تحلیلی بر بحران غذایی و مالی جهان

سمانه قلی‌پور*

بر اساس مطالعات و بررسی‌های مختلف انجام شده درباره وقوع بحران غذایی و فشارهای ناشی از به‌وجود آمدن این پدیده بویژه در نیمه اول سال ۲۰۰۸ در بسیاری از کشورهای جهان، قیمت بسیاری از مواد خوراکی اساسی مانند برنج، گندم، غلات، انواع گوشت و... در مقایسه با سال‌های قبل افزایش چشمگیری یافته و این افزایش بر زنجیره عرضه مواد غذایی در جهان تاثیر داشت،تا جایی‌که افزایش قیمت اغلب کالاهای اساسی به حدی بود که پس از گذشت مدت زمان نه چندان طولانی تبدیل به یک بحران جدی شد.طبق گزارش‌های سازمان ملل متحد اثرات سوء این بحران بیشتر در کشورهای آفریقایی(مصر، کامرون، بورکینافاسو و سنگال) و آسیایی مشاهده شد و افزایش قیمت مواد خوراکی جان بیش از ۱۰۰میلیون نفر از مردم گرسنه جهان را در معرض تهدید هرچه بیشتر قرار داد، لذا شناخت وضعیت بحرانی و ریشه افزایش قیمت‌ها که منجر به ایجاد بحران در قیمت‌ها بویژه قیمت مواد خوراکی در نیمه اول سال ۲۰۰۸ شد، همچنین بررسی تاثیرات و پیامدهای منفی و چالش‌هایی که وجود این بحران کشورها را با آن درگیر کرده است، امری ضروری و لازم به نظر می‌رسد. بررسی سیر اطلاعات و گزارش‌های مختلف از بازار جهانی کالاهای اساسی و سیاست‌های کشورهای مختلف برای مقابله با بحران مواد غذایی، بررسی اثرات و پیامدهای افزایش قیمت‌ها در بازارهای جهانی و اثرات آن بر بازار داخلی و پیشنهاد راهکارها و سیاست‌های مناسب به منظور واردآمدن کمترین زیان به تولید، تجارت و مصرف و همچنین بررسی روند کنونی نفوذ بحران در اقتصاد دیگر کشورها، بررسی اثرات و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی ناشی از بحران بر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، بررسی چشم‌اندازهای بحران مالی در جهان در سال‌های آینده و تاثیرات آن بر اقتصاد جهان و کشورهای مختلف، همچنین بررسی رابطه میان بحران مالی و بحران موادغذایی سال ۲۰۰۸ از جمله اهداف انجام این تحقیق بود.

بررسی‌های انجام شده نشان داد، مجموعه علل و عوامل مختلفی در افزایش قیمت موادغذایی و ایجاد وضع بحران در سطح جهانی در طرف عرضه و تقاضا موثر بوده است. افزایش قیمت انرژی در جهان و نگرانی از تامین امنیت انرژی برای کشورهای مصرف‌کننده و در نتیجه پرداخت یارانه در برخی از این کشورها برای تولید سوخت گیاهی، رشد جمعیت و افزایش درآمد سرانه برخی کشورهای عمده در حال توسعه، جهانی شدن و شهرنشینی از عوامل عمده افزایش قیمت این کالاها در سطح جهان در طرف تقاضاست. در طرف عرضه، محدودیت زمین و آب، کاهش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و نوآوری در کشاورزی، محدودیت دسترسی به نهاده‌ها و در نهایت شرایط آب و هوایی؛ عمده‌ترین دلایل کاهش رشد بهره‌وری و به تبع آن کاهش تولید بوده‌اند. علاوه بر این اثرات، انتقال نوسانات قیمت جهانی به بازار داخلی کشورها و اینکه کشورها چه میزان اجازه ورود این نوسانات را به بازار داخلی می‌دهند، یکی از موارد بسیار مهم بحران مواد غذایی سال ۲۰۰۸ بوده و در طول زمان بحران اغلب کشورها با سیاست‌هایی که اتخاذ کردند (از جمله سیاست‌های مرزی، سیاست‌های حمایتی داخلی و بخشی دیگر به دلیل کاهش ارزش دلار در مقابل پول رایج کشورها) مانع ورود آنی بخش عظیمی از نوسانات قیمت جهانی کالاهای اساسی به بازار داخلی خود شدند. اما در مجموع در بیشتر کشورها موج افزایش قیمت موادغذایی در بازارهای بین‌المللی به بازارهای داخلی منتقل و موجب بروز تورم بالا در مواد غذایی بویژه در نیمه نخست سال ۲۰۰۸ در بسیاری از کشورها شد. البته تاثیرات ناشی از افزایش قیمت‌های جهانی در کشورهای مختلف متفاوت بود. نتایج بررسی‌ها درباره تاثیر بحران مواد غذایی بر تراز واردات کشورها حاکی از آن بود که میزان واردات موادغذایی در سال ۲۰۰۸ در مقایسه با سال ۲۰۰۶ برای کشورهای در حال توسعه ۲۷ درصد، کشورهای توسعه یافته ۲۵ درصد، کشورهای با حداقل توسعه یافتگی ۳۷ درصد و کشورهای کم‌درآمد مواجه با کسری تراز پرداخت‌ها ۴۰ درصد افزایش یافت و همین امر موجب شد تراز تجاری در برخی کشورها منفی شود. بررسی وضع تراز بازرگانی ۸۶ کشور کم‌درآمد و با درآمد متوسط پس از افزایش قیمت موادغذایی در سال ۲۰۰۸-۲۰۰۷ نیز نشان داد که در۷ کشور از کشورهای مواجه با کسری تراز، در اثر افزایش قیمت غلات، تراز واردات، بیش از ۳ درصد تولید ناخالص داخلی افزایش یافت. این امر نشان از گستردگی بحران غذایی بر تراز تجاری کشورهای در حال توسعه دارد. بر این اساس توصیه می‌شود در کوتاه‌مدت گسترش برنامه‌های ویژه حمایت اجتماعی از مردم فقیر شهری و روستایی توسط دولت‌های کشورهای درحال توسعه، طراحی و تکمیل سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز در بلندمدت مانند توزیع هدفمند غذا در مراکز آموزشی (غذای مدارس)،ایجاد شبکه‌های آبیاری یا راه‌های روستایی، سرمایه‌گذاری‌های میان‌مدت و بلندمدت برای دستیابی به رشد کشاورزی، افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی از طریق سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه کشاورزی، آموزش روستایی، زیرساخت‌های روستایی و ایجاد بازارهای کارا، توزیع کوپن‌های غذایی یا یارانه‌های هدفمند به فقرای شهری و کمک‌های غیرغذایی به تولیدکنندگان روستایی مورد توجه قرار گیرد.

* پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش‌های وزارت بازرگانی

ایران، بازیگری جدی در صنعت غذای حلال

فرید اجلالی*

در حال حاضر ۲۴/۶ درصد یعنی ۱/۶ میلیارد نفر از جمعیت ۶/۵ میلیاردی جهان را مسلمانان تشکیل می‌دهند. باتوجه به احکام شفاف دین مبین اسلام در تمام عرصه‌های مادی و معنوی زندگی از جمله تولید و مصرف مواد غذایی و تاکید بر سلامت و بهداشت غذا که در ۲۰ آیه قرآن کریم نیز بدان اشاره شده، یکی از دغدغه‌های اصلی کشورهای اسلامی، تولید غذا بر مبنای دستورات اسلام است. تا سال ۲۰۲۵ میلادی ۳۰ درصد جمعیت جهان را مسلمانان تشکیل می‌دهند این موضوع بیش از پیش مورد توجه جامعه جهانی از جمله مسلمانان قرار گرفته است. باتوجه به اهمیت تولید محصولات با برند حلال نخستین‌بار در سطح بین‌المللی در سال ۱۹۹۷ کمیته مشترک FAO/WHO تعریف رسمی از غذای حلال ارائه کرد. در این تعریف نه تنها تولید و فراوری مشمول قوانین و مقررات برند حلال می‌شود بلکه مساله حمل و نقل، ذخیره‌سازی یا هر وسیله و ابزاری که به نوعی در این فرآیند دخیل باشد را شامل می‌شود. البته در حال حاضر دامنه برند حلال گستره بسیار وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی از جمله تولیدات دارویی، آرایشی، بهداشتی و فعالیت‌هایی همچون مسافرت و توریسم را شامل می‌شود.

□ صنعت غذاهای حلال در دنیا

این دسته از تولیدات شامل کالاهایی می‌شوند که در آنها موادی که از نظر دین اسلام حرام معرفی شده (مثل گوشت خوک و الکل) استفاده نشده است. نکته دیگر اینکه باید تولید و ارائه آن هم طبق قوانین اسلامی باشد، از جمله گوشت باید در کشتارگاه‌ها به صورت کاملا اسلامی ذبح شود. همان‌طوری که بیان شد صنعت حلال مختص موادی مثل غذاها و نوشیدنی‌ها نمی‌شود بلکه حلال به دسته گسترده‌ای از فعالیت‌ها نظیر: مواد دارویی، فعالیت‌های مالی، بانکداری، توریسم و ... نیز اطلاق می‌شود. نکته جالب توجه آن است که این نوع از تولیدات صرفا برای مصرف‌کننده مسلمان تولید نمی‌شود و مصرف کننده‌های دیگری از دیگر ادیان هم دارند زیرا غذای حلال نشانگر کیفیت بالا و سلامت غذایی مطمئن است. در سال ۲۰۰۵، ارزش بازار جهانی فعالیت‌های اقتصادی حلال اعم از غذایی و غیرغذایی ۲/۱ تریلیون دلار یعنی ۲ هزار میلیارد دلار در سال برآورد شد که ارزش بازار جهانی غذاهای حلال،۵۴۷ میلیارد دلار یعنی معادل ۲۷/۵ درصد کل فعالیت‌های اقتصادی برند حلال را شامل می‌شود.

