

«وطن امروز» بانگهی آسیب‌شناسانه الگوهای سرمایه‌گذاری برای تولید را بررسی می‌کند

امضای جهادگران تضمین است

وقتی به جای تسهیلات، انگیزه می‌دهیم؛ روایت نقش جهادگران در ترغیب مردم برای سرمایه‌گذاری در تولید

پول‌های سرگردان؛ سرمایه‌های خاک‌خورده‌ای که می‌تواند تولید را زنده کند

با قیمت ۲ هزار تومان و زیر ارزش واقعی‌اش رها می‌شد، گروهی جهادی از دانشگاه امام حسین(ع)، در کمتر از ۶ ماه با آموزش کشاورزان و جلب مشارکت مردم، زمینه ایجاد کارخانه کنسراتر سبب را فراهم کرد. نتیجه این کنشگری هدفمند مردمی، افزایش ۶ برابری قیمت سبب در همان سال بود؛ از ۲ هزار تومان به ۱۲ هزار تومان برای هر کیلو.

این یعنی بخشی از پول‌های سرگردان، درست در دل باغ‌ها و دست کشاورزان بود اما بدون سازوکار مشارکت‌محور و آگاهی‌بخش، این سرمایه‌ها بسادگی هدر می‌رفت. با تغییر نگاه، آموزش، شبکه‌سازی و ایجاد زنجیره تولید، همان پول‌های سرگردان به سرمایه‌ای پایدار بدل شد. اکنون در سال «سرمایه‌گذاری برای تولید»، این تجربه‌ها نه‌فقط الهام‌بخش، بلکه راهبردی است. بازگشت به الگوهای مردمی، بازخوانی پتانسیل‌های نهفته در قشر کشاورز و روستایی و جلوگیری از هدررفت سرمایه‌ها، شاهرامی برای پویایی اقتصاد ایران خواهد بود.

مروری بر برخی آمارهای اقتصادی، تصویری نگران‌کننده از اتلاف منابع مالی در کشور ترسیم می‌کند. از بازار چند هزار میلیارد تومانی قاچاق آدامس گرفته تا سرانه بالای مصرف سیگار، رشد بی‌قاعده خرید کالاهای لوکس و دیگر حوزه‌های مصرف‌گرانه، همگی حکایت از پدیده‌ای مزمن در اقتصاد ایران دارند. «پول‌های سرگردان»، پول‌هایی که نه به سرمایه‌گذاری مولد منجر می‌شود و نه در خدمت منافع جمعی است، بلکه در چرخه‌ای از مصرف نامولد و رفتارهای هیجانی جریان می‌یابد. میزان این منابع سرگردان گاه از بودجه برخی سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها نیز فراتر می‌رود اما این معضل، در عین حال می‌تواند به یک فرصت بدل شود؛ اگر با سازوکارهای آگاهانه، ظرفیت‌های مردمی بدرستی سازماندهی شود. مثالی ملموس در این زمینه، تجربه‌ای است که در منطقه مراغه، یکی از قطب‌های تولید سبب کشور رقم خورد.

در شرایطی که سبب درختی به دلیل نبود زیرساخت‌های نگهداری با فرآوری،

اصلاح الگوی مصرف؛ زیرساخت پنهان سرمایه‌گذاری برای تولید

نخودچی – حکایت روشنی از این رویکرد مردمی است. تولیدکنندگان منطقه با یک ارزیابی بومی به این نتیجه رسیدند مصرف گاز کارگاه‌های‌شان بسیار بالاست. اما راحل؟ به جای درخواست‌های پرهزینه، صرفاً نیاز به طراحی یک کیت مدیریت مصرف گاز داشتند. در اینجا نیاز به حلقه‌های واسط فعال، میان تولیدکننده و شرکت‌های دانش‌بنیان احساس می‌شود؛ مرجعی که این نیاز را بشنود، طراحی را سفارش دهد و تولید بومی را ممکن کند.

