

یادداشت

نسبت حقوق بشرو ترور مخالف

اما نکته جالب و تکان دهنده این است که در شرایط موجود، اصرار بر استمرار روش های پیشین و کشتن غیر و حذف مسلحانه و ترور مخالفان بدون هیچ گونه دادرسی عادلانه و حق دفاع و وکیل و وجود هیئت منصفه که در تعارض با ادعاها و امضاهای سازمانی است، نه تنها توسط سازمان های مسلح نفی یا محکوم نشده، بلکه همچنان این رویه استمرار دارد. به سخن دیگر، هم زمان با برگزاری نشست سازمان های مسلح و غیرمسلح با عنوان «حقوق بشر»، تعدادی از شهروندان ایرانی در غرب یا شرق کشور ترور می شوند و صدایی از این دسته از مدافعان حقوق بشر بلند نمی شود. اگر اعدام مخالف سیاسی ناپسند است که هست و نباید برای کسانی با عقاید سیاسی مخالف مجازات اعدام صورت گیرد و اگر نقض حق حیات و سلب حیات هم نافی حقوق بشر است، آیا کشتن مخالفان با هر مرامی نفی صریح حقوق بشر و نقض آشکار بیانیهای نیست که هنوز جوهر امضاهای آن خشک نشده است؟ رابطه بین حقوق بشر و سیاست عدم خشونت و کنش های خشونت پرهیز و حتی جنبش خشونت پرهیز، یک رابطه بنیادین، متقابل و تکمیلی است؛ به طوری که این مفاهیم هم در مبانی نظری و هم در مقام عمل به یکدیگر گره خورده اند و نمی توان به حقوق بشر اعتقاد داشت ولی در عین حال در حوزه عمل سیاسی، خشونت را ترویج کرد و در عمل پذیرفت؛ چراکه حقوق بشر و سیاست عدم خشونت به لحاظ بنیادین در دو هدف تلاش برای تحقق کرامت انسانی و تحقق حق حیات پیوند ناگسستنی دارند.

در یکی از بیانیه های مربوط به کشتن یکی از شهروندان ایرانی توسط سازمان ترورکننده با اشاره به نام فرد ترور شده می خوانیم: «با اقدامات خانثانه خود در برابر ارزش های ملت ایستاده بود؛ هرچند در گذشته نیز هشدارهای لازم را به او داده بودیم، اما او از اقدامات پلید خود دست برنداشت». در اطلاعیه دیگری از این سازمان های مسلح درباره ترور و کشتن شهروند دیگری که این روزها ترور شده است، می خوانیم: «بار دیگر تکرار می کنیم... هرگز خیانت هایشان را فراموش نخواهیم کرد و در زمان مناسب، بالای سرشان حاضر خواهیم شد تا آنها را مجازات کرده ...».

آری مگر در ایران با چنین عجایی روبه رو شویم؛ بیانیه ای امضا و بر رعایت حقوق بشر و حق حیات تاکید شود و هم زمان با کشتن مخالف، بدون هیچ گونه دادرسی عادلانه ای، ترور را موجه قلمداد کرد. این سازمان ها باید پاسخ دهند که با این راهبرد و رویه چه نیازی به امضاکردن بیانیه «اصول حداقلی حقوق بشری» است؟ وقتی قرار است در بر همان پاشنه سابق بچرخد و همچنان ترور و کشتن مخالفان بدون حق دفاع از خود رویه سازمان باشد، چه نیازی به بازی با مفاهیم و الفاظ است؟ با صداقت و صراحت بگویید ما همچنان کشتن مخالف را بخشی از فعالیت خود برای رسیدن به هدف می دانیم. چرا در سایه حقوق بشر به کشتن مخالف دست می زنید؟

این تجربه البته نشانگر توجه به موضوع با اهمیت دیگری است؛ مسلح بودن هر سازمانی با هر عنوانی، جدا از آسیب های فراوان، معمولاً به کشتن و ترور مخالف و درگاردیش با سلاح سازمانی منجر می شود. آیا از این تجربه چنددهای درس لازم گرفته نشده است؟