□ تولید غذای حلال در کشورهای مطرح

مالزی به عنوان قطب جهانی غذای حلال در جهان شناخته شده و همچنین پیشرو در این صنعت نیز هست. رقابت شدیدی در این صنعت میان ملت‌های مسلمان و غیرمسلمان وجود دارد که شامل برونئی، تایلند، فیلیپین، استرالیا و نیوزیلند می‌شوند. انگلیس و فرانسه اکنون از تولیدکنندگان مهم غذاهای حلال بعد از مالزی هستند. برزیل در حال حاضر یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان گوشت و تجارت کشاورزی در جهان است و درصد قابل توجهی از صادرات این کشور را محصولات حلال تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال در حدود ۷۰ درصد از صادرات میلیونی مرغ منجمد شده به یکصد کشور جهان دارای برند حلال است. بیشترین این محصولات به کشورهای حوزه خلیج فارس از قبیل عربستان، امارات متحده عربی، کویت، بحرین، عمان و قطر فرستاده می‌شود. نزدیک به ۳۰ درصد از صادرات ۱/۱ میلیون تنی محصولات گوشت بدون استخوان برزیل دارای برند حلال است. به علاوه در میان کشورهای حوزه خلیج فارس، ایران و مصر مهم‌ترین خریداران محصولات گوشت برزیل هستند.

فرانسه یکی از کشورهای بزرگ صادرکننده گوشت ماکیان در جهان است. در حدود ۷۵ درصد صادرات گوشت منجمد این کشور را محصولات حلال تشکیل می‌دهد. عمده صادرات فرانسه به کشورهای اسلامی مانند عربستان سعودی، کویت، امارات متحده عربی و یمن است. آمریکا سومین صادرکننده گوشت گاو در جهان است که بیشتر از ۸۰ درصد از آن را با گواهی برچسب حلال به کشورهای مسلمان صادر می‌کند. نیوزیلند چهارمین صادرکننده گوشت گاو در جهان است و نزدیک به ۴۰ درصد از گوشت بدون استخوان صادراتی آن دارای گواهی حلال بوده که به بیش از ۱۲ کشور مسلمان صادر می‌شود.

□ بازارهای بالقوه غذاهای حلال

اروپا یکی از بازارهای مهم برای محصولات حلال بوده که بیشتر به قدرت خرید بالا متکی است تا میزان جمعیت. ارزش بازار حلال در اروپا با وجود بیش از ۵۰ میلیون نفر مسلمان ۷۷ میلیارد دلار است. به‌عنوان مثال در انگلستان، ارزش خرده فروشی گوشت حلال معادل ۴۰۰ میلیون پوند است. نکته جالب اینکه گوشت حلال حدود ۱۱ درصد از فروش گوشت را تشکیل داده در حالی که جمعیت مسلمان این کشور حدود ۱/۹- ۱/۵ میلیون نفر، معادل ۳ درصد جمعیت آن کشور است.

به طور کلی مصرف‌کنندگان هلندی بیشتر راغب به خرید محصولات حلال‌اند و بر این اعتقاد هستند که این محصولات دارای کیفیت بهتر و از درجه اطمینان بیشتری برخوردار هستند. فرانسه نیز بزرگ‌ترین بازار محصولات حلال در میان کشورهای غیرمسلمان است. ارزش بازار فرانسه برای محصولات حلال حدود ۱۳ میلیارد دلار تخمین زده شده است. مسؤولان بندر روتردام هلند در تلاش هستند این مکان را دروازه ورود محصولات حلال به بازار اروپا معرفی کنند. این کشور بر آن است که نشان دهد محصولات غذای حلال در انبار محصولات حلال نگهداری می‌شوند و اطمینان می‌دهد که این محصولات با محصولات غیر حلال هیچ تماسی ندارند. کشورهای اصلی اروپایی تولیدکننده غذای حلال انگلستان، فرانسه و آلمان هستند. تقاضا در بازارهای آمریکا برای محصولات حلال سالانه در حدود ۱۲ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود و مصرف داخلی آن کشور در حال رشد است. استرالیا یکی از تهیه‌کنندگان اصلی محصولات حلال با صادرات به بیش از ۷۰ کشور بوده که ریشه این موفقیت تولید محصولات غذایی سالم عاری از هرگونه آلودگی و بیماری است. آسیا بزرگ‌ترین جمعیت مسلمان را نسبت به قاره‌های دیگر داراست اما این جمعیت کمترین درآمد سالانه را دارد و از این رو مصرف غذای حلال در این منطقه نسبت به دیگر مناطق جهان کمتر است. برای مثال کشورهای پرجمعیت مانند هند و پاکستان مصرف‌کنندگان کم درآمد را دارا بوده و در نتیجه دارای مصرف کمتر هستند که البته باوجود سطح درآمد کم، این نواحی به دلیل جمعیت زیاد بازار مناسبی برای غذای حلال هستند. عربستان سعودی و امارات متحده عربی به‌عنوان مهم‌ترین بازار واردکننده در منطقه شناخته شده‌اند و برزیل بزرگ‌ترین صادرکننده به این ۲ کشور بعد از اتحادیه اروپا و آمریکاست. مصر نیز به‌عنوان مهم‌ترین بازار برای غذای حلال در آفریقای شمالی محسوب می‌شود.

