

کافی را ندارد و چون پویایی کافی ندارد، فرصت‌های زیادی نیز ایجاد نمی‌شود. زنانی باتوجه به سواد مالی‌ای که کسب کرده‌اند، وارد این عرصه شده‌اند اما این دانش تنوع چندانی پیدا نمی‌کند. به‌نظرم شروع خوب برای زنان است اما نباید در دام خوش‌بینی بیفتیم. چراکه در بخش‌های دیگر وضع مشارکت زنان بسیار اندک است. هم‌اکنون از هر صد زن بالای ۱۵ سال، فقط ۱۴ نفر در بازار کار هستند و این وضعیت ناامیدکننده و نگران‌کننده است.»

▼ پلتفرم‌ها بستر آگاهی‌بخشی‌اند

کارشناسان مدت‌هاست درباره تأثیر مستقیم و غیرمستقیم پلتفرم‌های آنلاین طلا در کم‌کردن شکاف مشارکت اقتصادی‌شان در بازار کار تأکید دارند. فناوری‌های دیجیتال فرصت‌های بیشتری برای حضور زنان در سرمایه‌گذاری و کسب تجربه اقتصادی را فراهم کرده است. در کشورهایی که اقتصا فاقد پویایی لازم است و مشارکت‌پذیری به‌دلایل زیادی محدود است، اقتصاد دیجیتال فرصت‌های مناسب را در اختیار افراد قرار می‌دهد. افشین کلاهی، رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران نیز حضور معنادار زنان در حوزه خریدوفروش آنلاین طلا را نقطه شروع امیدوارکننده‌ای می‌داند که به‌گفته او یکی از دلایل آن، افزایش سطح آگاهی زنان از ظرفیت‌های بخش اقتصاد دیجیتال است.

کلاهی به هم‌میهن می‌گوید: «ابزارهای دیجیتال حضور زنان در اقتصاد به‌خصوص سرمایه‌گذاری، راحت‌تر کرده است؛ این خود مسئله مهمی است. باید بپذیریم در گذشته برای بسیاری از آنان ورود به بازارهای مختلف مانند سرمایه و طلا آسان نبود اما الان راحت‌تر اعتماد می‌کنند و سرمایه‌هایشان را وارد این حوزه‌ها می‌کنند. این ابزارها باتوجه به اینکه کاربرپسند هستند و تحلیل ارائه می‌دهند، به زنان به‌ویژه زنانی که پیش‌ازاین حضوری اقتصاد نداشتند، برای تصمیم‌گیری درباره مدیریت و سرمایه‌گذاری نقدینگی‌شان کمک می‌کند.»

کلاهی حضور زنان خانه‌دار در پلتفرم‌های آنلاین خرید و فروش طلا را مثال خوبی از این اثرگذاری می‌داند و اضافه می‌کند: «سواد دیجیتال به‌خصوص در گروه‌های سنی جوان‌تر، افزایش یافته و بالطبع زنان نیز بهتر و راحت‌تر می‌توانند در این فضا و در حوزه‌های استراتژیک سرمایه‌گذاری کنند.» کلاهی با اشاره به آمارهایی که درباره روزافزون حضور زنان در حوزه خرید و فروش طلا منتشر شده، معتقد است پلتفرم‌های آنلاین طلا به کاهش شکاف‌های مشارکت اقتصادی زنان و مردان در کشور کمک می‌کند. او یکی از دلایل این موضوع را شفافیت و تلاش‌های پلتفرم‌ها برای دادن اطلاعات دقیق و سودمند به کاربران می‌داند. کلاهی می‌گوید: «پلتفرم‌ها به اطلاعات مفیدی را برای کاربران منتشر می‌کنند. این یعنی همه اقشار و گروه‌ها و در اینجا زنان امکان دسترسی به داده‌ها را دارند. یعنی جست‌وجو می‌کنند و می‌بینند که مثلاً اوضاع کدام حوزه بهتر است، کدام بدتر است، چه چیزی بالا رفته و چه چیزی پایین آمده و بر مبنای همان درک یا اطلاعاتی که از بازار به‌دست می‌آورند تصمیم می‌گیرند.»