نبود این واسطه‌های دغدغه‌مند باعث می‌شود با مساله در همان نقطه رها شود یا به خرید تجهیزات وارداتی با کارایی نامشخص ختم شود. در حالی که با ایجاد شبکه‌های مردمی و فکری، سرمایه‌گذاری واقعی اتفاق می‌افتد؛ سرمایه‌گذاری بر کاهش اتلاف انرژی، افزایش بهره‌وری و بومی‌سازی راه‌حلی است که مصداق بارز سرمایه‌گذاری در تولید است.

یقین داریم هیچ دولتی بدون ورود مردم، از پس اصلاح الگوی مصرف بر نمی‌آید. پس اگر قرار است سال سرمایه‌گذاری برای تولید، نقطه عطفی باشد، باید سرمایه‌گذاری بر آموزش الگوی مصرف، فرهنگ‌سازی و بهره‌وری استاندارد نیز در کانون توجه قرار گیرد.

بی‌خبری از ظرفیت‌ها؛ وقتی دولت نمی‌بیند، جهاد وارد می‌شود

توجه ندارند، ممکن است به بازتولید بازار دلالی، سرخوردگی اجتماعی و تخلیه منابع محلی منجر شود. به همین دلیل، حضور جهادگران نه‌تنها برای پیوند سرمایه و تولید ضروری است، بلکه برای هدایت این سرمایه‌گذاری به سمت عدالت‌محوری و حفظ هویت بومی نیز حیاتی است.

از سوی دیگر، مساله خشکسای سود کشاورزان نیز یکی از موانع بزرگ در مسیر پویایی تولید کشاورزی است. این سود اغلب یا در دست دلالان از بین می‌رود یا به دلیل نبود زیرساخت‌های نگهداری و بسته‌بندی، از دسترس کشاورز خارج می‌شود. اینجاست که آموزش و توانمندسازی به عنوان یک مؤلفه اصلی در سرمایه‌گذاری مردمی‌پایه جلوه می‌کند. تجربه نشان داده است اگر کشاورزان نسبت به منافع صنایع تبدیلی و بهره‌وری آگاه شوند، خودشان آماده سرمایه‌گذاری در این عرصه هستند.

در واقع، مساله اصلی نبود منابع نیست، بلکه نبود آموزش است. تا زمانی که نظام حکمرانی اقتصادی، دانش تولید را با دانش نگهداری، بسته‌بندی و فروش تلفیق نکند، نه‌تنها تولیدکننده سودی نمی‌برد، بلکه اقتصاد محلی نیز از رشد باز می‌ماند.

تسهیلات نیست، آموزش هم ندارید؟ حلقه مفقوده: بازاریابی مردمی

که ظرفیت اشتغال‌زایی فراتر از جمعیت شاغل خود را دارد اما این پتانسیل عظیم، به جای آنکه با الگویی نوین و متصل به بازار جهانی مدیریت شود، با یک صفحه مجازی ساده در قلم فروش است. این قلم اقتصاد محلی، به‌رغم داشتن ظرفیت فنی، در فقدان پشتیبانی بازاریابی و الگوسازی دیجیتال در حال فرسایش است.

حتی در مواردی که تقاضا وجود دارد – مثل نیاز تولیدکنندگان تابلوفرش به شرکت‌های دانش‌بنیان برای طراحی نقشه‌های نو- زنجیره پشتیبانی رسمی غایب است. در واقع، ما با یک تناقض آشکار روبه‌رو هستیم: زیرساخت حضور در بازار وجود دارد اما مسیر ورود به آن آموزش داده نمی‌شود.

در چنین شرایطی، اگر نظام حکمرانی اقتصادی به بازاریابی مردمی و توانمندسازی دیجیتال گذر تولیدکننده خود توجه نکند، سرمایه‌گذاری در تولید با تمام تلاش‌های زیرساختی‌اش، در حلقه آخر یعنی فروش، شکست می‌خورد.

