحله‌ای فراتر، یعنی هوشمندسازی اقتصاد می‌شوید، بخشی از نیروی کار سنتی کنار گذاشته می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، بخشی از فرایندهای تولید یا خدمات به واسطه دیجیتال‌شدن و هوشمندسازی تعطیل یا حذف می‌شوند. ترکیب نیروی انسانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط با لحاظ تحولات پیش‌رو تغییرات قابل‌توجهی خواهد داشت. بسیاری از فرایندهای تولید که تکراری هستند، هم‌اکنون توسط ربات‌ها و هوش مصنوعی جایگزین می‌شوند. به همین دلیل، ترکیب نیروی انسانی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرایط کنونی کاملاً متفاوت است.

این بنگاه‌ها نیازمند نیروهای انسانی خلق، نوآور و دارای نبوغ هستند، نه نیروی انسانی که صرفاً کارهای تکراری انجام دهد. بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران باید در ترکیب نیروی انسانی، آموزش و جذب نیروها، باهمنظمدی و بازاریابی انجام دهند. توجه به این نکته ضروری است که با روش‌های سنتی و نیروی انسانی غیرخلاق، امکان رقابت با بنگاه‌های مشابه وجود نخواهد داشت. ترکیب نیروی انسانی خلق، نوآور و مبدع می‌تواند بنگاه کوچک را حفظ کند و آن را در رقابت زنده نگه دارد. در غیر این صورت، با نیروی انسانی سنتی، غیرماهر، غیرنوآور و غیرمبدع، بنگاه محکوم به شکست خواهد بود؛ بنابراین، جذب، آموزش، توانمندسازی و ارتقای نیروی انسانی با محوریت تحولات روز، خلافت و نوآوری بسیار حیاتی است. فرایند مدیریت منابع انسانی در بنگاه‌های کوچک در شرایط فعلی اقتصاد جهانی، کاملاً با سال‌ها و دهه‌های گذشته متفاوت است.

باتوجه به تغییر رفتار مصرف‌کننده در دوران بحران، چگونه صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ می‌توانند نسبت به این تغییرات پاسخگو باشند و مدل کسب‌وکار خود را متناسب با الزامات جدید تنظیم کنند؟

در شرایط کنونی، شرط حضور و بقا در بازار انعطاف‌پذیری است. بحران‌های مختلفی وجود دارد که یکی از آن‌ها تحولات شتابان در حوزه فناوری است. اگر کسب‌وکاری تیم R&D یا تیم اندیشه‌ورز نداشته باشد و نتواند خود را به‌صورت منعطف طراحی کند، یعنی قادر نباشد با تحولات جهانی هم‌راستا شود و نیازها و علایق متغیر مصرف‌کنندگان را پاسخ دهد، به‌طورقطع با شکست مواجه خواهد شد. باتوجه به تحولات سریع فناوری، سلاقی مصرف‌کنندگان نیز مدام در حال تغییر است. به‌عنوان‌مثال، در حوزه تلفن همراه، گوشی‌ای که امروز خریداری می‌کنیم، ظرف یک یا دو ماه به‌سرعت از‌رده‌خارج می‌شود و توجه مصرف‌کننده را از دست می‌دهد؛ بنابراین، بنگاه‌ها باید به‌صورت منعطف عمل کنند، توانایی ایجاد تنوع در محصولات داشته باشند و از تحقیق‌وتوسعه برای ارتقای ارزش افزوده محصولات خود بهره ببرند. تولید محصولات با دانش بالا، شرط لازم برای رقابت و جذب مصرف‌کننده است. در رقابت جهانی، نمونه‌ای روشن در تعامل میان چین و آمریکا دیده می‌شود. محصولات چینی، باوجوداینکه ممکن است کیفیت آن‌ها نسبت به کالاهای اروپایی و آمریکایی پایین‌تر باشد، به دلیل تنوع و تطابق بیشتر باسلیقه مصرف‌کننده، توانسته‌اند جایگاه برتری پیدا کنند. این موفقیت ناشی از سه عامل کلیدی است: تنوع محصولات، تطابق تولید باسلیقه مصرف‌کننده و تولید محصولاتی باارزش افزوده بالا مبتنی بر دانش و فناوری.



تصاویر: [۲]

از تهران تا روستاهای دوردست شاهرود؛ روایت زنی که برای توسعه اقتصاد جامعه محلی تلاش می‌کند

توسعه در دل غذا صنایع دستی و قصه‌های محلی



چهارده سال از عمرش را پشت میزهای گذراند که پر بودند از نقشه‌های توسعه. اما در میان این‌همه خط‌کشی و محاسبه، چیزی کم بود: «همه این خط‌ها و نقشه‌ها اگر به درد زندگی واقعی آدم‌ها نخورد، چه ارزشی دارد؟» عضویت در موسسه‌ای که برای حفاظت از محیط‌زیست و توسعه معیشت پایدار در مناطق روستایی فعال بود، باعث شد تا دوازده سال پیش، جاده‌ای خاکی او را به روستاهای حاشیه پارک ملی توران (رضآباد و احمدآباد) و پناهگاه حیات‌وحش خوش ییلاق (کلانه خییج و جیلان) برساند؛ جایی که زندگی با صنایع دستی، معماری بومی و نبرد برای تأمین معاش گره خورده بود. زن جوان که اقتصاد نظری و شهرسازی خوانده و روزگاری پشت میزها نقشه توسعه می‌کشید، حالا با زنان و مردانی کار می‌کرد که باید محصولاتشان را استاندارد و به‌روز می‌کردند تا کاربران امروز، قصه‌هایشان را بشنوند. رفت‌وآمد به روستا، او را با تورهای گردشگری و دنیای تازه‌ای از ارتباط میان مردم شهر و جوامع محلی پیوند داد؛ از چشیدن طعم غذاهای محلی، دیدن صنایع دستی تا شنیدن داستان‌های بومی. این مسیر تنها ماجرای سفر و دیدن نبود؛ تلاشی شد برای راهنمای تور بودن در حوزه جامعه محلی و ساختن اقتصادی مکمل از راه گردشگری که هم سفره روستاییان را پر کند و هم باری از دوش طبیعت و مناطق حفاظت‌شده بردارد. تجربه‌ای که امروز، در آستانه ۴۶سالگی، برای «مریم لای» معنایی فراتر از شغل یافته است؛ مأموریتی برای تغییر و امید.



| فریبا ناینی |

| روزنامه‌نگار |

🔗 وقتی تصمیم گرفتید وارد کار با جوامع محلی شوید، چه حسی داشتید؟ اطرافیان یعنی خانواده یا دوستان چه واکنشی نشان دادند؟

آن روزها به‌عنوان عضوی از مؤسسه نطنین طبیعت تیرگان در پروژه توانمندسازی زنان شاغل کار می‌کردم. این پروژه با عنوان «توان‌افزایی جوامع محلی ساکن در حاشیه پارک ملی توران و پناهگاه حیات‌وحش خوش ییلاق» در یک تاهام‌نامه همکاری با مؤسسه بوم پژوهان به‌عنوان راهبر اصلی انجام می‌شد. هفته‌هایم پر بود؛ شبیه تا چهارشنبه در تهران، و عصر چهارشنبه راهی شاهرود می‌شدیم تا پنجشنبه و جمعه را در روستاها بگذرانیم. بعد دوباره غروب جمعه به تهران برمی‌گشتم. خانواده هیچ مانعی ایجاد نکردند و من هم با اینکه فشار کاری زیاد بود، آن‌قدر از کار لذت می‌بردم که خستگی به چشم نمی‌آمد. همین سفر و حس مفیدبودن، موتور محرکه‌ام بود.

🔗 قبل از اینکه وارد فضای میدانی کار شوید، چه تصویری از آن داشتید؟ فکر می‌کردید چه چیزهایی سخت یا عجیب خواهد بود؟

هیچ تصویر واقعی نداشتم. تسهیل‌گری کار آسانی نیست؛ ما یک دوره آموزشی چندروزه را گذراندیم و بلافاصله وارد میدان کار شدیم. برای من که در شهر بزرگ شده بودم، ورود به روستاها تجربه‌ای غریب بود. کار ما فقط توانمندسازی زنان نبود؛ موضوعات توسعه‌ای مثل کشاورزی یا گردشگری، مردان روستا را هم درگیر می‌کرد. بزرگ‌ترین ترس من همیشه این

بود: نکند حضور ما آسیبی به جامعه محلی بزند؟ مثلاً توسعه گردشگری اگر درست مدیریت نشود (فراتر از توان ظرفیت محیطی برنامه‌ریزی شود)، به تخریب محیط یا شکل‌گیری اقامتگاه‌های بی‌کیفیت می‌انجامد. همین وسواس همیشه همراهم بود.

🔗 آیا در برخورد با جوامع محلی و روستایی، با مقاومت یا نگاه متفاوتی نسبت به زن بودنتان مواجه شدید؟ چه چیزهایی برایتان چالش‌برانگیز بود؟

ما چون در قالب گروه وارد جامعه محلی می‌شدیم، اعتمادسازی آسان‌تر بود. بعدتر که گاهی به‌تنهایی یا با یک همراه زن به روستا می‌رفتیم، همان اعتمادسازی قبلی ادامه پیدا می‌کرد. بله، ممکن است گاهی فردی با نگاه مردسالارانه برخورد کند، اما تجربه شخصی من این است که در زندگی روستایی، زن و مرد آن‌قدر در کنار هم کار می‌کنند که نگاه‌های جنسیت‌زده پررنگ نمی‌شود.

🔗 در طول سفرهایتان، تا به‌حال پیش‌آمده که فقط به‌خاطرزن بودن، جدی گرفته نشوید یا کارتان زیر سؤال برود؟

اینکه در مواجه با جامعه محلی با مقاومت یا نگاهی متفاوت نسبت به زن بودن خودم مواجه شوم، فکر می‌کنم در ارتباط با هر جامعه‌ای همیشه ممکن است افرادی باشند که این نگاه را به تو القا کنند؛ مثلاً دهباز روستا باشد یا روحانی روستا یا یک مردی از اهالی. ولی واقعیت این است که در برخوردی که من با جامعه محلی داشتم آن‌قدر این مسئله کم بوده که اصلاً

خط‌راهی در ذهن روشن نیست که الان بخواهم تعریف کنم. من فکر می‌کنم اساساً در جامعه روستایی چون زن و مرد در کنار هم به‌اصطلاح کار می‌کنند و زندگی زن و مرد درهم‌تنیده است آن نگاه مردسالارانه را من از این جامعه نگرفتم.

🔗 در این مدت ناچار شدید بخشی از خودتان را پنهان کنید، یا برای اینکه بتوانید در محیط کاری‌تان دوام بیاورید، خودتان را تغییر بدهید؟

واقعیت این است که زندگی در ایران و شرایطی که همه ما در مردش آگاهی کامل داریم، ما را خیلی در این موقعیت قرار داده که مجبور شویم جاهایی یک بخش‌هایی از خودمان را پنهان کنیم. شاید که این سازوکار دفاعی ما برای زیستن در یک چنین جغرافیایی باشد و قاعدتاً من هم از این امر مستثنا نبودم. تغییر تا جایی که منجر به تقویت مهارتی در من بشود برایم جذاب است و از استقبال می‌کنم. ولی درصورتی‌که نیازمند تغییر اساسی و هویتی در من باشد ترجیحم به خروج از آن محیط کار است.

🔗 ساختارهایی مثل نگاه جامعه، قوانین، نهادهای رسمی گردشگری یا فرهنگ‌سازمانی چه تأثیری روی مسیر حرفه‌ای شما گذاشته‌اند؟ اگر مرد بودید، فکر می‌کنید تجربه‌تان چقدر فرق می‌کرد؟

قاعدتاً همه ما راجع به اینکه یک جاهایی نگاه‌های سازمانی یا حتی قوانین نسبت به دو جنس زن و مرد این احساس نابرابری را ایجاد می‌کنند، واقف هستیم. بزرگ‌ترین مانع امروز ما نه قوانین و ساختارها، بلکه

فرسودگی یا برعکس، انرژی؟

مهم‌ترین دستاورد برای من صبوترتر شدن و شنواتر شدن است. کمتر قضاوت می‌کنم و بیشتر می‌شنوم. البته خستگی و اضطراب هم وجود دارد، اما دستاورد انسانی کار آن‌قدر ارزشمند است که سختی‌ها به حاشیه می‌روند.