□ اقدامات آسیایی‌ها برای توسعه برند حلال

مالزی، تایلند، سنگاپور، فیلیپین، برونئی، چین و هند گام‌هایی جهت بهره‌برداری از بازار جهانی حلال برداشته‌اند. بویژه مالزی که قصد دارد قطب بین‌المللی فعالیت‌های حلال شود و دولت مالزی نیز یکسری اقدامات را به منظور پشتیبانی از آن اهداف که شامل تاسیس شرکت توسعه حلال بوده انجام داده است. صنعت غذای سنگاپور نیز اقداماتی را به منظور قطب حلال شدن انجام داده که می‌توان به تبلیغات گسترده این کشور در این زمینه در خاورمیانه اشاره کرد. تایلند نیز حرکاتی را آغاز کرده که مرکز حلال آن کشور به‌عنوان عالی‌ترین مرکز آزمایش و علوم شناخته شود. برونئی نیز به منظور تثبیت نقش خود در کشورهای مسلمان با شرکت‌های استرالیایی به دلیل تجارت ارزنده برای تولید غذایی با کیفیت سالم با برند حلال همکاری می‌کند. صنعت غذایی حلال چین نیز در حال رشد است و نقش خود را در بازارهای جهانی توسعه می‌دهد. در حال حاضر کلید برتری صنعت حلال چین دسترسی به کارگران ارزان است. چین یادداشت تفاهمی با کمیسیون اروپا امضا کرده و بسیاری از کمپانی‌های مورد قبول این کمیسیون آماده هستند محصولات حلال این کشور پهناور آسیایی را به بازار اروپا صادر کنند.

□ غذای حلال ایران

ایران به عنوان یک کشور اسلامی بزرگ و شناخته شده از مزیت‌های بالقوه‌ای برای موفقیت در بازار غذای حلال برخوردار است و برای ورود موفقیت‌آمیز به این بازار، شناخت جدی و علمی آن شامل وضعیت حال و آینده بازار و شناسایی رقبای موجود و نیز تقویت توانمندی‌ها و برطرف کردن نقاط ضعف کشور کاملا ضروری بوده و باید تدابیری اندیشیده شود تا بتوان سهم بیشتری از بازار ۵۴۷ میلیاردی غذای حلال در دنیا را کسب کرد. براساس آمار طی یک سال ۲۶۰ میلیون دلار مواد غذایی حلال از کشور صادر شده که مقصد عمده آنها کشورهای غیراسلامی بوده، در حالی که چنانچه به کارگیری برند حلال در محصولات صادراتی ایران جایگاه خود را پیدا کند سهم بزرگی از این بازار عاید تولیدکنندگان ایرانی شده و در صورت استفاده از نشان حلال در تولیدات مواد غذایی، صادرات محصولات با برند حلال به بیش از ۷۰۰ میلیون دلار خواهد رسید. حمایت از برند حلال در قالب اعطای تسهیلات و دیگر مشوق‌ها می‌تواند نقش موثری در این زمینه ایفا کند. در حال حاضر ۳۴ شرکت در ایران موفق به دریافت نشان و گواهی حلال شده‌اند که برای گسترش آنها باید برنامه‌ریزی لازم از سوی دستگاه‌های مسؤول با مشارکت تولیدکنندگان بخش صورت گیرد.

□ چالش‌ها

در حال حاضر صنعت غذای حلال در کشور دارای مشکلات خاصی است از جمله: وجود رقبای قدرتمند مثل مالزی، اندونزی، سنگاپور و ... عدم وجود تعریف واحد از غذای حلال(به کار بردن برخی از افزودنی‌هایی که محصولات غذایی را از حلال بودن خارج و حرام می‌کند)، ورود کشورهای غیرمسلمان به عرصه تولید محصولات حلال، دخالت نهادها و وزارتخانه‌های مختلف در امر برند حلال و خطر موازی کاری، وجود قوانین واستانداردهای مختلف، اجرای ضعیف قوانین و مقررات برند حلال در جهان، ضعف همکاری بین کشورهای اسلامی، سرعت در صدور بی‌رویه نشان حلال و عدم پاسخگویی درباره کیفیت و چالش روی کلمه«حلال» که به‌عنوان یک نشانه تداعی‌کننده کشورهای عربی بوده و نه کشورهای اسلامی مثل ترکیه، مالزی، پاکستان، ایران و ... .