در بسیاری از روایت‌های میدانی از تلاش برای سرمایه‌گذاری در تولید، نقطه مشترک ناتوانی در فروش و بازاریابی محصول است. این ضعف نه ناشی از فقدان زیرساخت فنی یا نبود محصول، بلکه ناشی از نبود آموزش و الگوی اقتصادی بومی برای بهره‌گیری از ابزارهای نوین است.

امروز دسترس‌ی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی حتی به دورترین روستاهای کشور نیز رسیده است. فرزندان خانواده‌های کشاورز و تولیدکننده، ساعت‌ها فضای مجازی حضور دارند اما با این حال، هیچ برنامه آموزشی ساخت‌یافته‌ای برای درآمدزایی از طریق دارایی‌های واقعی خانواده‌ها – از زمین و دام گرفته تا صنایع دستی – ارائه نشده است. این شکاف بزرگ، عرصه را همچنان در اختیار دلال‌ها و واسطه‌ها نگه داشته است.

مثال عینی، شهر سردرود در آذربایجان شرقی است؛ «پایتخت تابلوفرش ایران». شهری با ۷۰۰ نیروی حرفه‌ای و فعال در حوزه تولید تابلوفرش دست‌باف

شاخص قابل دسترس، شرط موفقیت برنامه‌ریزی مردم‌پایه

۲ میلیارد دلار از این رقم می‌تواند شاخصی واقع‌گرا، قابل‌دستیابی و اثرگذار باشد. برای رسیدن به این هدف، نیاز به تحرک سازمان‌یافته و مبتنی بر داده داریم. بسج سازندگی تاکنون بیش از هزار قطب صنایع تبدیلی و نقاط اقتصادی بالقوه را شناسایی کرده است؛ ظرفیتی بی‌نظیر که در اختیار سایر نهادهای نیست. این داده‌ها نه‌تنها در مقام یک بانک اطلاعاتی، بلکه به‌مثابه راهنمای مسیر باید میان حرکت جهادگران قرار گیرد. لازم است این ظرفیت‌ها به زبان مردم بازترجمه شود، آموزش سرمایه‌گذاری محلی گسترش یابد و شاخص‌های روشن و پله‌پله برای حرکت به سمت بهره‌وری بالاتر ترسیم شود.

در واقع اگر قرار است شعار «سرمایه‌گذاری برای تولید» به عمل نزدیک شود، باید از هدف‌گذاری‌های کوچک اما دقیق و قابل‌سنجش آغاز کرد؛ شاخص‌هایی که مردم بتوانند با آنها حرکت خود را اندازه‌گیری کنند، نه فقط منتظر اقدام از بالا باشند.

دست از شوخی برداریم!

ما گاهی به جای مواجهه جدی با مسائل اقتصادی، با آنها شوخی می‌کنیم. واژه‌هایی چون «مردمی‌سازی اقتصاد» یا «سرمایه‌گذاری مردم‌پایه» را بی‌آنکه به معنای واقعی‌شان فکر کنیم، تنها بر پیشانی نهادهای و همایش‌های می‌چسبانیم اما در میدان عمل، خبری از مردم نیست. همان مردم هدف که باید محور تحول اقتصادی باشند، در سلسله‌نقشه‌های پرزرق‌وبرق، تماشای برنامه‌ای هستند که توسط سرمایه‌داران و صاحبان قدرت نوشته و اجرا می‌شود.

این رفتار نامایشی نه‌تنها بی‌ثمر است، بلکه به بی‌اعتمادی عمومی نسبت به مفهوم مردمی‌سازی نیز دامن زده است. اقتصاد مردمی نیاز به الگو دارد، نه شعار. نمی‌توان با مطالبه از یک استاندارد برای احداث کارخانه‌ای در نقطه‌ای دورافتاده، مدعی مردمی‌سازی سرمایه‌گذاری شد. این همان تکرار شکست‌های پیشین در قالبی جدید است. برای عبور از این وضعیت، نیاز به یک نقشه راه واقعی برای سرمایه‌گذاری خرد در سراسر کشور داریم (مسیرهایی که به مردم امکان