🔗 در طول کارتان، تا حالا لحظه‌ای بوده که بخواهید همه چیز را رها کنید؟ آن لحظه را یادتان هست؟ چه چیزی شما را نگه داشت؟

بله، لحظاتی پیش‌آمده که فشارها به اوج رسیده، چالش‌هایی پیش‌آمده که بخشی‌اش خارج از اختیارم بوده. کنترل احساسات در چنین موقعیت‌هایی سخت است، اما یاد گرفتم باوجود اشک‌هایی که پشت پلک جمع می‌شوند، محترمانه بمانم، توضیح بدهم و از آنچه درست می‌دانم دفاع کنم.

🔗 آیا تجربه‌ای در طول سفر داشتید که عمیقاً شما را تکان داده یا نگاهتان را به زندگی یا کارتان عوض کرده باشد؟

قطعاً خیلی لحظه‌های زیادی بوده که در مواجه با زنان محلی تجربه تکان‌دهنده‌ای بوده. همیشه یک چیزهایی در زندگی روستایی وجود دارد که تو وقتی می‌بینی نمی‌دانی که چطوری یک زن این شرایط را می‌تواند به‌اصطلاح اداره کند. شگفت‌زده می‌شوی. اما چیزی که حالا حضور ذهن دارم دیدار با زنی سالخورده در حوالی میمند بود. این زن در اتاقی ساده کنار آغل زندگی می‌کرد، اما پر از مهر و آرامش بود. فرش می‌بافت و گیاه محلی خشک می‌کرد. او با چای و لیخند از ما پذیرایی کرد. در دل بیابان، با کمترین امکانات، حالش خوب بود. من توان تحمل آن شرایط را در خودم نمی‌بینم، اما او با عزت و شادی زندگی می‌کرد. این ماجرا هرگز از ذهنم پاک نمی‌شود.

🔗 وقتی با زنان جوامع محلی و روستایی ارتباط می‌گیرید، چه چیزی بین شما و آن‌ها ردوبدل می‌شود که شاید در ظاهر قابل‌دیدن نیست؟ آیا احساس نزدیکی، تضاد یا همدلی خاصی دارید؟

در رابطه‌با زنان روستایی تا به آن مرحله برسی که آن اعتمادسازی اتفاق بیفتد قاعدتاً باتوجه‌به تفاوت‌های فردی، این اعتماد هم‌زمان بین تک تک آن زنان و تو اتفاق نمی‌افتد و یک سری تردیدها و سوءبرداشت‌هایی ممکن است این وسط باشد. متأسفانه یک جاهایی این نگاه وجود دارد که تو به‌عنوان دختر شهری درس‌خوانده ممکن است که بیشتر از من زن روستایی درس نخوانده یا کم‌سواد بدانی. اما زمانی که این همدلی اتفاق می‌افتد و تو وارد این تعامل می‌شوی که او به‌عنوان یک زن روستایی یک چیزهایی و یک روش‌هایی را بلد است که من بلد نیستم، یک دانش بومی دارد که من ندارمش، زمانی که به این خودباوری می‌رسی برای اینکه چیزی دارد برای عرضه‌کردن، آن شاید خوشحال‌ترین نقطه‌ای باشد که تو در کار با جامعه محلی با آن مواجه می‌شوی و از آنجا به بعد است که آدم احساس می‌کند یک ارتباط برابری دارد شکل می‌گیرد و یک بدبستان خوشحال‌کننده بین شما اتفاق می‌افتد. آن لحظه، خوشحال‌ترین نقطه کار است؛ وقتی او توانمندی‌اش را عرضه می‌کند و من می‌کوشم پلی بسازم تا محصولش به بازار برسد.

🔗 فکر می‌کنید کاری که می‌کنید واقعاً تغییری در نگاه یا زندگی زنان آن جوامع ایجاد می‌کند؟ یا بیشتر در سطح باقی می‌ماند؟

تغییر نگاه، شاید. اما تغییر واقعی زمان و تداوم می‌خواهد. من سه سال در یک پروژه درگیر بودم. یاد گرفته‌ام که هیچ گروهی برای همیشه در یک روستا نمی‌ماند، اما همان مدت کوتاه اگر درست و منصفانه عمل شود، می‌تواند جرقه‌ای بزند.

🔗 روایت شما چه چیزی برای زنان جوان‌تر و تازه‌کار دارد؟ از تجربه‌تان چه چیزی می‌شود یاد گرفت؟

من به کسی که بخواهد وارد کار تور لیدری شود اول توصیه می‌کنم که قبل از کار به‌عنوان راهنمای تور، بسیار سفر برود. من حدود ۱۰-۱۲ سال سفر می‌رفتم و حالا آن زمان مثلاً توی این فکر هم نبودم که بخواهم تور لیدر بشوم. تور لیدری فقط گذراندن یک دوره و گرفتن کارت نیست؛ تجربه می‌خواهد. دوم اینکه مهارت‌های نرم مثل کار تیمی، کنترل خشم و حل مسئله را جدی بگیرند، و در آخر، اینکه فضای گردشگری شلوغ و پرچالش است. خوب است که اولین تجربه‌ها (مثل کمپینگ) با گروه‌های حرفه‌ای و شناخته شده شروع شود و از تجهیزات و آموزش درست بهره برد تا اولین تجربه‌ها امن و خوشایند باشد.



برای من که در شهر بزرگ

شده بودم، ورود به روستاها

تجربه‌ای غریب بود. کار ما فقط

توانمندسازی زنان نبود

موضوعات توسعه‌ای مثل

کشاورزی یا گردشگری، مردان

روستا را هم درگیر می‌کرد.

بزرگ‌ترین ترس من همیشه

این بود: نکند حضور ما آسیبی

به جامعه محلی بزند؟ مثلاً

توسعه گردشگری اگر درست

مدیریت نشود، به تخریب محیط

یا شکل‌گیری اقامتگاه‌های

بی‌کیفیت می‌انجامد.



تجربه شخصی من این است

که در زندگی روستایی، زن و

مرد آنقدر در کنار هم کار می

کنند که نگاه‌های جنسیت زده

پررنگ نمی‌شود

یادداشت

وقتی نوآوری سبز ستون مقاومت اقتصاد می‌شود



| احسان اسوندار |

| مترجم |

در شرایطی که اقتصاد جهانی با بحران انرژی، تغییرات اقلیمی و فشارهای تومی روبه‌روست، نوآوری استراتژی به یکی از ابزارهای کلیدی برای تاب‌آوری اقتصادی و زیست‌محیطی بدل شده است. آخرین گزارش آژانس بین‌المللی انرژی نشان می‌دهد که جهان در آستانه رسیدن به اوج انتشار دی‌اکسیدکربن در سال جاری است. در چنین فضایی، هزاران استارت‌آپ نوظهور نتهتا به کاهش انتشار کربن کمک می‌کنند، بلکه با طراحی مدل‌های اقتصادی تازه، فرصت‌های جدیدی برای رشد پایدار ایجاد کرده‌اند.

استارت‌آپ‌هایی مانند Fram Energy, Pathways, Vycarb.

Voltpost و Synonym نمونه‌هایی از این رویکرد به شمار می‌روند. آن‌ها با بهره‌گیری از فناوری‌هایی چون هوش مصنوعی مولد، شبیه‌سازی دیجیتال و زیست‌فناوری، هم به نیاز مصرف‌کنندگان پاسخ می‌دهند و هم با شرایط پیچیده مقرراتی و بازار سازگار می‌شوند. هدف مشترک همهٔ آن‌ها روشن است: کاهش وابستگی به سوخت‌های فسیلی، بهینه‌سازی مصرف انرژی و گسترش دسترسی به فناوری‌های کم‌هزینه و مردمی.

🔗 Fram Energy: بازتعریف بازار خورشیدی در املاک اجاره‌ای

یکی از مهم‌ترین نمونه‌ها، Fram Energy است. این شرکت به بخشی از بازار انرژی خورشیدی وارد شده که عملاً نادیده گرفته شده بود: املاک اجاره‌ای. کمتر از ۰.۱ درصد خانه‌های اجاره‌ای به انرژی خورشیدی دسترسی دارند؛ چراکه مالکان انگیزه‌ای برای نصب پنل‌های خورشیدی ندارند و هزینه‌ها را مستأجران پرداخت می‌کنند. Fram Energy با یک نرم‌افزار ساده اما تحول‌آفرین، صرفه‌جویی انرژی را بین دو طرف تقسیم می‌کند. این اقدام نتهتا تعارض سنتی بازار اجاره را حل کرده، بلکه الگویی جدید از تاب‌آوری اقتصادی شهری ایجاد کرده است: الگویی که نشان

می‌دهد چگونه می‌توان با هم‌راستاسازی منافع مالی، مانع هدررفت ظرفیت‌های بازار شد.

🔗 Pathways: شفافیت به‌عنوان ابزار مقاومت اقتصادی

در فضای صنعتی امروز، شفافیت محیط‌زیستی به بخشی جدایی‌ناپذیر از رقابت اقتصادی بدل شده است. استارت‌آپ Pathways با طراحی «برچسب محیط‌زیستی محصول» این شفافیت را به بازار می‌آورد. فرایندی که پیش‌تر دستی و پرهزینه بود، اکنون با هوش مصنوعی و شبیه‌سازی دیجیتال ساده شده است. این ابزار به تولیدکنندگان کمک می‌کند نتهتا ردپای کربن و مواد شیمیایی خود را کاهش دهند، بلکه به زبان بازار، مزیت رقابتی پایدار به دست آورند. وقتی مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران به دنبال شاخص‌های زیست‌محیطی‌اند، چنین برچسبی می‌تواند ضامن دوام اقتصادی شرکت‌ها در دوره‌های ناپایدار باشد.

🔗 Vycarb: بازار کربن و کاهش ریسک‌های اقتصادی

استارت‌آپ Vycarb نمونه دیگری است که نشان می‌دهد

فناوری محیط‌زیستی چگونه می‌تواند به تقویت تاب‌آوری اقتصادی کمک کند. این شرکت با فناوری مبتنی بر آب، دی‌اکسیدکربن را به بی‌کربنات تبدیل می‌کند؛ فرایندی که قابلیت سنجش و ردیابی دقیق دارد. این شفافیت باعث می‌شود مشتریان بدانند چه میزان کربن به طور دائمی حذف شده است. در نتیجه، ریسک‌های حقوقی و مالی ناشی از ادعاهای غیرواقعی کاهش می‌یابد و یک بازار کربن قابل‌اعتماد شکل می‌گیرد. برای اقتصادی که هر روز بیشتر در معرض فشارهای اقلیمی قرار دارد، چنین بازار مطمئنی عنصری حیاتی از تاب‌آوری است.

🔗 Synonym: زیست‌فناوری به‌عنوان زیرساخت تاب‌آوری

شرکت Synonym با ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال و زیستی، فرایند تبدیل کیفیات آزمایشگاهی به محصولات صنعتی را شتاب داده است. از طراحی پروتئین تا اصلاح ژنوم، همه این‌ها با هوش مصنوعی سرعت گرفته و به تولید موادی نوین منجر می‌شود؛ موادی که می‌توانند زنجیره‌های تأمین حساس را دگرگون کنند. تولید صنعتی تار عنکبوت برای منسوجات یا جلیقه ضدگلوله تنها نمونه‌ای از این ظرفیت‌حاست. اهمیت این نوآوری در تاب‌آوری اقتصادی آنجاست که کشورها و صنایع را قادر می‌سازد زنجیره‌های تأمین انعطاف‌پذیرتر بسازند؛ زنجیره‌هایی که در برابر بحران‌های جهانی، مقاوم باقی می‌مانند.



فیلمیو

[۱]

آینده‌ای را برای خودشان متصور شوند که از امروزشان بهتر باشد. سد بزرگ‌تری در برابر هر سلاح و هر دشمنی ایجاد کرده‌اند و برعکس. بنابراین کسانی که به دنبال «عوامل دشمن» و «نفوذی‌ها» می‌گردند، دقت کنند چه کسانی در سخنان و رفتارهای خود دقیقاً بهانه به دیگران می‌دهند که موقعیت کشور ما و مردم ما را سیاه‌تر از آنچه هست نشان دهند. البته دچار اشتباه نشوید واژه «سیاه‌نمایی» که بسیاری از دستگاه‌ها آن را برای جلوگیری از هر انتقادی به کار می‌برند، منظور ما نیست. اگر مردم کشور از موقعیت مناسب زندگی معمولی و رفاه نسبی برخوردار باشند، این امر به‌اضافه آزادی و عدالت به‌سرعت شرایطی را فراهم می‌کند که سیاه‌نمایی در معنایی که ادعا می‌شود اصولاً ممکن نیست. اگر کشور ما دارای همه این موقعیت‌های متعارف زندگی مدرن باشد، بلافاصله می‌توان اثر آن را در امید بیشتر به زندگی، افزایش ازدواج، افزایش زادوولد، کاهش مهاجرت از کشور، جلب توریست و تغییر چهره ایران در سطح بین‌المللی دید؛ بنابراین به‌جای برخورد با منتقدان که رویه عمومی و رایج در تمام این سال‌ها بوده بهترین روش، تأمین نیازهای مردم ابتدا از لحاظ مادی و سپس نیازهای مربوط به کرامت انسانی یعنی آزادی بیان و سبک زندگی باید در اولویت قرار بگیرد.