درس اسپوینیک برای عصر هوش مصنوعی

یک برنامه واقعی بنیانه برای ایران باید از «صورت حساب ظرفیت و وابستگی هوش مصنوعی» آغاز شود. پیش از تخصیص بودجه عمومی یا خرید بزرگ، هر پروژه مهم باید دست کم به هفت پرسش پاسخ دهد:

نخست، مسئله واقعی و منفعت عمومی پروژه چیست؟ دوم، داده، پردازش، برق و نرم افزار آن از کجا تأمین می شود؟ سوم، کدام مؤلفه ها تحت کنترل فنی، مالکیتی یا قضائی دیگران قرار دارند؟ چهارم، اگر دسترسی عادی، محدود یا قطع شود، سامانه چگونه عمل خواهد کرد؟ پنجم، آیا انتقال داده و جایگزینی عرضه کننده عملاً آزمایش شده است؟ ششم، منافع، هزینه ها و خطاهای سامانه میان کدام گروه ها توزیع می شود؟ و هفتم، چه خاصی بازنگری، توقف یا گسترش پروژه را فعال می کند و چه نهادی اختیار این تصمیم را دارد؟

پرسش ششم معمولاً قربانی شتاب فناوریانه می شود. مرکز داده فقط یک دارایی دیجیتال نیست؛ مصرف کننده برق، آب، زمین و سرمایه نیز هست. اگر منابع عمومی به توسعه هوش مصنوعی اختصاص یابد، باید روشن شود چه کسانی از ظرفیت محاسباتی برخوردار می شوند و هزینه فرصت آن را چه کسانی می پردازند. آیا دانشگاه ها و شرکت های کوچک نیز دسترسی خواهند داشت؟ آیا یک پروژه ملی کیفیت آموزش، سلامت یا خدمات عمومی را افزایش می دهد، یا یارانه زیرساختی آن عمدتاً به نفع چند بازیگر متمرکز تمام می شود؟ «تاب آوری فناوری» بدون پاسخ به پرسش «تاب آوری برای چه کسی؟» می تواند فقط آسیب پذیری را از یک گروه به گروهی دیگر منتقل کند.

به سطح بین المللی نیز حضور در حکمرانی هوش مصنوعی نباید به صدور بیانیه محدود شود. گفت وگوی جهانی سازمان ملل با این هدف شکل گرفته که قواعد هوش مصنوعی تنها بازتاب اولویت های کشورهای پیشرفته نباشد. مشارکت مؤثر در چنین فرایندی به گروه های کارشناسی دائمی، پیشنهادهای حقوقی مشخص، داده درباره نیازهای بومی و ائتلاف سازی با کشورهای دارای مسائل مشابه احتیاج دارد. کشوری که ظرفیت کارشناسی و متن پیشنهادی ندارد، حتی اگر در جلسه حاضر باشد، اغلب قاعده پذیر باقی می ماند.

اسپوینیک به این دلیل تاریخ ساز شد که شبی برق در آسمان بود؛ این ماهواره توان یک نظام را آشکار کرد و رقیب را به بازاندیشی در آموزش، علم و سازمان دهی واداشت. در عصر هوش مصنوعی نیز معیار قدرت، جذاب ترین نمایش یا بزرگترین عدد اعلام شده نیست، معیار مهم تر آن است که یک جامعه بتواند شواهد را به تصمیم تبدیل کند، وابستگی هایش را بشناسد، در برابر اختلال مسیر جایگزین داشته باشد و در نوشتن قواعدی که آینده اش را شکل می دهند، سهم واقعی بگیرد.

اگر از اسپوینیک فقط ضرورت «داشتن یک محصول ملی» را بیاموزیم، از تاریخ پوسته آن را گرفته ایم، درس عمیق تر این است: پیش از آنکه چیزی را به مدار بفرستیم، باید نهادهی بسازیم که بتواند یاد بگیرد، خطا را بپذیرد و مسیر را تغییر دهد.

