

نکته



## افزایش افراد مسن در کشورهای گروه هفت

گزارش‌های اخیر یک مؤسسه پژوهشی آمریکایی که به بررسی تغییرات نیروی کار در جهان می‌پردازد، نشان می‌دهد که در کشورهای گروه هفت، تا سال ۲۰۳۱، کارگران مسن‌تر و با تجربه‌تر بیش از یک‌چهارم نیروی کار را تشکیل خواهند داد. این یک تغییر بزرگ است که منحصر به بازار کشورهای توسعه‌یافته نیست. برای مثال طبق این مطالعه، جمعیت سالمند چین (۶۵ سال به بالا)، تا سال ۲۰۵۰ دو برابر خواهد شد.

شرکت باین (Bain & Company)، اعلام کرد ۱۵۰ میلیون شغل تا سال ۲۰۳۰ به کارگران بالای ۵۵سال اختصاص می‌یابد. ژاپن در حال حاضر با تقریباً ۴۰درصد نیروی کار بالای ۵۵ سال پیش‌تاز این امر است.

«باین» افزود: «جوانان کم‌تری وارد نیروی کار می‌شوند، که این تا حدی به دلیل نرخ باروری پایین و تا حدودی به دلیل تحصیل طولانی‌تر جوانان است.» طبق داده‌های(OECD)، روند بلندمدت به سمت بازنشستگی زودتر به آرامی در حال معکوس شدن است. چنین شکلی را می‌توان در روند اخیر «عدم بازنشستگی»، که در آن بازنشستگان دوباره به نیروی کار می‌پیوندند، مشاهده کرد که توسط بازار کار داغ، افزایش تورم و کاهش خطرات بهداشتی مرتبط با کووید تشدید شد. در سال‌های اخیر، کشورهای سراسر جهان سن بازنشستگی را افزایش داده‌اند، اما این ازدیاد بدون عقب‌نشینی نبوده است. به عنوان مثال در فرانسه، بالا رفتن سن بازنشستگی از ۶۲سال به ۶۴سال باعث اعتراضات در اوایل امسال شد. «باین» معتقد است: «مسئله مشترک شرکت‌ها این است که آن‌ها استعدادی را که می‌خواهند و در مقادیری که لازم دارند در دسترس‌شان نیست.» به همین دلیل باید به کسب‌وکارها توصیه شود منتظر اجرای سیاست‌ها در کشورها نباشند، بلکه مداخله‌های هدفمند را انجام دهند.

براساس یک نظرسنجی جهانی کارفرمایان در سال ۲۰۲۰، تنها حدود چهاردرصد از شرکت‌ها به برنامه‌هایی متعهد بودند که به ادغام کارگران مسن یا حمایت از نیروی کار چند نسلی کمک می‌کند. «باین» در بیانیه‌ای مطبوعاتی توضیح داد: «شرکت‌هایی که برای استخدام، حفظ، مهارت‌های مجدد و احترام به نقاط قوت این گروه سرمایه‌گذاری می‌کنند، با ادامه تغییر جمعیت‌شناسی نیروی کار، خود را جهت موفقیت آماده می‌کنند.»

کلید این کار درک انگیزه کارگران مسن‌تر است. بر این مبنا نظرسنجی «باین» از ۴۰هزار کارگر در ۱۹ کشور نشان داد که اولویت‌ها با افزایش سن تغییر می‌کنند. این مطالعه حاکی از آن است که کارگران دارای کمتر از ۶۰ سال به صورت متوسط در درجه اول با غرامت خوب به کار بیشتر راضی می‌شوند که به معنی دستمزد بیشتر است. با این حال، افراد مسن (بالای ۶۰ سال) بیشتر بر انجام «کار جالب» در شغلی متمرکز هستند که در آن استقلال و اعطاف‌پذیری دارند.

در این گزارش آمده است: «بسیاری از کارکنان مسن بر هنر خود مسلط شده‌اند، در حالی که بسیاری هم با دیدن اعمال‌شان که تأثیر اجتماعی مثبتی دارد، احساس پاداش می‌کنند. انگیزه‌ها در افراد مختلف تفاوت دارد و در طول حرفه فرد تغییر می‌کند.»