وقتی صحبت از سرمایه‌گذاری برای تولید به میان می‌آید، اغلب ذهن‌ها به سمت پنگاه‌های عظیم صنعتی، تزریق میلیاردی سرمایه‌های بانکی و نقش آفرینی دولتی یا بخش خصوصی با تعاریف مرسوم سرمایه‌داری می‌رود اما آنچه در حاشیه ساختار رسمی ایران در حال رخ دادن است، پدیده‌ای کمتر دیده‌شده اما موثر و رو به رشد است: «سرمایه‌گذاری مردم‌پایه، با محوریت گروه‌های مردمی».

در شرایطی که بسیاری از ابرپروژه‌ها با رکود یا تعطیلی دست و پنجه‌نرم می‌کنند، در نقاطی از کشور شاهد شکل‌گیری جنبش‌هایی هستیم که جوانانی دغدغه‌مند، نه با سرمایه‌های هنگفت بلکه با اراده، تخصص و بسیج اجتماعی، مسیر تولید را احیا کرده‌اند. این مدل، نه تنها الگویی متفاوت از مفهوم سنتی سرمایه‌گذاری است، بلکه مرزهای میان کنش اجتماعی، مسؤولیت‌پذیری اقتصادی و مشارکت مردم در حکمرانی اقتصادی را باز تعریف می‌کند.

با این حال، این مدل‌های موفق، همچنان در حاشیه مانده‌اند. آنها نه‌تنها به رسمیت شناخته نمی‌شوند، بلکه اغلب با بی‌توجهی اقتصادی روبرو می‌شوند. زبرساخت‌های حمایتی مواجهند. مساله اصلی این است که الگوی جهادی مردم‌پایه، در گفتمان رسمی جایگاه شایسته‌ای نیافته و از سطح شعار فراتر نرفته است. اکنون که این گزارش در آستانه ۱۷ اردیبهشت، سالروز تأسیس سازمان بسیج سازندگی نگاشته می‌شود، فرصت مغتنمی است تا با مرور آسیب‌ها، ظرفیت‌ها و تجربه‌های زیسته فعالان این عرصه، به این پرسش بپردازیم: چگونه می‌توان ظرفیت گروه‌های مردم‌پایه را برای سرمایه‌گذاری در تولید به کار گرفت؟

چرا رویکردهای مردم‌پایه در بین نهادهای حاکمیتی مورد پذیرش نیست؟

یکی از چالش‌های اصلی در مسیر تقویت سرمایه‌گذاری مردم‌پایه، فقدان باور عمیق در ساختار حاکمیتی نسبت به توانمندی‌های مردمی است. این مساله، در روایت بسیاری از فعالان میدانی نیز مشهود است. آنها از یک واقعیت تلخ می‌گویند: «ساختار رسمی، هنوز مردم را بازیگر اصلی توسعه نمی‌داند».

در حالی که تأکید فراوانی بر نقش مردم در اقتصاد می‌شود اما بررسی‌های میدانی و تجربی کنشگران جهادی نشان می‌دهد ساختارهای رسمی حکمرانی اقتصادی، همچنان با ذهنیتی بروکراتیک و تمرکزگرا، از پذیرش و نهادینه‌سازی الگوهای مردم‌پایه ناتوان یا بی‌میلند. این نپذیرفتن، نه لزوماً ناشی از مخالفت صریح با مردم، بلکه ناشی از عدم انطباق ذهن حاکمیتی با منطق مشارکت و کنشگری مردمی است. در نشست‌های میدانی جهادگران، جملات پرتکراری شنیده می‌شود: «ما خودمان کار را شروع کردیم، وقتی موفق شدیم، مسؤولان آمدند عکس گرفتند و رفتند» یا «تا وقتی مردم کار را به نتیجه نرسانده‌اند، کسی از آنها حمایت نمی‌کند». این روایت‌ها صرفاً گلابه نیست، بلکه نشانه‌ای از یک شکاف