در شرایطی که جامعه پسانگ با بحران و محدودیت‌های اقتصادی روبه‌روست، چگونه می‌توان بین تأمین نیازهای اولیه و جلوگیری از افتادن به دام مصرف‌گرایی بی‌رویه تعادل برقرار کرد؟ فرهنگ در این میان چه نقشی دارد؟

در این شرایط و اصولاً در شرایطی که سال‌هاست ما با مسئله «تحریم» و کمبود روبرو هستیم، اصولاً بحث زیاده‌روی در «مصرف» به طور گسترده، معنایی ندارد. آنچه در بالا من به آن اشاره کردم را نباید در کوتاه‌مدت و در یک‌روند چندساله دید؛ بلکه باید در بُعد تاریخی قرارداد و مثلاً آن را در یک‌روند پنجاه تا صدساله دید. خطر بزرگی که مصرف‌گرایی برای ما دارد در گروه‌های بسیار برخوردار و از جمله بسیاری از همان کسانی است که تندرست‌ترین شعارها را به سود جنگ و مخاصمه می‌دهند؛ ولی خود از بالاترین موقعیت‌های رفاه برخوردار هستند. تا زمانی که چنین اختلافاتی در کشور وجود دارد که ریشه‌اش در فساد و بی‌کفایتی سیاسی در مدیریت است، ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که اصلاحاتی از آن دست که مثلاً در یک کشور مرفه انجام می‌شود اصولاً در کشور ما قابل پیاده‌کردن باشد. وقتی مردم حتی برای سیرکردن شکم خود و فرزندانشان دچار مشکل هستند سخن‌گفتن از «مصرف کم» برای عموم جمعیت یک کشور حتی در دوره جنگی بی‌معناست. ازاین‌رو اگر عدالت اجتماعی وجود داشته باشد، برای نمونه همان‌گونه که در جنگ با عراق و در زمانی طولانی یعنی هشت سال دیدیم، می‌توان کشور را اداره کرد و در همان حال مردم نیز از امکانات حداقلی برخوردار باشند. ولی اگر اصل بی‌عدالتی و نابرابری و حکومت بازار آزاد و نولیبرالیسم و از سوی دیگر فشار هژمونیک سیاسی و فضای بسته و دخالت‌های بی‌پایان و خشونت در سطح زندگی روزمره مردم باشد، پایه‌های مقاومت

انسجام را خدشه‌دار و راه را برای حملات بعدی هموارتر و احتمال پیروزی دشمن را بیشتر می‌کنند. در این شرایط مصرف متعادل و پایدار ابزاری است که در دست هر کدام از مردم ما هست.

در شرایط بحران اقتصادی و اجتماعی، برندها معمولاً به دنبال سود سریع هستند. این رویکرد چه خطراتی برای بازسازی بلندمدت جامعه دارد؟

گمان نمی‌کنم ما در شرایط کنونی در چنین وضعیتی باشیم. اما نباید از نظر دور داشت که سواي موضوع جنگ برندناسازی، سلبریتی‌سازی و روش‌های مشابه از سیاست‌های تجاری بالابردن، افزایش مصرف و سلسله‌مراتبی کردن آن است که به‌شدت به هر بافت اجتماعی پایدار ضرب می‌زند. به همین دلیل است که می‌بینیم به‌صورت سیستماتیک در کشور ما چندین دهه (تقریباً از سال هفتاد) سیاست‌های نولیبرالی دنبال می‌شوند. این را من لزوماً به‌حساب دفاع از سرمایه‌داری نمی‌گذارم، زیرا تجربه جهانی سرمایه‌داری نشان داده است که سرمایه‌داری اجتماعی و انسان‌محور که بر مصرف پایدار استوار است و بزرگ کردن هرچه بیشتر طبقه متوسط، نظامی بسیار پایدارتر از سرمایه‌داری مالی و مبتنی بر برند و مصرف «لاکچری» که برای امکان یافتن آن باید حجم طبقه بالای جامعه را به کوچک‌ترین حد رساند تا بیشترین سهم از ثروت ملی را غارت کنند و طبقه متوسط را تقریباً از میان برد و گروه پایین‌دست را به بزرگ‌ترین حد خود رساند و کاری کرد که حتی کمترین مصرف را برای زنده‌ماندن به‌زحمت بتواند انجام دهد. آنچه اغلب در ایران به‌وسیله کسانی که به نظر من مأموریتی دارند انجام می‌شود و هر گونه عدالت‌طلبی و اجرای یک سیاست عادلانه اقتصادی یعنی سرمایه‌داری اجتماعی را به‌حساب «چپ بودن» خیالین می‌گذارند، از همین دست است. این که مردم از حداقل‌هایی در غذا، مسکن، بهداشت، آموزش، حمل‌ونقل عمومی و محیط‌زیست برخوردار باشند هیچ ربطی به چپ و راست بودن ندارد و بحث‌هایی که در این زمینه و به‌ویژه علیه روشنفکران مطرح می‌شود، سفسطه‌هایی هستند که امروز پوپولیسم در سطح کشورهای پیشرفته نیز علیه مهاجران به راه انداخته و هر کسی را از آن‌ها (که در آن کشورهای حکم فقرای ما را دارند) انجام می‌دهد متهم به چپ‌روی و رادیکالیسم چپ می‌کنند که سال‌هاست دیگر وجود خارجی (جز در طرح برخی نظریات در سطح دانشگاه‌ها و ادبیات تخصصی و روشنفکرانه) ندارند. دفاع از نوعی ملی‌گرایی نژادپرستانه، باستان‌گرایی، ضدیت با اقوام و زبان‌های ایرانی و تمرکز بر هر آن چیز که صرفاً در تهران و در شهرهای بزرگ وجود دارد، به‌عنوان معیار درست و خوب بودن است، نیز از همین رویکردها ریشه می‌گیرند و به همین اندازه خطرناک هستند.

همکاری بین سازمان‌های مردم‌نهاد (NGOها) و برندها در شرایط پسانگ می‌تواند چه تأثیری بر بازسازی اجتماعی و اقتصادی داشته باشد؟ از منظر انسان‌شناسی، این همکاری‌ها چگونه می‌توانند از تله‌های تجاری‌سازی و مصرف‌گرایی دوری کنند و به نفع جامعه عمل کنند؟

کاملاً همین‌طور است به نظر من باید در هر شرایطی و هر اندازه وضعیت یک کشوری بیشتر پیشرفت اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی می‌کنند بر اهمیت، شمار و دخالت مؤسسات و نهادهای مردمی افزود و به آن‌ها اهمیت داد. این نهادها پلی هستند بین مردم و حاکمان. متأسفانه در ایران این حوزه در اختیار گروهی از افراد و گروه‌های ویژه قرار گرفته که نه تنها به وظیفه خود عمل نمی‌کنند؛ بلکه پول‌های زیادی را نیز به تاراج برده و خود از مهم‌ترین عوامل ایجاد تنش و تفرقه‌افکنی میان مردم و دادن بهانه به دست

دشمنان بیرونی برای سیاه کردن چهره کشور ما و توجیه عملیات نظامی علیه آن بوده‌اند. نهادهای مدنی، همچنین در زمینه مصرف پایدار و کمک به گسترش طبقه متوسط در همه جای دنیا بهترین ابزاری بوده‌اند که به کمک دولت‌ها آمده‌اند و ضمانتی واقعی به انسجام اجتماعی و ملی در دنیای امروز می‌دهند. ما هنوز از لحاظ این نهادها بی‌نهایت حتی در مقایسه با کشورهای درحال‌توسعه ضعیف هستیم و همین ضربه‌پذیری و آسیب‌هایی چون نبود اعتماد اجتماعی، فاصله میان حکمرانی و مردم و سلسله‌مراتبی شدن خطرناک مصرف را در کشور ما ایجاد کرده که همه از عوامل ایجاد خطر در هر بحرانی به‌ویژه در تنش‌های بزرگ اجتماعی و در جنگ‌ها هستند.

سیاست‌های اقتصادی پسانگ معمولاً روی بازیابی سریع تمرکز دارند. این رویکرد چه تأثیری بر فرهنگ مصرف می‌گذارد؟ آیا جایگزین‌های متعادل‌تری وجود دارد؟

این سیاست‌ها برای ما باتوجه‌به جنگ مشابهی که داشته‌ایم، شناخته شده هستند؛ اما اقتصاد ایران در حال حاضر مشکلات بزرگ‌تری دارد و آن مسئله تحریم است که هیچ راهی جز مذاکره برای حل آن نمی‌توان تصور کرد. اینکه طرف مذاکره کیست و چقدر به او اعتماد داریم یا نداریم، گذشته‌اش چه بوده و چقدر به تعهداتش پایدار خواهد ماند، هیچ‌کدام را نمی‌توان درباره‌شان ضمانت‌های محکم داشت، اما این امر نباید مانعی باشد از ندیدن واقعیت یعنی اینکه بزرگ‌ترین این مسئله اقتصادی ما رفع تحریم‌ها است و سپس وارد شدن جدی در بازار جهانی با قابلیت‌هایی که کشورمان چه از لحاظ منابع طبیعی و چه از لحاظ منابع انسانی دارد. سیاستی که پس از انقلاب پیش گرفته شد یا تلاش شد پیش گرفته شود، یعنی استقلال از دو بلوک شرق (چین و روسیه) و غرب (اروپا و آمریکا) و عمل‌کردن مستقل در چارچوب منطقه‌ای و جهان جنوب، بهترین سیاست استراتژیک است که می‌توان پیش گرفت.

اگر بخواهید یک نقشه راه برای ایران پیشنهاد کنید تا هم تاب‌آوری اقتصادی را تقویت کند و هم از مصرف‌گرایی مخرب فاصله بگیرد، اولین قدم چه باید باشد؟ آموزش، سیاست‌گذاری، یا تغییر روایت‌های فرهنگی؟ چقدر باید مردم را بابت سبک زندگی مصرف‌گرا مقصر بدانیم و چقدر ساختارهای اقتصادی و تبلیغاتی را؟

نقشه راه همان است که گفتم؛ زیرا جنگ واقعی برای ما این جنگ دوازده‌روزه نبود. ما نیاز به بازنگری عمومی سیاست خارجی و داخلی خودمان داریم که تا حدی هم در حال انجام‌گرفتن است. آنچه امروز از لحاظ آزادی پوشش در شهرهای ما دیده می‌شود و مذاکراتی که ما امروز در سطح بین‌المللی می‌کنیم، هراندازه هم مشکل، مسئله و آسیب داشته باشند، مسیر درستی را طی کرده‌اند و باید به همین مسیر ادامه داد. اما برای شروع موضوع از میان برداشتن تحریم‌ها و پذیرفتن قوانین بین‌المللی مبارزه با فساد بزرگ‌ترین اقداماتی است که می‌توان به آن‌ها دست زد. اصرار بر سیاست‌زده نگه‌داشتن مردم یا پرداخت‌های بزرگ به کسانی که به نام کار فرهنگی در واقع کار دشمن‌سازی می‌کنند و کارشان بیشتر از اینکه زبانی به دشمن برساند، سبب دادن بهانه به دشمن برای تحریم‌های بیشتر و امروز بمباران و تخریب کشور رسیده، تنها و تنها به سود همان کسانی است که به نظر من به‌خوبی به آن‌ها نام «کاسبان تحریم» داده شده و البته این‌ها همان‌هایی هستند که معمولاً خود را تندرست‌ترین‌ها در همه زمینه‌ها نشان می‌دهند تا زمانی که مشخص می‌شود بسیاری از مردم و مسولان را بازی داده‌اند.



دولت تا بی‌نهایت در زندگی خصوصی مردم دخالت می‌کند؛ ولی اغلب در انجام وظایفی که کار هر نظام سیاسی به‌شمار می‌رود، کمتر متوجه اهمیت این وظایف است. متأسفانه یکی از مشکلاتی که بر سر راه تحلیل‌گران و حامیان محیط‌زیست برای توصیه به مردم برای مصرف کمتر وجود دارد، همین مقاوم شدن و واکنشی رفتارکردن مردم در برابر «تصایح دولتی» است

سال‌های سال است که ما با پدیده‌هایی همچون فرونشست زمین، خشک‌شدن رودخانه‌ها و دریاچه‌ها، زمین‌لرزه‌ها و افزایش پهنه‌های یخبانی، آلودگی آب‌ها و هوای شهرها و خاک سروکار داریم. در این مدت جنگی در کار نبوده؛ ولی کشور در بحران کامل بوده و هست.