این نشان‌دهنده برخی از کارهای متفاوتی است که شرکت‌ها باید برای جذب کارگران مسن‌تر انجام دهند که با جذب کارکنان جوان‌تر فرق می‌کند. در واقع موضوع اصلی، نحوه حفظ و نگهداری کارگران مسن است. برای این کار شرکت‌ها می‌توانند تجربیات محل کار را به گونه‌ای طراحی کنند که از انگیزه‌های کارگران مسن‌تر استفاده شود. همچنین باید آن‌ها را به روزرسانی کنند.

به گفته «باین»، با تجهیز کارکنان مسن‌تر به مهارت‌های مورد نیاز در ۱۰ سال آینده می‌توان انتظار داشت که بخش مهمی از کارکنان با سن بالا در نیروی فعال کار باقی بمانند. به عنوان مثال، ۲۲درصد از پاسخ دهندگان ۵۵ تا ۴۴ساله در پژوهش اخیر گفته‌اند که برای ادامه کار حرفه‌ای به مهارت‌های فنی بیشتری نیاز دارند.

## جهان

### گفت‌وگو



شرکت‌هایی که با کمبود تقاضا برای چیزهایی مانند پوشک و غذای کودک مواجه هستند، محصولاتی برای بی‌اختیاری و نوشیدنی‌های پروتئینی برای حمایت از بدن‌های پیر عرضه می‌کنند. با توجه به اینکه بسیاری از افراد مسن تا دهه ۹۰ زندگی خود سالم می‌مانند، تقاضا برای همه‌چیز از برنامه‌های مسافرتی با هدف جذب مخاطبان مسن گرفته تا جراحی‌های زیبایی برای از بین بردن چین و چروک بیشتر به چشم می‌آید. همچنین تقاضا برای خدمات دوستیابی برای افراد بالای ۶۵ سال نیز در حال افزایش است. مدیر شرکت تبلیغاتی آمریکایی (Ogilvy) می‌گوید: «در سطح جهانی، این گروه سنی مهم‌ترین بازار رشد مصرف‌کننده در ۱۵ سال آینده خواهد بود.»

علت این تغییر تجاری یک‌طور جمعیتی چشمگیر است؛ سازمان بهداشت جهانی پیش‌بینی می‌کند که نسبت جمعیت بالای ۶۰سال جهان بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۵۰ تقریباً دو برابر خواهد شد و به ۲٫۱ میلیارد نفر خواهد رسید. این تغییر در تعداد معدودی از کشورها حادتر است. طبق آمار بانک جهانی، تا سال ۲۰۲۲ قریب به ۳۰درصد از جمعیت ژاپن ۶۵سال یا بیشتر بوده، در حالی که در ایتالیا این آمار حدود ۲۴درصد بوده است، تا جایی که نخست‌وزیر «جورجیا ملونی» را بر آن داشت که بگوید این کشور «در حال ناپدید شدن» است. طبق گزارش دولت چین حدود ۲۱۰ میلیون نفر در حال حاضر بالای ۶۵سال سن دارند و طبق گزارش دولت چین در سال ۲۰۲۳ بازار مصرفی این بخش از چین تقریباً به اندازه کل جمعیت برزیل بوده است. البته این را باید در نظر داشت که چین و بسیاری از کشورهای دیگر، سریع‌ترین رشد جمعیتی بالای ۸۰سال را دارند.

«مایکل دیلیو هودین»، مدیرعامل ائتلاف جهانی در مورد پیری، می‌گوید: «اگر بپرسید که پول کجاست، باید گفت در آمریکا، ۷۰درصد درآمد قابل تصرف در اختیار افراد ۶۰سال و بالاتر است. فرصت کسب‌وکار کجاست؟ در چین، ژاپن یا در سراسر اروپا، نقاط داده یکسان است و همه آن‌ها به جمعیت سالمند اشاره دارند.»

#### ژاپن و چین در خط مقدم

طبق گفته شرکت تحقیقاتی یورو مانیتور (Euromonitor) انتظار می‌رود کل درآمد قابل تصرف در منطقه آسیا و اقیانوسیه بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۴۰ بیش از دو برابر شود. شرکت مشاوره «مک‌کینزی» در مقاله‌ای با عنوان «فراتر از درآمد: ترسیم مجدد نقشه مصرف‌کننده آسیا» در سال ۲۰۲۱ می‌نویسد: «مصرف سالمندان ممکن است دو برابر سریع‌تر از بقیه جمعیت در بسیاری از کشورهای آسیایی رشد کند. انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۳۰، بیش از ۹۵درصد سالمندان در استرالیا، ژاپن و کره جنوبی کاربر آنلاین باشند و البته سهم کاربران سالمند چینی بیش از دوسوم جمعیت این کشور خواهد بود.»