ادامه از صفحه اول

ادامه از صفحه اول



عکس: مجید بهمنی/پورتال

گزارشی از ارتباط بازار کار و انتخاب رشته

فناوری؛ انتخاب پشیمان ها بعد از فارغ التحصیلی است

کامپیوتر و فناوری اطلاعات، انتخاب اول ۲۱ درصد فارغ التحصیلان ناراضی اعلام شده است

شرق: یک گزارش نشان می دهد اگر قرار بود فارغ التحصیلان ناراضی یک بار دیگر پشت میز انتخاب رشته بنشینند، بیش از هر رشته دیگری سراغ کامپیوتر و فناوری اطلاعات می رفتند. طبق بررسی های این گزارش، ۲۱ درصد کسانی که از انتخاب رشته خود ناراضی اند، گفته اند اگر به گذشته برگردند، کامپیوتر و فناوری اطلاعات را انتخاب می کنند؛ سهمی که تقریباً دو برابر انتخاب بعدی، یعنی مدیریت، بازاربایی و کسب وکار با ۱۱ درصد سهم است. از سوی دیگر پزشکی و دندان پزشکی با ۹ درصد و مدیریت مالی و حسابداری با هشت درصد در رتبه های بعدی انتخاب های دوباره افراد برای شروع تحصیل در

دانشگاه یک طرف، بازار کار طرف دیگر

در نگاه اول شاید قرار گرفتن کامپیوتر و فناوری اطلاعات در صدر انتخاب های دوباره، نشانه روشن جذابیت این حوزه باشد؛ اما بخش دیگری از داده های جاب ویژن تصویر پیچیده تری ارائه می کند: بازار کار دیجیتال الزاماً منتظر مدرک دانشگاهی مرتبط نمی ماند. ۵۹ درصد شاغلان حوزه مدیریت محصول و مالک محصول، تحصیلات مرتبط با شغل خود ندارند. در دیجیتال مارکتینگ و سئو نیز ۵۶ درصد افراد از رشته ای غیر مرتبط وارد این بازار شده اند.

در ترجمه و تولید محتوا این سهم ۳۴ درصد است؛ یعنی در دست در زمانی که کامپیوتر و فناوری اطلاعات برای بخشی از فارغ التحصیلان به انتخاب رؤیایی دوباره تبدیل شده، بخشی از مشاغل اقتصاد دیجیتال اساساً از مسیر همان رشته دانشگاهی نمی گذرند. این فاصله البته ویژگی بازار دیجیتال نیست. در خدمات و پشتیبانی مشتریان، ۸۳ درصد شاغلان تحصیلات مرتبط با شغل فعلی خود ندارند. این سهم در خرید و تدارکات ۸۰ درصد، در مسئول دفتر و کارمند اداری ۷۱ درصد، در بازرگانی و تجارت ۵۶ درصد، منابع انسانی ۵۰ درصد، فروش و بازاریابی ۴۸ درصد و مدیریت اجرایی و داخلی ۴۵ درصد است. به بیان دیگر، مسئله فقط این نیست که دانشگاه چه رشته ای را به دانشجو می دهد؛ مسئله این است که بازار کار بعد از چهار سال با آن مدرک چه انتخابی را پیش روی فرد می گذارد.

رشته ها با شغل های متفاوت

داده های جاب ویژن نشان می دهد رابطه میان شغل و رشته تحصیلی یکی از متغیرهای تعیین کننده در رضایت فارغ التحصیلان است. کسانی که بعد از دانشگاه در حوزه مرتبط با رشته خود کار کرده اند، رضایت بیشتری از انتخاب تحصیلی شان دارند. در مقابل، افرادی که وارد شغل نامرتبط شده اند، ۲۰۵ برابر بیشتر از گروه اول از رشته تحصیلی خود ناراضی اند. این عدد یک نکته مهم را روشن می کند و آن اینکه ناراضیانی از دانشگاه لزوماً در همان روز فارغ التحصیلی شغل نمی گیرند، ممکن است فرد سال ها بعد، وقتی نتواند از مدرکی که گرفته، برای ساختن مسیر شغلی استفاده کند، به این نتیجه برسد که انتخابش اشتباه بوده است. برای همین است که تنها ۴۰ درصد پاسخ دهندگان به نظرسنجی جاب ویژن، هم از رشته تحصیلی و هم از دانشگاه خود رضایت دارند. در مقابل، حدود ۶۰ درصد دست کم از یکی از این دو انتخاب ناراضی اند. ۲۴ درصد هم از رشته و دانشگاه خود ناراضی اند، ۱۸ درصد از رشته راضی اما از دانشگاه ناراضی اند و ۱۸ درصد دیگر با وجود رضایت از دانشگاه، رشته خود را انتخاب نامناسبی می دانند. در مجموع، ۵۸ درصد از رشته تحصیلی و ۴۲ درصد از آن ناراضی اند؛ درباره دانشگاه نیز همین نسبت تکرار می شود.