این فردگرایی افراطی دیده می‌شود؛ اینکه هرکس فقط به فکر این باشد که منافع را غارت کند و برای خودش بردارد. این رویکرد هیچ سازگاری‌ای با روح جامعه ندارد و همین ما را به وضعیت امروز رسانده است.

باتوجه به شرایط امروز ایران، آینده مسئولیت اجتماعی شرکتی را چطور می‌بینید؟

خراب‌اندراخواب. من قبلاً هم عرض کردم؛ متأسفانه وضع به‌گونه‌ای شده که امروز وقتی به گذشته نگاه می‌کنم، احساس پشیمانی می‌کنم. یادم است در سال ۱۳۹۳، یعنی حدود ۱۱ سال پیش، اولین بحث‌ها را درباره‌ی مسئولیت اجتماعی مطرح می‌کردیم. واقعاً باید از همه عذرخواهی کنم؛ از کسانی که آن زمان تلاش می‌کردم ترغیبشان کنم که به مسئولیت اجتماعی توجه کنند.

آن موقع من در سمت مشاور اجتماعی وزیر راه و شهرسازی بودم و آقای دکتر طالبیان هم مشاور اجتماعی وزارت نفت بودند. با هم تلاش‌های جدی داشتیم تا دستگاه‌های خودمان را، نه با الزام بلکه با اندیشه و گسترش تفکر، به سمت مسئولیت‌های اجتماعی بکشانیم. می‌دانستیم؛ مثلاً صنعت نفت چه خسارت‌های بزرگی به جامعه محلی، محیط‌زیست و روابط کارگری وارد می‌کند. یا در وزارت راه و شهرسازی و سازمان‌های تابعه هم همین مشکلات وجود داشت. تلاش ما این بود که بتوانیم اندیشه‌ی مسئولیت اجتماعی شرکتی را حداقل در این دستگاه‌ها جا بیاوریم. چون همان‌طور که می‌دانید، ایران کشوری عمدتاً دولتی است؛ درحالی‌که در بسیاری از کشورهای دیگر، صنایعی مثل نفت خصوصی هستند. ما می‌خواستیم در نهادهای دولتی این اندیشه بسط پیدا کند.

اما امروز واقعاً می‌گویم؛ غلط کردیم. هم من و هم آقای دکتر طالبیان الان احساس می‌کنیم که آن زمان چه فکری داشتیم و دنبال چه چیزی بودیم و امروز مسئولیت اجتماعی شرکتی به چه چیزی تبدیل شده است. CSR امروز در ایران به یک «نوندونی» تبدیل شده، چیزی که اساساً هیچ نسبتی با مفهوم و مبانی اصلی‌اش ندارد.

بنابراین آینده‌ی این وضعیت اصلاً مناسب نیست؛ هر روز هم دارد بدتر می‌شود. البته ممکن است به‌صورت پراکنده بنگاه‌هایی را ببینیم که خودشان، نه با الزام دولت، بلکه برای حفظ منافع آتش‌شان، اقداماتی انجام می‌دهند. اما رویکرد غالبی که من می‌بینم و می‌شنوم، متأسفانه کاملاً بر ضد جریان اصلی مسئولیت اجتماعی شرکتی است.

اگر بخواهید یک توصیه‌ی کلیدی به شرکت‌ها در ایران بدهید برای اینکه در برابر بحران‌ها تاب‌آورتر باشند، آن توصیه چیست؟

عرض کردم؛ اینکه به‌هرحال بدانند هیچ چیز در این عالم بی‌حساب نیست. به‌قول معروف، «از هر دستی بدهی، از همان دست پس می‌گیری».

اگر شما در فعالیتی که انجام می‌دهید، صرفاً به فکر منافع بیشتر و بهره‌وری بالاتر باشید و توجه نکنید که رفتار و کار شما چه تبعاتی دارد و چه زبان‌هایی به محیط‌زیست، جامعه و کشور وارد می‌شود، دیرپازود آینده‌ی کاری‌تان تیره‌وتار خواهد شد. چرا؟ چون عملاً با این اقدامات، یک «سرزمین سوخته» را تحویل نسل‌های بعدی می‌دهید؛ نسل‌هایی که قرار است کار شما را ادامه دهند. یعنی باید بدانید آینده‌ی روشنی برای ادامه‌ی کارتان نخواهید داشت. دیرپازود این سرزمین سوخته، بهره‌وری شما یا آیندگان که ممکن است فرزندان خودتان باشند، را از بین خواهد برد. همان‌طور که امروز می‌بینیم و حس می‌کنیم؛ محیط‌زیست عملاً از دست می‌رود، جامعه دچار فرسودگی شده، اخلاقیات و ارزش‌های اجتماعی نزول پیدا کرده است. همچنین می‌بینیم که آینده‌ی مملو از تضادهای طبقاتی است؛ شرایطی که می‌تواند منجر به شورش‌های اجتماعی ناشی از فقر، نابسامانی و فاصله‌های عظیم طبقاتی شود. این‌ها همه می‌توانند شرایطی نامساعد برای ادامه‌ی کار ما ایجاد کنند.

بنابراین باید متوجه باشیم که نمی‌توان گفت «وظیفه‌ی ما فقط تولید و بالابردن بهره‌وری است». نخبر. باید ببینیم در کنار این تولید و بهره‌وری، چه صدماتی به جامعه و محیط‌زیست وارد می‌کنیم. اگر آن صدمات را جبران نکنیم، آینده‌ی کاری ما هم از بین خواهد رفت.

کارخانه فقط به تولید فکر نمی‌کرد، بلکه شهری ساخت، خانه و رفاه برای کارگران فراهم کرد، محیط‌زیست را آباد کرد و کارگران را دل‌بسته کارخانه کرد. یا در اصفهان و کرج، بنگاه‌دارانی مثل همدانیان یا صاحبان کارخانه قند، بدون اجبار قانونی به محیط‌زیست و رفاه جامعه محلی اهمیت می‌دادند. این‌ها نمونه‌های واقعی مسئولیت اجتماعی بودند.

متأسفانه امروز با یک صورت‌گرایی بسیار زشت، ما قانونی برای اخذی از بنگاه‌های اقتصادی وضع کرده‌ایم، نه برای اینکه آن‌ها را نسبت به مسئولیت اجتماعی‌شان آگاه کنیم. نتیجه‌اش این است که به بدترین شکل ممکن چیزی به نام CSR در کشور رواج پیدا کرده که آینده بسیار بدی خواهد داشت؛ بنابراین، تفاوت CSR در ایران و کشورهای توسعه‌یافته «از صفر تا صد» است؛ آنچه امروز در ایران وجود دارد، هیچ نسبتی با CSR واقعی ندارد، درحالی‌که در گذشته بنگاهداران ما بدون هیچ اجبار قانونی، عمیقاً به مسئولیت اجتماعی‌شان عمل می‌کردند.

آیا فکر می‌کنید بدون سیاست‌گذاری کلان و الزام CSR، در ایران می‌تواند به مرحله‌ی اثرگذاری جدی برسد؟

بله، اصلاً به نظر من این سیاست‌گذاری قانونی خودش یک صمیمیت است. قبل از اینکه چنین کاری انجام شود، لازم است با ایجاد احساس مسئولیت اجتماعی در کل جامعه، همه‌ی افراد را نسبت به مسئولیت‌هایی که در قبال جامعه دارند آگاه کنیم. ببینید، وقتی یک جامعه دچار فروپاشی می‌شود و افراد دیگر هیچ احساس مسئولیتی نسبت به جامعه‌شان ندارند، نوعی فردگرایی افراطی در کشور رواج پیدا می‌کند. حالا شما می‌خواهید با الزام و قانون آدم‌ها را به امر اجتماعی بکشانید، درحالی‌که امر اجتماعی اساساً با اجبار، الزام و دستورالعمل قابل‌تحقق نیست.

برای مثال، وقتی یک جامعه وجدان قانونی نداشته باشد، نتیجه این می‌شود که شما باید مدام تعداد پلیس‌ها را بیشتر کنید و افراد مراقب را افزایش دهید تا خطاها را کنترل کنند. اما اگر در جامعه حس قانون و وجدان قانونی وجود داشته باشد، دیگر نیازی به این حجم از نظارت نیست. به‌ویژه اینکه پلیس هم عضوی از همین جامعه است؛ اگر وجدان قانونی در مردم ضعیف باشد، پلیس هم به‌راحتی خریداری و دور زده می‌شود.

بنابراین، الزام‌ها و اجبارهای قانونی کاملاً با روح مسئولیت اجتماعی شرکتی منافات دارد. نتیجه‌اش همان اخذی‌هایی می‌شود که قبلاً عرض کردم. یعنی شرکت‌ها مجبور می‌شوند کاری صوری انجام دهند. مثلاً شرکتی که ۱۰۰ واحد خسارت زده، به‌جای جبران واقعی آن، ۱۰ واحد خرج مسجد یا مکانی مثل چمران می‌کند، یک رسید هم می‌گیرد و اسمش را می‌گذارد عمل به CSR.

این نهایت کاری است که از الزام و قانون برمی‌آید. درحالی‌که مسئولیت اجتماعی یک «امر اجتماعی» است، نه یک دستورالعمل یا قانون.

در شرایط بحران‌های اقتصادی، سیاسی و زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی چه نقشی در کاهش آسیب‌پذیری جامعه دارد؟

اتفاقاً تمام مصیبت‌هایی که ما امروز در محیط‌زیست، عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی داریم، ناشی از فقدان مسئولیت اجتماعی است؛ چه در معنای عام مسئولیت اجتماعی، و چه در معنای خاص مسئولیت اجتماعی شرکتی. اتفاقاً تمام مصیبت‌هایی که ما امروز در محیط‌زیست، عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی داریم، ناشی از فقدان مسئولیت اجتماعی است؛ چه در معنای عام مسئولیت اجتماعی، و چه در معنای خاص مسئولیت اجتماعی شرکتی. طبیعی است وقتی امروز با مشکلات و چالش‌های متعدد حتی در حوزه اقتصادی و امنیتی روبرو هستیم، ریشه‌ی بسیاری از آن‌ها این است که جامعه ما دارد از «جامعه بودن» خودش ساقط می‌شود. افراد دیگر اعضای جامعه را به‌عنوان هم‌نوع خود نمی‌بینند، بلکه صرفاً به چشم رقیب نگاه می‌کنند؛ رقیبی که باید هرچه می‌تواند از منابع جامعه بکند و برای خودش ببرد.

این نوع نگاه، همان فردگرایی افراطی است که متأسفانه در جامعه ما رواج یافته و ما را به این صمیمیت کشانده است. فرقی هم نمی‌کند کجا باشد؛ در دانشگاه‌ها، در سازمان‌ها و ادارات، در دولت، در خیابان‌ها، یا حتی در سیستم‌های حکومتی. همه‌جا



خبرنگارین

در گفت‌وگو با سعید معیدفر، جامعه‌شناس مطرح شد؛

مسئولیت اجتماعی شرکتی از تجربه جهانی تا بن‌بست ایرانی

«در ایران، مسئولیت اجتماعی شرکتی به یک نمایش صوری بدل شده است؛ بنگاه‌ها به‌جای جبران واقعی خسارت‌های محیط‌زیستی و اجتماعی، پول خرج می‌کنند و قوانینی که برای الزام CSR وضع شده‌اند، تنها ظاهری قانونی به فعالیت‌ها می‌دهند.» این‌ها بخشی از صحبت‌های سعید معیدفر، جامعه‌شناس و دانشیار بازنشسته گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران است. او در گفت‌وگو با «پیام ما» ادامه روند فعلی در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکتی را موجب فرسودگی جامعه و محیط‌زیست می‌داند و معتقد است این سیستم، نسل‌های آینده را با «سرزمینی سوخته» روبرو می‌سازد.



