دانشنامه جامع وجهانی بنیاد جهانی سلام

Comprehensive and Global Encyclopedia of Salaam global Foundation

با رویکرد نصوص قرآنی وروایات معصومین (ع)

By the Quranic Texts and Narratives of Innocents (a.s) Generally Approach

تالیف:محمود صانعی پور

Author:

M. saneipour

دو جلدی

بخش چهارم تحقیق

بسمه تعالی

بخش چهارم تحقیق

<u>استراتژی های بنیاد جهانی سلام</u>

تعریف استراتژی یا راهبرد (Strategy)

تعریف استراتژی(Strategy definition)

راهبرد یا **استراتژی** مفهومی است که از عرصه نظامی نشأت گرفته و سپس در سایر عرصه‌ها از جمله اقتصاد، تجارت و به ویژه عرصه سیاست و مملکت داری از کاربرد زیادی برخوردار شده است.ریشه واژه «استراتژی» واژه یونانی «استراتژیا» (Strategia) به معنای «فرماندهی و رهبری» است. اکنون معنای ساده استراتژی عبارت است از یک طرح عملیاتی به منظور هماهنگی و سازماندهی اقدامات برای دستیابی به هدف(از ویکی‌پدیا، دانشنامهٔ آزاد).

در عرصه نظامی راهبرد عموماً به نقل و انتقال نیروها در پشت جبهه جنگ و در جبهه پیش از درگیر شدن با دشمن است. هنگامی که نیروهای نظامی در جبهه با نیروهای دشمن درگیر می‌شوند این دیگر راهکنش (تاکتیک) است و نه راهبرد. در دوران گذشته به ویژه در عصر جنگ‌های ناپلئونی تمایز آشکاری بین راهبرد و راهکنش وجود داشت و راهبرد به آنچه در پشت جبهه می‌گذشت مربوط و راهکنش به هدایت جنگ در میدان نبرد.

از ابتدای قرن بیستم با ظهور واژه «خط مشی و سیاست ملی» راهبرد در جایگاهی بین راهکنش و سیاست ملی قرار گرفت. این وضعیت موجب شد تا تعاریف سیاست ملی، راهبرد و راهکنش در دوران جنگ جهانی اول که از گستردگی زیادی برخوردار بود و کشورهای درگیر مجبور به نبرد در چند جبهه بودند ناکارا جلوه کنند وبه تدریج ، معانی ومفاهیم استراتژی به حیطه مدیریت کلان در بخش دولتی ، عمومی وخصوصی رسوخ نموده واهمیت کاربردی پیدا کرده وقابلیت طراحی وتنظیم نقشه راه (Road Map) پیدا کرد و در پاسخ به این امر، واژه و مفهوم جدیدی یعنی واژه «راهبرد کلان» (grand strategy) ظهورکرد که در واقع به نوعی ترکیب مفهوم راهبرد و سیاست ملی بود. راهبرد کلان مفهومی بود که در چارچوب آن راهبردهای بخشی همچون راهبرد نظامی، راهبرد اقتصادی، راهبرد سیاسی و

راهبرد بازرگانی کشور قرار می‌گرفت ، وبا توجه به لیستی که در صفحه 24 دکترین (تحقیق شماره 2) آمده است ، بیشترین و پراهمیت ترین استراتژی ها در بخش خصوصی تنظیم وعملیاتی شده است .

مفهوم راهبرد در عرصه سیاست از کاربرد زیادی برخوردار است. کارل فون کلازوتیز(carl phone clausewitz) که از استراتژیست‌های بزرگ جهان بوده گفته است جنگ ادامه سیاست به شیوه‌های دیگر است. بر همین اساس در گذشته وقتی سیاست تبدیل به شیوه‌های نظامی شد و راهبرد لقب می‌یافت بعداً خود واژه راهبرد برای برنامه سیاسی کلان کشور مورد استفاده قرار گرفت ، از همین قاعده ، یوشی‌هیرو فرا نسیس فوکویاما (Yoshihiro Francis Fukuyama) طرح سگ خوب وسگ بد را برای راهبرد استکبار جهانی در موضوع هسته ایران بکار برد که در بخش دکترین بنیاد مورد بحث قراردادیم ، منتهی ادبیات وزبان شناختی راهبردی ما ، در بنیاد جهانی سلام ، براساس جدول شماره 1 از تحقیق شماره یک است که کلاً از قرآن کریم وآموزه های اسلام وعقول برجسته اندیشمندان جهان منبعث شده وعاری از حقه بازی ها ، وستیز وکفر گرائی است .

امروزه علاوه بر فرماندهان نظامی و سیاستمداران، دست اندرکاران امور بازرگانی، اقتصاددانان، کارفرمایان عرصه صنعت نیز دارای راهبرد هستند. حتی افراد عادی نیز در زندگی روزانه خود از راهبردهای گوناگونی همچون کاهش هزینه، کاهش وزن و... سخن می‌گویند. البته در اینجا راهبرد به مفهوم هدف نیست بلکه اقدامات و برنامه‌هایی برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده، می‌باشد. راهبرد چگونگی دستیابی به اهداف را مشخص می‌کند و به این که اهداف چه چیز هستند یا چه باید باشند یا چگونه باید تعیین شوند، کاری ندارد.

علوم وفنون وتوسعه مستمر آن ، نیازمند اتخاد استراتژی مناسب و به کارگیری قدرت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی ملت، هنگام جنگ و صلح، به منظور تأمین حداکثر پشتیبانی از سیاستهای ملی و افزایش احتمال دستیابی به نتایج مطلوب برای کسب حداکثر پیروزی و حداقل شکست. در سطح ملی ، ونفوذ دکترین(doctrine) ملی در سطح بین الملل، ودر بخش خصوصی به همین ترتیب برای هر یک از ابعاد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی نیز می توان یک تعریف از استراتژی ارائه داد. با توجه به مابه ازاهای متنوعی که در مقابل دکترین در فرهنگ نامه‌های لغت وجود دارد،(در فرهنگ نامه‌های لغت فارسی «دکترین» به معانی: نظریه، اندیشه، فکر، آموزه، مسلک، عقیده، رأی، آیین، اندیشه و... آمده است. (معین، محمد؛ فرهنگ فارسی معین، چاپ بیست و یکم، تهران، انتشارات امیرکبیر،۱۳۸۳، ج۲،

ص ۱۵۴۴، کلمه «دکترین».))و تعاریفی متعددی که از این واژه در فرهنگ نامه‌های عمومی(دکترین عبارت است از مجموع آراء و مبادی فلسفی، آموزشی، دینی و ... که منسوب به یکی از متفکران یا منسوب به یک از حوزه‌های تحقیقی باشد. (صلیبا، جمیل؛ فرهنگ فلسفی، صانعی دره بیدی، منوچهر (مترجم)، چاپ اول، تهران، انتشارات حکمت، ۱۳۶۶، ج ۱، ص ۵۸۵)) و تخصصی(واژه دکترین Doctrine در زبان لاتین، به معنای آموزه، سیاست، مکتب، آیین و اصول و قواعد پذیرفته شده توسط یک فرد، گروه و یا ملت است. هر نظام فکری، خط مشی و فلسفه‌ای که مبنای عمل قرار گیرد، می‌تواند دکترین تلقی شود. در فرهنگ نامه‌های لغات و اصطلاحات سیاسی، دکترین (Doctrine)، به معانی آیین، اصول عقیده، نظریه، تعلیم، مکتب، اصلِ سیاسی، نظریه، آموزه، اصول (عقاید) تعلیمات، تعالیم و... به کار رفته است. (دلاوری، رضا؛ فرهنگ لغات و اصطلاحات علوم سیاسی و روابط بین الملل، چاپ اول، تهران، انتشارات دلاوری، ۱۳۷۸، ص۱۱۳.)) از یک‌سو و متون تخصصی(دکترین: قواعد بنیادی که هدایت کننده عملیات در پشتیبانی از سیاست‌های سطوح مختلف می‌باشند. هرچند که این قواعد معتبر هستند، اما نحوه استفاده از آنها به قضاوت صحیح نیازمند است. (کالینز، جان؛ استراتژی بزرگ، بایندر، کوروش (مترجم)، چاپ اول، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی، ۱۳۸۳، ص ۴۹۱.))از سوی دیگر ارائه گردیده است؛(دکترین عبارتست از باورها، برآوردها، و روش‌های رفتاری مشترک که حاصل تجربیات و درک جمعی بوده و به تعریف هویت یک گروه و روابط و تعاملات آنها و سایرین می‌پردازد.- دکترین اصول بنیادینی که از آموزه‌ها نشات گرفته و قابل آموزش و ترویج می‌باشد. (Webster Incorporated, 2005) می‌توان واژه‌ی دکترین را از جمله میراث بشری در حوزه‌ی معرفت تعبیر کرد که قابل ترجمه به سایر زبان‌ها نیست، و در زبان فارسی نیز برای آن معادل خاصی وجود ندارد، هرچند در زبان عربی دو مفهوم در مقابل این واژه تعریف شده است: «قاعده» و «یقین». «دکترین» از یک سو به مثابه‌ی «روش»، معادل واژه‌ی «قاعده» است و به صورت «قواعد حاکم بر رفتار، بدون قدرت قانونی»(قید قدرت قانونی، در تعریف دکترین، به این موضوع اشاره دارد که دکترین در سطحی که به‌کار گرفته می‌شود تبدیل به مفاهیم استراتژی، تاکتیک و تکنیک می‌شود، و مادامی‌که تبدیل به گفتمان غالب نشود، ضمانت اجرا ندارد. از سوی دیگر، از آن‌جا که دکترین قاعده است، نیازمند تجویز قانونی نیست.)تعریف و تبیین می‌شود، و از سوی دیگر «دکترین» به‌مثابه‌ی «محتوا»، معادل واژه‌ی «یقین» است، و «تبیین چیستی و چرایی و چگونگی» هر پدیده را در بر می‌گیرد، که دراین مورد ، چیستی واژه وزین " سلام الله " در تحقیق اول ، معانی ومفاهیم تفصیلی آنرا نشان میدهد.

اگرمجموعه ای از آگاهیها و اطلاعات منظم درباره یک یا چند موضوع را (علم)بنامیم ومهارت به کارگیری علم در صحنه عمل نیز (هنر)باشد، استراتژی؛ آگاهیهای منظمی است که نحوه به خدمت گرفتن قدرت سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی را برای رسیدن به هدفهای مورد نظر نشان می دهد. بنابراین، استراتژی علم است ؛ اما همه کسانی که از علم استراتژی آگاهی دارند، قادر نیستند آن را به کارگیرند، فقط کسانی که مهارت کافی در این زمینه دارند، می توانند از استراتژی استفاده کنند، پس به یک معنا، استراتژی نوعی هنر است. خلاصه آنکه، استراتژی هم علم و هم هنر ، هم کارآفرینی ، ابتکاردر عمل ، خلاقیت ونوآوری در نظر وعمل ودارای تمام خصوصیات علمی وهنرمندانه مدیریت در زمان متعلق به خودش است .

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید که چرا بعضی از بنگاه های بزرگ و موفق در مدت زمان کوتاهی با از دست دادن سهم بزرگی از بازار خود به موقعیتی معمولی و حتی تأسف بار تنزل یافته‌اند و چرا برخی از شرکت‌های کوچک و گمنام به یکباره به جایگاه‌های ممتازی در صحنه رقابت بین الملل رسیده‌اند؟ آیا در این مورد فکر کرده‌اید که چرا برخی از مؤسسات، نوسان‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی را به راحتی تحمل نموده و بر آنها غلبه می‌کنند و در مقابل برخی از سازمان‌ها طعم تلخ شکست را چشیده و از ادامه راه باز می‌مانند؟ به عقیده بسیاری از متخصصان علم مدیریت پاسخ بسیاری از این گونه سئوالات را باید در مفاهیمی به نام «استراتژی» و «مدیریت استراتژیک» جستجو کرد. در این بخش سعی شده است نگاهی عمیق بر مدیریت استراتژیک و ضرورت و موانع بکارگیری آن در بنیاد جهانی سلام داشته باشیم.

تعاریف مختلف و گاه ناسازگاری از استراتژی و مدیریت استراتژیک ارائه شده است. به تعبیر یکی از متخصصان مدیریت این عبارات مانند« هنر» است که وقتی آنها را می‌بینیم تشخیص دادن آنها آسان است اما وقتی در پی تعریف کردن و توضیح دادن آنیم خیلی مشکل به نظر می‌رسد، هنری که نه تنها از علوم اکتسابی بهر ه می برد بلکه از کلیه قوای انسانی ، منابع ناخودآگاه اقیانوسی درون انسان نیز بهره مند است (ناخودآگاه معرفتی انسان اقیانوسی درمقابل برکه خودآگاه انسان است ، دراین مورد به مقاله فراواقعیت گرائی مولف مراجعه شود)

الگویی بنیادی از اهداف فعلی و برنامه‌ریزی شده، بهره برداری و تخصیص منابع و تعاملات یک بنیاد برجسته با قلمرو ها ، همکاران ملی وبین المللی و دیگر عوامل محیطی خواهد داشت. طبق این تعریف یک استراتژی باید سه چیز را مشخص کند :

- چه اهدافی باید محقق گردد

- روی کدام قلمرو، بازارها و محصول‌ها خدمات باید تمرکز کرد
- چگونه برای بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی و مواجهه با تهدیدهای محیطی به منظور کسب یک مزیت رقابتی منابع تخصیص یابد و چه فعالیت‌هایی انجام گیرد .

به عنوان مثال برای راهبرد جبران خسارات فقدان عدالت فقدان ومحرومیت افراد از قلمروی های ذی حق خود ، از راهبرد بیمه ای استفاده میشود (نظریه مولف است) وشمول آن بشرح زیر است :

: شمول عدالت قلمروها و تضمین آن با جبران خسارت بیمه ای

1. تعیین محدودیت های مشخص ومقتضی زیست انسانی
2. تعیین حریم های دریاچه ها ، شهر ها ، رودخانه ها ، جنگل ها ، زیست های گیاهی وجانوری وقدرالسهم عادلانه شهروندان از این تخصیص ها
3. تعیین حریم شهرها در تطابق با مزیت های نسبی ، امکانات ومقدورات زیست انسانی که باعث تخریب جنگل ها ، سواحل ، زیست های حیوانی وانسانی وسایر مواهب الهی نشود
4. زون بندی مناطق وشعاع عملیاتی حوزه های کسب وکار وبازار که اززمینه های تفرجگاهی ، فضای کافی پارک اتومبیل ها ، دسترسی آسان ، وسایر امکانات لازم بر خوردار باشد
5. تعیین قدرالسهم هر شهروند ایرانی در استفاده از مواهب گیاهي-جانوري، خشكي، آبي درياچه‌هاي آب شيرين، درياها و رودخانه‌ها) ازكشورش.
6. ایجاد ترمینال های جامع وارداتی /صادراتی برای هر استان با تردد های هوائی وریلی که مانع قلمروی های زیست انسانی نشود
7. جداسازی هرگونه زیست حیوانی از زیست انسانی (فردی وجمعی) در قلمروهای متعلق به باغ وحش ، نگهداری اسب ، گاو ، گله گوسفند ، سگ ، گربه ، برای افراد ویا گروهی مجاز .
8. جلوگیری از هرگونه مهاجرت های بی رویه به حواشی وقلمرو های قانونی شهرها.
9. تعیین قلمروهای صنعتی بر حسب نوع ، ماهیت ، مقیاس ، تنوع ، بازار ، قابلیت صادراتی ، دسترسی به مواد ، وسایر امکان سنجی های لازم برحسب صنایع دستی ، خانگی ، معدنی ، صنایع

کوچک ، متوسط وبزرگ ، زیر زمینی ، رو زمینی ، هوائی ، دریائی ، جنگلی ، کویری ، کوهستانی ، سرد سیر ، گرمسیر وغیره به تفکیک وبا کلیه ملاحظات ومعیارهای لازم .

10. تنظیم رابطه منطقی بین تراکم جمعیت با سطوح قلمروهای مفید وموثر قابل تخصیص.

11. تعیین قلمروهای کانی ، سنگ های معدنی ، ژئومورفولوژی(Geomorphology) ، میراث های باستانی ، زمین شناسی ونظایر اینها که بطور طبیعی در حریم های منطقه ای کشور قراردارد وبر حسب خود آتکائی بر منطقه ویا استان ، استفاده بهینه از این مواهب الهی وانفال به اشخاص همان حریم ها تعلق میگیرد ، برای جذب نیروهای متخصص ومساعد توسعه همه جانبه سرزمینی ، ودادن آموزش های تخصصی ، از تئوری تا عمل(TIP) از عدالت سرزمینی است و تعیین قدرالسهم عادلانه از این مواهب برای شهروندان کل کشور.

12. کند وکاو وتلاش برای کشف مزیت های نسبی سرزمینی ، از لحاظ آب های زیر زمینی ، رودخانه تحت الارضی ، کارکرد های خاص منطقه ای وبسیج نیروهای منطقه ای –سرزمینی با آموزش های رایگان توسط متخصصین خبره ، در توسعه سرزمینی.

13. تعیین قلمروهای تاریخی کشورویاد نامه های آن برای افزایش غرورملی از قبیل:

I. انعکاس اسناد تاریخی کورش کبیر وحراست از کتیبه ها وآثار تاریخی برای گردشگران خارجی

II. ساخت منشور حکومتی کورش به ابعاد وتجسم های هنری وقابل فروش به گردشگران خارجی

III. اسناد دیوان داری ایرانیان

IV. زنده نگه داشتن گویش های اقوام ایرانی

V. زنده نگه داشتن رسوم وفرهنگ اقوام ایرانی

VI. انعکاس نظام مالیاتی دروان داریوش

VII. انعکاس سپاه جاویدان ایران

VIII. انعکاس سیاست های دینی ویکتا پرستی ایرانیان

IX. انعکاس پاکسازی کانال سوئز مصر توسط داریوش در 609 قبل از میلاد

X. انعکاس تدوین قانون مصر توسط داریوش

XI. بزرگ داشت همه جانبه خلیج فارس در سطح ملی وبین المللی (که بحمد الله بخوبی به پیش میرود)

XII. انعکاس یکسان کردن واحد پول وواحد های اندازه گیری در دوره داریوش

XIII. انعکاس تنظیم کیل در زندگی ایرانیان واستاندارد کردن آنها

XIV. انعکاس اسناد داریوش بزرگ در کتب عهد عتیق

XV. پاسداری ایرانیان از دین ، سخن وری درست وپرهیز از دروغ گوئی

XVI. رونمائی نقشه قلمروهای ایران بزرگ از مصر تا قفقاز وتا مرز چین

XVII. انعکاس رویه حقوقی در تمدن ایران

XVIII. انعکاس آثار ادبی ، فرهنگی وسیاسی ایران زمین در کتب برجسته نظیر تاریخ ویل دورانت ، روح القوانین وغیره

XIX. توسعه متون شاهنامه در حماسه های ایرانی وبرا ی یاد آوری عظمت روحی ایرانیان

XX. نام گزاری محصولات مهم نظیر اتومبیل ، ابنیه بزرگ ، وغیره به نام های معتبر تاریخی ایران

XXI. تجدید حیات عملی جاده ابریشم واحیای تجارت در قلمروهائی نظیر بیهق وغیره

XXII. تهیه متون انگیزشی ومحرک از پدیده های ارزشمند ومهیج تاریخ اسلام وایران برای ایجاد مدیریت جهادی وفعالیت های حماسی در توسعه همه جانبه کشور

XXIII. تعیین سهم تمدن سازی ایران از اسناد شرق با شکوه وانعکاس آنها در سطح ملی وبین المللی

XXIV. استفاده از کلیه سرمایه ها وظرفیت های نامحسوس در عرصه ملی وتعاملات بین المللی وبا برابری فرشت برای احاد ملت (به مقاله اینجانب در مورد سرمایه ها ی نامحسوس مراجعه شود) با لحاظ حسابداری سرمایه نامحسوس وتعیین قدرالسهم در فرصت های برابر .

آنچه در مطلب فوق بیان شد بخشی مختصری از مفهوم مدیریت استراتژیک است ، یعنی تصمیمات و فعالیت‌های یکپارچه در جهت توسعه استراتژی‌های مؤثر، اجرا و کنترل نتایج آنهاست .بنابراین مدیریت استراتژیک فعالیت‌های مربوط به بررسی، ارزشیابی و انتخاب استراتژی‌ها، اتخاذ هر گونه تدابیر درون و بیرون سازمانی برای اجرای این استراتژی‌ها و در نهایت کنترل فعالیت‌های انجام شده را در برمی‌گیرد.

انواع استراتژی:

در تقسیمی که برای استراتژی در نظر میگیرند، واژه (سیاست ملّی) در رأس آن قرار دارد(درمورد سیاست گذاری ،یا تصمیم سازی وتصمیم گیری به قسمت پنجم دانش نامه مراجعه شود). سیاست ملّی با (استراتژی بزرگ)، (استراتژی همه جانبه) و نظایر آن مترادف می باشد و به معنای بسیج و هدایت همه امکانات کشور برای نیل به خواسته های ملّی است. برای دستیابی به اهداف و منافع ملی از استراتژیهای مختلفی استفاده میشود. به عنوان مثال، هرگاه امکانات نظامی کشور برای تحقق سیاست ملّی، بسیج و هدایت گردد، چنین اقدامی در چارچوب استراتژی نظامی قرار می گیرد.بطور عمده، استراتژی به استراتژیهای نظامی و سیاسی تقسیم می گردد. تمایز استراتژی نظامی از سیاسی به اهداف، ابزارها و منابع مورد استفاده هر یک از آنها برمی گردد. به عنوان مثال، استفاده از نیروی نظامی، مشخصه به کارگیری استراتژی نظامی است. بنابراین، استراتژی نظامی را (استراتژی مستقیم) و استراتژی سیاسی را (استراتژی غیر مستقیم) مینامند.

واضع واژه استراتژی غیر مستقیم، «لیدل هارت Basil Henry Liddell Hart » انگلیسی در سال 1291 ه. ش. / 1912 میلادی است. به عقیده وی استراتژی غیرمستقیم به معنای فشار غیر مستقیم نیروی نظامی بر دشمن، توجه محدود به کاربرد قدرت نظامی، به کارگیری عوامل روانی، پرهیز از زور و خشونت تا سرحد امکان و بهره گیری از تشویق، ترغیب، تنبیه و مصالحه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی برای نیل به تأمین و حفظ امنیت و منافع واهداف ملّی است. برای تحقق هدفهای مورد نظر، هر کشوری

با توجّه به امکانات و تواناییهای بالفعل و بالقوه، موقعیت جغرافیایی، نیازهای داخلی، تهدیدهای موجود، توان اقتصادی، ساختار نظام بین المللی و نظایر آن استراتژی سیاسی مناسب را بر می گزینند.

انواع استراتژی سیاسی عبارتند از: الف استراتژی انزواطلبی استراتژی انزواطلبی، حاکی از عدم پذیرش تعهدات نظامی و اعزام نیروی نظامی به خارج وکاهش روابط دیپلماتیک، اقتصادی و فرهنگی با کشورهای دیگر است(اگر این رفتار راهبردی در جهت صلح باشد قابل توجیه است در غیر این صورت ، انزواطلبی وخانه نشینی از نظر قرآن مجید مذموم است ، کسانی که جنگ را ترک می کنند از نظر قرآن کریم «فَضَّلَ اللهُ الْمُجاهِدِينَ بِأَمْوالِهِمْ وَ أَنْفُسِهِمْ عَلَى الْقاعِدِينَ دَرَجَةً وَ كُلاًّ وَعَدَ اللهُ الْحُسْنى وَ فَضَّلَ اللهُ الْمُجاهِدِينَ عَلَى الْقاعِدِينَ أَجْراً عَظِيماً» نساء (4): 95. یعنی خداوند کسانی که با مال و جان خود جهاد می‌کنند به درجه‌ای بر خانه‌نشینان مزیت بخشیده است و همه را خداوند وعده نیکو داده، و مجاهدان را بر خانه‌نشینان به پاداشی بزرگ برتری بخشیده است.) . کاهش روابط با کشورها به معنای عدم توانایی در برقراری روابط نیست، بلکه یک کشور به میل خود به قطع یا کاهش روابطی می پردازد که ممکن است منجر به دخالت و یا سلطه دیگران بر آن کشور گردد، زیرا هدف استراتژی انزوا، حفظ تمامیت ارضی و استقلال کشور است. علاوه بر آن، این استراتژی در صدد است بدون اتکا به دیگران، هرگونه تهدید داخلی و خارجی را دفع نموده و با بهره گیری از خودکفایی اقتصادی و اجتماعی، زندگی توأم با رفاه ملّی را برای مردم خویش به ارمغان آورد. شرط انتخاب و موقعیت استراتژی انزوا، غنای اقتصادی و اجتماعی، تعدد قدرتهای جهانی و توزیع قدرت، دور بودن موقعیت جغرافیایی کشور و برکناری از صحنه اصلی کشمکش (یا فقدان تهدید مستقیم) است. چنین شرایطی در گذشته فراهم بود، ولی امروزه با ارتقای سطح تکنولوژی، بخصوص گسترش و بهبود ارتباطات و افزایش قدرت پرتاب تسلیحات نظامی که قادر است هرکشور دور دستی را مورد حمله قرار دهد و نیز، افزایش وابستگی متقابل، ادامه استراتژی انزوا طلبی را غیر ممکن کرده است(در جنگ جهانی دوم ایران اعلام بی طرفی در همکاری های جنگی وتخاصم بین کشورها نمود وپس ازپایان جنگ با آمدن ونیستون چرچیل از بریتانیا ، روزولت از آمریکا و ژوزف استالین ازکمونیست شوری (مهمانان ناخوانده)به ایران وعقد یک پیمان سه جانبه بین ایران، بریتانیا و شوروی (از ۶ تا ۹ آذرماه ۱۳۲۲ ۲۸ نوامبر تا اول دسامبر ۱۹۴۳) به صورت سرّی در سفارت شوروی در تهران منعقد گردید وبلاخره ایران از ترکش های جنگ جهانی دوم درامان نبود- مولف).

استراتژی بیطرفی بیطرفی برای نخستین بار در جنگهای قرن سیزده (ه. ش. /) قرن (نوزده میلادی) مورد توجه قرار گرفت. دولت بیطرف، از هرگونه اقدامی که منجر به شروع جنگ و ادامه آن شود،

خودداری می کرد. این اقدامات شامل آموزش و نام نویسی داوطلبان جنگ، تجهیز و تدارک نیروی نظامی، اجازه عبور و مرور به سربازان متخاصم و مانند آن میشد. در ازای قبول و انجام این الزامات، کشورهای قدرتمند، حفظ استقلال و تمامیت ارضی کشور بیطرف را تضمین می کردند. پذیرش بیطرفی از سوی قدرتهای بزرگ علاوه بر مزایای فوق، حاوی مزایای سیاسی و دیپلماتیکی چون نقل و انتقال اسراء و زندانیان و حل و فصل اختلافات نیز می باشد. اعلام بیطرفی یک جانبه هیچگاه به اندازه بیطرفی دولتی که مورد قبول دولتهای قدرتمند قرار گرفته باشد، پایدار نیست استراتژی بیطرفی همانند استراتژی انزواطلبی موجب تداوم وضع موجود و برقراری توازن قدرت بین کشورهای قدرتمند می گردد؛ بر خلاف مفهوم واقعی بیطرفی، شوروی (سابق) کشوری را بیطرف می دانست که در درگیری شوروی (سابق)، با آمریکا، موضع ضد آمریکایی داشته باشد. آمریکا هم با بیطرفی مخالف بود، زیرا قبول بیطرفی کشوری از سوی آمریکا، متضمن خروج آن کشور از حوزه نفوذ آمریکا بود. بیطرفی موقت (بیطرفی در یک جنگ) و بیطرفی پایدار (بیطرفی برای مدت طولانی)، بیطرفی مثبت (عدم شرکت در جنگ و تلاش برای خاتمه دادن به جنگ) و بیطرفی منفی (نجات دادن خود از معرکه جنگ) از انواع بیطرفی محسوب می شوند(بدیهی استراتژی بنیاد سلام در رابطه بب موضوع صلح وعملیات صلح آمیز در این بی طرفی ها ، درمورد شهر وندان سلام ، یکی از موارد مهم است که هم بلحاظ تدوین استراتژی ، سیاست گذاری وایجا ساختار تشکیلاتی لازم باید مورد عمل قرارگیرد).

استراتژی عدم تعهد دلایلی چون تجربه تلخی که کشورهای مستعمره از سالها وابستگی به دولتهای استعمارگر داشتند و نیز، به دلیل صدماتی که از جنگ جهانی دوم دیده بودند و همچنین خساراتی که ادامه جنگ سردِ (بین دو ابرقدرت) برای آنان داشت، باعث شکل گیری جنبشهای استقلال طلبانه و ایجاد جنبش عدم تعهد یا (عدم وابستگی) گردید. شالوده عدم تعهد به ابتکار و پیشقدمی مارشال یوسیپ بروزتیتو (رهبر یوگسلاوی سابق)، جواهر لعل نهرو (نخست وزیر هند)، جمال عبدالناصر (رئیس جمهور مصر) و احمد سوکارنو (رئیس جمهور اندونزی) در سال 1326 ه. ش. / 1947 م، با برگزاری کنفرانس کشورهای آسیایی در دهلی نو ریخته شد و سرانجام در اجلاس گسترده کشورهای آسیایی و آفریقایی در «باندونگ اندونزی» در سال 1334 ه. ش. / 1955 م، تکمیل و در کنفرانس 1340 ه. ش. / 1961 م، بلگراد رسمیت یافت.

مفهوم استراتژی عدم تعهد ومدیریت راهبردی بنیاد

مفهوم «مسئولیت بنیاد سلام ومدیریت آن» در همکاری های ملی وبین المللی ، برمبنای کلام " سلام " وآیات روشن الهی ، متوجه احکام تولی وتبری اسلامی میشود ، هرگونه قبول سرپرستی وولایت گزینی سایر ادیان وبه خصوص از ناحیه کفار وستم کاران ، خلاف فلسفه زیستی بر حسب آموزه های اسلامی است (وَلَن يَجْعَلَ اللهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلا» (نساء: 141)) ، این موضوع مبنای نظریه جهانشمولی عدالت، حمایت از کرامت بشری و ارتقاءِ اخلاقیات در روابط بین‌الملل در آموزه های اسلامی بوده و موضوع تشکیل کشورهای غیرمتعهد ها را در برابر استکبار جهانی براین مبنای اصولی می باشد که متاسفانه با کندی ومباشات اعضای این کشورها روبرو شده است.

اصل عزت طلبی و اقتدار جامعه ی اسلامی در قرآن، راهکاری برای اداره ی جامعه‌ی اسلامی و قانونی برای تنظیم روابط میان خود مسلمانان از یک سو و در ارتباط با کافران از سویی دیگر معرفی شده است که راه تعامل را جهت پیشبرد منافع مسلمانان هموار می‌کند، که این موارد مربوط به حمایت از مظلومین جهان ، مداخله بشر دوستانه ، جلوگیری از مداخلات ستم گران ، امنیت وحفظ کرامت انسانی ، وارتقای عزتمندی جوامع اسلامی وبطور خاص ، عزت طلبی شهر وندان سلام در سطح جهانی است

بدیهی است که منظورما دراین دانش نامه از جامعه‌ی اسلامی جامعه‌ای است که شریعت اسلامی در آن پیاده می‌شود و حاکم مسلمانی بر آن حکمرانی می‌کند و همه‌ی افراد جامعه در برابر حکومت اسلامی تسلیم باشند ودر بنیاد جهانی سلام ، بطور ویژه ، آموزه های قرانی سلام در جامعه شهروندی سلام بر قرار شود ، پرواضح است که تبعیت ویا قبول سرپرستی کافر ویا بت پرست وامثال اینها ، ما را از لحاظ رهبری واتخاذ استراتژی های سلام ، منحرف میکند و وجود اولیای الهی به‌عنوان رهبر حق در حکومت اسلامی، مهم‌ترین عنصر برای عزت و پیشرفت جامعه‌ی اسلامی وکیانی برای بنیاد جهانی سلام است

اعضای جامعه‌ی اسلامی براساس آموزه‌های دینی، نیازها و ضرورت‌های زندگی عصر کنونی، باید در ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی از یک سو در درون خود و از دیگر سو با سایر ملت‌ها و دولت‌ها ارتباط داشته باشد. اسلام برای این روابط، اصولی را ترسیم می‌کند که از جمله‌ی آن‌ها «اصل عزت‌طلبی و اقتدار در جامعه‌ی اسلامی» است. طبق این اصل که برگرفته از آیات و روایات و سیره ی معصومان (ع) است، حفظ استقلال و عزت جامعه‌ی اسلامی و نفی هرگونه سلطه در ابعاد مختلف، چه در میان مسلمانان و چه در رابطه ی غیرمسلمان، ضروری است. حال که عزت و اقتدار نیاز و ضرورت

جامعه‌ی اسلامی است(کمیته فقهی بنیاد جهانی سلام ، ملاک ومعیار این رفتار تولائی وتبرائی را معلوم میکند).

هر انسانی با سائقه ی فطرت خدادادی خود، خواستار عزت (Honour or Esteem or Glory)بوده و گریزان از ذلت است. خداوند متعال بزرگ طلبی و عزت طلبی را به‌منظور دستیابی انسان به کمال والای آفرینش، در درون انسان نهاده است، لیکن آدمی باید بداند که «عزیز بالذات» کیست. ثانیاً بداند راه ارتباط با او و راه رسیدن به عزت نفس (Self-Respect)چیست. ثالثاً بشناسد راهنمایان این راه چه کسانی‌اند تا با کمک آنان، راه را بپیماید و به مقصد برسد این موضوع به ادبیات اخلاق شناسی سلام مربوط میشود.

کلمه‌ی عزت به معنای آن حالت صلابت و نفوذناپذیری است که نمی‌گذارد انسان شکستی بخورد و مغلوب واقع شود و از همین قبیل است که می‌گویند «ارض عزاز» یعنی «زمینی سخت» و گوسفندی را که دوشیدن شیر آن دشوار است «شاه عزوز» گویند. (مفردات، ص 563، «ع ز ز») معنای مطابقی عزت، صلابت و نفوذناپذیری است و معنای لازم آن «پیروزی» است. همچنین عزیز به معنای کسی است که مقهور نمی‌شود و شکست نمی‌خورد.

براساس تحلیل و تفسیر آیات قرآن، چند اصل کلی در رابطه‌ی عزت‌طلبی قابل استخراج است:

1- عزت را بالاصاله باید از آنِ خدا و منحصر به او دانست: «فَإِنَّ العِزَّةَ لِلّهِ جَمیعا» (نساء: 139) و عزیز محض، خداوند سبحان است: «أنّ اللّهَ عَزیزٌ حَکیم» (بقره: 209) و راه عزت، پیوند با عزیز بالذات، یعنی خدای عزیز، از راه عقاید طیبه و عمل صالح است.

2- قرآن رسول اکرم (ص) یا مؤمنان را هم به عزت می‌ستاید: «وللّهِ العِزَّةُ ولِرَسولِهِ وللمُؤمِنین» (بقره: 209) پس عزت رسول خدا (ص) و مؤمنان بالعَرَض است و عزت‌های بالعرض به عزت بالذات منتهی می‌شود. پس پیامبر اکرم (ص) راهنمای راه عزت است.[2] (تسنیم، ج 10، ص 240)

3- عزت‌یابی غیر از خدا و راهنمای پیامبر و مؤمنین، نتیجه‌اش ذلت و عزت دروغین است: «واتَّخَذوا مِن دونِ اللّهِ آلِهَةً لِیَکونوا لَهُم عِزّ» (مریم: 81) در حالی که فاصله گرفتن از خداوند برای کسب عزت، نتیجه‌اش ذلت است. (مدرک بالا)

4- وجود اولیای الهی به‌عنوان رهبر حق در حکومت اسلامی مهم‌ترین عنصر برای عزت و پیشرفت جامعه‌ی اسلامی است، زیرا به حکم آیه‌ی «وللّهِ العِزَّةُ ولِرَسولِهِ وللمُؤمِنین» خداوند بالعرض عزت را در آن‌ها قرار داده است و ایشان راهنما و راهبر به سوی عزت و کمال مسلمین هستند و از سویی

دیگر، خداوند در سوره ی طه آیه‌ی 134، وجود پیامبر و رهبر را موجب عزت می‌داند. خدا برای این رهبر می‌فرستد که اگر مردم رهبرحق نداشته باشند، ذلیل می‌شوند. پس رهبری حق باعث عزت است. همچنین در روایات بسیاری بر ضرورت و لزوم رهبر جهت رسیدن به عزت تأکید شده است.

5- حال با توجه به اهمیت وجود رهبر برای رسیدن به عزت، براساس آیه‌ی «اطیعوا الله و اطیعوا الرسول و اولی الامر منکم» وظیفه‌ی مردم در جامعه‌ی اسلامی امری جز تبعیت از رهبر نیست. امام سجاد (ع) می‌فرماید: «طَاعَهُ وُلَاهِ الْعَدْلِ تَمَامُ الْعِزِّ» (کافی، ج 1، ص 20) یعنی اطاعت از ولی عادل تمام عزت است. (قرائتی، 67، ص 3)

6- ملاک اتحاد در اسلام، اعتقاد دینی و پایبندی به آن است. بنابراین زبان، نژاد، رنگ، زمین و قومیت، که از عوامل اختلاف‌اند و بیشتر به تشدید تفرقه می‌انجامند، در اسلام محور وحدت نیستند، زیرا همه‌ی این عوامل، اموری قراردادی‌اند.

7- عزت امت اسلام در گرو امر به معروف و نهی از منکر است و ساختار جامعه‌ی نوپای اسلامی بر همین اصل عزت بخش استوار شد. خداوند پس از تحقق جامعه‌ای متحد بر محوریت امام و پیشوای دینی، امت اسلامی را می‌ستاید که برمبنای «کلّکم راع و کلّکم مسؤول عن رعیّته» به عنصر سازنده‌ی امر به معروف و نهی از منکر عمل کرده‌اند (جوادی آملی، 1388، ج 15، ص 263) بر این اساس، ترک این امر مهم، موجب ذلت می‌شود، زیرا عدم اهتمام به امر به معروف، موجب انحطاط و سستی اراده و ضعف نفس می‌گردد. همچنین ترک این اصل موجب نافرمانی از خداوند عزیز و انحراف از مسیر سعادت است (جوادی آملی، 1389، ص 378).

8- از تعالیم دینی برمی‌آید که عزت و شکوه ملت در گرو اُلفت دل‌های افراد آن است. عزت و حکمت، ویژه‌ی ذات الهی است و او آن را به بندگانی عطا می‌کند که محبت و الفت میانشان بیشتر باشد. پس جامعه‌ای که دل‌های افرادش پراکنده است، به عزت و سربلندی نخواهد رسید، زیرا آنان به‌ظاهر جامعه‌ای منسجم را تشکیل داده‌اند، اما اساس اجتماعشان بسیار پراکنده و سُست است: «تَحسَبُهُم جَمیعاً وقُلوبُهُم شَتّی» (حشر: 14) چون کافران وحدت را در عوامل مادی می‌پندارند، دل‌هایشان متحد نیست و در حقیقت ملتی پراکنده به‌صورت جمع‌اند. این گروه مشمول هیچ خیر و سعادتی نیستند. پس سعادت و عزت برای مؤمنانی است که با االُفت دل‌ها، اجتماع واقعی را شکل داده‌اند. (همان مدرک ، ص 374)

9- ملتی که بخواهد عزیز باشد و استقلال و آزادی‌اش را حفظ کند، لازم است از برخی امکانات رفاهی چشم بپوشد و بعضی از محرومیت‌ها را از جان و دل بپذیرد، زیرا روح توحیدی با رفاه‌طلبی،

اخلاق دینی با خوش‌گذرانی، قناعت‌پیشگی با زیاده‌خواهی و تعبد و طاعت الهی با غفلت و طغیانگری، هیچ هماهنگی و سازشی ندارند. چنان‌که حضرت علی (ع) فرمود: «لاتجتمع عزیمة ووليمة» (شرح غررالحکم، ج 6، ص 371) خداوند در آیه ی 61 سوره‌ی بقره می‌فرماید" وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذِّلَّةُ وَالْمَسْكَنَةُ وَبَآؤُوْاْ بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُواْ يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ النَّبِيِّينَ بِغَيْرِ الْحَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَواْ وَّكَانُواْ يَعْتَدُونَ ، یعنی : که مهر ذلت و مسکنت بر پیشانی آن‌ها زده شد و به دو جهت به ذلت گرفتار شدند: یکی برای کفر و سرپیچی از دستورات خدا و انحراف از توحید به سوی شرک که ناشی از عافیت طلبی و عدم جهاد در راه خدا بود و دیگری کشتن مردان حق و فرستادگان خدا" (مکارم شیرازی، ج 1، ص 281)

10- جامعه ی اسلامی به حکم قاعده ی نفی سبیل، نباید زمینه ی سروری و علو کافران را بر خودشان آماده کنند و قرارداد و حکمی را در تعامل با آن‌ها امضا کنند که موجب استیلای کافر بر مسلم شود، زیرا خداوند حکمی را که موجب سبیل و سلطنت کافران بر مسلمانان شود، جعل نکرده است. عزت در سایه‌ی کفار عزتی دروغین است: «أَيَبتَغونَ عِندَهُمُ العِزَّةَ فَإِنَّ العِزَّةَ لِلّهِ جَميعا» (نساء: 139) (جوادی آملی، ج 10، ص 241).

11- پذیرش سلطه و اخذ ولایت کفار به‌منزله‌ی مبارزه با توحید و شرک به خداوند است. خداوندی خواهان سروری مؤمنین است. حال اگر جامعه ی اسلامی این پیمان را نقض کند و در پی تعامل با کفار برآید، در حقیقت عزت حقیقی خود را، که در گرو ارتباط با خداوند است، از دست داده و ذلت سلطه‌ی کافرین بر خود را پذیرفته است. خداوند مسلمانان را از تعامل با کفار با هر انگیزه‌ای برحذر داشته است و خطر ضلالت را گوشزد می‌کند. به‌عنوان مثال، خداوند در آیه ی 28 آل‌عمران می‌فرماید:" لا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكافِرِينَ أَوْلِياءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنينَ وَ مَنْ يَفْعَلْ ذلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ في شَيْءٍ إِلاَّ أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقاةً وَ يُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَ إِلَي اللَّهِ الْمَصيرُ ، یعنی : ارتباط ولایی با کافران را ممنوع کرده است. ارتباط با کافران با برخی انگیزه‌ها، گناه کبیره و فسق بزرگ و گاه کفرآور است و کسی که با آنان چنین رابطه‌ی ولایی برقرار کند، همانند آنان گرفتار غضب الهی خواهد شد. (تسنیم، ج 13، ص 625) در نتیجه، تعامل با کفار با هر انگیزه‌ای (عزت، صله‌ی رحم، علقه و دوستی، محرم اسرار) و هر نوع رابطه‌ای موجب ذلت و خواری مسلمانان می‌شود، زیرا پذیرش ولایت کافر به معنای پشت کردن به دین الهی است".

12- قرآن مسلمانان را از هرگونه ساده‌انگاری و زودباوری در برابر دشمن برحذر داشته و خواستار هوشیاری در برابر توطئه‌های آنان است. (منافقون: 63) زیرا دشمنی کافران نسبت به

مسلمانان پایان‌ناپذیر است. آیت الله جوادی آملی ذیل آیه ی 71 سوره‌ی نساء می‌فرمایند: قرآن کریم قبل از صدور فرمان جنگ با دشمنان، مسلمانان را به هوشمندی سفارش می‌کند: «یا أَیُّهَا الَّذینَ آمَنوا خُذوا حِذرَکُم» هوشمندی بهترین سلاح است؛ به‌گونه‌ای که بهترین سلاح مادی، نگهداری آن و بهره‌برداری از آن در گرو هوشمندی نیروی مسلح است و «حاذر» کسی است که با بهره‌گیری از عقل و با درایت در برابر دشمن، موضع می‌گیرد. (جوادی آملی، ج 19، ص 464)

13- در جهان امروز، قدرت بازدارندگی و اقتدار یک کشور، دیگر محدود به ادوات نظامی و ثروت نیست، بلکه علم و دانش است که باعث اقتدار و تعیین‌کننده‌ی قدرت یک کشور است. در ساختار نظام استعماری گذشته، استیلای یک کشور بر دیگران، بیشتر از طریق زور و تهدید نظامی صورت می‌گرفت که البته در آن هم دانش اثرگذار بود، اما در نظام ساختاری استعماری امروزه، تکنولوژی و علم است که یک کشور را بر دیگری غالب می‌کند و روش استیلای نوین استعمارگران از طریق علم و دانش است ، یعنی اگر جمهور مسلمین خواهان عزت وسیادت هستند باید به علم ودانش مجهز شوند و براساس حدیث «العلم سلطان من وجده صال فمن لم یجده صیل علیه» (شرح نهج‌البلاغه، ابن ابی‌الحدید، ج 20، ص 319) علم موجب قدرت و عامل سروری است. اگر جامعه‌ای علم را کسب کند، می‌تواند راه نفوذ دیگران را سد کند و همچنین بر دیگران برتری و تفوق خواهد داشت و می‌تواند بر سرنوشت دیگری اثرگذار باشد.

14- براساس آیه‌ی «ولَن یَجعَلَ اللّهُ لِلکفِرینَ عَلَی المُؤمِنینَ سَبیلا...» (نساء: 141) از آنجا که کلمه‌ی سبیل به اصطلاح از قبیل نکره در سیاق نفی است و معنی عموم را می‌رساند، از آیه استفاده می‌شود که کافران از نظر سیاسی و فرهنگی و اقتصادی و خلاصه از هیچ نظر بر مؤمنان نباید چیره شوند. جامعه و دولت اسلامی باید از هر کاری که راه نفوذ کافران و بیگانگان را برای سلطه بر مسلمانان هموار کند، خودداری کنند. همچنین در آیه‌ی 60 سوره‌ی انفال (واعدوالهم ماستطعتم من قوه...) منظور از قوه مفهوم عام است و بدین معناست که در جامعه‌ی اسلامی از قدرت‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، که آن‌ها نیز در مفهوم قوه مندرج هستند و نقش بسیار مؤثری در پیروزی بر دشمن دارند، نیز نباید غفلت کرد. (مکارم شیرازی، ج 7، ص 223) و نیز از آیات مربوط به عزت مسلمانان (نساء: 139 و فاطر: 10)، وصف جامعه‌ی اسلامی با جمله‌ی «فَاستَغلَظَ فَاستَوی عَلی سوقِهِ» که به معنای نیرومندی و بر پای خود ایستادن است (فتح: 48 و 29) و عدم سلطه‌ی کافران بر مسلمانان (آل‌عمران: 28 و 118 و مائده:51 و 52)، لزوم استقلال در

عرصه‌های مختلف برای مقابله با نفوذ کافران که موجب ذلت مؤمنان و سلطه بر ایشان است، استفاده می‌شود

ضرورت استفاده از مدیریت استراتژیک

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسائل سازمانهای امروزی است. پایه های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند قرار دارد و این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره گیرند «مدیریت استراتژیک» خواهد بود .

مزایای مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌ای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت‌هایش به گونه‌ای درآید که اعمال نفوذ نماید (نه اینکه تنها در برابر کنش‌ها، واکنش نشان دهد) و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد .از نظر تاریخی، منفعت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک می‌کند از مجرای استفاده نمودن از روش منظم تر، معقول‌تر و منطقی‌تر راه‌ها یا گزینه‌های استراتژیک را انتخاب نماید و بدین گونه استراتژی‌های بهتری را تدوین نماید. تردیدی نیست که این یکی از منافع اصلی مدیریت استراتژیک است ولی نتیجه تحقیقات کنونی نشان می‌دهد که این فرایند می‌تواند در مدیریت استراتژیک نقش مهم‌تری ایفا کنند. مدیران و کارکنان از طریق درگیرشدن در این فرایند خود را متعهد به حمایت از سازمان می‌نمایند. یکی دیگر از مهمترین منافع مدیریت استراتژیک این است که موجب تفاهم و تعهد هر چه بیشتر مدیران و کارکنان می‌شود. یکی از منافع بزرگ مدیریت استراتژیک این است که موجب فرصتی می‌شود تا به

کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می‌شوند در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثر بخشی آنها افزایش خواهد یافت.

استراتژی بنیاد جهانی سلام(چارچوب ها واصول)

I. فلسفه وتفکر استراتژیک

تدوين استراتژي به بيان ساده گسترش منطقي فرآيند فكري عادي خودمان است . اين شيوه مبتني بر يك فلسفه دورنگري است در يك مفهوم بسيار واقعي تفكر استراتژيك بيان ديدگاهها نسبت به زندگي است همانند هر فعاليت خلاقانه ديگر، زماني مي توان از ابزار تفكر استراتژيك انتظار توفيق بيشتر داشت كه اصول ع لمي خاصي را در ذهن داشته و از پاره اي كاستي ها و نارسايي ها نيز آگاهانه بپرهيزيم (عسگريان حقيقي ، 1371)، استراتژي هاي موفق در زمينه كسب و كار تنها حاصل تحليل هاي كارشناسانه قوي نبوده بلكه نتيجه ، وجود شرايط خاص فكري و ذهني هستند اين بدان معني نيست كه استراتژيست تحليل مسايل را انكارمي كند بلكه تأكيد بر آن است كه تحليل مسايل نقطه شروع بسيار مهم و تعيين كننده اي براي تفكراستراتژيك است و بدون تجزيه و تحليل مسايل ، تفكر و خلاقيت سازنده كمتر وجود دارد . تفكراستراتژيك مستلزم صرف وقت ، بينش ، صبر و فداكاري است(وَاسْتَعِينُواْ بِالصَّبْرِ وَالصَّلاَةِ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلاَّ عَلَى الْخَاشِعِينَ) ولي در بلند مدت سود زيادي دارد.

مديراني كه تفكر استراتژيك دارند قادرند سازمان خود را در پرتو روندها و رويدادهاي گوناگون و روزافزون اين دنياي در حال تغيير ببينند و همبستگي . تفكر استراتژيك پديده چندبعدی بوده ،وقواعدی را بدست می دهدکه مدير عوامل اساسي و مهم رابرای تعيين استراتژی خود تشخيص دهند (ايران نژاد پاريزي ،1373) ، نيست بلكه تشخيص به موقع خصوصيات ميدان رقابت و ديدن » پيش بيني آينده « تفكر استراتژيك فرصت هايي است كه رقبا نسبت به آن غافل هستند . تفكر استراتژيك در مقابل قواعد ساده و عميق ظاهر مي شود . اين قواعد مدل ذهني خاصي را ايجاد كرده و مبناي تصميم گيري هاي روزانه تا جهت گيري كلي سازمان خواهد بود. (دراين مورد به بخش های فراواقعیت گرائی ودورن ناخودآگاه كه دراين دانش نامه آمده است ، توجه شود)، هنري مينزبرگ تفكر استراتژيك را يك نماي يكپارچه از كسب و كار توصيف مي كند(غفاريان وعلي احمدي ، 1382 ، ص .35 متينبرگ 1994). تمايز آشكاري بين تفكراستراتژيك و برنامه ريزي استراتژيك قايل است از ديد وي برنامه ريزي

استراتژيك بر تجزيه و تحليل تمركز داشته و با تعيين و فرموله كردن استراتژي هاي موجود سر و كار دارد . در حالي كه تفكراستراتژيك بر تركيب تأكيد دارد و با استفاده از شهود و خلاقيت يك نگرش منسجم از مؤسسه ايجاد مي كند.

استراتژيست هاي اثربخش داراي تفكر استراتژيك قوي بوده و وضعيت موجود را در بسترمقاصد مورد نظر نگاه مي كنند نشان دادن واكنش هاي مثبت و سازننده در برابر مشكلات ، الهام بخش بودن و ايجاد انگيزه در افراد و مهارت در برقراري ارتباط از جمله ويژگيهاي تفكر استراتژيك است(عليميرزايي ، 1384 ، ص7) ، تفكر به صورت عام و تفكر استراتژيك به طور خاص يك فرآيند است كه بايستي زمينه شكل گيري وپرورش آن فراهم شود . در شكل گيري تفكر استراتژيك عوامل مختلفي دخيل هستند كه بيان آن عوامل در حوصله اين مقاله نبوده و نيا ز به فرصت و جاي مناسبي دارد.

II. سینرژِی مبتنی برترکیب صحیح استعداد ها وامکانات بنیاد است

مدير داراي تفكر استراتژيك تا آن جا كه امكان پذير است از هم نيروزايي استفاده مي كند . هم نيروزايي

بازار ، هزينه ها ، فن آوري و مديريت ، در تفكر استراتژيك و سلامت سازمان نقش دارند(ايران نژاد پاريزي ، 1373 ص19) ، در سايه تفكر استراتژي سينرژي نه تنها زمان انجام دادن كار به نسبت تعداد كساني كه كار مي كند كاهش مي يابد بلكه اثرات بهبود كيفيت كار شركت كنندگان در يك كار يا يك طرح را با بهتر سازمان دادن و بارور ساختن انديشه هاي آن تأمين مي كند . سينرژي در هر صورت بستگي به هدف و مقصد

مشترك دارد،(به تحقیق سوم دانش نامه بنیاد مراجعه شود) .

سينرژي در وجدان وفطرت خدای جوی انسان، سينرژي در مديريت استعدادهای ناخودآگای آنان ، دراخلاق واعتقادات ، در فهم ادراكات حقيقی ، در دانائی وبخصوص علوم ميان رشته ای ، در رعايت اصول مهندسی وفنون اجرائی وغير اينها وتركيب اين ذوات حقيقی با يكديگر ،فراهم ميشود وتمام كسانی كه توانستند در جهان توفيقات برجسته كسب نمايند آز اين خصايص برخوردار بودند واين های همان سرمايه نامحسوس انسانی است كه بايد متبلور شود

III. در تفکر استراتژیک ، به فهم فلسفی نیاز است

مديراني كه داراي تفكر استراتژيك هستند از بينش فلسفي جهت تحق ق آرمان بلند مدت كمك و بهره فراواني مي برند زيرا مديران فيلسوف مديراني هستند كه در كار و تجارت و اداره امور سازمانشان داراي

آرمان هايي فراتر از سود و اهداف مادي هستند . براي مديران فيلسوف ، مديريت محيط كار سنگري براي تحقق اهداف ، رسالت ها و فلسفه هاي اله ي انساني و اجتماعي آن هاست . مديران و فيلسوفان كساني هستند كه در اداره امور يك سازمان اولاً اهدافي انساني اجتماعي و اقتصادي دارند و بخش اقتصادي آن در جهت اهداف انساني و اجتماعي است و ثانياً در فرآيند مديريت امور ، شيوه رهبري انسان ها را اتخاذ مي كنند و با رشد و پرورش انسانها از طريق آنها سازمان را به طرف اهداف تعيين شده از هر نوع هدايت مي كنند(كاشانی ، 1375 ،صفحه 16).

IV. خلاقیت و کارآفرینی در فهم استراتژی با مفهوم سلام

جهاني شدن و تغييرات ناشي از آن موجب الزام سازمان‌ها به نوآوري و كارآفريني شده است. همچنين ماهيت پوياي سازمان‌ها و فعاليت آنها در عرصه رقابت جهاني، الزام ارائه ايده‌هاي نو، راه‌حل‌هاي جديد و افكار تازه را جهت توليد محصولات با كيفيت بالا، قيمت مناسب، متنوع و در حداقل زمان، ممكن كرده است تا مزيت رقابتي را كسب و حفظ كنند.

بر همين اساس اعتقاد به كارآفريني در سازمان‌ها از اهميت زيادي برخوردار بوده و امروزه سازمان‌ها ياد گرفته‌اند كه بايد خلاق، نوآور و كارآفرين باشند؛ به‌طوري كه كارآفريني به‌عنوان موتور رشد و توسعه سازمان‌ها و جوامع شناخته مي‌شود. كارآفريني عبارت است از شناسايي به‌موقع فرصت‌ها و بهره‌برداري از محصولات جديد كه با پذيرش ريسك منطقي آن انجام مي‌پذيرد. در واقع كارآفريني سازماني، فرآيندي است كه در آن محصولات يا فرآيندهاي نوآوري شده از طريق القا و ايجاد فرهنگ كارآفرينانه در يك سازمان از قبل تاسيس شده به ظهور مي‌رسند .

در اين ميان يكي از ديدگاه‌هاي مهم كه فرآيند كارآفريني را به استراتژي‌هاي سازمان پيوند مي‌دهد، گرايش به كارآفريني EO (Entrepreneurial Orientation)است. در واقع گرايش به كارآفريني يك نگرش استراتژيك است كه بر نوآوري، ابتكار عمل و ريسك‌پذيري تاكيد دارد.

در اين راستا بررسي عملكرد سازمان‌هاي ملی وبين المللی ، بيانگر عدم كارآيي و موفقيت آنها در به‌كارگيري موثر و كارآمد منابع انساني و مادي ومنابع معنوی جهت ارائه محصولات (كالا و يا خدمات) جديد و با كيفيت بالا و قيمت مناسب است و سازمان‌ها با اين پرسش اساسي مواجه هستند كه چرا با وجود داشتن منابع مادي و انساني، توانايي ارائه سيستم‌ها و فرآيندهاي كاري نوين، خدمات جديد و محصولات نوآور در ارائه زندگی مطلوب انسانی ندارند ؟ پاسخ باين سوال تاريخی وبسيار جدی

اینست ، زندگی بودن معنا ، ناقض ومحدود کننده بخش بزرگی از لذایذ روحی ، فطری ، وجدانی وغفلت از بیولوژی نص است که در این دانشنامه بمناسبت کلام " سلام " آمده است .

از آنجاكه يكي از علل اصلي عدم موفقيت كارآفريني در سازمان‌ها مي‌تواند نبود شرايط و گرايش كارآفريني در آنها باشد، بنابراين به‌منظور رفع اين مشكلات و تدوين يك استراتژي مناسب براي بهبود عملكرد سازمان‌ها، مطالعه و تبيين مفهوم گرايش به كارآفريني و نيز عوامل موثر بر آن از اهميت بالايي برخوردار است تا مشكلات ورود اثربخش به فرآيند كارآفريني در سازمان‌ها راتبيين و شناسايي شود. و سازمان‌ها بتوانند به‌طور اثربخش وارد فرآيند كارآفريني شوند و محصولاتي جديد و منحصربه‌فرد از طريق به‌كارگيري فرآيندهاي نوين كاري، تكنولوژي‌هاي اطلاعاتي و ارتباطي پيشرفته متناسب با نياز بازارهاي محصول توليد كنند تا سهم بيشتري از بازار محصول را به خودشان اختصاص دهند .

بر اساس نظر كوراتكو، آيرلند، كوين و هورنزبي گرايش به كارآفريني يك رويكرد جهاني است كه هدف آن، توسعه، سازگاري و نوآوري است. به همين ترتيب، اين پديده به‌عنوان كارآفريني سازماني، ذهنيت كارآفرينانه و گرايش به كارآفريني توصيف شده است. اين گرايش از طريق ابعادي نظير انعطاف‌پذيري، نوآوري و عمل‌گرايي، هدف‌گرايي و بهينه‌سازي و ايجاد سازمان‌هاي جديد و نوسازي نشان داده مي‌شود. بنابراين آينده‌نگري، نوآوري و ريسك‌پذيري از جمله ويژگي‌هاي گرايش به كارآفريني محسوب مي‌شود .

باتوجه به نظرات كوين و اسلوين و آيرلند كه معتقدند كارآفريني سازمان در نگرش افراد به آينده‌نگري، نوآوري و ريسك‌پذيري انعكاس مي‌يابد، مي‌توان كارآفريني سازماني را باور جمعي در ميان اعضاي سازمان به‌منظور اينكه سازمان مبتكر، نوآور و ريسك‌پذير شود نيز تعريف كرد.

سير تكاملي گرايش به كارآفريني : قبل از اينكه در مورد مفهوم گرايش به كارآفريني بحث شود، لازم است كه سير تكاملي اين‌گونه گرايش‌هاي كسب‌وكار بررسي شود. هايز بيان مي‌كند كه دهه 1960 متعلق به مفهوم بازاريابي و دهه 1970 بر برنامه‌ريزي استراتژيك متمركز بوده است. الزوير، كريچوف و فليپس به دهه 1980 به عنوان دهه كارآفريني و 1990 را دهه گرايش به بازار معرفي كرده‌اند. همچنين دهه آينده بر تاثير يكپارچه و هم افزاي گرايش بازار و كارآفريني متمركز خواهد شد . اين گرايش‌ها عبارتند از: گرايش توليد، محصول، فروش، بازاريابي، تامين منافع سازمان، مشتريان و

جامعه در مسائل مربوط به اقدامات و سياست‌هاي بازاريابي، گرايش بازار، گرايش به كارآفريني(اين گرايش اشاره به نگرش استراتژيك داشته كه بر نوآوري، ابتكار عمل و ريسك‌پذيري) تاكيد دارد .

امروزه ميزان كارآفريني سازمان‌ها و ارتباط آن با عملكرد ازجمله مهم‌ترين موضوعات مورد بحث توسط محققان و انديشمندان است. به همين دليل درك و تبيين مفهوم گرايش به كارآفريني ضروري است. گرايش به كارآفريني عبارت است از: گرايش به سطوح نسبتا بالايي از رفتارهاي ريسك‌پذير، نوآورانه و مبتكرانه در سطح سازمان كه منجر به آثار قابل قبول سازماني مي‌شود.بارت و وينستين معتقدند كه بايد مقياس‌هاي اندازه‌گيري براي ارزيابي رفتارهاي مرتبط با نگرش استراتژيك ارآفريني طراحي و عملياتي شود.

مقياس گرايش به كارآفريني بر سه بعد از بنيان گرايش به كارآفريني شامل ريسك‌پذيري، نوآور بودن و ابتكار عمل داشتن، متمركز است كه به‌طور گسترده در تحقيقات كارآفريني سطح سازمان مورد استفاده قرار گرفته است و توسط ميلر و فرايزن معرفي شد .بنابراين يكي از ديدگاه‌هاي مهم كه فرآيند كارآفريني را به استراتژي‌هاي سازمان پيوند مي‌دهد، گرايش به كارآفريني است. براساس اين ديدگاه، هر سازماني مي‌تواند در طيفي از منفعل يا محافظه‌كار تا فعال و موثر يا كارآفرين قرار گيرد. زماني كه سازمان فعال است در استراتژي‌هاي سازماني‌اش، نوآوري، ابتكار عمل و پيشتازي و نيز ريسك‌پذيري را در نظر مي‌گيرد و در مقايسه با سازمان‌هاي منفعل بر شناسايي، ارزيابي و بهره‌برداري از فرصت‌ها تاكيد بيشتري مي‌كند.