برای «سرمایه‌گذاری برای تولید» چه باید کرد؟

مدیریت منابع دچار اشکال است، نه در تأمین منابع. مساله سرمایه‌گذاری در تولید، اگرچه در ادبیات سیاست‌گذاری به وفور مطرح شده اما در عمل همچنان یکی از نقاط ضعف ساختار اقتصادی کشور باقی مانده است. پرسش کلیدی این است: در فضایی که منابع مالی دولتی محدود و سازوکارهای سنتی تأمین مالی تاکارآمد شده، چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری را به شکلی پایدار و مردمی در مسیر تولید فعال کرد؟

وقت آن است که اصل ۴۵ قانون اساسی را اجرایی کنیم

بدون اتکا به تسهیلات دولتی، تعداد داه‌های خود را در مراتع فعلی از ۲۰۰ هزار رأس به ۶۰۰ هزار رأس افزایش دهند اما سازوکارهای موجود و حبس منابع انغال، مانع این توسعه شده‌است. اما چنین ظرفیتی نباید مورد استیصال دولت قرار گیرد؟ چرا ساختار حکمرانی، چنین پیشنهاداتی را نمی‌شنود یا مسکوت می‌گذارد؟ اصل ۴۵ باید به مثابه ابزار بازتوزیع فرصت‌ها و منابع شناخته شود، نه ابزاری برای انباشت انحصاری. دولت باید از موقعیت مالک انحصاری منابع کنار برود و نقش خود را به تسهیلگر دسترسی عمومی تغییر دهد. آزادسازی منابع، نه‌تنها از حمایت‌های مستقیم موثرتر است، بلکه مسیر جذب سرمایه‌های مردمی، ابتکار محلی و حرکت جهادی در عرصه تولید را هموار می‌کند.

حال که اقتصاد کشور پس از ۲ دهه اجرای اصل ۴۴ همچنان با چالش‌های ساختاری مواجه است، شاید زمان آن فرا رسیده باشد با اجرای اصل راهبردی ۴۵، مسیر تازه‌ای برای مردمی‌سازی تولید گشوده شود؛ مسیری که در آن دولت از انحصارگرایی فاصله بگیرد و به عنوان شریک مردم در بازتولید و بهره‌وری منابع ملی ایفای نقش کند.

الگوهایی که هست اما تکثیر نمی‌شود!

هم‌افزایی دوباره، در چرخه‌ای معیوب از آزمون و خطا مصرف شود. در حالی که بسیاری از ایرانی‌ها علاقه‌مند به ورود به حوزه سرمایه‌گذاری مولد هستند، بی‌دلیل در مسیرهای غیرمولد یا پرریسک اقتصادی گام برمی‌دارند، فقط به این دلیل که کسی مدل موفق را به آنها نشان نداده است.

نمونه ملموس این مساله را می‌توان در روستایی حوالی ملارد مشاهده کرد؛ جایی که نزدیک ۱۰۰ نانوائی فعالیت دارند و نان تولیدی خود را صادر می‌کنند. این یعنی یک اکوسیستم صادرات‌محور در دل یک روستا ایجاد شده، بدون اینکه منابع ملی ویزه‌ای در آنجا صرف شده باشد اما چنین تجربه‌ای به عنوان یک الگوی قابل تکرار معرفی نشده است.

دستاوردهای اقتصادی اینجینینی می‌تواند نقشه‌راه سرمایه‌گذاری‌های مردم‌پایه در دیگر نقاط کشور باشد. اگر دولت و نهادهای توسعه‌ای به جای تمرکز صرف بر توزیع تسهیلات، مأموریت تکثیر تجربه‌های موفق را در دستور کار خود قرار دهند.