محمد زرا | خبرنگار

از نگاه شما، «مسئولیت اجتماعی شرکتی» در جامعه ایران چه جایگاهی دارد و تفاوت آن با تجربه جهانی چیست؟

ما بسیاری از ایده‌ها یا تحولاتی را که در جهان توسعه‌یافته اتفاق می‌افتد، به کشور خودمان هم وارد می‌کنیم. منتها، به‌قول معروف هر چیزی در جای خودش معنا پیدا می‌کند. اینکه مثلاً «مسئولیت اجتماعی شرکتی» در همان خاستگاه‌هایش یعنی کشورهای توسعه‌یافته در چه شرایطی مطرح شده و اهمیت پیدا کرده، عمدتاً مرتبط با فرصت‌ها یا شرایط خاصی است که در آن کشورها به وجود آمده و بعد تبدیل به یک نیاز شده است؛ نیازی که نهایتاً در قالب مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها (CSR) فرموله شده است.

اما وقتی این ایده‌ها به کشوری مثل ما می‌آید، مانند بسیاری از پدیده‌های وارداتی دیگر مثل سازمان‌ها، نهادها، قوانین و ... در جایگاه خود نمی‌نشینند، چون شرایط اجتماعی ما با آن‌ها متفاوت است. در نتیجه حالت تصنعی پیدا می‌کند. مثلاً ما ۱۲۰ تا ۱۳۰ سال است که قانون وارد کرده‌ایم، اما هنوز قانون به معنای واقعی خودش در کشور ما نهادینه نشده است. تفکیک قوا، سازمان‌ها و ادارات نیز در جایگاه واقعی‌شان قرار نگرفته‌اند. مسئولیت اجتماعی شرکتی هم از همین جنس است؛ یعنی مشکل فقط CSR نیست، بلکه

بسیاری از چیزهایی که وارد کشور شده‌اند، در جایگاه واقعی خود قرار نگرفته‌اند.

حالا ببینیم چرا در کشورهای توسعه‌یافته ضرورت پیدایش CSR احساس شد. بعد از انقلاب صنعتی در غرب، این تحول فنی و صنعتی باعث تخریب‌های گسترده در محیط‌زیست، روابط انسانی و اجتماعی، روابط کارگر و کارفرما و بسیاری حوزه‌های دیگر شد. در ابتدا تصور می‌شد که توسعه صنعتی و اقتصادی همه مشکلات را حل می‌کند، اما عملاً چنین نشد. برعکس، بحران‌های محیط‌زیستی مثل بحران اقلیم، آب، هوا و خاک، افزایش نابرابری‌ها و فاصله طبقاتی، بیگانگی اجتماعی کارگران، فروپاشی اجتماعات محلی و مهاجرت‌های گسترده، همگی نتیجه همان توسعه صرفاً صنعتی و اقتصادی بود.

این اتفاقات موجب شد جهان توسعه‌یافته بفهمد که توسعه باید همه‌جانبه باشد؛ یعنی علاوه بر بعد اقتصادی، ابعاد فرهنگی و اجتماعی را هم در بر بگیرد. از همین‌جا مفاهیمی مثل توسعه پایدار، توسعه فرهنگی و توسعه اجتماعی مطرح شدند و بنگاه‌های تولیدی ناچار شدند تغییر رویه بدهند. آن‌ها باید می‌فهمیدند که هدف فقط افزایش تولید و بهره‌وری نیست، بلکه باید خسارت‌هایی که تولید به محیط‌زیست، جامعه محلی و روابط کاری وارد می‌کند، جبران شود. اینجا بود که بحث CSR به‌عنوان یک



متأسفانه امروز با یک صورت‌گرایی بسیار زشت، ما قانونی برای اخذی از بنگاه‌های اقتصادی وضع کرده‌ایم، نه برای اینکه آن‌ها را نسبت به مسئولیت اجتماعی‌شان آگاه کنیم. نتیجه‌اش این است که به بدترین شکل ممکن چیزی به نام CSR در کشور رواج پیدا کرده که آینده بسیار بدی خواهد داشت. بنابراین، تفاوت CSR در ایران و کشورهای توسعه‌یافته «از صفر تا صد» است

گزارش

استراتژی بقا در دنیای اقتصاد

در سال‌های اخیر، مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) دیگر یک عبارت پرزرق‌وبرق در گزارش‌های تبلیغاتی شرکت‌ها نیست؛ بلکه به بخشی جدایی‌ناپذیر از راهبردهای کسب‌وکار بدل شده است. تجربه جهانی نشان می‌دهد که در اقتصاد پرچالش امروز، شرکت‌هایی دوام می‌آورند که سودآوری را با تعهدات اجتماعی و زیست‌محیطی پیوند می‌زنند. طبق گزارش تازه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) در سال ۲۰۲۵، ادغام مسئولیت اجتماعی در راهبردهای اصلی کسب‌وکار، نه‌تنها ارزش‌آفرینی بلندمدت را تضمین می‌کند، بلکه به تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی سازمان‌ها نیز می‌افزاید. به بیان دیگر، شرکت‌هایی که مسئولیت اجتماعی را جدی گرفته‌اند، در برابر بحران‌ها مقاوم‌تر عمل کرده‌اند.

تغییر نگاه به CSR؛ از نیکوکاری تا شالوده‌کسب‌وکار

اگرچه ریشه‌های مسئولیت اجتماعی را می‌توان در فعالیت‌های خیرخواهانه سرمایه‌داران قرن نوزدهم جست‌وجو کرد، اما امروز این مفهوم از «کمک‌های خیریه» فراتر رفته است. در دهه‌های پایانی قرن بیستم، مفهوم «سه‌گانه سود» که بر توازن میان سود اقتصادی، عدالت اجتماعی و پایداری زیست‌محیطی تأکید داشت، مسیر جدیدی برای CSR ترسیم کرد. اکنون، در دهه ۲۰۲۰، این رویکرد به یک الزام بدل شده است؛ شرکت‌ها نمی‌توانند تنها به سود مالی بسنده کنند، بلکه باید پاسخ‌گوی

سال ۲۰۲۴؛ مصرف‌کنندگان و کارکنان تعیین‌کننده بودند

تأثیرات خود بر جامعه و محیط‌زیست نیز باشند. آمارهای سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی در شرکت‌ها پیش از هر زمان دیگری به رفتار مصرف‌کنندگان و انتظارات کارکنان وابسته بوده است. حدود ۷۷ درصد مصرف‌کنندگان اعلام کردند ترجیح می‌دهند از شرکت‌هایی خرید کنند که تعهد اجتماعی دارند و بیش از ۶۰ درصد حاضر بودند برای محصولات پایدار هزینه بیشتری بپردازند. در همین سال، ۹۳ درصد کارکنان گفته بودند برایشان مهم است که در شرکتی با مأموریت اجتماعی مشخص کار کنند و حتی ۶۰ درصد حاضر بودند به‌خاطر این ارزش‌ها، حقوق کمتری دریافت کنند. سرمایه‌گذاران هم با همین موج همراه شدند؛ بیش از ۷۰ درصد آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های خود معیارهای مسئولیت اجتماعی را در نظر گرفتند. به همین دلیل، برندهایی که در این حوزه عملکرد ضعیفی داشتند، به‌سرعت با کاهش وفاداری مشتریان و افت سرمایه‌گذاری مواجه شدند.

۲۰۲۵؛ مسئولیت اجتماعی در قلب استراتژی

اما سال ۲۰۲۵ نقطه عطف تازه‌ای به همراه داشت. برخلاف سال‌های گذشته که CSR بیشتر به‌صورت پروژه‌های جانبی یا تبلیغاتی دنبال می‌شد، حالا بسیاری از شرکت‌های بزرگ آن را به

بخشی از استراتژی اصلی خود تبدیل کرده‌اند. دیگر کمتر شرکتی را می‌توان یافت که مسئولیت اجتماعی را فقط در قالب یک گزارش رنگارنگ یا کمپین بازاریابی خلاصه کند. یکی از روندهای مهم سال جاری، گسترش «مدیریت منابع انسانی سبز» است. به‌عنوان مثال، شرکت‌هایی مانند یونیلیور ارزیابی عملکرد کارکنان را با شاخص‌های پایداری گره زده‌اند. این تغییر باعث افزایش وفاداری کارکنان و اعتماد مشتریان شده است. در همین حال، فشارهای نظارتی نیز افزایش یافته است. با اجرای «دستورالعمل گزارش‌دهی پایداری شرکتی» اتحادیه اروپا، شرکت‌ها ناچارند گزارش‌های استاندارد و قابل‌سنجش ارائه دهند. همین الزام باعث شد میزان گزارش‌دهی CSR در جهان از ۷۲ درصد در ۲۰۲۴ به ۷۶ درصد در ۲۰۲۵ برسد.

فناوری، اخلاق و یک عقب‌نشینی بحث‌برانگیز

ورود گسترده هوش مصنوعی به کسب‌وکارها، مسئولیت‌های جدیدی را هم رقم زده است. اکنون بحث «اخلاق دیجیتال» به بخشی از CSR تبدیل شده؛ شفافیت در تصمیم‌های الگوریتمی، جلوگیری از تبعیض در داده‌ها و حفاظت از حریم خصوصی مشتریان، از موضوعاتی است که شرکت‌ها ناگزیرند در دستور کار قرار دهند.

باین‌حال، همه شاخص‌ها روند صعودی نداشت. یکی از تحولات بحث‌برانگیز ۲۰۲۵ کاهش تمرکز شرکت‌ها بر تنوع، برابری و شمول (DEI) به‌ویژه در آمریکا بود. بسیاری از شرکت‌ها به‌جای سرمایه‌گذاری بر این حوزه، منابع خود را به پایبندی به استانداردهای زیست‌محیطی و گزارش‌دهی اختصاص دادند؛

موضوعی که با انتقاد نهادهای مدنی روبرو شده است.

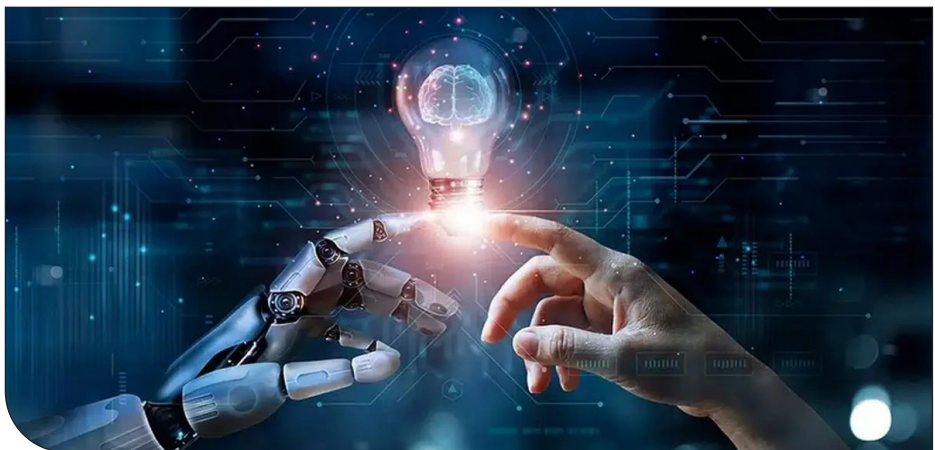
چرا CSR دیگر انتخاب نیست؟

بررسی مقایسه‌ای آمارها نشان می‌دهد ارزش بازار جهانی مسئولیت اجتماعی از ۳۳۱ میلیارد دلار در ۲۰۲۴ به ۳۵۳ میلیارد دلار در ۲۰۲۵ رسیده است؛ رشدی نزدیک به ۷ درصد. سهم سرمایه‌گذاری‌های پایدار در اروپا هم به ۴۸ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها افزایش یافته است. این ارقام گواه روشنی است بر اینکه CSR دیگر یک انتخاب تجملی یا تبلیغاتی نیست، بلکه به ضرورتی برای بقا و رقابت در بازار جهانی تبدیل شده است.

در جهانی که مصرف‌کنندگان آگاه‌تر، سرمایه‌گذاران سخت‌گیرتر

و کارکنان مطالبه‌گرتر شده‌اند، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها پیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. امروز شرکت‌ها اگر بخواهند صرفاً بر سود مالی تکیه کنند، دیرپازود جای خود را به رقبایی خواهند داد که «سود» و «مسئولیت» را هم‌زمان دنبال می‌کنند. به نظر می‌رسد مسیر آینده اقتصاد جهانی روشن است: مسئولیت اجتماعی، نه یک شعار اخلاقی، بلکه یک راهبردی بقا است.