گرايش به كارآفريني (EO) يك چارچوب مفيد را براي فهم فرآيندها و فعاليت‌هاي درون كارآفريني سازمان فراهم مي‌كند و نوعي گرايش استراتژيك را به سازمان القا مي‌كند. در سال‌هاي اخير مفهوم كارآفريني از سطح فردي به سطح سازماني منتقل شده است و رايج‌ترين مفهوم كه در تجزيه و تحليل كارآفريني سطح سازمان مورد استفاده قرار گرفته، گرايش به كارآفريني است. ميلر گرايش به كارآفريني را يك پديده سازماني در نظر گرفته كه نسبت به كارآفريني يك رويكرد استراتژيك ارائه مي‌كند. كوين و اسلوين پيشنهاد كرده‌اند كه EO به‌عنوان بعد گرايش استراتژيك يك سازمان در نظر گرفته شود و اينكه EO گرايش رقابتي سازمان1 را نشان مي‌دهد.

به عبارت ديگر EO به‌عنوان نگرش استراتژيك سازمان تعريف مي‌شود كه گرايش رقابتي سازمان را نشان مي‌دهد. نگرش استراتژيك سازمان مي‌تواند در طيفي از محافظه كاري تا گرايش به كارآفريني

قرار گيرد. سازمان‌هايي كه در طيف كارآفريني قرار دارند، ريسك پذير و نوآور بوده و به‌طور فعال عمل مي‌كنند. بر عكس سازمان‌هاي محافظه كار، سازمان‌هايي هستند كه ريسك‌ها را به حداقل مي‌رسانند، نوآور نيستند و به‌طور مبتكرانه و پيشتاز عمل نمي‌كنند. اين‌گونه سازمان‌ها شبيه به سازمان‌هاي انطباقي (Adaptive organizations) و سازمان‌هاي با استراتژي تدافعي3 هستند. ابعاد EO از طريق ريسك پذيري، نوآوري و ابتكار عمل يا پيشتازي شناخته مي‌شوند، بنابراين استراتژي كارآفريني از طريق توجه به ابعاد نوآور بودن، ريسك‌پذيري و ابتكار عمل محقق مي‌شود.

كوين و اسلوين معتقدند كه گرايش به كارآفريني بر تمايل به نوآور بودن، ابتكار عمل داشتن و ريسك‌پذيري مبتني است. بنابراين سازمان‌ها مي‌توانند با تكيه بر نوآوري، ابتكار و ريسك‌پذيري به خواسته‌ها و نيازهاي متغيير و متنوع محيطي پاسخ بدهند. درجه گرايش به كارآفريني سازمان‌ها به ميزان نوآور بودن، ابتكار عمل داشتن و ريسك‌پذيري بستگي دارد. كارآفريني به مجموع تلاش‌هاي نوآوري، نوسازي و كارهاي خارق العاده سازمان‌ها جهت پويايي و بهبود عملكرد سازمان اطلاق مي‌شود و گرايش به كارآفريني، فرآيندي است كه بر اساس آن مديران تعيين مي‌كنند كه چگونه يك كسب‌وكار جديد را پذيرفته و راه‌اندازي كنند. خلاصه‌اي از تعاريف گرايش به كارآفريني توسط پژوهشگران مختلف در جدول ارائه شده است.

بنابراين EO به‌عنوان رفتار استراتژيك تعريف مي‌شود كه با اشتياق به سرمايه‌گذاري در نوآوري يا در توسعه محصول جديد و تغييراتي در محصول درگير است و از طريق شناسايي فرصت‌ها و بهره‌برداري از آن و نيز تاكيد بر آينده‌نگري و ترسيم چشم‌اندازكسب و كار به‌منظور كسب مزيت رقابتي شناخته مي‌شود.كارآفريني بر ورود به بازارهاي جديد به‌منظور كسب رشد اقتصادي متمركز است. از سوي ديگر گرايش به كارآفريني يك بنيان رفتاري (Behavioral construct)است كه فرآيند ايجاد كسب و كارهاي كارآفرينانه جديد (New venture creation) را تشريح مي‌كند .كارآفرينان از طريق ارائه تكنيك‌هاي جديد توليد، تخصيص منابع به فرصت‌هاي جديد، ورود به بازارهاي جديد و وارد كردن فشارهاي رقابتي جديد بر رشد اقتصادي تاثير مي‌گذارند .

در كارآفريني با رويكرد سلام وروش های انطباقی آن دراين باب ، به عنوان رويكرد رقابتی سلام (salaam competitive orientation)(منتهی با شرايط خاص اسلام در مسئله رقابت)، به كارآفريني پرداخته ميشود كه الگوی نوينی را در هزاره سوم به

جهان ارائه نماید ، دراین الگو روحیه برتری طلبی به روحیه امر به معروف ونهی از منکرات ، رقابت به همکاری سازنده ومشارکت سینرژی زا وامثال اینها تغییر میکند که درتحقیقات پنجم (سیاست ها) وششم (ساختار وتشکیلات) خواهد آمد .

موضوع راهبرد دراسلام با رویکرد سلام

تمام موضوعات سلام در 443 ردیف ومشتمل بر آیات قران واخبار معصومین (ع) ، با مدل های تعیین استراتژی وبخصوص با مدل SWOT ، در تصمیم سازی وتصمیم گیری مدیران ارشد بنیاد سلام باید به نقشه راه (Road Map) تبدیل واجراء شود، عناوین مهم ومستخرجه از جدول شماره یک ، در تحقیق شماره یک بشرح زیر است :

ردیف 6- ایجاد کمیته فقهی برای رعایت اصول وفروع سلام ومرزبانی از آموزه های نو وکارافرینانه بنیاد سلام در آینده.

ردیف 10- ایجاد اتحادیه سلام وتنظیم راهبردهای آن بصورت شبکه های خوشه ای ومنظومه های گسترش آموزه های بنیاد سلام در سطح ملی وبین المللی .

ردیف 12- زندگی شناختی سلام با اصولی که دراین دانش نامه آمده است وراهبرد های آن

ردیف 19- راهبرد های ویژه مالی وبنیاد وپرتفلیوی آن براساس آموزه های قرآنی وراهبردهای حقیقی امامان معصوم (ع) .

ردیف 20 – کرامت انسان وراهبرد های خاص آن

ردیف 21- خیریه با انتخاب مکتب خاص سلام وخیریه هدف دار وراهبرد های توسعه ای(Development Strategies).

ردیف 22- راهبرد های نفوذ (Panetration Strategies)در سازمان های بین المللی برای ممیزی عهد نامه های صلح وحل وعقد های آن بصورت ملت نهاد شهروند سلام (NGO).

ردیف 44- راهبرد های نوآوری ، خلاقیت وکارآفرینی بنیاد بصورت الگوئی برای شهروندان ، امورخیریه ، زندگی شناختی وغیره .

ردیف 49- راهبرد های مدیریت بنیاد بر اساس اسلام

ردیف80- راهبرد های کمپین آموزه های سلام در جهان

ردیف 92- راهبرد های فرهنگ سازی وتغییر واصلاح اعمال براساس آموزه های اسلام

ردیف 107 – تغییر اساسی در روش های آموزشی وراهبرد های آن

ردیف 113- راهبرد های شیوه های نوین تحقیق براساس گزاره های صحیح وداده های مفسسران حکیم

ردیف 120 – تعیین استراتژ ی های حزب سلام در جهان با مفهوم قرآنی آن .

ردیف 154- راهبرد های کار شایسته سلامی در بنیاد سلام

ردیف 175- ایجاد انواع کرسی های مورد نظر در بنیادسلام برابر جدول شماره یک وراهبرد های آن

ردیف 190 – تعیین راهبرد های تحقیقاتی روان شناسی اسلامی در اندیشکده وپژوهشکده سلام

ردیف 267- رهبری حکیمانه بنیاد سلام وراهبرد های آن

ردیف 272- تعیین راهبردی های اقتصادی بنیاد سلام

ردیف 301 – تعیین راهبرد های تاسیس وگسترش مراکز علمی وفناوری بنیاد سلام

ردیف317 – راهبرد های زبان شناسی وتنظیم قراردادهای اجتماعی

ردیف 397- راهبرد های توسعه نشاط ، شادی ومفاهیم خوشبختی در حوزه فعالیت های بنیادسلام

ردیف 413- راهبرد های بیولوژِی نص در بنیاد سلام وتدوین نویه پدیدار شناسی ونشانه شناسی

نوآوری در تبیین وتدوین استراتژی(Renewal in Strategy)

نقطه های آغاز در نوآوری تدوین استراتژی با رویکرد سلام به شرح زیر است :

1- توجه به طبقه بندی اصول فقه ای در مکتب سلام به کتاب (قرآن)، سنت(رسول الله ص) ، عقل واجماع وتحقیق تطبیقی – توصیفی آن با دانش بدست آمده بشری

2- اهتمام به علوم میان رشته ای در نوآوری وخلاقیت وکارافرینی .

3- بسنده نکردن به علوم ودانش اکتسابی از طریق دانشگاه های رایج

4- ورود به تجزیه وتحلیل وتعلیل در اصول فقه ای واحکام نوین مورد نیاز عصر دانائی

5- زبان شناسی وهرمنوتیک خاص بنیاد سلام

6- باید گزاره هائی تولید کنیم که تحلیل‌های چند لایه‌ای است که خود اصولی ها هم نمی‌داند تولید کند(میان رشته ای وآشتی علوم جدید با علوم اسلامی)

7- ورود مباحث جدید نظیر عدالت قلمروها

8- آیا تخصص حجیت واجتهاد را توجیه میکند (مکتب جدید سلام)

9- فلسفه وعلم اصول ومکتب جدید سلام

10- علم اجمالی به شرح زیر مراجعه شود: علم اجمالی متعلق به شیعه است وبهمین علت به علوم دنیا نزدیکتر است ،«علم دیگری را ضمیمه کنید تا این درست شود (علم ضمنی) میان رشته ای .

11- صاحب این علم هستی، چون نمی‌دانی و متردد هستی که این جامع را بر موارد بیرونی منطبق کنی ، یعنی از علم جامعه اصول به جزئیات علم تخصصی

12- توجه به علم اجمالی«اگر علم تفصیلی به علم جامع ضمیمه شود، آن علم اجمالی می‌شود"

13- علم انکشاف : یعنی اگر علم دیگری در کنار این علم جامع باشد، باید چیزی منکشف شود» یعنی قاعده‌ای را با آن می‌سازد و قاعده این است که علم انکشاف است و انکشاف منکشف می‌خواهد

14- در هرمنوتیک فهم‌شناسی مطرح میشود ، نه اینکه قواعدی در اختیار فهم قرار داده می‌شود تا به کمک آنها، چیزی را فهم کنید، مثل قاعده‌ی حجیت. باید قواعد حاکم بر فهم و خود جریان فهم در اصول بحث شود،

15- بررسی دقیق حقیقت ، واقعیت ، نسبیت در مباحث نظری

مکتب شناسی در تدوین راهبرد

موضوع مکتب شناسی براساس چه اصولی، چه فقهی و چه قاعده ای (قواعد فقهی مرتبط با کلمه سلام) با ید باشد ، این موضوع از جمله فعالیت‌های علمی بسیار مهم و در عین حال سخت است که کمتر انجام گرفته و دارای تأثیرات شگفت و شگرف در اجتهاد است ودر مورد تدوین راهبرد مورد غفلت قرارگرفته است بسیاری از تضییع فرصت‌ها، تأخیر در ابداعات و ابتکارها و ضعف در پاسخ‌گویی به نیازها، ناشی از عدم مطالعات ناظر به مکتب و به تعبیری، ناشی از عدم مکتب شناسی است. حتی فراتر، بسیاری از آسیب‌های شکل گرفته یا وجود علم‌نماها در فقه و اصول، ناشی از نبود نگاه مکتب شناسی است. مقصود از گزاره های علم نما آن دسته از گزاره هایی است که درحکمت یا اصول شکل گرفته اند، در حالی که از ماهیت و محتوای علمی، محروم هستند و فضاهای علم را پر کرده‌اند و به تعبیر مرحوم آیت الله بروجردی (که در ارتباط با اصول، این تعبیر را بکار گرفته اند) موجب تورم اصولی شده است؛ یعنی گزاره هایی هستند که فارغ از محتوا، ولی پر از حرف‌های زائد و بصورت متورم هستند، بگونه‌ای که جلوی چشم‌ها را می‌گیرند و روند علم را کند می‌کنند و به آن ضربه و آسیب می‌زنند. اینها ناشی از فقدان مطالعات روش شناختی است و طبعاً عمده‌ی مطالعات نهفته در مکتب شناسی، روش شناختی است. این جلسه به «مکتب شناسی اصول» اختصاص پیدا کرده است. مکتب شناسی اصول را به چند روش می‌توان انجام داد:

مکتب شناسی به معنای تعریف مکتب، بیان ماهیت مکتب، معرفی مؤلفه های مکتب، روش دستیابی به مکتب و بررسی ضرورت، اهداف و جایگاه آن از حیث علمی که آیا فلسفه ی فقه است و غیره. مکتب شناسی به معنای پاسخ گفتن به مجموعه ای از سؤالات است که بعضاً از نوع سوالات استراتژیک است ،مکتب شناسی تاریخی، بدین معنا که از ابتدای زمانی که فلسفه پدید آمده است، چه نوع مکتب های اصولی شکل گرفته‌اند و جلو آمده‌اند، این مکتب ها چه تطورات و تحولاتی را از سر گذرانده اند و اینک در چه نقطه‌ای قرار دارند. پس مکتب شناسی، یک مکتب شناسی تاریخی است؛ دربحث اسلام وفلسفه تاریخ ، اصرار وابرار براین است که مکتب هر اصلی را در دل تاریخ مطالعه کنید، از زمان که پدید آمده است تا الان که در یک جایگاهی قرار دارد. طبعاً در چنین مطالعه‌ای بر یک مکتب خاص تمرکز نمی‌شود، بلکه بر سیر تطوری و تحولی مکتب تمرکز می‌شود. در ابتدا چه ریشه‌هایی پدید آمد؟ چه زمان مکتب اولین و نخستین شکل گرفت؟ در پی آن مکتب نخستین چه تحولاتی بروز پیدا کرد؟ دومین مکتب چه مکتبی بود؟ آیا مکتب های هم ارزی در یک مقطع زمانی پدید آمده‌اند یا نه؟ آیا این سیر تصاعدی بوده یا رو به افول

و تنزل نهاده است؟ مثلاً مفهوم استراتژی که از ماهیت جنگ سر درآورده است ، آیا با همان مفهوم ، تداعی شده وگونه های دیگر در جنب آن بوده وبا در تعالی کلامی به بازار وفناوری وسایر حیطه های مدیریتی جریان یافته است ، ورقیب در بازار بمثابه یک دشمن تلقی میشود ، بازار ها مرز بندی می گردد وقلمروهای بودن سند پیدا کرده وپروتکل ها براین اساس تنظیم میشود ، بسیاری از نوع ، اصول مکتب راهبردها در واژه سلام می توان تحلیل نمود.

مطالعه‌ی دیگری هم می‌توان در باب مکتب داشت و آن این است که ما مکتب مطلوبی را عرضه کنیم و بگوییم مکتب مطلوب و اصولیِ درست این است. به اصطلاح یک مطالعه‌ی هنجاری داشته باشیم، نه صرفاً مطالعه‌ی توصیفی. در چنین مطالعه‌ای ممکن است نقدهای بسیاری را متوجه مکتب های راهبردی موجود غرب کنیم و کاستی‌های آنها را برشماریم و مکتبی را به دلخواه تفکر و اندیشه‌ی خویش برپا داریم و عرضه و پیشنهاد کنیم. این هم یک مطالعه ی ویژه نسبت به مکتب شناسی است که طبعاً جایگاه آن متأخر از مطالعات قبلی است؛ یعنی باید مطالعات قبلی را سامان دهیم تا بتوانیم بر مسند ارائه‌ی یک مکتب بنشینیم و مکتبی را ارائه و عرضه کنیم.

آنچه که در این دانش پی گرفته شده ودر بخش آینده به تفصیل بیشتری نیاز دارد ، محوری از محورهای مطالعه‌ی از سنخ مکتب شناسی سلام است که پیش درآمدی برتمام هنجارهای بنیاد سلام است. مکتب چه تعریفی و مؤلفه‌هایی دارد، نقطه‌های کانونی و اصلی محل تحول و یا شکل‌گیری مکتب در اصول کدام هستند. مولف بحث را بیشتر متوجه این محور مطالعاتی اول یا چیستی وچرائی سلام در تحقیق نخست می کند.

مناسبات چیستی وچرائی سلام که محور،یعنی ساختار اصول فعالیت های بنیاد دردانش نامه شکل می دهد ،می‌تواند یکی از کانون‌های شکل‌گیری مکتب باشد به این معنا که اگر یک اندیشمند اصولی یک ساختاری به اصول بدهد و یک ترتیبی را برای آن ارائه کند و با این ساختار ممکن است یک نقطه‌های عزیمت و زاویه‌های دیدی، یک افق‌گشایی‌های فکری و اندیشه‌ای در اصول پدید آید که در صورت جلو رفتن در آن و تولید اندیشه بر اثر این نقطه‌های عزیمت ملهم از ساختار است چون ساختار الهام می‌بخشد ، و اگر کسی این ساختار را تکمیل کند و تعمیق ببخشد و بازسازی کند، فضای الهام بخشی را ایجاد کرده است که این فضای الهام بخش ممکن است اصول را در یک مسیر دیگری قرار دهد، مسیر تعمیق بیشتر. این یکی از این کانون‌ها است.

گزاره‌هایی که بجای آمار وداده های کذب وغیر قابل اهتماد قرار میگیرند محتوای آنها همان قواعد اساسی برای اصول مکتب است. می‌دانیم که اصول آمده تا به تمهید و اعداد قواعدی بپردازد که این قواعد در استنباط مورد استعمال و بکارگیری قرار بگیرد و فقه سلام بر اساس این قواعد شکل بگیرد. پس محتوای بخشی از گزاره‌های اصولی همان «القواعد الممهده» هست مثل قاعده‌ی انصراف، قاعده‌ی حجیت ظهور، قاعده‌ی حجیت خبر واحد، اینها گزاره‌های اصولی هستند. شما اگر در اصول گفتید «خبر الآحاد الحجه» این یک گزاره‌ی اصولی است که محتوای آن یک قاعده‌ی اصولی است که «اعدت» برای فقه. پس بخشی از گزاره‌های اصولی، قواعده ممهده ؟برای استنباط است ولی همه ی آن این نیست.

در نگاه مکتبی ، مدیری کسی که تحلیل ندارد، تفکر راهبردی ندارد، او یک مقلد است عمدتاً غرب زده ، کسی که در فقط چند قاعده بیان می‌کند و پرونده‌ی بحث را می‌بندد، اصولی نیست، چون تحلیل‌گر نیست. اصولی به اینجا که می‌رسد، بساط اصلی فکر و فهم ، تحلیل و ابتکار همین حوزه‌ی مطالعاتی است که اسم آن را تحلیل اصولی گذاشتیم. در این تحلیل اصولی نوعاً یک اندیشمند اصولی به یک یا چند قاعده مراجعه می‌کند، حالا گاهی به این قاعده تصریح می‌کند و گاهی در ارتکاز او یک قاعده‌ای است از آن قاعده برمی‌آید و تحلیل خود را بنیان می‌گذارد. قواعدی که در تحلیل اصولی بکار گرفته می‌شود، مختلف هستند. بعضی از آنها فلسفی، بعضی از آنها کلامی (این کلام غیر از آن کلامی است که گفتیم منبع است و از آن تولید گزاره‌ی قاعده‌ای می‌شود و نباید با آن خلط شود) بعضی از آنها عقلایی، بعضی از آنها قاعده‌ی نحوی و بعضی تحلیل‌های چند لایه‌ای است که خود اصولی هم نمی‌داند. از یک نقطه شروع می‌کند، به جلو می‌رود و تحلیل می‌کند، ولی از یک قاعده‌ای شروع کرده است.

اهمیت گزاره بجای داده (predicate instead data)در تدوین استراتژی

موضوع داده کاوی(Data Mining) شناخت چیزهای جدید و با ارزش ، بالقوه مفید ، رابطه های منطقی و الگوهای موجود در داده ها است در جوامع مختلف یافتن الگو های مفید در داده ها با عناوین متعددی (مانند داده کاوی) بیان می شود . برای مثال از عنوان هایی نظیر استخراج دانش ، کشف اطلاعات ، برداشت اطلاعات ، پردازش الگوهای داده ها می توان نام برد .

عبارت « داده کاوی » توسط آمار شناسان ، محققان پایگاه های داده ها و سیستم های اطلاعات مدیریتی و جوامع بازرگانی به کار برده می شود . عبارت کشف دانش در پایگاه داده ها عموما برای اشاره به فرایند کلی کشف دانش مفید(Usefull science) از داده هایی که داده کاوی گام مهمی دراین فرایند

است ، مورد استفاده قرار می گیرد گام های دیگری در فرایند کشف دانش در پایگاه داده ها نظیر آماده کردن داده ها ، انتخاب داده ها ، تمیز کردن داده ها و درک درست از فرایند داده کاوی مـــوجب می شود تا اطلاعاتی که برای ما مفید هستند از داده ها استخراج شوند . داده کاوی از تحلیل های سنتی داده ها و رویکردهای آماری نشات گرفته است به طوری که شامل فنون تحلیلی ای است که از شاخه های دیگری تشکیل شده است ، مانند ، تحلیل های عددی الگوهای سازگار و سطوحی از هوش مصنوعی مانند یادگیری ماشین ، شبکه های عصبی و الگوریتم های علوم مختلف ، با وجود این بسیاری از داد ه کاوی ها بر روش های سنتی و رویکردهای تحلیل داده های مبتنی بر فرضیه تکیه دارد . اساسا دو رویکرد برای داده کاوی وجود دارد که از لحاظ ایجاد و طراحی مدل و یافتن الگوها با هم فرق دارند اولین رویکرد که مربوط به ساخت مدل است (جدا از مشکلاتی که ذاتا در مجموعه داده های بزرگ وجود دارد) مشابه روش های کاوشگرانه آماری مرسوم است. دراین حالت هدف این است تا خلاصه های کلی ازمجموعه ای ازداده هـــا برای شناخت وتـــوضیح خصوصیت های اصلی شکل توزیع به دست آوریم . مثال هایی از این قبیل مدل ها شامل تحلیل خوشه های بخشی از مجموعه داده ها مدل رگرسیونی برای پیشگویی و قاعده رده بندی با ساختار درختی است ،نوع دوم رویکرد داده کاوی ، رویکرد تشخیص الگو است . این رویکرد سعی بر آن دارد . تا انحراف هایی هرچند کوچک (از حد مطلوب) را تشخیص دهد (که در هر صورت حائز اهمیت هستند) ، تا الگوها و روند های غیر معمول نمایان شود . مثال هایی نظیر الگو های نامعقول (برای تشخیص کلاهبرداری) در استفاده از کارت های اعتباری و موضوع هایی که الگوهایی با ویژگی های نا مشابه با سایر الگو ها دارند از این نوع کارهای حرام ومنکرات است . این دسته از راهبردها ست که موجب می شود تا داده کاوی به عنوان علم جستجوی اطلاعات با ارزش از بین توده عظیمی از داده ها به حساب آید . به طور کلی در پایگاه های داده ای کسب و کار (تجاری) ضعف درک الگو ها به خاطر پیچیدگی زیاد آن هاست . این پیچیدگی ها در اثر ناپیوسته بودن ، نامفهوم بودن و کامل نبودن به وجود می آیند. هر چند اکثر الگوریتم های داده کاوی می توانند اثر این گونه خصوصیت های نامربوط برا در تشخیص الگوی اصلی تمییز دهند ، ولی قدرت پیش گویی الگوریتم های داده کاوی با افزایش این انحراف ها کاهش می یابد(موارد مطروحه فوق حاکی از دومطلب مهم در داده کاوی ها وتجزیه وتحلیل از طریق داده های پردازش شده بوده که یکی مربوط به داده های غلط آماری وکذب وبخصوص در حوزه اقتصاد وبازار ونظیر اینها بوده ودوم اینکه دراین روشهای تحلیلی ، با فقدان شدید مفسران داده ها وصحت وسقم آنها روبرو میشوید دراین به مجموعه کتب علم مفید از مولف مراجعه شود - مولف) .

تعاریف داده کاوی

نگاهی به ترجمه لغوی داده کاوی به ما در درک بهتر این واژه کمک می کند . واژه لاتین Mine به معنای استخراج از منابع نهفته و با ارزش زمین اطلاق می شود . ادغام این کلمه با Data به معنی داده بر جستجویی عمیق از داده های قابل دسترس با حجم زیاد برای یافتن اطلاعات مفید که قبلا نهفته بودند ، تاکید دارد، داده کای دارای تعریف های مختلفی است این تعریف ها به مقدار زیادی به پیش زمینه ها و نقطه نظرهای افراد بستگی دارد . هر نویسنده ، محقق و کابر با توجه به پیش زمینه ها و نقطه نظر های افراد بستگی دارد . هر نویسنده ، محقق و کاربر با توجه به دیدگــاه و نوع نگرش خود تعریف های مختلفی از داده کاوی ارائه کرده اند به عنوان مثال می توان به چند تعریف داده کاوی که در ادامه آمده است اشاره کرد:

1. داده کاوی استخراج اطلاعات مفهومی، ناشناخته و به صورت بالقوه مفید از پایگاه داده می باشد
2. داده کاوی علم استخراج اطلاعات مفید از پایگاه های داده یا مجموعه داده ای می باشد
3. داده کاوی استخراج نیمه اتوماتیک الگوها، تغییرات، وابستگی ها، نابهنجاری ها و دیگر ساختارهای معنی دار آماری از پایگاه های بزرگ داده می باشد .
4. داده کاوي عبارت است از فرايند استخراج اطلاعات معتبر ، از پيش ناشناخته ، قابل فهم و قابل اعتماد از پايگاه داده هاي بزرگ و استفاده از آن در تصميم گيري در فعاليت هاي تجاري مهم .
5. اصطلاح داده کاوي به فرايند نيم خودکار تجزيه و تحليل پايگاه داده هاي بزرگ به منظور يافتن الگوهاي مفيد اطلاق مي شود
6. داده کاوي يعني جستجو در يک پايگاه داده ها براي يافتن الگوهايي ميان داده ها

در مجموع وبا توجه به آراء ونظریات دانشمندان ومفسران علوم منبعث از داده پردازی ، می توان دریافت که ، در همه موارد ، توسل به تحلیل های عددی صحیح نبوده وحتی گمراه کننده است واتکا به گزاره های صحیح وقابل اعتماد وبخصوص در این تحقیق (دانش نامه بنیاد سلام) مرجّح است . بسیاری از این ترجیحات مربوط به کشف حقایق از طریق علم مفید وقواعد غیر حسی – ابطالی است که به تدریج جای خود را در علوم جدید نظیر نشانه شناسی ، پدیدار شناسی ، زبان شناسی ، روان شناسی ، زیست شناسی واز این قبیل ، باز کرده است وتوفق حقایق را بر واقعیت های کاذب به اثبات میرساند

1- تحقيق پيمايشي (Survey)

پيمايش مجموعه اي از روش هاي منظم و استاندارد شده است كه براي جمع آوري اطلاعات در بارة افراد ، خانواده ها ، عوامل ضعف و قوت و يا هر مجموعه ديگر مورد استفاده قرار مي گيرد.

جمع آوري اطلاعات از طريق كتاب خواني ، بررسي اسناد و يا از طريق پرسش از افراد خبره كه بطور منظم انتخاب شده و در گروه هاي نمونه دسته بندي شده اند ، اين روش وضعيت موجود را با عوامل متغير يا عوامل بحراني موفقيت CSF (Critical Success Factors) به وضعيت جديد تبديل كرده و يا به وضع مطلوب ميرساند. وضعيت مطلوب همان اهداف مورد نظر تحقيق است ، اهداف مربوط به بررسي SWOT نظام جمهوري اسلامي ايران از طريق تشخيص عوامل CSF و تبديل آنها به شاخص ها و تجزيه و تحليل فاصله حاصل از شاخص موجود به مطلوب در طول زمان برنامه هاي توسعه است .

شايان ذكر است كه در روش توصيفي ، كليه CSF ها به شاخص هاي كمي تبديل شده و از نظر آماري قابل تجزيه و تحليل مي باشند و مي توان از داده هاي سخت بجاي داده هاي نرم استفاده كرد .

2- **روش توصيفي** (Descriptional Method)

هدف تحقيق در اين روش توصيف عيني، آماري و واقعي و منظم يك پديده ، رويداد يا موضوعات مورد نظر است به عبارت ديگر پژوهشگر سعي دارد تا آنچه هست را بدور از هر گونه استنتاج ذهني ضبط كرده و بطور منظم تحليل و گزارش نمايد . در اين نوع تحقيق ، توصيف ، ضبط ، تجزيه و تحليل شرايط موجود (نظير نقاط قوت و ضعف كشور) ، توصيف منظم موقعيتي ويژه يا حوزه مورد عمل را بصورت واقعي و عيني بررسي نموده و با استفاده از تجزيه و تحليل محتوا و روش هاي توصيف آماري (Statistical Description) نظير فراواني ، درصد گيري ، رسم نمودارها و غيره به گزارش دهي بپردازد .

3- تجزيه و تحليل اطلاعات و داده هاي كيفي

براي تجزيه و تحليل داده هاي كيفي ، از طبقه بندي اطلاعات استفاده خواهد شد ، تجزيه و تحليل داده ها از پرسش نامه ها نيز عمدتاً با استفاده از تجزيه و تحليل محتوا و روشهاي آماري توصيفي صورت خواهد پذيرفت .

جنبه‌های فرهنگی به هنگام انتخاب راهبرد:

هر سازمانی یک فرهنگ دارد. فرهنگ دربرگیرنده مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، نگرشها، عادت‌ها، هنجارها، شخصیت ها و قهرمانان (مرد و زن) مشترک است که سازمانی را توصیف می نماید. فرهنگ تنها راه منحصر به فردی است که سازمان کار یا فعالیت خود را بدان گونه انجام می دهد. فرهنگ جنبهٔ انسانی سازمان است که با همبستگی هدف مشخص می شود، هنگامی که راهبردها تغییر کنند، فرهنگ موجب تقویت تعهدات و افزایش بهره وری در سازمان می شود. همهٔ انسان‌ها دارای یک نیاز اصلی هستند، می خواهند به دنیای خود معنی و مفهوم بدهند، چنین احساس کنند که آن را تحت کنترل دارند و برای آن مقصد و هدف تعیین کنند. هنگامی که رویدادها این هدف یا مقصد را مورد تهدید قرار دهند، افراد واکنش دفاعی از خود نشان خواهند داد. حتی امکان دارد مدیران و کارکنان برای حفظ وضع موجود در برابر تغییرات و راهبردهای جدید دست به خرابکاری بزنند. به نفع مدیریت راهبردی است که از دیدگاه فرهنگی نگاه کند، زیرا اغلب موفقیت به میزان حمایتی بستگی دارد که فرهنگ سازمانی از راهبردها بنماید. اگر راهبردهای سازمان مورد حمایت محصولات فرهنگی (مانند ارزشها، باورها، مراسم، آیین‌ها، جشن‌ها، داستان‌ها، نمادها، زبان، قهرمانان مرد و زن) قرار گیرد، آن گاه مدیران می توانند هر نوع تغییری را به سرعت و بسیار راحت انجام دهند. ولی اگر برای فرهنگ پشتیبان وجود نداشته باشد و بذر چنین فرهنگی را در نهاد سازمان نیفشانده باشند، آن گاه تغییرات، ناموفق و حتی ضد تولید خواهند بود، امکان دارد فرهنگ سازمانی در برابر راهبردهای جدید به مخالفت برخیزد و نتیجه آن چیزی جز ابهام و سردرگمی نخواهد بود.راهبردهایی که نیاز به تغییرات فرهنگی کمتری دارند احتمالا جذاب تر، می‌باشند، زیرا تغییرات عمده و زیر بنایی، به صرف وقت و نیروی قابل ملاحظه‌ای نیاز دارند. هرگاه دو سازمان در هم ادغام شوند، مسأله ارتباط فرهنگی از اهمیت خاصی برخوردار می¬شود و باید به آن توجه ویژه نمود.

فرهنگ بیانگر مشکلاتی است که سازمان به هنگام تغییر مسیر راهبردی با آن رو به رومی شود. به گفته زیر توجه کنید:یک فرهنگ " مناسب " تنها مبنای موفقیت و تعالی سازمان را مشخص نمی کند، بلکه موفقیت یا شکست اصلاحات سازمان حول محور فراست و توانایی مدیریتی می‌چرخد که می خواهد با توجه به تغییر در راهبردها در زمان فرهنگ حاکم بر سازمان را تغییر دهد.

باید بدانیم همه انسانها در فلسفه سیاسی نظام ها ونیزهمهٔ سازمان‌ها سیاسی اند، اگر اصول سیاسی مورد توجه قرار نگیرند، می توانند مقدار زیادی از وقت ارزشمند سازمان را به هدر دهند، هدف‌های سازمانی

را متزلزل نمایند، نیروهای انسانی را منحرف کنند و سر انجام موجب از دست رفتن عده زیادی از کارکنان ارزشمند سازمان شوند(این اصول در بنیاد جهانی سلام برمبنای سلام است). گاهی تصمیماتی را که برای اتخاذ راهبردها می گیرند بر پایه تعصبات سیاسی و سلیقه‌های شخصی قرار می گیرد که کاری نابهنجار است. سیاست‌های داخلی بر فرایند گزینش راهبردهای سازمان اثرات زیادی دارند. از یک سو، سلسله مراتب فرماندهی در سازمان و از سوی دیگر، آرزوهایی که افراد مختلف برای مسیر شغلی آینده خود دارند و سر انجام به تخصیص منابع (همه اینها) موجب تشکیل ائتلاف‌هایی از افرادی می شود که می کوشند نخست خواست‌هایی خودشان تامین گردد و خواست‌ها و نیازهای سازمان را در رده دوم، سوم یا چهارم قرار خواهند داد. اغلب، ائتلاف افراد حول محور مسائل راهبردی که سازمان با آنها رو به رو است، تشکیل می شود. یکی از مسؤلیت‌های اصلی راهبردی ها این است که برای تشکیل ائتلاف ها رهنمودهایی را ارائه کنند(نظیر ائتلاف شهر وندان سلام)، اصل یا مفهوم تشکیل تیم‌ها را تقویت نمایند و بدین گونه از حمایت یا پشتیبانی افراد یا گروه‌هایی از افراد بهره‌مند گردند. اگر چیزی به نام تجزیه و تحلیل هدف‌ها وجود نداشته باشد، اغلب تصمیمات راهبردی بر پایه سیاست¬های متعلق به همان لحظه از زمان گذاشته می شود. با پیدایش راه‌ها و ابزارهای بهینه جهت تدوین راهبردها، در فرایند تصمیم گیری‌های راهبردی، عوامل سیاسی اهمیت خود را از دست می دهند. اگر روش‌های عینی(بدون اعمال نظر شخصی) وجود نداشته باشند، آن گاه عوامل سیاسی می توانند راهبردها را تعیین نمایند. اعمال نظارت بر روابط سیاسی بخش جدا نشدنی از روح همکاری و شیفتگی است که باید در سازمان به وجود آید.

باید نسبت به مدیرانی که شیوه عملیات آنها بر اساس شخصیت سیاسی و همدستان قرار دارد حساسیت زیادی نشان داد، برای " جلوگیری از ترفندهای سیاسی " باید با صدور یک بخشنامه ویا سایر دیسیپلین ها (در بخش سیاست گذار) با این افراد برخورد نمود. اگر آنها همچنان مسیر خود را ادامه دادند، باید آنها را از پست‌های سازمانی حذف کرد(وبا قراردادهای تعهد آور ، افراد را استخدام وبکار گمارد – دراین مورد به 40 نظام مولف تحت عنوان ، قوام بخشی شرکت ها وسازمان مراجعه شود) و در صورت لزوم عذر آنها را از سازمان خواست. راهبردی های موفق برای اینکه از وضع امور به خوبی آگاه شوند، از میزان پیشرفت کارها مطلع گردند و بدانند که در چه زمانی باید مداخله نمایند با کارکنان مقدار زیادی مذاکره نمایند و پرسش‌های غیر رسمی (با سازمان های غیر رسمی شکل گرفته درداخل سازمان رسمی) مطرح می کردند. آنها راهبردها را هدایت می نمودند ولی امر یا دستوری را صادر نمی کردند. آنها به ندرت دستوری را صادر می کردند و تنها تعداد اندکی از تصمیمات گرفته شده را اعلان می نمودند، به

پرسش‌های غیر رسمی بسیار تکیه می کردند و به تحقیقات و بررسی‌های خود ادامه می‌دادند تا اینکه یک توافق نظر کلی به دست آید. راهبردی ها می کوشیدند اطمینان حاصل کنند که همه پایگاه‌های عمده قدرت در درون سازمان به مدیریت ارشد سازمان دسترسی داشته باشند و به نمایندگی از آن مقام عمل کنند. برای ایجاد تغییرات عمده می‌کوشیدند چهره ها و دیدگاه های جدید به سازمان وارد کنند (این موضوع از این نظر اهمیت دارد که معمولا کارکنان و مدیران جدید در مقایسه با کارکنانی که سال‌های زیادی در سازمان بوده‌اند، دارای شیفتگی و علاقه بیشتری هستند. کارکنان جدید از همان دیدگاه یا زاویه قدیمی به دنیا نگاه نمی‌کنند و هنگام رویارویی با تغییرات نمی کوشند دیدگاه‌ها و پیشنهادهای ضد و نقیض، بحث برانگیز و نیز در شرایطی که مراکز اصلی قدرت به صورتی آشکار، دیدگاه‌های مخالف دارند، به صورت آشکارا مداخله نمی کنند. در مجموع، این دستاوردها مبنایی را به دست می دهند که می توان بدان وسیله در سازمان روابط سیاسی را اداره نمود).

در همة سازمان ها (به استثنای سازمان‌های بسیار کوچک) گذر از مرحله تدوین راهبرد و قرار گرفتن در مرحله اجرای راهبرد مستلزم یک تغییر در مسؤلیت هاست، یعنی مسئولیت ها از طریق مدیران راهبردی به مدیران بخش ها و واحدهای وظیفه‌ای محول می گردد(که دراین مورد در تحقیق ششم به تفصیل بحث خواهد شد). انتقال مسئولیت موجب می شود که در مرحله اجرا مسائلی به وجود آید، بویژه اگر تصمیمات مربوط به تدوین راهبرد موجب شگفتی مدیران میانی و رده عملیاتی سازمان شده باشد. برداشت یا تصوری که مدیران و کارکنان در باره منافع خود دارند بیشتر موجب تحرک و انگیزه آنها خواهد شد، در مقایسه با منافع سازمانی (مگر اینکه این منافع با هم همگرا باشند). بنابراین مشارکت مدیران بخش‌ها و واحد های وظیفه‌ای در فعالیت‌های مربوط به تدوین راهبرد یک امر ضروری می باشد ،آنچه اهمیت دارد این است که راهبردی‌ها باید در فعالیت‌های مربوط به اجرای راهبرد نیز مشارکت فعال داشته باشند.

مدیریت در اجرای راهبرد با چنین مسائلی روبروست: تعیین هدف‌های سالانه، تدوین سیاست‌ها، تخصیص منابع، تغییر ساختار کنونی سازمان، تجدید ساختار ومهندسی مجدد، تجدید نظر در پاداش و برنامه‌های انگیزشی، کاهش دادن مقاومت‌هایی که در برابر تغییرات ایجاد می‌شود، وفق دادن مدیران با راهبرد، تقویت فرهنگی که پشتیبان راهبرد باشد، تطبیق فرایندهای تولید / عملیاتی، با راهبرد تشکیل یک واحد منابع انسانی اثر بخش، و در صورت لزوم، کاهش دادن نیروی انسانی. اگر در اجرای راهبرد وضع به گونه‌ای باشد که سازمان ناگزیر گردد در مسیری بسیار جدید گام بردارد تغییر مدیریت بسیار ضروری

است ، این امور وقلمروهای آن حکم میکند که همه مدیران ، کارکنان ، سرپرستان وکارگزارن سازمان (ودر اینجا بطور اخص بنیاد) باید دانش نامه ، استراتژی ها ، منشور وآئین های آنرا دانسته در سراسر سازمان(Company Wide)، مدیران و کارکنان باید به صورت مستقیم و در موعد مقرر در فرایند تصمیمات مربوط به اجرای راهبرد مشارکت مستقیم نمایند. نقشی را که آنها در اجرای راهبرد ایفا میکنند باید مبتنی بر فعالیت‌هایی باشد که پیش از این به هنگام تدوین راهبرد انجام داده-اند.

تعهد شخصی و واقعی راهبردی‌ها نسبت به اجرای آنها یک امر ضروری است و همین تعهد به عنوان نیروی توانمندی عمل می کند که موجب تشویق، ترغیب و تحریک مدیران و کارکنان می‌شود. در بسیاری از موارد راهبردی‌ها بدان اندازه گرفتار امور می شوند که فرصت لازم برای حمایت از فرایند اجرای راهبرد را نخواهند داشت و این بی‌علاقگی آنها موجبات ناکامی سازمان را فراهم می آورد. همه افراد و گروه‌های درون سازمان باید از علت وجودی هدف‌ها و راهبرد ها آگاه گردند و دلایل واقعی را باید به آگاهی آنها رسانید. اعضای سازمان باید از دستاوردهای عمده سازمان‌های رقیب، محصولات، برنامه‌ها، عملیات و عملکرد آنها به خوبی آگاه شوند. فرصتها و تهدیدات عمده‌ای که در خارج از سازمان قرار دارد، باید به خوبی آشکار گردد و سازمان بتواند به همه پرسش‌های کارکنان و مدیران پاسخ قانع کننده بدهد. برای اینکه گروه هایی که در پایین قرار دارند در تصمیمات متخذه به وسیله مقامات رأس سازمان حمایت کنند، یک سامانه ارتباطی بسیار قوی از بالا به پایین ضروری است.

نقشه راه(Blue Print) استراتژِی برای آینده

اگرسازمانی با معضل ویا بحرانی مواجهه شد ، آیا باید به حل بحران پرداخت وحل بحران بمنزله ، نقشه راه ما برای آینده است ، به عبارتی دیگر ،اگر سازمانی دچار مسائل ومشکلات بغرضی نظیر کمبود منابع مالی ، یا نیروی انسانی وغیره گردید ، بایستی از طریق تعیین نقشه راه ، به حل این مسائل بپردازد ، فرصت های نهان وحاصل از بحران باید شناسائی شود وبا روش SWOT آنالیز شود تا نسبت به رفع معضلات مستولی سازمان موفق شد ، این تدبیر نقشه را ه سازمان است .

مثل موضوع شرکت های دانش بنیان بصورت (TIP(Theory into Practice با جزئیات در سه مرحله پایه ای ، کاربردی وتوسعه ای ، باید طرح ریزی ، برنامه ریزی ، اجراء وغیره گردید .

مزیت های نسبی چیست :

تعریف :مفهوم مزیت نسبی، ابتدا در زمینه تجارت بین‌الملل به کار برده شد، به طوری که دیوید ریکاردو، در نوشته‌های خود در قرن نوزدهم میلادی، اینگونه نتیجه‌گیری می‌کند که نفع هر کشوری در این است که به تخصصی شدن در تولید و ارائه کالاها و خدماتی بپردازد که در آن بهترین است و با مبادله مازاد آن با کشورهای دیگر، نیاز خود به کالاها و خدمات دیگر را تامین کند. مللی که سعی می‌کنند خودکفا باشند در واقع به نوعی فقر را در میان مردم خود گسترش می‌دهند، چرا که با تولید کالاهایی که در تولید آنها بهترین نیستند، آن کالا را با قیمتی بالاتر از قیمتی که کشورهای دیگر می‌توانستند ارائه دهند به مردم خود می‌فروشند، در حالی که می‌توانستند با آزاد گذاشتن مردم شان برای تولید کالاهایی که در تولید آنها بهترین اند، نهایت بهره‌وری(Produtivity) و سود را از آن ایشان سازند.

دربین کشورهای جهان ، جمهوری اسلامی دارای بیشترین مزیت نسبی ودر برخی از کالاها ، خدمات ، مزیت های اکوسیستم واقالیم کامل جهانی ، نیروی انسانی ، موقعیت جغرافیائی – سیاسی ، از همه ممتاز تر وبرتری دارد وتمامی این رقابت ها می تواند به مزیت های رقابتی تبدیل شده ومنجر به همکاری های بین المللی گردد

برای بنیاد سلام مبادرت وحرکت آغازین از مزیت‌های نسبی ایران در توسعه همه جانبه از طریق راهبرد های ماورآء بحار (Overseas Strategies) وایجاد دفاتر خارجی در کشورهای همکار ، از اهمیت ویژه محسوب میشود

لزوم تبدیل مزیت‌های نسبی به مزیت های رقابتی(Competitive Advantages) برای استمرار وپایداری کیان بنیاد ونیل به اهداف آن ، از اهمیت ویژه ای برخوردار است که تشکیلات تصمیم سازی (Decision Making)راه حل ها وراهبرد های قابل عمل را برای تصمیم گیری (solution Making)مدیران تصمیم گیر ، در بخش سیاست گذاری ارائه میدهند .

ایجاد مزیت های نسبی بیشتر از طریق راهبرد های زیر تحقق می یابد :

1) برقراری خدمات مدرن(new service)
2) چابکی (Agility)
3) کیفیت واستاندارد(quality and standard)
4) سرعت (Speedly)ودسترسی سریع

5) استراتژی تنوع (Diversity strategy)
6) نظریه تبدیل به عمل (TIP)
7) انکشاف دائمی (Co ntinouse discoving)
8) کار آفرینی (enterprenourship)
9) با مشتری ساده بر خورد کردن (taking easy with customer)
10) راه حل های موثر وبلند مدت (Long time and effectiveness solutions)
11) سرمایه برند (Brand Investmen)
12) رویکرد مشتری مداری (customer orientation and CRM)
13) وجود سازمان خوشه ای (clustring)
14) کاملاً متمایز در بازار(MARKET DIFFERENTIATION)
15) برقراری سیستم های ارتباطی وشبکه ای (networking sys)
16) قوام بخشی بنیاد (Proof of bonyad)
17) زبان شناسی خاص(speciel lingestic)
18) ایجاد نمایشگاه دائمی (Constant exebishen)
19) پارادیم سازی (making paradigm)
20) جهت گیری بازار (Market orientation)

علم اجمالی واهمیت میان رشته ای در تدوین راهبرد ها

علم اجمالی از مباحثی است که دهها بار نسبت به آن تحلیل‌های دقیق رخ داده است و همچنان در حال شکل‌گیری است، یک بحث تحلیل‌پذیر و دقیق است و تأثیر هم دارد، چون دیدگاه‌هایی که نسبت به علم اجمالی شکل گرفته، بر اساس همین تحلیل شکل گرفته است. سه تحلیل نسبت به علم اجمالی وجود دارد: یک تحلیل این است که علم اجمالی «ماهی ماهیته»، ماهیت علم اجمالی چیست؟ ماهیت علم اجمالی چیست؟ سه رأی بروز یافته است.

1- یک رأی این است «العلم الجمالی عباره عن علم تفصیلی و شکوک تفصیلی» ماهیت علم اجمالی چیزی جزء یک علم اجمالی به جامع و یک شکوک تفضیلی بعدد الاطراف نیست .

2- تحلیل دیگری از علم اجمالی شده است که علم اجمالی «واقعه عباره عن علمین التفصیلین» دو علم تفصیلی آن را شکل داده‌اند که یکی از آنها همان علم به جامع هست و دیگری علم به عدم «خروج هذا المعلوم من هذه الاطراف» است و این یک تحلیل است.

3- نگاه دیگری از بعضی مفسران اینست که یک علم بیشتر نداریم و آن علم ، علم جامع است،منتها جامع چیست؟ جامع را تعریف می‌کند. «جامع ماهیته بوصف موجودیتها و تعینها فی الخارج» این جامع در خارج موجود هست «ولکن ایها القاطع و صاحب العلم» کسی که صاحب این علم هستی، چون نمی‌دانی و متردد هستی که این جامع را بر موارد بیرونی منطبق کنی، در اینجا علم اجمالی تولید می‌شود(این گونه مباحث اصولی که بطور سنتی در حوزه های علمیه رواج دارد وآثار موثر آن در جامعه بشری کمتر ملاحظه میشود ودر حیطه اقتصاد ، تکنولوژی ، بازار ومدیریت کارآمد نشده است ، در پیشرفت های علمی زبان شناختی ، بجای علم جامع از عنوان خبره میان رشته ای(Interdiciplinary Expert) یاد میشود ، اگر متخصصی می خواهد انتقال تکنولوژِی انجام دهد ، الزاماً بایستی به علم بازار ونیز علم مدیریت مالی مسلط باشد که شامل سه رشته کاملاً منفصل بوده وامروز در حل وعقد های اقتصادی کارآمد نیست وگروه سه نفره متخصصین امورفوق بخاطر اختلاف نگاشت وحالات روانی وآراء مختلف ، به تضاد وتشتت دچار می شوند وتضارب افکار که از روش های سنتی بوده است ، مشکل اساسی حل نمی کند ، خبره میان رشته ای بازار ، تکنولوژِی واصول مالی وحسابداری ، نیاز رئیس دیگری هستند که نام آن اقتصاد خرد وکلان است وبدون اِشراف به اصول ومبانی اقتصادی (بنگاهی وکلان) ، باز هم موضوع با ابهامات جدی روبرو است وهمه اینها به علم مدیریت نیاز دارد که از زیر مجموعه وسیعی تشکیل شده است ، ودراین دانش نامه می خوانید کسی که می خواهد بنیاد جهانی سلام را به شایستگی مدیریت کند باید به مناسبات ملی وبین المللی ، فلسفه سیاسی همکاری های بین المللی ، مرز وراز های اتحادیه ها ، نظرات نحله های فکری ، روح حاکم اعتقادات بر میز مذاکرات (دانش مذاکره) ، مسائل فلسفی – تاریخی ، زبان شناسی ، و...را بداند تا بتواند به قوام وپایداری سازمان پرداخته واین مجموعه عظیم را از ورطه نابودی وشکست های احتمالی نجات دهد

4- در هرمنوتیک فهم‌شناسی می‌شود نه اینکه قواعدی در اختیار فهم قرار داده می‌شود تا به کمک آنها، چیزی را فهم کنید، مثل قاعده‌ی حجیت. باید قواعد حاکم بر فهم و خود جریان فهم در اصول

بحث شود، همه‌ی انوع هرمنوتیک بد نیست، بعضی از جنبه‌ها نسبیت‌گرایی مطلق دارد، ولی در خیلی از موارد آن می‌گوید فهم و ذهنیت‌های افراد تأثیر می‌گذارد.

5- علم اصول باید یک استنباط منزه و درست را ایجاد کند، در کجای اصول، خود فهم را ، همانطور که معصومین (ع) فرمودند، کالبدشکافی می‌کند؟ ممکن است کسی موضوع علم اصول را گسترده تر بداند یا قلمروی آن را گسترده‌تر بگیرد. کرسی های نظریه پردازی که بارها دراین دانش نامه ذکر شده است دراین موارد ضرورت دارد . تا مکتب اصولی شکل بگیرد، چون سایه‌ی تأثیرگذاری بر آینده‌ی اصول دارد.

قاعده حرام ، حلال ، مستحب ، مکروه ومباح در تدوین استراتژی

ابعاد سبك زندگی دینی متناسب با ساحت‌های گوناگون انسان است. بدن مادی، یکی از ساحت‌های وجودی آدمی است. بنابراین، یکی از ابعاد سبك زندگی نیز «کیفیت تعامل با بدن» است. «بدن» نازل ترین مرتبه‌ی حقیقت انسان و مرکبِ کمال روح در نشئه عالم دنیاست. پرورش، تربیت و کیفیت تعامل با بدن، نقش مهمی در تکامل و نیل به سعادت بشر ایفا می‌کند. از این رو، در آیات و روایت‌ها همواره به وضعیت بدن و کیفیت مواجهه با آن توجه چشمگیری شده است. در حدیث‌های امام رضا (علیه السلام) همانند سایر پیشوایان دین (علیهم السلام) به زاویه‌های گوناگون بدن و نحوه‌ی مواجهه با آن، توجه شده است. با بهره‌گیری از آموزه‌های رضوی می‌توان ساختار سبك زندگی دینی در مواجهه با جسم انسان را فهمید. در این مقاله، ضمن بیان حدیث‌های آن حضرت، ابعاد این مسئله مورد تبیین و تحلیل قرار می‌گیرد. (مدرک : نویسنده: احمد شه گلی: دانشجوی دکتری فلسفه و کلام اسلامی، دانشگاه قم).

ادیان، بدن را حوزه‌ای مقدس می‌دانند و به بدن مادّی به طور جدی اهتمام می‌ورزند، حال آنکه در دنیای متجدّد، فهم بشر درباره‌ی ابدان تغییر یافته که نتیجه‌ی آن، تعارض هرچه بیشتر با دیدگاه دینی می‌باشد؛ تعارضی که با نفوذ فرایند فنّاوری‌های متجدد به همان جریان‌های زندگی در صحنه‌ی عمومی جامعه در مغرب زمین فوران کرده است. براساس آموزه‌های دینی بدن انسان، نه تنها موجودی زیست شناختی صرف نیست، بلکه بدن، مهبط و مأوای نزول روح، ابزار سلوك و محلّ تجلی حکمت الهی است. دین به همه ساحت‌های روحانی، نفسانی و جسمانی که در بدن تنیده شده، در قالب نوعی وحدت اهمیت می‌دهد. (نصر، سیدحسین، دین و نظم طبیعت، ص306-307.)روایت‌ها درباره‌ی حفظ نفس، به مراقبت از بدن و نیز پرهیز از زیان رساندن به آن، اهمیت ویژه‌ای داده، بر حفظ صحت آن تأکید دارند، به گونه‌ای که در برخی

از روایت‌ها، بدن و اعضای آن را از امانت‌های الهی به شمار آورده‌اند. (جوادی آملی، عبدالله، مفاتیح الحیاة، ص94.)در تمدن غرب به ویژه در طبّ جدید، شاهد تخریب مستمر راز جسم بشری و تبدیل آن از يك حریم اندرونی خصوصی متعلق به خداوند، به مکانی عمومی که هرگونه رازی از آن دور شده است، هستیم. طب جدید هم به جهت توفیق‌های خود، شگفت انگیز و هم به جهت شکست‌های خویش و نیز انسانیت زدایی از بیماران وحشتناك است که امروز همین انسانیت زدایی از بیماران به صورت بحرانی اخلاقی درآمده است. (نصر، همان، ص 308.) تمدن غرب، بدن را ابزاری برای بهره کشی‌های مادّی و آن هم در حدّ انجام فعالیت‌های حیوانی تنزل داده است. این شیوه‌ی مواجهه با بدن در همه‌ی ابعاد تمدن غرب (علوم و فنون، فرهنگ و هنر، رسانه و سینما، ورزش و...) رسوخ کرده است.در دین اسلام که دین فطرت است، بر اساس پیوند و تعامل روح و بدن با یکدیگر، احکام و دستورهای خاصی متناسب با مرتبه جسم انسان، صادر شده است. فلسفه بسیاری از امور از قبیل: نظافت، غسل‌ها و دستورهای بهداشتی که در اسلام وجود دارد، تقویت جسم است. (مطهری، مجموعه آثار، ج22، ص 558.) علت توجه شارع مقدس به بعد جسمانی انسان، نقش بدن، در تکامل روح است. روح برای حرکت به مرکب نیاز دارد و بدن، مَرکب آن است. جسم انسان و همه‌ی نیروهای آن، وسایل پیشرفت انسان هستند و برای کسب علوم و معارف و درك حقایق به بدن نیاز است (حسن زاده آملی، حسن، طبّ و طبیب و تشریح، ص18.) و از آنجا که هریك از جسم و روح بر همدیگر تأثیر می‌گذارند، شارع به آداب بدن نیز توجه دارد: «حیث ان کلا من البدن و الروح یؤثر علی الاخر فالشارع المقدس إنما اهتم بالآداب المختصة بالبدن. » (حسن زاده آملی، حسن، طبّ و طبیب و تشریح، ص37.)برای بازسازی سبك زندگی دینی مربوط به جسم انسان و در امان ماندن از هجوم فرهنگ‌های منحط تمدن غرب، چاره‌ای جز رجوع به معارف اصیل دینی نداریم. سبك زندگی که همان «چگونه زیستن» می باشد، مربوط به انسان است و همانگونه که انسان، ابعاد گسترده‌ای دارد، سبك زندگی به موازات ساحت‌های انسان، جنبه‌های مختلفی می‌یابد. شیوه‌ی مواجهه با جسم و تن آدمی نیز دارای سبك و آیین خاصی است که می‌تواند، ذیل بحث سبك زندگی مطرح شود.

راهبرد عالی‌ترین سطح از میان سطوح ۴ گانهٔ مدیریت است. که این ۴ سطح عبارتند از:

- ۱. سطح راهبردی(بلند مدت)
- ۲. سطح عملیاتی(بمدت زمان پروژه)
- ۳. سطح تاکتیکی(به مدت زمان ماموریت)

- ۴. سطح تکنیکی(به مدت زمان اجرای بخشی از ماموریت ووظایف سازمانی)

استراتژی به آوردن نیرو به صحنه اطلاق می‌شود و به بیان دیگر طرح درازمدتی است که برای نیل به یک هدف مشخص طراحی و تبیین می‌گردد.

راهبرد شامل زمینه‌های کاری گوناگون می‌شود از جمله:

- **راهبرد نظامی**

بررسی این راهبرد ، مشمول دانش نامه بنیاد نمی باشد

- **راهبردهای شناختی و فراشناختی**

راهبرد یا استراتژی (Strategy) یک نقشهٔ کلی(Blue Print) یا مجموعه‌ای عملیات که برای رسیدن به هدف معینی طرح‌ریزی شده است گفته می‌شود. بنابراین، راهبردهای شناختی وسایل شناختی هستند که ما برای رسیدن به‌هدف‌های شناختی خود، مانند انجام دادن یک تکلیف یا جواب دادن به سؤال‌های یک آزمون برمی‌گزینیم(گوئتزGoetz - ، الکساندر Alexander - و آش - Ash - سال ۱۹۹۲، ص۴۰۸ .)اصطلاح دیگر وابسته به راهبرد یا استراتژی تاکتیک (tactic)است. تاکتیک به یک فن یا تکنیک خاص گفته می‌شود که در خد مت یک استراتژی قرار دارد.، شاید مهم‌ترین نکته‌ای که باید دربارهٔ این دو مفهوم فهمید این است که تاکتیک باید با هدف‌های استراتژی هم‌خوان باشد.

راهبردهای شناختی ابزارهای یادگیری هستند. راهبردهای شناختی در واقع راهبردهای یادگیری و یادآوری هستند. راهبردهای شناختی به ما کمک می‌کنند تا اطلاعات تازه را برای ترکیب با اطلاعات قبلاً آموخته شده و ذخیره‌سازی آنها را در حافظهٔ درازمدت آماده کنیم ، مدیریت جدید در آموزش و پرورش، همانند مدیریت در حوزه های گوناگون نظیر تجارت و ... بر پرورش منابع انسانی سازمان از طریق آموزش تاکید دارد. مدرسه به مثابه سازمانی که تحت نظر مدرسه است، برای حصول به اهداف تعیین شده به فعالیت منابع انسانی خود نیاز دارد. اهداف، زمانی برآورده خواهد شد که در کنار فراهم آیی امکانات مادی، فضای کار، بودجه و ... منابع انسانی مدرسه هم رشد مطلوبی داشته باشند. رشد و بالندگی منابع انسانی مدرسه،افزون بر کوشش های فردی منابع انسانی، برای ایجاد فرصت جهت بالندگی به درایت و تدبیر نیاز دارد،مفهوم مدرسه دراینجا بمعنی

" مکتب " است واین موضوع حاکی از آنست که سازمانهای وزین ، دانشگاه های معتبر ، نظریه های اثر گذار جهانی ، بصورت مکتب جای خود را در فضای جهانی باز میکنند .

اصولا، آموزش های فراگیر ومیان رشته ای ، بالندگی می آورد ، در گرو فراگیری دانش و مهارت هایی است که حاصل پژوهش و اندیشه ورزی مدیران متخصص در امر آموزش و پرورش به شمار می رود. نظریه فراشناخت، که از نظریه های جدید در حوزه آموزش های علمیمطرح شده است، در بالندگی حرفه ای مدیران اثر مثبتی می گذارد.

فراشناخت اساساً آن جنبه از فرآیندهای استدلال انسانی است که برای حل مساله اساسی اند. دانش مربوط به این فرآیندها و کنترل آن ها در حوزه عمل فراشناخت قرار می گیرد، دراین قسمت ، به شش سوال مربوط به تدریس و سنجش فراشناخت می پردازیم که درورویکرد راهبردهای فراشناختی بنیاد بکار میرود ودر ساختار آینده آن بصورت کرسی های نظریه پردازی ، اندیشکده ، پژوهشکده ودانشکده تاسیس خواهد شد ،عبارتند از:

الف- چه جنبه هایی از فراشناخت را باید آموخت؟

ب- چه کسی از آموزش فراشناختی نفع می برد؟

پ-اصول بنیادین آموزش فراشناختی کدام است؟

ت- باید به آموزش فراشناختی چه مقدار زمان اختصاص داد؟

ث- برای آموزش فراشناخت چه کار باید کرد؟

ج- آموزش فراشناخت را از کجا باید آغاز کرد؟

پاسخ به سئولات فوق وموارد دیگر از این دست در تحقیق ششم " ساختار وتشکیلات بنیاد جهانی سلام " خواهد آمد ، بهترین حالت فراگیری شناختی ، مربوط به رویکرد هایی " در شرایط عمل گذاشتن " میباشد که هم مدیران با معارف ونظریه های آن آشنا شده وهم توانمندی استفاده از این معارف را در عمل درک خواهند کرد

مدیریت راهبردی

شناسایی عواملی که در محیط خارجی، بنیاد را تهدید می کنند یا فرصتهایی را بوجود می‌آورند. شناسایی نقاط قوت و ضعف داخلی سازمان، تعیین هدف های بلند مدت، در نظر گرفتن راهبرد های خاص جهت ادامه فعالیت ، مساله هایی که در زمینه تدوین راهبرد مطرح می شوند، عبارتند از: تعیین نوع فعالیتی که بنیاد می خواهد به آن بپردازد، فعالیت هایی که می خواهد از آنها خارج شود، شیوه تخصیص منابع، تصمیم گیری درباره گسترش یا متنوع ساختن فعالیت ها، تصمیم گیری در مورد ورود به بازارهای بین الملل، تعیین اینکه آیا بنیاد تصمیم دارد که در بنیادهای دیگر ادغام شود یا یک مشارکت تشکیل دهد و شیوه مصون ماندن از حرکات تند رقبا که در صدد پیشی گرفتن از بنیاد بوده ویا می خواهد ، آنرا از صحنه بازار خارج کند.