اهمیت بازار بزرگ سالمندان در چین زمانی مورد تأکید قرار گرفت که دولت یکن برنامه‌ای را در ماه ژانویه با عنوان نظرات اداره کل شورای دولتی در مورد توسعه اقتصاد نقره‌ای برای بهبود رفاه سالمندان منتشر کرد. دولت می‌گوید علاوه بر گسترش کانال‌های مصرف و عرضه برای سالمندان، تحقیقات در زمینه پوشاک، کفش و کلاه را به‌طور خاص برای مصرف‌کنندگان مسن افزایش می‌دهد و به تولید محصولات غذایی سالم مناسب برای جویدن، بلعیدن و نیازهای تغذیه‌ای

کاهش نرخ زادوولد و کاهش جمعیت افراد در سن کار در بسیاری از کشورها، چالش‌هایی را برای یافتن نیروی انسانی کافی برای کار در کارخانه‌ها و ادارات و به‌طور کلی پاسخگویی به تقاضای موجود ایجاد می‌کند. شرکت‌ها و دولت‌ها به‌طور یکسان در تلاش هستند تا راه‌هایی را بیابند



کهنسالان کمک می‌کند. همچنین تولید ادبیات مناسب، برگزاری رویدادهای ورزشی، برنامه‌های تلویزیونی و سایر گزینه‌های سرگرمی برای این گروه سنی بیشتر می‌شود. در حالی که برنامه جدید بودجه سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند، بخش خصوصی در چین برای مدتی بر سالمندی متمرکز شده است. «ویکتور روژکوف»، دستیار مدیر تیم «مشاوره کسب‌وکار بین‌المللی» در این باره می‌گوید: «در سال‌های اخیر در دسترس بودن محصولات و خدمات با هدف مصرف‌کنندگان مسن، به‌ویژه برای مواردی مانند محصولات تغذیه، سلامت شخصی و پوشک بزرگسالان افزایش یافته است.» او اندازه بازار سالمندان را ۶۸۰ تا ۷۰۰ میلیارد دلار تخمین می‌زند.» شانه‌های دارای ۵٫۶میلیون نفر سالمند از حدود ۳۰میلیون نفر جمعیت است. «روژکوف» می‌گوید، مانند سایر شهرهای بزرگ چین، بسیاری از افراد مسن برای دهه‌ها در کارخانه‌های صادراتی کار می‌کردند، پس انداز کرده بودند و اکنون درآمد قابل توجهی برای صرف محصولات جدید دارند. او می‌گوید یکی از دلایلی که مصرف‌کنندگان چینی به خرید آنلاین روی می‌آورند، عامل شرم است که برای خرید محصولات شرم‌آور مانند سمک و پوشک بزرگسالان در فروشگاه‌ها اتفاق می‌افتد.

#### خرید بدون خجالت

جهت کمک به تسهیل خرید آنلاین برای گروه سالمندان، شرکت‌هایی مانند (Easyfone) تعدادی مدل تلفن همراه را که به‌طور خاص برای کاربران مسن‌تر طراحی شده‌اند، با صدای بلندتر، نمایشگرهای بزرگ‌تر، رابط‌های ساده‌تر، عکس‌های اختیاری به‌جای اعداد برای شماره‌گیری سریع، معرفی کرده‌اند.

در واقع، از آنجایی که ژاپن و کره جنوبی نیز جمعیت مسن زیادی دارند، تولیدکنندگان تلفن در این کشورها به‌طور فزاینده‌ای محصولاتی را به‌طور خاص برای مخاطبان کهنسال تولید می‌کنند. به عنوان مثال، پاناسونیک ژاپن یک عصای هوشمند تولید کرده که کمک می‌کند تا فرد تعادل خود را حفظ کند و در صورت سقوط کاربر، هشداری را ارسال می‌کند. در همین زمینه، (GLM) ژاپن، تولیدکننده خودروهای برقی مستقر در کیوتو، یک اسکوتر متحرک پیشرفته تولید می‌کند که نه‌فقط وسیله‌ای برای افراد مسن، بلکه خودروپی است که مردم می‌توانند با آن رانندگی کنند.