□ پیشنهادات و راهکارهای توسعه برند حلال

در عین حال به نظر می‌رسد بازار صنعت غذای حلال دارای مزیت‌های فراوانی است که از جمله آنها ورود به بازارهای بکر، توافقات دوجانبه با کشورهای دارای روابط اقتصادی، رعایت بازی برد- برد برای سه بازیگر اصلی در این زمینه (دولت، بخش عمومی و تولیدکنندگان)، مشخص شدن شورای سیاستگذاری، تبیین استراتژی‌های مشخص و تدوین برنامه‌های بلندمدت، استانداردهای کیفی و الزامات دریافت نشان حلال مشخص و تعیین شدن متولی واحد مشخص است.

* معاون وزیر جهاد کشاورزی

توسعه؛ پلی برای کاربردی کردن آموخته‌ها

عبدالعظیم گلچین*

توسعه، تغییر حال است به احسن‌الحال، دعای تحویل سال، دعای توسعه است. وقتی که می‌خوانیم یا مقلب القلوب والابصار، یا مدبرالليل والنهار یا محول‌الحول والاحوال، حول حالنا الی احسن‌الحال، از او می‌خواهیم ما، خانواده، اداره، سازمانی که در آن کار می‌کنیم، استان، کشور، افکار، دید، بینش و دنیای ما را به بهترین شکل تغییر دهد و به بهترین احوال تبدیل کند. از او می‌خواهیم به ما کمک کند تا تغییر کنیم. ما را از لاکی که در آنیم به درآورد و به بهترین موجود مبدلمان کند و در یک کلام، ما را در همه ابعاد «توسعه» دهد.

□ پای‌بست‌بنای توسعه

ما با قافله تغییر و تحولات جامعه جهانی که مدام در تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از آنهاییم فاصله داریم. سازمان‌های ما کم‌توان مانده‌اند و در صحنه‌های رقابت ملی و بین‌المللی آسیب‌پذیرند، دیدگاه سیستمی در سازمان‌ها وجود ندارد و تغییرات ضروری و چگونگی انجام آنها به منظور بهبود مستمر کیفیت فعالیت‌های سازمان، هنور امری غریب است. به دلیل فقدان استفاده از نیروی باکیفیت، کاردان، حرفه‌ای در جامعه جهت استقرار، راهبری، اجرا، حفظ و نگهداری سیستم‌های مدیریتی یا پروژه‌ها، بر اساس معیارهای پیشرفته و پذیرفته شده جهانی برخورد نمی‌شود.

باور عمیق به این حقیقت که بزرگ‌ترین سرمایه سازمان‌ها نیروی انسانی آنهاست، در حد معمول روزمره مانده و در عمل، فهمیده نشده است. نه ریشه این مسائل به خوبی شناخته شده و نه ضرورت ارتقای توانمندی و ایجاد شرایط لازم برای پایداری و ماندگاری سازمان‌هایی که کار پروژه‌ای می‌کنند. ابعاد مختلف فقدان نیروهای آموزش‌دیده حرفه‌ای اعم از نیروهای مدیریتی بالادستی، اجرایی، عملیاتی، ستادی، خدماتی، فنی و پشتیبانی در کشور هنوز نه به وسیله اشاعه‌دهندگان آن لمس و نه توسط منکران آن به نقد کشیده شده و متأسفانه به علل اصلی و راهکارهای برون‌رفت از این معضلات پرداخته نشده است.

در عصر ما مشاغل در سطح جهانی اعم از تولید یا خدمات از هر نوع که باشند، استاندارد شده‌اند و از لحاظ شغلی، حرفه‌ای شده‌اند و دولت‌ها و قوانین آنها هم به‌طور کامل در تمام صحنه‌های اقتصادی ملی و بین‌المللی، از اربابان صنعت و خدمات حمایت کامل می‌کنند. انجام کار حرفه‌ای در عصر حاضر بشدت به داشتن دانش، ابزار، روش، تکنولوژی و مهارت فنی نیاز دارد. ما دانش را داریم، ابزار و تا حدی تکنولوژی را نیز می‌توانیم از خارج بخریم و وارد کنیم، اما مهارت و روش را که به انسان برمی‌گردند نداریم و نمی‌توانیم آن را به سادگی به دست بیاوریم، ولی البته می‌توانیم آن را وارد کنیم، اما اگر ما بنا داشته باشیم که خود کارهای خودمان را بکنیم، یک مسأله داریم و اگر بنا باشد دیگران کارهای ما را انجام دهند، موضوع به کلی متفاوت خواهد بود، یعنی ما با نوعی دیگر از مسائل مواجه هستیم. انجام هر کاری، حتی حرکت از یک نقطه به نقطه‌ای دیگر، یک کار پروژه‌ای است که مستلزم اعمال تغییر است. کار پروژه‌ای، هر چه که باشد نیاز به تشخیص و تبیین آنچه قرار است تغییر کند، دارد. چگونگی انجام تغییرات باید مشخص و به دقت تعریف شود.