اجرای راهبرد ها

اجرای راهبرد ها ایجاب می کند که بنیاد هدف‌های سالانه در نظر بگیرد،این اهداف بصورت اهداف کوتاه مدت ویا یک ساله (Targets) از اهداف بنیاد که درتحقیق سوم آمده است بدست می آید وراهنمای تعیین راهبرد های مدیریتی و سیاست ها تابعه آن می باشدو بدنبال آن ، مدیریت بنیاد بایستی در کارکنان انگیزه ایجاد نموده و منابع را به گونه‌ای تخصیص دهد که راهبرد های تدوین شده را به اجرا درآید. اجرای راهبرد ها مستلزم توسعه فرهنگ سازمانی است که راهبرد ها را تقویت نماید و چارچوب را چیستی سلام تعیین میکند، بدیهی است که بنیاد به ساختار وشاکله مناسب برای اجرای این راهبرد ها نیازدارد که درتحقیق ششم خواهد آمد ،وظایف ذاتی هر مسئول وکارگزار دراین ساختار وسلسله مراتب آن ، تلاش‌هایی را بطور تخصصی ایجاب میکند مثل بازاریابی ، بودجه بندی کند، ارتباطات ونظایر اینها که در تحقیقات بعدی به تفصیل بحث خواهد شد و از آنها استفاده نماید.

اغلب اجرای راهبرد ها را مرحله عملی تدوین راهبردی می‌نامند. مقصود اجرای راهبرد ها این است که کارکنان و مدیران بسیج شوند وراهبردهای تدوین شده را به مرحله عمل در آورند.

ارزیابی راهبردها:

در مدیریت راهبردی ارزیابی راهبرد ها آخرین مرحله به حساب می آید. مدیران نیاز شدید دارند که بدانند راهبرد های خاص و مورد نظر آنان در چه مرحله کارساز واقع می شوند: اصولا ارزیابی راهبرد

ها بدین معنی است که باید در این مورد اطلاعاتی را گردآوری کرد. برای ارزیابی راهبرد ها سه فعالیت عمده به شرح زیر انجام می شوند:

1. بررسی عوامل داخلی و خارجی که پایه و اساس راهبردهای به موقع قرارمیگیرند.
2. محاسبه و سنجش عملکردها.
3. اقدامات اصلاحی آنها سبب باید راهبرد ها را مورد ارزیابی قرار اد که موفقیت امروز نمی تواند موفقیت فردا را تضمین نماید موفقیت همیشه موجب بروز مسایل جدید و گوناگون می شود، وتغییر جزئ لاینفک از عوامل سازمانی بنیاد است وباید این قواعد با مقدرات مستتر خود مورد توجه قرار گیرد طبق این تعریف یک راهبرد باید سه چیز را مشخص کند:

I. اهدافی که باید محقق گردد
II. بر روی کدام فعالیت ، منابع، بازارها و محصول‌ها باید تمرکز نمود
III. چگونه برای بهره برداری از فرصت های محیطی و مواجهه با تهدیدهای محیطی به منظور کسب یک مزیت رقابتی ، منابع تخصیص یابد و چه فعالیت‌هایی انجام گیرد.

بیانیه‌های ماموریت

بیانیه های ماموریت، سندی که بنیاد را از سایر سازمان‌های مشابه متمایز می نماید. ماموریت سازمان نشان دهنده طیف فعالیت، از نظر محصول و بازار می شود. در بیانیه ماموریت پرسشی که پیش روی همهٔ راهبردی‌ها وجود دارد مطرح می شود یعنی:" ما به چه کاری مشغول هستیم ؟ " یک رسالت بیانگر ارزش و اولویت های یک سازمان است. ماموریت یا رسالت باعث می شود که راهبردی‌ها در باره ماهیت و دامنه فعالیت های کنونی بنیاد بیندیشند و نیز جذابیت‌های بالقوه بازارها و فعالیت‌های آن را مورد ارزیابی قرار دهند. رسالت یا ماموریت سازمان نموداری است که مسیر آینده بنیادرا مشخص می نمایدواین بیانیه باید در بروشورهای بنیاد درج شود .

دیدگاه کنونی درباره ماموریت سازمان، ریشه در رهنمودهایی دارد که پیتر دراکر در دهه ۱۹۷۰ ارایه کرد. اغلب او را "پدر مدیریت نوین " می‌نامند و این به سبب تحقیقاتی است که برای نخستین بار در سازمان جنرال موتورز انجام داد و نیز به سبب ۲۲ کتاب و صدها مقاله‌ای است که نوشته و منتشر کرد. دراکر می گوید که طرح این پرسش "فعالیت ما چیست؟" مترادف با پرسش این سؤال است: "ماموریت ما

چیست؟" " بیانیه ماموریت سازمان " جمله یا عبارتی است که بدان وسیله مقصود یک سازمان از مقصود سازمان مشابه متمایز می شود و آن بیان کنندهعلت وجودی " سازمان است. با استفاده از ماموریت سازمان می توان به این پرسش اساسی یا اصلی پاسخ داد: " فعالیت ما چیست؟" اصولا ماموریت سازمان که به شیوه روشن بیان گردد می‌تواند هدف‌های بلند مدت را تعیین و راهبردها را تدوین نماید.بیانیه ماموریت را گاهی گزاره اعتقادات، بیان مقصود، بیان فلسفه، بیان باورها، بیان اصول سازمان، بیان چشم‌اندازهای سازمان یا گزاره‌ای می-نامند که معرف سازمان است. بیانیه ماموریت بیانگر چشم‌اندازهای بلند مدت سازمان در قالب آنچه که می خواهد باشد و کسانی که می خواهد به آنها خدماتی را ارایه نماید، است. هر آنچه سازمانی برای موجودیت خود دلیلی دارد، حتی اگر راهبردیها این دلیل یا دلیل‌ها را، به صورتی آگاهانه، مکتوب ننموده باشند. تعیین دقیق بیانیه ماموریت به عنوان اولین قدم در مدیریت راهبردی از طرف صاحب نظران و دانشگاهیان شناخته شده است.

ماموریت سازمان مبنای اولویت ها، راهبرد ها، برنامه‌ها و وظایف کاری است. برایطرح ریزی مشاغل مدیریت، و بالاتر از همه اینها، برای طرح ریزی ساختارهای مدیریت به عنوان یک نقطة آغاز به حساب می آید. شاید هیچ چیز ساده تر یا آشکارتر از این مطلب نباشد که کسی بخواهد بداند کار یک سازمان چیست. کارخانه ذوب آهن فلز تولید می کند واگن بر روی ریل حرکت می کند تا مسافر و بار را جا به جا کند، سازمان بیمه خطرهای ناشی از آتش سوزی را می¬پذیرد و یک بانک پول قرض می دهد. در واقع "شغل یا کار ما چیست؟ " همیشه به صورت پرسشی مشکل در آمده که هیچ گاه پاسخی روشن و دقیق نداشته است. نخستین مسؤلیت راهبردی‌ها دادن پاسخ به این پرسش است. تنها راهبردی ها می توانند اطمینان دهند که به پرسش مزبور توجه لازم شده است و پاسخی که به آن داده می شود سازمان را قادر می سازد که حرکت و هدف‌های بلند مدت خود را تعیین نماید.

مقایسه چشم‌اندازهای سازمان با ماموریت سازمان

برخی از سازمان‌ها برای ماموریت و چشم‌اندازهای سازمان دو سند تهیه می کنند. اگر در بیانیه ماموریت سازمان سعی شود که به این پرسش پاسخ داده شود: "ما به چه کاری مشغول هستیم؟ " در سند مربوط به چشم‌اندازهای سازمان به این پرسش پاسخ داده خواهد شد " :ما می‌خواهیم چه بشویم؟ می توان مدعی شد که سود همان محرک اصلی سازمان است و نه ماموریت یا چشم‌انداز سازمانی. ولی برای ایجاد انگیزه در افراد، سود به تنهایی کافی نیست هنگامی که کارکنان و مدیران به کمک یکدیگر

چشم‌اندازهای سازمان یا ماموریت آن را مشخص می نمایند یا به آن شکل می‌دهند، سند حاصل بازتابی از چشم‌اندازهای شخصی است که در قلب و مغز مدیران و کارکنان (در باره آینده) وجود دارد. داشتن چشم‌اندازهای مشترک موجب می شود که اشتراک منافع بوجود آورد، یعنی پدیده‌های که می تواند کارکنان را از یکنواختی کار کسالت آور روزانه بیرون آورد و آنها را در دنیای جدید قرار دهد که نوید از آینده‌ای روشن می دهد و آنها فرصت، موقعیت‌ها و چالش های جالبی را در برابر خود مشاهده نمایند.

فرآیند تعیین ماموریت سازمان

همانگونه که در الگوی مدیریت راهبردی بیان نمودیم، پیش از تدوین و اجرای راهبرد های گوناگون باید ماموریت سازمان را به شیوه‌ای روشن تهیه کرد. مساله مهم این است که در فرایند تعیین ماموریت سازمان، تا آنجا که امکان دارد عده بیشتری از مدیران مشارکت نمایند، زیرا افراد از مجرای مشارکت، خود را نسبت به سازمان متعهد می نمایند.یک روش بسیار متداول برای تعیین ماموریت سازمان این است که نخست، درباره بیانیه ماموریت سازمان چندین مقاله انتخاب کرد و از مدیران خواست که برای آگاهی بیشتر این مقاله ها را بخوانند. سپس از مدیران خواست که برای سازمان ماموریت بنویسند. آنگاه کارگروهی از مدیران ارشد این نوشته¬ها را جمع‌آوری می کنند، آنها را حک و اصلاح می نمایند، مطالب اضافی را حذف می کنند و هر کجا لازم است مطلبی اضافه می نمایند و سر انجام یک گردهمایی تشکیل می دهند تا سند نهایی تهیه و مورد تایید همگان قرار گیرد. از آنجا که همه مدیران در تهیه این ماموریت نقش داشته‌اند و سند نهایی را مورد تایید قرار داده‌اند، سازمان می تواند این اطمینان را داشته باشد که آنها در امور مربوط به تدوین، اجرا و ارزیابی راهبرد های سازمان همکاری لازم را می کنند تا راهبردی‌ها از حمایت هم مدیران سازمان برخوردار شوند.

ماهیت ماموریت سازمان

بیان نگرش:ماموریت سازمان عبارت است از بیان نگرش و دیدگاه‌ها، یعنی چیزی بیش از آنچه یک عبارت یا گزاره می تواند بیانگر آن باشد. دست کم، به دو دلیلعمده، ماموریت سازمان دارای طیفی گسترده است. نخست، اگر ماموریت سازمان به شیوه‌ای نیکو بیان شود برای نسل‌های آینده این امکان را به وجود می آورد که با تکیه بر خلاقیت های مدیریت انواع هدف‌ها و راهبردهای بلند مدت و امکان پذیر را مورد توجه قرار دهند. اگر در بیان ماموریت سازمان بیش از حد محدودیت قائل شویم مانع از رشد خلاق سازمان خواهیم شد. از سوی دیگر، اگر ماموریت سازمان به شیوه‌ای بسیار کلی بیان شود و به گونه‌ای که هیچ

یک از راهبردهای محتمل را حذف ننماید فاقد هر نوع کارآیی خواهد شد. دوم، به هنگام تهیه ماموریت سازمان باید از عبارت‌ها و جمله‌هایی استفاده کرد که در برگیرنده دیدگاه‌های مختلف باشد و نیازهای مختلف و گوناگون گروه‌های ذینفع سازمان (یعنی همه افراد و گروه‌هایی که نسبت به سازمان ادعا یا منافع خاصی دارند) تامین شوند. بدیهی است که نمی¬توان بین کلی گویی و بسیار دقیق بودن (به هنگام نوشتن ماموریت سازمان) به نوعی توازن یا تعادل دست یافت، ولی مساله مهم این است که چنین تلاشی صورت گیرد. جورج استینر برای تهیه ماموریت سازمان و طیفی را که باید در برگیرنده نکات زیر را ارایه کرده است.

بیشتر سازمان‌ها ماموریت خود را به شیوه‌ای بسیار انتزاعی یا تجریدی بیان می کنند. با وجود این، ابهام هم محسنات خود را دارد. انتظار نمی رود که ماموریت سازمان بتواند هدف نهایی ملموس را ابراز نماید، بلکه می¬کوشد ایجاد انگیزه نماید، جهت دهی کند، تصویر، چشم‌انداز یا تخیلی از سازمان ارایه نماید، آهنگی موزون بنوازد و فلسفه‌ای ارایه کند که مدعی است رهنمود سازمان خواهد شد. شرح تفصیلی زیاد موجب کاهش کارآیی می گردد زیرا اگر جزئیات به صورتی دقیق مشخص گردد. مبنایی به دست می دهد که پایگاه مخالفان خواهد شد و به هنگام تدوین ماموریت یا هدف قابل قبول اگر جزئیات مطرح شود مانع بروز خلاقیت‌ها خواهد شد. راه خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها را مسدود می-نماید. اگر هدف به صورتی ملموس بیان گردد، عرصه را بر سازمان تنگ خواهد کرد و مانع هر نوع تغییری می-توانند باشند و ای بسا که در این راه در صدد اصلاح الگوهای کلی برآیند. کلی گویی موجب افزایش انعطاف پذیری می شود و سازمان می تواند بر آن اساس خود را با شرایط در حال تغییر محیط و عملیات درونی سازمان نماید. اگر ماموریت سازمان به شیوه‌ای کلی بیان شود، سازمان می تواند در مرحله عمل و اجرا از انعطاف پذیری بیشتر بهره‌مند گردد.اگر ماموریت سازمان به شیوه‌ای ارزشمند بیان شود موجب تقویت عواطف و احساسات مثبت نسبت به سازمان خواهد شد و نیز الهام بخش افراد می‌شود، در خواننده انگیزه ایجاد می کند و او را تشویق به عمل و اقدام می نماید. اگر ماموریت سازمان به شیوه‌ای اثر بخش بیان شود، این احساس را القا می¬کند که سازمان موفق است، دارای جهت و مسیری مشخص می¬باشد و ارزش آن را دارد که در چنین سازمانی وقت صرف نمود، از آن حمایت کرد و در آن سرمایه گذاری نمود. با توجه به آینده نگری ها و تجزیه و تحلیل‌های داخلی، ماموریت سازمان بازتابی ازقضاوت هایی است که درباره مسیر رشد آینده و راهبردهای سازمان می¬شود. ماموریت سازمان باید معیاری ارزشمند به دست دهد تا بتوان بدان وسیله از بین راهبرد های موجود، مناسب ترین ها را انتخاب کرد. اگر ماموریت

سازمان روشن و رسا باشد می توان بدان وسیله راه¬ها و گزینه های راهبردی را از یکدیگر تفکیک نمود و مناست ترین ها را مشخص کرد. ماموریت سازمان، از نظر جهت گیری، باید دارای پویایی باشد، این امکان را به وجود آورد که بتوان راه‌هایی را که نوید بخش بالاترین رشد هستند از آنها که نوید کمتری می دهند، باز شناخت.

بیانیه ماموریت پیشنهادی مولف بصورت زیر است :

" ما بر آنیم که در این بنیاد، با بهره گیری از آموزه های قرآنی وفرمایشات ائمه اطهار(ع) وبا راهبرد های پژوهشی ، آموزشی واجراء در چارچوب اصول " سلام" و اجراي پروژه‌هاي ملي و بين المللي، ضمن بالا بردن سهم کشورمان در تولید علم, پژوهش را در خدمت توسعه اقتصادی وارتقاء سلامت همه مردم قرار دهیم و به این منظور با استفاده از امکانات موجود و بالقوه بهترین بستر تحقیق وتوسعه را در محيطي آکنده از احکام صادره بر مبنی دانش نامه سلام ، با اتکاء به خداوند متعال وبهره گیری از نيروي انساني کارآمد، و ارتباط با ساير مراکز علمي ايران وجهان و جذب اعتبارات براي شهر وندان سلام فراهم نموده واز طریق تشکیل خیریه هدف دار ، در خدمت محرومین جامعه باشیم "

فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی

مقصود رویدادها و روندهای اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی، بوم شناسی، محیطی، سیاسی قانونی، دولتی، فنّاوری و رقابتی است که می توانند به میزان زیادی در آینده به بنیاد منفعت یا زیان برسانند. فرصتها و تهدیدها به میزان زیادی خارج از کنترل یک سازمان است از این رو از واژه خارجی استفاده می-کنند. اصل اساسی مدیریت راهبردی این است که سازمان باید برای بهره جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی یا کاهش دادن آنها درصدد تدوین راهبردهایی برآیند. بدین دلیل شناسایی نظارت و ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدات خارجی می توانند موفقیت سازمان را تضمین نمایند.

نقاط قوت و ضعف داخلی

در زمره فعالیت های قابل کنترل بنیاد قرار می‌گیرند که تشکیلات آنها را به شیوه‌ای بسیار عالی یا بسیار ضعیف انجام می دهد. یکی از فعالیت‌های اصلی و ضروری مدیریت راهبردی این است که نقاط قوت و ضعف دوایر و واحدهای سازمان را شناسایی و آنها را ارزیابی می کند. شبکه سازمانی بنیاد می کوشد راهبردهای را به اجراء در آورند که نقاط قوت داخلی تقویت شود و نقاط ضعف‌های داخلی برطرف گردد (یا بهبود یابد).

راهبرد شهر وشهروندی سلام

امور باطنی (درونی) مرجع بیرونی خود را با نشانه ها ، بیان میکند ، بسته درون انسان که از هزاران خصایص شناخته شده یا شناخته نشده تشکیل شده است واز این گنجینه تمامی معانی ، مفاهیم ، هویت وماهیت با ابعاد مختلف وساحات گسترده او را دربر گرفته است ، از حیث یک گفتمان مشترک وبا اهداف مشترک که دایر مدار ماهیت همه جانبه شهر فردای چنین انسانی باشد ، واصول وچارچوب روشن ومنسجمی در اختیار تصمیم سازان قراردهد، از اقدامات اساسی شهر سازان بوده و این قسمت با این سرآغاز شروع میشود ، این موضوع در راستای دیپلماسی شهری ، به انحای مرتبط با آن ، به اهمیت و لزوم تدوین یک دانشنامه جامع اشاره گردید (مقاله از مولف: راه های تقویت گفتمان ارتباطات ودیپلماسی شهری) ، دراین اینجا نیز که به درون نگری انسان ، با خاستگاه فردایش پرداخته است ، نیز به دانش جدیدی مبتنی از خواسته درون به تبلور کلامی ، بصری وتجسمی از نشانه های برون این خواسته ها نیاز دارد .

انسان در طول تاریخ حیات خود ، شهر را بمثابه نمایشگاهی از تاریخ حیات خود انگار میکند که گوئی ، شهر عمری دارد به اندازه کل تاریخ ، چرا او با تاریخ نیاکان خود ، اعتقادات خود ، حماسه ها ، اسوه ها ، اسطوره ها، فرهنگ وبطورکلی با حافظه تاریخی خود زندگی کرده وشهری را دوست دارد که بازتاب نیکوئی از سیر تاریخی مورد علاقه او باشد ،دربیان سوسور که در نشانه های(مدلول ها)" Senses " ناشی از دال های " Significations "باطنی یا حافظه تار یخی (قلبی وذهنی) به علم دلالت " Signifying " در رابطه بین این دو، پی برده است ، معتقد است که نشانه کلیتی ناشی از پیوند دال و مدلول است و این را اصطلاحاً "دلالت" نامید ، که همان رابطه یا به اصطلاح پیرس ، تفسیری از بازنمود (دال سوسوری) برای رسیدن به مرجع (مدلول سوسوری) میباشد (مقاله " نشانه و مطالعه معنا در گذار از نشانه شناسی ساختارگرا به نشانه-معناشناسی گفتمانی" با تاکید بر تعامل نشانه شناسی با پدیدارشناسی از سعید اسلامی راد) وچون شهر را براساس ماهیت انسان بنا می سازند و انسان دایر مدار آن است ،شهر به تفسیری از علم نشانه شناسی نیاز دارد(دراینجا میتوانیم اصطلاح هرمنوتیک را بکار ببریم) که به موجب آن نشانه ها که معنای مفاهیم خواسته های انسانی ، تنها در انحصار روابط خود دال و مدلول است و اساسا معنا و دلالت در این نشانه ها، معنایی ثابت و قراردادی را ارائه میدهند که خود انجماد نشانه ای را در نظام فکری سوسور نشان می دهد. وی به هنگام معرفی دانشی با نام نشانه شناسی می گوید: «نظام زبان می تواند روش هایی برای مطالعه تمامی نظام های نمادین فراهم کند. «او نشانه شناسی را دانش عمومی مطالعه نشانه ها

خواند و معتقد بود اگرچه این دانش هنوز موجودیت نیافته است ولی شکل گیری اش در آینده قطعی است»(مدرک بالا) .

میشل گریفت با تاکید بر سه محور قواعد فنی " Techniques Rules " ، روش ها" Methods " وعلم اخلاق " Ethics " در شهر سازی میگوید : تکنیک ها عموماً فرآیندها را نشان میدهد ومنابع علمی هستند که مارار برای رسیدن به اعتبار موضوع ، درک واقعیت ها وتبلور خواسته های انسان شناسانه وخاص در شهر سازی کمک میکند ، لذا تکنیک ها بایستی شامل عواملی از تطبیق ها ، تحلیل ها وکنترل ها در جامعه شهری باشد واین عوا مل را در خود متبلور سازد ودر مجموع باید اهداف جامعه را آشکار نماید (Griffiths, Michael. B. (2010) 'Lamb Buddha's Migrant Workers: Self-assertion on China's Urban Fringe'. Journal of Current Chinese Affairs (China (Aktuell), 39, 2, 3-37.

جرج گمیلچ درباره اخلاق شهری می گوید : اخلاق بزرگترین عامل و مساوق با تمامیت انسان شناسی است که اینک باین تمامیت دست نیافته است وقسمت هائی از آن در جامعه انسانی نمودار شده وارزشمند شده که عمدتاً از جوامع بدوی وکهن منبعث شده است بنابراین انسان شناسی شهری ، ما را ملزم میکند ، عواملی از انسان که پیدا کنیم ودر تبلور آن بصورت خلاق و کارآفرینانه در شهر همت کنیم که کشش های درونی او را بیان میکند(Gmelch, George. Urban Life: Readings in the Anthropology of the City. 4th ed. Waveland Press, 2002. p 142).

ریچارد باشام موضوع فوق را به گونه ای دیگر بیان میکند : بین انسان شناسی در جوامع مختلف ، تفاوت های زیادی وجود دارد که هرکدام مشخصات فرهنگی خودش را تشریح میکند ، در واقع جامعه شناسی است که انسان شناسی شهری را توجیه میکند ودرآن بیشتر به تفاوت های جامعه سنتی با جامعه مدرن میپردازد ، اما روان شناختی انسان شناسی شهری ، روابط عمیق تری را بما میفهماند واین دو زمینه ، هرکدام برای انضباط های مرتبط با خودش را بیان میکند ، زمینه ای که روشن میکند شهر اجتماعی چیست؟فرق دارد با زمینه های دیگری که مبین میسازد شهر انسان شناسی چیست ؟رابطه بین این دو زمینه بسیار تاریک است وتبادل بین ایده ها ومتدولوژی این زمینه ها ، مارا ملزم میکند که انضباط های پیشرفته ای را بشناسیم(Basham, Richard. Urban Anthropology, the Cross-Cultural Study of Complex Societies. Palo Alto, CA: Mayfield Publishing Company, 1978. p 11)، درواقع شهرنشینی ویا گرایش به نشینی (Urbanism)که در بعضی نوشته به (New Urbanism) اصطلاح

شده است مسائلی را نظیر حریم منزل ، موضوع همسایگی، قومیت ، زندگی طبیعی وبا طبیعت زنده ، زیست کردن ، راه نوردی (Pedestrianism) ، فاصله حداقلی با مراکز خدمات شهری ویا فرا شهری ، سرعت دسترسی با وسائط غیر آلوده کننده ، وبسیاری خواسته های انسان شهر گرا (Urbanism) را مطرح میکند که تفاوت های زیادی با شهر گرائی وشهروندی گذشته دارد واصولاً شاخص های شهر نشینی را تغییر میدهد ورشته های منهدسی جدیدی ایجاد مینماید تا انسان در بعضی از خواسته ها یش ، رجعت به محلات گذشته خود را مجدداً طلب نکند ، باغچه از گل وگیاه را با یک مسکنی کوچک ودر مجاورت طبیعت وسیع وسرسبز آرزو کند واز شلوغی شهرها واین آسمان خراش ها کراهت داشته ، خواسته ها به سوی خانه- کار (Job-House) گرایش پیدا نموده ودر عین حال از فناوری جدید ، تسهیل در معاشرت ها ، خود راهنمائی ها ، خود کنترولی ، خود نگهداری ، ونظایر اینها را انتظار دارند (en.wikipedia.org/wiki/New Urbanism)، گوئی حافظه تاریخی ملت ها تحریک شده ورجعتی را برای خواسته های درون ، بجائی که نشان از آن خواسته ها داشته باشد ، آرزو میکنند (مولف).

شهروند سلام بدنبال نشانه های عینی درون خویش

روزی که شخصیت شهر ، بمثابه شخصیت انسانی رخ نشان دهد ، انسان نشانه های عینی درون خویش را باز یافته است ، نشانه های شمایلی (Iconic) ، نشانه های نمادینه (Symbolic) که به عنوان مرجع درون قرار میگیرند ونشانه های نمایه ای (Index/Indexical) که درتدوین هرمنوتیک شهر فردا ویا هر نوشته ای که مرتبط باین موضوع باشد ، قابل شبیه سازی است .

ژاک دریدا ،نشانه های نمودار حضور(Presence) را در کلام وگفتگو ، غایب می پندارد ، یعنی مادامی که کسی از چیزی (از درون یا برون) سخن میگوید ، بجای آنکه آن چیز را حضور ببخشد ، نشانه های آنرا حضور میبخشد ، وی با اصالت بخشیدن به مفهوم غیب (Absence) ، اصالت حضور را که شخص با نشانه دلالت میکند ، مورد تردید قرار میدهد ، بنابراین باید هر نشانه از نگاه دریدا ، با تاویل یا توضیح ویا استدلالی همراه باشد تا بکار آید واثر خود را در جامعه ویا در هرمنظر دیگر نشان دهد (ژاک دریدا، نشانه از نگاه دریدا. پژوهشنامه فرهنگستان هنر. ص32-22. سال(1385).

بهر حال از بحث دریدا می توان فهمید که مفهوم حضور انسان در چرخه حیات ومطابقت این حضور از مراتب غیب است و یا جریانات اجتماعی از دال های وجود غیب به باز نمودهای (مدلول ها)بوده و باید به شایستگی نشان داده شود واز مفاهیم نامتعین پیروی نکند واز دستهای نامرئی مداخله گران ضد انسانی

مصون بماند وحقایق قلب نشود واین برداشت از مدالیل ، دریدا را به طرح مفهوم تفاوت (Difference) هدایت کرده است که خلاصه آن ، یعنی قائل بودن به هستی پدیدار شناسی نشانه ومعنا که مارا بسمت نشانه شناسی پسا ساختارگرا ونشانه شناسی گفتمان سوق دهد " پندارهای دریدا ، گرچه با نقد هائی از دیگران روبرو شده است ودر واقع مطلبی نا تمام است ، لیکن پنجره ای برای حضور یافتن جدید انسان در عرصه زندگی دنیوی می گشاید ، این موضوع در مباحث بعدیدر دانش ناه بنیاد شکافی میشود – مولف".

افلاطون ومتافیزیک حضور که درکتاب سوم ودهم پیرامون جمهوری افلاطون (جمهوری افلاطون ، چاپ اول شهریور ماه 1353 ه.ش. چاپ خانه خوشه صفحات 113 ، 225 و499 ترجمه رضا کاویانی ومحمد حسن لطفی.)بحث شده است ، حضور دلیرانه جوانان را درمیدان جنگ حقیقتی از حکمرانی درون انسان مومن به جهان ابدیت میداند برای اینکه مرگ برای آزادی ، بهتر از اسارت وبندگی دراین دنیا است (ص 115) ویا خدمت به دهقان تنگ دست ، بهتر است از آنکه برهمه مردگان سلطنت کردن (ص 116) چرا که منبع سعادت انسان ، درون خود اوست (118) ، در متافیزیک افلاطون ، شاعر ، نقاش ، صنعت گر وسایر خلاقان ونوآوران ، چیزهائی می سازند که مَجازی از حقیقت است درغیر این صورت درون را بر نمی تاباند (504 و505) و معتقد است که خداوند می خواهد که نجار فقط یک درود گر مقلد نباشد بلکه چیزی را بسازد که صورتی از حقیقت باشد (506).(در تفسیر انسان شناختی شهر دیگر از مردگان سخن نمی گویند ، بلکه این گونه افراد حاشیه نشین ومصرف کننده تلقی میشوند- مولف).

دریدا تقابل میان طبیعت و فرهنگ، حیوانیت و انسانیت، لفظ و معنی، حقیقت و مجاز، تن و روان، طبیعی و مصنوعی و واقعی و افسانه‌ای را که مشهور و مقبول همگان است، مورد چون و چرا و پرسش قرار می‌دهد، که در مورد آنها به نظر قطعی هم نمی رسد. این تقابل‌ها قابل رد، ارجاع، خارق اجماع و بی ثبات‌اند و در آنها هیچ چیز بنیادی و اساسی نمی‌توان یافت. نظر دریدا به اعتباری در طلب همان مقصود ویتگنشتاین از نظریة بازی زبانی بودن عالم است، اما تفاوتی میان ویتگنشتاین و دریدا وجود دارد.زیرا ویتگنشتاین به همین اکتفا می‌کند که با وصف بازی‌های زبانی که هم به عمل و هم به زبان به معنی خاص آن تعلّق دارد، و در نتیجه با تصدیق این‌که اشیاء در زندگی هر روزی همانند هم ظاهر می‌شوند، و مردمان علی‌رغم همة دشواری‌ها با هم نحوی تفاهم دارند، تا بتواند پاسخی به مشکلات شکاکان بدهد، ولی دریدا از طرح تخریب متافیزیک و زبان رسمی دانش مابعدالطبیعه غرب روی نمی‌گرداند. او معتقد است که اگر در متون دهة 60 نظریة تخریب باید مورد حمله قرار گیرد، این امر به ماهیت غرب و به افسانه سفید و به قوم مداری و نژادپرستی آن بازمی‌گردد و حتّی اگر سیاست‌هایی را که از این تفسیرها برآمده‌اند را بد بدانند، باز هم تخریب

را تصویب نمی‌کنند. فرض اولیهٔ نقد دریدا از متافیزیک غربی، چنانکه آمد این است که اندیشهٔ فلسفی ـ علمی غربی همواره زندانی عناصری دو قطبی بوده است که خود آفریده و بد پنداشته است که واقعیت دارد. اندیشهٔ متافیزیکی هرگز نتوانسته خود را از بند این زندان دوگانگی برهاند: حق در برابر باطل، خیر در برابر شرّ، هستی در برابر نیستی، زیبایی در برابر زشتی، حضور در برابر غیاب، زندگی در برابر مرگ، روح در برابرجسم، طبیعت در برابر فرهنگ، نوشته در برابر گفته و... این دو قطب هرگز برای خود مستقل و قائم به ذات وجود نداشته‌اند، حتّی جوهر اشیاء را با صورت ظهور آنها می‌شناسیم. چنانکه اشاره رفت، دریدا نشان داد که در سنّت فکری، فلسفی و علمی غرب همواره گفتار از نوشتار با ارزش‌تر انگاشته شده است. این رجحان از آن نظر است که در ارتباط گفتاری، گوینده و شنونده هر دو حاضرند و از حضور یکدیگر خبر دارند، و آنگاه که دو طرف گفتگو رویاروی یکدیگر نشسته باشند، و حضوری کامل داشته باشند، صورت کامل گفتار تحقّق می‌یابد. حضوری چنین به این باور می‌انجامد که گویی آنچه برزبان می‌آوریم با معناست و درک شدنی. جدا از اینکه آیا به درستی چنین باشد یا نه. از هر نظر «معنی» در حضور به نحوی کامل به دست می‌آید، و منطق مکالمهٔ حضور دیگری است. دریدا تأکید می‌کند که این فرضِ مسلم متافیزیک غربی است. این همان لوگوسانتریسم(Logo centrism)یا سخن‌مداری در عرف اوست. (منابع: باشگاه اندیشه ، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی ، 1387/03/02 ،کد مطلب : 108231).

وجود علم حضوری انسان پاسخی روشن در برابر دیدگاه مبهم غرب ومادی گرائی است ، درکتاب شناخت شناسی در قرآن(جوادی آملی ، شناخت شناسی در قرآن ، ناشر : مرکز مدیریت حوزه علمیه قم تاریخ : 1370 ص 90) آمده است که آغاز معرفت شناسی همانا شناخت شهودی خود شناسانده یعنی نفس است ، زیرا روح انسان عصاره جهان آفرینش میباشد وعوالم سه گانه طبع ومثال وعقل را در خود دارد وبرداشت ویافته بشر طی این مراحل میسور است ، از این نظر شناخت انسان از هستی با خود هستی مساوق است وهم سنخ است ، ندانستن این مبانی ، با توجیه شکاکان رد ومعدوم نمی شود ودر عین پذیرش اصل امکان بلکه وقوع شناخت ، اطلاق آنرا نفی کرده وفتوی به نسبیت داده اند (درحالیکه نسبیت در موضوعات اعتباری است ونه حقیقی) وهستی مطلق ونامتناهی است (مدرک بالا، ص 89) ، علم وآگاهی به چیزها به حصولی وحضوری تقسیم میشود وآنچه وجود دارد بدون واسطه از معلومات حضوری بوده ومعلوم با واسطه همان علم حصولی است ، علم حضوری که رابطه مستقیم با شهود درون دارد نیازی به اکتساب ندارد وعلم حصولی از نوع اکتسابی است ، آیت الله جوادی آملی دراین باره میگوید " در صورتی که وجود معلوم باشد علم ومعلوم بیش از یک چیز نیست مانند علم ذات به خودش وعلم ذات به قوا وائصاف وافعال

وآثار خویش بوده که درهمه این موارد اصل وجود محور بحث است وچند مفهوم بریک مصداق منطبق می شود یعنی مفهوم وجود ومفهوم علم ومفهوم معلوم همگی دارای یک مصداق هستند "(مدک بالا ص 78 و 79).

درقرآن رشد وتعالی در بستر جامعه ودر اجتماع حاصل میشود (علامه طباطبایئ ، تفسیر المیزان ، جلد 4 صفحات 157 و158)جامعه شهری بایستی خصلت رشد وتوسعه انسانی داشته وعوامل پیشرفت فرد (شهروند سلام) را در شهر استقرار دهد واین یکی از خصایص حکومت اسلامی است ، به عبارت دیگر شهر بایستی برای توسعه شهروندان مقّوم شود واین به معنی قوم واقوام وقیومیت وتقویم مکانی وزمانی امکانات شهری است وسنگ زیر بنای ساختمان چنین جامعه ای خانواده است واینکه خانواده دارای حریم شخصی است ،رافع مسئولیت های شهرداری های شهر های فردا نمی شود .

سرپرستی وقیمومیت شهری ابعاد وسیعی از جهات مختلف دارد وبا توجه به موضوع کارآفرینی شهرداری های شهر فردا ، شبکه های تخصصی مختلفی درهمکاری با شهرداری ها ، در بخش خصوصی ، پاسخ گوئ عملی برای رفع بی عدالتی ها ومشکلات شهروندان خواهند بود ، دریک عبارت شخصیت ذاتی شهر ، عدالت خواهی وایفای حقوق شهروندان را قبل از اینکه به داد خواهی برسد ، عهدار است ، خصیصه حکومت های قیصری وتزاری وکسرایئ ونظایر اینها ، دایر مدار این گونه گرایشات واقدامات نیست وبهمین دلیل ، یک سلسله مباحث اجتماعی از گذشتگان از سقراط ، افلاطون ، ارسطو وغیر اینها بدست ما رسیده که از نظر ذهنی ، متعرض این معانی ومفاهیم شده اند ولی تحقق خارجی نداشته است ، چون ساختاروعملیات وشبکه های شهری را برای تحقق این خصایص وحقوق شهروندی استقرار نداده است آیات آسمانی قرآن که منادی این مفاهیم عالیه بشری است وبشریت را بسوی اجتماع دعوت میکند ، با بیان روشن چندین آیات (آیه 52 انعام ، 105 آل عمران ، 159 انعام ، 100 حجرات ، 46 انفال، 2 مائده ، 104 آل عمران ، وغیر اینها در قرآن مجید ، جامعه نوینی را بنیان گذاری کرده وخواهان پیاده سازی آن بوده که براساس اجتماع مردم واتحاد ویگانگی از طریق حفظ منافع مادی ومعنوی ودفاع از حریم این اجتماع ، فردی وگروهی ، شخصیت شهر مطلوب بروز نماید(مدرک بالا صفحات 161 و162.)

عوامل مهم والزامی که بعنوان عوامل بحرانی موفقیتSCF(Success Critical Factors)ویا شاخص های کلیدی عملیات KPI (Key Practical Indexes) که از آیات الهی احصاء میگردد (بالای 600 عامل) مجموعه ای را پیش روی متخصصین میان رشته ای قرار میدهد ، موجد شهر مطلوب فردا از نظر ماهیتی ارزشمند وجهانی ، تداوم وپویائی شهر در بستر تاریخ حیات بشری ، دارای قوام وانسجام ذاتی ،

موجد جریانهای توسعه ای تکوینی و تماشای راز های درونی انسان در نمادهای شهرفردا خواهد بود[(مدرک بالا از صفحه 163 الی 172).

استراتژي‌هاي تحکیم مبانی بنیاد سلام

I. **استراتژي ثبات** :استراتژي ثبات به مفهوم حفظ موقعيت موجود است و در دو صورت اتفاق مي افتد:

II. شرکت وضعيت مناسبي داشته و تهديد خاصي در آينده متوجه آن نمي‌باشد.

III. . امکانات و منابع لازم جهت توسعه سازمان موجود نيستند يا زمان و شرايط محيطي اجازه آن را نمي‌دهد.

IV. **استراتژي کاهش** : در حالتي که بنا به هر دليلي سازمان درصدد کاهش حجم فعاليت‌هاي موجود در بخشی از سطوح ويا حذف فعاليت خاصی باشد، از اين استراتژي استفاده مي شود. انتخاب اين استراتژي نشانگر ضعف نيست، بلکه به علت تغيير اولويت‌ها مي توان تخصيص منابع را از محصول داراي اولويت کمتر به اولويت بيشتر منتقل نمود.

V. **استراتژي‌هاي برتری مشروع**: ايجاد برتري در چند بعد: توانمند ساختن علامت تجاري(Brand شرکت به‌صورت هم‌زمان براي مثال در ابعاد کاهش هزينه، بهبود کيفيت، قابليت اعتماد، فرآيند توليد متمرکز.

VI. **تغيير شرايط درگيري و نفوذ**:استاندارد کردن محصولات ، فروش از طريق کانال‌هاي توزيع ويژه که براي رقباي ديگر قابل دسترسي نباشد، نمونه‌هايي از شرايط قرارگيري در اين استراتژي‌اند.

VII. **رقابت از طریق همکاري های ملی وبین المللی:** همکاري تنگاتنگ با بانک، ها، تأمين کنندگان ، مشتريان (CRM) وغيره در سطح ملی وبين المللی که منجر به ايجاد مجتمع هاي صنعتي يا تجاري بصورت خوشه های اقتصادی (Economic clusters) مي‌گردد.

VIII. **استراتژی های یکپارچه ساز:**افقی(Horizental) برای کنترل ونظارت بر رقبا ، روبه جلو (Forewarding) برای کنترل ونظارت بر توزیع کنندگان واشخاص ثالث ، روبه عقب (Backwarding) برای کنترل ونظارت بر روی تامین کنندگان .

IX. **استراتژی های متمرکز:** استراتژی نفوذ( )

X. **توسعه بازار :** استراتژِی توسعه بازار ( )

XI. **توسعه محصول وخدمات :** استراتژی افزایش فروش ( )

XII. **استراتژِی های تنوع :** تنوع همگن ومرتبط با محصولات قبلی (and Diversty Homogenous strategy) نا همگن وغیر مرتبط با محصولات قبلی (Non-Homogenous and Diversty strategy) محصولات جدید برای مشتریان جدید یا افقی (Horizental strategy).

XIII. **استراتژی های تدافعی: مشارکت ، واگذاری ، انحلال**

مفاهیم مرتبط و نزدیک به استراتژی:

در این قسمت، واژههای تاکتیک، و مناطق استراتژیک را بیان می کنیم تا قلمرو معانی آنها از قلمرو معنای استراتژی متمایز شود.

الف تاکتیک : تاکتیک در گذشته همانند استراتژی یک مفهوم نظامی داشت. و در این معنا، به مفهوم کاربرد سلاحها در جنگ بود. اما معنای تاکتیک مانند استراتژی تغییر یافته است. امروزه تاکتیک به روشهایی گفته میشود که به وسیله آن، استراتژی به اجرا در میآید تا به هدفهای مورد نظر برسد. بنابر این، تاکتیک، جزیی از استراتژی و در خدمت آن است. علاوه بر این، استراتژی یک هدف کلی است که در دراز مدت قابل دسترسی است، در حالی که تاکتیک در کوتاه مدت تحقق می یابد واز زمان بندی در تحقیق شماره 3 آمده است

ب: مناطق استراتژیک : کلمه (استراتژیک) در لغت به معنای (سوق الجیشی) است و سوق الجیشی مترادف بالشکرکشی و استراتژی به کار می رود. در اصطلاح، منطقه استراتژیک به برخی از نقاط جغرافیایی زمین گفته میشود که به دلایل زیر دارای اهمیت است:

1. در معنای سوق الجیشی (marketیAlj) ، ما مفهوم قلمرو(territory) را مناسب تر تشخیص دادیم که در رساله ای باین عنوان تشریح وتفصیل شده است ، قلمرو ها در عصر دانائی وبه تبع این دانش نامه شامل:

1. پیش فرضهاي مولف ومفسران دردکترین واهداف بنیاد جهانی سلام

2. هرمنوتیک روشی برای مفاهمه در عصر دانائی
3. تعریف قلمرو وقلمروگرائی
4. تعریف قوانین طبیعی وحقیقی
5. تعریف حقیقت واعتبار
6. تعریف زندگی با رویکرد بیولوژی نص
7. تعریف انسان وکرامت انسانی
8. نسبی گرائی ومطلق گرائی
9. همگرائی های حوزه های عمل
10. ریشه ها وژرف نگری درموضوع علم وتکنولوژی
11. ریشه یابی های علمی وکشف بن مایه اصلی علم مفید

است ، وبدون اینکه وارد مباحث فلسفی وتفصیلی قلمروها شویم (در رساله مذکور آمده است) ، تنها به ذکر بعضی از شاخص آن دراین قسمت بسنده میکنیم :

الگوی مدیریت راهبردی

می توان با استفاده از یک الگو، فرایند مدیریت راهبردی را به بهترین شکل ممکن مورد مطالعه قرار داد آن را به کاربرد.مدیریت راهبردی چیست ؟تصمیمات و فعالیت‌های یکپارچه در جهت توسعه راهبرد مؤثر، اجراء و کنترل نتایج آنهاست. بنابراین مدیریت فعالیت‌های مربوط به بررسی، ارزشیابی و انتخاب راهبرد ها، اتخاذ هرگونه تدابیر درونی و بیرونی سازمانی برای اجرای این راهبرد ها و در نهایت کنترل فعالیت‌های انجام شده را در بر می گیرد.ضرورتهای استفاده از مدیریت راهبردی در چیست ؟با نگاهی دقیق به مفهوم راهبردی می توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجه با اینگونه مسایل بیش از گذشته ملموس می شود. این برنامه چیزی جز برنامه راهبردی نیست. مدیرت راهبردی با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده نگر، جامع نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسایل

سازمانهای امروزی است. پایه مدیریت راهبردی بر اساس میزان درکی است که مدیران از سازمان های رقیب، بازارها، قیمت ها، عرضه کنندگان مواد اولیه، توزیع کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریان که در سراسر دنیا پراکنده‌اند و این عوامل تعیین کنندگان موفقیت جاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهای که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می توانند از آن بهره گیرند مدیریت راهبردی خواهد بود.

تطبیق دادن ساختار با راهبرد:

به چند دلیل عمده تغییر در راهبردهای سازمانی ایجاب می‌کند که ساختار سازمان تغییر یابد. نخست، ساختار عاملی است که شیوه تعیین هدفهای بلند مدت و سیاست‌ها را تعیین می نماید. برای مثال، هدف‌های بلند مدت و سیاست‌ها برحسب ساختار جغرافیایی سازمان تعیین می شوند. هدف‌های بلند مدت و سیاست‌ها را بر حسب محصولات سازمان که ساختار آن بر مبنای گروه هایی از محصول وخدمات گذاشته شده است، تغییر مینمایند. شکل ساختار برای تعیین هدف ها و سیاست‌ها می تواند بر همه فعالیت‌های مربوط به اجرای راهبرد اثرات شدید بگذارد. دلیل عمده دیگر، در مورد اینکه تغییر در راهبردها موجب تغییر در ساختار می شود، این است که ساختار تعیین کننده شیوه‌ای است که منابع تخصیص خواهند یافت. اگر ساختار سازمانی بر اساس گروه‌هایی از مشتریان گذاشته شده باشد، در آن صورت، منابع بر آن اساس تخصیص خواهند یافت. به همین شیوه، اگر ساختار سازمانی بر اساس واحدهای وظیفه‌ای گذاشته شده باشد، در آن صورت منابع بر حسب واحدهای وظیفه‌ای یا کارکردی تخصیص می‌یابند. اگر در راهبردهای جدید یا تجدید نظر شده (استراتژی های سرعت ، یا برخورداری از راهبرد های هوشمند برای دیجیتال نمودن) بر راهبردهای پیشین مستولی شوند، در آن صورت جهت گیری ساختاری به صورت بخشی از اجرای راهبرد در خواهد آمد.تغییر در راهبرد ها موجب تغییرات در ساختار سازمانی می‌شود. ساختار باید به گونه‌ای طرح ریزی شود که نسبت اجرای راهبرد اعطاف داشته و تسهیل گردد، بنابراین موجب اجرای آنها خواهد شد.بدون وجود یک راهبرد یا ماموریت سازمان، نمی توان ساختاری موفقیت آمیز طرح ریزی کرد. برای مدیران راهبردی پر واضح است که تغییر راهبردها ، با گذشت زمان، ساختار را تغییر می دهد و به دنبال آن سیاست ها وآئین نامه های اجرائی تغییر خواهند کرد.

برای سازمانی که دارای راهبردهای مشخصی باشد، هیچ طرح یا ساختار سازمانی مطلوبی وجود نخواهد داشت. آنچه برای سازمان مناسب است شاید برای یک سازمان مشابه مناسب نباشد و این در حالی

است که در هر فعالیت مشخصوگسترده سازمانی نظیر بنیادجهانی سلام ، کوشش میشود از به شیوه‌های مشابهی سازماندهی، نظیر بیرون سپاری(Out Sourcing) ، شخص سوم (3rd party)وغیره استفاده شود .

تردیدی نیست که بعض مواقع ساختار بر راهبرد ها اثر می گذارد تضاد ایجاد میکند . راهبردهای تدوین شده باید کار ساز یا قابل اجرا باشند، بنابراین اگر راهبرد جدیدی نیاز به تغییرات بسیار زیادی در ساختار داشته باشد، نباید آن را گزینه ای جذاب تلقی کرد. بدین گونه، ساختار می تواند شیوه گزینش راهبرد ها را شکل دهد. ولی مساله مهم تر این است: برای اجرای راهبرد های جدید چگونه باید ساختار کنونی را تغییر داد و بهترین راه ایجاد این تغییرات کدامند؟ با تاکید بر انواع ساختار سازمانی می کوشیم این مطلب را بررسی نماییم: ساختار وظیفه ای، ساختار بخشی بر اساس جغرافیا، ساختار بخشی بر اساس محصول، ساختار بخشی بر اساس مشتری، ساختار بخشی بر اساس فرایند، ساختار واحد تجاری راهبردی و ساختار ماتریسی وغیره باید مبتنی بر راهبرد های مدیران ارشد سازمان باشد .

بررسی مدل SWOT

نمونه **SWOT** ایران که توسط مولف تدوین گردید

مطالعه و بررسي قوت‌ها(Strenges)، ضعف‌ها(Weakneses)، فرصت‌ها (Oportunities)و تهديدها(Threads)ي نظام جمهوري اسلامي ايران يك اقدام بي سابقه يا حداقل كم‌نظير(توسط مولف) در جمهوري اسلامي ايران مي‌باشد. چارچوب نظري و تعريف عملياتي طرح و واژگان كليدي آن، منابع و مآخذ و الزامات متدولوژيك طرح در گزارش اول تحت عنوان "روش‌شناسي و مآخذ شناسي تحقيق و اصول حاكم بر عوامل كليدي بحراني" يا "موفقيت SWOT" در مهر ماه سال 1382 تقديم شده و به تأييد نظارمحترم (در مجمع تشخيص مصلحت نظام)رسيد.

مطالعات و بررسي قوت ها ، ضعف ها ، فرصت ها و تهديدات نظام جمهوري اسلامي ايران ، كه باختصار (تجزيه و تحليل SWOT) گفته مي شود ، روشي است كه از سال 1950 و در مسير مديريت و برنامه ريزي استراتژيك آغاز شده و تئوريهاي آن در دانشگاه هاي معتبر جهان تدريس گرديده و ادبيات آن از سال 1975 به تدريج وارد كشور ايران شده و در سطح كلان و خرد مورد استفاده قرار گرفت(به لحاظ تاريخي مولف در سال 1368 در سازمان آموزشي مديريت صنعتي در قالب دوره MBA ، به مفاهيم

وروش های تدوین استراتژی در سازمان ها وقوف پیدا کرده واین اقدام برای کشور ایران وسازمان های تولیدی – اقتصادی کشور الزامی تشخیص دادم واز سال 1371 برای اولین بار در بالغ از سی شرکت تولیدی بزرگ نظیر تراکتورسازی ، آذرآب ، واگون سازی ، کشتی سازی خلیج فارس ، پارس خودر و.....واتکا ، توسعه معادن روی ، نسوز ایران و.....به تدوین استراتژی توسعه صنعتی مبادرت نموده ومجموعه پروژه هائی که در این رابطه در شرکت فوق الذکر انجام گردید بالغ بر سیصد جلد در کتابخانه شخصی مولف وجود دارد) .

چهار گروه عوامل قوت ها (S-Strengths) ، ضعف ها (W-Weaknesses) ، فرصت ها (O-Opportunities) و تهديدات (T-Threats) كه منجر به تجزيه و تحليل SWOT ميشود از عوامل كليدي موفقيت يا بحراني CSF (Critical Success Factors) نشأت مي گيرد ، به عبارت ديگر تبديل گزاره هاي تصميم گيري و سياست گذاري از عبارت هاي طولاني به عوامل كليدي كه در توفيق و يا عدم توفيق كشور يا سازمان اثر دارند يك اقدام شايسته و بايسته مي باشد و مباحث كليدي و قواي ذهني و كارشناسي را به يك سري عوامل مهم كه قابليت تبديل به معيار و شاخص هستند ، تبديل مي سازد و اين مبدل ها بصورت سيستم اطلاعاتي قابل پردازش در كامپيوتر ، اطلاعات جديدي را با خاصيت آمار توصيفي در اختيار كارشناسان قرار مي دهد و اين اطلاعات براي تصميم گيري كارشناسان ومسئولان نظام بر اساس واقعيت ها و رويدادهاي موجود و عوامل مربوط به آينده نگر ي در اختيار قرار مي گيرد و از طريق نرم افزارهاي تصميم گيري هوشمند به گزارشات علمي و فني مورد نياز تبديل مي شوند.

با مدل SWOT ، ميتوان راهبردهاي نظام (يا هر سازمان ويا بنياد)را در چهار گروه فرهنگي، اجتماعي ، اقتصادي ، سياسي و دفاعي بدست آورد و اين راهبردها چون با شاخص هاي متناظر مشخص ميشوند ، به يك برنامه استراتژيك تبديل شده و ضمن حفظ حدود و ثغور وظائف و مأموريت هاي هر دستگاه اجرائي ، يك برنامه آميخته را بدست مي دهد و از طريق نظام پردازش تعاملات يا فراكنش بين نظامات TPS (Transaction Process System) اداره مملكت ، نظارت بر عملكردها و سلسله مراتب گزارش دهي (حتي Online) را ميسر مي سازد . اين نظام تعاملي در بسياري از جهات براي تصميم گيري مفيد بوده و از همه مهمتر براي حل مسائل بكار مي رود و نظارت ارزشي يا عوامل ارزشي نظام را در سطوح مختلف تصميم گيري به شاخص ها تبديل كرده و قابليت مديريت و كنترل و ارزيابي را براي كشور بوجود مي آورد و در شناخت وضع موجود در عرصه هاي فرهنگي ، سياسي، رفتاري واجتماعي باخاصيت يك

پارچگي بكار گرفته شده و براي طرح هاي آمايش سرزمين و فضاهاي ديگر كاربردي شگفت انگيز دارد و كليه اين فرآيند ها با كمك تكنولوژي اطلاعات قابل پياده سازي و كاركردي است .

با بكار گيري اين مدل و بخصوص با تبديل عوامل كليدي به معيارها و شاخص ها و بكارگيري تكنولوژي اطلاعات ، مي توان گسستگيهاي آينده و غافل گيريهاي اجتماعي آينده را كشف كرده و وضعيت كشور را با دگرگونيهاي بين المللي بطور مداوم زير نظر گرفته و تحليل نمود و با تغييرات سريع جهاني مقابله كرده و براي اين تغييرات پاسخ هاي منطقي و بموقع داشت . اصولاً فرضيه موفقيت استراتژيك يك كشور (و حتي يك سازمان) در خصلت تهاجمي آن است كه عمدتاً با استفاده از قوت در تعامل با فرصت محيطي ايجاد ميشود ، اين مدل كمك مي كند كه كشور مرتباً ضعف هاي خود را شناخته و آنها را تبديل به قوت كند و همواره با قوت سازي ، آماده ورود به عرصه هاي جديد بين المللي شده و توانائي چالش پذيري يا هماوردي پيدا كند و اين نحوه برخورد استراتژيك خود ، معياري مركب از تغيير پذيري و آينده نگري در محيط هاي بين المللي است .شايان ذكر است اين تحقيق در قلمروي نظام جمهوري اسلامي ايران و فرصت ها و تهديدات فراملي مرتبط با اين نظام انجام شده است و از لحاظ قلمرو و مفاهيم با عرصه انقلاب اسلامي و مفاهيم گسترده آن تفاوت دارد.

خوشبختانه تاكنون تعداد 382 منابع و مآخذ براي اين تحقيق احصاء شده و منابع ديگري تحت عنوان خبرگان و فرهيختگان سياسي، اجتماعي، فرهنگي و اقتصادي كه در تكميل پرسشنامه به اين طرح كمك خواهند كرد به اين منابع اضافه خواهدشد.

در اين گزارش به سابقه واژگان مورد استفاده به‌جاي واژگان تشكيل‌دهندة SWOT در ايران توجه شده و به تشريح آنها مبادرت شده‌است و كلمات هم‌سان و همانند (از لحاظ معني و مفهوم) و مترادف (كه با هم و با يك معني و يا معاني نزديك به هم گفته و نوشته مي‌شود) مورد بحث و بررسي قرارگرفته و نشان مي‌دهدكه موضوع بررسي SWOT از ديرزمان در ادبيات ايران رواج داشته و براي آسيب‌شناسي، ارزيابي توانمندي‌ها و فرصت‌هاي بين‌المللي و تهديدات فراملّي از واژگاني نزديك به اين مفاهيم استفاده مي‌كردند.

لذا در اين گزارش به پيشينة پژوهشي برحسب واژگان مترادف مورد استفاده و نيز پيشينة اقدامي در كاركردهاي دولتي و غيردولتي به اختصار مبادرت شده‌است و ليست اين سوابق در پيوست اين گزارش، ضميمه مي‌باشد.

نكته شايان ذكر اينست كه تاكنون در آسيب‌شناسي و ارزيابي‌هاي قوت و ضعف و يا فرصت و تهديدات فرامرزي به تفكيك بيرون‌گرايي و درون‌گرايي توجه دقيقي نشده و بسياري از واژگان به‌جاي يكديگر بكار رفته‌است. در اين تحقيق روش‌شناختي جديدي براي ارزيابي‌هاي آينده و همراه با ليست مفصل از قوت‌ها و ضعف‌هاي دروني كشور، فرصت‌ها و تهديدات جمهوري اسلامي ايران در فراسوي مملكت ارائه شده‌است.

در اين گزارش ديدگاه امام خميني(ره) و مقام معظم رهبري در تلقي اين واژگان و جايگاه بكارگيري آنها در رهبري نظام جمهوري اسلامي ايران و نيز سياست‌هاي كلي مصوب ملحوظ شده‌است. توصيه مي‌شود قبل از مطالعة اين گزارش، گزارش اول طرح را مطالعه نموده و براساس چارچوب نظري و متدولوژي تحقيق به مطالعه اين گزارش مبادرت شود.

جالب توجه است كه امروز ارگانيسم زنده، سيستم‌هاي باز حيات‌دار، سيستم‌هاي ماندگار زيست محيطي، رشد و توسعة انساني، مسائل اجتماعي، مسائل روان‌شناسي و روان‌پزشكي ، بيولوژی (در عصر بيولوژی)و مقوله‌هاي نظير اين سيستم‌هاي پيچيده و نسبت آن‌ها با مسائل رفتاري، فرهنگي و اقتصادي از طريق تحليل‌هاي توصيفي و كمي قابل درك و حل‌وفصل هستند و سيستم‌ها در اين مورد به شدت رشد كرده و كاربرد پيدا كرده‌اند، به‌طوري‌كه مهندسي ژنتيك، علم سايبرنتيك، پيوندهاي نسوج زنده، نانوتكنولوژي، ساخت اندام با تجديد سلول، واكنش‌هاي سوخت‌وساز در بيوشيمي و از جهاتي ديگر در مسائل سياسي، احزاب، محيط زيست، مسائل اجتماعي و غيره از اين طريق قابل بررسي و تجزيه و تحليل هستند.

هنگامي‌كه ما بتوانيم از طريق CSF ها(Critical success favtors) و SWOT مسائل خودمان را در هر حوزه و مقوله فرموله كنيم و انديشة كارشناسي فعال و خلاق خود را با آن در يك تحقيق توصيفي پيوند بزنيم، به زنجيره‌اي از مسائل مي‌رسيم كه حل آن‌ها براي ما راحت‌تر و اصولي‌تر مي‌شود و هر يك از عواملS, W, O, T را مي‌توان برحسب واقعيت موجود، با مقياس ليكرت (Likert) و روش دلفي (Delphi)، رتبه‌بندي (Ranking) و وزن‌دهي (Weighting) به صورت رياضي تبديل كرد و براي آن‌ها روابط رياضي تشكيل داد و از تجزيه و تحليل آن‌ها شاخص استخراج كرد و سيستم‌هاي كنترل و نظارت كمي با استفاده از گراف‌هاي آماري تنظيم نمود و يك مدل اطلاعاتي با فرمول‌بندي رياضي را براي اداره صحيح كشور ارائه داد.

از ديدگاه استراتژيست ها بدون شناخت عوامل كليدي و تجزيه و تحليل SWOT نمي توان در هيچ سطحي از سطوح سياست گذاري و تصميم گيري كشور ، تصميم هاي منطقي اتخاذ نمود . وحدت نظر و عمل در پيشبرد اهداف اسلامي ، محتاج توافق ذهني وعملي و هماهنگي بين مسئولان نظام و كارشناسان استراتژيك كشور بوده كه مدل SWOT بنحو مؤثري اين نظم وانضباط فكري و رفتاري را ايجاد مي كند.ضرورت شناخت عوامل كليدي موفقيت (CSF) و تبديل آن به چهار ليست T,O,W,S و تجزيه و تحليل SWOT براي كشوري نظير ايران كه در منطقه ژئوپلتيك بسيار حساس و مركزي جهان قرار دارد و از امكانات طبيعي و خدادادي فراواني برخوردار مي باشد و در حوزه هاي بالغ بر هفتاد درصد انرژي جهان واقع است و از همه مهمتر داراي مكتبي پويا، انقلابي و فراگير است ، يك ضرورت تام محسوب مي شود بررسي و شناخت عوامل كليدي موفقيت و تجزيه و تحليل آنها برابر مدل مربوطه ، يك چرخه حيات پويا بسوي غايت و مقصد عاليه و با وحدت و انسجام لازم در نيل به اهداف بلند مدت و راهبردي براي جمهوري اسلامي ايران ايجاد خواهد كرد.

شمول عدالت قلمروها و تضمین آن با جبران خسارت بیمه ای

14. تعیین محدودیت های مشخص ومقتضی زیست انسانی
15. تعیین حریم های دریاچه ها ، شهر ها ، رودخانه ها ، جنگل ها ، زیست های گیاهی وجانوری وقدرالسهم عادلانه شهروندان از این تخصیص ها
16. تعیین حریم شهرها در تطابق با مزیت های نسبی ، امکانات ومقدورات زیست انسانی که باعث تخریب جنگل ها ، سواحل ، زیست های حیوانی وانسانی وسایر مواهب الهی نشود
17. زون بندی مناطق وشعاع عملیاتی حوزه های کسب وکار وبازار که اززمینه های تفرجگاهی ، فضای کافی پارک اتومبیل ها ، دسترسی آسان ، وسایر امکانات لازم بر خوردار باشد
18. تعیین قدرالسهم هر شهروند ایرانی در استفاده از مواهب گیاهي- جانوري، خشكي، آبي درياچه‌هاي آب شيرين، درياها و رودخانه‌ها) ازكشورش.
19. ایجاد ترمینال های جامع وارداتی /صادراتی برای هر استان با تردد های هوائی وریلی که مانع قلمروی های زیست انسانی نشود

20. جداسازی هرگونه زیست حیوانی از زیست انسانی (فردی وجمعی) در قلمروهای متعلق به باغ وحش ، نگهداری اسب ، گاو ، گله گوسفند ، سگ ، گربه ، برای افراد ویا گروهی مجاز .

21. جلوگیری از هرگونه مهاجرت های بی رویه به حواشی وقلمرو های قانونی شهرها.

22. تعیین قلمروهای صنعتی بر حسب نوع ، ماهیت ، مقیاس ، تنوع ، بازار ، قابلیت صادراتی ، دسترسی به مواد ، وسایر امکان سنجی های لازم برحسب صنایع دستی ، خانگی ، معدنی ، صنایع کوچک ، متوسط وبزرگ ، زیر زمینی ، رو زمینی ، هوائی ، دریائی ، جنگلی ، کویری ، کوهستانی ، سرد سیر ، گرمسیر وغیره به تفکیک وبا کلیه ملاحظات ومعیارهای لازم .

23. تنظیم رابطه منطقی بین تراکم جمعیت با سطوح قلمروهای مفید وموثر قابل تخصیص.