▼ کمک پلتفرم‌ها به اقتصاد کشور

رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران با تأکید بر اینکه پلتفرم‌های آنلاین طلا به کسب درآمد بیشتر برای زنان کمک می‌کند، اثر آن بر رشد و توسعه اقتصادی و افزایش سهم بخش اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی را نیز تحلیل می‌کند. به گفته کلاهی پلتفرم‌های آنلاین طلا به دولت برای بازگرداندن سرمایه‌های راكد به چرخه اقتصاد کشور کمک می‌کنند. او می‌گوید: «دارایی‌های راكد به‌شکل طلا و ارز، بحثی فراموش‌شده اما مهم است. مردم به‌درستی سعی می‌کنند ثروت یا سرمایه‌شان را محافظت کنند و این کار را خرید طلا انجام می‌دهند. ایرادی هم نمی‌شود گرفت. مردم تلاش می‌کنند ارزش سرمایه‌شان از بین نرود. سال‌هاست سرمایه‌ها به‌طرق مختلف از کشور و چرخه اقتصاد خارج می‌شود. نگهداری طلا و دلار در منازل یکی از همین قالب‌هاست. دولت‌های مختلف نیز تلاش کرده‌اند این سرمایه‌را به چرخه اقتصاد کشور برگردانند که موفق نبوده‌اند. حتی در دوره‌هایی نیز در بازار سکه‌پاشی و دلارپاشی کردند تا سرمایه‌های انباشته شده در منازل را جذب کنند که موفق نبودند. پلتفرم‌های آنلاین طلا کمک می‌کنند که بخشی از سرمایه‌های خوابیده در منازل به چرخه اقتصاد کشور برگردد.»

داده‌های میلی تصویری روشن از ظهور یک طبقه جدید از سرمایه‌گذاران زن در ایران ترسیم می‌کند؛ طبقاتی که با وجود سهم محدود در بازار کار رسمی، توانسته‌اند از طریق ابزارهای دیجیتال نقشی تعیین‌کننده در بازار طلا ایفا کنند. این روند، هم بازتاب‌دهنده تغییرات فرهنگی و اقتصادی جامعه است و هم نشانه‌ای از ورود زنان به دوره‌ای تازه از توانمندسازی مالی مبتنی بر فناوری است؛ دوره‌ای که در آن خریدهای کوچک، آینده درخشان می‌سازد.

زنان عاشق خرید هستند

اما بعد از پس‌انداز!

زنان **۳۷ درصد بیشتر** از مردان، تمایل دارند **طلاشون رو در میلی نگه دارن**

از هر ۱۰۰ زن، ۲۰ زن طای خریداری‌شده رو نمی‌فروشه!

minii

برای حفظ ارزش دارایی و ساختن آینده‌ای بهتر می‌داند. کریمی در گفت‌وگو با هم‌میهن می‌گوید: «طلا حوزه‌ای است که پیش‌تر سنتی بود اما درحال‌حاضر تغییراتی قابل‌توجه یافته است. بسترهای دیجیتال و اینترنت فراهم شده‌اند و الگوی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری را به‌ویژه در میان زنان، تغییر داده‌اند. این پدیده‌ای تازه است. معمولاً زنان زنان رفتار محتاطانه‌تری دارند. از گذشته حتی در خانواده‌های با درآمد کم یا متوسط، زیورآلات طلا را برای روز مبادا نگه می‌داشتند. یعنی بدون اینکه دنبال فروش فوری و کسب سود باشند. با ظهور پلتفرم‌های دیجیتال، خریدوفروش طلا نیز از قالب سنتی فاصله گرفته است، چراکه در این مدل، نگرانی بابت خطر نگهداری فیزیکی وجود ندارد و زنان این امکان را دارند که بدون اذیت‌زدادن دارایی‌ها متناسب با هر میزان بودجه‌ای طلای آب‌شده بخرند و آن را به‌عنوان پشتوانه و برای روز مبادا حفظ کنند. به‌همین دلیل هنگامی هم که به‌صورت آنلاین طلا می‌خرند، ترجیح می‌دهند آن را نفروشند. این رفتار را در آمارهای میلی هم می‌توان مشاهده کرد.»