جوانان نخبه در کارخانه‌ها؛ حلقه گمشده بهره‌وری تولید

در سالی که «سرمایه‌گذاری برای تولید» به عنوان شعار محوری نامگذاری شده، یکی از مهم‌ترین گام‌هایی که می‌تواند به پویایی واقعی صنعت منجر شود، ایجاد پیوند مؤثر میان ظرفیت‌های انسانی تحصیل‌کرده و بدنه تولیدی کشور است. کارخانه‌هایی که سال‌ها با الگوهای منقضی‌شده، فرسوده یا بدون تحول در مدیریت و تکنولوژی ادامه فعالیت داده‌اند، برای رسیدن به سطح مطلوب بهره‌وری نیازمند راهنمایی و مشورت نیروی تازه‌نفس و آشنا به دانش روز هستند.

در این چارچوب، تشکیل کارگروه‌های تخصصی ۵ نفره متشکل از دانش‌آموختگان جوان و خوش‌ذوق می‌تواند راهبردی عملی برای نوسازی خطوط تولید، ارتقای فروش، بهبود بازاریابی و شناسایی گره‌های مدیریتی در واحدهای

سازوکارهای سرمایه‌گذاری؛ وقتی مردم با زمانه هماهنگ می‌شوند

یکی از پرسش‌های اساسی در مسیر سرمایه‌گذاری مؤثر، طراحی سازوکارهایی منطبق بر وضعیت زمانه است. تجربه‌های آموختگان، گروه‌های دانش‌بنیان و ارائه آموزش‌های برخی تصورات، از آمادگی بالایی برای پذیرش مشارکت‌های جمعی برخوردار است؛ به شرط آنکه الگوی کنشگری متناسب با زیست جهان امروز طراحی شود. تجربه بی‌نظیر دوران کرونا – که طی آن ظرفیت‌های مردمی در کنار نهادهای مردمی فعال شدند – نمونه‌ای زنده و قابل‌اتکا از سازوکارهای زمانمند و مساله‌محور در زیست اجتماعی ما است. اکنون اقتصاد، به عنوان عرصه‌ای بی‌پریک برای جلب مشارکت مردم، می‌تواند به همان اندازه میدان تحول باشد.

روایتی که از یکی از شهرستان‌های خوزستان به دست آمده، نمونه‌ای از سرمایه‌گذاری هوشمند با تکیه بر الگوی جهادی و سازوکار زمانه فهم است. در این منطقه، گروهی جهادی با بازآرایی وضعیت تولید گندم دریافت بهره‌وری گندم در هر هکتار، بسیار پایین‌تر از میانگین کشوری است؛ ۱ تن در برابر ۴ تن. این فاصله عملکردی، نه فقط عددی، بلکه نشانه‌ای از یک خلأ جدی در سازوکار تولید بود.

پس از تحلیل اولیه، شبکه‌ای از ۵۸۵ کشاورز در سطحی به وسعت ۴۰۰ هکتار شکل گرفت و با کمک دانش‌آموختگان، گروه‌های دانش‌بنیان و ارائه آموزش‌های به‌روز، توانستند بهره‌وری را به طور میانگین ۱۵ تن افزایش دهند. نتیجه این جهش، افزایش ۶ هزار تنی برداشت گندم و خلق آورده‌ای نزدیک به ۹۰ میلیارد تومان برای کشاورزان منطقه بر اساس قیمت خرید تضمینی گندم بود. اما داستان به گندم محدود نماند. همین الگوی کارآمد به سایر حوزه‌های تولیدی نیز تسری یافت: در برخی مناطق استان، تولید مثل دام سبک از ۴۵ درصد به ۸۵ درصد افزایش یافت و در منطقه‌ای دیگر، تولید شیر گاویش از ۵ کیلوگرم به ۱۲ کیلوگرم در روز رسید. این تجربه‌های مردمی، بر خاسته از الگوی جهادی و سازوکارهای متناسب با زمان، نشان داد ایجاد «برانگیختگی در مردم» ممکن و نمربخش است. یعنی فراتر از مداخلات عمرانی یا اداری، مردم به صحنه آمده تا خود، مسؤول رشد و پیشرفت زندگی‌شان باشند. این رویکرد باید در سال «سرمایه‌گذاری برای تولید»، با شدت و ضرب بیشتر یبگیری شود.