24. تعیین قلمروهای کانی ، سنگ های معدنی ، ژئومورفولوژی(Geomorphology) ، میراث های باستانی ، زمین شناسی ونظایر اینها که بطور طبیعی در حریم های منطقه ای کشور قراردارد وبر حسب خود آتکائی بر منطقه ویا استان ، استفاده بهینه از این مواهب الهی وانفال به اشخاص همان حریم ها تعلق میگیرد ، برای جذب نیروهای متخصص ومساعد توسعه همه جانبه سرزمینی ، ودادن آموزش های تخصصی ، از تئوری تا عمل(TIP) از عدالت سرزمینی است و تعیین قدرالسهم عادلانه از این مواهب برای شهروندان کل کشور.

25. کند وکاو وتلاش برای کشف مزیت های نسبی سرزمینی ، از لحاظ آب های زیر زمینی ، رودخانه تحت الارضی ، کارکرد های خاص منطقه ای وبسیج نیروهای منطقه ای –سرزمینی با آموزش های رایگان توسط متخصصین خبره ، در توسعه سرزمینی.

26. تعیین قلمروهای تاریخی کشورویاد نامه های آن برای افزایش غرورملی از قبیل:

XXV. انعکاس اسناد تاریخی کورش کبیر وحراست از کتیبه ها وآثار تاریخی برای گردشگران خارجی

XXVI. ساخت منشور حکومتی کورش به ابعاد وتجسم های هنری وقابل فروش به گردشگران خارجی

XXVII. اسناد دیوان داری ایرانیان

XXVIII. زنده نگه داشتن گویش های اقوام ایرانی

XXIX. زنده نگه داشتن رسوم وفرهنگ اقوام ایرانی

XXX. انعکاس نظام مالیاتی دروان داریوش

XXXI. انعکاس سپاه جاویدان ایران

XXXII. انعکاس سیاست های دینی ویکتا پرستی ایرانیان

XXXIII. انعکاس پاکسازی کانال سوئز مصر توسط داریوش در 609 قبل از میلاد

XXXIV. انعکاس تدوین قانون مصر توسط داریوش

XXXV. بزرگ داشت همه جانبه خلیج فارس در سطح ملی وبین المللی (که بحمد الله بخوبی به پیش میرود)

XXXVI. انعکاس یکسان کردن واحد پول وواحد های اندازه گیری در دوره داریوش

XXXVII. انعکاس تنظیم کیل در زندگی ایرانیان واستاندارد کردن آنها

XXXVIII. انعکاس اسناد داریوش بزرگ در کتب عهد عتیق

XXXIX. پاسداری ایرانیان از دین ، سخن وری درست وپرهیز از دروغ گوئی

XL. رونمائی نقشه قلمروهای ایران بزرگ از مصر تا قفقاز وتا مرز چین

XLI. انعکاس رویه حقوقی در تمدن ایران

XLII. انعکاس آثار ادبی ، فرهنگی وسیاسی ایران زمین در کتب برجسته نظیر تاریخ ویل دورانت ، روح القوانین وغیره

XLIII. توسعه متون شاهنامه در حماسه های ایرانی وبرا ی یاد آوری عظمت روحی ایرانیان

XLIV. نام گزاری محصولات مهم نظیر اتومبیل ، ابنیه بزرگ ، وغیره به نام های معتبر تاریخی ایران

XLV. تجدید حیات عملی جاده ابریشم واحیای تجارت در قلمروهائی نظیر بیهق وغیره

XLVI. تهیه متون انگیزشی ومحرک از پدیده های ارزشمند ومهیج تاریخ اسلام وایران برای ایجاد مدیریت جهادی وفعالیت های حماسی در توسعه همه جانبه کشور

XLVII. تعیین سهم تمدن سازی ایران از اسناد شرق با شکوه وانعکاس آنها در سطح ملی وبین المللی

XLVIII. استفاده از کلیه سرمایه ها وظرفیت های نامحسوس در عرصه ملی وتعاملات بین المللی وبا برابری فرشت برای احاد ملت (به مقاله اینجانب در مورد سرمایه ها ی نامحسوس مراجعه شود) با لحاظ حسابداری سرمایه نامحسوس وتعیین قدرالسهم در فرصت های برابر .

جنبش غیر متعهدها یا **عدم تعهد وارتباط بنیاد با آن**

عدم تعهد بر اصولی چون احترام متقابل به تمامیت ارضی و حاکمیت کشورها، عدم تجاوز، عدم دخالت دولتها در امور داخلی یکدیگر، مساوات کشورها، همزیستی مسالمت آمیز، بیطرفی مثبت، مخالفت با تبعیض نژادی، مبارزه با توسعه نیافتگی، استعمار و سرمایه داری، پرهیز از واگذاری پایگاه نظامی و مانند آن استوار است. نقطه ثقل استراتژی عدم تعهد بر عدم وابستگی نظامی و نه سیاسی و فرهنگی و اقتصادی قرار دارد، به همین دلیل و نیز به علت فقدان ایدئولوژی مشترک بین اعضا، این استراتژی چندان قرین موفقیت نبوده است. جنبش غیر متعهدها یا عدم تعهد یک سازمان بین‌المللی است که در سال ۱۹۶۱ میلادی در اوج جنگ سرد در بلگراد، پایتخت یوگسلاوی، تاسیس شد و شامل کشورهایی می‌شد که به هیچ‌یک از بلوک‌های قدرت نظام جهانی وابستگی و تعهدی نداشتند یعنی نه در اردوگاه کمونیسم قرار داشته و نه به اردوگاه سرمایه‌داری تعلق داشتند. این سازمان با پایان جنگ سرد نیز به فعالیت خود ادامه داده و در سال ۲۰۱۲ در مجموع ۱۲۰ دولت عضو و ۱۷ عضو ناظر داشته‌است.

ایده تشکیل چنین گروهی تا حد زیادی به ابتکار یوسیپ بروز تیتو رئیس‌جمهور یوگسلاوی، قوام نکرومه نخستین رئیس‌جمهور غنا، جمال عبدالناصر دومین رئیس جمهور مصر، جواهر لعل نهرو اولین نخست وزیر هند و احمد سوکارنو نخستین رئیس‌جمهور اندونزی شکل گرفته بود. کریشنا منون دیپلمات هندی نیز نخستین شخصی بود که در سال ۱۹۵۳ در یکی از نشست‌های ملل متحد این اصطلاح را در اشاره به این نظریه به کار برد.(ویکی پدیا ، دانش نامه آزاد).

بالاترین رکن جنبش «اجلاس سران» است که هر سه سال در یکی از کشورهای عضو تشکیل می‌گردد. علاوه بر آن می‌توان از اجلاس سالانه وزیران، اجلاس سالانه کارشناسان، اجلاس سالانه دفتر هماهنگی و نشست‌های تخصصی و دوره‌ای این جنبش نام برد. نشست‌های دوره‌ای جنبش در حاشیه مجمع عمومی سازمان ملل متحد و نشست‌های آژانس‌ها و سازمان‌های تخصصی این سازمان نیز قابل ذکر است

ایران که به دلیل عضویت در پیمان نظامی مرکزی سنتو از عضویت در این جنبش محروم مانده بود در سال ۱۹۷۹ پس از پیروزی انقلاب به جنبش عدم تعهد پیوست. در سال‌های اولیه حیات جنبش ایرانیان نام آن را به "جنبش نا وابستگان" ترجمه کردند. اما به دلیل عدم استقبال عمومی نام "غیرمتعهدان" مصطلح گردید. ایران بعد از پیوستن به جنبش در اجلاس سران ۱۹۷۹ در هاوانا و از آن به بعد در همه نشست‌های مختلف این جنبش حضور داشته‌است. لغو برگزاری هفتمین اجلاس سران در بغداد به دلیل جنگ ایران و عراق و انتقال این اجلاس به دهلی نو از مهمترین رویدادهای جنبش به حساب می‌آید. شانزدهمین اجلاس سران کشورهای غیر متعهد در روزهای ۹ و ۱۰ شهریور ۱۳۹۱ (۳۰ و ۳۱ اوت ۲۰۱۲) در تهران برگزار شد

بدیهی است که تشکیل " جنبش غیر متعهدها یا عدم تعهد " در شرایط خاص مستولی در سال 1961 انجام گرفته وخود قابلیت ایجاد یک اتحادیه بزرگ را برای اهداف آینده جهان در مقابل استکبار جهانی دارند ومی تواند از الگوی اتحادیه بریکس (برزیل، روسیه، هند و چین چهار کشور دنیا می باشند که قدرت های اقتصادی نو ظهور قرن بیست و یکم تلقی می شوند. این چهار کشور در سال 2009 م یک ائتلاف را بنا نهادند که بریک (BRIC) نام گرفت (یعنی برزیل، روسیه، هند و چین). در دسامبر سال 2012 م وقتی آفریقای جنوبی هم شامل این ائتلاف گردید، نام این اتحادیه به بریکس (BRICS) تغییر یافت. این اتحادیه قبل از این سه کنفرانس در کشورهای روسیه، چین و برزیل برگزار نموده است و به تازگی کنفرانس چهارم در کشور هند برگزار شد و سربراهان مملکت پنج کشور در آن شرکت نمودند. گفته می شود که بعد از سلطه کامل امپراطوری انگلیس در قرن نوزدهم میلادی و آمریکا در قرن بیستم میلادی این اولین بار است که یک اتحادیه چند کشور در حال توسعه جرات این را پیدا کرده که به آمریکا و متحدانش بگوید که نظام اقتصادی غرب دیگر به سمت زوال پیش می رود و اینکه دیگر آمریکا نمی تواند توسط نهادهایی همچون بانک جهانی و صندوق بین المللی پول کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه را غارت نماید.) تبعت نماید ، در هرحال این تشکل های ملی وبین المللی ، فرصت های زیادی را برای بنیاد جهانی سلام ایجاد میکند.

بدیهی است ، اشتراک در اهداف و منافع ملی، ایدئولوژی و تصور خطر مشترک موجب ایجاد و تداوم اتحادهاست. بر این اساس، اتحادها فقط جنبه نظامی ندارند (مانند بازار مشترک اروپا و اکو). در واقع افزایش نفوذ همه جانبه و یا جنگ، تنها هدف اتحادها نیست، بلکه اتحادها بیشتر جنبه بازدارندگی دارند وصلح آور هستند. حتی پیمانهایی که از جنبه تهاجمی برخوردارند تهاجمی بودن خود را به وضوح در قراردادهای منعقده ذکر نمیکنند. اتحادها را به طُرق مختلف تقسیم میکنند، بطور عمده، شرط تحقق پیمان (مانند تجاوز به یکی از اعضا)، نوع و میزان تعهدات اعضا(همیشه تعهدات اعضا برابر نیست)، درجه همکاری اعضا (همکاری اعضای پیمان بر خلاف گذشته تا زمانی که پیمان وجود دارد، دایمی است) و گستردگی حوزه جغرافیایی، معیاری برای تقسیم بندی اتحادهاست. عملی شدن یا نشدن هدفهای همه اعضاء و یا یکی از آنها، اختلاف میان متعاهدین، روی کارآمدن نخبگان سیاسی جدید در یکی از کشورهای عضو، وقوع جنگ بین طرفین معاهده، تغییر اساسی در اوضاع و احوال بین المللی، انقضای زمانی اتحاد، عدم هماهنگی در ارزشها و ایدئولوژی بین اعضا و نظایر آن از عوامل شکاف و فروپاشی اتحادها به شمار میروند.

اتحادیه نوظهور بریکس(BRICS) ووظایف بنیاد

اتحادیه بریکس ونحوه تقابل جهانی برزیل، روسیه، هند و چین چهار کشور دنیا می باشند که قدرت های اقتصادی نو ظهور قرن بیست و یکم تلقی می شوند .این چهار کشور در سال 9002 یک ائتلاف را بنا نهادند که بریک) BRIC (نام گرفت(یعنی برزیل،روسیه، هند و چین .)در دسامبر سال 9069 وقتی آفریقای جنوبی هم شامل این ائتلاف گردید، نام این اتحادیه به بریکس) BRICS (تغییر یافت.این اتحادیه قبل از این سه کنفرانس در کشورهای روسیه، چین و برزیل برگزارنموده است گفته می شود که بعد از سلطه کامل امپراطوری انگلیس در قرن نوزدهم میلادی و آمریکا در قرن بیستم میلادی این اولین بار است که یک اتحادیه چند کشور در حال توسعه جرات این را پیدا کرده که به آمریکا ومتحدانش بگوید که نظام اقتصادی غرب دیگر به سمت زوال پیش می رود و اینکه دیگر آمریکا نمی تواند توسط نهاد هائی همچون بانک جهانی و صندوق بین المللی ،پول کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه را غارت نماید .جمعیت پنج کشور عضو بریکس حاوی حدود 34 درصد جمعیت کل جهان می باشند که شامل مردم چهار قاره آمریکای جنوبی، اروپا، آسیا و آفریقا هستند .تصمیم اتحادیه بریکس در کنفرانس تازه خود در هند مبنی بر تاسیس یک بانک جدید آمریکا و اروپا را متحیر ساخته است چون بعد از انقلاب صنعتی این اولین بار است

که عده ای از کشورهای نیم کره جنوبی از آمریکا و اروپا تقاضای کمک نمی کنند و ادعا داردند که نهادهای بین المللی پولی مانند بانک جهانی باید آنها را در قدرت اقتصادی شریک کنند.

شعار جهانی بریکس

در قطعنامه کنفرانس بریکس در دهلی نو آمده است: :

"ما می خواهیم که در سطح بین المللی بر روی نهادهای مالی نظارتی وجود داشته باشد و کشورهای توسعه یافته هنگام وضع سیاست های کلان اقتصادی رفتار مسئولانه را درپیش گیرند."

داکترین بریکس

"تبیین واجرای یک الگوی جدید اقتصادی در جهان "

بریکس اهداف خود را از تشکیل این اتحادیه به شرح زیر اعلام نموده است:

1- ایجاد اطمینان در متوازن ساختن مبادلات وپرداخت ها ودریافت ها در صندوق بین المللی پول.

2- کاهش ریسک وخطرات احتمالی بازار پولی وارزی پنج کشور عضو.

3- ثبات در بازار انرژی.

4- افزایش قدرت رقابت با دیگر اقطاب جهان.

5- سرمایه گذاری های مشترک در پروژه های فراگیر.

6- ایجاد بانک توسعه بریکس

7- دفاع از مسئله هسته ای ایران

8- با توجه به روند کاهشی دلار آمریکا وبه خصوص رهائی از تاثیر دلار بر معاملات جهانی ، احتمال خلق واحد پولی بریکس به ذهن متبادر می شود.

9- یجاد نهادهای بین المللی لازم

10- ایجاد بیمه مرکزی

11- کشورموصوف

12- ایجاد هاب وبک بن) BACKBONE - (در آسیای میانه وخاورمیانه وآسیای جنب غربی وافریقا وایجادیک شاهراه اطلاعاتی جدید.

13- نیل به 19 در صد تولید ناخالص دنیا در سال 9002 میلادی-

14- مشارکت در پروژه های بزرگ از طریق قراردادهای) -PPP (partnership public-private - و BOTبا کشورهای طرف معامله وسرمایه گزاری در خارج از مرز های این اتحادیه.

15- ایجاد تغییر اساسی توسعه صنعتی جهان وداشتن برتری تکنولوژیک در جهان-

استراتژی بریکس

1- ایجاد وبرقراری سیستم جهانی ارزی مالی در اتحادیه بریکس.

2- تسلط بر انرژی خاورمیانه

سیاست های اجرائی بریکس

1- کلیه معاملات با برد برد انجام شود

2- دفاع از ایران ومقابله با طرح های تحریم علیه ایران.

بریکس د رمورد اعمال تحریم ها علیه ایران ،خود را ملزم نمیداند ولی چه انتظاری در قبال این سیاست دارد ؟ وچه راه حل هائی را در دستور کار خود برای اجرای این سیاست قرار داده است ؟ به نظرمی رسد با نگاهی به سهم بزرگ انرژی در خاورمیانه وبه خصوص سهم ایران در نفت وگاز ، مایل است به عنوان یک خریدار وفروشنده بزرگ جهانی ، با ایران عمل کند.

3- بهر حال فشار آمریکا وهم پیمانان او در عرصه جهانی برای اتحادیه بریکس ، فرصت های فراوانی را ایجاد کرده است واز طریق آنالیز این فرصت ها ودست یابی به ابزار های اجرائی آن ، در بعضی از فعالیت بین المللی پیش گام خواهد شد.این اتحادیه در صدد است که رهبری همکاری های بین المللی با ایران را در سطح جهانی به عهده بگیرد واز این رو در مورد تحریم ها علیه ایران مانور می دهد (این موضوع به تحلیل بیشتری نیاز دارد) رفتار وقار گونه این اتحادیه در ماه های اخیر ، حاکی از ترکیبی از فرافکنی

ها و، اینهمانی ها است درمورد ایران ، ثقلیت موضوع بطرف اینهمانی می چربد واین موضوع به لحاظ مذاکره به نفع ایران است.).

سیاست بریکس در قبال آمریکا واروپا وبطورکلی سرمایه داری غرب بطور شفاف بیان شده است نظام برتون وودز(system **Woods** Bretton) به پایان خط خود رسیده است ورسوائی سرمایه داری بی بند وبار سلطه گران جهان ، به گوش همه رسیده است ومدافع هوشمندی مثل کینز ، فرید من و جرج مارشال ندارد واگر هم این هوشمندان باشند شرایط کنونی جهان رفیق راه آنان نیست ،گروه هشت (موسوم به G8 شامل انگستان ، ایتالیا ، کانادا، روسیه ، امریکا ، فرانسه وژاپن)، قدرت عمل خود را از دست داده اند وگروه 9+ا شامل 9 کشور عضو دائمی سازمان ملل متحد (آمریکا، روسیه ، چین ، بریتانیا وفرانسه) وباضافه سازمان امنیت دست نشانده سازمان ملل ، دیگر از بس در مورد انرژی اتمی ایران دروغ سازی کرده وفرافکنی کرده اند خودشان هم ذلّه شده اند و طرح هایشان در مقابل صبوری ، مقاومت ودفاع رهبری وملت ایران ، نقش بر آب شده است ، نتیجه این هجمه مکرر ناشی از خوی صهیونیستی وچپاول ثروت های ملل وخود را میراث دار ومیراث خوار این دنیای فانی دانستن ، جز این نیست که از میان شکاف بین خودشان ، انشعاب هائی منطقی ومتناسب با واقعیت های تلخ جهانی بوجود می آید که حیرت شکست خوردگان را درپی دارد ، آمریکا انسجام فکری خود را در خاورمیانه از دست داده وبه اندازه یک ایرانی مومن که در نیمه های شب دست به آسمان بلند میکند وبا خداوند قادر متعال(که تمام مقدرات عالم با اوست) در راز ونیاز مشغول است وبا دل نورانی اش الهام میگیرد وشکست ظالمان را درک میکند ، آمریکا باین اندازه درک درستی ندارد ، واین توفیق را هم ندارد که تاریخ عبرت آموز گذشته را مرور کند وببیند که چگونه از بطن دربار ظالمانه فرعون ، موسی(ع)قیام میکند وبه اذن ومقدرات الهی ، فرعون وهم پیمانانشان را در دریا ی انتقام غرق میسازد، این را یک زن مومنه در دل شب های تار پیش بینی میکند ولی هنری کیسنجر یهودی وامثالهم درک نمی کنند ، دیگر ذهن امریکا در مسائل خاورمیانه کند شده واز بس تناقض گوئی کرده است ، فایل های مغز متفکرانش بهم ریخته است.

روزی که ابر های آسمان روی کره زمین هرجا سفر میکرد ، از املاک انگلستان محسوب میشدوآمریکا که دارای 29 درصد ذخایر جهان بود ، در حال حاضر به شدت کاهش یافته وبطور کلی هژمونی 900 ساله غرب پایان یافته وسازمان ملل دست نشانده ، تضعیف شده است واعتبار خودش را ازدست داده است واز بطن خودش ، قوای دیگری سر در آورده ومدعی اعتبار سنجی (مجدد این نهاد بین المللی است).

توانائی های فعلی اتحادیه بریکس ودستیابی بنیاد به این توانائی ها

توانائی ها واستعداد های کشورهای عضو اتحادیه بریکس به شرح زیر است:

1- در صد کل خاک زمین را در اختیار دارد

2- در حال حاضر از کل تجارت جهانی ، 34 در صد آنرا در دست دارد

3- هم اکنون یک چهارم تولید ناخالص جهان را در اختیار دارد ودر سال 9090 به 30 درصد خواهد رسید

4- 3/3 در صد جمعیت دنیا در این 9 کشور است

5- تریلیون دلار است / ذخایر این 9 کشور درحال حاضر بالغ بر3

6- تجارت بین کشورهای موصوف در حال حاضر 940 میلیارد دلار وحدود 92 در صد تجارت جهان است (ودر سال 9069 به 900 میلیارد دلار خواهد رسید.

در بلا ها ومنایای جهان وامتحانات الهی ،که عالَم ونظام هستی در ظرفیت بزرگ انسان ناچیز جلوه میکند وانسان در مقام تسلیم قرار دارد ، تشبیه این کره خاکی (خیلی کوچک در مقابل ملکوت جهان) مثل یک آکواریوم است که قطرات وجود مارا درظاهر جسمانی وبدون اعتنا به اقیانوس وجودمان ، در خود جای داده است ، قطراتی جدا از یکدیگر وتک تک گریزان از هم ، سیستمی یک پارچه را بر نمی تاباند وهمه مشکلات بشر از واقعه درد ناک است لذا در این بیکرانه وجود:

We have settled down in the aquarium in the world, indeed, our existence are seeking the real ocean another place.

بریکس هنوز در مقابل نئو لیبرالسیم دنیای غرب وبرای تسلط بر سرمایه داری جهان ، فاقد روش های جایگزین ایدئولوژیک است ، آیا ایران اسلامی در این امتحان الهی ، وبه خصوص با طرح الگوی اسلامی ایرانی (بهتر است بگوئیم جهانی ، چون دین اسلام جهانی است)پیشرفت ، میتواند نقش بارز وارزنده خودرا در این برهه از جهان نشان دهد؟. وبنیاد سلام دراین مورد می تواند ، نقش ارزنده ای ایفاء نماید .

راهبردهای بازاریابی بنیاد سلام

در بحث تحلیل راهبرد بازاریابی، هرسازمانی باید موارد زیر را در طرح بازاریابی مشخص کند، البته این گونه تصمیم گیری ها مربوط به سیاست گذاری بنیاد میشود که درتحقیق پنجم خواهد آمد:

1- قیمت‌گذاری کالا وخدمات
2- تبلیغات وارتباطات ملی وبین المللی
3- شیوه فروش بر اساس اصول دانش نامه سلام
4- توزیع براساس زنجیره تولید وعرضه
5- سیاست گذاری خدمات نوین
6- سیاست گذاری استاندارد وتضمین
7- سیاست گذاری قیمت
8- مشتری مداری بر اساس شیوه های اسلامی
9- خدمات مدرن به شرح زیر سیاست گذاری میشود:

A- Remodernization

1- Remodernization ⟶ theories
2- Remodernization ⟶ definition
3- Remodernization ⟶ building
4- Remodernization ⟶ society
5- Remodernization ⟶ cities
6- Remodernization ⟶ factories
7- Remodernization ⟶ business

8- Remodernization ⟶ schools

9- Remodernization ⟶ universities

10- Remodernization ⟶ Hospital

11- Remodernization ⟶ Arts

12- Remodernization ⟶ digital working

13- Remodernization ⟶ Architecture

14- Remodernization ⟶ remarking of building

15- Remodernization ⟶ relationship

16- Remodernization ⟶ regarding

17- Remodernization ⟶ reorganizing

18- Remodernization ⟶ reengineering

19- Remodernization ⟶ reliving

20- Remodernization ⟶ parking

21- Remodernization ⟶ garden

22- Remodernization ⟶ security

23- Remodernization ⟶ replace

B- Reengineering

1- Reengineering ⟶ corporation

2- Reengineering ⟶ techniques

3- Reengineering ⟶ software

4- Reengineering ⟶ designing

5- Reengineering ⟶ methodology

6- Reengineering ⟶ discipline

7- Reengineering ⟶ industries

8- Reengineering ⟶ customizing

9- Reengineering ⟶ education

10- Reengineering ⟶ maintenance

11- Reengineering ⟶ DTCC*

12- Reengineering ⟶ BPR*

13- Reengineering ⟶ production

14- Reengineering ⟶ investment

15- Reengineering ⟶ authorization

16- Reengineering ⟶ transformation

17- Reengineering ⟶ optimizing

18- Reengineering ⟶ automation

19- Reengineering ⟶ consulting

20- Reengineering ⟶ productivity

21- Reengineering ⟶ marketing

22- Reengineering ⟶ banking

C-Repairing

1- Repairing ⟹ house equipment

2- Repairing ⟹ dry wall

3- Repairing ⟹ phone fixing

4- Repairing ⟹ windows

5- Repairing ⟹ bathroom

6- Repairing ⟹ water supply

7- Repairing ⟹ painting

8- Repairing ⟹ special orders

9- Repairing ⟹ car parking

10- Repairing ⟹ carpentry(wood making)

11- Repairing ⟹ partition

12- Repairing ⟹ bricklayer's

13- Repairing ⟹ fire place

14- Repairing ⟹ lab equipment

15- Repairing ⟹ little garden

16- Repairing ⟹ electronic system

17- Repairing ⟹ marking the building

18- Repairing ⟹ intelligent house

19- Repairing ⟹ house security

20- Repairing ⟹ air conditioning

21- Repairing ⟹ ergonomics house

22- Repairing ⟹ act

23- Home Modernization activities

24- Building Modernization activities

25- Road Modernization activities\

26- Hospital Modernization activities

امروزه بازاریابان با سیر شتابان تغییرات در حوزه های گوناگون تغییرات بازار ، گفتگوهای اینترنتی، رسانه های جمعی و ... مواجهند که باعث ایجاد تغییرات شگرفی در محصولات، بازارها و رهیافتهای بازاریابی می شود ،در الگوی قدیمی که در آن، کسب و کاری ایجاد می شد و بازاریابان در مورد آن صحبت

می کردند و مشتریان گوش می سپردند و در نهایت فروش حاصل می شد، اقتصادی ارائه می شد که در آن با همکاری مشتریان، بازاریابی با تعاملات دو طرفه، محصولات سفارشی را از طریق کانال هایی عرضه می کرد. با این وجود، متفکران هنوز به یک جمع بندی نهایی برای تعریف یگانه ای از نحوه مواجهه بازاریابان نرسیده اند و این موضوع مهمی است که بنیاد جهانی سلام با استفاده از آموزه های سلام (443 آیه از قرآن وفرمایشات معصومین ع)، به الگو سازی دراین مهم خواهد پرداخت .

ست گودین(Seth Godin) در جدیدترین کتاب خود به نام ‘‘فریب Icarus ’’ با نامیدن این اقتصاد با عنوان اقتصاد ارتباطی معتقد است: ’’ ارزشی که ما می آفرینیم مستقیما به میزان اطلاعاتی که می توانیم تولید کنیم، مربوط است و نیز اینکه چقدر اعتماد می توانیم جلب کنیم و نوآوری داشته باشیم.’’ از طرف دیگر، گری وینرک(Winick Gary)، مشاور رسانه های اجتماعی آنرا ‘‘اقتصاد سپاسگذارانه’’ می نامد و آن را اینگونه توصیف می کند:’’ یک تغییر اساسی در کسب و کار که بوسیله اینترنت موجب توانمند شدن مشتریان و درخواست کسب و کار بیشتر شده است."

دراین رابطه آیات روشنی از قرآن کریم به راهنمائی ما می پردازد ، سوره لِّلْمُطَفِّفِينَ آیات 1ال3 " وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ- وای بر کم‌فروشان- الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُواْ عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ- که چون از مردم پیمانه ستانند تمام ستانند- وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ - و چون برای آنان پیمانه یا وزن کنند به ایشان کم دهند" که این آیات به اهمیت پیمانه واوزان واستاندارد های پی برده میشود ودر سیاست گذاری براساس قاعده " هزینه – فایده شرعی " سیاست گذاری خواهد شد واین موضوع تنها مربوط به خرید وفروش کالا نیست وهرگونه خدمات مدرن که در لیست بالا آمده است را دربر میگیرد وبخصوص در امور خدمات پزشکی ، داروئی وموضوع سلامتی انسان ورعایت شئون وکرامت انسانی ، وصدها مورد دیگر که در عصر حاضر مغفول مانده است ، این اسلام است که راه حل های اساسی وعادلانه را در راهبرد خود ملحوظ کرده وتوسط بنیاد وسازمان های عدالت گستر ، شیوع می یابد .

اگر ژرف به جامعه بنگریم، می‌بینیم که شیوه‌های بازاریابی فراتر از تحت تأثیر قرار دادن فروش داروها، باعث بازنگری مردم به بدنشان شده باشد. اکنون، شخصیت بسیاری از افراد با بیماری‌شان پیوند خورده است و تشخیص بیماری مردم، مبدل به بخشی از وجودشان شده است.یک مثال کلاسیک در این زمینه کاری بود که شرکت معتبر داروسازی مرک(Merck)در دهه ۶۰ میلادی برای فروش بیشتر داروی ضد

افسردگی آمی‌تریپتیلین انجام داد. در آن زمان توجه زیادی به افسردگی بالینی نمی‌شد و افسردگی زیاد تحت درمان طبی قرار نمی‌گرفت. به همین خاطر مرک هزاران نسخه از کتابی در مورد افسردگی را خرید و به رایگان برای هزاران پزشک عمومی در ایالات متحده فرستاد. به ناگاه میزان تجویز آمی‌تریپتلین بالا رفت، در حالی که از نیمه دهه پنجاه، ایمی‌پرامین در دسترس بود.

پنجاه سال پیش، چنین شیوه تبلیغی، روی پزشکان تمرکز می‌کرد، اما در حال حاضر بازاریابی روی خود بیماران متمرکز شده است. کافی است که بیماری جدیدی پیدا شود و جامعه نسبت به آن حساس شود. مثلا می‌شود به جامعه القا کرد که پزشکان اهمیت زیادی به این بیماری می‌دهند یا بیماری از آنچه تصورش می‌شود، شایع‌تر است و داشتن آن شرم‌آور نیست. البته گاهی چنین شیوه تبلیغی یک شیوه تبلیغاتی است که هم برای شرکت داروسازی و هم برای بیماران سودآور است. چرا که مردم متوجه یک بیماری می‌شوند و از سوی دیگر دارو هم بیشتر به فروش می‌رسد. برای مثال وقتی بر شایع بودن افسردگی تأکید شود، خیل عظیم مردمی که دچار این اختلال هستند، متوجه می‌شوند که تنها خودشان نیستند که در خلوت خود عذاب می‌کشند و نزد پزشک رفتن و مصرف داروی ضد افسردگی چیز خجالت‌آوری نیست.

نشانگان یا سندرم (Syndrome) در پزشکی و روانشناسی آمیزه‌ای از علائم و نشانه‌ها که حاکی از اختلالی خاص است . سندرم به معنی مجموعه‌ای از خصوصیات قابل تشخیص بالینی است. شامل نشانه‌های بیماری (که توسط بیمار گزارش می‌شود)، علایم پزشکی (که توسط پزشک دریافت می‌شود) و پدیده‌ها و خصوصیاتی که معمولاً با هم اتفاق می‌افتند. بنابر این وجود یکی از این مشخصه‌ها پزشک را در مورد وجود بقیه ویژگی‌ها هشدار می‌دهد. در سالهای اخیر از این واژه خارج از پزشکی در ارتباط دادن میان چند پدیده مربوط به هم استفاده شده است، درگذشته معمولاً وقتی چند نشانه و علامت همراه یکدیگر در بیماری دیده میشد و پزشکی که متوجه همراهی آنها شده نمیتوانست علت خاصی برای بروز آن علائم بیابد به مجموعه آن علائم سندروم اطلاق میکرد، بازاریابی در عصر حاضر با پیچیدگی هائی وهمراه با دغل بازی ، رایج است واین موضوع به راهبرد های دقیقی ومطابق با علم مفید وآموزه های سلام نیاز مند است.

راهبرد اقتصادی بنیاد سلام

بخش عمده ای از راهبرد های آینده بنیاد سلام از نوع راهبرد های اقتصادی است ، دراین قسمت به تنوع راهبرد های اقتصادی پرداخته وزمینه برای سیاست گذاری های آینده بنیاد در تدوین وتنظیم رهبردهای اقتصادی براساس اقتصاد اسلامی (کمیته فقهی) وسایر مناسبات ملی وبین المللی وگذر از بحران های مبتلابه اقتصادی بیان میشود.

در طول چند دهه اخیر, کشورهای مختلف جهان ,متناسب با شرایط, فرصت‌ها, ساختار حکومتی و فرهنگ اجتماعی_خود استراتژی‌های توسعه اقتصادی مختلفی را در پیش گرفتند. این استراتژی‌ها بطور کامل قابل تفکیک نیستند بلکه طیفی را تشکیل می‌دهند که استراتژی‌های ذیل در آن قرار می‌گیرند. بعلاوه باید گفت که تقریباً هیچ کشوری بطور شفاف و مشخص هیچ یک از استراتژی‌ها را در پیش نمی‌گیرد (عمدتاً از راهبرد های پنهان است) بلکه این تحلیل کارشناسان و مطالعه سیاست‌ها و برنامه‌های دولت‌ها است که مشخص می‌کند هر کشور تقریباً کدام استراتژی را انتخاب نموده است .

از جمله استراتژی‌های توسعه اقتصادی_بکارگرفته‌شده توسط کشورهای درحال‌توسعه (از دهه 1960 تا پایان دهه 1980) می‌توان به این موارد اشاره کرد.(مدرک : daneshnameh.roshd.ir)

1. استراتژی پولی

این استراتژی, بر ارتقای علایم بازار, به عنوان راهنمایی برای بهبود تخصیص منابع, متمرکز است. در عمل, این استراتژی اغلب در طول دوره‌ای بحرانی بکار گرفته می‌شود که تثبیت و تعدیلِ اقتصادیِ عدم‌تعادل‌های شدید از اولویت بالایی برخوردارند, و نتیجتاً معمولاً معیارهای بهبود قیمت‌های نسبی همراه با معیارهای کنترل نرخ افزایش سطح عمومی قیمت‌ها است. این استراتژی دارای جهت‌گیری اقتصاد خرد است, اما هدف‌های اقتصاد کلان را دنبال می‌کند. وجه اصلی این استراتژی, اعطای فضای گسترده‌ای به بخش خصوصی است تا در آن به فعالیت بپردازد .این استراتژی در آن دسته از کشورهای جهان را بکار می‌آید که از لحاظ اقتصادی پیشرفته‌تر هستند و اتکای خود را بر صنایع خصوصی قرار می‌دهند . نکته مهم آن است که بخش خصوصی به عنوان محور توسعه در نظر گرفته می‌شود و نقش "بخش پویا" را در اقتصاد به خود می‌گیرد و مسؤول ایجاد ارتباط بین بخش‌های عقب‌مانده و پیشرفته اقتصاد با دیگر بخش‌های اقتصاد می‌شود .نقش دولت به حداقل کاهش می‌یابد, و در شرایط آرمانی, محدود به فراهم‌آوردن محیط اقتصادی باثباتی می‌شود که در آن بخش خصوصی بتواند رشد کند. دولت با استفاده از سیاست تثبیت

می‌کوشد نوسانات اقتصادی را تا آنجا که مقدور است کاهش دهد, و بدین وسیله, بخش خصوصی را در انجام پیش‌بینی‌های قابل‌اتکا و اجرای برنامه‌ریزی‌های دقیق یاری رساند. اساساً روح این استراتژی غیرمداخله‌گرانه است و بر نوآوری و کارآفرینی (برای پیشبرد اقتصاد) استوار است .از جمله کشورهایی که چنین استراتژی را در این دوره در پیش گرفتند می‌توان به شیلی و آرژانتین اشاره کرد، درایران از زمان توسعه بانک های خصوصی وایجاد بورس ، پول های حبابی وشکاف های اقتصادی بوجود آمد وعمده آنها بشرح زیر است :

مشکلات اساسی اقتصادی ما کدام‌اند؟ فروپاشی اقتصاد ایران:

طوفان که در راه است! از احمد سیف

الگوی توسعه واردات سالار و کمی هم درباره تاریخ اقتصادی ایران معاصر:

" برای سادگی کار خودم، من فقط به یک مشکل اساسی اشاره می‌کنم:"" ضعف بنیه تولیدی در اقتصاد""به دلایل گوناگون، اقتصاد ایران اقتصاد مولدی نیست. اگر بیشتر به عقب بر نگردم حداقل در ۱۵۰ سال گذشته این خصیصه اصلی اقتصاد ما است و به همین خاطر، تقریباً همیشه بین تولید و مصرف در آن شکاف وجود داشته است. در مقطعی در قرن نوزدهم این شکاف را با صدور طلا و نقره از ایران پر کرده بودیم و بعد از پیدایش نفت، که همه چیزمان نفتی شد و این شکاف هم مزمن و دائمی گشت. یکی از شیوه‌های اندازه گیری این شکاف، این است که به تراز پرداخت‌های بین المللی‌مان نگاه بکنیم. البته همین جا بگویم که لازم است که به این تراز بدون توجه به دلارهای نفتی توجه کنیم. هدفم در این مقایسه این است که ببینیم بر سر این شکاف بین تولید و مصرف در اقتصاد چه آمده است! گفتم و باید تکرار کنم که این مشکلی نیست که در ۴ سال گذشته آغاز شده باشد ولی واقعیت این است که در این ۴ سال، شاهد رشد چشمگیر این شکاف بوده‌ایم. برای مقایسه، توجه شما را به این آمارها جلب می‌کنم.

در دوره ۰۶-۱۹۰۱ ارزش کل واردات ایران ۳۸,۴ میلیون لیره و ارزش کل صادرات ما هم ۲۷,۳ میلیون لیره بود. یعنی این شکاف برای این دوره معادل ۱۱,۱ میلیون لیره بود که برای آن دوران به توجه به اندازه اقتصاد ایران، میزان قابل توجهی است. برای سال ۱۳۵۶ یعنی آخرین سالی که از رژیم گذشته آمار داریم، کل واردات ۱۳,۵ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی هم ۰,۵ میلیارد دلار بود، یعنی این شکاف برای این سال، ۱۳ میلیارد دلار بود.در طول ۷۶-۱۳۷۳ یعنی سه سال پایانی ریاست جمهوری آقای رفسنجانی، کل واردات به ایران ۵۳ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی ما هم تنها ۱۴ میلیارد دلار

بود، یعنی اندازه این شکاف برای این سه سال به ۳۹ میلیارد دلار رسید.در طول ۸۳-۱۳۸۰ یعنی سه سال پایانی ریاست جمهوری آقای خاتمی، کل واردات به ایران ۱۰۶ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی ما هم ۲۳ میلیارد دلار بود، که میزان شکاف بین تولید و مصرف برای این سه سال می‌شود ۸۳ میلیارد دلار.در طول ۸۷-۱۳۸۳ یعنی سه سال اول ریاست جمهوری آقای احمدی نژاد کل واردات به ایران ۱۹۴,۶ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی ما هم ۵۵ میلیارد دلار بود یعنی کسری تراز پرداخت‌های اقتصاد غیر نفتی ما ۱۴۰ میلیارد دلار می‌شود. یعنی برای این سه سال، ۱۴۰ میلیارد دلار از کالاها و خدماتی که در اقتصاد ایران مصرف شد، در اقتصاد ایران تولید نشده بود. البته به اشاره بگویم که از آقای جهرمی وزیر پیشین کار آقای احمدی نژاد در همایشی در تبریز نقل شده است که ایشان گفته‌اند ۸۰ درصد آمارهای صادرات غیر نفتی ایران را قبول ندارند. اگر بخواهیم این «نصحیح» را در نظر بگیریم البته که میزان شکاف ۱۸۳,۶ میلیارد دلار می‌شود که از آن می‌گذرم.

احمد سیف میگوید :در همین جا باید توجه شما را به دو نکته دیگر هم جلب بکنم.در طول ۱۳۸۳ اگرچه کل صادرات غیر نفتی ما ۷ میلیارد دلار بود، ولی خبر داریم که دولت- دولت آقای خاتمی – ۸ میلیارد دلار برای تشویش صادرات پرداخت. من در نوشته ای همان موقع، از این کار تحت عنوان «اقتصاد ملانصرالدینی» نام برده بودم که عملاً ۸ دلار هزینه می‌کنیم تا ۷ دلار درآمد داشته باشیم. از سوی دیگر این را هم بگویم که در ۱۳۸۷ بر اساس تازه‌ترین آماری که بانک مرکزی منتشر کرده است، کل واردات به ایران برای ۶ ماه اول سال ۳۵,۵ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی ما هم ۹,۸ میلیارد دلار بود. حتی اگر از «تصحیح» آقای جهرمی هم چشم پوشی کنیم، یعنی که برای بقیه سال اگر همین روال ادامه یافته باشد، کسری تراز پرداخت‌های بین‌المللی (غیر نفتی) ما یا همان شکافی که پیش‌تر از آن سخن گفته‌ام ۵۲ میلیارد دلار می‌شود.این ضعف بنیه تولیدی، به گمان من، عمده‌ترین و پیچیده‌ترین معضل اقتصادی ماست و از طرف دیگر، باید بر این نکته تاکید بکنم که تداوم تاریخی آن هم تصادفی نیست و تا موقعی که به ریشه نپردازیم برطرف نخواهد شد.و اما، پی آمدهای این ضعف توان تولیدی و عوامل توضیح دهنده آن، خودش را به صورت‌های مختلفی نشان می‌دهد.

- بیکاری آشکار و پنهان.

- توزیع نابرابر درآمد و ثروت.

- گستردگی فقر.

- تورم مزمن.

- عدم موفقیت در بازارهای بین المللی.

- بدهی خارجی که از مقدار واقعی و شرایطش خبر نداریم.

- فرار سرمایه از ایران و کاهش ادامه دار و حیرت انگیز ارزش ریال.

- ساختار مخدوش بازار و به ویژه وجود شرکت‌های عظیم نه دولتی – نه خصوصی.

و اما چرا این گونه است؟

احمد سیف می گوید: پاسخ من این است که حداقل در صد سال گذشته می‌خواستیم در ایران اقتصاد سرمایه‌داری داشته باشیم ولی برای ایجاد نهادهائی که برای اداره ثمربخش این نظام اقتصادی لازم است کاری نکرده ایم. به عبارت دیگر، پوسته نظام اقتصادی ما سرمایه‌داری است ولی وقتی این پوسته را کنار می‌زنیم، چنان معجونی سر بر می‌زند که با هیچ الگوی شناخته شده‌ای جور درنمی‌آید.تا ۱۹۰۶ که در ایران هیچ گونه قانون مدونی نداشتیم. اگرچه به نظر این گونه نمی‌آمد ولی اقتصادی داشتیم سرشار از هرج و مرج و هر کی به هر کی. مالکیت جان و مال هم در نتیجه همین آنارشیسمی که حاکم بود، بلاتکلیف بود. یعنی شمای ایرانی امروز همه کاره بودید و فردا بر سردار. پی آمد اقتصادی این ساختار هم این می‌شود که اقتصاد با قحطی سرمایه گذاری در آن روبرو می‌شود و نتیجه اش هم ناپایداری تولید و ضعف بنیه تولیدی در اقتصاد است. پس از ۱۹۰۶ به ظاهر قانون دار شدیم ولی هنوز نهادهای دیگر را نداریم، ولی در ضمن، هرکس که تتمه قدرتی دارد، به قانون رفتار نمی‌کند و نتیجه این که، با بیش و کم تفاوتی همان الگوی قرن نوزدهمی ادامه پیدا می‌کند- با این تفاوت، که یواش یواش دلارهای نفتی را هم داریم که می‌تواند به عنوان سرپوشی برای کتمان شکافی که بین تولید و مصرف وجود دارد بکار گرفته شود. از آن زمان به بعد، نه فقط اقتصاد ما که بخش عمده ای از مصرف ما هم نفتی می‌شود. نه این که مالکیت خصوصی نداشته باشیم. داریم همان گونه که در قرن نوزدهم هم داشتیم، ولی امنیت مالکیت و به طور کلی امنیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و البته که اقتصادی نداریم. یعنی مهم نیست که در قوانین مدون من و شما ایرانی چه میزان حق و حقوق داریم. یا به اصطلاح بر روی کاغذ چه‌ها امکان پذیر است و چه‌ها نباید بکنند، در عمل، تجربه زندگی‌مان این است که اکثریت مطلق مان حق و حقوقی نداریم (البته می‌گویم اکثریت مطلق، چون همیشه بوده‌اند اقلیت بسیار کوچکی که برای هر کاری جواز داشته‌اند!). خوب

در این فضا، یکی این که تصمیمات اقتصادی به شدت سیاسی می‌شود ، یعنی شما نوعی، به خاطر رابطه ای که با یک مقام صاحب قدرت دارید یک تصمیم اقتصادی می‌گیرید نه این که به اصطلاح ضرب و تقسیم اقتصادی‌اش را کرده باشید؛ و چون این گونه است، رانت خواری هم در این نظام به صورت «فضیلت» در می‌آید و ذهنیت اقتصادی آدم‌ها را به تباهی بیشتر می‌کشد. رانت خواری هم اول و آخر مصیبت اقتصادی در همه جاست. وقتی امنیت نیست و وقتی که تکلیف خیلی چیزها- حق و حقوق فردی، مالکیت، قرارداد- مشخص نیست، سرمایه گذاری در تولید غیر عقلائی می‌شود. در این مجموعه وقتی مازاد دارید یا آن را در جائی دفن می‌کنید- سابق در باغچه منزل دفن می‌کردید و حالا در بانک فرنگ اگر در لندن و زوریخ نشود این کار را کرد خوب مازاد را به دوبی می‌فرستید – یا برای این که به دست قدرتمندان نیفتد، بخش عمده‌اش را هزینه می‌کنید. هرکدام که بشود، به ویژه وقتی که این هزینه‌ها هم عمدتاً صرف کالاها و خدمات وارداتی بشود، اقتصاد از این مازادها و از این نوع هزینه کردن‌ها جان نمی‌گیرد و توانمندتر نمی‌شود. جالب این که رانت خواری در ایران، برخلاف ادعائی که شماری از اقتصاددانان می‌کنند در انحصار بخش دولتی نیست. تجار محترمی که در بخش خصوصی احتکار می‌کنند تا قیمت‌ها بالا برود، به جز رانت خواری مگر چه می‌کنند؟

متأسفانه این وضعیت کلی با اندک تغییر آن هم عمدتاً در سطح قضایا- شیوه غالب زندگی اقتصادی در ایران است؛ و بنده عرضم این است که تا زمانی که کار بر این مدار می‌چرخد، مشکلات اقتصادی ایران رفع نمی‌شود. پس به گمان من، برای برون رفت و یا حداقل تخفیف این مشکلات ما به اصلاحات اساسی سیاسی و اقتصادی نیازمندیم. بدون تحول سیاسی، سیاست‌های اقتصادی نمی‌تواند مددکار باشد و بدون تحول اقتصادی، تحول سیاسی پایدار نخواهد بود. به تجربهٔ تلخ و شیرین بشریت، این دو اگر قرار است موفق باشند، باید با هم و با پشتیبانی و حمایت یکدیگر اجرا شوند. پیشاپیش به این نکته نیز اشاره بکنم که باید از تمایلی که می‌کوشد با وعده‌های غیر واقعی و " سریع‌السیر" این مصائب را بر طرف نماید، مقابله شود. چون این مشکلات راه حل ساده و بی درد و حتی کم درد ندارند. آگاهی به این واقعیت‌ها اما تحمل درد را امکان پذیر می‌نماید.

نگاهی به این لیست مشکلات و مصائب اقتصادی نشان می‌دهد که ما به کار و برنامه ریزی هم زمان در چند حوزه نیازمندیم. به عنوان مثال، به گمان من، علت اصلی تورم در جوامعی چون ایران کمی تولید و کاهش ادامه‌دار ارزش ریال و افزایش خارج از کنترل عرضهٔ پول در اقتصاد است. کمی تولید اگر چه ریشه ساختاری و تاریخی دارد، ولی کاهش ادامه‌دار ارزش ریال به سیاست‌های دولت و فرار سرمایه از

ایران مربوط می‌شود. فرار سرمایه، اگر چه دلایل اقتصادی هم دارد ولی علت اصلی آن سیاسی- فرهنگی است. کاهش ادامه‌دار ارزش ریال به بیانی یکی از علل فرار سرمایه است و هم یکی از پی‌آمدهای آن. قانونمند شدن امور و به ویژه تعیین تکلیف مالکیت خصوصی و بی تعارف، آماده سازی نهادهای لازم برای حفظ تقدس آن در یک نظام سرمایه‌داری، مقابله با مراکز چند گانهٔ قدرت- به ویژه مراکز قدرت غیر انتخابی- مقابله جدی و قابل رویت و لمس با موارد عدیدهٔ قانون شکنی از سوی همگان و به خصوص از سوی دولت کوشش عملی برای افزودن بر امنیت در جامعه بی گمان برای کاستن از تمایل به فرار سرمایه مفید خواهد بود. نه تنها این، بلکه اگر بتوانیم ایرانی‌ها را به وجود امنیت لازم و احترام به حق و حقوق اجتماعی شان متقاعد بکنیم، در آن صورت، سرمایه گذاری تولیدی هم در این جا تشویق می‌شود و انجام می‌گیرد. حرکت در این راستا می‌تواند بستری باشد برای تخفیف و حتی حذف این شکاف و اما کمبود تولید، برنامه ریزی می‌خواهد. در برابر تمایلی که می‌کوشد فشارهای تورمی را با تشویق واردات تخفیف دهد باید مقاومت کرده، مضار این سیاست را نشان داد- فکر می‌کنم الان می‌دانیم که این سیاست در عمل به چه صورتی در خواهد آمد! برای کشوری چون ایران که منابع ارزی قابل اطمینان و قابل توجه ندارد، خطر این سیاست افزودن بر بدهی خارجی و بی اعتباری بین‌المللی است که به صورت بحران ارزش ریال در می‌آید و ضمن تشویق فرار سرمایه بر بحران تورمی می‌افزاید. البته در این سال‌ها بودند و هستند اقتصاددانانی که بدون توجه به این وجوه «غیر اقتصادی» خواهان حذف دولت از زندگی اقتصادی و سپردن کارها به دست «بازار آزاد» هستند. در موارد مکرر در این باره نوشته‌ام که من با این سیاست، موافق نیستم. آن هم به این دلیل ساده که وقتی تکلیف حق و حقوق فردی نامشخص باشد و دولت هم کارآمد نباشد و به قوانین جاری عمل نکند، اقتصاد بازار هم نتیجه نخواهد داد. پیشنهاد می‌کنم به تجربه «خصوصی سازی» در ایران بنگرید و خارج از حب و بغض ایدئولوژیک پی آمدهایش را بررسی کنید. به همین خاطر، معتقدم که با تمایلی که می‌کوشد در جوامعی چون ایران دولت را از زندگی اقتصادی حذف کند نیز باید مقابله شود. آن چه باید بشود تصحیح عملکرد دولت است نه حذف آن. تصحیح عملکرد دولت هم بدون قانون گرایی و تعهد و عمل به قانون غیر ممکن است.

- اولاً، هیچ نمونهٔ تاریخی وجود ندارد که اقتصادی بدون نقش کارساز و موثر دولت در ادارهٔ امور توسعه یافته باشد.

- ثانیاً، بخش خصوصی در ایران به دلایل گوناگون- از جمله به دلایل عدم امنیتی که وجود دارد فاقد خصلت کارآفرینی است و در وجوه عمده، تمایل زیادی به باج طلبی (Rent seeking)دارد و این خصلت

نیز، خصلت تازه‌ای نیست. با حذف دولت از زندگی اقتصادی و بدون آن چه‌هائی که باید انجام بگیرد، این بخش به جای کوشش در راستای افزودن بر تولید ارزش افزوده در اقتصاد، همه‌ی توان خود را صرف بخش توزیع نموده و می‌کوشد بدون دردسر به درآمدهای کلان‌تر دست یابد و این خصلتی است که چه در رژیم گذشته و چه در سال‌های اخیر عیان تر از آن بود که کتمان کردنی باشد.

به نظر من اگر قرار باشد بدون اصلاحاتی که لازم است- آن گونه که از قرائن پیداست، بخش‌های بیشتری در اختیار این بخش مسئولیت گریز و دلال مسلک قرار بگیرد، اقتصاد مملکت یا گرفتار بحران بی اعتباری بین‌المللی خواهد شد – به خاطر وارداتی که توانائی تأمین مالی شان را نداریم- و یا تورم سیر صعودی خواهد گرفت و در نهایت به صورت یک بحران سیاسی در می‌آید. دلیل افزودن بر تورم هم این است که فعالیت‌های دلالی – به ویژه وقتی بین تولید و مصرف شکاف وجود دارد، یعنی وضعیتی که در ایران داریم- یکی از عمده‌ترین عوامل افزایش قیمت است چون هر دلالی بدون این که ارزش افزوده ای تولید کرده باشد، بسته به موقعیت، مقداری بر قیمت‌ها افزوده است. پس، قبل از هر چیز، راهی جز این نداریم تا همه‌ی امکانات را برای افزودن بر تولید ارزش و ارزش افزوده در اقتصاد بسیج کنیم؛ و همین جا ست که بر می‌گردیم به ضرورت کنترل و محدود کردن قدرت سیاست پردازان و ایجاد شرایطی که امنیت اجتماعی از حرف فراتر رفته و با نهادهای لازم و کافی حمایت گردد.

احمد سیف می گوید:همین جا پس این نکته را هم بگویم که بازاری که شماری از اقتصاددانان در ایران از آن حرف می‌زنند و از آن دفاع می‌کنند، یعنی بازاری مستقل از مداخلات گسترده و هر روزة دولت، وجود خارجی ندارد؛ و اگر هم رگه‌های کم رنگی از چیزی شبیه به این نوع بازار در خاطره‌های گرد گرفته تاریخی بشر باشد، آن هم به مراحل اولیة نظام فئودالی و در مرحلة ظهور و پیدایش مبادلات کالائی مربوط می‌شود که حتی در آن موقع نیز، پول در جریان به وسیله فئودال منطقه و یا سلطان ضرب می‌شد و از آن گذشته، نه حجم مبادلات قابل توجه بود و نه دائمی و ادامه دار. تولید، تولید کالائی – تولید برای بازار- نبود و تنها تولید مازاد بر مصرف بود که به صورت کالا در آمده وارد مبادله می‌شد؛ و این مازاد اگر در یک سال بود، ممکن بود در سال دیگر نباشد. ولی سرمایه سالاری در گوهر نظام متفاوتی است که با کالائی شدن تولید- یعنی تولید برای فروش در بازار- خصلت بندی می‌شود و به همین خاطر نیز هست که مداخلات هر روزة دولت در بازار به شکل‌های مختلف، نه فقط موثر که ضروری می‌شود.

حتی در جوامعی که همین برنامهٔ تعدیل را به جوامع پیرامونی صادر می‌کنند، گذشته از نقش چشمگیر و مستقیم دولت در اقتصاد – چه به صورت عرضه کننده کالا و خدمات و یا خریدار آن‌ها- روز و هفته ای نیست که دولت برای ثبات آفرینی در بازار ارز مداخله نکند. از آن گذشته، کشوری وجود ندارد که در آن نرخ بهرهٔ بانکی از سوی دولت – از طریق بانک مرکزی – تعیین نشود و نرخ بهره به عنوان «قیمت پول» در نظام سرمایه سالاری اگر مهم‌ترین «قیمت» در این نظام بازار سالار نباشد، یکی مهم‌ترین قیمت‌هاست. با این حساب، این روایت «غیر اقتصادی» بودن مداخلات دولت در وجه عمده نه در نتیجه‌ی یک استدلال مشخص و معلوم اقتصادی که دقیقاً یک موضع گیری روشن سیاسی است. با این همه، آن چه که باید بشود دموکراتیزه کردن و تصحیح خودسری‌های نهاد دولت است نه کوشش برای حذف آن از زندگی اقتصادی.

بحث اصلی بر خلاف آن‌چه که از سوی این دوستان عرضه می‌شود، بر سر نقش داشتن و یا نداشتن دولت در امور اقتصادی نیست. یعنی، آتشی‌ترین مدافعان «**بازار آزاد**» نیز از «حذف کامل» دولت به واقع حذف کامل را منظور ندارند. یعنی، منظور این جماعت نیز برچیده شدن پول ملی، بانک مرکزی، ابزارهای دولت برای دفاع از مالکیت خصوصی، نظام گسترده نظامی و پلیس و نهادهای واضع و مجری قانون نیست. مجادلهٔ اصلی، در واقع، بر سر چگونگی این نقش و گسترای آن و در اصل بر سر ارجحیت‌های دولت است.پس برسیم به یک سئوال اساسی دیگر: با توجه به این مقدمه چه باید کرد؟ اگرچه در پیش گرفتن سیاست‌های ضربتی و کوتاه مدت گاه لازم می‌شود ولی من بر آن سرم که دولت آینده برای کاستن از این مصائب باید در وجه عمدهٔ بکوشد که نه فقط ساختار اقتصاد ایران که ساختار ذهن اقتصادی مای ایرانی هم متحول شود. در این حوزه و در کوتاه مدت، دولت آینده باید بپذیرد که:

۱- دموکراسی و جامعهٔ باز، در بطن خویش رسیدن به یک حداقلی از رفاه مادی برای همهٔ شهروندان را نهفته دارد. یعنی در جامعه ای با فقر و نابرابری روزافزون یکی از اساسی‌ترین مختصات یک جامعهٔ باز وجود نخواهد داشت [تخفیف مشکل فقر].

۲- دموکراسی و جامعهٔ باز با نابرابری روزافزون و بی عدالتی گسترده جمع شدنی نیست. تخفیف نابرابری و بی عدالتی به سیاست‌های ویژه نیاز دارد و با حاکمیت بازار آزاد به دست نمی‌آید.

۳- دولت آینده باید در عمل بپذیرد که شهروندان نه موضوع توسعه که عامل توسعه‌اند و به همین سبب لازم است که نه فقط در زیان‌ها که در منافع احتمالی آن نیز سهیم باشند. یعنی، رفاه و آزادی غیر قابل

تفکیک‌اند یا اگر به طور دیگر گفته باشم، نه بدون آزادی، رفاه به دست آمدنی است و نه بدون رفاه، آزادی معنی‌دار است. این حداقل رفاه برای رسیدن به اهداف جامعه ضروری است [کوشش برای باز توزیع ثروت و درآمد]. انگیزة شهروندی که حقوق ماهیانه اش برای پرداخت اجاره منزل مسکونی‌اش کفایت نمی‌کند، برای سخت کوشی و ابداع و کار به نفع جامعه و برای فاسد نشدن، چیست؟ با این حساب برگردیم به پرسشی که مطرح کردیم.به نظر من، خطوط کلی این سیاست اقتصادی را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد. من بر آنم که این سیاست‌ها برای رفع و یا حداقل تخفیف دو دسته مشکلی که پیش‌تر بر شمردم، مفید خواهند بود :

- مشخص کردن نقش و وظایف دولت

- اصلاح ساختار دولت- دموکراتیزه کردن این ساختار

- مقابله با فساد مالی گسترده و مزمن (دولتی، شبه دولتی، شخصی)

- تصحیح نظام مالیاتی

- مدیریت ثمر بخش تجارت خارجی

- توجه به مسائل کارگری و اتحادیه‌ها

- نهادسازی

- آزادی مطبوعات و رهاسازی صدا و سیما از انحصار دولتی- احترام به حق و حقوق فردی

باید یک بار دیگر تاکید بکنم که بدون تضمین آزادی بیان و عقیده و امنیت همه جانبة شهروندان و کوشش وقفه ناپذیر برای گسترش و تعمیق این آزادی‌ها و امنیت این مصائب و مشکلات هم باقی می‌مانند.با توجه به آن چه که درباره شکاف موجود بین تولید و مصرف در اقتصاد ایران گفتم باید اضافه کنم که به گمان من خطای استراتژیک دولت احمدی نژاد این بود که- همانند دولت‌های قبلی و احتمالاً اندکی مشتاق‌تر- الگوی توسعه واردات سالار را در پیش گرفت و همان گونه که پیش‌تر هم گفتم به اهداف خویش که نرسید، هیچ برای اقتصاد کشور این شرایط شدیداً بحرانی را ایجاد کرد. به وارسی گوشه‌هائی از این بحران خواهم رسید.

یکی از خطاهای استراتژیک سیاست پردازان اقتصادی در ایران- نه فقط در این ۸ سال گذشته- که حداقل در ۲۰ سال گذشته این بود که الگوی توسعه اقتصادی «واردات سالار» – Import-led development model- را در پیش گرفتند. آن چه که لازم بود برنامه ریزی هوشمندانه برای افزودن بر توان تولیدی در اقتصاد بود که اگرچه کار ساده ای نبود ولی ناممکن هم نبود. هوشمندی و مسئولیت پذیری می‌خواست و یک حداقل شناخت از موانع و تنگناهای اقتصادی و سیاسی در ایران و یک تمایل جدی برای تغییر آن چه که در ایران عهد دقیانوسی باقی مانده بود. ولی این چنین نکردند. البته این هم صحت دارد که در ۸ سال گذشته، دلبستگی به این الگو بسی بیشتر شد، خطائی که افزایش درآمدهای بادآورده نفتی و فقدان یک نگرش استراتژیک به مسایل اقتصادی در تعمیق و گسترش آن بی تأثیر نبوده است.

بی مناسبت نیست از بدتر شدن وضعیت اقتصادی و از تضعیف بنیه تولیدی در ایران نمونه و شاهد بدهم. در بازار مواد غذائی- روغن زیتون مثلاً- روغن زیتون اسپانیائی و ایتالیائی در بازارها فراوانند. آب میوه رانی از عربستان سعودی و امارات و همین طور چاشنی‌های سوئیسی مگی و در دیگر بازارها هم وضعیت به این گونه است که حتی داد سایت الف وابسته به آقای احمد توکلی هم درآمده است. بخش از گزارش این سایت را نقل می‌کند:

بازار شامپو

شامپوی هراندشولدرز آلمانی

شامپوی الویو با مبدأ تولید نامعلوم

شامپوی اپیک ترکیه

شامپوی جلیمو (گلمو) محصول کشور اردن

شامپوی سلسان بلو احتمالاً اروپای شرقی

شامپوی استایل وان آمریکایی

شامپوی‌های دایرکت (اچ دی) آمریکایی

شامپوی کلیس کور آلمانی

شامپوی فراچ اند ویتامین آلمانی

شامپوی کراوتر با مبداء تولید نامعلوم

بازار تزئینات منزل

کاغذ دیواری ترس تینتاس اسپانیایی

کاغذ دیواری رویال فرانسوی

کاغذ دیواری رویال کینگ انگلیسی

پارکت کایندل اتریش

پارکت پات ایتالیا

پارکت استالهم مالزی

پارکت‌هارو آلمانی

کفپوش موندو ایتالیایی

کفپوش ال جی کره ای

پارکت کرونوپول سویسی

پارکت دیل وود اروپایی

موکت تایل پارکت کانادایی

موکت کرانزل آلمانی

موکت با نام تجاری نامشخص محصول عربستان سعودی

بازار مصالح ساختمانی

کاشی‌های اسپانیایی با برندهای زیرکنیا، کارمالاسا، روبی، سالونی، گرسیر و...