کریمی با تأکید بر اینکه نگاه زنان به‌طلا ترکیبی از سرمایه‌گذاری و ایجاد حائل و پوشش در برابر ریسک و خطر است، می‌گوید: «این رفتار در بسیاری از کشورهای دنیا نیز مشاهده می‌شود؛ حتی در کشورهای توسعه‌یافته نیز به‌طور میانگین، زنان ریسک‌گریزتر و محتاط‌تر از مردان هستند. در کشور ما اقبال زنان به خرید طلای دیجیتال بسیار زیاد است. همین الان من در میان دانشجویانم به‌وضوح می‌بینم که دختران جوان با سنین ۱۸ تا ۲۸ سال وارد بازار خرید طلای ذوب‌شده می‌شوند. این حوزه نسبت به ارزهای دیجیتال کم‌ریسک‌تر و با بازده بالاتر است. یعنی جایگاه سنتی کالای سرمایه‌ای مانند طلا و بازدهی مطلوب آن باعث شده زنان در مقایسه با دیگر بازارها از جمله رمزارزها به طلا توجه کنند. همین الان بیشترین بازده مربوط به طلای گرمی آب‌شده است،»

عضو هیئت‌علمی دانشگاه مازندران اختصاص ۳۵ درصد از درآمد ماهیانه زنان به طلا در پلتفرم میلی را تأمل‌برانگیز می‌داند و می‌گوید: «بالاتر رفتن سطح تحصیلات و آگاهی زنان و نظام حمایتی خانواده‌ها باعث شده که زنان به‌خصوص زنان در سن ۲۰ تا ۲۸ سال بهتر و دوراندیشانه‌تر به حوزه‌های سرمایه‌گذاری مانند طلا وارد شوند و بخشی از نقدینگی خود را به خرید طلا اختصاص می‌دهند. موضوع این است که با مبلغ کم طلای آب‌شده هم می‌توانند طلا خریداری کنند. یعنی قرار نیست بودجه‌ای هنگفت را به این کار اختصاص دهند.»

▼ شروعی امیدوارکننده برای زنان

باوجوداین، این اقتصاددان تأکید دارد حضور زنان در پلتفرم‌های خرید و فروش طلا به‌معنای کم‌ترشدن شکاف دیجیتال یا افزایش مشارکت آنان در دیگر بخش‌های بازار کار نیست. او اضافه می‌کند: «اکنون فضا بازتر از گذشته است و همه تلقن‌همراه دارند. پلتفرم‌های زیادی فعال‌اند و فرآیندها نیز ساده و بدون پیچیدگی‌اند. هر کسی از هر جای ایران می‌تواند طلا بخرد. فرهنگ نیز تغییر کرده است. جوان‌ها می‌خواهند بهتر و کیفی‌تر زندگی کنند. یکی از راه‌ها همین مسیر سرمایه‌گذاری در طلاست. شناخت مردم به‌خصوص زنان از طلا هم باعث شده است در شرایط فعلی که همه‌چیز در وضعیت تورم بالا و ریسک شدید قرار دارد و پس‌انداز بی‌ارزش شده است، طلای آب‌شده به گزینه‌ای جذاب تبدیل شود. بااین‌حال استقبال زنان از طلای آب‌شده لزوماً به این معنا نیست که ما به سمت بسته‌شدن شکاف مشارکت در بازار کار حرکت می‌کنیم؛ واقعیت این است که اقتصاد ما پویایی

پس‌انداز طلا؛ فصل مشترک بین تمام نسل‌ها

۳۰٪ نسل زد
 ۲۸ تا ۳۸ سال

۴۵٪ نسل هزاره
 ۲۹ تا ۴۴ سال

۲۵٪ نسل ایکس
 ۴۵ تا ۶۵ سال

بازه سنی کاربران زن در میلی

minii

مردان کم نشده است. چنین الگویی در حوزه کارآفرینی نیز دیده می‌شود.