بازار کار؛ جایی که رشته ها محک می خورند

برای ۵۷ درصد کسانی که از رشته تحصیلی خود ناراضی اند، نبود بازار کار مناسب یکی از دلایل اصلی این ناراضیانی است. درآمد نامناسب و علاقه فردی نیز هرکدام با ۳۴ درصد در رتبه های بعدی قرار گرفته اند. این مسئله درباره دانشگاه هم تکرار می شود. ۵۵ درصد ناراضیان گفته اند دانشگاه نتوانسته شبکه ارتباطی مناسبی برای ورود آنها به بازار کار و پیشرفت شغلی ایجاد کند. امکانات رفاهی و سطح علمی استادان هرکدام ۳۸ درصد سهم داشته اند و کیفیت دروس ارائه شده با ۲۰ درصد پایین ترین سهم را در میان عوامل بررسی شده دارد. درواقع برای بخش درخور توجهی از فارغ التحصیلان، دانشگاه زمانی ارزش پیدا می کند که بتواند پلی میان کلاس و بازار کار بسازد؛ پلی که داده های این گزارش نشان می دهد برای بسیاری از آنها به اندازه کافی شکل نگرفته است.

تناقض ها در بازار فناوری

این تصویر را باید کنار داده های بازار کار فناوری قرار داد. جاب ویژن در گزارش حقوق و دستمزد ۱۴۰۴ خود اعلام کرده بود که مدیران محصول و برنامه نویسان در سال ۱۴۰۳ در میان

گروه هایی بوده اند که بیشترین میزان حقوق و افزایش حقوق را تجربه کرده اند. این گزارش بر پایه داده های بیش از صد هزار نفر از فعالان بازار کار تهیه شده بود. در همان گزارش، خود جاب ویژن تاکید کرده بود که سطح ارشددیت یکی از مهم ترین عوامل تعیین کننده حقوق است؛ یعنی بازار فناوری برای نیروی متخصص و باتجربه ارزش بیشتری قائل می شود و صرف داشتن مدرک دانشگاهی به تنهایی تضمین کننده درآمد بالاتر نیست.

اما این بازار در عین جذابیت، بازار ساده ای هم نیست. داده های جاب ویژن از بازار کار آنلاین نشان داده بود که در یک مقطع، تعداد فرصت های شغلی کاهش پیدا کرده، درحالی که تعداد متقاضیان برای هر فرصت افزایش یافته است. در تابستان گزارش شده، تعداد فرصت های شغلی هشت درصد در مقایسه با تابستان سال قبل و ۱۱ درصد در مقایسه با بهار کاهش داشت، درحالی که شدت رقابت برای هر فرصت ۳۸ درصد در مقایسه با سال قبل بیشتر شده بود. در همان دوره، حقوق آگهی های شغلی ۳۳ درصد در مقایسه با سال قبل افزایش یافته بود. این دو روند در کنار هم، تناقضی را نشان می دهند که بازار کار فناوری را نیز درگیر کرده است: بالاتر لزوماً به معنای بازار کار آسان تر نیست. حتی در میان گروه های فناوری نیز همه چیز یکسان نیست. در همان گزارش بازار کار، فرصت های شغلی گروه علوم داده و هوش مصنوعی در مقایسه با سال قبل ۱۲۷ درصد رشد کرده بود؛ نشانه ای از اینکه بخشی از تقاضای بازار در حال حرکت به سمت مهارت های جدیدتر است.