کاشی و سرامیک‌های ایتالیایی با برندهای دادو، سدیر، سایسیز، لافاانزا آب س، ادی گرس.

شیرآلات اسپانیایی تکا

عایق انگلیسی ساند سلوشن

سرویس بهداشتی هلندی گیسا

بازار مبل و چوب

مبلمان هوکلا آلمانی

مبل استکبال وارداتی از ترکیه

مبل باستان وارداتی از ترکیه

علاوه بر این، بخش قابل توجهی از بازار مبل ایران را محصولاتی وارداتی از چین، مالزی و ایتالیا تشکیل می‌دهد که فاقد برند مشخص هستند.

بازار میوه

گلابی تولید شده در چین

انگور تولید شده در شیلی

پرتقال تولید شده در مصر

نارنگی تولید شده در پاکستان

سیب تولید شده در فرانسه

آناناس تولید شده در مالزی و فیلیپین

و...

بازار لوازم خانگی

محصولات انگلیسی وکس

محصولات ایتالیایی ایندزیت

محصولات آمریکایی بلاک اند دکر

محصولات آلمانی بیم

محصولات آمریکایی‌هاش دوا و ماپ

محصولات آلمانی کلاترونیک

محصولات آلمانی هوگل

محصولات اسپانیایی یوفا

محصولات فرانسوی پروماکس

علاوه بر این‌ها محصولات کراون، توپی، استیم، بیم، یونیک و چندین نام و برند با هویت و مبداء نامعلوم وارداتی نیز در بازار ایران به وفور وجود دارند.این محصولات، علاوه بر برندهای معروف کره‌ای و آلمانی است که از سال‌های قبل در بازار لوازم خانگی ایران فعال هستند. همین جا در جواب سئوال احتمالی دوستانی که به **امام زاده «تجارت آزاد» دخیل بسته** و در عمل مدافع تداوم این وضعیت می‌شوند، بگویم که «تجارت آزاد» موقعی نافع است که به قول معروف بده-بستان صورت بگیرد. شما در تولید کالائی به اصطلاح «مزیت رقابتی» دارید و دیگری در تولید کالای دیگری، و بعد هرکدام در تولید آن چه که مزیت رقابتی دارید دست بالا را پیدا می‌کنید و بعد اگر تجارت آزاد باشد، با یک دیگر دست به مبادله می‌زنید. به هزار و یک دلیل، آن چه در ایران می‌گذرد با پیش گزاره‌های این الگو نا همخوان است. واقعیت تلخ این است که در عمل به غیر از نفت کالای متنوعی نداریم. نفت هرچه که باشد عرضه اش نا محدود نیست و ما با هیچ جادو و جنبلی هم قادر به تولید نفت بیشتر نیستیم از سوی دیگر، واقعیت این است که ما امروز کمتر از دیروز نفت داریم چون در همین یک روز هم بیش از ۴ میلیون بشکه آن را استخراج کرده و با پولش از چین و ماچین از جان آدم تا شیر مرغ را وارد کرده‌ایم. یعنی می‌خواهم بر این نکته بار دیگر تاکید بکنم که واقعیت این است که مقدار «معین» و به یقین «محدودی» نفت داریم که دیریا زود

تمام خواهد شد، ولی فعلاً که هست، بدون هیچ برنامه ریزی موثر و دقیقاً شبیه میراث خواران لوس وننر والدینی پولدار، اموال پدری و مادری را نقد می‌کنیم و با وجهش «خوش می‌گذرانیم» – حالا بماند که این خوش گذرانیدن شامل حال اکثریت مردم نمی‌شود. این مناسبات نمی‌تواند پایدار باشد و پایدار بماند. کافی است از خود پرسیده شود که گیرم این الگو، خیلی هم در حال حاضر دلچسب و مطلوب هم باشد، ولی همین که نفت تمام شد و دلارهای بادآورده نفتی نبود، آن موقع، چه باید کرد؟

اگر هم می‌خواهید نادرستی به‌کارگیری این الگو واردات سالار را بهتر متوجه بشوید در نظر داشته باشید که در اقتصادی که وجه مشخصه‌اش ناکافی بودن ظرفیت تولیدی در آن است به گزارش ایلنا شاهد «کاهش شدید ظرفیت تولیدی صنایع مختلف در کشور» هستیم ، رئیس اتاق بازرگانی تهران می‌گوید که شهرک‌های صنعتی کشور «با یک سوم ظرفیت کار می‌کنند» و همین نکته از سوی مدیرکل اقتصادی وزارت صنایع هم تائید می‌شود ، مدیرعامل صنایع شیر ایران، می‌گوید صنایع لبنی «با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت خود» کار می‌کنند و این البته روایت زندگی ۶۰۰ کارخانه فرآورده‌های لبنیات در کشور است. کارخانه‌های آردسازی با «۴۵ درصد ظرفیت» خود کار می‌کنند. البته اشتباه است اگر بحران را به صنایع غذائی محدود کنیم. شرکت واگن پارس در اراک که احتمالاً یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های واگن سازی خاورمیانه است، «این روزها حال و روز چندان خوشی نداشته» و حتی با اعتراض کارگرانش نیز مواجه شده است. داستان این است که کارخانه ۲,۵ ماه به کارگرانش حقوقی پرداخت نکرده است- اگرچه پس از اعتراض کارگران- ۱,۵ حقوق یک ماه و نیم پرداخت شد و طلب کارگران تنها برای حقوق یک ماه است. اگرچه کارخانه به «۳۰ درصد ظرفیت» کار می‌کند ولی «مجوز واردات واگن‌های دست دوم مسافری از اروپا نیز همچنان صادر می‌شود». مدیرعامل شرکت واگن پارس می‌گوید «باید به سختی با رقبای چینی، روسی، اوکراینی و هندی که با کمترین قیمت‌ها وارد بازار ایران می‌شوند، رقابت کنیم. این در حالی ست که شرکت‌های خارجی از حمایت دولت‌های خود استفاده می‌کنند، اما در ایران صنعت واگن‌سازی عملاً از هیچ‌گونه حمایتی برخوردار نیست».

صنعت فولاد که در اقتصاد جهان گرفتار بحران است، در ایران وضعیت ملال انگیز تری دارد. یکی از اعضای انجمن تولید کنندگان فولاد از ۵۰۰ هزار تن فولادی که در انبارها مانده و به فروش نرفته می‌نالد و ادامه می‌دهد که ایران تنها کشور جهان است که در آن واردات فولاد با تعرفه صفر درصد آزاد است، از سوی دیگر، یکی از پی آمدهای بحران جهانی این است که محموله‌های شرکت‌های بزرگ فولاد در آب‌های اطراف ایران سرگردان‌اند و صاحبان آن‌ها برای این که جلوی ضرر بیشتر را گرفته باشند،

حاضرند که محموله‌ها را با قیمت شکنی به بازارهائی که محدودیت وارداتی ندارند، سرازیر کنند. ایران از جمله کشورهائی است که سیاست ضد دامپینگ- جلو گیری از قیمت شکنی- هم ندارد و از جمله شاید به همین خاطر است که سال گذشته ۸ میلیون تن فولاد به ایران وارد شده است و سال جاری هم همان روند ادامه دارد. البته در همه جای این صنعت شاهد گستردگی بحران هستیم. از کارخانه فولاد کاویان خبرداریم که انبارهای ورق این شرکت پرشده و امکان تولید درنورد و ولوله سمنان به علت انبار شدن محصولات تقریباً صفر است. به همین دلیل، «وضعیت شغلی پرسنل مجتمع گیلان، فولاد کاویان و نورد و لوله سمنان با ۳ هزار نفر پرسنل در خطر است" در صنایع کشتی سازی وضعیت به همین بدی است. شرکت ایزوایکو حتی برای پرداخت حقوق ماهانه نیروهای کاری خود نیز مشکل دارد. شرکت عظیم صدرا برای چندمین بار برای کنترل بحران مالی دست به تعدیل نیروهای کاری خود زده است و در کنارش البته ۷۰۰ میلیارد تومان بدهی هم دارد که باید به وسیله ای کارسازی شود. معاون کشتی سازی این شرکت ادعا می‌کند که مشکل صدرا به واقع «بحران نقدینگی» است ولی آن چه که روشن نمی‌شود این که بنگاهی سودآوری نداشته باشد و اگر بدهی معوقه هم داشته باشد- یعنی وام‌های اخذ شده را نپرداخته باشد- خوب روشن است که این مشکل نقدینگی کمی بیشتر از یک گرفتاری ساده نقدینگی است و بیشتر به مختصات یک شرکت ورشکسته شباهت دارد تا صرفاً بحران نقدینگی که در شرایط دیگر، حل اش چندان دشوار نیست. دبیر انجمن مهندسی دریائی ایران ابعاد دیگری از مشکل را افشا می‌کند. او نه تنها از تعدیل نیروی کار در «برخی از شرکت‌های کشتی سازی کشور» خبر می‌دهد بلکه «تعطیلی» را نیز به آن اضافه می‌کند و بعد نوک تیز حمله را به سوی «سازمان صنایع دریائی» می‌گیرد که «سال گذشته این سازمان کمتر اقدام به واگذاری فعالیت‌های خود به بخش خصوصی کرد و متأسفانه از سویی دیگر برخی دخالت‌های دولت در صنعت دریایی باعث ایجاد انحصار و کارشکنی در فعالیت‌های بخش خصوصی شد». به احتمال قریب به یقین، آن چه که اتفاق افتاده است این که قرارگاه خاتم‌الانبیاء و دیگر بنگاه‌های وابسته به سپاه پاسداران و نیروهای امنیتی دیگر- همان شرکت‌های کذائی شبه دولتی- بازار را قبضه کرده و زندگی بر بخش خصوصی بسی تنگ‌تر شده است. صنعت تایر سازی هم در کشور از بحران رها نیست. هم بحران اقتصاد جهانی و هم واردات تایرهای با کیفیت پایین ولی ارزان «موجب شده که بسیاری از تولیدکنندگان داخلی از صحنه تولید حذف شوند». در این میان ۳ کارخانه لاستیک دنا، البرز و آرتاویل تایر که احتمالاً گرفتار بحران عمیق‌تری هستند، به ستاد حمایت از صنایع واگذارشدند. به داستان این شرکت‌ها در جای دیگری خواهم پرداخت ولی یکی از دلایل بحران این بنگاه‌ها این است که شرکت‌های خودروسازی ایران بدهی‌های

خود را به این تولید کنندگان کارسازی نمی‌کنند و به گفته دبیرانجمن صنعت تایر ایران، تا فروردین گذشته، میزان این مطالبات معوقه ۸۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان بوده است.

در این شرایط، به جای این که با رفع موانعی که هست موجبات افزایش تولید را فراهم بکنند راه «کم دردسرتری» در پیش گرفتند. کوشیدند کمبودها را با واردات جبران کنند. به این ترتیب، خبردار می‌شویم که درفاصله ۱۳۸۴-۸۷ درکل بیش از ۱۸۲ میلیارد دلار کالا واردکشورشده است که نسبت به پیش بینی‌های دولت برای این ۴ سال، ۲۸ درصد بیشتر است ولی درسرمایه ۷ مهرماه می‌خوانیم که در طول این ۴ سال ازکل ۳۸۰ میلیارد دلار درآمدهای نفتی و غیر نفتی، به واقع ۲۸۵ میلیارد دلار ازطریق واردات کالا و خدمات از کشور خارج شده است. به عبارت دیگر، در طول این ۴ سال، نزدیک به ۴۳ میلیارد دلار بیشتر از آن چه که دولت برای واردات تامین اعتبار کرده یا طرح ریزی کرده بود، کالا و خدمات وارد کشور شده است.درهمین راستا خبر داریم که برای سال ۸۸، براساس برآورد اکونومیست واردات به ایران بیش از ۵۵ میلیارد می‌شود و برای سال آینده نیز اندکی بیشتر از ۵۶ میلیارد دلار خواهد بود .اگربرآورد اکونومیست قابل اعتماد باشد واردات به ایران هرساله افزایش خواهد یافت و در در ۱۳۹۲ از ۶۳ میلیارد دلار هم خواهد گذشت. سایت فرارو در گزارشی به جنبه‌های دیگری می‌پردازد و از بدی مدیریت تجارت خارجی ایران انتقاد می‌کند. به گمان من به را ین نکته درست انگشت می‌گذارد که تجارت خارجی باید برای به حداقل رساندن ضرر و زیان به تولید کنندگان کالاهای مشابه داخلی مدیریت شود ولی «آمارهای به دست آمده از عملکرد فعالیت اقتصادی این دولت در زمینه واردات نشان می‌دهد که در بسیاری موارد واردات بدون توجه به وضعیت تولید کنندگان داخلی بوده است». در این گزارش می‌خوانیم که واردات به ایران در ۱۳۸۷ به نسبت سال ۱۳۸۳ نزدیک به ۸۹ درصد افزایش داشته است و درهمین راستا خبردار می‌شویم که واردات کالاهای مصرفی در طول همین دوره، در مقایسه با ۴ سال پیش‌تر، نیز بیش از دوبرابرشده و بارشدی معادل ۱۰۹,۵ درصد روبرو بوده است. به ادعای این گزارش، این که واردات بدون توجه به وضعیت تولید کنندگان داخلی صورت بگیرد، این پی آمد مخرب را داشته است «بسیاری از تولید کنندگان داخلی ورشکست شده و یا توان تولیدی خود را به حداقل کاهش دهند». این ورشکستگی البته تنها به صنایع محدود نمانده است. حتی برنجکاران مناطق شمالی نیز از پی آمدهای این سیاست تجاری غیر مسئولانه درامان نماندند. برای نمونه در ۵ ماه اول ۱۳۸۸ بیش از ۶۵۳ هزارتن برنج وارد شده است که نسبت به مدت مشابه در سال، قبل نشان دهنده رشد ۵۴ درصدی درواردات برنج به ایران است. اگرچه بیش از ۲۰۰ هزار تن برنج داخلی در انبارها مانده است ولی جالب این که بخش تعاون و دولت هر دو

وارد کننده برنج به ایران اند.از وضعیت نامشخص و نگران کننده دیگر اقلام تولیدی در ایران باید به تعطیلی بیش از ۵۰ کارخانه چای شمال درنتیجه واردات اشاره کنم . درهمین راستا خبر داریم که تولید چای از ۴۰ هزارتن (چای خشک) به ۲۷ هزار تن درسال جاری کاهش یافته است. رئیس اتحادیه چایکاران ایران اعلام کرده است که «از ۱۷۲ کارخانه چای سازی در شمال کشور در بیشترین زمان بهره‌برداری، کمتر از ۵۰ درصد کارخانه‌ها راه‌اندازی شد و بقیه تعطیل هستند»

اما کمی زمینه تاریخی این مصیبت اقتصادی:از احمد سیف:

در این راستا، پیشتربه اشاره گفتم که اقتصاد ما حداقل ازسال ۱۹۰۰ با این شکاف بین تولیدومصرف زیسته است و حداقل من اطلاع ندارم که به غیر از سه سالی که دکتر مصدق نخست وزیربود، برای تخفیف این مصیبت تاریخی-اقتصادی ما کاری کرده باشند. البته که وارسی اقتصاد ایران در این صد سال گذشته، موجب اطناب کلام می‌شود. پس، اجازه بدهید گریزی بزنم به اقتصاد ایران در دوره آقای خاتمی تا این توهم پیش نیاید که گرفتاری اصلی ما سیاست‌های اقتصادی دولت آقای احمدی نژاد است و در دوره «اصلاح طلبان» اقتصاد ایران تخم دو زرده می‌گذاشته است. مدافعان «اصلاح طلبان» ادعا می‌کنند که دردوره ۸ ساله آقای خاتمی، دربسیاری از عرصه‌ها به خودکفائی رسیده بودیم- یا نزدیک بود برسیم- ولی در این دوسه سال گذشته «همه آن دست آوردها» از دست رفته است. اگرچه منکرتفاوت‌های موجود درخیلی از عرصه‌ها نیستم ولی استراتژی اقتصادی در همه این سال‌ها تفاوت قابل توجهی نداشته است. واقعیت این است که از ۱۳۶۸ به این سو، جمهوری اسلامی با عشوه و ناز مجموعه سیاست‌های توافق واشنگتن را پذیرفته و برای اجرایش در ایران کوشیده است. آن چه در همه این سال‌ها تفاوت داشته است گاه سرعت اجرای این سیاست‌ها و زمانی دیگر هم اختلافاتی در جزئیات بوده است. این که نتیجه اجرای این سیاست‌ها در ایران، به اعتقادمن، به واقع فاجعه آفرین بود، به نظرمن، دلایل دیگری دارد که باید به جای خویش بررسی شود؛ و اما برگردم به آن‌چه که داشتم می‌گفتم. اجازه بدهید به خودکفائی گندم بپردازم. دوستانی که از خودکفائی گندم در آن سال‌ها سخن می‌گویند، به خواننده نمی‌گویند درسال آخر ریاست جمهوری خاتمی که طبیعت یاری کرده و محصول گندم بد نبود ولی دولت برای خرید گندم مازاد روستائیان پول نداشت. در خصوص خودکفائی در مصرف شکر- قبل ازواردات بی رویه اخیر که بسیاری از کارخانجات را به ورشکستگی کشاند- وقتی قرارشد که کارخانه شکر سلمان فارسی تا آخر اردیبهشت ۸۴ افتتاح شود، وزیر بازرگانی وقت ادعا کرد که «در آستانه خود کفائی در تولید شکر قرار گرفته‌ایم» ولی این را نگفت که حتی پس از افتتاح این کارخانه، فقط می‌توانیم ۸۵ تا ۹۰ درصد نیاز داخلی را برآورد

کنیم. یعنی عملا از هر ده کیلو شکری که در مملکت مصرف می‌شود با این همه موفقیت هنوز یک کیلویش وارداتی بود، این درست است که دردوره احمدی نژاد با سیاست‌های مخربی که در پیش گرفتند، وابستگی به واردات در این جا مثل هزار ویک مورد دیگر بسیار بیشترشد.

در خصوص تاسیس «صندوق ذخیره ارزی»، براساس گزارش‌های رسیده از تهران، با وجود افزایش بسیار زیاد قیمت نفت در یکی دو سال گذشته- که موجب شد آقای کروبی و احمدی نژاد وعده‌های خنده دار بدهند- ارزی در ته دیگ آن نمانده است. تک نرخی کردن ارز، اگر به ادعای شماری از مدافعان این سیاست‌ها موجب «جلوگیری از رانت خواری شد و کار بزرگی برای کشور بود» که هیچ کدام نبود، ولی، این تازه شاهکار آقای عادلی به دوره ریاست آقای رفسنجانی بود که اگرچه این دست آوردها را نداشت ولی باعث شد که حتی به گفته بانک مرکزی قدرت خرید ریال در طول برنامه سوم، بیش از ٪۸۰ کاهش بیابد، هر آن کسی که اندکی اقتصاد بداند می‌داند در مملکتی که از جان آدم تا شیر مرغ را وارد می‌کندو عملا ازهمان سال‌ها الگوی توسعه واردات سالار را درپیش گرفته بود- الگوئی که به زمان آقای احمدی نژاد اندکی محبوب‌تر شد- این شیوه مسئولیت گریزانه کاستن از ارزش پول ملی، برای اکثریت مردم چه بلای عظیمی خواهد بود و چه پی آمدهای تورمی هراس آوری خواهد داشت. شماری ادعا می‌کنند که دردوره آقای خاتمی بدهی‌های دولت به سازمان تامین اجتماعی و صندوق بازنشستگی و بانک مرکزی پرداخت شد که به واقع این ادعا صحت ندارد. کاری که دولت آقای خاتمی کرداین که شماری از موسسات دولتی را به ازای این بدهی‌ها به بعضی از این موسسات واگذار کرد. کاری که دولت آقای احمدی نژاد هم ادامه داد. کاری که حتی مورد انتقاد بانک جهانی هم قرار گرفت. ادعای دیگر مدافعان آقای خاتمی این است که دردوره ایشان، دولت میلیاردها دلار از بدهی خارجی را پرداخت کرده است. درباره این ادعا، بنگرید به این خبر: «بانک تسویه حسابهای بین المللی اعلام کرد: بدهیهای خارجی ایران در پایان سال ۲۰۰۴ میلادی به حدود ۲۲ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار **افزایش** یافته است. در این گزارش ذکر شده است: در حالی که بدهیهای خارجی ایران در سه ماهه اول سال ۲۰۰۴ میلادی حدود ۱۷ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار بود، این میزان با افزایشی در حدود **۵ میلیارد دلار** به ۲۲,۳ میلیارد دلار در پایان سال رسیده است. بدهیهای خارجی کشور در سه ماهه دوم و سوم سال ۲۰۰۴ میلادی به ترتیب ۱۸,۱ و ۱۹,۶ میلیارد دلار گزارش شده است. این گزارش همچنین حاکی است که کل بدهی خارجی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در پایان سال ۲۰۰۴ میلادی به ۲۳۰ میلیارد دلار افزایش یافت و این در حالی است که بدهی این کشورها در ابتدای سال ۲۱۱ میلیارد دلار بوده است.

گزارش خبرنگار مهر حاکی است که در بین کشورهای خاورمیانه امارات با بدهی ۳۲,۴ میلیارد دلار رتبه اول را دارد و بعد از آن ایران قرار گرفته است.»

خبر ناخوش دیگر این که، در طول ۱۳۸۴ هم ۶,۶ میلیارد دلار از این بدهی‌ها باید پرداخت شود که روشن نیست اگر بازار نفت کمرش بشکند که خوشبختانه نشکست، از چه منبعی باید تامین شود؟ البته توجه دارید که با وجود درآمدهای چشمگیر نفتی، بدهی خارجی ایران حتی دردوره آقای احمدی نژاد هم افزایش داشته است. ادعای دیگری که از سوی مدافعان آقای احمدی نژاد هم تکرار می‌شود این که در این سال‌ها صادرات غیر نفتی ایران افزایش قابل توجهی داشته است و اگربه بگومگوهائی که می‌شود دقت کنید «اصلاح طلبان» ادعا می‌کنند که بذر آن چه که الان به بار نشسته است در دوره آن‌ها پاشیده شده است. من به واقع نمی‌دانم که شاهد این دوستان از این همه دست آورد چیست؟ ابتدا بپردازم به ادعای «اصلاح طلبان» که دردوره آقای خاتمی انگار تخم دوزرده گذاشته بودند. اگر دوره ۱۳۸۰-۸۳ را با سه سال آخر ریاست جمهوری آقای رفسنجانی مقایسه کنیم متوجه می‌شویم که در این سه سال به زمان آقای رفسنجانی ایران در کل ۵۳ میلیارد دلار واردات و درازایش هم ۱۴ میلیارد دلار صادرات غیر نفتی داشت. یعنی بدون محاسبه دلارهای نفتی، کشور با ۳۹ میلیارد دلار کسری تراز پرداخت‌ها روبرو بود (همان شکاف بین تولید ومصرف). در سه ساله دوم، یعنی به زمان آقای خاتمی با ادعائی که این دوستان دارند، کل واردات ۱۰۶ میلیارد دلار و صادرات غیر نفتی ما نیز ۲۳ میلیارد دلار بود. یعنی کسری ترازغیرنفتی کشور با ٪۱۱۳ افزایش به ۸۳ میلیارد دلار رسید . حالا برای این که بهتر متوجه عرایض بنده بشوید توجه داشته باشید که در طول سه سال اول دولت آقای احمدی نژاد، وضع ایران بسی خراب‌تر شده است. کل واردات به ایران ۱۹۴,۶ میلیارد دلار و کل صادرات غیر نفتی هم- با وجود تقلباتی که در اندازه گیری آن می‌شود- ۵۵ میلیارد دلار بود که نشان می‌دهد کسری تراز پرداختهای غیر نفتی ایران در این دوره با ٪۶۹ افزایش به ۱۴۰ میلیارد دلار رسید. تازه‌ترین آماری که از ۴ سال ریاست جمهوری آقای احمدی نژاد داریم نشان می‌دهد که که کسری تزار پرداختهای بدون نفت ایران برای این مدت ۱۶۰,۵ میلیارد دلار است. به سخن دیگر، همان شکاف کذائی موجود بین مصرف و تولید در اقتصاد ایران در این دوره بیش از ٪۹۳ افزایش یافته است.

در سال ۸۳ به نسبت سال ۱۳۸۲، واردات به ایران ۳۰ درصد افزایش یافت و از ۳۰ میلیارد به ۳۵ میلیارد دلار رسید در حالی که صادرات غیر نفتی ما، کمتر از ۷ میلیارد دلار بود که به یک حساب سرانگشتی، کسری تراز غیر نفتی ما می‌شود ۲۸ میلیارد دلار و اگر دلار را معادل ۹۲۰ تومان بگیرید،

یعنی برای ۲۵,۷۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان کالا و خدماتی که در اقتصاد ایران به مصرف رسید، شغلی در کشور ایجاد نشد. در خصوص موفقیت‌های دیگر، بهتر است سر خواننده را به درد نیاوردم ولی با اشاره به چندنکته دیگر زحمت را کم بکنم.عملکرد بخش صادرات را به اختصار دیدیم و جالب است اگر بدانیم که تنها در سال ۱۳۸۳ به گفته وزیر بازرگانی، از همان صندوق ذخیره ارزی کذائی ۸ میلیارد دلار در بخش صادرات سرمایه گذاری شد ؛ و این در حالی است که کل صادرات غیر نفتی ایران در آن سال، تنها ۷ میلیارد دلار بود! یعنی حتی سرمایه گذاری دولت هم نه فقط «ارز آوری» نداشت بلکه مثل مرحوم ملا نصرالدین برای هر دلار درآمد صادراتی، یک دلار و ۱۵ سنت هزینه کرده بودند!!

در طول برنامه سوم، ۱۳۷۹-۱۳۸۳ براساس محاسبات دولت، برای ثابت نگاه داشتن میزان بیکاری لازم بود سالی ۸۶۵۰۰۰ فرصت شغلی در کشور ایجاد شود ولی میزان واقعی مشاغل ایجاد شده، سالی ۵۸۰۰۰۰ بود یعنی شما همین ۴ سال را که در نظر بگیرید، براساس آمارهای رسمی ۱۱۴۰,۰۰۰ نفر به بیکاران اضافه شده‌اند ؛ و این تازه، با صرف ۲۰ هزار میلیارد ریال صورت گرفته است. دکتر سپهری- رئیس وقت موسسه کار وتامین اجتماعی، گفته بود که اگر چه در بهترین حالت سالی فقط ۷۰۰۰۰۰ شغل ایجاد می‌شود ولی حداقل سالی ۸۰۰۰۰۰ نفر به بازار کار وارد می‌شوند- یعنی سالی ۱۰۰۰۰۰ نفر به بیکاران اضافه می‌شود. تنها در سال ۱۳۸۳، برای ثابت ماندن میزان بیکاری، می‌بایست ۹۰۴۰۰۰ شغل ایجاد شود ولی در عمل، تنها ۶۸۰۰۰۰ فرصت شغلی تازه ایجاد شد یعنی میزان افزایش بیکاری در همین یک سال براساس آمارهای رسمی، ۲۲۴۰۰۰ نفر بود و تازه، در وضعیتی این اتفاق افتاد که از صندوق ذخیره ارزی ۸ میلیارد دلار به بخش خصوصی امکانات داده بودند. دیگر از وابستگی کشوری که بر اقیانوسی از نفت خوابیده است ولی هم چنان درهمه این سال‌ها و هنوزهم به واردات بنزین وابسته است دیگر چیزی نمی‌گویم و بازگوئی روایت اش را می‌گذارم برای فرصتی دیگر و باز می‌گردم به بررسی وضعیت اقتصادی ایران دردوره آقای احمدی نژاد.

و اما اقتصاد ایران در دوره احمدی نژاد:

احمد سیف می گوید: درصفحات قبل از بیشتر محبوب شدن الگوی توسعه واردات سالار حرف زده بودم، گذشته از واقعیت اقتصادی ایران، شاهدش درصحبت‌های آقای احمدی نژاد فراوان است. آقای رئیس جمهور درشرایطی از واردات به عنوان تنها ابزار کنترل بازار سخن می‌گوید که وزیربازرگانی پیشین اش از «خالی بودن ۳۰ تا ۳۵ درصد از ظرفیت‌های تولیدی کشور» خبر می‌دهد. پرسشی که ظاهرا به ذهن

دولت خطور نمی‌کند، این که، چه برنامه ای برای استفاده از این ظرفیت عاطل تولیدی دارند؟ آیا دلیل عاطل ماندن آن را می‌دانند؟ و یا برای کاستن از میزان ظرفیت عاطل مانده، چه برنامه ای دارند؟ نکته بعدی این که آیا این ظرفیت عاطل تولیدی دربخش دولتی است و یا در بخش خصوصی؟ ازهمه این مسایل مهمتر، وقتی این امکان بالقوه برای افزودن برتولید وجود دارد، پس چراست و چگونه است که واردات به عنوان ابزار کنترل بازار مورد توجه دولت قرار می‌گیرد؟ البته خبر داریم که درپیش گرفتن این سیاست – «واردات به عنوان تنها ابزار کنترل قیمت‌ها» – دربخش‌های مختلف اقتصاد ورشکستگی و کاهش توان تولیدی بارآورده است. نمونه بدهم، عضو کمیسیون کشاورزی گزارش می‌دهد که «در سالهای اخیر با واردات بی رویه وغیر مجاز چای از خارج کشور، از ۲۰۰ کارخانه چای فعلی تنها ۱۰۰ مورد فعال است و حدود ۴۰ کارخانه دیگر نیز نیمه فعال و بقیه غیر فعال شده است. درخصوص میزان تولید هم می‌دانیم که «تولید حدود ۷۰ هزار تنی سالانه به نصف تقلیل یافته ». همین روایت است در باره برنج «چند سال گذشته ۷۰ درصد مصرف داخلی توسط تولیدکنندگان داخلی تولید می‌شد، اما متأسفانه هم اکنون با واردات بی رویه و غیر مجاز، تولید این محصول استراتژیک دچار مشکل شده است».درخصوص برنج، به قرار گزارش‌هائی که درانترنت خوانده‌ایم، وضعیت اندکی زیادی خراب است. طبق آمار گمرک در ۷ ماه اول سال جاری [۱۳۸۶] ۵۶۴/۹ هزار تن برنج خارجی وارد کشور شده است که این رقم ۲ تا ۳ برابر نیاز داخلی به واردات برنج خارجی است.به گفته دبیر انجمن برنج ایران، «براساس آمار رسمی گمرک در ۱۱ ماه سال ۸۵ یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن برنج خارجی وارد کشور شده است. این سه برابر ۴۰۰ هزار تن برنج است که وزارت کشاورزی برای نیاز داخلی اعلام کرده بود ».

درجای دیگر از همین دبیر انجمن برنج می‌خوانیم که «اخیرا معاون برنامه‌ریزی وزارت جهاد کشاورزی در یک مصاحبه اعلام کرده است که حداکثر نیاز داخلی ایران به برنج وارداتی ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار تن است در حالی که براساس آمار رسمی گمرک جمهوری اسلامی تا بهمن سال ۸۵ حداقل یک میلیون تن برنج خارجی وارد کشور شده است، این میزان واردات با احتساب واردات برنج تا پایان این سال آماری در حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن شد ».و سئوالی که بی جواب می‌ماند این که چه مقامی اجازه داده است تا ۳ برابر نیاز داخلی برنج وارد شود؟البته اشتباه خواهد بود اگر رابطه این بخش از سیاست‌های دولت فخیمه را با بخش‌های دیگر سیاست کلان همین دولت در نظر نگیریم. برای مثال، هرچه کارشناسان اقتصاد در باره رشد نقدینگی هشدار دادند به گوش دولتمردان نرفت ولی وقتی که رشد نقدینگی تقریباً از کنترل خارج شد، برای مقابله با افزایش گریز ناپذیر قیمت‌ها، به سیاست دروازه‌های باز دست

زدند و تتمه توان تولیدی اقتصاد را به قهقرا بردند. به سخن دیگر، به جای تصحیح یک سیاست نادرست، و برای تخفیف پی آمدهایش یک سیاست اقتصادی نادرست دیگر درپیش گرفتند و طبیعتا، هزینه‌های ناشی از مدیریت غیرکارآمد اقتصادی هم به همان نسبت افزایش یافت. در این خصوص، یک عضو اتاق بازرگانی می‌گوید: «رشد نقدینگی از سال ۸۳ تا کنون [یعنی تا اواخر سال ۸۶] برابر با رشد نقدینگی در تمام تاریخ خلق پول در ایران بوده است. در این بین دولت برای مهار تورم حاصل از این رشد نقدینگی به واردات بی رویه روی آوده و تولیدات داخلی را به مرز نابودی کشانده است».پس اجازه بدهید پی آمدهای بکارگیری این الگوی واردات سالار را بررسی کنیم.

واردات بی رویه و تولیدات داخلی

مشکلات پیش آمده درنتیجه این واردات بی رویه به حدی گسترده است که درنگاه اول حیرت انگیز به نظر می‌رسد. ولی باید گفت که متأسفانه واقعیت دارد. تا جائی که خبر داریم نخستین بار این اتاق بازرگانی ایران بود که از «وقوع سونامی» در تولید کشور خبر داد. آن هم پس از این که به وارسیدن ۱۸۳ واحد صنعتی دست زدو به این نتیجه رسید که «تمامی واحدها با مشکل نقدینگی دست و پنجه نرم می‌کردند» و اکثریت این واحدها با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت تولیدی خویش مشغول به کار بودند، مدتی بعد با خبر می‌شویم که درواقع در ۱۳۸۷ بیش از ۱۴۰۰ واحد صنعتی کشور در این وضعیت هستند و طولی نکشید که «ورشکستگی واحدهای صنعتی» به صورت «یکی از اصلی‌ترین چالش‌های دولت تبدیل شد» و کوشش‌های دولت از جمله بخشودگی جریمه دیرکرد مطالبات بانک‌ها از این واحدها هم مددکار نشد و نتوانست از ورشکستگی شماری از آن‌ها جلوگیری نماید. تازه نوروز سال گذشته آغاز شده بود که کارخانه سامان به اخراج کارگران دست زد و بعد همین روایت با اخراج کارگران از سوی مراکز مخابراتی سقز تکرارشد؛ و طولی نکشید که واحدهای مختلفی درآذربایجان شرقی، کرمانشاه، از جمله ایران صدرای بوشهر، لوله ساز اهواز، ایران تفال ساوه، کشت و صنعت شمال، توزین گر، پایا، هوایار، روژن آزمون، زیبا ماندگار و صدها واحد دیگر همین تجربه اخراج کارگران را تکرار کردند. این بحران به شرکت‌های کوچک محدود نماند بلکه گریبان شرکت‌های حاضر در بورس تهران را هم گرفت و باعث شد تا شماری از آن‌ها از بورس تهران اخراج شوند. البته توجه دارید که در همه این دوران، ادعای رسمی دولتی‌ها «کاهش بیکاری» در اقتصاد بود و معلوم نبود و روشن نشد که با این همه اخراج این مشاغل جدید درکدام بخش و در کدام صنعت ایجاد شده‌اند! باری، به عنوان نمونه از شرکت‌های

بحران زده می‌توان به کارتن‌سازی مشهد، کشت و صنعت چین‌چین، پلی‌اکریل اصفهان، پتروشیمی شیراز، مهندسی تکنوتار، تجهیز نیروی زنگان، نورد و لوله اهواز، حتی کمباین‌ساز ایران، تولید سموم علف‌کش، پارس الکتریک، چین چین، ایران مرینوس، آذرآب، لاستیک البرز، لاستیک دنا، پیام، جهان‌نما، ایران خودرو، صدرا، آرتاویل تایر، آزمایش، ایران پویا، ساسان و ده‌ها شرکت کوچک و بزرگ دیگر اشاره کرد که با بحران مالی دست و پنجه نرم می‌کنند. شرکت ملی سرب و روی ایران و پس ازآن تراکتور سازی تبریز، و کشت و صنعت شمال هم از شرکت‌های گرفتار بحران بودند که دست به اخراج کارگران زدند. البته اخباری مبنی بر احتمال تعطیلی ایرالکو- کارخانه بزرگ آلومینیوم سازی ایران و حتی ورشکستگی ایران خودرو بازار بورس را به دست انداز انداخت. آن چه به واقع نگران کننده است بحرانی بودن وضعیت در ۲۱۳ شرکت بزرگ است که که بخش عمده ای- ۷۰ شرکت بزرگ- ازآنها به خاطر زیان دهی مزمن از بورس اخراج شده‌اند، ۵۰ شرکت بزرگ دیگر درمسیر رسیدن به این سرانجام هستند و ۹۳ شرکت بزرگ دیگر هم دولتی‌اند که زیان‌های قابل توجهشان به حساب مردم نوشته می‌شود؛ و اما از شرکت‌های بزرگ بحران زده، به عنوان نمونه می‌توانم از شرکت آزمایش نام ببرم که ارزش سهام اش از ۲۰۰ تومان به ۴۰ تومان سقوط کرده است. جالب این که حتی گزارش‌های رسمی بانک مرکزی نشان می‌دهد که اقتصاد ایران از اوایل سال ۱۳۸۷ گرفتار رکود و بحران شده است و اگرچه مقادیر قابل توجهی دلارهای نفتی به آن تزریق شده است وتاسیس واحدهای جدید صنعتی در ۶ ماهه اول ۱۳۸۷ به نسبت مدت مشابه سال قبل ۴۰ درصد کاهش داشته است. نکته ای که درباره این بحران بسیار جدی است همه جا گیربودن آن است یعنی کمتر صنعتی است که بحران زده نباشدو هم چنین منطقه ای نیست که ازاین بنگاه‌های بحران زده نداشته باشد. خبرداریم که فرماندار کاشان به شکوه برآمده است که «با مدیریت فعلی شرکت ریسندگی کاشان مشکلات قابل حل نیست و ضرورت اصلاح مدیریت جدید امری اجتناب‌ناپذیر است » و حتی این مدیران را به «سوء استفاده از نجابت کارگران» متهم کرده است. جالب این که وقتی دولت دست به کار می‌شود، جهت خروج سه شرکت ریسندگی، مخل و ابریشم و راوند از بحران، «پیشنهاد شد سازمان تامین اجتماعی تعداد ۱۰۰۰ نفر از کارگران این سه شرکت را بازنشسته کند، گستردگی بحران از آنجا آشکار می‌شود که نه تنها صنایع مدرن بلکه حتی صنایع سنتی هم از این فرایند بحرانی درامان نیستند. وثوقی که عضو هیات نمایندگان و مسئول انفورماتیک اتاق اردبیل است از احتمال برچیده شدن صنعت فرش دست باف کشور خبردادو افزود که صادرات فرش که در ۱۳۸۳ بیش از یک میلیاردو ۴۰۰ میلیون

دلار بود در ۱۳۸۷ به ۳۴۰ میلیون دلار کاهش یافت، اینجا هم یعنی کاهشی بیش از ۷۵ درصد. نگاهی به سیرروبه رشد واردات به ایران این مشکل ساختاری اقتصاد را نشان می‌دهد:

واردات به میلیارد دلار :

۱۳۸۰	۱۸
۱۳۸۱	۲۲
۱۳۸۲	۲۹
۱۳۸۳	۳۸
۱۳۸۴	۴۰,۹۷
۱۳۸۵	۵۱
۱۳۸۶	۶۰

مشکلات اقتصادی به بخش‌هائی که در رقابت با واردات قرار می‌گیرد محدود نمی‌شود. دبیر سندیکای صنعت برق ایران می‌گوید: بی تفاوتی وزارت نیرو برای پرداخت بدهی ۲۰۰۰ میلیاردتومانی خود به شرکت‌های پیمانکاری برق موجب شد تا اولین شرکت برق خصوصی ورشکسته شده و مدیران آن ممنوع الخروج شوند . حمیدرضا صالحی اظهار داشت: سرانجام پس از ماه‌ها هشدار دادن مبنی بر پرداخت هرچه سریع‌تر طلب شرکت‌های پیمانکاری برق و احتمال ورشکسته شدن این شرکت‌ها وزارت نیرو این موضوع را جدی نگرفته و اولین شرکت برق با ۸ میلیارد تومان بدهی به بانکها به تعطیلی کشیده شده و حتی مدیران آن ممنوع الخروج شده‌اند. وی تأکید کرد: طلب این شرکت پیمانکاری از وزارت نیرو بسیار بیشتر از ۸ میلیارد تومان است اما متأسفانه وزارت نیرو همچنان از پرداخت بدهی خود به ۷۸ شرکت پیمانکاری برق که معادل ۲۰۰۰ میلیارد تومان است شانه خالی می‌کند. به گزارش فارس، صالحی تأکید کرد: حتی اگر وزارت نیرو در اسرع وقت تمام بدهی ۲۰۰۰ میلیارد تومانی خود را پرداخت کند ۵۰ درصد این شرکت‌ها باز هم ورشکست خواهند شد. وی ادامه داد: ۵۰ درصد باقیمانده شرکت‌های برق که توانایی مالی بهتری دارند نیز مطمئنا در آینده نمی‌توانند خسارت خود را جبران کنند و آن‌ها نیز ورشکسته خواهند شد. عبرت

آموز این که در این شرایط، شماری از دولتمردان از کم کاری بخش خصوصی درپیوند با اصل ۴۴ شکوه می‌کنند! به طور کلی آن چه که در این اقتصاد نفتی ما نشانه یک بیماری عمیق و تاریخی است این که سیاست پردازان ما با همه ادعاهائی که دارند، هم چنان چشم امیدشان به دلارهای باد آورده نفتی است تا بتوانند در ایران بلا زده ما «اقتصاد شکوفانی» داشته باشند. در این راستا، آقای احمدی نژاد، متأسفانه تحفه ای است مثل دیگران وتفاوت زیادی ندارد، البته این درست است که دردوره ایشان، وابستگی اقتصاد ایران به نفت، افزایش یافته است. این نکته به ویژه در دوسال گذشته، اندکی چشمگیر تر شده است. باری به گفته خود رئیس قوه مجریه، برای مقابله با تورم روزافزون، به واردات رو کردند. درحالی که آن چه که باید انجام بگیرد – لازمه آن هم این است که جامعه ایرانی ما تک صدائی نباشد – این که یک حداقلی از معیارهای علمی و قرن بیست و یکمی را بپذیریم که خیلی چیزها، حساب و کتاب دارد واقتصاد و مسایل اقتصادی را نمی‌توان با پشت و پا زدن‌ها به دست آوردهای بشر و با وعده ووعیدهای احساساتی اداره کرد. درهمین قضیه، ابتدا باید پذیرفت که تورم، دلیل و دلایل متعددی دارد که باید بازشناخته شده و برای مقابله با آن‌ها چاره سازی شود، ممکن است لازم باشد در وجوهی به مسایل خالص «ایرانی» هم باید پرداخت، ولی راه حل‌ها دراغلب موارد جهانی و همه جائی است. شما اگر در کره ماه هم، میزان نقدینگی را در یک اقتصاد از نظر تولیدی تنبل مثل اقتصاد ایران، درظرف دو سال دوبرابر کنید، تورم خواهید داشت. نقطه، اعتقاد به وجود این رابطه هم درانحصار پول باوران نیست. به قول معروف، یک حساب دو تا دوتا چارتای ساده است. دوما، هرچیزی در ایران نتیجه، توطئه استعمار و امپریالیسم و استکبار، باشد، تورم ما در وجوه عمده، دست پخت خودماست که ریشه در بیگانگی تاریخی ما با مقدمات علم اقتصاد دارد که داستانش فعلا بماند برای بعد. همین جا به اشاره بگذرم که در همین گزارش یادمان هست که آقای احمدی نژاد حداقل بخشی از گناه افزایش بی قاعده چک پول‌ها را به گردن بانک‌ها انداخته بودند که با استفاده از خلاء ناشی از تعویض رئیس کل بانک مرکزی، «سوء استفاده» کرده و بازار را اشباع کرده بودند ولی رئیس کل بانک مرکزی پیشین داستان دیگری می‌گوید، «صادقانه‌اش این است که بانک مرکزی نه تنها کاغذ را در اختیار گذاشته‌بلکه به‌دلیل اینکه چک پول‌هاتقریبا جایگزین اسکناس‌شده، برای جلوگیری از جعل و سوء استفاده از آن‌ها، چک‌پول‌هاها در چاپخانه اسکناس بانک مرکزی چاپ می‌شود و چون حجم آن بیشتر از حد ظرفیت است بخشی از آن هم در چاپخانه بانک ملی تحت نظارت بانک مرکزی چاپ می‌شود.

احمد سیف می گوید :به گزارش خبرگزاری صنایع غذایی"بهمن دانایی فر" در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس اظهار داشت: وزیر صنایع و معادن اخیرا عنوان کرده‌اند تولید شکر داخلی پاسخگوی نیازهای موجود نیست و باید اقدام به واردات کنیم. وی این اظهار نظر را نامفهوم خواند و با اشاره به واردات غیرمتعارف شکر در سال گذشته و تلمبار شدن شکرهای تولید داخلی در انبارها گفت: کارخانجات داخلی سالانه حدود ۱/۴ میلیون تن شکر تولید می‌کنند اما نیاز بازارهای داخلی ۱/۹ میلیون تن است. "دانایی" افزود: بنابراین برای تامین نیازهای موجود باید سالانه ۵۰۰ الی ۶۰۰ هزار تن شکر وارد کشور شود. وی در عین حال تصریح کرد: متأسفانه آخرین آمارهای گمرک نشان می‌دهد سال گذشته ۲ میلیون و ۴۶۵ هزار تن شکر وارد کشور شده است و این رقم معادل ۴ برابر نیاز کشور به واردات شکر است. دبیر انجمن صنفی کارخانجات قند و شکر تاکید کرد: این بدان معناست که نیاز چهار سال کشور به شکر وارداتی یکباره وارد شده است و با توجه به اینکه ۱/۹ میلیون تن نیاز داخلی است ۵۰۰ هزار تن بیش از کل نیاز یک سال را وارد کرده‌ایم. وی ادامه داد: نتیجه این رویه راکد ماندن شکر تولید داخل در انبارها و مواجه شدن کارخانه‌های قندو شکر با چالشی شدید بوده است. "دانایی فر" گفت: در حال حاضر در صنعت شکر انتظار بحران می‌رود، زیرا نقدینگی کارخانجات در انبارها بلوکه شده است، بخش عمده‌ای از پول چغندرکاران پرداخت نشده و از سوی دیگر زمان سر رسید تسهیلات بانکی که واحدهای تولیدی دریافت کرده بودند، فرا رسیده است. "دانایی" خاطرنشان کرد: متأسفانه علی‌رغم جلسات متعددی که برگزار شده است تصمیمی درباره تعرفه واردات شکر گرفته نشده و کماکان نیز واردات شکر ادامه دارد. دبیر انجمن صنفی کارخانجات قند و شکر افزود: اگر حجم واردات شکر امسال کاهش یابد نه به دلیل انجام اقدامات عملی که به دلیل اشباع بازارهای داخلی است. وی با بیان اینکه تعداد واردکنندگان شکر در کشور انگشت شمار هستند، افزود: سود سرشار واردات این محصول تنها به جیب چند نفر می‌رود. "دانایی" گفت: تعرفه واردات شکر هم‌اکنون چهار درصد است که در اصل این ۴ درصد مربوط به قانون تجمیع عوارض بوده و حقوق ورودی شکر صفر است. وی اضافه کرد: این در حالی است که اروپائیان ۱۶۴ درصد تعرفه برای واردات شکر تعیین کرده‌اند و کشور همجوار ایران ترکیه ۱۳۸ درصد تعرفه برای واردات شکر مقرر کرده است. "دانایی" یادآور شد: شورای اقتصاد طی دو جلسه خود اعلام کرده بود تعرفه واردات باید به نحوی تعیین شود که قیمت شکر وارداتی و محصول داخلی یکسان شود اما هیچ اقدامی صورت نگرفته است. وباز نکته ای که روشن ناشده باقی می‌ماند، این است که اگردرایران با اقتصاد مافیائی روبرو نیستیم چگونه است که شکری را که به گفته رئیس دولت کیلوئی ۳۰۰ تومان وارد می‌شود، به قیمت ۹۰۰ تومان هر کیلو عرضه می‌کنند؟

به دلیلی که برای من روشن نیست، درابتدای سال ۱۳۸۵، تعرفه ۱۳۰-۱۵۰ درصدی واردات شکر به ۴ درصد برای شکر خام و ۱۰ درصد برای شکرسفید تغییرکرد. البته پیش‌تر از قول یکی دیگر خوانده بودیم که تعرفه به صفر درصد کاهش یافت، با این همه بنگرید به آمارهای واردات شکر به ایران و توجه داشته باشید که کمبودی که دربازارهای ایران وجود دارد سالی ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تن است.

واردات شکربه ایران

۱۳۸۲	۲۱۶ هزارتن
۱۳۸۳	۲۰۳ هزارتن
۱۳۸۴	۷۰۷ هزارتن
۱۳۸۵	۲۴۸۱ هزارتن
۱۳۸۶	۹۳۵ هزارتن (برای ۷ ماه اول سال)

توجه داشته باشید که حتی با انبار کردن نزدیک به ۲,۵ میلیون تن شکر دربازاری که در آن فقط برای یک پنجم آن کمبود وجود دارد، در سال بعد حتی دو برابر همین میزان کمبود شکر وارد شده است. آدم لازم نیست اقتصاد بداند تا نتیجه بگیرد که این وضعیت بلبشو، کارخانجات قند و شکر را با رکود و در نهایت مشکل نقدینگی روبرو می‌سازد و به گفته یکی از دست اندرکاران این صنعت در ایران، «از این رو بخشی از تعهدات کارخانجات به کشاورزان برآورده نشد. این مسئله بر کار کشاورزان و تولید چغندر در سال جاری تاثیر گذاشت و میزان تولید را ۲ میلیون ۴۰۰ هزار تن کاهش داد». البته مشکل فقط به تولید چغندرقند و شکر محدود نمی‌شود بلکه کاهش تولید چغندر «موجب کاهش خوراک دام شده و مسئله مهاجرت و اشتغال روستائیان را نیز تحت شعاع قرار می‌دهد» به گفته دبیر انجمن صنفی کارخانه‌های قند وشکر «طی دو سال گذشته به اندازه نیاز کشور تا سال ۸۸ شکر وارد شده است» واز جمله پی آمدهایش این است که «معیشت ۸۵ هزار فعال کارخانجات، ۸۵ هزار کشاورز، و حدود ۳۰۰ هزار فعال در بخش‌های مختلف و جانبی این صنعت را تحت شعاع قرار داده است ». اشتباه خواهد بود اگر گمان کنیم که این سیاست مخرب دولت برای نابودی صنایع داخلی ایران فقط به واردات بی رویه شکر محدود می‌شود.

تا اینجا از واردات بی رویه شکر گفتم. حالا اجازه بدهید توجه شما را به چند مورد دیگر هم جلب بکنم. واقعا شانس آورده‌ایم که فلات قاره ایران «نفت» دارد و ما هم می‌توانیم این اقتصاد «تنبل» و «تن پرورمان» را فعلا اداره کنیم.

واردات برنج، هم از قرار ۸۰۰ هزار تن بیش از تکلیفی است که دولت فخیمه مشخص کرده است. خبرداریم که واردات برنج در سال ۱۳۸۵ به نسبت سال ۱۳۸۴، نزدیک به ۱۷۰ هزارتن افزایش یافته است. واردات پنبه نیز در طول همین مدت، ده هزار تن بیشتر شده است. اگرچه وزارت جهاد کشاورزی اعلام کرده است که «در تولید گوشت خودکفا هستیم و واردات گوشت انجام نمی‌شود» ولی از آمارها خبر داریم که در سال ۸۵ به نسبت سال ۸۴، واردات گوشت قرمز بیش از سه برابر افزایش داشته به بیش از ۵۲ هزار و ۵۰۵ تن رسید. اگرچه در سال ۱۳۸۴ واردات گوشت مرغ نداشتیم، ولی در سال ۱۳۸۵، واردات گوشت مرغ نیز از سرگرفته شد. اگرچه ایران از نظر شرایط اقلیمی، می‌تواند به صورت یک صادر کننده عمده میوه و خشکبار در بیابد، ولی کل واردات میوه و خشکبار در ۱۳۸۴ بیش از ۵۷۵ هزار تن و درسال ۱۳۸۵، نیز با ٪۱۸ افزایش به ۶۷۸ هزار و ۳۲۹ تن رسید. واردات چای در ۱۳۸۵ به نسب سال ۱۳۸۴ اندکی کاهش یافت و از ۳۲۵۷۹ تن به ۳۲۱۵۰ تن رسید. آن چه در باره این واردات بی رویه اهمیت دارد، پی آمدهایش برروی تولیدات داخلی است. نمونه اش را پیش‌تر در باره تولید چغندر به دست داده‌ام.

احمد سیف میگوید: یکی از مسایلی که به گمان من نگران کننده است، این که در محدوده تجارت خارجی ایران، برخلاف ادعاهای دولت، همراه با افزایش بهای نفت اگرچه درآمدهای ایران از نفت افزایش یافته ولی، صادرات غیر نفتی ایران- منظورم صادرات به واقع غیر نفتی ایران است نه آنچه که با اندکی تقلب صادرات غیر نفتی نام گرفته است- سیر تنزلی داشته است. در همین راستا، خبر داریم که چندی پیش محمد جهرمی وزیر کار و امور اجتماعی در سیزدهمین همایش توسعه صادرات غیرنفتی در تبریز از روند صادرات غیرنفتی و نبود استراتژی توسعه آن انتقاد کرده و گفت: «بیش از ۸۰ درصداز ۱۶ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی را قبول ندارم چرا که این میزان به صادرات مواد خام و پتروشیمی تعلق دارد که در سایر کشورها با ارزش افزوده ۲۰۰ برابر صادر می‌شود. براساس این دیدگاه، میزان صادرات غیرنفتی واقعی ایران به واقع، ۳,۲ میلیارد دلار بود نه ۱۶ میلیارددلاری که دولت اعلام کرده بود. در همین راستا، می‌خوانیم که طبق بخشنامه گمرک از ابتدای سال ۸۰ براساس جلسات شورای عالی صادرات و تبصره ۲۹ قانون بودجه سال ۸۰ به منظور یکنواخت کردن فعالیت‌های آماری ثبت آمار، صادرات تمامی

فرآورده‌های نفتی به استثنای نفت خام، گاز طبیعی، نفت کوره، نفت سفید، نفت گاز، نفت و میعانات گازی که توسط شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی گاز ایران صادر و تابع مقررات خاص خود است جزو آمار صادرات غیرنفتی ثبت می‌شود. براساس بخشنامه فوق، میعانات گازی نباید در میزان صادرات غیرنفتی به ثبت برسد اما در حال حاضر میعانات گازی در این آمار لحاظ شده و بخش اعظمی از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است.

چرا اقتصاد ایران این چنین شده است؟

احمد سیف درپاسخ گوئی به این پرسش، می‌توان از عوامل و علل متعددی سخن گفت. ولی من در این مختصر به چند عامل عمده اشاره می‌کنم:

۱- کاهش شدید سرمایه گذاری در ایران

براساس اطلاعاتی که داریم می‌دانیم که در طول ۴ سال ریاست آقای احمدی نژاد، میزان رشد سرمایه گذاری در اقتصاد ایران درمقایسه با ۴ سال پیش‌تر، به شدت کاهش یافته است و ودرهمه این سال‌ها میزان عملکرد از پیش بینی کمتر بوده است.

۲- افزایش لجام گسیخته واردات به کشور:

شماری ازاقتصاددانان داخل ایران به این باورند که به ازای یک میلیارد دلار واردات، حدودا ۱۰۰ هزارفرصت شغلی از دست می‌رود. اگر در نظر بگیریم که میزان رشد نقدینگی دردوره آقای احمدی نژاد محدود به هیچ عاملی نبوده است، تورم به نسبت زیاد باعث کمتر شدن توان رقابتی کالاها و تولیدکنندگان ایرانی شد که دربرابر کالاهای ارزان‌تر وارداتی قادر به رقابت و دوام نبودند. البته مظاهری درزمان ریاست خویش بر بانک مرکزی کوشید که رشد نقدینگی را کنترل کند ولی اراده احمدی نژاد برای برکناری او و از آن مهم‌تر، کش دادن برکناری او برای نزدیک به ۶ ماه وضعیت بسیار نامطلوبی ایجاد کرد. خبر داریم که میزان تورم در ۱۳۸۷ حدودا ۲۵,۵ درصد بود و از سوی دیگر، دولتی که تقریباً هیچ برنامه و سیاستی برای کنترل تورم نداشت، چاره را در آن دید که با تشویق واردات شاید بتواند این سیر روبه رشد قیمت‌ها را کنترل کند. اگرچه این هدف به دست نیامد، ولی تولید داخلی دربسیاری از عرصه‌ها به شدت صدمه خورد و لطمه دید. تغییرات مکرر میزان تعرفه‌های وارداتی وضعیتی ایجاد کرد که زمینه‌های بسیار فراخی برای رانت خواری بیشتر فراهم شد. درپی آمد کاهش از تعرفه واردات شکر، میزان شکر وارداتی

به شدت افزایش یافت و به جائی رسیدیم که میزان تولید شکر داخلی که در ۱۳۸۵ بیش از ۱,۵ میلیون تن درسال بود تنها دوسال بعد، یعنی در ۱۳۸۷ به ۵۰۰ هزارتن رسید. وقتی تولید محصولی دریک فاصله کوتاه ٪۶۷ کاهش می‌یابد، تردیدی نیست که این کاهش درحوزه‌های دیگر، به ویژه درپیوند با بیکاری که تازه قبل از این کاهش، خودش یک مشکل اساسی اقتصاد است، پی آمدهای زیادی دارد که انکار ناشدنی است. اگرتوجه داشته باشیم، که درپیوند با برنج وچای نیز درحالی که تولیدات داخلی درانبارها می‌ماند و می‌پوسد، بازار حتی در استان‌های تولید کننده این محصولات نیز با محصولات وارداتی لبریز می‌شود؛ و اگر کاهش تولید این محصولات و تعطیلی کارخانه‌های چای را هم درنظر داشته باشید، آن وقت حجم افزایش بیکاری روشن‌تر می‌شود. برای هزارها کارگری که بیکار می‌شوند، کوشش مرکز آمار و یا وزارت کار برای دست بردن درآمارها، اگرچه به مزاق قدرتمندان خوش می‌آید ولی مشکل را رفع نمی‌کند و تخفیف هم نمی‌دهد.

۳- کاهش سرمایه گذاری در نفت و گاز

اگرچه از سوئی اهمیت نفت در اقتصاد ایران بسیار بیشتر شد ولی درعین حال می‌دانیم که حتی برای حفظ سطح کنونی استخراج نفت به سرمایه گذاری عظیمی نیازمندبودیم که در این سال‌ها اتفاق نیافتاده است. از سوئی، پرخاش گری‌های بچگانه آقای احمدی نژاد موجب شد که تور تحریم به گرد اقتصاد ایران بسیار تنگ‌تر شود و به همین خاطر، بنگاه‌های بین المللی از خیرسرمایه گذاری در ایران بگذرند و حتی آن‌ها که با دولت ایران توافق کرده بودند، از این کار سرباز بزنند (برای نمونه توتال، بی پی). درحال حاضر به جائی رسیده‌ایم که اگر قرار است استخراج نفت و گاز درسطح کنونی‌اش باقی بماند و این بخش با توجه به اهمیت روزافزونش درتامین مالی فعالیت‌های اقتصادی در ایران موثر باشد، باید ۱۸۰ میلیارد دلار در آن سرمایه‌گذاری بشود که از این رقم تنها ۵۰ میلیارد دلار آن جذب شده و از آن گذشته بخش عمده‌اش هم از منابع داخلی بوده است. یعنی در این حوزه با ۱۳۰ میلیارد دلار کمبود سرمایه گذاری روبرو هستیم. می‌دانیم که شرکت‌های بزرگ در ۴ سال گذشته قرارداد تازه‌ای با دولت ایران نبسته اند. نمونه بارز این عدم توفیق و پی آمدهای احتمالی را می‌توان درعسلویه و پارس جنوبی دید که برای نمونه در پارس جنوبی، میزان سرمایه گذاری دولتی از ۴ میلیارد دلار در ۱۳۸۶ به ۱ میلیارد دلار در ۱۳۸۷ کاهش یافت و این درحالی است که باید حداقل ۸ میلیارد دلار سرمایه گذاری انجام می‌گرفت. به علت همین کمبود سرمایه گذاری، عسلویه که درزمان زمامداری آقای خاتمی شروع به کار کرد و در آن موقع ۶۰

هزارکارگر داشت اکنون با خروج پیمانکاران خارجی و کمبود سرمایه گذاری، ۵۰ هزارتن را از کار بیکار کرده و درحال حاضر تنها ۱۰ هزار نفر کارگردرآن کار می‌کنند.

۳- فضای نامناسب کسب و کاردرایران

هرچه که ادعاهای دولت و هوادارن آن باشد واقعیت این است که موقعیت ایران درپیوند با آسانی شروع کسب و کار، دریافت مجوز، ثبت دارائی‌ها که در سال ۲۰۰۷ درمیان ۱۷۸ کشورجهان ۱۱۹ بود یک سال بعد به مقام ۱۳۵ تنزل کرد. این روند نزولی دردیگر اندیس‌ها هم مشاهده می‌شود. درباره سهولت تجارت با خارج، در ۲۰۰۷ ایران درمیان ۱۷۸ کشور جهان مقام ۸۷ داشت ولی در ۲۰۰۸ به مقام ۱۳۵ تنزل یافت. از نظر آسانی کسب وکار، ازمقام ۶۴ به مقام ۷۷ در ۲۰۰۸ رسیدیم. عبرت آموز این که از نظر ریسک سرمایه گذاری بطورکلی ایران درمیان ۱۵۰ کشور به مقام ۱۴۱ رسید. حتی در منطقه خاورمیانه هم درمیان ۱۹ کشور، ایران مقام هفدهم را دارد.

۴- تغییر ساختار بودجه و کاهش بودجه عمرانی به نفع بودجه جاری

در این سال‌ها نسبت بودجه عمرانی به بودجه جاری در ایران کاهش یافت و پی آمدش البته تعطیلی بعضی از پروژه‌ها و نیمه کاره ماندن بعضی ازپروژه‌های دیگر شد.