گزارش یادشده می‌گوید، اگرچه شکاف دیجیتال جنسیتی نسبت به سال‌های گذشته کاهش یافته، اما هنوز معنادار است. تا آنجا که در سال ۲۰۲۴، ۷۰ درصد مردان و ۶۵ درصد زنان در جهان آنلاین بوده‌اند و اختلاف بین مردان و زنان استفاده‌کننده از اینترنت به ۱۸۹ میلیون نفر رسیده است. در بسیاری از کشورهای با درآمد پایین و متوسط، این فاصله در استفاده از اینترنت موبایلی نیز دیده می‌شود به‌گونه‌ای که زنان حدود ۱۴ درصد کمتر از مردان از اینترنت همراه بهره می‌برند و میلیون‌ها شهروند از اتصال بی‌بهره‌اند. نهاده‌ها و سازمان‌های بین‌المللی در ارزیابی‌هایشان گفته‌اند پسر کردن فاصله دیجیتال جنسیتی نیازمند افزوده‌شدن صدها میلیارد دلار به تولید ناخالص جهانی است که در کوتاه‌مدت چندان امکان‌پذیر نیست. ازهمین‌رو نهاده‌هایی مانند بانک جهانی و برنامه جهانی سازمان ملل برای توانمندسازی زنان، پیشنهاد می‌کنند با طرح‌های توسعه مهارت‌های دیجیتال و افزایش سطح سواد مالی و دیجیتال زنان به آنها یاری رسانده شود.

در سال‌های اخیر به موازات افزایش دسترسی‌ها به ابزارهای مالی آنلاین، اعم از پلتفرم‌های پرداخت دیجیتال، فروشگاه‌ها و خرده‌فروشی‌های اینترنتی، زنان نیز سواد مالی خود را بالاتر برده‌اند که یکی از نشانه‌های آن افزایش حضورشان در پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری طلاست. برخلاف بسیاری از حوزه‌های اقتصادی که شکاف میان جمعیت در سن کار و مشارکت اقتصادی مسئله است و پیوسته نیز بازتولید می‌شود، پلتفرم‌های طلا به‌طور محسوسی مسیر حضور و نقش‌آفرینی زنان را هموار کرده‌اند. این الگو هرچند با اختلافاتی، در همه کشورهای جهان دیده می‌شود.

▼ جهش ۱۱۶ درصدی خرید طلا

نگاهی به آمارهای جهانی تصویر روشن‌تری از این تغییرات را در اختیار ما قرار می‌دهد. بر پایه گزارش «پلیون‌وال» که یکی از معتبرترین پلتفرم‌های بین‌المللی خریدوفروش طلا در جهان است، از آغاز همه‌گیری ویروس کرونا تا سال ۲۰۲۳ زنان به‌صورت معناداری سهم خود را در میان خریداران طلا افزایش داده‌اند. به‌طوری‌که تعداد زنانی که در بازه زمانی یادشده برای اولین‌بار طلا خریده‌اند، ۱۱۶ درصد جهش داشته است. در همین دوره، سهم زنان از میان کاربران جدید جهانی این پلتفرم از ۱۶.۷ درصد به بیش از ۲۵ درصد رسیده؛ یعنی از هر چهار کاربر تازه‌وارد، یکی‌شان زن است.

این روند البته در همه کشورها یکسان پیش نرفته است. برای نمونه، The Royal Mint در بریتانیا گزارش می‌دهد که در سال ۲۰۲۴، ۲۶ درصد سرمایه‌گذاران طلا و نقره زن بوده‌اند. این عدد در ۲۰۱۸ تنها حدود ۸ درصد بود. درواقع سهم زنان از بازار معاملاتی طلا و نقره طی شش سال تقریباً سه برابر شده است. در کشورهای دیگر نیز موج‌های مشابهی مشاهده می‌شود. برای نمونه در هند که طلا با زندگی روزمره مردم گره خورده، ظهور پلتفرم‌های دیجیتال و آسان‌تر شدن خریدوفروش آنلاین، سهم زنان از پلتفرم‌ها را تا ۴۰ درصد نیز افزایش داده است.