تصادفی نیست که این محصولات تنها بخش مصرفی در حال رشد ژاپن هستند. طبق آمار، مصرف‌کنندگان ۶۰ساله و بالاتر، ۴۸درصد از کل مصرف شخصی ژاپن را تا سال ۲۰۱۵ تشکیل می‌دادند که با نرخ متوسط ۴٫۴درصد در سال بین سال‌های

# چالش‌های سالخوردگی جمعیت در اقتصاد جهانی

که کارگران مسن خود را برای مدت طولانی‌تری در کار نگه دارند. اما شاید برای مدیران مالی و مدیرانی که استراتژی‌های بلندمدت را ترسیم می‌کنند، مهم‌تر این باشد که جمعیت سالخورده امروزی سالم‌تر و ثروتمندتر از گذشته است.

در این باره یادآور شد: «منحنی جمعیتی ممکن است اجتناب‌ناپذیر باشد، اما می‌تواند پنجره‌ای از فرصت‌ها نیز تلقی شود. این برعهده ماست که مسیر درست آن را پیدا کنیم.» مشکل مشابهی نیز در ژاپن وجود دارد، اما در مقیاس بسیار بزرگ‌تر. به گفته «راجیو بیسواس»، اقتصاددان ارشد آسیا و اقیانوسیه در بخش اطلاعات بازار جهانی (S&P)، انتظار می‌رود تا سال ۲۰۴۵، جمعیت ژاپن از ۱۲۲ میلیون فعلی به ۱۰۷ میلیون نفر کاهش یابد. او می‌گوید: «ژاپن در تلاش است تا اصلاحات اقتصادی را برای افزایش نرخ مشارکت زنان در نیروی کار انجام دهد تا از تأثیر جمعیت‌شناسی پیری بکاهد. اما وقتی چنین افت زیادی در نیروی کار داشته باشید، جبران خیلی سخت است و مشکل دیگر این‌که ژاپن به دلیل کمبود جوانان برای ورود به نیروی کار مشکلاتی دارد. زیرتعداد جوان کافی برای مراقبت از سالمندان وجود ندارد.»

در نتیجه، جای تعجب نیست که ژاپن در تولید ربات‌های صنعتی طراحی شده برای جایگزینی یکپارچه انسان در خطوط تولید کارخانه، در جهان پیش‌تاز است. در سال ۲۰۲۲، ژاپن ۴۶درصد ربات‌های جهان را تولید کرد، در حالی که این رقم در چین ۲۹درصد و در ایالات متحده ۱۶درصد بود.

روی دیگر سکه این است که با بهبود مراقبت‌های بهداشتی، پیشرفت‌های پزشکی و افزایش امید به زندگی، بسیاری از کارگران برای پوشش هزینه‌های سال‌های بازنشستگی خود نیاز به کار طولانی‌تری دارند. «ابی میلر لوی»، شریک مدیر شرکت آمریکایی (Primetime Partners)، شرکتی که در محصولات و خدمات برای افراد مسن سرمایه‌گذاری می‌کند، می‌گوید: «اگر افراد در اواخر دهه ۵۰زندگی خود بازنشسته شوند، اما امیدوارند تا ۹۰سالگی عمر طولانی داشته باشند، این بدان معناست که بیش از نیمی از زندگی واجد شرایط خود را کار نخواهند کرد.»

براساس گزارش مرکز تحقیقاتی «پیو» شاید به دلیل هزینه‌ها، تقریباً یک‌پنجم آمریکایی‌های ۶۵ساله و بالاتر در سال ۲۰۲۳ شاغل هستند. تقریباً دو برابر کسانی که ۳۵سال پیش شاغل بودند. «پیو» می‌گوید در مقایسه با ۴۷درصد در سال ۱۹۸۷ اکنون ۲۶درصد از کارگران مسن‌تر به‌طور تمام‌وقت کار می‌کنند.

یکی از زمینه‌های رشدی که «لوی» به آن اشاره می‌کند، استارت‌آپ‌هایی است که جهت یافتن شغل برای کارگران مسن‌تر یا کمک به شرکت‌ها برای ارائه مسیرهای شغلی به کارمندان خود مدت‌ها قبل از رسیدن به سن بازنشستگی عادی، تلاش می‌کنند. آن‌ها می‌خواهند زمان کاری سالمندان را در شرکت افزایش دهند.