آنچه باید در عمل صورت پذیرد مربوط به مدیریت استراتژیک است که بر اساس آن باید برنامه حرکت استراتژیک روشن شود. مرحله بعدی مربوط به مدیریت پروژه است که داستانی بسیار وسیع و شنیدنی دارد و در کشورهای پیشرفته شاید، بزرگ‌ترین بها به آن داده شده است و سومی مربوط می‌شود به مدیریت عملیات که آن هم به نوبه خود دریایی مطلب به آن وصل می‌شود.

ما به دلیل نپرداختن به آموزش و تربیت نکردن نیروهای حرفه‌ای مورد نیاز در کشور، انجام کارها را، آنقدر در نظرگاه افراد آسان کرده‌ایم تا هر کس بتواند براحتی خود را واجد همه شرایط لازم برای دخالت در اموری کند که هیچ مهارت و تبحری در آن ندارد و اصلا هم به فکر کسب مهارت نیفتد. شناخت خساراتی که از این رهگذر متوجه سرمایه‌های ملی شده و همچنان می‌شود، نیاز به یک بررسی عمیق و جداگانه دارد.

متوسط عمر ما بازماندگان مدیران در دولت و بخش خصوصی اعم از تولید یا خدمات و... در کشور حدود ۵۰ سال است، این بدان معنی است که هر کدام از ما به‌طور متوسط ۲۵ سال از عمر خود را صرف آنچه باید می‌کردیم، نکرده‌ایم. ما به جای اغتنام فرصت آن را سوزانده‌ایم. گرفتاری این است در حالی که دنیا بشدت در مسیر ارتقای توانمندی و پایداری سازمان‌های حرفه‌ای و سالم‌سازی محیط‌های کاری و قرار گرفتن در مسیر توسعه پایدار است، ما برای ارتقای توان خود قدمی برنداشته‌ایم. این همان تغییر کیفی بوده که ما باید در نفس خود می‌کردیم تا جامعه ما مستحق رحمت تغییر او شود.

□ پلی برای کاربردی کردن آموخته‌ها

بین محیط تحصیل و محیط کار، یک رودخانه فرضی خروشان با یک دره عمیق وجود دارد که گذر از آن به سادگی میسر نیست. کسانی که به هر زحمت از این رودخانه می‌گذرند و چنگشان به شغلی می‌رسد و به اصطلاح جذب محیط کار می‌شوند، هنوز به پایان خط نرسیده‌اند. این افراد به علت وجود تفاوت ماهوی بین محیط تحصیل و محیط کار اعتماد به نفس و شهامت کافی را در مواجهه با مسائل محیط کار ندارند. محیط تحصیل با کتاب و دفتر سر و کار دارد و محیط کار با کاربرد آموخته‌ها و بحث اصلی این است که آموخته‌ها در محیط تحصیل کاربردی نیستند. برای کاربردی کردن آموخته‌ها باید راه و روشی متفاوت انتخاب کرد. مشکل اصلی بشر همیشه انتخاب راه بوده است. در انتخاب راه و روش، بهتر است به تجربه بشر بویژه تجربیات موفق آن احترام بگذاریم و از آنها استفاده کنیم. آنچه کشورهای توسعه‌یافته کرده‌اند اینکه روی این رودخانه خروشان یا دره فرضی، پلی فرضی زده‌اند که عبور از آن را ساده کنند. ما نام این پل را گذاشته‌ایم «پلی برای کاربردی کردن آموخته‌ها». در کشور ما چنین برنامه‌ریزی و سازمانی وجود ندارد و راه بهتر و کارآمدتری هم تجربه نشده است. احداث این پل، یک راه‌حل موفق جهانی است که نادیده گرفتنش با خردورزی منافات دارد. این یک حلقه ایجاد نشده در زنجیر توسعه کشور است که باید هرچه سریع‌تر ایجاد شود. شناخت و ایجاد درست این حلقه بزرگ‌ترین نقش را در تکمیل زنجیره توسعه کشور ما ایفا خواهد کرد. این حلقه، حلقه اول است. این حلقه همان پای‌بست است که خشت اول باید روی آن بنا شود. اگر این حلقه ایجاد شود، تازه باید به فکر راست گذاشتن خشت اول افتاد. آموختن و آموزش دادن که نخستین مصداق تغییر در «نفس» هستند و موجب تغییر در «قوم» می‌شوند، عمده‌ترین هدف بعثت انبیا بوده و وظیفه آنها هم همین بوده است.