۵- بحران نظام بانکداری در ایران

مداخلات بی رویه و بی منطق دولت درمسایل بانکی، از کاهش دستوری نرخ بهره گرفته تا توزیع دستوری اعتبارات باعث شد که بانک‌ها نتوانند نقش خویش را دراداره و مدیریت اقتصاد ایفا نمایند. میزان قابل توجهی از این تسهیلات صرف پروژه‌های زود بازده شد که بخش عمده آن به واقع تلف شد و اشتغال آفرینی نداشت. یکی ازپی آمدهایش البته این بود که مطالبات معوقه بانک‌ها که در ۱۳۸۳ تنها ۸۰۰۰ میلیاردتومان بود درسال جاری به بیش از ۳۸۰۰۰ میلیاردتومان و به یک روایت به ۵۶۰۰۰ میلیاردتومان برسد و کاهش قدرت پرداخت وام و اعتبارات از سوی بانکها به فعالیت‌های مولد صنعت وکشاورزی بسیاری از واحدهای تولیدی را با کمبود نقدینگی مواجه ساخت. حتی حساب ذخیره ارزی که می‌باید در این سال‌ها رشد چشمگیری داشته باشد کارساز نشد چون بخش اعظم درآمدهای نفتی- یعنی ۲۸۵ میلیارد دلار از کل درآمدنفتی ۳۸۰ میلیارددلاری نفت در طول ۱۳۸۴-۱۳۸۷ صرف واردات شده است.

۷-گسترش رانت خواری

در این سال‌ها، سیاست‌های دولتی به گونه‌ای بود که سرمایه‌داری تجاری دربرابر سرمایه‌داری صنعتی دست بالا را در امور درکنترل گرفت. تغییرات مکرر و بی منطق تعرفه‌ها- درموارد متعدد حذف تعرفه وارداتی- باعث شد که حتی کسانی که دلال و واردکننده هم نبودند، دلال و وارد کننده شدند. خصوصی سازی ایرانی که دراصل چیزی به غیر از «اختصاصی سازی» نبود باعث شد که شماری از صنایع ایران دراختیار کسانی قراربگیرد که هدفی به غیر از رانت خواری نداشتند. درجای دیگر به مواردی اشاره کرده‌ام که پس از این که واحدی را در کنترل گرفتند، عمده کاری که کردند به ورشکستگی کشاندن واحد و بعد استفاده از زمین آن برای انبوه سازی بود. بی کفایتی مدیران جوانی که برصنایع کشور گماشته شدند یکی ازعوامل موثری بود که زندگی را برشماری از این صنایع دشوارکرد.

نکته‌ای که قابل ذکر است این که حتی دربرخورد به بحران جهانی هم سیاست پردازان در ایران با حداکثر بی کفایتی عمل کردند ودرشرایطی که صنایع ایران از جمله به خاطر این بحران، با کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت تولید می‌کردند، با تظاهر وفریب مدعی شدند که درمیان «آتش بحران جهانی» ایران «گلستانی» است که از این عواقب مصون مانده است؛ و این درحالی بود که نگاهی به آمارهائی که برای سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۶ داریم به وضوح نشان می‌دهد که عدم توفیق اقتصادی سیاست‌های دولت در همه عرصه‌ها عیان و غیر قابل انکار بوده است. درهمه این سال‌ها، میزان عملکرد رشد اقتصادی از آن چه که پیش بینی شده بود، کمتر بوده وضعیت سرمایه گذاری حتی از این هم اسفناک‌تر بود. درحالی که پیش بینی دولت این بود که برای این سال‌ها سرمایه گذاری ۱۲,۲ درصد رشد خواهد داشت ولی عملکرد دولت تنها ۴,۸ درصد بود، یعنی به عبارت دیگر، با بیش از ۶۰ درصد عدم تحقق روبرو بودیم. متوسط میزان تورم برای این دوره قرار بود ۹,۹ درصد باشد ولی عملکرد تورم نزدیک به ۱۶ درصد بود و نگاهی به میزان تورم سالانه سیر رو به رشد نرخ تورم را نشان می‌دهد. تنها در دو حوزه با رشدی بیشتر از میزان پیش بینی شده روبروبوده ایم که اتفاقا هر دو مورد، از مواردی است که همین بیشتر بودن عملکرد نشان دهنده شکست برنامه‌های اقتصادی دولت است. میزان رشد نقدینگی که قرار بود به‌طور متوسط رشدی معادل ۲۰ درصد داشته باشد، درعمل ۳۳,۳ درصد بیشتر شد و رشد بودجه عمومی دولت که قراربود برای این سال‌ها به طور متوسط ۱۰,۵ درصد باشد، سالی ۱۹,۳ درصد بیشتر شد. به عوض وابستگی بودجه دولت به نفت که قرار بود تنها ۶,۳ درصد باشد، درعمل ۱۶ درصد شد.

استراتژی اقتصاد باز ومشکلات ایران

این استراتژی نگاه به خارج دارد و در بعضی از وجود همچون استراتژی پولی است اما نه در همه آن‌ها. این استراتژی نیز برای تخصیص منابع, متکی به نیروهای بازار و بخش خصوصی است (که نقش برجسته‌ای را برای آن ایفا می‌نمایند) اما با تاکید بر سیاست‌هایی که مستقیماً بخش تجارت خارجی را تحت تاثیر قرار می‌دهند مثل سیاست‌های نرخ مبادله ارز, مقررات تعرفه‌ای, سهمیه‌ها و موانع غیرتعرفه‌ای بر تجارت, و سیاست‌هایی که سرمایه‌گذاری خارجی و بازگشت سود این سرمایه‌گذاری‌ها به خارج را تنظیم می‌کنند که در این زمینه‌ها متفاوت با استراتژی پولی است .تجارت خارجی که اغلب با سرمایه‌گذاری مستقیم بخش خصوصی خارجی تکمیل می‌شود, به عنوان بخش پیشتاز یا موتور رشد (توسط کلاسترهای اقتصادی)در نظر گرفته می‌شود. استراتژی‌هایی که دارای جهت گیری صادراتی‌اند به دنبال استفاده از مزیت نسبی بین‌المللی کشور هستند و در همین راستا, به استفاده کارا و اثربخش منابع دست می‌یابند. فشار رقابت بین‌المللی امری حیاتی برای اقتصاد تلقی می‌شود چون انگیزه‌ای قوی در تولیدکنندگان ایجاد می‌کند (کاهش هزینه‌ها, افزایش بهره‌وری, نوآوری, بهبود استانداردهای کیفیت). استراتژی توسعه با سمت‌گیری خارجی, باید نه تنها سطح درآمد را ارتقا دهد بلکه باید بتواند سطح پس‌اندازها و احتمالاً میزان پس‌اندازها را نیز افزایش دهد. این امر به نوبه خود, نرخ سریع‌تر انباشت سرمایه و در نتیجه رشد سریع‌تر را امکان‌پذیر می‌نماید .اقتصاد باز نه تنها بر روی تجارت خارجی باز است بلکه بر روی حرکت‌ها و جابجایی‌های عوامل تولید (یعنی سرمایه و کار) نیز باز است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی, وام‌های تجاری توسط بانک‌های خارجی و کمک‌های خارجی همگی دارای نقش تعیین‌کننده‌ای هستند. نه صرفاً انتقال بین‌المللی سرمایه, بلکه انتقال دانش, فناوری و مهارت‌های مدیریتی به کشورهای جهان نیز به عنوان افزایش بهره‌وری تلقی می‌شود, چون از این طریق می‌توان به افزایش سطح تولید و رشد سریع‌تر درآمدها دست یافت .مهاجرت نیروی کار غیرماهر به عنوان کمکی درجهت کاهش بیکاری (نه مهاجرت نیروی کار متخصص و ماهر, یعنی فرار مغزها) دارای تاثیر مثبت در افزایش درآمد نیروهای موجود است . منطقاً نباید "عدم وجود تبعیض درمقابل صادرات" را از "عدم وجود تبعیض در مقابل ورود سرمایه‌گذاری خارجی" جدا دانست, چون یک محیط حفاظت‌شده در مقابل واردات, باعث جذب سرمایه‌های خارجی در بخش‌های نامناسب و کاهش مقدار آن در بلندمدت می‌شود (بدلیل کمتربودن گزینه‌های پیش روی سرمایه‌گذاران). بعلاوه وجود یک نرخ مبادله ارز متعادل باعث تضمین هرچه‌بیشتر جذب وام‌های خارجی

به بخش‌های مولد و بارور خواهد شد. برخلاف استراتژی پولی, یک استراتژی توسعه با سمت‌گیری خارجی, حاکی از نقش فعال دولت است. از دولت انتظار می‌رود که علاقمند به دستیابی به قیمت‌های صحیح (واقعی), بخصوص قیمت‌های کلیدی نرخ مبادله ارز, نرخ‌های بهره, و نرخ دستمزد باشد (وجه مشترک با استراتژی پولی). در اقتصادی که نیروی کار فراوان دارد, استراتژی دارای سمت‌گیری صادرات "کار- بر" (متکی بر نیروی کار) خواهد بود و نتیجتاً تاثیری مثبت بر کاهش فقر و نابرابری خواهد گذاشت. اگر ارتباطات مابین بخش تجارت خارجی و دیگر بخش‌های اقتصادی کشور قوی باشد, یک بخش صادراتی روبه‌گسترش موجب ایجاد فعالیت در سراسر اقتصاد خواهد بود (در غیر اینصورت تنها یک بخش تحت سلطه خارجی خواهد بود) .

استراتژی صنعتی‌شدن و تکالیف بنیاد سلام درآینده نزدیک

در این استراتژی نیز همچون استراتژی قبلی, تاکید بر رشدوتوسعه است اما ابزار دستیابی به رشد, گسترش سریع بخش صنعت است. برخلاف استراتژی پولی, توجه بی‌واسطه معطوف به کارآیی کوتاه مدت در تخصیص منابع نیست بلکه شتاب نرخ کلی رشد تولید ناخالص داخلی موردتوجه است. این امر از سه طریق حاصل می‌شود: (1) تولید کالاهای مصرفی صنعتی عمدتاً برای بازارهای داخلی (پشت دیوارهای بلند تعرفه‌ای), (2) تاکید بر توسعه صنایع تولیدکننده کالاهای سرمایه‌ای (معمولاًتحت اداره و هدایت دولت), (3) سمت‌گیری سنجیده بخش صنعت به سمت صادرات (ترکیبی از برنامه‌ریزی ارشادی و کمک‌های مستقیم و غیرمستقیم دولتی) .استراتژی‌های صنعتی‌کردن در عمل مایل به بالابردن سطح تشکیل سرمایه, دستیابی به فناوری‌های نوین (که اغلب سرمایه‌بر هم هستند), و به دنبال آن, ترغیب رشد چند منطقه شهری بزرگ هستند. گسترش شهرنشینی و درپیش‌گرفتن استراتژی صنعتی‌شدن به همراه هم روی می‌دهند. دخالت‌های دولت در تعقیب اهداف, غالباً زیاد است اما شکل آن وابسته به انتخاب یکی از سه طریق فوق است. در واقع از دخالت دولت حمایت می‌شود با این توجیه که موجب رشد سریعتر می‌شود. این دخالت با هدف بالابردن سطح تولید طراحی می‌گردد, نه بخاطر افزایش کارآیی تخصیص منابع یا تغییر توزیع درآمد و ثروت به نفع گروه‌های کم‌درآمد .فرضیه اساسی این است که میزان پس‌انداز تابعی صعودی از سطح درآمد خانوار است و از این رو هرچه درجه نابرابری بیشتر باشد, سطح پس‌اندازهای کل بیشتر خواهد بود, یعنی تحت این استراتژی, به توزیع درآمد به عنوان ابزاری نگریسته می‌شود که هدف آن انتقال توزیع درآمد به سوی گروه‌های متمایل به پس‌انداز بالا است. اعتقاد نیز بر این است که این روش سرمایه‌گذاری,

آسان‌تر تامین مالی می‌شود و رشد شتاب خواهد گرفت و درنهایت فقرا از این فرآیند منتفع خواهند شد (زمانی که ثمرات رشد پخش شود و به سمت فقرا بازگردد) .

استراتژی انقلاب سبز در کلاستر بنیاد سلام

کانون توجه این استراتژی رشد وتوسعه کشاورزی است. یکی از اهداف این استراتژی, افزایش عرضه غذا (بویژه غلات و حبوبات) به عنوان مهمترین کالاهای دستمزدی است. عرضه فراوان این محصولات, قیمت نسبی غذا را کاهش داده و در نتیجه باعث کاهش هزینه‌های پایه کار خواهد شد. هزینه‌های پایین‌تر هر واحد کار, باعث افزایش سطح عمومی سود در فعالیت‌های غیرکشاورزی شده و این امر باعث افزایش پس‌اندازها, سرمایه‌گذاری و نرخ بالاتر رشد همه‌جانبه خواهد شد .دومین هدف این استراتژی, کمک مستقیم به صنعت است (بویژه صنایعی که در مناطق روستایی قرار دارند) که از طریق برانگیزاندن تقاضا برای نهاده‌های کشاورزی, کالاهای سرمایه‌ای واسطه‌ای (کود, تلمبه آبیاری, مواد ساختمانی) و بوسیله ایجاد یک بازار بزرگتر برای کالاهای مصرفی ساده که در حومه شهرها مورداستفاده قرار می‌گیرند (دوچرخه, رادیو و ...) صورت می‌گیرد. بسیاری از این صنایع, "کار-بر"تر از صنایعی هستند که در استراتژی صنعتی‌شدن ترغیب و توصیه می‌شوند و به همین خاطر, فرصت‌های اشتغال بیشتری را هم در مناطق روستایی و هم شهری ایجاد می‌کنند .عامل کلیدی شتاب‌دهنده به رشد کشاورزی در مناطق روستایی, رشد فنی (فناورانه) ، میکانیزه کردن کشاورزی ، اتوماسیون ونظایر اینها است. تاکیدات به‌نسبه کمتری روی تغییرات نهادی, اصلاحات حق‌الاجاره‌ها, توزیع مجدد زمین یا مشارکت مستقیم و بسیج جمعیت روستایی ـ می‌شود. در عوض, تاکیدات بیشتری روی تنوع محصولات اصلاح‌شده, استفاده بیشتر از کود شیمیایی و دیگر نهاده‌های جدید, سرمایه‌گذاری در سیستم‌های آبیاری, تحقیقات کشاورزی بیشتر, و ارایه خدمات ترویجی و اعتباری بهتر است. بنابراین این روش دارای سمت‌گیری فن‌سالارانه است .هدف عمده این استراتژی, کاهش فقر توده مردم از طرق مختلف است: اول اینکه تصور آن است فقرا مستقیماً از فراوانی بیشتر غذا منتفع می‌شوند. دوم اینکه به‌خاطر افزایش تولیدات کشاورزی, اشتغال بیشتری در کشاورزی بوجود خواهد آمد. سوم اینکه به‌خاطر کشش درآمدی, تقاضای بیشتری برای اقلام مصرفی غیرغذایی ایجاد می‌شود که باعث ایجاد مشاغل بیشتری در زمینه‌های غیرکشاورزی و صنایع شهری خواهد شد. چهارم اینکه بخاطر "کار-بر"بدون فوق‌العاده این استراتژی, دستمزدهای واقعی هم در شهرها و هم در مناطق غیرشهری افزایش می‌یابد که این امر نهایتاً منجز به توزیع برابرتر درآمد خواهد شد .

استراتژی حقوق مساوی معیشتی برای همه شهروندان

حقوق معيشتي مردم به لحاظ ميزان وعناصر متشكله آن در اين دانش نامه است آمده است منظور ازميزان ارزش حقوقي معيشت كه توسط حقوق بگير ويا شاغل هرماهه تصرف ميشود بايد به ميزاني باشد كه بتواند با آن مايحتاج ضروري يك خانواده تامين شود ، عناصر اين سبد عبارتند از مواد تغذيه سالم ووسائلي كه اين مواد را به غذا تبديل كرده و توسط اعضاي خانواده تناول ميشود ، مسكن مناسب براي زيست وآرامش خانواده ، پوشاك براي اعضاي خانوار برحسب عرف جامعه وبا رعايت صرفه جوئي لازم ، بهداشت روح وبدن وداشتن جسمي وروانی سالم ، امكان چند سفر معدود براي تمدد اعصاب وروان واستفاده ازمرخصي هاي ماهانه وساليانه وانجام صله ارحام ، آموزش نونهالان خانواده وبهره گيري از فرصت هاي برابردرجامعه ، ساير عناصر ضروري مثل وسايل در استفاده از اينترنت ورسانه هاي اطلاعاتي وعلمي وامنيت وبطور كلي حفظ احترام وكرامت انساني اعضاي خانواده ميباشد ، زندگي به شيوه بهره برداري بهينه (يكي از آموزش لازم به خانوارها از طريق شوراهاي محلي ، در اينجا لازم به تذكر است بسياري از افراد تحصيل كرده واساتيد مورد احترام در محلات آمادگي دارند اين گونه آموزش ها را به خانواده هاي محترم محلي داده واز اين طريق به توسعه فرهنگي وايجاد مودت وعضويت هاي اجتماعي بپردازند واينگونه سرمايه ها واستعداد ها در زمان حاضر مورد غفلت قرار گرفته است در اين مورد به نوشته مولف تحت عنوان " اثر حسادت بر افزايش هزينه هاي اجتماعي مراجعه شود) "از منابع در اختيار يا متصرف شده ، حداقل معيشت كه تابعي از قيمت ها بوده وبا تغيير سطح عمومي قيمت ها ، مخارج حداقل معيشت نيز تغيير خواهد كرد ، لذا سبد معيشتي خانوارها از تعداد اعضاي خانوار ، شرايط سني ، جنسي وغيره بايد از طريق دولت استاندارد شود ، با نگاهي به اختلاف حقوق مستمربگيرها ، بازنشستگان ، دستمزد ها وبيكاري كه طيفي از سه ميليون ريال تا چند ميليون تومان ميباشد ، اهميت اين بحث براي خواننده محترم روشن مي باشد، موضوع فوق حاکی از قرابت مفهومی با عدالت قلمروی می باشد .

اهتمام جدي در امحاي فقر در سرفصل های داکترین بنیاد سلام

جامعه اي كه درآن فقير وجود دارد ، لشگر شيطان از شيطنت بيكار نخواهند بود وبا نفوذ به نفوس فقرا به تقويت وتشديد نفس اماره به اعمال سوء ، به وعده خود در مورد اغفال وجرم پذيري انسان هاي درگير معيشت عمل مي كنند ،در سراسر كتاب ارزشمند بينوايان مشحون از اينگونه چالش ها ي انساني با شيطان وشيطان پرستان وثروتمندان از خدا بي خبر است .

ويكتورهوگو تراژدي فقر را با بهترين وجه وباصحنه هائي وحشتناك ودردآور به تصوير كشانده وبه شايستگي وهنر تمام نشان داده است كه چرا يك زن فقير براي امرار معاش مجبور به خود فروشي ميشود ويك مرد فقير به دزدي وغارت ميپردازد وفقيران با ابتكار وخلاقيت كه براي توسعه بايد بكار گرفته شود به مطامع خود دست مي يابند ، راقم اين سطوراين كتاب مهم را(بينوايان Povertyers) در هيجده سالي خواندم و برحسب مسئوليت هاي كه به عهده ام گذاشته شد ، رسيدگي به مراجعه كننده فقير را فرض خود ميدانستم وبه كاغذ بازي واگذار نمي كردم.

آنچه در پاراگراف فوق بحث گرديد با مصاديقي فراوان در اسناد تاريخي است ، در قرآن كريم كه به ظهور وسقوط تمدن ها از منظر فواصل طبقاتي ومسئله فقر واستضعاف ميپردازد به جنبه هاي مختلفي ازاين مهم در طول تاريخ بشر پرداخته وبه حكومت هاي عادل وعده پيروزي وبه حكومت هائي كه به مسئله فقر بي اعتنا بوده وجامعه عمودي وبا فواصل زياد درآمدي را بوجود آورده اند وعده سقوط داده است ، كتب تاريخي كه از زمان آدم ابوالبشر تا امروز برشته تحرير در آمده و توسط فيلسوفان وعلماي دين وانديشمندان در اين حوزه از ديدگاه فقر وتكاثر تعليل وتحليل تحرير شده است خارج از شمارش بوده وكوچكترين ذكري از اين حجم بزرگ مستندات ، اينگونه مباحث روشن ومصرح اين دانش نامه را مطوًل ميكند ، كرمي در كتاب ارزشمند " ظهور وسقوط تمدن ها از ديگاه قرآن " ضمن به تصوير كشيدن صحنه هاي ازوقايع تاريخي ، به علل پيشرفت تمدن هاي نوظهور وسقوط تمدن هاي استكباري پرداخته است ودر يك كلام پروردگار عظيم الشان وخالق قاهر يكتا وعده داده است كه مستضعفين وارث زمين خواهند شد(و نريدُ أن نَمُنَ عَلي الَّذينَ استُضعِفوا فِي الأرضِ و نجعَلَهُم أئِمّةً وَ نَجعَلَهُمُ الوارِثينَ سوره قصص آيه5 ، منتسكيو نيز دراثر ارزشمند خود " كتاب روح القوانين "درگيرانديشه از اين تراژدي تاريخي جهاني در روي زمين شده است وبه تعليل وتحليلي ميرسد كه ساير تاريخ نويسان وانديشمندان علوم انساني نيزرسيده اند ، اين فيلسوف شهير اعتراف دارد كه بسياري از دولت ها وشاهان وامپراتوري هاي بزرگ بر اثرطغيان ناگهاني فقيران ومستضعفين سقوط كردند وفقر ريشه فساد وتبهكاري وهرج ومرج و.....وبلاخره سقوط دولت ها ي غافل از اين رويداد تلخكام ميداند.

مسئله خط فقروتكاليف بنياد

خط فقر يك تعريف اقتصادي از نابرابري اجتماعي ونشان دادن تصويري از يك جامعه عمودي است ، اين دانش نامه تصريح ميكند كه خط فقر ارتباطي بين فقر و نابرابري نسبي دارد.اين خط پايين ترين حد درآمد لازم براي حفظ زندگي در حداقل معيشت را به قضاوت هاي فردي و معيارهاي اجتماعي بستگي مي يابد ، «حفظ زندگي » ، نشان مي دهد.در اين تعريف با توجه به اينكه فقر مطلق و يا فقر نسبي را مورد نظر

قرار دهيم خطوط فقر متفاوتي خواهيم داشت.با تعاريف متفاوتي كه از فقر وجود دارد، برآوردهاي مختلفي نيز از خط فقر مي توان انجام داد .تعدادي ازروش هاي موجود از اين برآوردها در همين بند آمده كه كافي به نظر نمي رسد ،بهر حال كمترين اقدام براي دولت ها ، تنظيم حقوق معيشتي فقراي جامعه از آناليزفاصله خط فقر واقدام عاجل درحل اين مسئله است.

فاکتور های مهم در تجزیه وتحلیل فاصله در اهداف کمی

اهداف عموماً برای استفاده حداکثری از پتانسیل ها وامکانات طبیعی کشور ، فرصت های ملی وبین المللی ، سرمایه های محسوس ونامحسوس ، تعیین میشوند ، این اهداف با اعداد وارقام در برنامه های توسعه بلند مدت، کوتاه مدت ، هفتگی وروزانه درج شده واز طریق جراید ، تخته اعلانات خیابانی ، جزوات آماری وغیره نمایش داده میشوند.بین این ارقام که نشانگر اهداف دولت ،بنیاد ها وسازمان ها ، واشخاص حقیقی وحقوقی میباشد وارقام فعلی عملکرد ، یک فاصله وجود دارد که باید تجزیه وتحلیل شود(Gap Analysis)، این آنالیز یک اقدام ضروری و واقعی بوده وعملکرد دولت را بطور حقیقی پیش روی مردم قرارداده وجامعه را به مرور علمی برنامه ها وچگونه رسیدن به اهداف مورد نظر در زمان معین واقف میکند، در این مرور ، سوالات مردم از روی سلیقه واحساسات نبوده ، بلکه معیاری برای نظر دادنها ، تصویر صحیح از واقعیت ها ، داشتن ذهنیتی از چرخه حیات دولت ، چرخه اصلاح ودگرگونی ها وغیر اینها میباشد وبا آشنائی علمی وسواد اجتماعی ، نگاشت روشنی از بهره وری از منابع ، سرمایه وامکانات را در ذهن خود ترسیم کرده واین نقشه ترسیم شده را در وحدتی سحر آمیز و فراگیر ، فرافکنی وگاهی نیز ناخود آگاه ، در گمان اینهمانی ، هم صدا با دولت ورسانه ملی ، روایت میکنند (و این همان جوهر وحدت است که می خواهید). فاصله سنجی بین تخصیص منابع بطور بهینه ، وسطح خروجی های جاری که در فواصل زمانی کوتاه به سمع ونظر ملت میرسد (از طریق میل گراف و منحنی ها ی متمایز و الکترونیکی) به مخاطبان ، کاربران ومسئولین بموقع خاطرنشان مینماید ،قابلیت غیر قابل تردیدی را برای آنالیز فواصل استراتژیک و عملیات به مسئولین از یک سوی واز سوئی دیگر به داوطلبان مردم سالاردینی ، بعنوان یک فرضیه مجاهدت ، هم دلی ها وهماهنگی ها را موجب میشود واین یکدلی ویک زبانی ،کلیت کشوررا در عرصه جهانی به پیش میبرد ، وچه بسا صدها درد باین وحدت وهم صدائی وهم نوائی مداوا میشود وصحبت وانتظارات دولت نشان از شرح حال مجاهدان وپرچم داران رشد وتوسعه ولبخند رضایت ملت حکایت از حدیث یاری و قانون مسئولیت عمومی دارد. سواد علمی که از ضروریات سواد اجتماعی واز طریق علم سواد بدست میآید ، مجموعه ای از مفاهیم و واژگان ودانستنی های اجتماعی است که از اصول علمی وروشهای تخصصی حاصل میشود وبه دانش عمومی شهروندان تبدیل میگردد وهرشهروند با درک صحیحی

از کارکرد های دولت ، وبدون اینکه تابع احساسات بوده وبا سلیقه وتقلید به طرح ونقد موضوع بپردازد ، اظهار نظر میکند ، این گونه اظهار نظرها از ذهنیتی نزدیک به عمل کرد دولت سرچشمه گرفته وعلم پسند است این موضوع به گسترش آموزش های لازم از بعضی روش های علمی ، قوانین موضوعی ، مدل های ارزیابی ، مقیاس واستاندارد ها در بیانی ساده وقابل فهم همگانی در محلات ، فرهنگ سراها، مساجد ودر مکانهای توسعه محور ، بطور رایگان ، نیاز دارد بدیهی است رسانه ملی در این امر مهم نقش برجسته ای میتواند ایفاء نماید ، توزیع جزوات ، الواح فشرده ، اسباب بازی کودکان وغیر اینها به مهندسی کردن این حرکت جمعی در جامعه کمک خواهد کرد.

رعایت حقوق متقابل دولت ومردم در تدوین راهبرد ها

در رساله الحقوق حضرت امام زین العابدین علیه السلام ، نوشته علي اكبر ناصري ازحقوق متقابل افراد حقيقي وحقوقي جامعه ، اعم از دولت وبخش خصوصي ، فردي واجتماعي ، در قبال يكديگر بحث شده است ، در حقوق متقابل بين دولت ومردم امام سجاد(ع)از دولت مي خواهد (صفحه 111 چاپ 1131 شمسي) همان قوتي كه در فرماندهي وفرمانروائي خود دارد به مردم تعميم دهد (يعني مردم مظهر دولت مقتدر ويا دولت غير مقتدر هستند)، امام معصوم مي فرمايد ، خداوند تورا (حكم ران را)نيرو ، عزت ، قوت وحكومت بخشيده وتورا در اين عرصه برمردم نافذ كرده ودر اين مورد از تو ياري نطلبيده است و.....واينك بر تو فرض است كه اين فضل رباني واين بخشش الهي را سپاسگزاري كني وبداني كه اين حكمراني بسته ومنوط به وجود مردم بوده واين جلال وشوكت حاصل مساعي ودسترنج ملت است واضافه ميفرمايد به حكم آيه كريمه "واذا حكمتم بين الناس ان تحكمو بالعدل "تا در اين سپنج سراي ، اگر سنگي به پاي طفلي زده شود وزخمي بردارد خداوند مالك الملك وكائنات از صاحب قدرت سئوال ميكند ومضافاً چنين افاضه ميفرمايد كه اكر دولتي ظلم كرد بحكم الناس علي دين ملوكهم ، مردم بدان اقتفاء (پيروي)ميكنند وبا اضافات (اين نكته اضافات از بنده است)مراتب ستم را شايع كرده ودر استحكامات ودستگاه هاي دولتي رخنه كرده وقواعد وقوانين را خدشه دار ميكنند چنانكه سعدي عليه الرحمه گفت : اگر زباغ رعيت ملك خورد سيبي برآورند غلامان او درخت از بيخ.

تماميت نخواهي مردم وراهبردهای معیشتی غرب

در بخش داكترين دانشنامه ، از طرح معروفي ياد شده است كه به طرح مارشال شهرت داردوكشورهاي غربي بعداز جنگ جهاني دوم وتا به حال دربرنامه توسعه از آن تاسي گرفته اند ، يكي از نكات موثر طرح

مذكور اينست كه اگر مردم به رفاه نسبي وقدرت خريد متعادل دست بيابند بسوي زيادي خواهي گرايش پيدا نميكنند **به عبارت ديگر آن ها معتقد بودند در همه جاي دنيا، انسان مرفه، يا دست كم اميدوار به زندگي در رفاه، به سوي تماميت خواهي جذب نمي شود** .حاكمان غربي عمدتاً با دركي واقع گرانه از جنگ هاي داخلي وانقلابات مردمي ، صلاح را براين ديدند كه با تنظيم برنامه مالي كشورشان ، مردم را دررفاه نسبي قراردهند و زورآزمائي آنها بر عليه ساير ملت ها وكشورهاي تحت سلطه باشد و از كشورهاي ديگر بهر نحوي كه مقدورشان است چپاول كنند وبه شكم ملت هاي خود سرازير كنند واگر يك كشور غربي از اين بابت دوچار مشكل جدي بشود بقيه كشورها ی هم پيمان ، كميسيون وشورا تشكيل ميدهند تا بوی وام ارزان قيمت ميدهند و كمك هاي شايان ميكنند ، مصاديق اين نحوه اداره كشور در كشورهاي اروپايئ نظير اسپانيا ، ايتاليا ، يونان وكشورهای هم پيمان آمريكای لاتين غربي بسيار زياد است وذكر آنها موجب تطويل اين دانش نامه خواهد شد.

لزوم تساوي حقوق معيشتي مردم وتدوين راهبرد های آن

در اين قسمت از دانش نامه ، به نحوه حكومت واجراي احكام واقدامات مولي الوحدين علي عليه السلام نظري انداخته وبرآنيم كه از طريق احتجاج به سيره حضرتش اثبات كنيم حقوق معيشتي مردم كه تعريف آن در صدر اين نوشتار آمده است ، بايد براي خانوارها برحسب تعداد افراد خانواده وشرايط زندگي وهزينه هاي مبتلابه به تناسب براي همه افراد حقوق بگير جامعه برابر باشد، محورهاي اصلي اين بحث به قرار زير است:

1-همه انسانها برحسب فطرت خدا جوئي ومتعلَّق روح الهي وداشتن قدرت واستعداد خلاقيت وتفكروتوان قبضه داري طبيعت وامثالهم ، داراي كرامت انساني بوده واين عوامل مهم الهي وانساني بموجب داشتن ثروت ويا نداشتن آن به منصه ظهور نمي رسد وتنها از طريق اهتمام وپايداري واميد به خداوند متعال وقبول عسر عظيم وورياضت وصبوري است وعمده مسئوليت دولت ها اينست كه اين بستر اهتمام براي صاحب پر همت آن براي توسعه پيشرفت فردي وجمعي وبطور كلي براي كشور فراهم شود تا نشت نشائي بوجود نيامده وجامعه رخسار خوشبختي را در آينه اقبال فرزندان خود نظاره كند.

2-حقوق معيشتي يك حقوق طبيعي براي خانواده بوده ونمي توان هيچ شهروندي را كه به وظايف قانوني خود عمل مي كند از آن محروم كرد.

1-برحسب فرمايشات حضرت علي(ع) ، هر انساني مكلف است بر ابر تكليفش ، وظائف ومسئوليت هائي به عهده بگيرد وبراي انجام اين مسئوليت ها در قبال افراد وجامعه ، محقٌ بدريافت حقوق لازم است.

3-حقوق عمومي مردم در دو بعد مادي ومعنوي معين ميشودوآنها عبارتند از:

1.3. حقوقي برابر ومساوي در برابر قانون ، آزادي ، رفاه اجتماعي ، فرصت ها، آموزش و.....حضرت علي(ع)حتي در موقع تقسيم بيت المال از رويه تساوي قدرالسهم پيروي مي فرمودوازاين رو در تعديل ثروت وتامين عدالت اقتصادي اهتمامي بس دقيق داشت ، بديهي است تساوي غير منطقي كه مخالف شرع مقدس وعقل سليم باشد مطمح نظر نويسنده نيست وبايستي عوامل تاثير گذار بر حقوق طبيعي انسانها رعايت شود.

2.3. بديهي است كه حقوق طبيعي انسانها تنها بر نيازهاي فيزيولوژي بسنده نمي شود بلكه نيازهاي امنيتي ، احترام ومنزلت اجتماعي ، عضويت هاي اجتماعي ، خودشكوفائي ، هستي شناسي ، هنروامور مذهبي واز همه مهمتر عبوديت كه هدف غائي زندگي انسان در روي كره زمين است وغيره از ساير نياز هاي بشر محسوب ميشود بطوريكه حق حيات طيبه را بدست بياورد.

استراتژی عدالت توزیعی

می‌توان گفت این استراتژی از جایی آغاز می‌شد که استراتژی انقلاب سبز خاتمه می‌یابد, یعنی با هدف مستقیم بهبود توزیع مجدد درآمد و ثروت. این استراتژی با اولویت‌دهی به ضوابطی که مستقیماً گروه‌های کم‌درآمد را منتفع می‌سازد, برای برخورد رودرو با مساله فقر طراحی شده است. سه رویکرد در این استراتژی وجود دارد: نخست, تاکید بر ایجاد اشتغال بیشتر یا اشتغالزایی تولیدی بیشتر برای طبقات فقیر و زحمتکش؛ دوم, توزیع مجدد بخشی از درآمد اضافی حاصل از رشد کشور بین فقرا؛ و سوم اولویت دهی به تامین نیازهای اساسی (غذا, لباس, مسکن و برنامه‌های بهداشتی و آموزش و پرورش ابتدایی و متوسطه توسط دولت) که به طور ضمنی قدرت سیاسی و اقتصادی بیشتری را دراختیار فقرا قرار می‌دهد. تصور غالب اینست که این استراتژی نیازمند توزیع مجدد دارایی‌های مولد (بویژه اصلاحات ارضی) است. بعلاوه بایستی مشارکت فقرا در اداره جامعه را افزایش داده و آنان را در قالب گروه‌های اجتماعی و سیاسی (فشار) سازماندهی کرد .این استراتژی در واکنش نسبت به شکست استراتژی‌های رشد محور در کاهش تعداد فقرا یا ارتقای سطح زندگی آنان ظهور نموده است. هدف اصلی این استراتژی بهبود توزیع درآمد و ثروت از طریق مداخله مستقیم دولت است: اولویت‌دهی به نیاز فقرا و ایجاد جامعه‌ای عادلانه‌تر(مولف: موضوع عدالت توزیعی (Distributive Justice) که ارتباط منطقی با آموزه های اسلام واستراتژی های سلام دارد ، جایگزین توزیع مجدد (Redistribution) شده است ، یعنی با داشتن قاعده عدالت توزیعی ، موضوع توزیع مجدد منتفی است . استراتژی توزیع مجدد شامل پنج عنصر اصلی است :

- توزیع مجدد دارایی‌های اولیه (عمومی) ,

- ایجاد نهادهای محلی برای جلب مشارکت مردم در فرآیند توسعه
- سرمایه‌گذاری فراوان و سنگین در سرمایه انسانی کشور
- یک الگوی اشتغالزای توسعه
- رشد سریع و پایدار درآمد سرانه کشور

بعلاوه باید گفت که برخلاف استراتژی پولی_و صنعتی‌کردن, فرض طرفداران استراتژی توزیع مجدد اینست که لزوماً تضاد یا ارتباطی مابین سیاست‌های توزیع عادلانه‌تر درآمد و ثروت در جامعه, و سیاست‌های شتاب‌بخشی به رشد وجود ندارد. لیکن در استراتژی عدالت های اسلامی به 5 بخش اساسی زیر تقسیم میشود:

بخش اول: شمول عدالت(عدالت تعیینی با شاخص)

بخش دوم : منابع ومستندات (Sources and Documents)شمول عدالت

بخش سوم : معیارهای علمی ، نص و روایت دراثبات شمول عدالت

بخش چهارم : تشریح جزئیات شمول عدالت

بخش پنجم: روش های علمی وفناوری شمول عدالت (رویکرد تعینی ومکانیزیم ها)

اول: شمول عدالت(عدالت تعیینی نه کلی گوئی)

شامل موارد زیر است :

01. عدالت توزیعی
02. عدالت صیانتی
03. عدالت قلمروئی
04. عدالت از طریق تعمیق در علم وفناوری
05. دولت حد اقلی وبخش خصوصی حداکثری
06. عدالت از طریق توسعه اقتصاد خوشه ای در بخش تولید وعرضه

07. عدالت از طریق توسعه زیست مطلوب

08. عدالت مبتنی بر ایجاد زیست مطلوب انسانی

الف: شمول عدالت توزیعی (استحقاق حقیقی وطبیعی) و تضمین آنها از طریق بیمه گزاری های لازم

1. توزیع درآمدی ، تقریب الافق بودن جامعه
2. برابری فرصت آموزشی ، تربیتی ، معیشتی ، شغلی (حداقل درسطح خروج از فقر نسبی)
3. برابری قانونی ، عدالت قضائی ، وکیل معاضدتی ،
4. توزیع سهام عدالت به تساوی به کل افراد جامعه (عدم امتناع ازپرداخت وجه بدلایل قانونی)
5. برابری دررفع نیازهای اولیه نظیر: تغذیه ، لباس، مسکن، درمان و تعلیمات اولیه، تأمین و ارضا
6. برابری دررفع نیازهای ثانویه نظیر: توسعة فکری، معنوی، هنری، اخلاقی و احساسی
7. برابری در نتایج مشترک
8. برابری در حسابداری فعالیت های مشترک (بصورت مدل های ریاضي و کارکردي)
9. فرصت برابر برای یاد گیری مادام العمر
10. فرصت های برابربرای شهروند ایرانی در استفاده متنوع وقانونی از اکوسیستم کشورش
11. ایجاد عضویت های علمی ، اجتماعی ، گردشگری و....برای افراد ایرانی
12. برابری دروجوه ومشکلات تحریم ها، گشایش ها ، ضررها ، منافع ، غنایم وغیره
13. تقسیم عادلانه ثروت ملی ، کمبود های ملی به شهروندان
14. توانمندسازی مداوم احاد جامعه با ابزار های فنی ودانش بیان دقیق فناورانه

ب: شمول عدالت صیانتی وتضمین آنها از طریق تشویق وتنبیه های قانونی

1. تضمین عدالت صیانتی
2. عدالت بیمه ای
3. عدالت معاضدتی
4. عدالت امنیتی
5. صیانت از سیادت وکرامت انسانی
6. صیانت از زیستگاه طبیعی ، انسانی طبق معیارهای زیستمندی انسانی

7. صیانت از پاکی ، بهداشت ، وهرگونه آلودگی های صدا ، هوا، وغیره محیطی توسط دیده بانان از شهروندان برایر قانون ومشارکت های مردمی
8. جلوگیری از ورود هرگونه ضایعات وپسآب ها ، وپسماند های ناشی از میوجات ، سبزیجات ، خوراکی ها وکالاها ومصالح ساختمانی وغیره به محیط شهری از میادین مرکزی در حاشیه شهر ها وآشغال زدائی علمی وبکارگیری ضایعات در کراسداکینگ های بین شهری با سرمایه گذاری بخش خصوصی .
9. جلوگیری از زندگی انگلی کارتون خواب ، موش ها، گربه ها ، سگ ها وسایر موجودات وگیاهان انگلی کنار جوی ها از قلمروی های شخصی (که موظف به صیانت قانونی هستند) وقلمروی های عمومی که از کسب عوارض ، رفع ورجوع میشود
10. برچیدن هر گونه کسب وکار انگلی و آلوده کننده، خرده فروشان سیار که مواد آلوده ومیکروب های مضره را اشاعه میدهند از بازار ومحیط زیست انسانی
11. صیانت قانونی وسخت از گونه های گیاهی ارزشمند گونه حیوانی نادر در کشوراز طریق بسیج همگانی .
12. کاشت نهال ها وگونه های گیاهی وتربیت گونه های حیوانی ذی قیمت وجنگل هائی که بعلل مختلف از بین رفته ، از طریق بخش خصوصی واعطای جواز برای تمکلیک مشروط واستفاده بهینه از این مواهب الهی .
13. عدم تعرض به کلیه حواشی ها وحریم های معنوی وفیزیکی ، اتوبان ها ، جاده ها وغیره
14. صیانت از مرزهای کشور با مرزبانی ساکنین هم مرزبا قراردادهای تعهد آور وقدرالسهم
15. صیانت از قلمروهای کوهستانی جمهوری اسلامی ایران
16. صیانت از گونه های فلور وگل وگیاه سرزمین ایران وایجاد اشتغال برای استفاده بهینه از آن ها وجلوگیری از خام فروشی آنها
17. صیانت از خاک های ایران وجلوگیری از فرسودگی شدید آنها
18. صیانت از اقالیم واکو سیستم های منحصر به فرد کشور
19. صیانت از حوضچه های خاص نظیر حوض سلطان با ذخایر مواد معدنی غنی آن برای واحد های تولیدی کشور وجلوگیری از محصولات مشابه آن از خارج
20. صیانت از ذخایر معدنی ، بیابانی وسایر منابع ذی قیمت کشور
21. نگرش نظام مند و همه جانبه در صیانت از محیط زیست

22. بی عدالتی موجود پیامد این حقیقت بود که اقتصاددانان، در بررسی مسأله اقتصادی توجهی به مسأله عدالت به طور کلّی و عدالت بین نسلی به صورت خاص نداشتند و برای آنان فقط رسیدن به رشد مهم بود که آن را با شاخص هایی به طور کامل فیزیکی از جمله تولید ناخالص ملّی یا درآمد سرانه می سنجیدند بدون توجه به این که توزیع این تولید یا درآمد بین طبقات یا دهک های گوناگون درآمدی چگونه بوده است. این گفته لوئیس (1955) که «ابتدا باید اشاره کرد که مسأله ما رشد است نه توزیع» تأکید بر این ادعا است (زاکس، 1377: ص 22)

ج: شمول عدالت قلمروها و تضمین آن با جبران خسارت بیمه ای

27. تعیین محدودیت های مشخص ومقتضی زیست انسانی
28. تعیین حریم های دریاچه ها ، شهر ها ، رودخانه ها ، جنگل ها ، زیست های گیاهی وجانوری وقدرالسهم عادلانه شهروندان از این تخصیص ها
29. تعیین حریم شهرها در تطابق با مزیت های نسبی ، امکانات ومقدورات زیست انسانی که باعث تخریب جنگل ها ، سواحل ، زیست های حیوانی وانسانی وسایر مواهب الهی نشود
30. زون بندی مناطق وشعاع عملیاتی حوزه های کسب وکار وبازار که اززمینه های تفرجگاهی ، فضای کافی پارک اتومبیل ها ، دسترسی آسان ، وسایر امکانات لازم بر خوردار باشد
31. تعیین قدرالسهم هر شهروند ایرانی در استفاده از مواهب گیاهي- جانوري، خشكي، آبي درياچه‌هاي آب شيرين، درياها و رودخانه‌ها) ازكشورش.
32. ایجاد ترمینال های جامع وارداتی /صادراتی برای هر استان با تردد های هوائی وریلی که مانع قلمروی های زیست انسانی نشود
33. جداسازی هرگونه زیست حیوانی از زیست انسانی (فردی وجمعی) در قلمروهای متعلق به باغ وحش ، نگهداری اسب ، گاو ، گله گوسفند ، سگ ، گربه ، برای افراد ویا گروهی مجاز .
34. جلوگیری از هرگونه مهاجرت های بی رویه به حواشی وقلمرو های قانونی شهرها.
35. تعیین قلمروهای صنعتی بر حسب نوع ، ماهیت ، مقیاس ، تنوع ، بازار ، قابلیت صادراتی ، دسترسی به مواد ، وسایر امکان سنجی های لازم برحسب صنایع دستی ، خانگی ، معدنی ، صنایع کوچک ، متوسط وبزرگ ، زیر زمینی ، رو زمینی ، هوائی ، دریائی ، جنگلی ، کویری ، کوهستانی ، سرد سیر ، گرمسیر وغیره به تفکیک وبا کلیه ملاحظات ومعیارهای لازم .

36. تنظیم رابطه منطقی بین تراکم جمعیت با سطوح قلمروهای مفید وموثر قابل تخصیص.

37. تعیین قلمروهای کانی ، سنگ های معدنی ، ژئومورفولوژی(Geomorphology) ، میراث های باستانی ، زمین شناسی ونظایر اینها که بطور طبیعی در حریم های منطقه ای کشور قراردارد وبر حسب خود آتکائی بر منطقه ویا استان ، استفاده بهینه از این مواهب الهی وانفال به اشخاص همان حریم ها تعلق میگیرد ، برای جذب نیروهای متخصص ومساعد توسعه همه جانبه سرزمینی ، ودادن آموزش های تخصصی ، از تئوری تا عمل(TIP) از عدالت سرزمینی است و تعیین قدرالسهم عادلانه از این مواهب برای شهروندان کل کشور.

38. کند وکاو وتلاش برای کشف مزیت های نسبی سرزمینی ، از لحاظ آب های زیر زمینی ، رودخانه تحت الارضی ، کارکرد های خاص منطقه ای وبسیج نیروهای منطقه ای –سرزمینی با آموزش های رایگان توسط متخصصین خبره ، در توسعه سرزمینی.

39. تعیین قلمروهای تاریخی کشورویاد نامه های آن برای افزایش غرورملی از قبیل:

XLIX. انعکاس اسناد تاریخی کورش کبیر وحراست از کتیبه ها وآثار تاریخی برای گردشگران خارجی

L. ساخت منشور حکومتی کورش به ابعاد وتجسم های هنری وقابل فروش به گردشگران خارجی

LI. اسناد دیوان داری ایرانیان

LII. زنده نگه داشتن گویش های اقوام ایرانی

LIII. زنده نگه داشتن رسوم وفرهنگ اقوام ایرانی

LIV. انعکاس نظام مالیاتی دروان داریوش

LV. انعکاس سپاه جاویدان ایران

LVI. انعکاس سیاست های دینی ویکتا پرستی ایرانیان

LVII. انعکاس پاکسازی کانال سوئز مصر توسط داریوش در 609 قبل از میلاد

LVIII. انعکاس تدوین قانون مصر توسط داریوش

LIX. بزرگ داشت همه جانبه خلیج فارس در سطح ملی وبین المللی (که بحمد الله بخوبی به پیش میرود)

LX. انعکاس یکسان کردن واحد پول وواحد های اندازه گیری در دوره داریوش

LXI. انعکاس تنظیم کیل در زندگی ایرانیان واستاندارد کردن آنها

LXII. انعکاس اسناد داریوش بزرگ در کتب عهد عتیق

LXIII. پاسداری ایرانیان از دین ، سخن وری درست وپرهیز از دروغ گوئی

LXIV. رونمائی نقشه قلمروهای ایران بزرگ از مصر تا قفقاز وتا مرز چین

LXV. انعکاس رویه حقوقی در تمدن ایران

LXVI. انعکاس آثار ادبی ، فرهنگی وسیاسی ایران زمین در کتب برجسته نظیر تاریخ ویل دورانت ، روح القوانین وغیره

LXVII. توسعه متون شاهنامه در حماسه های ایرانی وبرا ی یاد آوری عظمت روحی ایرانیان

LXVIII. نام گزاری محصولات مهم نظیر اتومبیل ، ابنیه بزرگ ، وغیره به نام های معتبر تاریخی ایران

LXIX. تجدید حیات عملی جاده ابریشم واحیای تجارت در قلمروهائی نظیر بیهق وغیره

LXX. تهیه متون انگیزشی ومحرک از پدیده های ارزشمند ومهیج تاریخ اسلام وایران برای ایجاد مدیریت جهادی وفعالیت های حماسی در توسعه همه جانبه کشور

LXXI. تعیین سهم تمدن سازی ایران از اسناد شرق با شکوه وانعکاس آنها در سطح ملی وبین المللی

LXXII. استفاده از کلیه سرمایه ها وظرفیت های نامحسوس در عرصه ملی وتعاملات بین المللی وبا برابری فرشت برای احاد ملت (به مقاله اینجانب در مورد سرمایه ها ی نامحسوس مراجعه شود) با لحاظ حسابداری سرمایه نامحسوس وتعیین قدرالسهم در فرصت های برابر .

پرهیز از تبعیت از استراتژی مکاتب آلحادی نظیر استراتژی سوسیالیستی توسعه (مکتب الحادی)

وجه تمایز این استراتژی با دیگر استراتژی‌ها در کمرنگ‌بودن نقش مالکیت خصوصی تولید است. تقریباً تمامی شرکت‌های بزرگ, دولتی هستند و شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند براساس اصول تعاونی‌ها سازماندهی گردند و به فعالیت بپردازند. مالکیت خصوصی تنها در کسب‌وکارهای کوچک (خدماتی یا فروشگاهی) وجود دارد. در کشاورزی نیز, مزارع دولتی, اشتراکی, تعاونی و جمعی وجود دارند, هرچند در بعضی کشورها همچون چین, زمینی که مالکیت جمعی دارد منفرداً توسط خانوارهای روستایی مورد

کشت قرار می‌گیرد .مالکیت دولتی و اشتراکی دارایی‌های مولد معمولاً با برنامه‌ریزی متمرکز اغلب فعالیت‌های اقتصادی همراه است. از بعد تاریخی, اکثر برنامه‌ریزی‌ها برحسب کالاها و اجناس انجام می‌شود (سهمیه‌ها و کنترل‌های مقداری, ابزار سیاستی اصلی هستند), اما برخی تجربیات جدید نیز وجود داشته است که در آنها به جای هدف‌های مقداری, از قیمت‌ها برای هدایت اقتصاد استفاده شده است . کشورهای سوسیالیستی با یکدیگر تفاوت دارند بطوریکه می‌توان چهار روش مختلف توسعه اقتصادی را که از سوی حکومت‌های سوسیالیستی در زمان‌های مختلف پذیرفته شده است, شناسایی نمود. این چهار روش عبارتند از :الف (الگوی کلاسیک شوروی (یا استالینیست), که در آن به منظور تامین مالی گسترش سریع صنایع مربوط به کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای, کشاورزی تقویت می‌گردد .ب (الگوی خودگردانی کارگران یوگسلاوی, که درجه بالایی از عدم تمرکز با خود دارد .پ (الگوی چینی (مائوئیست), که تاکید عمده آن بر توسعه روستایی در قالب مزارع اشتراکی است .ت (الگوی کره شمالی, که مبتنی بر خودکفایی (اتکا به خود) است .علی‌رغم تنوع موجود, تمامی این استراتژی‌های توسعه را می‌توان با نرخ‌های بالای سرمایه‌گذاری شناخت. غیرمعمول نیست که شاهد سرمایه‌گذاری در 30 درصد یا حتی درصد بالاتری از تولید داخلی در این کشورها باشیم. البته بعضی اوقات, کارآیی سرمایه‌گذاری‌ها پایین است. اما به‌هرحال, نرخ‌های رشد بسیار سریع هستند. نرخ بالای سرمایه‌گذاری, نشانگر نسبت پایین مصرف به درآمد ملی است که نتیجه آن به نفع مصارف عمومی (همچون بهداشت, آموزش, حمل و نقل عمومی) و به‌بهای کاهش مصرف بخش خصوصی, هزینه خواهد شد. نتیجه این امر, کمیابی خدمات شخصی, توزیع نسبتاً یکنواخت کالاهای مصرفی میان خانوارها, و توزیع نسبتاً عادلانه مناقع حاصل از رشد کشور است.

رعایت محورهای ده گانه اقتصاد مقاومتی در راهبردهای اقتصادی

خلاصه محورهای ده گانه اقتصاد مقاومتی ،در واقع ارائه چارچوب کلی تحقق اقتصاد مقاومتی با فرهنگ ومدیریت جهادی است .این چارچوب ارائه شده ، یک دسته بندی از رویکرد اقتصاد مقاومتی از فرمایشات رهبر معظم انقلاب است که در ده محور و زیر مجموعه های آن تنظیم وتدوین شده است .دوره زمانی برای رسیدن به اهداف اقتصاد مقاومتی ،برنامه 5ساله پیشنهاد شده وبستر آن نیز برنامه توسعه ششم است که درحال تهیه وتنظیم بوده و براساس عوامل کلیدی موفقیت (CSF) وتوصیه هائی که دراین چارچوب شده است .این عوامل در ده محورتنظیم شده که به اختصار توضیح داده میشود:

این عوامل که بالغ بر 300 شاخص های کلیدی عملیاتی (KPI) در یک آمیختگی تام وتمام اثر بخش است ونگاه های جزئی ومفرد ، کاری از پیش نمی برد برای اینکه وضعیت اقتصادی واجتماعی فعلی کشو رما در طول حداقل دو دهه وبه خصوص در دولت نهم ویازدهم ، این وضعیت را قوام بخشیده ودرمقابل هر اصلاح ویا حرکت جدیدی ، مقاوم کرده است ، درواقع هم باید مقاومت شکنی چند وجهی انجام دهیم وهم اقتصاد مقاومتی را بنا بگذاریم که در مقابل بحران های فعلی وآینده ضربه پذیر بوده وتاب بیاورد ودرعین حال مردم را به ریاضت سخت مبتلا نکند . از دیگر نکات برجسته این محور ها ، قابلیت مستمر رشد کردن ، تنظیم ماتریس داده وستاده برای سنجش های بهینگی ، تجزیه وتحلیل فاصله ها ، کاهش شکاف های اقتصادی ونظایر اینها است

از نظرراقم این سطور ، در برهه ای از دوره انقلاب اسلامی قرار گرفتیم که کنار نشستن وبی تفاوت بودن وبرای تحقق اهداف مقاومتی همه جانبه ارکان انقلاب دخالت نکردن را مرود دانسته واینکه مارا راه نمی دهند ونسل سوم با دانشی کم ، بی تجربگی ، غیر جهادی وگاهاً غرب زدگی وغیر اینها در مصادر اموراست ، رافع مسئولیت ما نیست لذا پس از اینکه توضیحات مولف به اتمام میرسد با ایجاد کارگروه های لازم وارسال پیشنهاد ات به دولت وبه مقام معظم رهبری ، ایجا د کنفرانس ها وبرجسته کردن ظرفیت های موجود بنیاد سلام از جهات مختلف از طریق ارائه طرح های مشخص ، دایر مدار این مسئولیت سنگین انقلابی وجهادی دراین برهه از انقلاب باشیم

محور اول : تبیین رویکرد اقتصاد مقاومتی در گفتمان مقام معظم رهبری (دام عزه)

- ضرورت ها

1- رشد 8/3 –2/5 -5/8 برنامه وبودجه سال جاری
2- 8در صد در چشم انداز 1404
3- کاهش مصرف کالاهای بنجل
4- دولا 20 درصدی
5- درون زا کردن اقتصاد

- ویژگی ها

1- طرد وابستگی به نفت
2- عدم خام فروشی

3- تبعیت از الگوهای موفق دنیا مثل ژاپن ، آلمان و...

4- تقویت صندوق ذخیره ارزی کشور واستانی

- عرصه ها

1- تمام عرصه های اقتصادی – اجتماعی – فرهنگی وسیاسی

2- عرصه های خاص اقتصادی از قبیل صنایع ، معادن ، کشت وصنعت ، خدمات شبکه ای مدرن

3- بطور مشخص ، شهرک های صنعتی وکارخانجات تعطیل ویا کم بازده ، میلیون هکتار زمین فرسوده شده ، مدیریت آب ، انرژی نو وارزان این کشور وبخصوص خورشیدی ،

- الزامات

1- توجه به مزیت های نسبی ونه همه کارگی

2- واکاوی وبررسی دقیق صنایع کشور از تکنولوژی

3- اصلاح ساختارهای کسب وکا راز طریق شبکه های خوشه ای ، زنجیره ای وشرکت های مادر تعاونی

4- تخصیص بانک هاو بیمه ها با شرکت های مادر تخصصی

5- عدم خام فروشی نفت وفراورده های پتروشیمی ومعدنی وگیاهی

6- سوق دادن 750 هزار میلیارد تومان نقدینگی به عرصه اقتصاد مولد

7- بهره کا ر وسرمایه

8- تخصیص یارانه های تولیدی وقیمت گذاری دقیق در چرخه زجیره ها

9- ایجاد سرعت پولی مناسب در بخش تولید

- شیوه ها

1- براساس شاخص های کلید عملیاتی ، وعوامل کلیدی موفقیت ، اقتصاد سنجی تمام اتوماتیک با ماشین هوشمند ، مدل های کارآفرینی ،

2- اصلاح تکنولوژی با مهندسی معکوس

3- برچیدن تکنولوژی منسوخ شده وبا بهروری ذاتی

4- گردشگری اسلامی

5- ایجاد فرهنگ اقتصاد مقاومتی در فرهنگ سازمانی

6- درصدا وسیما

7- اصلاح الگوی مصرف

- الگوهای مدیریتی

1- تجدید حیات نهادهای جهادی انقلاب اسلامی

2- مدیریت جهادی

3- استفاده سریع از نسل انقلاب کرده وامتحان پس داده

4- نظارت وکنترل توسط نیروهای مومن ومتعهد به انقلاب

5- توسعه آموزش های فنی وحرفه ای

6- یادگیری مادام العمر

7- اجرای قانون کارآفرین شدن وزارت خانه ها

8- تقاضا محور کردن بنگاه های اقتصادی کشور در این اقتصاد

9- مدیریت خود اتکائی

10- تاسیس اتحادیه های تعاونی

11- تاسیس دبیرخانه فهال دراستانداری ها (مجمع)

12- علمیات بانکداری بدون ربا (قانون)

13- بسیج پویا

14- نقد پویا

15- ترویج مصرف کالاهای ایرانی با کیفیت وبا تضمین کارخانه ای

16- انضباط مالی دولت

- ظرفیت ها

1- سرمایه گذاری به روش صکوک 14 گانه وبخصوص برای سرمایه گذاری در آینده شرکت های دانش بنیان

2- سرمایه خارجی با مشارکت آنها

3- استفاده از ظرفیت های پارک های فناوری وشرکت های دانش بنیان

4- داشتن مواد خام فراوان وتبدیل مواد خام به محصولات ارزشمند

5- جاده ابریشم

6- ظرفیت های دریائی ، ساحلی ، جنگل ، زمین های قابل کشت تا 50 میلیون هکتار و..

7- نیروی انسانی تحصیل کرده وآماده برای کار

- فرصت ها

1- فرصت های قانونی فراوان

2- مقررات تنظیم شده فراوان

3- فرصت از طریق این رویکرد

4- ایران 1404 وفرصت های منطقه جنوب غربی آسیا

5- برون گرائی

- موانع و آسیب ها.