منبع: <https://www.winnsolutions.org/corporate-social-responsibility-csr>



تصویب آیین‌نامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی با ابهامات جدی

جبران خسارت یا کسری بودجه دولت؟

کارشناسان: شفافیت دستاورد است، اما لغزش همچنان پابرجاست



پاشگاه خمرنگران جوان



فرح ابوطالبی

پژوهشگر فرهنگی

«مسئولیت اجتماعی شرکت‌های تحت مدیریت دولت» تصویب شد، اما چشم امید بسیاری را ناامید کرد. این آیین‌نامه به منظور ساماندهی و هدایت منابع مالی شرکت‌های دولتی در راستای مسئولیت اجتماعی تدوین شده است، اما هدایت به کدام سو؟ در حالی که مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی بر پایه جبران خسارت وارده به محیط فعالیت شرکت‌ها ایجاد شده است، آنچه در مصوبه هیئت دولت جالب توجه است، تأکید بر مدرسه‌سازی است؛ مهمترین دغدغه اجتماعی ریاست‌جمهوری که از وظایف ذاتی دولت است و شرکت‌ها وظیفه‌ای در قبال آن ندارند.

گسترده رنج برده است. بنابراین، ضرورت داشت برای آن چاره‌اندیشی شود. فرضی که آیین‌نامه را به‌عنوان نخستین گام برای انضباط‌بخشی به فعالیت‌های پراکنده شرکت‌ها تلقی می‌کند، بر آن است که «با وجود انتقاداتی که می‌توان به آیین‌نامه وارد کرد، معتقدم که این متن، به‌عنوان یک متن اولیه، یک دستاورد ملی محسوب می‌شود». او مهم‌ترین دستاورد این آیین‌نامه را «شفافیت» می‌داند، «چراکه تا امروز نمی‌دانستیم شرکت‌های دولتی چه میزان بودجه برای این حوزه در نظر گرفته‌اند و چگونه هزینه می‌کنند. در بسیاری موارد، این هزینه‌ها بدون محاسبه و حسابرسی مشخص انجام می‌شد. گاه فعالیت‌هایی خارج از محدوده فعالیت‌های اصلی شرکت‌ها صورت می‌گرفت. این درحالی‌است که در مناطقی مانند خوزستان، مردم با محدودیت‌ها و نیازهای ضروری غیرقابل‌انکار مواجه‌اند و بسیاری از این مشکلات مستقیماً ناشی از پیامدهای فعالیت‌های شرکت‌هاست.»

گسترده رنج برده است. بنابراین، ضرورت داشت برای آن چاره‌اندیشی شود. فرضی که آیین‌نامه را به‌عنوان نخستین گام برای انضباط‌بخشی به فعالیت‌های پراکنده شرکت‌ها تلقی می‌کند، بر آن است که «با وجود انتقاداتی که می‌توان به آیین‌نامه وارد کرد، معتقدم که این متن، به‌عنوان یک متن اولیه، یک دستاورد ملی محسوب می‌شود». او مهم‌ترین دستاورد این آیین‌نامه را «شفافیت» می‌داند، «چراکه تا امروز نمی‌دانستیم شرکت‌های دولتی چه میزان بودجه برای این حوزه در نظر گرفته‌اند و چگونه هزینه می‌کنند. در بسیاری موارد، این هزینه‌ها بدون محاسبه و حسابرسی مشخص انجام می‌شد. گاه فعالیت‌هایی خارج از محدوده فعالیت‌های اصلی شرکت‌ها صورت می‌گرفت. این درحالی‌است که در مناطقی مانند خوزستان، مردم با محدودیت‌ها و نیازهای ضروری غیرقابل‌انکار مواجه‌اند و بسیاری از این مشکلات مستقیماً ناشی از پیامدهای فعالیت‌های شرکت‌هاست.»

گسترده رنج برده است. بنابراین، ضرورت داشت برای آن چاره‌اندیشی شود. فرضی که آیین‌نامه را به‌عنوان نخستین گام برای انضباط‌بخشی به فعالیت‌های پراکنده شرکت‌ها تلقی می‌کند، بر آن است که «با وجود انتقاداتی که می‌توان به آیین‌نامه وارد کرد، معتقدم که این متن، به‌عنوان یک متن اولیه، یک دستاورد ملی محسوب می‌شود». او مهم‌ترین دستاورد این آیین‌نامه را «شفافیت» می‌داند، «چراکه تا امروز نمی‌دانستیم شرکت‌های دولتی چه میزان بودجه برای این حوزه در نظر گرفته‌اند و چگونه هزینه می‌کنند. در بسیاری موارد، این هزینه‌ها بدون محاسبه و حسابرسی مشخص انجام می‌شد. گاه فعالیت‌هایی خارج از محدوده فعالیت‌های اصلی شرکت‌ها صورت می‌گرفت. این درحالی‌است که در مناطقی مانند خوزستان، مردم با محدودیت‌ها و نیازهای ضروری غیرقابل‌انکار مواجه‌اند و بسیاری از این مشکلات مستقیماً ناشی از پیامدهای فعالیت‌های شرکت‌هاست.»

شفافیت؛ نخستین دستاورد آیین‌نامه

کارشناسان این آیین‌نامه را دست‌کم در سطح اولیه، یک گام به جلو می‌دانند. کردونی معتقد است: «نخستین نکته مثبت این است که سند توسط هیئت وزیران منتشر شده و برای نخستین‌بار تعاریفی - هرچند ناقص- در حوزه مسئولیت اجتماعی ارائه کرده است. او می‌گوید: «در اسناد بالادستی و مقررات رسمی کمتر به چنین موضوعاتی پرداخته شده است و حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی همواره از گردش مالی بالا و فسادهای

اما تجربه نشان داده است وجود سامانه‌ها و گزارش‌دهی الزامی، لزوماً منجر به اجرای مؤثر پروژه‌ها نمی‌شود؛ زیرا کیفیت داده‌ها، صحت گزارش‌ها و امکان پیگیری نهادهای مستقل در ایران چندان مطمئن نیست. تا زمانی که شرکت خود باید گروه تحقیقاتی را استخدام کند و هزینه تحقیقات و اثربخشی را تأمین کند، همچنان تحقیقات و گزارش‌ها می‌تواند غیرواقع تنظیم شوند. در واقع، بدون سازوکارهای نظارتی و ارزیابی‌های مستقل، ریسک گزارش‌دهی سطحی و تأثیر حداقلی پروژه‌ها بالا است. این درحالی‌است که کردونی به ماده ۳ اشاره می‌کند و می‌گوید: «در ماده ۳ آمده است که شرکت می‌تواند پس از انجام تکالیف قانونی خود، در حوزه مسئولیت اجتماعی فعالیت کند. این نوع نگاهش می‌تواند بهانه‌ای به دست برخی شرکت‌ها دهد تا اساساً وارد این حوزه نشوند و آن را صرفاً یک انتخاب اختیاری بدانند.»

درباره سازوکار اجرایی آیین‌نامه نیز کردونی معتقد است: «فرایند پیش‌بینی‌شده بروکراسی بسیار سنگینی را به شرکت‌ها تحمیل می‌کند. یک شرکت دولتی باید ابتدا سند خود را تدوین کند، سپس آن را در سامانه بارگذاری کند تا شورای استان نظر دهد، و پس از آن فرایند بازگشت، اصلاح یا تأیید طی شود. شرکت‌ها موظف شده‌اند تا هم‌راه تمامی مراحل را تکمیل کنند و در ادامه نیز قراردادهایی با وزارتخانه‌ها منعقد سازند. چنین فرایندی نتهنیا پیچیده و زمان‌بر است، بلکه آمادگی لازم در دولت و شرکت‌ها برای اجرای آن نیز وجود ندارد.»

آیین‌نامه بر هماهنگی میان شرکت‌ها، دستگاه‌های اجرایی، سازمان استان و شورا تأکید کرده است. تجارب گذشته نشان می‌دهد پروژه‌های مشترک با چند نهاد مختلف در ایران با چالش‌های فراوانی، از قبیل تأخیر در تصویب و تخصیص منابع، تضاد منافع و اولویت‌بندی سیاسی-اقتصادی، پیچیدگی اداری و بروکراسی، همواره با کندی و ناکارآمدی مواجه هستند و ریسک اجرای ناقص بالا می‌رود.

ناسازگاری با استانداردهای بین‌المللی

یکی دیگر از چالش‌های آیین‌نامه ایجاد محدودیت برای شرکت‌ها در فعالیت‌های CSR آنهاست. کردونی معتقد است: «در سطح جهانی، شرکت‌ها آثار منفی فعالیت‌های خود را شناسایی و سپس برای رفع آنها اقدام می‌کنند، اما در این آیین‌نامه، دولت به شرکت‌ها می‌گوید چه موضوعاتی اولویت دارد و چگونه باید اقدام کنند. این رویکرد در نظر مفهومی و مبنایی با اصول شناخته‌شده حوزه مسئولیت اجتماعی و پایداری مغایر است.» اما فرضی معتقد است: «این آیین‌نامه می‌تواند تا حد زیادی شرکت‌هایی را که به‌صورت کلان در حوزه شرکت‌های دولتی فعالیت می‌کنند و تاکنون پاسخگویی کافی در زمینه مسئولیت اجتماعی و محیط‌زیست نداشته‌اند، به پاسخگویی و شفافیت وادارد. به‌این‌ترتیب می‌توان وضعیت اقدامات آنها را ارزیابی کرد و مشخص کرد که چه اقداماتی انجام شده و چه اقداماتی برای کاهش آثار منفی فعالیت‌ها برنامه‌ریزی می‌شود.»

حال آنکه زمینه‌های عمل به مسئولیت اجتماعی شرکتی و مصادیق آن در ماده ۲ آیین‌نامه ذکر شده است.

از جبران خسارت تا تأمین هزینه‌های دولت

ماده ۱ آیین‌نامه شامل چهار بخش اصلی است: مسئولیت‌پذیری شرکت در جوامع محلی، مشارکت در توسعه جوامع محلی، پایداری توسعه و حفاظت و بهبود محیط‌زیست. این ماده دامنه وسیعی از

فعالیت‌ها را در بر می‌گیرد: از جبران خسارات، آموزش مهارت‌ها، بهداشت، عدالت اجتماعی، تا محیط‌زیست و میراث‌فرهنگی. همچنین رویکرد عدالت‌محور و محرومیت‌زدایی در بخش‌های مختلف دیده شده است، از جمله حمایت از اقشار نیازمند و اولویت‌بندی استان‌های محروم. هرچند ماده ۲ بند ۱ به «اولویت نسبت به موارد بعدی» اشاره می‌کند، اما ترتیب واقعی تخصیص منابع، نحوه انتخاب پروژه‌ها و وزن‌دهی به هر حوزه مشخص نیست. به‌عبارت دیگر، دست شرکت‌ها برای پرهیز از اجرای تعهدات سنگین و هزینه‌بر در حوزه‌های کم‌اثر و انجام اقدامات سطحی و تبلیغاتی همچنان باز است؛ مسئله‌ای که در بین شرکت‌های صنعتی به‌وفور دیده می‌شود.

اما مهمترین مسئله تداخل موارد لیست‌شده در بند ۲ با وظایف نهادهای دولتی است. بسیاری از موارد بند ۲ (بهداشت، آموزش، میراث‌فرهنگی) در حیطه فعالیت وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی است. پیش‌ازاین گفته‌های رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت این زنگ خطر را به صدا درآورده بود که قرار است کمبود بودجه و کم‌کاری دولت بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها سوار شود و روزنامه «پیام ما» در گزارشی مبسوط با عنوان «توجه به سلامت و آموزش یا بی‌توجهی به محیط‌زیست» در این‌باره هشدار داده بود. اکنون طبق مصوبه دولت نتهنیا ساختن مدرسه و خانه بهداشت در ردف مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها قرار گرفته است که حتی هزینه‌کرد حداقل ۲۵ درصد از منابع CSR شرکت‌ها در پروژه‌های مدرسه‌سازی تحت نظارت معاونت توسعه روستایی الزامی شده است.

اگرچه این آیین‌نامه بر عدالت و محرومیت‌زدایی تأکید دارد، اما معیارهای عملی شفاف نیستند. برای مثال، چنانکه پیش‌ازاین نیز برخی صنایع به‌دلایل مختلف مدرسه‌سازی و ساختن خانه بهداشت را در زمره فعالیت‌های CSR خود را به انجام رسانده‌اند و اکنون این مدارس و ساختمان‌ها خالی از هر دانش‌آموز و بیماری به ساختمان‌های متروکه‌ای بدل شده‌اند؛ چراکه معلم و دیگر ملزومات و امکانات آموزشی و بهداشتی مهیا نیست؛ امکاناتی که دولت

بایست برای مناطق مختلف مهیا می‌کرد. تقریباً همه اذعان دارند که بودجه هنگفتی در بخش مسئولیت اجتماعی شرکتی هزینه می‌شود، اما اثربخشی ندارند. به‌نظر می‌رسد قرار است این مشکل همچنان پابرجا باشد. هرچند ماده ۹ مصوبه به درج تمامی اقدامات در سامانه اشاره می‌کند، اما در عمل، حجم گسترده فعالیت‌ها و پراکندگی مصادیق ماده ۲، رصد و پیگیری واقعی تأثیرگذاری را دشوار و تقریباً غیرممکن می‌کند.