رضایت از شغل به دنبال رضایت از رشته

این گزارش به شکل شفاف نشان می دهد رشته ای که انتخاب می شود، لزوماً باعث ایجاد یک شغل نمی شود. شاید مهم ترین بخش این داده ها همین تناقض باشد. از یک طرف ۲۱ درصد فارغ التحصیلان ناراضی می گویند اگر دوباره بخواهند رشته دانشگاهی انتخاب کنند، سراغ کامپیوتر و فناوری اطلاعات می روند. از طرف دیگر، در برخی مشاغل مهم اقتصاد دیجیتال، بیش از نیمی از شاغلان مدرک مرتبط ندارند؛ یعنی بازار کار دیجیتال هم زمان دو پیام متفاوت می دهد و آن اینکه برای ورود به این بازار، همیشه مدرک مرتبط لازم نیست؛ اما برای رضایت از انتخاب رشته، داشتن شغلی مرتبط اهمیت زیادی دارد. این وضعیت، مفهوم «رشته دانشگاهی» را هم تغییر داده است. زمانی انتظار این بود که فرد رشته ای را انتخاب کند، چهار سال در همان حوزه آموزش ببیند و بعد وارد شغل متناظر با آن شود؛ اما در بخش درخور توجهی از اقتصاد جدید، چنین خط مستقیمی وجود ندارد. مدیریت محصول، دیجیتال مارکتینگ، سئو، تولید محتوا و بخشی از مشاغل فناوری مسیرهای ورودی متنوعی دارند و مهارت، تجربه و توانایی ورود به بازار می تواند در کنار مدرک دانشگاهی قرار بگیرد.

چرا کامپیوتر و فناوری، برنده انتخاب دوباره است؟

پاسخ را می توان در کنار هم گذاشتن چند داده جست و جو کرد، نه در یک عدد واحد. کامپیوتر و فناوری اطلاعات در میان ناراضیان تحصیلی، انتخاب اول برای بازگشت به گذشته است. در بازار کار، مشاغلی مانند برنامه نویسی و مدیریت محصول در گزارش حقوق و دستمزد جاب ویژن در میان گروه های با حقوق و رشد حقوق بالاتر قرار گرفته اند. هم زمان، گروه هایی مانند علوم داده و هوش مصنوعی رشد درخور توجهی در فرصت های شغلی تجربه کرده اند. اما این به معنای تضمین موفقیت برای هر فارغ التحصیل این حوزه نیست. بازار فناوری، مانند هر بازار دیگری، به سمت مهارت های مورد تقاضا حرکت می کند و افزایش رقابت می تواند فاصله میان «داشتن مدرک» و «داشتن شغل» را بیشتر کند. به همین دلیل شاید آنچه را که ۲۱ درصد ناراضیان از انتخاب رشته می گویند، نباید صرفاً علاقه دوباره به کامپیوتر تعبیر کرد. این انتخاب می تواند بازتاب جست و جوی رشته ای باشد که از نگاه آنها ارتباط روشن تری با بازار کار، درآمد و امکان ساختن مسیر شغلی دارد.

دانشگاه قرار دارند. داده هایی که در گزارش «راهنمای انتخاب رشته ۱۴۰۵ جاب ویژن» آمده است، تصویر یک تغییر ملموس و درخور توجه را در مقایسه با سه دهه گذشته نشان می دهد. آنچه این گزارش را پررنگ کرده، تغییر رابطه میان رشته دانشگاه و بازار کار است؛ تصویری که در آن انتخاب رشته دیگر فقط به علاقه یا اعتبار اجتماعی یک رشته محدود نیست و بازار کار، درآمد و امکان پیدا کردن شغل مرتبط، سال ها بعد به بخشی از قضاوت افراد درباره تصمیمی تبدیل می شود که در ۱۸ سالگی گرفته اند. این گزارش با نظرسنجی از صد هزار فارغ التحصیل و بررسی بیش از دو میلیون رزومه تهیه شده است.