1- موانع فکری

2- غرب زدگی

3- کمی انگیزش

4- مشکلات فرهنگی

5- مک سوادی ومک تجربگی

6- تاکید به اخلاص درعمل

7- بکرنگرفتن کاربرد های میثاق در تعهد گذاری اجتماعی

8- ترقی پول

9- حبابی بودن پول

10- حبابی بوده بورس

11- نقدینگی زیاد در مصرف وعرصه های دلالی

12- رانت خواری ومبارزه بی امان با آنها

محور دوم : الزامات بهبود محیط اقتصاد ملّی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهادی

- ایجاد شرایط ثبات اقتصادی (کنترل تورم و رکود)

1- رفع 17 شکاف اقتصادی نظیر دهک های درآمدی ، مصرف و واردات ، مصرف وتولید داخلی ، تولید و واردات ، دانشگاه وصنعت ، .. بین نگاشت مردم ونگاشت دولت

2- 13 مورد برای زودن فساد ، کاهش حجم نقدینگی ، واثر بخشی آن ، عدالت در حقوق معیشتی ، عدالت توزیعی وبه خصوص در توزیع سهام عدالت

- بهبود فضای کسب و کار (نظریه دیده بان جهانی در مورد کارآفرینی وضریب همبستگی موثر آ با تولید داخلی – GEM)

1- مدل های کارآفرینی

2- حوزه های جدید کسب وکار

3- کاهش حجم دولت

4- سرعت گردش پولی

5- اصلاح آموزش های عالی وکاربردی کردن آنها

6- ایجاد دانشگاه های کارآفرین مثا ام .آی .تی

7- اصلاح آموزش های فنی وحرفه ای

8- استفاده از نهاد های مردمی وغیر دولتی

9- استفاده از متخصصین مجرب ومتعهد

- ایجاد محیط رقابتی و پیاده سازی کامل سیاست های کلی اصل 44
- ایجاد زمینه ها و شرایط کارآفرینی
- بهینه سازی نقش و جایگاه دولت در اقتصاد
- مقابله با اقتصاد زیرزمینی و مفاسد اقتصادی و تقویت امنیت اقتصادی

محور سوم : بهره گیری مطلوب ازفرصت ها و مقابله مؤثر با تهدیدات در محیط اقتصاد بین الملل در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهاد ی

- استفاده مطلوب از فرصت ها در بازارهای منطقه ای و جهانی
- سرمایه گذاری خارجی

- انتقال تکنولوژی
- توسعه و پایدار سازی بازارهای صادراتی
- جذب گردشگری
- مناطق آزاد تجاری
- مدیریت واردات و مقابله مؤثر با آثار رکود و بحران جهانی
- قیمت شکنی کشورهای رقیب
- تحریم های تجاری و مالی
- رقابت های منطقه ای و جهانی

محور چهارم : بهبود عملکرد بخش عمومی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهاد

- توسعه دولت الکترونیک
- بهبود سیاست گذاری اقتصادی و تنظیم مقررات
- بهینه سازی اندازه دولت
- تقویت خدمات عمومی و اجتماعی
- افزایش کارآیی در اداره انحصارات و شرکت های دولتی
- بهبود نظارت و ارزیابی در بخش عمومی

محور پنجم : اصلاحات ساختاری در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهاد ی

- اصلاحات ساختاری
- اصلاح نظام آموزشی علمی و فنآوری
- اصلاح نظام اداری
- اصلاح نظام قانونگذاری
- اصلاح نظام برنامه ریزی و سیاست گذاری
- اصلاح نظام مالی(بانک ، بیمه ،بورس و سایر مؤسسات مالی)
- اصلاح نظام بازرگانی داخلی

- اصلاح تجارت خارجی و گمرکی و نظام مالیاتی

محور ششم : اصلاحات نهادی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهاد ی

- اصلاح نهادهای حاکمیتی
- نهادهای عمومی
- نهادهای غیر دولتی و مردم نهاد (اصناف و اتحادیه ها، سازمان های غیر دولتی (NGO) و غیره)
- اصلاح و تنقیح قوانین و مقررات (قانون کار ، حقوق مالکیت ، مالکیت فکری و سایر قوانین)

محور هفتم : فرهنگ سازی جهادی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد مدیریت جهاد ی ترویج و تقویت فرهنگ بسیجی و روحیه جهادی

- استحکام معنویت سرمایه مذهبی و ارزش مداری
- فرهنگ تولید و مصرف
- وجدان کاری
- فرهنگ کار و کارآفرینی
- سرمایه اجتماعی
- مشارکت اجتماعی
- اتحاد و انسجام ملی

محور هشتم : تقویت و گسترش عدالت اجتماعی با رویکرد مدیریت جهادی

- توزیع مناسب و عادلانه امکانات عمومی
- ایجاد فرصت های برابر
- رانت زدایی و مقابله با بی عدالتی
- توزیع مجدد درآمدها و ثروت
- تقویت عدالت مالیاتی

- تقویت وگسترش تأمین اجتماعی

محور نهم : ارتقاء بهره وری منابع و عوامل تولید با رویکرد مدیریت جهادی

- ارتقاء بهره وری منابع انسانی
- حفظ منابع طبیعی و زیست محیطی
- مدیریت منابع سرمایه ای
- مدیریت منابع مالی
- مدیریت منابع انرژی
- تحقق اقتصاد دانش بنیان
- توسعه مدیریت دانش
- پیشرفت علمی و فنآوری

محور دهم : ارتقاء بهره وری در بخش های اقتصادی با رویکرد مدیریت جهادی

- بخش کشاورزی و اقتصاد مقاومتی
- بخش صنعت و اقتصاد مقاومتی
- بخش خدمات و اقتصاد مقاومتی

دولت تدبیر وامید در نگاشت مردم ایران وجهان

در نگاشت (تصویر، نقشه ذهنی ، بافت فکری ودستگاه نگارش) مردم ایران وجهان ، دولت تدبیر وامید چه جایگاه ارزشی ، عملکردی ، امید وار کننده ومدبرانه دارد؟ در واقع میخواهیم طرح تازه ای دراندازیم که دراین دولت مداری ، مردم بتوانند همچون مشاهدان هوشمند ، عکاسان ماهر وارزیابان دانا ، بطور داوطلبانه برای مرور وارزیابی رشد وتوسعه مکان محور درایران و بطور کشوری در جهان ، نامزد شوند وبدین سان خود را در موضوع همکاری وهمیاری دولت درگیر کرده وبدون اینکه مزاحمتی برای دستگاه های دولتی ایجاد کنند، به انکشاف نگاشت تدبیروامید (mapping management and hopefulness) مدعی دولت در مقیاس توسعه مکان محور برای شهروندان ایرانی ومقیاس کشوری برای ایرانیان وناظران داوطلب جهانی ، بپردازند ، این حرکت جوهری داوطلبانه وعاشقانه مردم ، یک مفهوم جدید و ویژه ای

را از مردم سالاری دینی به نمایش میگذارد که همان مشارکت عامه مردم در سرنوشت کشورشان بوده ودر عین حال ، با تدابیر علمی واخذ خط ومشی های مهندسی اجتماعی وهمیاری دانشوران وخبرگان مورد وثوق جامعه به ارزیابی عملکرد دولت می پردازند وارزیابی خود را در کار گروه های داوطلبانه واز طریق تجزیه وتحلیل فاصله با اعداد هفته شمار توسعه وپیشرفت مکان محور ، در تابلوی اعلانات وبیل بورد های نصب شده ، مقایسه کرده و انحراف از معیار ، نقاط ضعف ، موانع ومشکلات را تشخیص داده واز مسیر های مناسب به ابزارهای نگاشت (mapping device) تعیین شده اعلام میکنند ، این یک مجاهدت وحماسه رایگان بوده که مردم بهتر از آن را در میادین دفاع مقدس نشان داده وجلوه گاه های راز را متجلی ساختند ، سیستم های مدیریت مشارکتی ومهندسی اجتماعی ، این چنین نهادینه می شوند ومردم راه وروش همکاریها ومشارکت هار ا تجربه کرده وفرهنگ همکاری وتالیف قلوب شکل میگیرد ومردم خودرا در مسیر رشد وتکامل احساس کرده و بین خود ودولت فاصله احساس نمی کنند واتحاد بین دولت و مردم ، اتحاد بین مردم ، میثاق با رهبری وده ها ثمره دیگر از این همکاری داوطلبانه بروز میکند وبه تدریج کارها از بدنه دولت به مردم ونهادهای مردمی واگذار میشود وامید ورضایت در دل وسیمای مردم تجلی خواهد کرد وماتوفيقي الا بالله عليه توكلت واليه انيب .

اثر حماسه (Epic Effect) درتدوین استراتژی های اقتصادی

از این منظر می‌توان مدعی شد که هر نوع حماسه‌سازی در اقتصاد، نهایتاً باید منجر به جهش ظرفیت‌های تولیدی و ایجاد جاذبه در زمینه‌ی فعالیت‌های تولیدی به جای سوداگری و سفته‌بازی شود. حماسه‌ی اقتصادی یعنی گذار از یک اقتصاد وابسته و آسیب‌پذیر در برابر نوسانات، به اقتصادی مقاومتی (resistive Economy) که در آن زنجیره‌ی‌تولید در اقتصاد کامل و غیروابسته باشد و کشور بتواند ضمن پاسخ‌گویی به تقاضای داخلی، سهمی از مبادلات اقتصاد بین‌الملل را نیز به خود اختصاص دهد.

حماسه‌ی اقتصادی را می‌توان نتیجه و نمود عینی راهبرد اقتصاد مقاومتی دانست که می‌تواند ظرفیت‌های بالقوه‌ی اقتصاد را بالفعل کند و نهایتاً به جهش در سطح تولید ملی منجر شود. حماسه همچنان که از مفهوم لغوی آن برمی‌آید، بیانگر حرکتی شجاعانه همراه با امید به پیروزی در نبرد است. بنابراین دو رکن اصلی در حماسه‌ی اقتصادی،«جهادی شجاعانه» و «امید به پیروزی»در نبرد با دشمن است. از این حیث، باید حماسه‌ی اقتصادی را تداوم اقتصاد مقاومتی و تجلی آن را در رفتار اقتصادی و سیاست‌گذاری اقتصادی دانست.

نتیجه‌ی خلق حماسه‌ی اقتصادی نیز جهش سطح تولید و افزایش سطح رفاه جامعه است. ارتقای سطح تولید ملی باعث قوام و استحکام اقتصاد ملی خواهد شد. بدون تولید و ایجاد ارزش‌افزوده در اقتصاد، همواره شاهد وابستگی به واردات، بیکاری و تورم خواهیم بود و تقویت اقتصاد و رسیدن به یک اقتصاد غیروابسته و متکی بر تولید داخلی، جز با ایجاد زمینه و محیط مناسب کسب و کار و جذاب کردن فعالیت تولیدی در مقایسه با فعالیت‌های واسطه‌گری و دلالی میسر نخواهد شد. در اقتصاد مقاومتی، رکن اصلی، همان قوام اقتصاد داخلی و عدم وابستگی به بیرون است. رهبر معظم انقلاب در این زمینه فرمودند: «وظیفه‌ی همه‌ی ما این است که سعی کنیم کشور را مستحکم، غیر قابل نفوذ، غیر قابل تأثیر از سوی دشمن، حفظ کنیم و نگهداریم. این یکی از اقتضائات اقتصاد مقاومتی است که ما مطرح کردیم. دراقتصاد مقاومتی، یک رکن اساسی و مهم، مقاوم بودن اقتصاد است. اقتصاد باید مقاوم باشد؛ باید بتواند در مقابل آنچه که ممکن است در معرض توطئه‌ی دشمن قرار بگیرد، مقاومت کند.» [بیانات مقام معظم رهبری در حرم مطهر رضوی علیه السلام، 1392/1/1]

بنابراین در فرآیند حرکت از اقتصاد مقاومتی به اقتصاد حماسی، آنچه از اهمیت محوری برخوردار است، توجه به فرآیند تولید ملی، تکمیل و غیروابسته کردن زنجیره‌ی تولید به خارج است. البته این به معنی عدم بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی بین‌المللی و داشتن روابط فعالانه و دوجانبه با اقتصادهای طرف تجاری نیست. کشورمان می‌تواند در یک زنجیره‌ی تولید، در سطح جهانی نقش و سهم خاص خود را داشته باشد؛ اما باید توجه داشت که در شرایطی که دشمن به دنبال حذف ایران از صحنه‌ی اقتصاد بین‌الملل است، نمی‌توان با ساده‌انگاری، همان گزاره‌های کلیشه‌ای را تکرار کرد که کشور باید سهم و مزیت نسبی خود را در صحنه‌ی اقتصاد بین‌الملل بیابد. این گزاره حتی در نبود هجمه و دشمنی، باز هم نیازمند در نظر گرفتن منافع بلندمدت ملی است؛ تا چه رسد به شرایطی که دشمنان حتی موانعی برای دریافت وجوه مالی ناشی از صادرات نفت برای ما ایجاد کرده‌اند. بنابراین در اقتصاد حماسی، باید از این ساده‌انگاری‌ها، که محصول تفکر محدود در چارچوب اقتصاد نئوکلاسیکی است، گذشت و به راهبردهایی که قوام و استحکام اقتصاد ملی را با خود به همراه دارد اندیشید.

دیدن تجربه‌ی دیگر کشورها در این زمینه می‌تواند مفید واقع شود. در این مورد چین مثالی از اتخاذ راهبردی بلندمدت و حماسی در اقتصاد است که توانست در طول چند دهه، از یک اقتصاد نسبتاً ضعیف و ضربه‌پذیر به اقتصادی تبدیل شود که تا چند سال آینده آمریکا را از ابرقدرت اقتصادی بودن به کنار خواهد زد. البته کشور چین با مشکلات و محدودیت‌های که ما اکنون با آن مواجهیم، مانند تحریم‌های

گسترده مالی و اقتصادی، مواجه نبوده است؛ ولی با این حال، انسجام در سیاست‌گذاری‌ها و اتکا بر رویکردهای صحیح اقتصادی در چین، می‌تواند گویای این موضوع باشد که هر نوع جهش اقتصادی و پیشرفت در گرو اتخاذ مجموعه‌ای از راهبردهای بلندمدت، منسجم و متکی بر اصول و روابط علمی در فرآیند سیاست‌گذاری با هدف حمایت از تولید ملی است.

خلق هر حماسه مستلزم فراهم کردن شرایط و زمینه‌های لازم برای نبرد است. برای خلق حماسه‌ی اقتصادی نیز می‌بایست زمینه‌ی حماسه‌سازی در اقتصاد را فراهم نمود. بدون شک یکی از مهم‌ترین موانع اقتصاد حماسی، وابستگی اقتصاد به نفت و اثرگذاری این وابستگی بر ساختار بودجه، تورم و رفتارهای سیاست‌گذاری است. وابستگی به نفت به معنی داشتن نقطه‌ی آسیب‌پذیر در اقتصاد است و لذا منطقاً برای رویارویی در یک نبرد اقتصادی، چاره‌ای جز رفع این نقطه‌ی آسیب‌پذیر نیست. البته قطع وابستگی به نفت به معنی منتفع نبودن از این موهبت الهی نیست، بلکه مقصود آن است که نباید اتکای مخارج ما بر درآمدهای نفتی باشد. به درآمدهای نفتی باید به عنوان سرمایه‌ای نگریست که هم متعلق به نسل ما و هم متعلق به نسل‌های آینده است. تجربه‌ی نروژ در زمینه‌ی مدیریت درآمدهای نفتی و چگونگی استفاده از آن در این زمینه مفید است.

از دیگر زمینه‌ها و شرایط لازم برای خلق حماسه‌ی اقتصادی، داشتن نظام بوروکراتیک کارآمد، نظام سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مدبرانه و استفاده از اندیشه و تفکر جمعی در اتخاذ راهبردهاست. همانطور که رهبر انقلاب در ابتدای سال اشاره فرمودند، متأسفانه یکی از دلایل اثرگذاری تحریم‌ها، سوءتدبیر داخلی بوده است. سوءتدبیر به معنی عدم بهره‌گیری کافی از ظرفیت اندیشه و تفکر داخلی در فرآیند تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری است. زمانی که برآیند نظرات کارشناسی مثلاً در مورد نحوه‌ی اجرای هدفمندی یارانه‌ها بر خلاف عزم سیاست‌گذاری است، باید بدان به عنوان زنگ خطری نگریست که می‌تواند مانعی جدی برای خلق حماسه‌ی اقتصادی باشد. بنابراین انتظار است که در این حماسه‌سازی، وزرا و مدیران بیش از آنکه در بین اصحاب رسانه و درزمان افتتاح پروژه‌ها دیده شوند، در اتاق‌های فکر و در بین کارشناسان و اصحاب فکر و اندیشه حضور داشته باشند.

در پایان باید به موضوع انتخاب رئیس‌جمهور در چند ماه آینده و اهمیت انتخاب فردی شایسته برای مدیریت حماسه‌ی اقتصادی نیز اشاره کرد. واقعیت موجود در نظام اقتصادی ما آن است که عملکرد اقتصادی به شدت وابسته به بینش و روش دولت‌هاست. هر دولتی که در سالیان بعد از انقلاب بر مسند

قرار گرفت، با توجه به بینش و روش اقتصادی خود، سرنوشت اقتصاد را به نحوی رقم زد و اکنون که زمان خلق حماسه است، باید اهمیت بالای انتخاب فردی اصلح و مقید به استفاده از تدبیر و عقل جمعی را در نظر داشت. هر تحولی در اقتصاد ایران، بدون یک دولت کارآمد میسر نخواهد شد. در این مورد، مقام معظم رهبری در سخنان نوروزی خود فرمودند: «هر کسی می‌آید، پایبند به انقلاب، پایبند به ارزش‌ها، پایبند به منافع ملی، پایبند به نظام اسلامی، پایبند به عقل جمعی، پایبند به تدبیر باشد.» [بیانات مقام معظم رهبری در حرم مطهر رضوی علیه السلام، 1392/1/1]امید است با آمدن دولتی با ویژگی‌های فوق، شاهد خلق حماسه‌ی اقتصادی و آغاز دوران جدیدی از شکوفایی نظام اسلامی باشیم.منبع:سایت برهان

تدوین استراتژی در مقابله با تحریم‌های اقتصادی

تحریم‌هایی که از اول جولای 2012م. توسط اتحادیه‌ی اروپا اعمال می‌شود را می‌توان به عنوان نماد تحریم‌های یک جانبه برضد ایران دانست. تحریم‌هایی که در پی آن است تا زیرساخت‌های اقتصادی و راهبردی ایران را ناکارآمد ساخته و به این ترتیب زمینه‌های کاهش قابلیت‌های راهبردی ایران در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی را به وجود آورد(دراین مورد به دکترین بنیاد سلام در تحقیق سوم مراجعه شود).

کشورهای غربی، اهداف خود از اعمال تهدیدهای چندجانبه برضد جمهوری اسلامی را به عنوان اقدام‌هایی در راستای کاهش توان راهبردی ایران می‌دانند. اقدام‌هایی که در چارچوب تحریم‌های فلج کننده نام‌گذاری شده است.در چنین شرایطی ایالات متحده‌ی آمریکا و کشورهای اتحادیه‌ی اروپا از تمامی توان خود برای محدودسازی ایران در سطح بین‌المللی بهره‌گیری می‌نمایند. کشورهای یاد شده برای اثربخشی تحریم‌های طراحی شده، مجازات‌هایی را برضد شرکت‌ها و کشورهایی اعمال می‌کنند که همکاری اقتصادی با ایران را در دستور کار قرار می‌دهند.

براین اساس سازوکارهای مقابله با تحریم را می‌توان در قالب الگوهای زیر عمل کرد:

1. انجام اقدام‌های متقابل برضد شرکت‌های آمریکایی و اروپا(نظیر کشور روسیه)

یکی از الگوهای مقابله با تهدیدهای اقتصادی فراروی جمهوری اسلامی ایران که در قالب تحریم‌های چندجانبه و یک‌جانبه اعمال می‌شود را می‌توان در قالب اقدام‌های متقابل برضد شرکت‌های آمریکایی و اروپایی دانست. انجام این گونه اقدام‌ها در قالب «راهبرد تهدید متقابل» مورد توجه قرار می‌گیرد. راهبرد

تهدید متقابل می‌تواند ماهیت تدریجی، مرحله‌ای و گسترش یابنده داشته باشد. الگوهای انجام تهدید متقابل را می‌توان به شرح زیر مورد توجه قرار داد:

1.1. برقراری تعرفه برضد شرکت‌ها و کشورهای هدف؛

برقراری تعرفه برضد شرکت‌های آمریکایی و اروپایی به عنوان انجام اقدام‌های متقابل محسوب می‌شود. اگر چه در جهان سرمایه‌داری غرب، می‌توان نشانه‌هایی از همبستگی راهبردی با اهداف نظام سیاسی را مورد ملاحظه قرار داد، اما انجام اقدام‌هایی از جمله اعمال تعرفه می‌تواند، مطلوبیت‌های ایران در ارتباط با کشورهای اعمال کننده‌ی تحریم را افزایش دهد. چنین اقدامی در شرایطی امکان پذیر است که سازوکارهای جایگزین برای انجام مبادلات اقتصادی مورد پیگیری قرار گیرد.

2.1. سهمیه‌بندی کالا و تجارت با شرکت‌ها و کشورهای هدف؛

اعمال سازوکارهای دیگری از جمله، سهمیه‌بندی کالا و تجارت به عنوان ابزار مؤثری برای اعمال محدودیت اقتصادی برضد کشورهای هدف محسوب می‌شود. لازم به توضیح است که هرگونه اقدام اقتصادی می‌تواند از راه سازوکارهای بین‌المللی به مرحله‌ی اجرا درآید.

از همه مهم‌تر آنکه همکاری‌های اقتصادی با کشورهای آسیای شرقی، زمینه‌های بهره‌گیری برای محدودسازی تحرک اقتصادی شرکت‌های چندملیتی اروپایی و آمریکایی را به وجود آورد. لازم به توضیح است که شرکت‌های چندملیتی عموماً تلاش دارند تا بازارهای اقتصادی جدیدی را به دست آورند.

3.1. برقراری تعرفه ترجیحی با شرکت‌ها و کشورهای هدف کامله الودادی

برخی از شرکت‌های اقتصادی جهان غرب از راه کارگزاران منطقه‌ای خود به همکاری‌های اقتصادی با جمهوری اسلامی ادامه می‌دهند. لازم به توضیح است که در برخی مواقع شرکت‌های چندملیتی برای دستیابی به سود بیشتر ترجیح می‌دهند که از ابزارهای متنوع‌تری استفاده نمایند. به همین دلیل است که آنان مبادرت به تأسیس شرکت‌های پوششی در کشورهای آسیای شرقی نموده‌اند. شرکت‌های پوششی از آمادگی‌های لازم برای انجام همکاری‌های اقتصادی در حوزه‌ی تبادل انرژی و کالاهای مصرفی با دولت ایران برخوردارند.تنظیم فهرست سیاه می‌تواند برای شرکت‌هایی انجام گیرد که به گروه‌های اسراییل محور در سیاست امنیتی آمریکا وابسته هستند. اگر چنین شرکت‌هایی در وضعیت تحریم منطقه‌ای قرار گیرند، در آن شرایط امکان تجدیدنظر در سیاست اقتصادی و امنیتی آمریکا اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

4.1. تحریم اقتصادی متقابل شرکت‌ها و کشورهای متخاصم

تحریم اقتصادی متقابل می‌تواند آثار اقتصادی لازم را ایجاد نماید. به طور مثال جهان غرب و کشورهای حاشیه‌ای نظام سرمایه‌داری ممکن است در معرض تحریم‌های اقتصادی قرار گیرند. در چنین شرایطی، شرکت‌های اقتصادی ترجیح می‌دهند تا فعالیت‌های گسترده‌تری را در حوزه‌ی جغرافیایی ایران به انجام رسانند.این‌گونه همکاری‌ها می‌تواند، زمینه‌های لازم برای برطرف سازی مشکلات اقتصادی ایران را فراهم آورد.از همه مهم‌تر اینکه شرکت‌های چند ملیتی اگر در وضعیت تحریم اقتصادی جدّی قرار گیرند، بخشی از منابع و مازاد اقتصادی خود را از دست می‌دهند.

5.1. تنظیم فهرست سیاه برای کارگزاران اقتصادی شرکت‌ها و کشورهای هدف متخاصم

تنظیم فهرست سیاه می‌تواند برای شرکت‌هایی انجام گیرد که به گروه‌های اسراییل محور در سیاست امنیتی آمریکا وابسته هستند. اگر چنین شرکت‌هایی در وضعیت تحریم منطقه‌ای قرار گیرند، در آن شرایط امکان تجدیدنظر در سیاست اقتصادی و امنیتی آمریکا اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. فعال کردن گروه 77 می‌تواند طیف گسترده‌تری از کشورهایی را ایجاد نماید که تلاش خواهند داشت تا تحریم‌های غیرقانونی برضد ایران را به حداقل ممکن کاهش دهند.

6.1. مسدود کردن دارایی‌های شرکت‌ها و کشورهای هدف متخاصم

در برخی از مواقع مشاهده شده است که به دلیل محاکم قضایی و دولت آمریکا، بخشی از دارایی‌های ایران در کشورهای مختلف مسدود گردیده است. در چنین شرایطی، فعالیت‌های اقتصادی ایران با مشکل روبه‌رو می‌شود. انجام اقدام متقابل برای مسدود کردن دارایی شرکت‌ها و کشورهایی که چنین اقدام‌هایی را به انجام می‌رسانند، می‌تواند آثار معکوس داشته باشد. از همه مهم‌تر اینکه چنین اقدامی بخشی از گزینه‌ی تهدید متقابل برای بازدارندگی و تهدیدزدایی محسوب می‌شود.

7.1. محدودسازی توان تحرک کشورهای هدف متخاصم در بازار انرژی.

یکی از سازوکارهای مؤثر در محدودسازی قابلیت کشورهای هدف را می‌توان کاهش توان تحرک آنان در بازار انرژی دانست. به طور کلی ایران به دلیل قابلیت ژئوپلتیکی خود از توان لازم برای تأثیرگذاری در بازار انرژی برخوردار است. بنابراین اگر زمینه برای محدودسازی توان تحرک شرکت‌هایی انجام

پذیرد که به گروه‌های تحریم کننده‌ی ایران تعلق دارند، در آن شرایط امکان تشدید تضادهای درون ساختاری شرکت‌های چند ملیتی با دولت‌های مربوط به وجود می‌آید.

2. انجام اقدام‌های جایگزین از راه تعامل با شبکه‌های اقتصادی بین‌المللی؛

هم‌اکنون شاخص‌های اقتصاد جهانی نشان می‌دهد که جلوه‌هایی از بازارهای شبکه‌ای فعالیت گسترده‌ای را به انجام می‌رسانند. اقتصاد در شرایط موجود بیش از آنکه ماهیت شرکتی و یا دولتی داشته باشد، دارای ویژگی شبکه‌ای می‌باشد. شبکه‌های اقتصادی بین‌المللی می‌توانند نیازهای ایران به کالاهای خدماتی، مصرفی، توسعه‌ای و بنیادین را تأمین نمایند. هر یک از این گونه شبکه‌های اقتصادی نقش تعیین کننده و مؤثری در ساختار اقتصاد جهانی دارند. بسیاری از بازارهای منطقه‌ای در آسیای شرقی در قالب اقتصاد شبکه‌ای به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

3. ارایه ی مشوق‌های منطقه‌ای و بین‌المللی برای تغییر در اقدام‌های محدودکننده‌ی بین‌المللی؛

یکی از سازوکارهای مؤثر برای عبور از تحریم‌های اقتصادی موجود را می‌توان بهره‌گیری از توان دیپلماتیک، نهادی و سازمانی کشورهای منطقه‌ای دانست. کشورهای منطقه‌ای همانند ترکیه، قطر، امارات متحده عربی و عربستان از جایگاه مؤثری برای تأثیرگذاری بر اقتصاد جهانی و شرکت‌های چندملیتی برخوردارند. بهره‌گیری از سازوکارهای اقتصادی همکاری‌جویانه می‌تواند زمینه‌های لازم برای شکل‌گیری فرآیندی را به وجود آورد که انجام اقدام‌های متقابل برخی از شرکت‌ها و کشورهای منطقه‌ای برضد جهان غرب را امکان پذیر سازد.اولین گام تحقق چنین اهدافی را می‌توان بهره‌گیری از سازوکارهای دیپلماتیک و امنیتی برای متقاعد سازی عربستان دانست. اگر عربستان نیازهای جهان غرب به انرژی را تأمین نکند و صرفاً در چارچوب سهمیه‌ی خود در بازار جهانی به ایفای نقش مبادرت ورزد، در آن شرایط امکان تغییر در الگوهای راهبردی جهان غرب برای محدودسازی قدرت ایران به وجود می‌آید. متقاعدسازی کشورهای منطقه‌ای در خلیج‌فارس یکی از سازوکارهای محدودسازی موفقیت تحریم اقتصادی برضد ایران محسوب می‌شود.اقتصاد در شرایط موجود بیش از آنکه ماهیت شرکتی و یا دولتی داشته باشد، دارای ویژگی شبکه‌ای می‌باشد. شبکه‌های اقتصادی بین‌المللی می‌توانند نیازهای ایران به کالاهای خدماتی، مصرفی، توسعه‌ای و بنیادین را تأمین نمایند.

4. نمایش قدرت نظامی وسیاسی برای مقابله با تهدیدهای بین‌المللی؛

نمایش قدرت در زمره‌ی سازوکارهای مقابله و انجام اقدام‌های متقابل محسوب می‌شود. یکی از اقدام‌هایی که ایران می‌تواند قبل از اعمال تحریم‌های اقتصادی به انجام برساند، اجرای الگوهایی مانند: مانورهای نظامی در خلیج‌فارس است. منطقه‌ای که بخشی از انرژی مورد نیاز اقتصاد سرمایه‌داری از آن عبور می‌کند. به طور کلی، انجام چنین ذهنیتی به مفهوم آن است که جهان غرب باید بر این امر واقف باشد که اگر محدودیت‌های بین‌المللی برضد ایران را اعمال نماید، جمهوری اسلامی نیز از ابزارهای خود برای ایجاد محدودیت در تعامل اقتصادی سایر بازیگران را فراهم می‌سازد. به طور مثال، ایران می‌تواند این موضوع را گوش‌زد نماید که هرگونه مجازات اقتصادی جمهوری اسلامی می‌تواند با اقدام‌های متقابل غیرخصمانه موازنه گردد.لازم به توضیح است که نمایش قدرت با کاربرد قدرت متفاوت است. نمایش قدرت ماهیت غیرخصمانه داشته و به عنوان نشانه‌ای برای بازسازی الگوهای رفتاری تلقی می‌شود. کشورهایی همانند ایران که از موقعیت ژئوپلتیکی ویژه‌ای برخوردارند، می‌توانند از قابلیت خود برای انجام اقدام‌های متقابل غیرخصومت‌آمیز، استفاده نمایند.

5. توسل به رأی از راه دیپلماتیک؛

اعمال محدودیت‌های اقتصادی و تکنولوژیک توسط آمریکا و اتحادیه‌ی اروپا، دارای مخالفینی در ساختار داخلی کشورهای مورد نظر می‌باشد. به طور کلی هرگونه الگوی منازعه‌آمیز دارای پیامدهای اقتصادی و راهبردی برای کشورهایی است که ابتکار عمل را در سیاست بین‌الملل در دست گرفته‌اند.به همین دلیل است که می‌توان جلوه‌هایی از «تعامل سازنده» را برای تغییر در تصمیم‌های قبلی مورد توجه قرار داد. تحقق این امر در شرایطی امکان پذیر است که بتوان با نهادهای تأثیرگذار در کشورهای اتحادیه‌ی اروپا و آمریکا به تعامل راهبردی مبادرت نمود.به این ترتیب، توسل به رأی را می‌توان نتیجه‌ی پیچیده‌ی سازوکارهای دیپلماتیک دانست. فرآیندی که می‌تواند زمینه‌های لازم برای چانه‌زنی از راه روش‌های غیرخصمانه را فراهم آورد. به طور کلی، چانه‌زنی می‌تواند روندهای لازم برای فعال‌سازی گروه‌های بی‌طرف در کشورهای اروپا و آمریکا را فراهم سازد. لابی‌های ایرانی یکی از ابزارهای مؤثر برای مقابله با روندهای تحریم برضد ایران محسوب می‌شود.لابی‌های ایرانی می‌تواند بر نخبگان سیاسی، اقتصادی و امنیتی آمریکا و اروپا تأثیر به جا گذارد. برطرف سازی اختلاف‌های ایجاد شده از راه شکایت به دیوان دادگستری بین‌المللی، دیوان عالی ایالات متحده و دیوان داوری اتحادیه‌ی اروپا می‌تواند زمینه‌های ایجاد تعامل قانونی ایران با بازیگرانی را فراهم آورد که محدودیت‌هایی را برضد جمهوری اسلامی ایجاد نموده‌اند. به طور کلی، باید این موضوع مورد توجه قرار گیرد که توسل به رأی از راه 4 مکانیسم

دیپلماتیک و حقوقی حاصل می‌گردد. سازوکارهایی همانند مذاکره، میانجی‌گری، قضاوت بین‌المللی و انجام توافق‌های رسمی را می‌توان در زمره‌ی سازوکارهای توسل به رأی برای برطرف سازی بخشی از تحریم‌های اقتصادی و تکنولوژیک برضد ایران دانست.

هر یک از مکانیسم های یاد شده فوق می‌تواند زمینه‌های لازم برای تحرک ایران در نهادهای حقوقی و دیپلماتیک بین‌المللی را به وجود آورد. از همه مهم‌تر آن که الگوی مبتنی بر توسل به رأی از این جهت دارای اهمیت و مطلوبیت است که زمینه‌های لازم برای کاهش انگیزه‌ی اقدام‌های خصومت آمیز و فراقانونی کشورهای آمریکا و اتحادیه‌ی اروپا برضد ایران را به وجود می‌آورد.توسل به رأی در زمره‌ی یکی از مؤثرترین سازوکارهای حل اختلاف‌ها در حوزه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی محسوب می‌شود. فرآیندهایی که زمینه‌های لازم برای برطرف سازی محدودیت‌های راهبردی برضد قدرت سازمانی و ساختاری ایران را به وجود می‌آورد.

6. میانجی‌گری برای تأخیر در تحریم‌های اتحادیه‌ی اروپا و آمریکا.

مذاکره‌های هسته‌ای ایران با گروه (1+5) به عنوان نمادی از حسن نیت راهبردی از سوی جمهوری اسلامی محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، می‌توان این موضوع را مورد توجه قرار داد که برای مقابله با محدودیت‌های اعمال شده می‌توان از روش میانجی‌گری استفاده نمود.میانجی‌گری در حوزه‌ی اقتصادی به مفهوم آن است که اعمال تحریم‌های اقتصادی اتحادیه‌ی اروپا تا زمان ادامه‌ی مذاکره‌های دیپلماتیک به تأخیر افتد. اگر جهان غرب در صدد حل مشکلات و موضوعات هسته‌ای باشد، نیازمند آن است که به میانجی‌گری برای تأخیر در تحریم‌های اقتصادی توجه داشته باشد.در حالی که اگر جهان غرب در صدد اعمال محدودیت‌های راهبردی برضد جمهوری اسلامی ایران باشد در آن شرایط، تمایل چندانی به بهره‌گیری از سازوکارهای اقتصادی برای حل اختلاف‌های خود با جمهوری اسلامی ایران نخواهد داشت. کشورهایی همانند روسیه و چین، به همراه برخی از شرکت‌های چند ملیتی می‌توانند نقش مؤثری در گسترش فرآیند میانجی‌گری برای تأخیر در تحریم‌ها به کار گیرند. در غیر این صورت، سطح اقدام‌های متقابل ایران با جهان غرب در شرایط تعارض فزآینده قرار می‌گیرد.(دکتر ابراهیم متقی؛ عضو هیئت علمی دانشگاه تهران/برهان/۱۳/۴/۱۳۹۱.)

نکات مهم در رابطه با دانش استراتژیک

استراتژی یک برنامه واحد و همه جانبه است و تعریف دیگری هم از استراتژی که می توان ارائه کرد تلفیقی است که محاسن یا نقاط قوت اصلی سازمان را با عوامل و تغییرات محیط مربوط می سازد و به نحوی طراحی می شود که با اجرای صحیح آن از دستیابی به اهداف اصلی سازمان اطمینان حاصل شود.سپس نظریه پردازن علم مدیریت، استراتژی را چگونگی تخصیص مطلوب منابع کمیاب، جهت رسیدن به اهداف اقتصادی تعریف کرده اند. استراتژی تعیین کننده زمینه های فعالیت در محیطی پیچیده و پویا و ابزاری است که به عنصر انسانی در یک نظام سازمانی حیات بخشیده و افراد را به حرکت وا میدارد. آنسوف(Ansoff) به عنوان اولین دانشمندی که استراتژی را به شکل جامع و معنادار توضیح داد، معتقد است که هر قدر بین اهداف و فعالیتهای فعلی سازمان سازگاری بیشتری وجود داشته باشد، نرخ رشد و توسعه بزرگتر و منظم تر خواهد بود.

شاندلر (Chandler 1962) استراتژی را به این صورت تعریف می کند: استراتژی عبارت است از یک طرح واحد، همه جانبه و تلفیقی که نقاط قوت وضعف سازمان را با فرصتها و تهدیدهای محیطی مربوط ساخته و دستیابی به اهداف اصلی سازمان را میسر میسازد.

اندروز (Andrews 1971) میگوید: استراتژی عبارت است از الگوی منظورها، مقاصد، اهداف، خط مشیهای اصلی و طرحهایی جهت دستیابی به اهداف.

میتزبرگ (Mintzberg) تعریف کوتاهی راجع به استراتژی ارائه داده است. از نظر وی استراتژی عبارت است از الگوی به جریان انداختن تصمیمات. در حال حاضر نیز در زبان فارسی واژه استراتژی را از نظر لغوی راهبرد معنی میکنند. منتزبرگ(تفکر استراتژیک): برنامه ریزی یک فرایند تحلیلی است و اصولاً فرایندهای تحلیلی نمی توانند استراتژیهای اثربخش خلق کنند. استراتژی حاصل سنتز خلاقانه ذهنی میباشد .

هامل (عزم استراتژیک): بجای پیش بینی آینده باید آنرا خلق کرد .

مایکل پورتر: استراتژی صرفاً بهتر کار کردن نیست، بلکه انجام کارهایی متفاوت از گذشته و یا انجام همان کارها با طریقی متفاوت است.روشهای دیروز هرچند در زمان خود موفقیت آمیز بوده باشند الزاماً امروزه اثر بخش نخواهد بود. دلیل این امر تحولات محیطی می باشد .

اصطلاحات کلیدی در مدیریت استراتژیک

استراتژیست ها: افرادی که مسئول موفقیت یا شکست سازمان می باشند و دارای عنوانهای مختلف شغلی مثل مدیرعامل، رئیس، مالک، رئیس هیئت مدیره، مدیر اجرایی، رئیس دانشگاه یا موسسه کارآفرین و... در هر سازمان می باشند. استراتژیست ها دارای سه مسئولیت اصلی هستند که عبارتست از:

1. ایجاد بستری برای تغییر
2. ایجاد تعهد و احساس مالکیت
3. ایجاد توازن بین ثبات و نوآوری

استراتژیست ها به سبب فلسفه های شخصی به برخی از استراتژیها هیچگونه توجهی ندارند و از نظر نگرش، ارزش، اصول اخلاقی، خطر پذیری، توجه به مسئولیتهای اجتماعی، توجه به نوآوری و هدفهای بلندمدت یا کوتاه مدت و شیوه های مدیریت با هم متفاوتند.فرصتها و تهدیدهای خارجی: مقصود از فرصتها و تهدیدات خارجی، رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم شناسی، محیطی، سیاسی، قانونی، دولتی، فن آوری و رقابتی است که می توانند درآینده به میزان زیادی به سازمان منفعت یا زیان برسانند و به میزان زیادی نیز خارج از کنترل سازمانها هستند.

هدفهای بلند مدت: دوره های بلند مدت که معمولا بیش از یکسال است وتعیین هدفهای ضروری آن از جمله ملزومات موفقیت سازمان و تعیین کننده مسیر می باشد. این اهداف به صورت نتیجه های خاصی است، که سازمان می کوشد در تأمین مأموریت خود بدست آورد.

استراتژی ها: ابزاری هستند که شرکت به آن وسیله به هدفهای بلند مدت خود دست می یابد.

هدفهای سالانه: این اهداف نیز از هدفهای کوتاه مدتی هستند که باید قابل لمس باشند و به صورت کمی قابل قیاس بوده و چالشگر واقعی و سازگار با هدفهای اولویت بندی شده باشد.

سیاستها: ابزاری هستند که می توان به وسیله آن به هدفهای سالانه دست یافت و مقصود از آن، رهنمودها، مقررات و رویه هایی است که برای دستیابی به هدفها اعلام ورعایت می شود.

سه مرحله عمده در مدیریت استراتژیک عبارتند از: تدوین استراتژی؛ اجرای استراتژی؛ ارزیابی استراتژی

مزایای مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را میدهد که به شیوهای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث میشود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیتهایش به گونه ای درآید که اعمال نفوذ نماید (نه اینکه تنها در برابر کنشها، واکنش نشان دهد) و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

از نظر تاریخی، منفعت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک میکند از مجرای استفاده نمودن از روش منظم تر، معقولتر و منطقی تر راهها یا گزینه های استراتژیک را انتخاب نماید و بدین گونه استراتژیهای بهتری را تدوین نماید. تردیدی نیست که این یکی از منافع اصلی مدیریت استراتژیک است ولی نتیجه تحقیقات کنونی نشان میدهد که این فرایند میتواند در مدیریت استراتژیک نقش مهمتری ایفا کنند. مدیران و کارکنان از طریق درگیرشدن در این فرایند خود را متعهد به حمایت از سازمان مینمایند. یکی دیگر از مهمترین منافع مدیریت استراتژیک این است که موجب تفاهم و تعهد هر چه بیشتر مدیران و کارکنان میشود. یکی از منافع بزرگ مدیریت استراتژیک این است که موجب فرصتی میشود تا به کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب میشوند در فرایندهای تصمیم گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثر بخشی آنها افزایش خواهد یافت. طبق پژوهشهای انجام گرفته، مزایایی برای تفکر استراتژیک وتعهد عمیق به فرایند مدیریت استراتژیک وجود دارد از جمله تفکر و تعهد استراتژیک شامل موارد زیر است:

- سطوح مختلف مدیریت سازمان را در تعیین اهداف، راهنمایی و هدایت می کند.
- شناسایی و پاسخگویی به موج تغییرات، فرصتهای جدید و تهدیدات در حال ظهور را تسهیل می کند.
- منطق مدیریت را در ارزیابی نیاز به سرمایه و نیروی کار تقویت می کند.
- کلیه تصمیم گیری های مدیران را در زمینه استراتژی در کل سازمان هماهنگ می نماید.
- سازمان را قادر می سازد که موقعیت واکنشی (Reactive) خود را به وضعیت کنشی (Proactive) و آینده ساز تبدیل کند.

مزایای فوق سازمان را قادر می نماید به جای آنکه صرفاً پاسخگوی نیروهای رقابتی بوده و در مقابل شرایط متغیر حاکم بر خود واکنش نشان دهد، خود بر آنها تأثیر بگذارد.

گرین لی بر این باور است که مدیریت استراتژیک:

1. باعث می شود که سازمانها از فرصتها آگاهی یافته آنها را بشناسند و اولویت بندی و بهره برداری نمایند.
2. به شرکت دیدگاهی عینی می دهد تا از آن زاویه به مسایل مدیریت نگاه کنند.
3. برای ایجاد هماهنگی و اعمال کنترل بر فعالیتها، چارچوبی مناسب ارائه می نماید.
4. اثرات شرایط نامطلوب و تغییرات نامساعد را به حداقل می رساند.
5. موجب می شود تصمیمات به گونه ای گرفته شود که هدفهای بلند مدت و پیش بینی شده مورد حمایت بیشتر قرارگیرند.
6. این امکان را به سازمانها می دهد که منابع را به شیوه ای اثربخش تر به فرصتهای شناخته شده تخصیص دهند.
7. باعث می شود تا وقت کمتری صرف اصلاح خطاها شود.
8. چاره جویی های موثری برای ایجاد ارتباط بین کارکنان و شرکتها ایجاد میکند.
9. به سازمان کمک می کند با افراد هماهنگ شوند.
10. مسئولیتها را به صورتی مشخص تر تعیین می کند.
11. آینده نگری را تقویت می کند.
12. روشهای انسجام یافته تری برای حل مسائل و سود جستن از فرصتها ایجاد می کند.
13. موجب تقویت و نگرش خوشبینانه نسبت به تغییر می شود.
14. باعث می شود مدیریت شرکت دارای نوعی نظم و رسمیت گردد.

اهمیت ماموریت سازمان در مدیریت استراتژیک به شیوه ای بسیار مستند مورد تأیید قرار گرفته است. تحقیقی که همه ساله بر روی مأموریت 500 شرکت منتخب فورچون انجام شده و آنها را از نظر عملکرد عالی و عملکرد ضعیف با هم مقایسه نموده، به این نتیجه رسید که شرکتهایی که دارای عملکرد عالی بودند مأموریت سازمانی آنها به صورتی جامع مستند شده بود.

الگوی جامع مدیریت استراتژیک

می توان به وسیله یک الگوی جامع فرایند مدیریت استراتژیک را به بهترین شکل مورد مطالعه قرارداد البته این الگو موقعیت را تضمین نمی کند ولی برای تدوین استراتژی ها و اجرا و ارزیابی آن روش روشن علمی ارائه می نماید.

فرآیند مدیریت استراتژیک

فرآیند مدیریت استراتژیک را میتوان به چهار مرحله تقسیم کرد:

- تحلیل وضعیت
- تدوین استراتژی
- اجرای استراتژی
- ارزیابی استراتژی

تحلیل وضعیت

- اهداف بلندمدت، مأموریت سازمان (علت وجودی و اینکه چه هستیم)، چشم انداز سازمان (چه میخواهیم باشیم)
- تجزیه و تحلیل محیط داخلی و قابلیتهای سازمان
- تجزیه و تحلیل محیط خارجی

تدوین استراتژی

در تدوین استراتژی باید ابتدا مجموعه استراتژیهای قابل استفاده را لیست کرده و سپس با استفاده از مدلهای مختلفی که در بحثهای مدیریت استراتژیک آمده است و با توجه به نتایج بدست آمده در تحلیل وضعیت که

در مرحله اول آمده است استراتژی برتر را انتخاب میکنیم. در این مرحله باید مدیران میانی و حتی رده پائین سازمان را نیز مشارکت داد تا در آنها ایجاد انگیزش کند.

تدوین استراتژی نیازمند شناخت است: 1- شناخت محیط 2- شناخت کسب و کار 3- شناخت سازمان .

شناخت باید بر مبنای واقعیتهای عینی باشد نه تصورات ذهنی. علل عمده شکست استراتژی بنا کردن آن برمبنای تصورات ذهنی می باشد .

اجرای استراتژی

برای اجرای استراتژیها باید از ابزار زیر بهره گرفت:

- ساختار سازمانی متناسب با استراتژیها
- هماهنگ سازی مهارتها، منابع و توانمندیهای سازمان در سطح اجرایی
- ایجاد فرهنگ سازمانی متناسب با استراتژی جدید سازمان اجرای موفقیت آمیز استراتژی به همکاری مدیران همه بخشها و واحدهای وظیفه ای سازمان نیاز دارد.

اجرای استراتژی مستلزم تجدید نظر و تحول سازمانی متناسب با استراتژی تدوین شده می باشد. هر استراتژی برای محیط خاصی طراحی شده است و تغییرات محیطی استراتژی میبایست مستمراً مورد ارزیابی قرار گیرد و در صورت نیاز اصلاح شود. جهت اجرای موفقیت آمیز استراتژی ها به چهار مهارت بنیادین نیاز است:

الف) مهارت تعامل (Intracting Skill): که عبارتست از توانایی اداره کردن افراد طی اجرای استراتژی. مدیرانی که ترس ها و ناامیدی های سایرین در رابطه با اجرای یک استراتژی جدید را درک می کنند، آمادگی این را دارند که بهترین اجرا کننده باشند. این مدیران تأکیدشان بر اعضای سازمان و گفتگو برای یافتن بهترین روش به اجرا درآوردن استراتژی است.

ب) مهارت تخصیص (Allocating Skill): که عبارتست از توانایی تهیه و تدارک منابع سازمانی ضروری برای اجرای یک استراتژی. مجریان موفق استراتژی ها دارای استعداد زیادی در برنامه ریزی امور، بودجه بندی مالی و زمانی و تخصیص سایر منابع بحرانی می باشند.

ج) مهارت نظارت(Monitoring Skill) : که عبارتست ار توانایی استفاده از اطلاعات برای مشخص کردن این امر که آیا مانعی بر سر اجرای استراتژی به وجود آمده است یا خیر. مجریان استراتژی ها در صورتی موفق میشوند که سیستمهای بازخور اطلاعاتی بوجود آورند و پیوسته از وضعیت اجرای استراتژی ها گزارش بگیرند.

د) مهارت های سازمانده :(Organising skill) که عبارتست از توانایی ایجاد یک شبکه از افراد در سرتاسر سازمان که می توانند به هنگام بروز مشکل در اجرای استراتژی، به حل آن مشکل کمک کنند. مجریان موفق این شبکه را طوری طراحی می کنند تا افرادای را که در بر میگیرند، بتوانند از عهده انواع خاصی از مشکلات قابل پیش بینی برآیند.

به طور کلی، اجرای موفقیت آمیز یک استراتژی نیازمند افراد کارآمد، تخصیص منابع موردنیاز، نظارت بر روند اجرا و حل به موقع مشکلات برخاسته طی اجرا می باشند و شاید بتوان گفت که تجربه ثابت کرده است که دانستن اینکه چه افرادی می توانند مشکلات را حل کنند و قادرند به محض بروز مشکلات به رفع آنها بپردازند، از مهمترین ضروریات می باشد.

وجه تمایز بین تدوین استراتژی و اجرای استراتژی:

1. در مرحله تدوین استراتژی نیروها قبل از عمل قرار میگیرند.
2. اجرای استراتژی یعنی مدیریت بر نیروها به هنگام عمل.
3. در تدوین استراتژی بر اثر بخشی تأکید میشود.
4. در اجرای استراتژی بر کارایی تأکید میشود.
5. اصولا تدوین استراتژی یک فرایند ذهنی است.
6. اصولا اجرای استراتژی یک فرایند عملیاتی است.
7. تدوین استراتژی مستلزم داشتن قضاوت شهودی خوب و مهارتهای تحلیلی است.
8. اجرای استراتژی مستلزم داشتن انگیزه ویژه و مهارتهای رهبری است.
9. تدوین استراتژی مستلزم ایجاد هماهنگی بین عده ای انگشت شمار است.

10. اجرای استراتژی مستلزم ایجاد هماهنگی بین عده زیادی از افراد است.

ارزیابی استراتژی

برای تعیین حدود دستیابی به هدفها، استراتژی اجرا شده، باید مورد کنترل و نظارت قرار گیرد. فرایند مدیریت استراتژیک به تصمیماتی منجر می شود که نتایجی مهم و بلند مدت به بار خواهد آورد. تصمیمات نادرست می تواند ضربه های شدید و خسارات جبران ناپذیر به بار آورد و شرکت نیز مسیر رفته را نمی تواند باز گردد و یا روند امور را تغییر دهد. بنابراین بیشتر استراتژیست ها، اتفاق نظر دارند که از نظر سلامت وادامه حیات سازمان، ارزیابی استراتژی از اهمیت بالایی برخوردار است. اهمیت ارزیابی به هنگام مشکلات به اقدامات اصلاحی منجر می شود و سه نوع فعالیت اصولی در پی خواهد داشت.

ارزیابی استراتژی شامل سه فعالیت اصلی میشود:

- بررسی مبانی اصلی استراتژیهای شرکت.
- مقایسه نتیجه های مورد انتظار با نتیجه های واقعی.
- انجام دادن اقدامات اصلاحی به منظور اطمینان یافتن از این که عملکردها با برنامه های پیش بینی شده مطابقت دارند. اطلاعاتی که از فرایند ارزیابی استراتژی به دست میآید باید به گونه ای باشد که عملیات و اقدامات را تسهیل نماید و باید کسانی یا واحدهایی را معرفی نماید که نیاز به اصلاح دارند.

بررسی و انتخاب استراتژی

استراتژیست ها هیچ گاه به همه گزینه ها و راههای امکان پذیر که به نفع سازمان هستند را مورد توجه قرار نخواهند داد. زیرا بینهایت راه عملی وجود دارد که مورد استفاده قرار می گیرند. آنها مجموعه ای از استراتژی های جذاب و قابل اجرا را مورد توجه قرا می دهند که باید مزایا و مضرات و منافع آن را مشخص نمود. همه کسانی که در بررسی و انتخاب استراتژی ها مشارکت می کنند باید اطلاعات حاصل از بررسی های داخلی و خارجی سازمان را در اختیار داشته باشند. آگاهی از این اطلاعات و اشراف به مأموریت سازمان به مشارکت کنندگان کمک می کند که استراتژی های خاصی را که در ذهن خود دارند شفاف گردانند و این شیوه موجب تقویت خلاقیت خواهد شد. در گردهمایی های پیاپی باید کارکنان و مدیران در باره استراتژی های گوناگون به بحث و بررسی بپردازند و اولویتها باید بدین گونه تعیین شوند:

1. باید به اجرا درآید.

2. میتوان آنرا به اجرا درآورد.

3. احتمالا به اجرا در می آید.

4. به طور حتم باید به اجرا درآید. (در این صورت فهرستی از اولویتها به همراه استدلال گروه لازم خواهد بود)

چارچوبی جامع برای تدوین استراتژی

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

مرحله اول: مرحله ورودی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

ماتریس بررسی رقابت

ماتریس تهدیدات، فرصتها، نقاط ضعف و قوت

مرحله دوم: مرحله مقایسه ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک

ماتریس گروه مشاوران داخلی و خارجی

ماتریس اصلی

مرحله سوم: مرحله تصمیم گیری: ماتریس برنامه استراتژیک کمی

ویژگیهای تصمیمهای استراتژیک

نادر بودن: تصمیمهای استراتژیک اتفاقی هستند و مشخصاً سابقه ای برای پیگیری و دنبال کردن ندارند .

نتیجه محور بودن: تصمیمهای استراتژیک منابع قابل توجهی را جذب می کنند و تعهد جدی سازمان را می طلبند .

هدایتگر بودن: تصمیمهای استراتژیکرا میتوان در تصمیمهای کم اهمیت تر و انتخاب اقدامات بعدی در سازمان، مورد توجه و استفاده قرار داد .

موانع و مشکلات طراحی برنامه های استراتژیک

در این زمینه اولین مشکلات عبارتست از موانع ایجاد و توسعه روند مدیریت استراتژیک در سازمانها که این فرآیند را از بنیان و پای بست با مشکل مواجه میسازند. دلایل گوناگونی وجود دارند که برخی از سازمانها تمایل چندانی به ایجاد و توسعه روندهای مدیریت استراتژیک از خود نشان ندهند که مهمترین آنها عبارتند از:

- عدم آگاهی مدیریت سطح بالا نسبت به وضعیت واقعی سازمان
- خودفریبی مدیران سطح بالا به طور جمعی درباره موقعیت سازمان
- توجه مدیران به حفظ وضع موجود
- درهم آمیختگی دشواریهای مشترک مدیریت سطح بالا و دشواریهای عملکرد روزانه
- کامیابی های گذشته سازمان
- اشتباه تلقی کردن هر گونه تغییر در رابطه با هر چه در گذشته در سازمان انجام گرفته است
- نارسایی در کاربرد وظایف فوری

بررسی موانع اجرای برنامه های استراتژیک

یکی از پژوهشگران مدیریت استراتژیک، در مقالهای تحت عنوان «هفت خطای مرگبار» به بیان خطاها و مشکلات رایج در زمینه اجرای استراتژی میپردازد:

خطای مرگبار شماره 1

استراتژی ارزش اجرا ندارد: استراتژیی ارزش اجرا کردن را دارد که قدرت الهام دهی داشته باشد و به کارکنان کمک کند تا دریابند وظایفشان چگونه با استراتژی مرتبط میشود، به عنوان راهنمائی برای اولویت بندی تصمیمات بکار رود و در کارکنان برای تسهیل ارتباطات ایجاد بصیرت نماید.

خطای مرگبار شماره 2

کارکنان در مورد اینکه استراتژی چگونه اجرا خواهد شد روشن نیستند :در این مورد تعدادی موضوع مهم هستند که باید در ابتدا مشخص شوند. این موضوعات عبارتند از:

- اولویتها: اولویتهای شما چیست؟

- جدول زمانی: اجرای استراتژی با چه سرعتی باید پیشبرود.
- تأثیرات: استراتژی، چه تأثیری بر فعالیتهای شما میگذارد.
- مشارکت: چه کسانی بایستی مشارکتداشته باشند و در چه زمانی.

مخاطرات: مخاطراتی که مانع اجرای استراتژی هستند را شناسایی و آنها را کاهش دهید.

خطای مرگبار شماره 3

مشتریان و کارکنان، استراتژیها را به طور کامل در نیافته اند :برنامه اجرای استراتژی باید شامل یک برنامه ارتباطات باشد که مشخص کند به چه افرادی و تا چه اندازه باید در مورد استراتژی توضیح داده شود.

خطای مرگبار شماره 4

مسئولیت اشخاص در زمینه اجرای تغییرات نامشخص است :کارکنان باید به منظور اجرای استراتژی کاملا تَفهیم شده و مسئولیتهای خاص هر یک به آنان واگذار شود. هر چه تعداد افرادی که بطور مستقیم در فرایند اجرا مشارکت داده میشوند بیشتر باشد بهتر است.

خطای مرگبار 5

مدیر عامل و مدیران ارشد به هنگام شروع اجرا، از صحنه خارج میشوند: غالباً، سطح علاقه مدیران ارشد پس از تدوین استراتژی و توافق بر آن کاهش مییابد. اگر کارکنان احساس کنند که مدیریت ارشد کاملا نَسبت به استراتژی متعهد نیستند علاقه آنان نیز کاهش می یابد.

خطای مرگبار 6

عدم تشخیص موانع:برنامه ها هیچگاه دقیقاً اجرا نمیشوند. سازمانها در یک محیط پویا و متغیر فعالیت میکنند لذا حوادث پیش بینی نشده ممکن است در طول اجرا سر بر آورند. باید این موانع، تشخیص داده شوند و زمانی که این بحرانها و عدم اطمینانها به وقوع میپیوندند، کارکنان باید برای ایجاد راه حلهایی خلاقانه در جهت غلبه بر این موانع تشویق شوند.

خطای مرگبار 7

فراموش کردن کسب و کار:یک مخاطره دیگر عبارت است از این که تدوین و اجرای استراتژی تمام توجه مدیران ارشد را به خود جلب نماید و آنان فراموش کنند که کسب و کاری دارند که باید به اداره آن بپردازند.

بنابراین بر اساس تعاریف استراتژی (راهبرد) وبا امعان نظر به سه تحقیق قبلی در مورد دانشنامه بنیاد جهانی سلام" چیستی وچرائی سلام ، دکترین سلام ، اهداف سلام " با رویکردوجهت گیری واژه " سلام " و443 مفردات ومداخیل این واژه کلیدی از قرآن ومدارک منقول واسلام شناسان واندیشمندان حقیقی جهان ، می توان کلید واژگان در مجموعه استراتژی را به قرارزیر دسته بندی کرد:

1- فلسفه وجودی بنیاد ، قوام ومانائی آن: Proofاز نظر قران یعنی: قوام ، بینیه ، برهان ، حفظ ، استحکام ،
2- جهان بینی مدیران بنیاد
3- بینش وبصیرت مدیران بنیاد
4- دید گاه مشترک
5- آرمان مشترک وبیانه آن
6- ارزش های مشترک بر مبنای چشم انداز جهانی
7- مکتب گرائی بنیاد
8- شعار وبیانیه آن

بنیاد جهانی سلام و ویژگی های آن (Motto)شعار

از تحقیق چهارم دانش نامه ، استراتژی بنیاد جهانی سلام

1- باید بر اساس سلام باشد وپیام سلام بطور جامع است
2- شعار باید ،جامع افراد ومانع اعیار باشد
3- منظومه ومجموعه محتوای سلام را در برداشته باشد وتک بعدی نباشد
4- از تقلید وآنچه تا بحال گفته اند ، تبعیت نشود وباید کاملاً متفاوت باشد
5- شعار باید منحصر به فرد باشد وکسی دیگر از مضامین استفاده نکرده باشد
6- مفاد این آوازه , celebrity, fame, hearsay, honor, image, mapping .)
popularity, prestige, prominence, renown)از لحاظ هویت ، ماهیت ، معنا ومفهوم ، امر مقدر ، تفکر عمیق ؛ راهنمای زندگی ونظایر ، غنی باشد

7- براساس دانش نامه بنیاد باشد

8- شعار خوب ، موفقیت سازمان را تضمین میکند

9- شعار باید جهان شمول باشد

10- شعار باید آینده موفق را نشان دهد

11- از شعار می توان در تبلیغات استفاده کرد

12- از شعار می توان در برند استفاده کرد

13- شعار بایستی آمال و آرزوها ی شهر وندان سلام را تحریک کند

14- مفهوم ساختن وپرداختن ، باید در مضمون شعار وجود داشته باشد

15- جذاب باشد وایجاد تکاپو کند

16- شعار بایستی برای خود بنیاد ومسئولین آن ، تکلیف تعیین کند ، یعنی بار مسئولیت داشته باشد

17- مفهوم پشتیبانی از آن درک شود

18- ماندنی باشد ودر طول زمان از بین نرود

19- به اعتبار زمان ومکان نباشد از سنن الهیه وقوانین حقیقی وماندگار، الهام بگیرد

20- رسالت نما باشد

21- عبارتی شعر گونه وکوتاه باشد ، بطوریکه بتوان براین وزن ، اشعار تبعی وموزن ساخت

22- اجازه زیادی خواهی ، بی طرفی ، بی تفاوتی و...ندهد

23- عصاره یک حرکت بنیادین باشد

24- هم حاوی ذهن باشد وهم قدرت تعیین داشته باشد وهر کس نتواند براحتی ، آنرا متعیین کند

25- حق جهانی ایجاد کند ومبتنی بر تفسیر وتاویل منطقی باشد

26- شعار در روی سربرگ ومدارک بنیاد با رنگ وخط زیبا جلوه گری میکند

27- شعار منطقی ، قابل تخصیص به افراد خودش است ، وموجب شناسائی اغیار میشود

28- شعار نشانه ای از تاسیس یک مکتب است ویعني فرصتي را براي فکر کردن باشد

-29 پرتوی از آفریدگار جهان ، از آفرینش ها ، زیبائی ها وخوب خواستن ها باشد

-30 انتخاب یک دوست خوب ... یک دنیای خوب ،. یک سرنوشت خوب ،. یک خاطره ،. یک عشق پاک و ....

"انرژی هسته ای حق مسلم ماست"

پیشنهاد آقای حکیم عطار : سلام به جان های که برای انگیزه مهربانی زندگی میکنند

بنابراین شعار من (محمود صانعی پور) اینست :

زندگی حقیقی انسان، در حقیقت دانش نامه سلام است

9- راهبرد های بنیاد برای نیل به مقاصد وهدف غائی

10- سیاست های کلی بنیاد

11- گرایشات رهبری در بنیاد (تفکر سیستمی ، الگو ها ، آینده نگری ، و...)

12- تدوین نقشه راه برای دستیابی به اهداف

13- تدوین چشم انداز (قلمروها ، محیط های ملی وبین المللی ، و...)

14- مدیریت راهبری وتنوع آن(مدیریت دانش بنیان ، واحد های داد وستد استراتژیک و..)

استراتژی های بنیاد سلام از نظام جمهوری اسلامی تبعیت میکند

دستيابي به آرما نهاي بلند نظام مقدس جمهوري اسلامي ايران مستلزم تلاش همه جانبه در تمام ابعاد فرهنگي،علمی، اجتماعي و اقتصادي است .از اين رو تدوين و اجراي برنام ههاي پيشرفت در باز ه هاي زماني معين و اختصاص منابع لازم براي تحقق اهداف اين برنامه ها از لوازم ضروري احرازجايگاهي در شأن ايران اسلامي بنگاه اقتصادی ، فرهنگی واجتماعی است .از طرف ديگر مقولة علم و فناوري از مهمترين زيرساختهاي پيشرفت كشور وابزار جدي رقابت در عرصه هاي مختلف است .به اين ترتيب تحقق آرما نهاي متعالي انقلاب اسلامي ايران مانند احياي تمدن عظيم اسلامي، حضور سازنده، فعال و پيشرو در ميان ملتها و كسب آمادگي براي برقراري عدالت و معنويت درجهان در گرو پيشرفتي هم هجانبه در علم است؛ علمي كه داراي سه شاخصة عدالت، معنويت و عقلانيت است .در پرتوچنين علمي است كه جامعة بشري آمادگي تحقق حكومت جهاني انسان كامل را يافته و در سايهٔ چنين حكومتي ظرفيت و استعدادهاي بشر به شكوفايي و كمال خواهد رسيد.

فناوری های آینده کشور و استراتژی های آینده آن

از محمود صانعی پور : رئیس کمیته علم وفناوری دبیر خانه مجمع تشخیص مصلحت نظام وخبره میان رشته ای ویاد گیرنده مادام العمر ، از سلسله بحث های فناوری وشرکت ها ی دانش بنیان در رادیو علمی گفتگو

اساس ثروت آفرینی در کشور حماسه وانقلابی ایران ، مبتنی بر تجهیز واقعی شرکت های دانش بنیان ، کارگاه های عملیاتی تبدیل نمونههای ساخته شده به نمونه صنعتی با حجم وارزش اقتصادی توجیه شده وتبدیل آن به لیسانس فناروی است که از تحقیقات پایه آغاز شده ، به تحقیقات کاربردی محول شده ودر نهایت در تحقیقات توسعه ای به فناوری وخط تولید برای تولید ثروت متبلور می گردد وموجبات توسعه همه جانبه کشور ، اشتغال زائی موثر ، کاهش فقر وغنی ، افقی سازی جامعه ، وصد های آرزو وآرمان ملی را تحقق می دهد ،این اقدامات از دانشگاه های کارآفرین آغاز می گردد ودر اتصال منطقی وارگانیک با صنایع کشور ، به منصه ظهور میرسد ، که این ساختار سازنده در ایران بوجود نیامده است و دانشگاه های ما که ترجمان علوم منسوخ شده غرب است واز بازار فناوری وفن بازارهای باز مانده است ، برای مانور چنین حماسه در حال حاضر آمادگی ندارد واصولا، در کشورهای مترقی این امورتوسعه ای با همت مردان وزنان عازم وبا ارداه انجام وشرکت های صنعتی این مسئولیت مهم را ایفاء کرده اند ومرا از استراتژی های سازمانی ، بیشتر متوجه این گونه راهبرد های توسعه اس توسط بنیاد ها وبنگاه های اقتصادی کشوراست .