رئیس‌جمهور از اولین ماه‌های آغاز به کار دولت خود بر مدرسه‌سازی و عدالت آموزشی تأکید داشته و دارد. او بارها از کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی خواسته است تا برای ساخت مدرسه و تقویت بهداشت» تلاش کنند؛ از تأکید مستقیم بر ساخت مدرسه و تأمین بهداشت تا نهضت توسعه عدالت آموزشی و «معطل‌نماندن برای بودجه رسمی». هم‌زمان، خبرها از الزام بخشی از اعتبارات CSR شرکت‌های دولتی به مدرسه‌سازی حمایت دارد و حتی در برخی دستگاه‌ها (مثل نفت) گفته شده «بودجه CSR فقط در سه حوزه آموزش، بهداشت و ورزش هزینه شود؛» این یعنی «هدف‌گذاری از بالا» برای کانال مصرف CSR. نه براساس آسیب‌های واقعی هر بنگاه. نتیجه‌اش «لغزش مأموریت» است: CSR به جیب دوم بودجه‌های آموزشی و بهداشتی دولت بدل می‌شود، نه ابزاری برای حل ریسک‌ها و پیامدهای ویژه هر صنعت.

رئیس‌جمهور از اولین ماه‌های آغاز به کار دولت خود بر مدرسه‌سازی و عدالت آموزشی تأکید داشته و دارد. او بارها از کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی خواسته است تا برای ساخت مدرسه و تقویت بهداشت» تلاش کنند؛ از تأکید مستقیم بر ساخت مدرسه و تأمین بهداشت تا نهضت توسعه عدالت آموزشی و «معطل‌نماندن برای بودجه رسمی». هم‌زمان، خبرها از الزام بخشی از اعتبارات CSR شرکت‌های دولتی به مدرسه‌سازی حمایت دارد و حتی در برخی دستگاه‌ها (مثل نفت) گفته شده «بودجه CSR فقط در سه حوزه آموزش، بهداشت و ورزش هزینه شود؛» این یعنی «هدف‌گذاری از بالا» برای کانال مصرف CSR. نه براساس آسیب‌های واقعی هر بنگاه. نتیجه‌اش «لغزش مأموریت» است: CSR به جیب دوم بودجه‌های آموزشی و بهداشتی دولت بدل می‌شود، نه ابزاری برای حل ریسک‌ها و پیامدهای ویژه هر صنعت.



شکاف

دستیار دبیر کمیسیون فرهنگی

و اجتماعی دولت: وقتی یک مصوبه پس از شش ماه بررسی، با حضور نمایندگان دستگاه‌های اجرایی، اصحاب رسانه و دانشگاهیان تصویب می‌شود، نشان‌دهنده آن است که همه ابعاد موضوع مورد توجه قرار گرفته است



کردونی: در سطح جهانی،

شرکت‌ها آثار منفی فعالیت‌های خود را شناسایی و سپس برای رفع آنها اقدام می‌کنند، اما در این آیین‌نامه، دولت به شرکت‌ها می‌گوید چه موضوعاتی اولویت دارد و چگونه باید اقدام کنند. این رویکرد از نظر مفهومی و مبنایی با اصول شناخته‌شده حوزه مسئولیت اجتماعی و پایداری مغایر است

فرضی: تبصره ۳ ماده ۵ است

که شرکت‌ها را ملزم می‌کند ۲۵ درصد از اعتبار مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را به اولویت پیشبرد برنامه نهضت مدرسه‌سازی اختصاص دهند، گویی تلاش‌ها در این جهت سامان گرفته تا بخشی از علاقه‌مندی رئیس‌جمهور محترم به مدرسه‌سازی در این تبصره تبلور پیدا کند



فرضی: تبصره ۳ ماده ۵ است

که شرکت‌ها را ملزم می‌کند ۲۵ درصد از اعتبار مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را به اولویت پیشبرد برنامه نهضت مدرسه‌سازی اختصاص دهند، گویی تلاش‌ها در این جهت سامان گرفته تا بخشی از علاقه‌مندی رئیس‌جمهور محترم به مدرسه‌سازی در این تبصره تبلور پیدا کند

روزنامه پیام ما

روزنامه سیاسی - اجتماعی
صاحب امتیاز و مدیرمسئول:
روح‌الله خدیشی
چاپ: صمیم ۶۵۵۸۶۸۰۱ - ۰۲۱

سرمدیر: فاطمه علی‌اصغر
دبیر ویژه‌نامه‌ها: شبنم شکوریان
مدیر هنری: تیوا صمدیان
عکس: یاسر خدیشی (دبیر)
بازرگانی و فروش: محمد زز

همکاران این شماره: ریحانه حیدری، فرح ابوطالبی، فریبا نباتی، احسان اسبوند و محمد زز
ویراستار: فرح ابوطالبی

آدرس: تهران، خیابان شریعتی، ابتدای شهید بهشتی، پلاک ۱۲، طبقه اول | تلفن: ۰۲۱ - ۴۲ ۱۹ ۱۰

@payamema @payamema ۰۹۰۳ ۳۳۳ ۸۴۹۴ www.payamema.ir



از بحران تا تاب‌آوری

چگونه اقتصاد چین دگرگون شد؟

بحران انرژی و تغییر اقلیم، قرن بیست‌ویکم را به میدان رقابتی تازه برای کشورها بدل کرده است؛ رقابتی که در آن اتکای صرف به نفت و گاز دیگر به معنای امنیت نیست و هر روز اقتصاد کشورها در معرض شوکی تازه قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی، چین با سرمایه‌گذاری گسترده در انرژی خورشیدی و بادی نشان داد که گذار به انرژی‌های تجدیدپذیر نه تنها راهی برای مهار بحران‌های زیست‌محیطی است، بلکه می‌تواند ستون اصلی تاب‌آوری اقتصادی و ارتقای جایگاه کشورها در جهان امروز باشد.



شبنم شکوریان | دبیر ویژه‌نامه |



تجربه چین نشان می‌دهد که انرژی‌های تجدیدپذیر می‌توانند انرژی مؤثر برای تاب‌آوری اقتصادی نیز باشند. صنعت خورشیدی این کشور تا سال ۲۰۲۴ حدود چهار میلیون شغل جدید ایجاد کرده است؛ از کارگران خط تولید گرفته تا مهندسان، طراحان و متخصصان فناوری. تأثیر این صنعت حتی به زندگی روستاییان نیز رسیده است.

خروج از بحران
تا دو دهه پیش، چین با بحران‌های جدی زیست‌محیطی دست‌وپنجه نرم می‌کرد. وابستگی شدید این کشور به زغال‌سنگ و مدیریت ناکارآمد منابع انرژی، نه تنها آلودگی هوا را به سطحی نگران‌کننده رسانده بود، بلکه بحران تغییر اقلیم را نیز در ابعاد جهانی تشدید می‌کرد. طبق گزارش‌های معتبر بین‌المللی، میزان انتشار گازهای گلخانه‌ای در چین از کل تولیدات اتحادیه اروپا فراتر رفته و این کشور عملاً به بزرگ‌ترین آلاینده جهان بدل شده بود. در کلان‌شهرهایی مانند پکن و شانگهای، کیفیت هوا چنان پایین آمده بود که زندگی روزمره شهروندان مختل می‌شد. بسیاری از خانواده‌ها ناچار بودند برای خروج از خانه همواره از ماسک استفاده کنند. این شرایط ناپایدار، نه تنها سلامت عمومی را به خطر انداخته بود، بلکه هزینه‌های اجتماعی و اقتصادی سنگینی بر دوش کشور می‌گذاشت. در چنین وضعیتی، چین ناچار شد به دنبال راه‌حلی پایدار و بلندمدت بگردد. یکی از تصمیمات کلیدی، دگرگونی ساختاری در نظام انرژی و حرکت به سمت منابع تجدیدپذیر بود. انرژی خورشیدی به دلیل دسترسی‌پذیری، قابلیت بارگذاری بالا و ظرفیت فنی مناسب، در مرکز توجه قرار گرفت. چین مسیر

طولانی و پرچالش خود در حوزه انرژی خورشیدی را از دهه ۱۹۷۰ آغاز کرد؛ زمانی که تلاش‌های تحقیقاتی اولیه در دانشگاه‌ها و مؤسسات تحقیقاتی، تنها برای تأمین برق روستاهای دورافتاده بود. در دهه‌های بعد، پروژه‌های کوچک آموزشی و بهداشتی، پایه‌گذار فناوری داخلی و نیروی متخصص شدند. اما جهش واقعی در صنعت خورشیدی این کشور، پس از سال ۲۰۰۰ آغاز شد و چین را به جایگاهی رساند که امروز هیچ کشوری نمی‌تواند بدون حضور آن در بازار جهانی، پروژه‌های بزرگ انرژی خورشیدی را پیش ببرد. در واقع این کشور با سرمایه‌گذاری گسترده و سیاست‌گذاری هوشمندانه، توانست جایگاه خود را از یک بازیگر حاشیه‌ای به بزرگ‌ترین تولیدکننده انرژی خورشیدی در جهان تغییر دهد.

کام‌به‌کام به سوی رهبری جهانی

سال ۲۰۰۵ نقطه عطفی در مسیر چین به سوی انرژی پاک بود. قانونی تصویب شد که شرکت‌های برق را موظف می‌کرد برق تولیدی از منابع تجدیدپذیر مانند خورشید و باد را خریداری کنند. این قانون، همراه با یارانه‌ها، معافیت‌های مالیاتی و سرمایه‌گذاری‌های کلان، زمینه

شکل‌گیری صنایع تازه‌ای در استان‌هایی مانند جیانگسو و آن‌هوئی را فراهم کرد و کارخانه‌ها و کسب‌وکارهای نو در حوزه انرژی خورشیدی رشد کردند. چین رسماً از سال ۲۰۱۳ به «سلطان خورشیدی جهان» تبدیل شد و تا سال ۲۰۱۶ حدود ۷۸ درصد تولید جهانی پنل خورشیدی در این کشور متمرکز شد. شرکت‌هایی مانند JA Solar و Trina Solar، Jinko Solar بازارهای آمریکا، هند، آفریقا و خاورمیانه را تحت کنترل گرفتند. سیاست‌های دولت و ظرفیت تولید انبوه، همراه با نیروی کار ارزان و فناوری روز، باعث شد قیمت پنل‌های خورشیدی در این کشور به‌شدت کاهش یابد. شرکت‌های چینی مانند LONGi توانستند پنل‌های با کیفیت و ارزان تولید کنند و این پنل‌ها در پروژه‌های بزرگ، از جمله پایتخت جدید مصر، به کار گرفته شد. با این حال، مسیر چین بدون چالش نبود. انتقال‌هایی از جمله دامپینگ و کیفیت پایین برخی محصولات مطرح شد. آمریکا و اتحادیه اروپا نیز در مقابل، تعرفه‌های ضد دامپینگ وضع کردند و چین مجبور شد تا توجه خود را به بازار داخلی معطوف کند. چالش دیگری که چین با آن مواجه بود، کاهش عمده تولید برق در نیروگاه‌های خورشیدی بود.

در مناطقی مانند گانسو و سین‌کیانگ، به دلیل محدودیت شبکه برق و تمرکز نیروگاه‌ها در مناطق دورافتاده، تا ۳۳ درصد برق خورشیدی هدر می‌رفت. با این حال، ساخت خطوط انتقال جدید، ذخیره‌سازی انرژی و اصلاح بازار برق، توانست تا سال ۲۰۲۰ نرخ هدررفت را کاهش دهد.

تأثیرات اقتصادی

امروزه بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای درحال توسعه، به دنبال راهکارهایی برای افزایش تاب‌آوری اقتصادی خود هستند. تجربه چین نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر نه تنها مزایای زیست‌محیطی دارد، بلکه می‌تواند موتور محرکی برای رشد اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی باشد. برآوردها نشان می‌دهد صنعت انرژی خورشیدی در چین تا سال ۲۰۲۴ حدود چهار میلیون شغل جدید ایجاد کرده است. این مشاغل تنها به کارگران خط تولید محدود نمی‌شود، بلکه طراحان، مهندسان و متخصصان بالا را نیز در بر می‌گیرد.