بیکاری، ناراضیانی را بیشتر می کند

وضعیت اشتغال نیز در این میان بی تأثیر نیست. ۴۴ درصد شاغلان بخش دولتی و ۴۳ درصد خویش فرمایان از رشته تحصیلی خود ناراضی اند. در بخش خصوصی، این سهم به ۳۶ درصد می رسد و ۴۴ درصد شاغلان این بخش از انتخاب رشته خود رضایت دارند. در سوی دیگر، ناراضیانی فارغ التحصیلان بیکار حدود ۱۰۷ برابر شاغلان بخش خصوصی است و میان این دو گروه ۲۶ واحد درصد فاصله وجود دارد. این داده ها نشان می دهند ارزیابی افراد از انتخاب دانشگاهی شان تا حد زیادی در بازار کار شکل می گیرد. وقتی فرد شغل ندارد، احتمال اینکه تصمیم چند سال قبل خود را شکست خورده ببیند، بیشتر می شود؛ و وقتی شغل مرتبط پیدا می کند، همان انتخاب گذشته می تواند معنای دیگری پیدا کند.

حقوق بالاتر، خاطره بهتر از دانشگاه

درآمد نیز در این ارزیابی بی تأثیر نیست. براساس گزارش جاب ویژن، در گروه های درآمدی پایین تر میانگین رضایت از رشته حدود ۳۰۴ است و با افزایش درآمد به نزدیکی ۳۰۹ می رسد. بخش عمده این افزایش تا سطوح مبانی درآمد رخ می دهد و پس از دوره ای ثبات، در بالاترین گروه درآمدی دوباره افزایش پیدا می کند. رضایت از دانشگاه نیز روند مشابهی دارد؛ میانگین رضایت از دانشگاه از حدود ۳۰۴ در گروه های کم درآمد به حدود ۳۰۷ در بالاترین سطح درآمدی می رسد. در اینجا دانشگاه دیگر فقط یک تجربه چهارساله نیست. کیفیت تجربه تحصیلی، وقتی با درآمد، اشتغال و مسیر حرفه ای فرد گره می خورد، سال ها بعد دوباره ارزیابی می شود.

دانشگاه باید پاسخگوی بازار کار هم باشد؟

داده های گزارش های پیشین جاب ویژن در ماه های اخیر، از سوی دیگر، نشان می دهد بازار کار ایران در حال تغییر است؛ از یک سو حقوق در برخی گروه های تخصصی فناوری افزایش یافته و از سوی دیگر رقابت برای فرصت های شغلی بیشتر شده است. گزارش حقوق و دستمزد ۱۴۰۴ نیز بر پایه داده بیش از صد هزار نفر، تصویری از بازاری ارائه کرده که در آن ارشددیت و تخصص نقش مهمی در سطح درآمد دارند. در گزارش ۱۴۰۵ جاب ویژن نیز این مسیر ادامه پیدا کرده و نظرسنجی سراسری حقوق و دستمزد با هدف سنجش وضعیت حقوق و انتظارات شغلی آغاز شده است. در چنین شرایطی، فاصله میان دانشگاه و کار فقط یک مسئله آموزشی نیست؛ بلکه مسئله ای اقتصادی است. اگر رشته ای نتواند برای بخش درخور توجهی از فارغ التحصیلان خود مسیر شغلی مرتبط ایجاد کند، بخشی از هزینه انتخاب آن رشته سال ها بعد در قالب ناراضیانی، تغییر مسیر شغلی یا ورود به مشاغل نامرتب خود را نشان می دهد.

از همین منظر، صد رنشنی کامپیوتر و فناوری اطلاعات در میان انتخاب های دوباره فارغ التحصیلان ناراضی را می توان بیش از آنکه یک توصیه مستقیم برای انتخاب رشته دانست، علامتی از تغییر ترجیحات نسل جدید در برابر بازار کار دید؛ نسلی که ظاهراً بیش از گذشته می خواهد بداند مدرکی که چهار سال برای آن وقت می گذارد، در نهایت به کدام شغل و چه سطحی از درآمد ختم خواهد شد. و شاید مسئله اصلی همین جا باشد که دانشگاه هنوز از دانشجو می خواهد رشته انتخاب کند؛ اما بازار کار از او مهارت، تجربه و توانایی حل مسئله می خواهد. فاصله میان این دو، همان جایی است که ۶۰ درصد ناراضیانی که ۵۶ درصد افراد از رشته ای غیر مرتبط وارد این بازار شده اند