«پیتر هابل»، مدیرعامل شرکت مشاوره بازاریابی (BoomAgers) که بر سالمندان تمرکز دارد، معتقد است بسیاری از شرکت‌های بزرگ در درک فرصت‌های بالقوه عظیم در بازار بالای ۶۵سال به کندی عمل کرده‌اند، زیرا یک سوگیری فرهنگی به نفع جوانان در شرکت‌ها وجود دارد. «هابل» می‌گوید: «همه بهترین شیوه‌ها، ابزارها و تکنیک‌های بازاریابی برای گروه ۱۸ تا ۴۹ساله توسعه‌یافته و بهینه‌سازی شده‌اند. آن‌ها هرگز واقعاً نمی‌دانند که چگونه برای بخش ۵۰ و بالاتر بازاریابی کنند.»

او می‌افزاید: «شرکت‌ها باید این واقعیت را بپذیرند که فرصت تجاری قابل توجهی در اینجا وجود دارد و ما نمی‌توانیم افراد را به دلیل داشتن سن بالای ۵۰سال از کار اخراج کنیم. افراد مسن دیگر مسن نیستند. آن‌ها افرادی دارای پول هستند که مصمم‌اند زندگی فعال و پرنشاط داشته باشند و مورد شناسایی و قدردانی قرار گیرند.»



۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ رشد می‌کرد. همچنین هزینه خانوارهای تحت سرپرستی افراد زیر ۶۰سال بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۴ به‌طور متوسط سالانه ۱٫۹درصد کاهش یافته است. شرکت‌های ژاپنی به تغییرات سنی با تولید وسایلی مانند ماشین‌های لباسشویی و مایکروپوهایی که صدادر و کوچک‌تر هستند، واکنش نشان داده‌اند تا با کاهش قد مصرف‌کنندگان مسن مطابقت داشته باشند.

یکی از بزرگ‌ترین زمینه‌های رشد، بازار محصولات تغذیه‌ای است که مستقیماً با هدف جمعیت پیر تولید می‌شود. براساس تحقیقات بازار شرکت (Polaris)، بازار جهانی این محصولات در سال ۲۰۲۲ به ارزش ۱۸٫۵ میلیارد دلار بود و انتظار می‌رود که میانگین سالانه رشد مرکب ۶٫۵درصدی را تجربه کند که تا سال ۲۰۳۰ به ۳۰٫۶ میلیارد دلار خواهد رسید. بدین ترتیب شرکت‌های تولیدی در چین محصولات تغذیه‌ی نوزادان خود را متوقف کرده و آن‌ها را با تغذیه بزرگسالان جایگزین خواهند کرد. همچنین چنین وضعیتی در شرکت‌های لوازم آرایشی نیز حاکم است و آن‌ها به دنبال محصولات زیبایی با تمرکز بر زنان مسن هستند.

#### تشویق به کار تا سن بالاتر

یکی دیگر از مشکلات عمده‌ای که شرکت‌ها با تغییر جمعیتی دچار آن می‌شوند، کاهش چشمگیر تعداد افراد جوانی است که برای جایگزینی کارکنان بازنشسته وارد نیروی کار می‌شوند. برای مثال، در آلمان، این کشور سالانه ۷۰۰هزار کارگر را از دست می‌دهد که جایگزین ندارند.

برای تشویق کارگران به طولانی‌تر کردن مدت‌زمان دوره شغلی خود، شرکت خودروسازی (BMW) طیف وسیعی از مزایای سلامتی را به کارکنان ارائه می‌دهد که برای تناسب اندام آن‌ها طراحی شده، ازجمله فیزیوتراپی در کارخانه. در سال ۲۰۱۹، (BMW) برنامه کارشناسان ارشد خود را معرفی کرد تا از کارمندان بازنشسته با تجربه تخصصی یا سال‌ها در پست‌های مدیریتی جهت راهنمایی کارمندان جوان‌تر استفاده کند.