▼ طلا برای ساختن آینده‌ای بهتر

زهرا کریمی، عضو هیئت‌علمی دانشگاه مازندران معتقد است حضور پررنگ زنان در پلتفرم‌های آنلاین طلا نشان‌دهنده تغییری جدی در نگرش اقتصادی‌شان است. نگرشی که طلا را نه کالایی زینتی که ابزاری جدی



افشین کلاهی
 رئیس کمیسیون
 کسب‌وکارهای
 دانش‌بنیان اتاق ایران:
 پلتفرم‌ها به اطلاعات
 مفیدی را برای
 کاربران منتشر
 می‌کنند. این یعنی
 همه اقشار و گروه‌ها
 و در اینجا زنان
 امکان دسترسی به
 داده‌ها را دارند. یعنی
 جست‌وجوی می‌کنند
 و می‌بینند که مثلاً
 اوضاع کدام حوزه
 بهتر است، کدام بدتر
 است، چه چیزی بالا
 رفته و چه چیزی پایین
 آمده و بر مبنای همان
 درک یا اطلاعاتی
 که از بازار به‌دست
 می‌آورند تصمیم
 می‌گیرند

جهان داراها و ندارها

تحلیلی بر نوع جدیدی

از نابرابری در عصر هوش مصنوعی

گروه فناوری: تا یکی، دو سال پیش اغلب تحلیلگران گمان می‌کردند هوش مصنوعی فناوری آینده باشد. حالا اما برای اینکه اثبات کنند، آینده را به امروز آورده، کار دشواری ندارند. این فناوری در بسیاری از جنبه‌های زندگی نفوذ کرده و تب سرمایه‌گذاری نیز در آن بالاست. وضعیت چنان است که کسی به‌طور دقیق نمی‌داند چندصد میلیارد دلار به این صنعت نوبت‌اتریق شده است. برخی محافل درباره ترکیدن حباب هوش مصنوعی و بحران‌های متعاقب آن هشدار می‌دهند و پاره‌ای از تحلیلگران نیز سال ۲۰۳۰ را نقطه‌پایانی بر افسانه‌هوش مصنوعی می‌دانند. در سایه این دوگانه تبلیغ و هشدار، تحلیل‌های جدی نیز درباره شکل‌گیری نوع جدیدی از نابرابری‌ها در نتیجه انقلاب هوش مصنوعی مطرح شده است. در ادبیات اقتصادی و اجتماعی جهان این نوع جدید نابرابری، «فقر و ثروت هوش مصنوعی» نام گرفته‌است.

ویل داگلاس هون، ویراستار ارشد هوش مصنوعی مجله «مرور فناوری آم‌ای‌تی»، با تیم برادشاو، خبرنگار جهانی فناوری در فاینشئنال تایمز، درباره مسیر آینده هوش مصنوعی و اینکه دنیای ما در پنج‌سال آینده چگونه خواهد بود، گفت‌وگو کرده‌اند. اساس بحث فقر و ثروت هوش مصنوعی بر افزایش شکاف داراها و ندارها در این صنعت است. یک طرف ماجرا، ثروتمندان هوش مصنوعی (AI Haves) قرار دارند. این دسته شامل شرکت‌ها و افرادی است که قادرند هزینه‌هنگفت استفاده از مدل‌های پیشرفته و چندلایه خدمات هوش مصنوعی را بپردازند. این امکان به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به قدرت محاسباتی بالا دست‌یابند و مزیت رقابتی خود را به‌شدت افزایش دهند. در این دیدگاه، هوش مصنوعی فیزیکی (مانند ربات‌ها) تبدیل به کالایی لوکس برای قشر مرفه خواهد شد. گروه مقابل فقرای هوش مصنوعی (AI Have-Nots) است. فقرا شامل افرادی است که یا توانایی پرداخت هزینه‌های فزاینده خدمات پولی را ندارند و به مدل‌های رایگان و محدود متکی می‌مانند، یا به‌دلیل نبود زیرساخت‌های اساسی مانند برق و اینترنت، به‌طور کلی از این مزایا محروم می‌مانند.