علاوه بر اشتغال‌زایی، توسعه انرژی تجدیدپذیر به گسترش بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی کمک کرده است. کاهش هزینه‌های تولید در کنار سیاست‌های حمایتی دولت، شرکت‌های چینی را به بازیگران پیش‌تاز جهانی در حوزه تولید پنل‌های خورشیدی بدل کرد؛ به‌گونه‌ای که امروز سهم عمده‌ای از بازار بین‌المللی در اختیار آنهاست. تأثیر این روند تنها به سطح ملی محدود نمانده است. پروژه‌های کوچک‌مقیاس انرژی خورشیدی در مناطق روستایی، نقشی مهم در کاهش فقر و بهبود کیفیت زندگی ایفا کرده‌اند. برای نمونه، در استان شاندونگ، بسیاری از روستاییان با نصب پنل‌های خورشیدی روی پشت‌بام‌های خود توانسته‌اند درآمد ثابتی از طریق فروش برق به شبکه ملی کسب کنند. این تجربه، علاوه بر بهبود شرایط اقتصادی خانواده‌ها، سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی جوامع محلی را نیز افزایش داده است.

مواجه با چالش‌ها

چین طی دو دهه اخیر مسیر شگفت‌انگیزی را در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر طی کرده است. این کشور که زمانی با آلودگی شدید هوا و وابستگی کامل به زغال‌سنگ دست‌وپنجه نرم می‌کرد، حالا یکی از پیش‌تازان جهانی انرژی پاک به حساب می‌آید. شهرهایی مانند پکن و شانگهای که روزگاری تنفس در آن‌ها بدون ماسک دشوار بود، حالا با برنامه‌های گسترده انرژی پاک و کاهش آلودگی، قدم‌های ملموسی در مسیر بهبود کیفیت زندگی برداشته‌اند.

با وجود این پیشرفت‌ها، مسیر چین خالی از چالش نیست. یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌ها، مدیریت ضایعات پنل‌های خورشیدی است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰، بیش از یک‌ونیم میلیون تن پنل خورشیدی فرسوده در کشور جمع خواهد شد. این پنل‌ها شامل شیشه، فلزات کمیاب و مواد پیچیده‌ای هستند که بازیافت آن‌ها نیازمند فناوری‌های پیشرفته و سرمایه‌گذاری کلان است.

علاوه بر این، کیفیت بعضی از محصولات خورشیدی همچنان محل نگرانی است. در یک بازار جهانی پررقابت، محصولات با عمر کوتاه یا بازده کم می‌توانند سهم چین از بازار جهانی را تهدید کنند. دولت چین برای مقابله با این مشکلات برنامه‌هایی تدوین کرده است. توسعه فناوری‌های بازیافت و بازیابی مواد کمیاب، وضع مقررات زیست‌محیطی سخت‌گیرانه‌تر و حمایت از پژوهش‌ها برای کاهش ضایعات و افزایش طول عمر پنل‌ها، بخشی از این اقدامات است. هدف این اقدامات آن است که صنعت خورشیدی نه تنها سریع رشد کند، بلکه پایدار و

مستولانه عمل کند.

تخصیص ۶۲۵ میلیارد دلار برای انرژی‌های پاک

سرمایه‌گذاری گسترده چین در پژوهش و فناوری‌های انرژی پاک نیز کلید موفقیت این کشور محسوب می‌شود. در سال ۲۰۲۴، بیش از ۶۲۵ میلیارد دلار در انرژی‌های پاک سرمایه‌گذاری شد که بخش زیادی از آن به پژوهش و توسعه فناوری‌های خورشیدی، بادی و سیستم‌های ذخیره انرژی اختصاص یافته است. چین اکنون یک‌سوم سرمایه‌گذاری جهانی در انرژی پاک را در اختیار دارد و برنامه‌ریزی کرده تا سال ۲۰۳۰ مجموع ظرفیت بادی و خورشیدی خود را به ۱۲۰۰ گیگاوات برساند. هدف بلندمدت، رسیدن به کربن‌زدایی کامل تا سال ۲۰۶۰ است. این سرمایه‌گذاری‌ها شامل پنل‌های نسل جدید، باتری‌های پیشرفته و سیستم‌های هوشمند مدیریت انرژی می‌شود و باعث افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های تولید شده است.

تجربه چین نشان می‌دهد که انرژی‌های تجدیدپذیر می‌توانند ابزاری مؤثر برای تاب‌آوری اقتصادی نیز باشند. صنعت خورشیدی این کشور تا سال ۲۰۲۴ حدود چهار میلیون شغل جدید ایجاد کرده است؛ از کارگران خط تولید گرفته تا مهندسان، طراحان و متخصصان فناوری. تأثیر این صنعت حتی به زندگی روستاییان نیز رسیده است. در استان شاندونگ، نصب پنل‌های خورشیدی روی پشت‌بام‌ها درآمد پایدار و ثابت برای خانوارها ایجاد کرده و کیفیت زندگی مردم را بهبود بخشیده است. این پروژه‌ها همچنین باعث افزایش آگاهی و مشارکت اجتماعی شده‌اند و نشان می‌دهند که اقتصاد سبز می‌تواند مسیر توسعه روستایی و کاهش فقر را هموار کند.

چین نشان داده است که سرمایه‌گذاری هدفمند، برنامه‌ریزی هوشمند و اراده سیاسی می‌تواند کشورها را از بحران‌های زیست‌محیطی و انرژی عبور دهد و به اقتصادی مقاوم و پایدار برساند. نوآوری در انرژی‌های پاک، توسعه فناوری‌های جدید و بهبود سیستم‌های موجود، چرخه‌ای از رشد اقتصادی و توسعه پایدار ایجاد کرده است. اقتصاد سبز در چین نه تنها مقابله با بحران‌های محیط‌زیستی است، بلکه به ارتقای کیفیت زندگی مردم، ایجاد شغل و افزایش تاب‌آوری ملی کمک می‌کند. کاهش آلودگی هوا، بهره‌گیری بهتر از منابع و کربن‌زدایی از جمله دستاوردهای ملموس این مسیر است.

تجربه چین می‌تواند برای کشورهایی مانند ایران الهام‌بخش باشد. با سرمایه‌گذاری هدفمند، نوآوری فناورانه و برنامه‌ریزی دقیق، می‌توان تاب‌آوری اقتصادی را افزایش داد و کیفیت زندگی مردم را بهبود بخشید. مسیر چین نشان می‌دهد که حتی بزرگ‌ترین چالش‌ها، با سیاست‌گذاری هوشمند و اراده قوی، به سکوی پرتاب برای توسعه پایدار تبدیل می‌شوند.

منابع:

- https://www.iea.org/reports/world-energy-investment۲۰۲۴-/china?utm_source=chatgpt.com
- https://ember-energy.org/latest-insights/powering-chinas-new-era-of-green-electrification/?utm_source=chatgpt.com
- https://www.china-briefing.com/news/chinas-new-renewable-energy-plan-key-insights-for-businesses/?utm_source=chatgpt.com
- https://www.weforum.org/stories/۰۶/۲۰۲۴/china-economic-transformation-risk-resilience/?utm_source=chatgpt.com

مجموع این تحولات نشان می‌دهد که جهان در آستانه یک تغییر ساختاری بزرگ در بازار انرژی قرار دارد. اگرچه مخالفت‌های سیاسی در برخی کشورها ادامه دارد، اما نیروهای اقتصادی، فناوری و محیط‌زیستی موتور اصلی این تغییرند. زغال‌سنگ پس از یک قرن سلطه، حالا جایگاهش را به تجدیدپذیرها می‌سپارد؛ و این یعنی آینده‌ای با برقی پاک‌تر و اقتصادی متنوع‌تر برای جهان.

منبع:
https://www.carbonbrief.org/iea-renewables-will-be-worlds-top-power-source-by۲۰۲۶-/



بازراندازی نیروگاه‌ها در ژاپن، عملکرد باثبات فرانسه و آمریکا، و رانداندازی نیروگاه‌های تازه در چین، هند و کره جنوبی موجب می‌شود رکوردهای جدیدی در این بخش به ثبت برسد.

نکته مهم دیگر در این گزارش، روند فرایند تقاضای برق در جهان است. برخلاف تصور اولیه، تقاضا در دو سال آینده با نرخ‌های ۳.۳ و ۳.۷ درصدی افزایش می‌یابد؛ رشدی بسیار سریع‌تر از میانگین ۲.۶ درصدی در بازه ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۳. آژانس بین‌المللی انرژی می‌گوید این افزایش مصرف ناشی از چند عامل است: توسعه صنایع، گسترش استفاده از وسایل خانگی، رشد مصرف کولر و سیستم‌های سرمایشی، روند برق‌سازی در بخش گرمایش و حمل‌ونقل، و همچنین توسعه مراکز داده.

اخیر، یعنی حدود ۳۲ درصد، سقوط می‌کند. نگاهی به روند گذشته نشان می‌دهد سرعت تغییر تا چه اندازه شگفت‌انگیز است. در سال ۲۰۰۵ سهم باد و خورشید از برق جهان تنها یک درصد بود. این رقم در ۲۰۱۵ به ۴ درصد رسید. حالا در ۲۰۲۴ به ۱۵ درصد رسیده و تا دو سال دیگر به مرز ۲۰ درصد خواهد رسید. این افزایش چشمگیر به‌ویژه در مقایسه با تاریخ طولانی سلطه زغال‌سنگ، نقطه عطفی برای سیاست‌گذاران و بازار انرژی به شمار می‌رود.

با وجود این، کاهش زغال‌سنگ در سطح جهانی یک‌دست نیست. افت تولید در چین و اتحادیه اروپا با افزایش نسبی در آمریکا، هند و برخی کشورهای آسیایی دیگر تا حدی جبران خواهد شد. IEA دلیل اصلی افول زغال‌سنگ را تداوم رشد تجدیدپذیرها و همچنین جایگزینی گاز به‌جای زغال در بسیاری از مناطق عنوان می‌کند. طبق پیش‌بینی‌ها، تولید برق از گاز در سال‌های ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ سالانه حدود ۱.۳ درصد افزایش خواهد یافت. برای انرژی هسته‌ای نیز آینده‌ای پررونق پیش‌بینی می‌شود.

پیش‌بینی تازه «آژانس بین‌المللی انرژی» از تحولی تاریخی در بازار برق جهان

تجدیدپذیرها از زغال سنگ پیشی می‌گیرند

گزارش جدید آژانس بین‌المللی انرژی نشان می‌دهد برق تولیدی از باد، خورشید و دیگر منابع تجدیدپذیر به زودی بزرگ‌ترین سهم را در سبد جهانی انرژی به دست خواهد آورد. این تحول نه تنها زغال‌سنگ را که بیش از یک قرن منبع اصلی برق جهان بود به جایگاهی پایین‌تر می‌راند، بلکه به کشورها امکان می‌دهد وابستگی خود به سوخت‌های فسیلی پرریسک را کاهش داده و در برابر شوک‌های اقتصادی و بحران‌های انرژی آینده، تاب‌آورتر شوند.

طبق تازه‌ترین پیش‌بینی‌های «آژانس بین‌المللی انرژی» (IEA)، انرژی‌های تجدیدپذیر تا سال ۲۰۲۶ و شاید حتی زودتر، جایگاه زغال‌سنگ را به عنوان بزرگ‌ترین منبع تولید برق جهان خواهند گرفت. این تغییر تاریخی در سبد انرژی جهانی، نشانه‌ای از سرعت چشمگیر رشد باد و خورشید در دهه اخیر است؛ رشدی که از منظر اقتصادی نیز اهمیت دارد، زیرا می‌تواند ثبات بیشتری برای کشورها در برابر نوسانات قیمت جهانی سوخت‌های فسیلی ایجاد کند.

آمارها نشان می‌دهد که تنها در سال ۲۰۲۴، میزان تولید برق از منابع بادی و خورشیدی از مرز ۴ هزار ترواوات‌ساعت عبور کرده و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۶ به بیش از ۶ هزار ترواوات‌ساعت برسد. این رشد برق‌آسا، ستون اصلی تحولات بازار جهانی انرژی است؛ هرچند این مسیر با مخالفت‌های سیاسی در برخی کشورها نیز روبروست. در ایالات متحده، دونالد ترامپ و طیف راست‌گرایان آشکارا با گسترش انرژی‌های تجدیدپذیر مخالفت می‌کنند. در بریتانیا نیز جریان سیاسی «رفرم» همین موضع را دارد. اما بنا بر گزارش IEA، واقعیت بازار فراتر از این مخالفت‌ها حرکت