یادداشت

نظریه بازی ها و بحران صنعت طلای دیجیتال ایران



احمد رضاجمالی

متخصص ارتباطات برند

هفته گذشته، هم زمان با پیروز چالش های مربوط به پلتفرم میلی گلد، در دهم پرسشی درباره ماهیت رقابت در بازار طلای دیجیتال مطرح شد: آیا تضعیف یک رقیب، الزاماً به معنای پیروزی سایر بازیگران بازار است؟ برای پاسخ به این پرسش، می توان از دو مفهوم در نظریه بازی ها استفاده کرد: «بازی حاصل جمع صفر» (Zero-sum Game) و «بازی حاصل جمع غیرصفر» (Non-zero-sum Game).

در بازی حاصل جمع صفر، منفعت یک طرف به زیان طرف مقابل منجر می شود. برای مثال، در رقابت دو شرکت بر سر یک قرارداد انحصاری، پیروزی یک شرکت می تواند به معنای از دست رفتن فرصت برای شرکت دیگر باشد. در چنین شرایطی، سهم هر بازیگر از منافع موجود، در تقابل با سهم دیگران تعریف می شود. در مقابل، در بازی حاصل جمع غیرصفر، تصمیم ها و تعاملات بازیگران می توانند اندازه کل ارزش ایجاد شده در بازار را افزایش یا کاهش دهند. به این معنا که رشد یک بازیگر لزوماً به زیان دیگران نیست و حتی ممکن است تصمیم های نادرست یا مخرب، به زیان تمام بازیگران منجر شود.

بازار طلای دیجیتال ایران را نیز باید از همین منظر بررسی کرد؛ بازاری نوپا که با وجود ظرفیت های رشد، همچنان برای تثبیت جایگاه خود و جلب اعتماد عمومی با چالش هایی جدی مواجه است. هنگامی که یکی از بازیگران اصلی این بازار با چالش مواجه می شود و نگرانی هایی درباره امکان برداشت دارایی ویگردی شکل می گیرد، موضوع دیگر صرفاً به اعتبار یک برند محدود نمی شود. چنین اتفاقی می تواند بر نگرش عمومی درباره کل بازار طلای دیجیتال و اعتماد مردم به این شیوه از سرمایه گذاری اثر بگذارد.

در این شرایط، پلتفرم هایی که جذب مشتریان ناراضی رقبا را در اولویت قرار می دهند و از بحران یک بازیگر برای تبلیغ خدمات خود استفاده می کنند، ممکن است در کوتاه مدت بخشی از مشتریان بازار را جذب کنند. با این حال، چنین رویکردی که ریسک اساسی به همراه دارد: تضعیف اعتماد به یک پلتفرم ممکن است به تعمیم بی اعتمادی به دیگر پلتفرم ها و در نهایت به کل این دسته از خدمات منجر شود. تجربه بازارهای فناوری مالی (FinTech) و فن فناوری مدیریت ثروت (WealthTech) نیز نشان می دهد که رقابت در این حوزه ها صرفاً بر سر جذب مشتریان موجود نیست؛ بلکه ایجاد اعتماد، توسعه تقاضا و گسترش پذیرش عمومی خدمات دیجیتال، از عوامل مؤثر بر رشد پایدار بازار به شمار می روند.

مشتری ای که اعتماد خود را به یک پلتفرم از دست می دهد، ممکن است از استفاده از سایر خدمات مشابه نیز صرف نظر کند. بنابراین مسئله صرفاً جابه جایی مشتریان میان بازیگران موجود نیست؛ بلکه کمک به توسعه کل بازار و افزایش اعتماد مشتریان است. به بیان دیگر، گاهی بزرگ تر کردن کیک، به مراتب ارزشمندتر از تلاش برای تصاحب سهم بیشتری از کیک فعلی است.

یادداشت را با یک پرسش به پایان می بریم: کسب سهم بیشتر از بازاری که اعتماد عمومی به آن در حال تضعیف است، چه ارزشی دارد؟ پیروزی در بازاری که مشتریان را از دست می دهد، تا چه اندازه می تواند موفقیتی پایدار تلقی شود؟