موضوع دیگر پولی‌شدن و افزایش قیمت خدمات بنیادین هوش مصنوعی است. اگرچه پیش‌بینی می‌شود سرمایه‌گذاری‌های افراطی در هوش مصنوعی قبل از سال ۲۰۳۰ متوقف شود، بااین‌حال شرکت‌های بزرگ هوش مصنوعی مانند اپن‌ای‌ای بزرگ‌تر از آن هستند که شکست بخورند. چراکه آنها برای جبران هزینه‌های عظیم مراکز داده و جلب رضایت سرمایه‌گذارانی که به‌دنبال بازدهی بالا هستند، قیمت‌های خود را به‌شدت بالا می‌برند. در همین زمینه برادشاو ادعای اپن‌ای‌ای مبنی بر اینکه به‌نفع بشریت و در راستای خیر عمومی جهان، عمل می‌کند را غیرقابل‌پذیرش می‌داند. درهمین‌زمینه نابرابری‌های جهانی در زیرساخت‌ها نیز متغیری تعیین‌کننده است. ویل داگلاس هون بر شکاف جهانی عظیم تأکید دارد. او معتقد است در حالی که پذیرش و کاربرد هوش مصنوعی در شمال جهانی بسیار سریع بوده و به فناوری با بالاترین سرعت فراگیری تبدیل شده، مسلم است این ابزار بدون دسترسی قابل اعتماد به برق و اینترنت عملاً بی‌فایده است. هوش مصنوعی فناوری متکی به زیرساخت است. تا زمانی که بخش بزرگی از جهان به شبکه‌های برق و داده دسترسی نداشته باشند، مزایای آن در مقیاس جهانی محقق نخواهد شد. بر خلاف پیش‌بینی‌های اغراق‌آمیز که گفته می‌شود در دهه آینده، تأثیر هوش مصنوعی از انقلاب صنعتی فراتر خواهد رفت، آرونید نارایانان و سایش کاپور، دو محقق دانشگاه پرینستون و نویسندگان کتاب AI Snake Oil، بسیاری از این ادعاها را زیر سوال برده‌اند. آنها می‌گویند تغییرات اجتماعی و اقتصادی، با وجود سرعت بالای پیشرفت‌های فناوریانه، با سرعت انسانی حرکت می‌کند. درواقع بحث این است که مسائل آشفته‌انسانی مانع از آن می‌شود که پیشرفت‌های فناوریانه‌ها فاصله‌به‌پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی ترجمه شوند. پذیرش گسترده فناوری‌های جدید کند است و قبول‌اندن آن‌ها کندتر. در این‌زمینه هوش مصنوعی نیز تفاوتی با دیگر فناوری‌ها ندارد. تحلیلگرانی مانند ویل داگلاس هون معتقدند، این آمارها شاخص سنجش فراگیری و بهره‌برداری از فناوری در بلندمدت را در نظر نمی‌گیرد. شاخصی که دست‌یابی به آن نیازمند تعهد ساختاری و سرمایه‌گذاری سنگین است. برهمین اساس آن‌هایی گویند هوش مصنوعی هزینه‌های این فناوری منجر به جهانی از داراها و ندارها خواهد شد و نابرابری را تشدید می‌کند. در این تحلیل هوش مصنوعی، نه یک نیروی هم‌سطح‌کننده، بلکه یک متغیر کلیدی در تشدید نابرابری‌های موجود است. به‌نظر می‌رسد تا سال ۲۰۳۰، فقر و ثروت هوش مصنوعی در دو سطح عمده، چه به‌صورت نابرابری اقتصادی میان مردم در کشورهای توسعه‌یافته، چه شکاف میان کشورهای دارای زیرساخت (شمال جهانی) و کشورهای فاقد آن (جنوب جهانی) عمل خواهد کرد.