□ پای‌بست بنا، توسعه آموزش است

در کشورهای پیشرفته برای به‌روز کردن اطلاعات و افزایش توانایی‌های فردی حداقل ۴۰ ساعت آموزش جدید در سال را قائل هستند و گذراندن توأم با موفقیت این دوره‌های آموزشی را مبنای ارتقای شغلی آن افراد قرار می‌دهند، اما برای اینکه بدانیم مخاطبان آموزش چه کسانی هستند، ابتدا لازم است به توزیع تراکم جمعیت در کشورها اشاره شود. از لحاظ ترکیبی، تراکم جوامع مورد نظر ما با تقریب اندکی که بیشتر به نحوه ارزیابی متخصصان علوم اجتماعی و اقتصادی مربوط می‌شود و نه اصل موضوع، در یک شکل مقایسه‌ای بین کشورهای توسعه‌یافته، در حال توسعه و عقب‌افتاده با اندکی کم و زیاد وجود دارد. در حقیقت مخاطبان آموزش همه کسانی هستند که در ترکیب اجتماعی به عنوان عناصر ایجادکننده تراکم جامعه جای می‌گیرند و درصدهای مناسب آنها در دانه‌بندی اجتماعی موجب «قوام» و کیفیت این دانه‌ها موجب «دوام جامعه» است. ما در کشور خود امکانات و منابع زیادی داریم. مشکل ما این است که نمی‌دانیم چگونه باید از امکانات و منابع استفاده کنیم. مثلا ما منابع مالی زیادی داریم اما چگونگی مصرف آنها را نمی‌دانیم پس باید بیاموزیم چگونه منابع و امکانات را مصرف کنیم. کافی است آنها را بشناسیم و بیاموزیم چگونه هدایت شده از آنها استفاده کنیم. اگر این کار را بکنیم، موفق می‌شویم.

اینک در دنیا ثابت شده که آموزش و تربیت انسان حرفه‌ای نیاز اول جوامع و سازمان‌های اجتماعی است و تعریف انسان به عنوان یک موجود اجتماعی فقط در سازمان اجتماعی میسر است. اگر سازمان پیشرفته باشد انسان نیز پیشرفته خواهد بود و برعکس اگر سازمان عقب‌افتاده باشد انسان نیز عقب‌افتاده خواهد بود. سازمان در صورتی پیشرفته محسوب می‌شود که مشخصاتی قابل تعریف و اندازه‌گیری داشته باشد تا با بهره‌جویی از این مشخصات و اندازه‌ها، قابلیت کنترل، ارزیابی، هدایت، مدیریت، بهبود، رشد و توسعه را پیدا کند. معیار سنجش پیشرفته بودن سازمان‌ها و جوامع در روزگار حاضر میزان و درصد حرفه‌ای بودن آن سازمان‌ها و جوامع است. سازمان‌ها و جوامع نمی‌توانند حرفه‌ای باشند مگر اینکه اعضا و جوارح آنها که همان منابع انسانی آنهاست حرفه‌ای شوند و این مهم محقق نمی‌شود مگر اینکه تمام افراد جامعه با سنجشی درست در مراکزی که برای این منظور تأسیس شده‌اند زیرنظر مربیان مجرب، آموزش‌دیده و حرفه‌ای آموزش داده شوند.

فقط ایجاد و استقرار یک جامعه حرفه‌ای است که تضمین‌کننده دوام و بقای هر کشور و حرکت آن به سوی آینده‌ای امیدوارکننده است. در یک جامعه حرفه‌ای ساختار سازمانی به گونه‌ای است که نه‌تنها هر کار یک متصدی و متولی خواهد داشت بلکه به هر انسان وظیفه و مأموریتی خاص و منطبق با آنچه آموخته است محول خواهد شد. منابع انسانی که با انجام چنین مأموریتی ساخته و پرداخته و تحول سازمان‌ها می‌شوند، بزرگ‌ترین سرمایه‌ها در ساختار تشکیلاتی آنها محسوب می‌شوند. باید در پی جا انداختن این تفکر باشیم که سازمان‌ها در درون خود باید به منظور مراقبت از این سرمایه‌ها نهادی ضروری را تحت عنوان مدیریت توانمند و آموزش‌دیده‌ای به نام مدیریت منابع انسانی به وجود آورند.