سنگاپور که پیش‌بینی می‌شود تقریباً یک‌چهارم جمعیت آن تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۶۵سال باشد، با مشکل مشابهی از کاهش نیروی کار روبه‌رو است. وزیر دارایی «لارنس وونگ» در سخنرانی سال ۲۰۲۱ گفت که پیری جامعه یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های کشور است. او افزود: «دولت برای تشویق شرکت‌ها به استخدام کارگران مسن‌تر کمک بلاعوض می‌دهد و در عین حال سن بازنشستگی را افزایش می‌دهد.» این دولت همچنین از شرکت‌ها خواسته از فرایندهای تولید دستی فشرده دور شوند تا برای کاهش نیروی کار در آینده آمادگی پیدا کنند. «وونگ»

### هشدار وزیر اقتصاد آلمان

## سالمندی منجر به کمبود شدید کارگر خواهد شد

پیش انجام شد، باعث ارتقای آلمان به سطح رقابت بین‌المللی پس از رکود در سال ۲۰۰۳ و ۲۰۰۴ شد. اما به گفته هابک این کشور نمی‌تواند شکاف نیروی کار را بدون مهاجرت پر کند. این کشور باید با روش‌های سریع صدور ویزا، دوره‌های زبان بیشتر و دسترسی دیجیتالی به شرکت‌های آلمانی از خارج از کشور، سیاست‌های دوستدار مهاجرت را تشدید کند. برلین قوانین متعددی را برای جذاب‌تر کردن این کشور برای کارگران مهاجر مانند کوتاه کردن مسیر اتباع خارجی به سمت شهروندی، تسریع در صدور ویزا و به رسمیت شناختن مدارک و صلاحیت‌های خارجی در بازار کار وضع کرده است.

#### قراردادهای مهاجرتی بیشتر

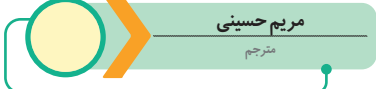
آلمان در حال مذاکره با گرجستان، مولداوی، کنیا، کلمبیا، ازبکستان و قرقیزستان برای کسب مهاجر است. البته این توافق بر اکثریت پناهجویانی که از سوریه، افغانستان و ترکیه می‌آیند تأثیری نخواهد گذاشت. این اقدام بخشی از تلاش بزرگ‌تر برای تعیین کشورهای بیشتری به عنوان «کشورهای مبدأ امن» است که به آلمان

در صورتی که این کشور نتواند این مشکل را حل کند، این میزان به ۵٫۰درصد کاهش می‌یابد.»

او با ارائه گزارش اقتصادی دولت در سال ۲۰۲۴ افزود: «ما فاقد برنامه کافی هستیم.» برآوردهای رسمی حاکی از آن است که جامعه سالخورده آلمان تا سال ۲۰۳۵ هفت میلیون کارگر ماهر کم خواهد داشت. ارائه مشوقی‌های مالی برای افرادی که تمایل دارند در دوران سالمندی طولانی‌تر و اعطاف‌پذیرتر کار کنند، یکی از راه‌حل‌های پیشنهادی در گزارش دولت بود. این مقام آلمانی درباره راه‌حل‌های ممکن اعلام می‌کند که بررسی مجدد مزایای رفاهی بیکاری برای برخی از دریافت‌کنندگان، راه دیگری برای مقابله با این مشکل است.

یک نظرسنجی در ماه‌های اخیر نشان داد که بیش از نیمی از آلمانی‌ها معتقدند پس از افزایش برنامه‌ریزی شده دولت در پرداخت‌های رفاهی و کمک‌های کودک‌ان، کار دیگر ارزش سابق را ندارد. وزیر اقتصاد آلمان ادامه داد: «حدود ۲٫۶میلیون نفر بین ۲۰ تا ۳۰سال در آلمان هیچ مدرک حرفه‌ای ندارند.»

اصلاحات رفاهی و ته‌اجمی بازار کار که حدود ۲۰ سال



**اخیراً رابرت هایک، وزیر اقتصاد آلمان در باره کمبود نیروی فیزیکی و ذهنی مناسب برای اقتصاد آلمان هشدار داده است. این کشور با توجه به ساختار هرم جمعیتی‌اش تعداد بالایی سالمند دارد و پیش‌بینی‌ها آینده اقتصادی آلمان را هولناک تصویر می‌کنند.**

دولت آلمان انتظار دارد اقتصاد این کشور در سال ۲۰۲۴ حدود ۰٫۲درصد رشد کند که بسیار کمتر از پیش‌بینی قبلی ۱٫۳درصدی است؛ زیرا تقاضای ضعیف جهانی، عدم اطمینان ژئوپلیتیکی و تورم بالا دائماً امید به بازگشت سریع را کاهش می‌دهد.

هایک گفت: «با وجود حدود ۷۰۰هزار شغل خالی که در حال حاضر پر نشده، پتانسیل رشد اقتصادی آلمان از حدود ۲درصد در دهه ۱۹۸۰ به ۰٫۷درصد کاهش یافته و