* پژوهشگر و محقق

حفاظت از طلای سبز

جنگل‌ها و مراتع به عنوان بخشی از منابع طبیعی تجدید شونده، بستر پایداری را برای رشد اقتصادی کشورها فراهم می‌کنند. ایران با ۱۳ میلیون و ۸۶۰ هزار هکتار جنگل در ردیف کشورهایی است که منابع و ذخایر ژنتیکی بسیار غنی و کم نظیری دارد. وسعت جنگل‌های شمال کشور حدود یک میلیون و ۹۰۰ هزار هکتار است و حدود ۱۱ میلیون و ۹۰۰ هزار هکتار جنگل نیز در خارج از شمال داریم که به چهار ناحیه رویشی تقسیم می‌شوند. حدود ۶ میلیون هکتار وسعت جنگل‌های زاگرسی است که بیشترین تاثیر را در تولید آب دارند، جنگل‌های ارسباران از نظر وسعت محدود اما از لحاظ منابع و ذخایر ژنتیک ازجمله جنگل‌های بسیار پر ارزش ایران است؛ جنگل‌های ایران - تورانی در مرکز ایران با حدود ۴میلیون و ۵۰۰ هزار هکتار وسعت و جنگل‌های خلیجی - عمانی نیز با حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار هکتار وسعت در زمره جنگل‌های گرمسیری از دیگر ناحیه‌های جنگلی باارزش هستند. همانطور که گفته شد مساحت ناحیه رویشی ایران - تورانی ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار هکتار است و کم بودن میزان بارندگی و طولانی بودن فصل خشک معمولا این ناحیه را از دیگر نواحی جدا می‌کند. نوسان حرارت در این ناحیه بسیار شدید و مشابه حرارت در صحراهای آفریقاست و سرمای زمستان آن از سرمای ناحیه مدیترانه شدیدتر است.

این ناحیه رویشی وسیع‌ترین ناحیه جنگلی محسوب می‌شود و ۳ میلیون و ۴۰۰ هزار هکتار خاک ایران را در بر می‌گیرد. به علت گستردگی ناحیه ایران - تورانی و اختلافات اقلیمی، جنگل‌های این ناحیه به دو بخش کوهستانی و جلگه‌ای تقسیم شده است. در این رابط شریفی، کارشناس جنگل‌های خارج از شمال می‌گوید: دربخش کوهستانی گونه‌های جنگلی ارس، بنه و بادام رویش دارد و جنگل‌های ارس هزار مسجد خراسان، چهارباغ شاهرود و ساردوئیه کرمان از مهم‌ترین جنگل هاست.

وی افزود: حوضه آبریز دریاچه بختگان دراستان فارس، بنه و بادام امتداد سلسله جبال بارز در استان کرمان و جنگل‌های بادامک جنوب خراسان از مهم‌ترین مناطق جلگه‌ای جنگل‌های ایران - تورانی است. این کارشناس می‌گوید: در بخش جلگه‌ای جنگل‌های بیابانی گونه‌هایی مانند گز، تاغ، قیچ و اسکنبیل رویش دارند. وی تامین سوخت، بهره‌برداری از میوه درختان جنگلی، چرای دام درعرصه جنگل و میزان بارندگی کمتر از ۲۰۰ میلیمتر در سال را از عمده‌ترین ویژگی‌های این عرصه‌ها می‌داند. جنگل‌های ناحیه رویشی ارسباران با ۱۶۰ هزار هکتار درشمال غربی ایران و بیشتر درحوضه آبخیز رودخانه ارس واقع شده است. اقلیم خاص و برخورداری از آب و هوای نیمه مرطوب و وجود مه سبب شده است، جنگل‌های نیمه انبوهی در این مناطق شکل بگیرد. اگرچه بارندگی دراین منطقه ۳۰۰ تا ۶۰۰ میلیمتر در سال است اما در روزهای زیادی از سال، منطقه مه دارد که در افزایش تزریق منابع آب درخاک موثر است. شریفی، کارشناس جنگل‌های خارج از شمال، درختان راش، توسکا، بلوط، ممرز، افرا، بنه، زبان گنجشک، شیرخشت، بادام، ذغال اخته، ملچ و سرخدار را مهم‌ترین گونه‌های گیاهی این منطقه معرفی می‌کند.

وی می‌گوید: انبوه‌ترین پوشش گیاهی جنگل‌های ارسباران در استان آذربایجان شرقی و شمال غرب اردبیل است و بیش از ۷۷۵ گونه گیاهی در این منطقه قرار دارد. اسماعیل کهرم، کارشناس محیط زیست نیز درباره حیات وحش این منطقه گفته است، ارسباران از سال ۱۹۷۶ میلادی مورد حمایت یونسکو قرار گرفته و از حدود ۳۰ سال پیش به عنوان منطقه شکار ممنوع و حفاظت شده مورد توجه بوده است. وی می‌گوید: در این ناحیه جنگلی گونه‌های نادری از پرندگان وجود دارد که یکی از کمیاب‌ترین آنها در جهان «سیاه خروس» است.

مساحت جنگل‌های ناحیه رویشی خلیجی و عمانی نیز یک میلیون و ۱۰۰ هزار هکتار است. ناحیه خلیجی و عمانی از قصرشیرین آغاز و به صورت نوار باری