عزم دولت جمهوری اسلامی ایران برای کاهش بوراکراسی به بیست در صد دولت های پیشین است ، نویدی برای اصلاح ساختار این ارتوسعه ای بوده واز همه مهمتر ، اشتغال وتعهد سازمان های صنعتی برای تحقق این مسیر مطمئن ، از راهبردی های الزامی است وبنیاد جهانی سلام دراین مورد می تواند نقش بارزی داشته باشدوآنچه امروز (در دهه های دوم وچهارم انقلاب)ملاحظه می شود حاصل اراده وتلاش برای حماسه خیزان وعاشقان انقلاب ومتخصصان متعهد این کشوربوده واز سازمان های دولتی ویا سازمان هائی که در تقلید از غرب شکل گرفته ، طرفی بسته نشده است .

پروژه های آینده ایران وهم سو باعلوم وفنون جهانی

آیندگان ما نباید فراموش کنندکه آنچه مایه پیروزی جمهوری اسلامی ایران در میادین جنگ تحمیلی ، وعلم وفناوری وتحقق دست آورد ها بوده است به برکت عسر های قسری از سوی اردوگاه استکبار بوده وپایداری مردان وزنان با ایمان وشرکت های خود ساخته ، درتقابل با استراتژی خنثی سازی ترفند های غرب

وکارشکنی های اردوگاه کفروالحاد علیه جمهوری اسلامی ایران بوده است وراقم این سطور ، با احساس غروری شعف انگیز بیان می کند آنچه ما از سازمان ها ، دانشگاه ها ، بانک ها ، بورس ها وبیمه ها انتظار داشتیم ، نهاد ها وبنیاد ها ومردان مومن ومتعهد در تبلور فناروی ، در طبق اخلاص تقدیم کردندواینک ما در عرصه های زیر دارای حرف حساب هستیم :

1- فناوری نانو

2- فناوری هسته ای

3- پروژه های نیروگاه های برق ، هسته ای ، حراراتی ، آفتابی ، بادی وخورشیدی

4- گیاهان داروئی وفلور ایران و10 هزار گونه گیاهی و1300 گونه درحال انجام

5- پروژه های نفتی ، پتروشیمی ، پالایشگاهی ، وپروژهای تکنولوژی برتر پائین دستی صنعت نفت

6- صنایع ریلی اعم از واگن سازی ولوکومتیو وتجهیزات جانبی

7- صنایع نظامی : زیر دریائی ، هاورکرافت ، هولوکوپتر ، موشک های بالستیک ،

8- ابر پروژه های ایران شامل: عنوان این ۸ اَبَر پروژه عبارتند از:

9- توسعه و تسهیل تجارت فرامرزی با ایجاد پنجره واحد تجاری

10- ایجاد بستر یکپارچه تبادل اطلاعات اقتصادی (بیتا)

11- مدیریت دارایی‌های دولت (مولدسازی دارایی ها)

12- شفاف‌سازی‌وهوشمندسازی عملیات‌مالی دولت (خزانه‌داری الکترونیک)

13- بهبود محیط کسب وکار (بسترسازی و توانمندسازی اقتصاد مردمی)

14- متوازن‌سازی و روزآمدسازی نظام تامین مالی کشور

15- سهولت‌بخشی و شفافیت بخشی به نظام جامع مالیاتی

16- ساماندهی سهام عدالت و تاسیس صندوق های دارایی های مردمی

17- بیوتکنولوژی شامل ، دانش های پزشکی وزیستی ، ژنتیک ،محیط زیست ، فیزیولوژی گیاهی (**بیوتکنولوژی**) ، فناوری DNA ، صنعت نساجی **شامل** تمام مراحل تولید الیاف (طبیعی و مصنوعی) ، و.....

18- تجهیزات پزشکی

19- کشتی سازی ال، ان ، جی ، باری ، مسافری ، نفت کش ها، بارج و...

20- سیلیکون ودامنه های در آی تی ، فولاد، پلاستر ها ، فوتون های خورشیدی و..

21- اتومبیل های خورشیدی وسایر تجهیزات خورشیدی

22- فناوری اطلاعات وارتباطات

23- پروژه های باروری ابرها،

24- پروژهای نرم افزاری : کدگزاری ، مهندسی خرید، و...

25- پروژه های استانی (توسعه ای)

26- پروژه های میکانیزیم کشاورزی

27- **علوم** کامپیوتر

28- پروژه های معدنی

29- طرح جاده های هوشمند درآینده نزدیک

از نظر راقم این سطور که بالغ بر 30 سال در تدوین استراتژی شرکت های بزرگ صنعتی ایران ، تدریس نموده وطراحی انجام داده ودرانتقال تکنولوژی وتوسعه آن ابرار علمی داشته است ، مشکلات فعلی تکنولوژی ایران بصورت زیر خلاصه شده وامید میرود که شورای عالی بیناد جهانی سلام سهم موثری در توسعه این امر داشته باشد:

- **تکنولوژِی درایران هنوز تبدیل به ثروت ملی نشده است**
- **هنوز توسعه تکنولوژی ایران فراگیر وبازاری نشده وبرای آن فن بازار تخصصی وبا قوامی ایجاد نشده است**

- **تکنولوژی درایران هنوز شرکت های صنعتی مورد نظر ، برای ارضای تقاضای فناوری کشور، وارد فرایند توسعه فناوری نشده اند.**
- **ما داری آمارهای لازم ومبتنی بر عملیات فناورانه نمی باشیم، و نمی دانیم که ضریب نفوذ تکنولوژی در جامعه ایرانی چقدراست**
- **تکنولوژی در زنجیره توسعه ساختار پیدا نکرده است**
- **ارتباط ارگانیگ دانشگاه وصنعت داری حلقات مفقوده است که باید در بنگاه های خصوصی ایجاد شود**
- **از پارک های فن آوری امیدی نیست واینگونه ساختارهای با نگاشت ایرانی سازگار نمی باشد**
- **این امر مهم ثروت سازی وتوسعه ای نیازمند انقلاب تکنولوژِی وبرمبنای قیام وارادہ تمام کارخانه داران ، کسبه ، کارآفرینان وجوانان تحصیل کرده بوده وبه علم سواد دراین مورد نیاز دارد**
- **مابرای انتقال تکنولوژی بیش از 20 مورد روش وبرای فاینانس بالغ بر 150 مدل داریم ولی نه بانک ها میدانند ونه مردم .**
- **برای توسعه تکنولوژِی ، نیاز مند مشاوران خبره در بنگاه های فن بازار هستیم**
- **برای اجرای فرایند تکنولوژی نیازمند ، پیمانکاران متخصص ومتعهد در بخش خصوصی هستیم**
- **هنوز مزیت های نسبی کشورمان ، مزیت های رقابتی، ارزش افزوده ، فعالیت های دانش بنیان ،مدیریت دانش ونظایر اینها برای بسیاری از مدیران بانکها ، بنگاه ها وغیره یک شعار بوده وجنبه های عملی آن مغفول مانده است**
- **علم برای علم یا همان "سیانتیسم" در مراکز وحوزه های استیلا دارد**

تحقق این اهداف مستلزم ترسیم نقشه های راه در بنگاه های خصوصی است

تحقق این اهداف نیازمند ترسیم نقشة راهي است که در آن نحوة طی مسیر، منابع و امکانات لازم، تقسیم کار در سطح ملی و الزامات در این مسیر به طور شفاف و دقیق مشخص شده باشد .ازاینرو لازم است چشم انداز و راهبردهای علم وفناوری در سطوح خرد وبنگاهی و عملیاتی ، تدوین شود .در ترسیم این نقشه

راه1404 کوشش شده، تا با الها م گیری از اسناد بالادستي و بهر ه گیری از ارز شهای بنیادین آنها و توجه به اهداف راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران، چش مانداز علم و فناوری در افق 1404 هجری شمسی جمهوری اسلامی ایران ، تبیین شود .در این چشم انداز،اتکال به قدرت لایزال الهي و با احیاي فرهنگ و برپایي تمدن نوین اسلامي -ایراني براي پیشرفت ملي، گسترش عدالت والهام بخشي در جهان، کشوری برخوردار از انسا نهاي صالح، فرهیخته، سالم و تربي تیافته در مکتب اسلام و انقلاب وبا دانشمنداني در تراز برترین هاي جهان؛ توانا در تولید وتوسعه علم و فناوري و نوآوري و ب هکارگیري دستاوردهاي

آن و پیشتاز در مرزهاي دانش و فناوري با مرجعیت علمي درخواهد بود، بدیهی است که رهبر معظم انقلاب اسلامي با درکي هوشمندانه از ظرفیت های بسیار کشور در ایفاي این نقش خطیر و نیز با اشراف بر امکانات و استعدادهاي عظیم موجود در کشور، خواستار هد ف گذاري دقیق در زمینة علم و فناوري و برنامه ریز ي هاي عملیاتي، زما نبندي شده و یکپارچه در سطوح مختلف این عرصه شده اند .ایشان بارها بر لزوم بهر ه برداري بهینه از مجموعة منابع کشور براي حرکتي منظم و پیوسته از وضعیت موجودبه جایگاه علمي آرماني، در قالب نقشة جامع علمي کشورتأکید داشته اند .این تأکیدات در کنار رهنمودهاي سا لهاي گذشتة معظم له با مضامین جنبش نرم افزاري و نهضت تولید علم و نیز انتظار جدي ایشان براي اهتمام و جدیت در مسیرپیشرفت علمي کشور موجب شد که تدوین نقشة جامع علمي کشور به طور ویژه در دستور کار شوراي عالي انقلاب فرهنگي قرار گیرد.

راهبرد های نقشه جامع علمی کشوربه عنوان الگو

نقشة جامع علمي کشور بنا به تعریف، مجموع هاي است جامع و هماهنگ و پویا و آیند ه نگر، شامل مباني، اهداف، سیاستها و راهبردها، ساختارها و الزامات تحول راهبردي علم و فناوري مبتني بر ارز شهاي اسلامي براي دستیابي به اهداف چشم اندازبیست ساله کشور بوده و همچنین تلاش شده بر مبانی ارزشی

و بومی کشور، تجربیات گذشته و نظریه ها و نمونه های علمی و تجارب عملي تکیه شود که در این خصوص توجه به نکات زیر ضروري است:

نقشة جامع علمی کشور در چارچوب رهنمودهاي رهبرکبیر انقلاب اسلامي)ره(، مقام معظم رهبري و قانون اساسي جمهوري اسلامي ایران است و با پیشبیني سازوکارهاي لازم به روز رساني، توانایی تبیین ساحت علمی الگوي اسلامي- ایراني پیشرفت را دارا می باشد،این نقشه حاصل برنامه ریزي، فعالیت و تلاش کارگروه هاي متعدد کارشناسي در وزارت علوم، تحقیقات و فناوري؛ معاونت علمي و فناوري ریاست

جمهوري و وزارت بهداشت، درمان وآموزش پزشكي؛ انجام پژوه شهاي گوناگون؛ بهره گرفتن ازپژوهش هاي موجود و مشاركت عده زيادي از صاحبنظران واندیشمندان عرصه علم و فناوري كشور اعم از دست اندركاران سياستگذاري و مديريت كلان نظام علمي كشور، مديران، استادان و پژوهشگران دانشگا ها و پژوهشگا ه ها، قطبها و انجمنهاي علمي، كارشناسان آموزش و پرورش،صاحبنظران حوزه علميه قم و مديران و مسئولان علم فناوري از دستگا ها و بخ شهاي اجرايي كشور است كه ازهمه آنان قدرداني و تشكر ميشود.

ارز شهای بنیادین و الگوي نظري نقشة جامع علمی كشور

1-1. مباني و ارز شهای بنیادین نقشة جامع علمی كشورمبانی ارزشی ، ویژگیهای اصلی الگوي نظام علم، فناوري ونوآوری الگوي مناسب .تركيب عرض همحوري و تقاضامحوري:

2-1. اجتماع دو رويكرد برو نمداري و درو نمداري: نظام علم و فناوري جامعه ايراني از نظر توجه به نيازها.

3-1. تلفيق آموزش با تربيت، پژوهش و مهارت :از آنجا كه علم و عمل توأمان، عامل پيشرفت هم هجانبه و پايداراست

اولويتهاي علم و فناوري كشور

1- اهداف اولويت بندي و رويكرد پشتيباني

اولويتهاي الف در فناوری :فناوری هوافضا -فناوری اطلاعات و ارتباطات -فناوری هسته ای – 2 فناور يهای نانو و ميكرو – فناوريهای –نفت و گاز - فناوری زيستی – فناور يهای زيست محيطی3 -فناور يهای نرم و فرهنگی.

در علوم پايه و كاربردي :مادة چگال -سلو لهاي بنيادي و پزشكي مولكولي -گياهان دارويي -بازيافت و تبديل انرژي -انرژ يهاي نو و تجديدپذير -رمزنگاري و كدگذاري- علوم شناختي و رفتاري.

در علوم انساني و معارف اسلامي :مطالعات قرآن و حديث - كلام اسلامی -فقه تخصصي - اقتصاد، جامعه شناسی، علو م سياسی، حقوق، روا نشناسی، علوم تربيتي و مديريت مبتنی بر مبانی اسلامی فلسفه هاي مضاف متكي برحكمت اسلامي - فلسفه ولايت و امامت - اخلاق كاربردی در سلامت :سياستگذاری و اقتصاد

سلامت – دانش پیشگیری و ارتقای سلامت با تأکید بر بیمار یهای دارای باربالا و معضلات بومی - الگوهای شیوة زندگی سالم منطبق با آموز ه های اسلامی - استفاده از الگوهای تغذیه بومی.

درهنر :حکمت و فلسفه هنر - هنرهاي اسلامي ايراني- هنرهاي مرتبط با انقلاب اسلامي و دفاع مقدس – اقتصاد ، هنر - فیلم و سینما - رسان ههای مجازی با تأکید بر پویانمایي و بازیهای رایان هاي - معماري و شهرسازی اسلامي -ايراني- موسیقی سنتی و بومی ایران – ادبیات، شعر و داستا ن نویسی -طراحي هنری ايراني اسلامي و لباس و فرش ايراني.

در سلامت :علوم میا ن رشته ای - بین علوم پایه با علوم باليني - مقابله با انواع اعتیاد - ایمنی غذایی - امنیت غذایی.

راهبردها و اقدامات ملی براي توسعه علم و فناوری در کشور

2- راهبردهای کلان توسعه علم و فناوری درکشور

راهبرد کلان :1 اصلاح ساختارها و نهادهاي علم و فناوري و انسجام بخشیدن به آنها و هماهنگ سازي نظام تعلیم وتربیت ، در مراحل سیاستگذاري و برنامه ريزي کلان.

راهبرد کلان :2 توجه به علم و تبدیل آن به يکي ازگفتما ن هاي اصلي جامعه و ايجاد فضاي مساعد، براي

شکوفايي و توليد علم و فناوري برمبناي آموز ههاي اسلامي از طريق توسع ه و تعميق و ب هکارگيري مؤلفه هاي فرهنگي، اجتماع ي و سياسي.

راهبرد کلان :3 جهت دادن چرخه علم و فناوري و نوآوري به ايفاي نقشي مؤثرتر در اقتصا د.

راهبرد کلان :4 نهادينه کردن مديريت دانش و ابتناي مديريت جامعه بر اخلا ق و دانش براساس الگوهاي ايراني- اسلامي در نهادهاي علمي، اقتصادي، سيا ي، اجتماعي، فرهنگي و دفاعي -امنيتي.

راهبرد کلان :5 نهادينه کردن نگرش اسلامي به علم و تسريع در فرايندهاي اسلامي شدن نهادهاي آموزشي وپژوهشي.

راهبرد کلان :6 تحول و نوسازی نظام تعلیم و تربیت اعم از آموزش و پرور ش و آموزش عالی به منظور انطباق با مباني تعليم و تربيت اسلامي و تحقق اهداف کلان نقشه.

راهبرد كلان :7 جهت دهي آموزش، پژوهش، فناور ي و نوآور ي به سمت حل مشكلات و رفع نيازهاي واقعي واقتضائات كشور با توجه به آمايش سرزمين و نوآوري درمرزهاي دانش براي تحقق مرجعيت علمي.

راهبرد كلان :8 تربيت و توانمندسازي سرمايه انساني با تأكيد بر پرورش انسا نهای متقي و كارآفرين و خودباور وخلاق، نوآور و توانا در تولي د علم و فناوري و نوآور ي، متناسب با ارز شهاي اسلامي و نيازهاي جامعه.

راهبرد كلان :9 تعامل فعال و اثرگذار در حوزه علم وفناوري با كشورهاي ديگر ب هويژه كشورهاي منطقه و جهان اسلا م.

راهبرد كلان : 10 متحو لسازي و ارتقاي كمی و كيفی علوم انسانی و هنر مبتني بر معارف اسلامي.

راهبرد كلان : 11 جه تدهي به چرخه علم، فناوري ونوآوري براي ايفاي نقش مؤثرتر در حوزة علوم پزشكي وسلامت.

راهبرد كلان : 12 جهت دهي به چرخه علم و فناوري ونوآور ي براي ايفاي نقش مؤثرتر حوزه فني و مهندسي.

راهبرد كلان : 13 توسع ه، تعميق و تقويت آموزش وپژوهش در حوزه علوم پايه.

***راهبردهاي ملي:**

.1سياستگذاری و ارتق اي هماهنگی و هم افزايي در بخشهاي مختلف كشور براي اجرايی كردن نقشه جامع علم و فناوري،

.2همسوكردن سياس تهاي توسعه صنعتي و اقتصادي كشور، به ويژه

برنامه هاي پنج ساله توسعه، با سياستهاي كلا ن توسعه علم وفناوري در كشور،

.3تعيين حدود مديريت و مالكيت نهادهاي مرتبط با حوزه علم وفناوري،

.4ساماندهی نظام مالكيت فكری در حوزه های علم و فناوری.

5. بازنگري، اصلاح، يكپارچه سازي، ساده سازي و روزآمدكردن قوانين و مقررات نظام علم و فناوري كشور،

.6اصلاح فرآيندها و ساختارهای نظارت و ارزيابي علم، فناوري ونوآور ي ملي و تعيين استاندار دهاي بومي در حوزه علم و فناوری درچارچوب نيازهاي اقتصادي و اجتماع ي كشور،

.7ساماندهی نظام تأمين مالی توسعه علم و فناوری.

***اقدامات ملي:**

.1طراحی سازوكار لازم برای سياستگذاری اجرايی، اجرايی كردن نقشه جامع علمی، تصويب و ابلاغ برنا مه های ملی و نظارت و ارزياب ـهای مربوطه.

.2ايجاد هماهنگی و انسجام بين نهادهای ذيربط در علم و فناوری و تكميل نهادهای مرتبط با چرخه علم و فناوری.

.3توانمندسازي بخش غيردولتي در نظام علم و فناوري و كاهش تصد ي گري دولت همزمان با تقويت ابعاد نظارتي آن.

.4افزايش سهم وقف و خيريه در توسعه

***اقدامات ملي:**

.1استقرار نظام مديري ت دانش و تقويت سازوكارهای تبديل دانش ضمني به دانش صريح و انتشار و استفاده از آنها به ويژه با تقويت زيرساخ تهاي فناوري اطلاعات و ارتباطات.

.2حمايت از ايجاد و توسعه شبك ههای تحقيقاتی و فناوری به منظور افزايش تعاملات و تسهيل انتقال و انتشار دانش.

.3تقويت و انسجا مبخشی به نظام اطلاعات علمی و فناوری كشور با مأموريت استانداردسازی و اصلاح فرآيندهای توليد،ثبت، داوری و سنجش و ايجاد بانكهای اطلاعاتی يكپارچه برای رسال ههاء پايا ن نامه ها، طر حهای پژوهشی و فناوری، مقالات، مجلات و كتب علمی و اختراعات و اكتشافات پژوهشگرا ن.

.4رتبه بندی و ساماندهی انتشارات علمی و تقويت پايگاه (ISC) استنادی علوم جهان اسلام

.5طراحی سا زوکار لازم براي بهر ه مند ساختن سیاستگذار یها و برنامه ریز یها و تصمیمگیر یهای کلان کشور از پژوهشهاي تائید شده در مراجع معتبر علمی از جمله فرهنگستا نها و مؤسسات و کانو نهای تفکر وانجمن های علمي مرتبط.

.6اصلاح مقررات واگذاری طر حهای مطالعاتی، تحقیقاتی وفناوری ملی در راستای اولویت دادن به مؤسسات پژوهشی.

راهبرد کلان5

نهادینه کردن نگرش اسلامي به علم وتسریع در فرایندهاي اسلامي شدن نهادهاي آموزشي و پژوهشي

***راهبردهاي ملي:**

.1نهادینه سازی نگرش اسلامی در برنامه ها و متون آموزشی،

.2توسعه فضای تعامل فکری دانشمندان علوم دینی و سایر علوم،

.3تعامل مؤثر و سازنده نهادهاي علمي حوزوي و دانشگاهي به منظورتقویت نگرش اسلامی به علم و بازسازی تمدن نوین اسلامي،

***اقدامات ملي:**

.1طراحی و استقرار نظام جامع مشاوره، استعدادیابي و هدایت به منظور هدایت دان شآموزان و دانشجویان به سوي رشته هاي علمي متناسب با اولویت های کشور براساس استعداد و علاقه مندي و تواناي یهاي آنها و اولویت هاي کشور.

.2توسعه ظرفیت جذ ب و ب هکارگیريِ منابع انساني متخصص کشور در مراکز علمي دولتي و غیردولتی.

.3بازتعریف نظام انتصاب و ارتقاي مدیران نهادهاي آموزشي و پژوهشي، استادان و پژوهشگران براساس ملا کهاي کیفي و تقویت نظام شایست هسالاري در نهادهاي آموزشي و تحقیقاتی.

.4حمایت از فعالیت تمام وقت اعضاي هیئت علمي با تأمین هزینه های رفاهی ایشان و فعالیت تمام وقت دانشجویان دورة دکترا با تأمین هزینه هاي تحصیلي و معیشتي ایشان.

تعامل فعال و اثرگذار در حوزه علم و فناوري با كشورهاي ديگر به ويژه كشورهاي منطقه و جهان اسلام

***راهبردهاي ملي:**

.1توسعه زبان فارسي به عنوان يكي از زبا نهاي علمي در سطح جهان، .2توسعه و تقويت شبكه اي مناسبات ملي و فراملي دانشمندان، پژوهشگران و همكاری بين ا لمللی با اولويت كشورهای اسلامی و كشورهای فارسی زبان، .3اصلاح سازوكارها و قوانين استخدام، ارتقای محققان و تخصيص مشو قها) بور سهاي (تحصيلي، فرصت های مطالعاتی و پژوهش ها براي افزايش همكار يهاي)رشته هاي اولويتدار،4) جلب مشاركت مؤثر متخصصان و پژوهشگران ايراني و)غيرايراني مقيم خارج از كشور،5) . 25حمايت از ارائه مقالات معتبر علمي در عرصه بين المللي و)ثبت اختراعا ت و اكتشافا ت5) .

راهبرد كلان10

متحو ل سازي و ارتقاي كمی و كيفی در علوم انسانی و هنر مبتني بر معارف اسلامي

***راهبردهاي ملي:**

1. توسعه هدفمند علوم انسان ي برپايه فطرت الهی انسا نها و معارف اسلامي و ساماندهی آموز شها و پژوهشهای آن، 2. تقويت تعامل مؤثر حوزه و دانشگا ه به منظور توليد علوم انسانی و هنر، 3. ترويج و تعميق نقد و مناظره و گسترش كرسی های نظريه پردازی در حوزه علوم انسانی، هنر و معارف اسلامی،

4. گسترش گراي شهاي ميا نرشت هاي در درون علوم انساني و بين رشته هاي علوم انسانی با ساير علوم، براساس نگرش اسلامي با رويكرد رفع نيازهاي علمي و اجتماعی ، 5. ايجاد ساختارهاي خاص حمايت از توسعه كيفي علوم انسان ي و معارف اسلامي، 6. توسعه و بوم سازی هنر و علوم انسانی كاربردی ومتناسب سازی رشته های آنها با نيازهای واقعی كشور، ساماندهي و تقويت هدفمند آموزش زبا نهای خارجی به منظور تحول كيفی در آن، .8بسترسازي و تقويت ساختارهاي حمايتی براي رشدهنرمتعهد، .9حمايت از توسعه آموزش و پژوهش هاي بنيادي و كاربردي در حوزه هن ر متعهد. (40 نظام قوام دهی شركت وساير قوام دهی)

جهت دهي به چرخه علم و فناوري و نوآوري براي ايفاي نقش مؤثرتر در حوزه علوم پزشكي و سلامت

***راهبردهاي ملي:**

.1توسعه و بوم سازی علوم و فناور يهاي سلامت در كشور، 2 توسعه آموزش و پژوه ش در زمينه ترويج شيو ه هاي زندگي سالم و اسلامي و نيز عوامل اجتماع ي مؤثر بر سلام ت و بهداشت

***اقدامات ملي:**

.1توسعه آمو زشها و پژوه شهاي حوزه تغذيه و پيشگيري،

راهبرد كلان12

جهت دهي به چرخه علم و فناوري و نوآوري براي ايفاي نق شآفريني مؤثرتر در حوزه فني و مهندسي

***راهبردهاي ملي:**

.1توجه ويژه به توسعه نيازمحور علوم و فناور يهای مهندسی براي توليد و جذب فناوري با توان رقابتي و ثرو ت آفريني همراه با حفظ محيط زيست و الگوي صحيح مصرف و رعايت اخلاق حرف های، .2تقويت ساختار هاي حمايت از توسعه تقاضامحور فعاليتهای فنی و مهندسی.

***اقدامات ملي:**

تقويت شركتهای فنی و مهندسی به منظور كسب توان طراحی مفهومی و پايه،) حمايت از شرك تهای طراحی مهندسی برای مشاركت در) طر حهای بين المللی،) ايجاد سازوكارهای لازم ب همنظور تسهيل و تشويق صادرات)و خدمات فنی، مهندسی، واگذاري طر حهای كلان ملي پژوهش و فناوري به متخصصان داخلي ب همنظور ارتقاي خودباوري و توانمندي)ملي و درجهت تأمين نيازهاي آتي كشور و جهان)، تدوين معيارهای اخلاق حرفه ای مهندسی و ترويج و)نظارت بر رعايت آنها، تشويق دان شآموختگان فنی و مهندسی به سمت ايجاد شرك تهاي دان شبنيان خصوصي و تعاوني در پار كها و مراكز)رشد علم و فناوري از طريق ارائه تسهيلات خاص به آنها ، توسعه و ساماندهی نظا مهاي مهندسي به منظور افزايش)كارآمدی و پاسخگويی آنها ،حمايت از شركت های طراحی و مهندسی به منظوركاربردی كردن دانش فنی توليد شده در پژوهشگاه ها و دانشگاه ها .

راهبرد كلان13

توسعه و تعميق و تقويت آموزش و پژوهش در حوزه علوم پايه

***راهبردهاي ملي:**

.1تشویق و هدایت مؤسسات علمی و آموزشی در توسعه

فصل پنجم

چارچوب نهادی علم، فناوری و نوآوری و تقسیم کار ملی در نظام علم و فناوری

الف (سیاستگذاری کلان و نظارت و ارزیابی

سیاستگذاری و تصمي مگیری کلان و راهبردی نظام علم و فناوری، روزآمدسازی و اجرایی کردن نقشه جامع علمی کشور و ارزیابی و نظارت بر حسن اجرای آن، سیاستگذاری کلان براي همکار نهای بي نالمللی در عرصه علم و فناوری و تصویب اسناد ملی فناور نهای اولوي تدار بر عهده شورای عالی انقلاب فرهنگی است که با سازوکار مورد نظر شوراانجام م یگیرد.

ب (سیاستگذاری اجرایی و هماهنگی وانسجا م بخشی اجرای نقشه جامع علمی کشور

ب همنظور تهیه، تصویب و ابلاغ سیاستهای اجرایی، طراحی سازوکار تحقق اهداف نقشه و اصلاح ساختارها و فرآیندهای مربوطه، هماهنگی و انسجام بخشی در اجرای نقشة جامع ستاد راهبری اجرای وعلمی و نظارت بر حسن اجرای آن به وسیله شورای عالی انقلاب » نقشه جامع علمی کشورفرهنگی با ترکیب زیر ایجاد م یگردد:

اهداف بنیاد سلام که نیازمند تدوین مجموعه استراتژیک مجموعه فوق است

01. هدف غائی) Goal (به عنوان غایت) Extreme(منبعث از دکترین ،ماموریت ورسالت بنیاد سلام)
02. (اهداف متوسط) Objectives (کوتاه مدت) Targets (وراه کارهای عملیاتی).
03. راهبرد بنیاد سلام درتوسعه هزاره سوم درجهان(با توجه به مبانی " اعلامیه هزاره" سوم".در سپتامبر سال ۲۰۰۰ تعداد ۱۴۷ نفر از سران کشورها، که متشکل از ۱۹۱ ملت بود، اتخاذ کردند. از قبیل
    I. ریشه کن ساختن فقر شدید و گرسنگی
    II. دست یافتن به آموزش ابتدایی همگانی

III. ترویج و تبلیغ برابری جنسی و توانمندسازی زنان

IV. کاهش مرگ و میر کودکان

V. بهبود وضعیت بهداشت مادران

VI. مبارزه با ایدز، مالاریا و سایر بیماریها

VII. تضمین پایداری محیط زیست

VIII. ایجاد مشارکت جهانی برای توسعه و پیشرفت علم وفناوری

IX. نظارت و ارزیابی" اهداف توسعه هزاره) MDGs ("برای پیشرفت در سطح کشوری توسط NGOs

04. تدوین اصول راهبردی شهروند جهانی سلام (اعم از زبان شناسی شناختگرا ، همگرائی نگاشت ، هم افزائی حاصل از لاضرر ولاضرار فی الاسلام ، کاملةالودادی (اصول برادری بین المللی) ،**(**الانسان مدنی بالطبع**)** ، بنی آدم اعضای یکدیگرند(The children of humanity are each other's limbs) ، حقیقت تالیف قلوب ، **شاخص های شهروندی سلام:**

I. رویکرد برادرانه وکامله الودادی ، برادر یاری یا برادرواری

II. رفیق ، مصاحب ، دوستی ویارگیری ودوست یابی

III. پدیدار شناسی اعتماد ونشانه شناسی اعتقاد

IV. .تشکیل اجتماعی تحت عنوان سلام ، مشارکت های اقتصادی – فرهنگی وصلح وصفا در روابط به عنوان سفیران سلام

V. مصالحه در تعاملات تجاری برای زدودن روابط الکترونیکی خصمانه سلطه

VI. جهانی ، شایستگی این تعاملات ارگانیک ، وجود یک نشان ارزشمند ومتمایز برای شهروندان فعال وفرهیخته در سطح جهان

VII. گسترش تهاتر بین المللی ، کالائی وخدماتی

VIII. همزبانی ، همدلی ، مولفین قلبی ، هم صحبتان ، رفیقان ، ملازم یکدیگر ، یاران صدیق ، دارای قصد وهدف مشترک

IX. همگرائی ، اتحاد وهمگرائی سلام

X. هم افزائی ، در اقتصاد ملی وجهانی

XI. استیناس ودوستی سلام ،پیشتازان سلام، "

XII. امور خیریه وشاخص های آن

XIII. کرامت داری ، کرامت پروری وسایر شاخصه های مربوط به شهروندی در دانش

XIV. نامه بنیاد

05. اصول واهداف خیریه بنیاد سلام(مؤسسات خیریه) Charities (چند جانبه)، سیزدهم فروردین ماه(دوم آوریل)روز جهانی اوتیسم روز خیریه کودکان (اوتیسم) Autismاست ،

06. اهداف سلام در پیام آوری صلح (**صلح اصل است نه جنگ**)و **اهداف صلح در اسلام در صفحه 56 اهداف بنیاد**

07. سه نوع حکمرانی (حکمرانی خوب ، مالک اشتر ، کورش کبیر)

08. میثاق وقراردادهای اجتماعی بنیاد سلام (جهت گیری ها، روند یابی ، شاخص گذاری ونحوه سنجش (ایجاد شرکت مدیریت کیفیت اسلامی وشعبات آن در سراسر ایران))

09. مسئولیت های اجتماعی بنیاد جهانی سلام

10. مکتب حکمت متعالیه سلام واهداف آن در بنیاد(الگوی اسلامی – ایرانی پیشرفت): تامین کننده مبانی فلسفه سیاسی ،

11. واکاوی غرب در رشد وتوسعه علم وفناوری شامل:

12. ازتئوری تا عمل وهمگرائی های علوم وفنون (TIP)

13. پیوند ها وهمکاری های بین المللی

14. کرامت انسانی واهداف آن(صفحه 103 اهدف)

سطوح برنامه ریزی مطابق بربرنامه های راهبرد های تدوین شده

برنامه ریزی در هر سطحی از سازمان وجود دارد. در سطح مدیریت ارشد عمدتا مربوط به برنامه ریزی استراتژیک بوده که مقاصد کلی سازمان را در برمی گیرد. برنامه های استراتژیک بایستی به طرح های عملی و اجرایی جزیی یا برنامه های تاکتیکی تقسیم شوند. در اصل این طرح ها برای تکمیل و اجرای طرح های وسیع تر مدیریت عالی وضع شده اند. آنها اغلب به موارد وظیفه ای محدود همچون فروش، مالی، تولید و پرسنلی مربوط می شوند. همچنین طرح هاو برنامه های عملیاتی نسبت به برنامه های

استراتژیک کوتاه مدت تر می باشند. نهایتا مدیران مسئول انجام برنامه های عملیاتی، مدیران میانی یا سطح پایین تری نسبت به مدیران ارشد سازمان هستند.

برنامه ریزی از طریق مدیریت اهداف

در خلال دو دهه ی گذشته کمتر توسعه و پیشرفت در تئوری و عمل مدیریت به اندازه مدیریت اهداف جلب توجه و کاربرد داشته است. مدیریت عملی موثر تاکید بر برقراری وکسب اهداف قابل اندازه گیری دارد .یک فلسفه ی مدیریتی (MBO=Management By Objectives) مدیریت به وسیله اهداف است که به ایجاد اهداف مورد توافق توسط مدیران ارشد و میانی وکاربرد این اهداف به عنوان اساس اقدامات انگیزشی، ابداعی و کنترلی تکیه می کند. علاوه بر آن مدیریت به وسیله ی هدف طریق اندیشیدن به نتایج قابل حصول را ارائه می نماید و مدیریت را وادار می کند تا برنامه ریزی شفاهی را انجام دهد. نه پاسخی ساده یا عکس العمل براساس حدس و گمان مدیریت به وسیله ی هدف طریق منطقی و سیستماتیک تری برای مدیریت فراهم می کند و از کمک به شیوه های ((مدیریت بحران)) ویا ((گره گشایی)) ویا ((غافلگیری)) جلوگیری می کند

این شیوه ی مدیریت به نتایج و پیشرفت های قابل اندازه گیری تاکید داشته وممکن است به پیشرفت هایی در زمینه ی کارآیی و سودمندی فردی سازمانی منتهی شود. چنین شیوه ای بر نتایج پیشرفت های قابل اندازه گیری تاکید داشته و ممکن است به پیشرفت هایی در زمینه ی کارآیی وسودمندی فردی و سازمانی منتهی شود. این شیوه به نسبت زیادی بستگی به شرکت فعال در هدف گذاری در تمامی سطوح مدیریت دارد.

جرج ادیورن (George Odiorne) یکی از موافقین اولیه ی مدیریت براساس اهداف، مدعی است که باید اقدامات ویژه ای جهت پرهیز از ((دام شغلی)) صورت گیرد او توصیف می کند که بعضی از مدیران و کارکنان آن چنان گرفتار انجام وظایف و فعالیت خود می شوند که نمی دانند برای چه هدفی فعالیت می کنند. در نتیجه چنین افرادی اغلب وجود و حضور را از طریق صرف انرژی و کار پر زحمتی که انجام می دهند مورد تایید و موجه می دانند بدون اینکه از خود سوال کنند آیا کار آنها نتیجه ی اثربخشی برای سازمان داشته است یا خیر؟

فرآیند مدیریت استراتزیک براساس اهدف (تحقیق سوم دانش نامه)

مدیریت استراتزیک براساس هدف مستلزم حمایت و تعهد مدیران ارشد سازمان است و متضمن چهار گام اساسی به شرح زیر :

1. حمایت و تعهد مدیران ارشد به مدیریت براساس هدف
2. برقراری اهداف وبرنامه های بلند مدت
3. برقراری اهداف سازمانی کوتاه مدت ویژه
4. برقراری اهداف عملکرد فردی و استانداردها

حمایت و تعهد مدیران ارشد به مدیریت براساس هدف مستلزم حمایت پر شور مدیران ارشد است. به علت عدم تعهد مدیران سطح MBO یک برنامه موثر واقع شود بایستی MBO موفق نمی گردد. برای اینکه MBO بالاست که یک برنامه های به روش مشارکتی در مدیریت تاکید داشته و مستلزم MBO. مدیریت ارشد موافق اصول آن باشد دخالت دادن همه ی مدیران در تمامی سطوح است. مدیر عامل باید اعتماد به زیردستان داشته باشد وشخصا متعهد و معتقد به سبک مدیریت و مشارکتی باشد. مدیریت ارشد نمی توان رابا یکدستور معرفی کند. مدیران سطوح پایین تر همچنین باید متقاعد به مزایای این سیستم بوده و تمایل به شرکتآگاهانه در فرآیند آن داشته باشند.

برقراری اهداف و برنامه های بلند مدت(Goal)

توسعه اهداف و برنامه های بلند مدت است. MBO یک وظیفه اصلی برنامه های بلند مدت از طریق ملاحظات سنجیده ی رسالت سازمان توسعه یافته وتکمیل می گردد.

مزایای قاعده MBO به قرار زیر است :

1. نتایج بهتر در کلیه سطوح مدیریتوسطوح اجرائی بالاترسازمان
2. MBO فراهم آوردن یکسیستم برنامه ریزی کلی موثر
3. مدیران را مجبور می کند که اولویتها را برقراروواستاندارها قابل اندازه گیری عملکرد را مشخصکنند.

4. روشن شدن مقررات ویژه مسئولیتها وتوانیها واختیارات کارکنان.

5. تشویق وایجاد انگیزه مشارکت انفرادی کارمندان و مدیران دربرقراری اهداف

6. MBO درفرآیند کنترل سهولت ایجاد می کند.

7. MBO یک فرصت طلایی رابرای خط مشی توسعه جهت مدیران وکارکنان فراهم می کند.

نتایج بهتردرکلیه سطوح مدریت و سطوح اجزائی بالاتر سازمان به طوری که مدیریت را ملزم میکند که عمل برنامه ریزی را گسترش داده و منابع لازم را بررسی می کند. فراهم اوردن یک به مدیران کمک می کند که مدیریت را از بحران وآتش MBO سیستم برنامه ریزی کلی موثربازی دورند.مدیران را مجبور میکند که اولویت ها را برقرار و استنداردها و اهداف قابل اندازه گیری فر آیند برنامه ریزی را تسریع میکند 0به جای اینکه MBO عملکردرا مشخص کنند 0 بگوید ((حداکثرتلاش خودرا بکن)) یا ((عجله کن)) اهداف خاص برنامه ریزی خاص راایجاب می کند.این چنین برنامه ریزی واقعی تر است زیرا برنامه مستلزم مرور بازبینی براساس جدول زمان بندی شده است . کارکنان مطمئن می شوند که می توانند منابعی را به دست آورند که لازم برای اجرای هدف است و موانع اجراء بحث و مرتفع می گردد .یکنوع برنامه ریزی زنجیروار منطقی قبل از انجام هر عمل شروع می شود .

فرآیند برنامه ریزی استراتژیک

1. تعیین رسالت سازمانی

2. بی سازمان و محیط آن

3. وضع اهدافویژه یا جهتدهی

4. تعیین استراتژیهایی که تحقق اهداف راتامین نماید

ارزیابی سازمانی و محیطی

زمانی که رسالت تعیین گردید سازمان باید از لحاظ نقاط قوت و ضعف تهدیدها و فرصت هایی محیطی مورد ارزیابی قرار گیرد.اهداف ویژه می تواند وضع و استراتژی ها برای تحقق اهداف از طریق Bic Corporation))((توسعه یابد. مثلا در اوایل دهه ی 1980 شرکت((بیک ارزیابی محیطی برای فروش

تیغ اصلاح های بی خطر یکبار مصرف موقعیت مناسبی را بدست آورد. ارزیابی سازمان آشکار ساخت که بیکبرای تولید انبوه تیغ های دسته پلاستیکی کوچک از هر شرکت دیگر آمریکایی توانایی بیشتری دارد. شرکت اهدافروشتولید و سود را تنظیم و استراتژی ها را طراحی نمود و سریعا در عرضه ی تیغ های بی خطر یک بار مصرف فروشنده پیشتاز جهان گردید.

ایجاد برنامه های استراتژیک دربردارنده جریان اطلاعات از سازمان ومحیط آن است. از داخل اطلاعات مربوط به شایستگی ها و صلاحیت های سازمانی و نقاط قوت وضعفبدست مِی آید و پژوهش های محیطی به استراتژیست های سازمانی اجازه می دهد تا تهدید ها و فرصت ها را هم چون محدودیت ها معلوم نمایند. به طور خلاصه کار در مرحله برنامه ریزی عبارت است از توسعه استراتژی هایی که نقاط قوت شرکت را افزایشداده و نقاط ضعفرا به حداقل رساند تا فرصت ها را به چنگآورده و تهدیدها را مانع شود.

استراتژی های نهان

مولفین: دکتر علی رضائیان و دکتر علی محمد احمدوند و روح الله تولّایی

چکیده: در مطالعات مدیریت دانش، استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش مفاهیمی جدید و ابداعی می باشند که اغلب در پروژه های داخل کشور چندان مورد توجه قرار نگرفته است. از همین رو تحقیق حاضر با هدف بررسی و تبیین ضرورت ها، کارکردها و الگوهای مربوط به این دو مفهوم و بیان تفاوت های آن ها در سازمان ها انجام شده است. این تحقیق با روش مطالعات کتابخانه ای انجام شده و ابزار گردآوری اطلاعات در آن فیش برداری از منابع پایگاه های اطلاعاتی شبکه جهانی اینترنت، کتب و مقالات علمی فارسی و لاتین و پایان نامه های مرتبط با موضوع تحقیق بوده است. در این مقاله پس از بیان مسئله و اهمیت آن، الگوهای استراتژی مدیریت دانش و الگوهای استراتژی دانش با استفاده از منابع دست اول بررسی شده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد با توجه به تفاوت ماهیت و کارکرد این دو مفهوم، سازمان ها برای انجام پروژه های مدیریت دانش نیازمند تدوین استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش خود به صورت جداگانه می باشند. استراتژی مدیریت دانش بر مبنای دسته بندی دانش به انواع دانش آشکار (صریح) و دانش پنهان (ضمنی) تعریف می شود و استراتژی دانش بیان می کند که سازمان چه

دانشی را، با چه عمقی، از چه منبعی و از چه طریقی برای پشتیبانی از برنامه استراتژیک خود بایستی کسب نماید.

الگوهای استراتژی مدیریت دانش

راهبرد مدیریت دانش مسیر حرکت در جهت اهداف سازمان را مشخص می نماید که هدف اصلی آن بالفعل ساختن مدیریت دانش در سازمان است. در راهبرد مدیریت دانش فرآیند پیاده سازی ، فعالیت ها و استاندارد سازی اجزاء اصلی راه حل ها مد نظر قرار می گیرند(TECTEM, 2001). مجموعه عملیات ها و فعالیت های سازمان در پرتو راهبرد مدیریت دانش موجب می گردد تا نظام مدیریت دانش به صورت موثر و کارآمد عمل نماید، به فرهنگ سازمان ملحق گردد و در راستای حمایت از سازمان، به کارکرد موثر خود ادامه دهد. ماهیت سازمان، نوع محصولات و خدمات، و ماهیت دانشی که سازمان با آن سروکار دارد از عوامل اصلی انتخاب راهبرد مناسب مدیریت دانش در سازمان ها و شرکت ها می باشند. در ادامه با مروری بر تحقیقات و مطالعات انجام شده در خصوص استراتژی های مدیریت دانش در سازمان ها و موضوعات مرتبط با آن، به تبیین دیدگاه های مطرح شده در مورد آن خواهیم پرداخت.

1- استراتژی های مدیریت دانش نوناکا و تاکاشی (1995 میلادی)

نوناکا و تاکاشی (Takeuchi, 1995 & Nonaka) بیان می کنند که برای اولین بار پولانی (1966) در تحقیقات خود به طور تلویحی دانش را به دو دسته آشکار و پنهان تقسیم کرده است. بر همین اساس آنها بیان می کنند که دانش آشکار (صریح) می تواند در قالب واژگان و اعداد بیان و به شکل داده ها، فرمول، مشخصات، دستورالعمل ها و نظایر آن تسهیم شود. این نوع دانش می تواند به آسانی کدگذاری شود و به سادگی بین افراد به طور رسمی و نظام مند منتقل شود. از طرف دیگر دانش پنهان (ضمنی) در ذهن افراد موجود است و به طور عمیق در اقدامات، تجارب، ارزش ها و مطلوب های افراد می باشد. مدل های ذهنی، شهود و تصورات در این حوزه از دانش قرار می گیرند.

نوناکا و تاکاشی (1995) چهار نوع استراتژی خلق و تبدیل دانش های صریح و ضمنی در سازمان ها را ارائه نموده اند که عبارتند از: 1- اجتماعی سازی، 2- برونی سازی، 3- ترکیب سازی و 4- درونی سازی. همانطور که در نمودار (1) مشاهده می شود، گری و همکارانش(Gary & al., 2005 et) در مطالعات خود این چهار نوع استراتژی را بر اساس نظریه نوناکا و تاکاشی به صورت شماتیک و با ذکر جزئیات نشان داده اند.

نمودار (1): استراتژی های مدیریت دانش نوناکا و تاکاشی (Gary & al., 2005 et)

1- **استراتژی اجتماعی سازی (پنهان به پنهان):** در این استراتژی دانش پنهان انتقال می یابد و مجدداً به دانش پنهان تبدیل می گردد. در استراتژی اجتماعی سازی، افراد تجارب و مدل های ذهنی خود را جهت بهبود دانش، با دیگران به اشتراک می گذارند. این فرایند شامل دستیابی افراد به درک متقابل از طریق تعاملات اجتماعی چهره به چهره ، تسهیم دیدگاه ها، هم اندیشی ، تعاملات حمایت گری و غیره می باشد. برای مثال می توان به روابط پیشرفته همکاران، آموزش ضمن کار، روش آزمون و خطا، تقلید از دیگران، جلسات طوفان مغزی، تمرین و آموزش، تبادل عقاید، گفتگوی بسیار، اقدامات تشویقی از جمله روز دانش و کافه دانش و... اشاره نمود.

2- **استراتژی برونی سازی (پنهان به آشکار):** در این نوع استراتژی، دانش پنهان از طریق فرایند برونی سازی به دانش آشکار تبدیل می گردد. این فرایند به افراد اجازه می دهد که به صورت انفرادی مفاهیم دانش ضمنی را تدوین نموده و با دیگران به اشتراک بگذارند و دانش جدید به وجود آورند. به عبارت دیگر، دانش شخصی یا ضمنی، به صورت استعاره ها، تشبیه ها، فرضیات و مدل ها به دانش صریح تبدیل می شود. شخص، زمانی که از تبادلات و توجهات جمعی جهت این فرایند طراحی استفاده می کند، اغلب به برونی کردن اقدام می کند. در این استراتژی اصول مدیریت محتوا به منظور آرشیو کردن، به روزآوری و بازیابی دانش آشکار شده مورد نیاز خواهند بود. نوناکا و تاکاشی از برونی کردن به عنوان فرایندی

کلیدی در تبدیل دانش یاد می کند. زیرا در اینجاست که دانش ضمنی تجدید می شود و طراحی های آشکار ظهور می کند.

3- **استراتژی ترکیب سازی (آشکار به آشکار)**: در استراتژی ترکیب سازی دانش تجزیه شده موجود، به اشتراک گذاشته شده و ترکیب و تفسیر می گردد. در این حالت دانش صریح به دانش صریح پیچیده تری تبدیل می شود، به عبارت دیگر، عقاید در این مرحله با یک سیستم دانش (مانند پایگاه داده) ترکیب می شوند. افراد به تبادل دانش می پردازند و این دانش از طریق مستندات، جلسات، مکالمات تلفنی و تبادل اطلاعات از طریق فناوری ها و ابزارهایی مانند شبکه های کامپیوتری ترکیب می شوند. دانش جدید نیز می تواند از طریق ساختاردهی مجدد اطلاعات کنونی به وسیله ذخیره سازی، افزودن، ترکیب و طبقه بندی دانش صریح ایجاد می شود. ترکیب، نوعی از ایجاد دانش است که در مقوله آموزش و تحصیلات گنجانده می شود. نمونه هایی از استراتژی ترکیب سازی، سیستم های دانش و اطلاعات، تهیه گزارشات مروری، تحلیل روند و خلاصه مدیریتی می باشند.

4- **استراتژی درونی سازی (آشکار به پنهان):** استراتژی درونی سازی شیوه ای است که دانش آشکار از طریق تفسیر دانش، درونی می شود و به دانش ضمنی تبدیل می گردد. این امر می تواند از طریق یادگیری حین عمل صورت بگیرد و دانش مستند سازی شده، نقش حیاتی را در این فرایند بازی می کند. درونی سازی زمانی رخ می دهد که کارگران جدید دانش، یک پروژه را با مطالعه بایگانی های آن، احیاء کنند. همچنین درونی سازی را زمانی می توان مشاهده کرد که مدیران یا خبرگان با تجربه سخنرانی کنند و یا نویسندگان تصمیم به نوشتن بیوگرافی از یک کار آفرین یا موسسه داشته باشند. به محض درونی شدن، دانش های جدید مورد استفاده کارکنانی قرار می گیرد که آن را در پایگاه دانش پنهان موجود خود توسعه داده و سازماندهی مجدد کرده اند. (et al., 2005 & Gary)در مجموع با توجه به مطالعات مشابه انجام شده در حوزه استراتژی های مدیریت دانش و تجربیات شرکت های پیشرو در دنیا، به نظر می رسد بهترین حالت برای انتخاب استراتژی مدیریت دانش بر اساس نظریه نوناکا و تاکاشی، سرمایه گذاری بر روی یک یا دو استراتژی مدیریت دانش به عنوان استراتژی های اصلی و به کارگیری بقیه استراتژی ها به عنوان استراتژی های پشتیبان می باشد

الگوهای استراتژی دانش

استراتژی دانش، روش ویژه ای است برای بهینه سازی خلق و تبدیل دانش به مزیت رقابتی در سازمان (McDermott Consulting Firm, 2005). از دیدگاه آقای زاک (Zack, 1999)، استراتژی دانش برای پرکردن شکاف بین دانش موجود و دانش مورد نیاز تدوین می شود. هدف استراتژی دانش پاسخگویی به سوالات استراتژیک می باشد که بر هوشمندی رقابتی و سیستم های بازیابی دانش داخلی تاکید دارد. (etal., 2007 & Kruger) به محض اینکه دانش کافی در دسترس باشد، استراتژیست ها می توانند ترکیب هماهنگی را بین نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت ها و تهدیدات سازمان به وجود آورند. به طور کلی انجام هر تلاشی در زمینه مدیریت دانش، باید بخشی از یک مجموعه فرایند تدوین استراتژی کسب و کار سازمان باشد و باید در راستای جهت گیری های آتی سازمان و اهداف سازمان حرکت کند. بر همین اساس تا کنون نظریه ها و تعاریف مختلفی از استراتژی دانش توسط صاحبنظران ارائه شده است که در ادامه به بررسی مهمترین آنها می پردازیم:1- مطالعات بیرلی و چارکرابارتی (1996 میلادی)اولین مطالعه تجربی درخصوص استراتژی دانش توسط بیرلی و چارکرابارتی (Charkrabarti, 1996 & Bierly) انجام شده است. آنها استراتژی دانش را به عنوان "مجموعه ای از پاسخ های جمعی مدیران به نیازهای یادگیری راهبردی سازمان تعریف نموده اند."بیرلی و چارکرابارتی معتقد بودند که عموماً مدیران تصمیمات استراتژیک خود را در خصوص استراتژی دانش بر اساس عواملی از قبیل سرعت یادگیری، عمق دانش مورد نیاز، نوع یادگیری سازمانی (درونی یا بیرونی- تدریجی یا بنیادی) اتخاذ می کنند. با استفاده از داده ها و اطلاعات جمع آوری شده از فعالیت های 21 شرکت داروسازی آمریکایی طی سال های 1991 تا 1996 میلادی و با استفاده از فن خوشته بندی، می توان این شرکت ها را با توجه عوامل فوق الذکر، به لحاظ استراتژی دانش به چهار گروه تقسیم نمود:2- مطالعات زاک (1999 میلادی) زاک (Zack, 1999) با مطالعه روی 25 شرکت به نتایج قابل توجهی در خصوص استراتژی دانش دست یافته است. او معتقد است دانش راهبردی هر سازمان را با توجه به توانمندی و قابلیت آن در پشتیبانی و حمایت از جایگاه رقابتی سازمان می تواند به سه گروه تقسیم بندی شود: دانش پایه ، دانش پیشرفته و دانش نوآورانه .دانش پایه، حداقل میزان و سطح دانش مورد نیاز برای فعالیت در عرصه یک کسب و کار است. به دلیل اینکه دانش پایه عموماً در اختیار اعضاء و رقبای یک کسب و کار است، این میزان از

قابلیت دانشی، باقی ماندن در عرصه رقابت را در طولانی مدت تضمین نمی کند. دانش پیشرفته، دانشی که سازمان ها می توانند به پشتوانه آن در عرصه رقابت باقی بمانند. سازمان های پایدار در عرصه رقابت، علاوه بر برخورداری از دانش پایه، دارای محتوای دانش تخصصی نیز می باشند که اغلب در میان رقبا تفاوت می کند و تمایز دانش را موجب می شود. دانش نوآورانه، دانشی است که یک سازمان را قادر می سازد تا رهبری و هدایت صنعت و رقبایش را بدست گیرد و به طور قابل ملاحظه ای خود را از رقبایش متمایز نماید. دانش نوآورانه اغلب یک سازمان را توانمند می سازد که بتواند بر قواعد موجود کسب و کار تاثیر گذار بوده و گاهی این قواعد را تغییر دهند. نکته قابل توجه این است که دانش ایستا نیست، لذا آنچه که امروزه دانش خلاقانه می باشد در آینده ای نه چندان دور، دانش پیشرفته خواهد بود و دانش پیشرفته، دانش پایه خواهد شد.3- مطالعات دی پابلوس 1 (2002 میلادی)یک نمونه با ارزش مطالعات تجربی انجام شده برمبنای نوع شناسی استراتژی دانش بیرلی و چارکرابارتی(1996)، توسط دی پابلوس (de pablos, 2002) انجام شده است. بر اساس مطالعه و بررسی صورت گرفته توسط وی بر روی 123 شرکت صنعتی اسپانیایی، دی پابلوس چهار نوع استراتژی دانش را شناسایی نموده است که عبارتند از: جدا افتاده، جستجوگر، بهره بردار و نوآور. مهمترین نتیجه این تحقیق این است که استراتژی دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر می گذارد و بنابراین، استراتژی دانش عبارتست از "یکی از اجزاء استراتژیک پازل عملکرد سازمانی". علیرغم اینکه مطالعه دی پابلوس قابل اتکا است، ولی در دو زمینه دچار کاستی و کمبود می باشد، اول اینکه او مشخص ننموده است که چگونه استراتژی های دانش به صورتی که بیرلی و چارکرابارتی ارائه نموده اند را عملیاتی نموده و دوم اینکه در تحقیق وی تاثیر عملکردی هر یک از استراتژی ها مشخص نشده است. 4- مطالعات بیرلی و دالی1 (2002 میلادی)بر اساس مطالعات تئوریک انجام شده توسط بیرلی و دالی (Daly & Bierly, 2002) استراتژی دانش عبارتست از: مجموعه انتخاب های استراتژیک سازمان در خصوص دو بعد دانش زیر: 1- خلق یا کسب دانش جدید.2- به کارگیری و اهرم سازی دانش موجود برای خلق محصولات و فرآیندهای سازمانی جدید. بر همین اساس بیرلی و دالی چهار نوع استراتژی دانش را برای شرکت ها تعریف می کنند که عبارتند از: استراتژی خلق دانش ؛ استراتژی یادگیری دو وجهی ؛ استراتژی حفظ وضع موجود و استراتژی بهره برداری دانش . رابطه این چهار نوع استراتژی با میزان خلق و کسب دانش جدید و میزان به کارگیری دانش موجود در نمودار (5) آمده است ، 5- مطالعات کستن1 (2007 میلادی)کستن (Kasten, 2007) معتقد است استراتژی دانش یک مقوله جدید در ادبیات مدیریت دانش است، همانگونه که به کارگیری دانش

به عنوان یک ابزار راهبردی برای دستیابی به مزیت رقابتی، نظریه جدیدی است. کستن، استراتژی دانش را اینگونه تعریف می کند: مجموعه ای از خطوط راهنما که تصمیمات یک سازمان را در خصوص تشخیص، کسب، توسعه، ذخیره سازی، مدیریت، بازیابی و بکارگیری دانش خود شکل می دهد. استراتژی دانش به عنوان جزئی از استراتژی اصلی سازمان، بین جهت گیری های استراتژیک سازمان، ساختارها و فعالیت های دانشی آن، اتصال و ارتباط بر قرار می کند. این ساختار ها و فعالیت ها اغلب شامل سیستم های مدیریت دانش می شوند، از این رو استراتژی دانش می تواند به عنوان اصول راهنمای سیستم های مدیریت دانش مطرح شود. در تحقیقی که توسط کستن در سال 2006 میلادی انجام شده، در خصوص استراتژی دانش و تاثیر آن بر شرکت ها بررسی هایی صورت گرفته است. در این تحقیق سازمان های حوزه های مختلف شامل مراکز درمانی، خدمات مالی و بیمه مورد بررسی قرار گرفته اند.

درخت تصمیم فازی ؛ رویکردی نوین در تدوین استراتژی

از بهزاد جعفری, عادل آذر

زمان و عدم قطعیت در فرآیند برنامه ریزی استراتژیک نقش مهمی را ایفا می کنند. در دنیای متغیر امروزی داشتن استراتژی متناسب با شرایط متغیر محیطی از اهمیت بالایی برخوردار بوده و رویکردهای کلاسیک تدوین استراتژی، قابلیت پاسخگویی سریع و مناسب به نیاز سازمان ها، در محیط متغیر امروزی را ندارند. درخت تصمیم فازی که حاصل ترکیب الگوریتم (ID3) و تئوری مجموعه های فازی می باشد، مدلی سیستماتیک ارائه می کند که سازمان ها با استفاده از آن می توانند در برابر تغییرات محیطی، واکنش سریع و مناسب داشته باشند. مزیت دیگر این رویکرد، توانایی کار آن با متغیرهای کلامی است که دانش حاصل از آن برای انسان از قابلیت درک بالایی برخوردار می باشد. این رویکرد به دلیل فازی بودن توانایی برخورد با عدم قطعیت را داشته و با در نظر گرفتن حالت های مختلف در پایگاه داده، واکنش مناسب در برخورد با تغییرات محیطی دارد. این رویکرد ابتدا صفات اصلی دخیل در امر تدوین استراتژی را شناسایی کرده و اقدام به ایجاد پایگاه داده و تشکیل درخت با محاسبه آنتروپی صفات می کند تا پایگاه قوانین حاصل شود. در نهایت با فازی سازی ورودی ها (صفات) و خروجی ها (استراتژی ها)، سیستم استنتاج فازی اولویت بندی استراتژی ها را ارائه می دهد.

معرفي درخت تصميم

توسعه تكنولوژيهاي كامپيوتري و تكنيكهاي يادگيري اتوماتيك ميتواند تصميمگيري را آسانتر و بسيار كاراتر سازد .در دامنه يادگيري ماشيني جاييكه هميشه كامپيوترها تصميم ميگيرند و يا براي گرفتن تصميم درست پيشنهادهايي را ارائه ميدهند،رويكردهاي زيادي از تكنيكهاي تصميمگيري وجود دارند؛ از قبيل درختهاي تصميم،شبكههاي عصبي مصنوعي و . ...درخت تصميم شيوه اي براي ارائه پايگاه قانون و در واقع درخت تصميم فراگير يكي از -*Guoxiu, 2005:5)* . يك روش بازنمايي دانش م يباشد *)* روشهاي استنتاج استقرائي با كاربرد وسيع و روشي براي تخمين توابع هدف گسسته است

كاربردها و مزاياي درخت تصميم

رويكرد درخت تصميم در بسياري از زمين ها كاربرد دارد از جمله :شناسايي الگوها، طبقه بندي الگوها، كلاسه بندي، سيستمهاي پشتيبان تصميمگيري، سيستمهاي خبره وزيرا در مقايسه با ساير متُدها از جمله ماكزيمم *(Pang Huang, etal,*. غيره*1998)* احتمال سريعترين مي باشد .بويژه در شرايطي كه فضاي نمونه بزرگ است علاوه بر اين مهيا كردن داده آسان و درك آن نيز براي افراد غير فني آسانتر است، مزيت ت ديگر آن اين است كه هر دو نوع دادة عددي و رتبه اي را مي تواند طبقه بندي كند .درخت تصميم بطور

Interactive Dichotomizer 3(ID3) موفقيت آميزي در زمين ههاي مديريت مالي) در تبادلات و معاملات(، اطلاعات بازار بورس، بررسي اداري، مديريت قوانين كسب و كار) آناليز كيفيت پروژه، مديريت كيفيت محصول، مطالعه امكان سنجي(، بانكداري و بيمه) بررسي و پي شبيني ريسك(، علوم محيطي)تجزيه و تحليل كيفيت محيط، تجزيه و تحليل منابع يكپارچه، بررسي فاجعه(، تصميم گيري در *(Guoxiu,* -*6: 2005*تشخيص و انتخاب درمان مناسب و غيره بكار مي رود*7)* *(Wang, etal,* .مزي?ت اصلي رويكرد درخت تصميم نشان دادن راهحلهاست*2006)* درخت تصميم سه چيز را نشان ميدهد:

1-هر گره داخلي، كه يك صفت را آزمايش ميكند.

2-هر شاخه، كه مطابق با ارزش صفت ميباشد.

3- *(Mitchell,* .هر گره برگ، كه يك كلاس را نشان ميدهد*1997)*

معايب درخت تصميم

يكي از معايب درخت تصميم بي ثباتي آن می باشد .درخت تصميم با بوجود آمدن اندك اغتشاشي در داده آموزشي همانند طبقه بندي كنندة بي ثبات عمل مي كند .ساختاردرخت تصميم با تغيير جزئي در مجموعة داده ها ممكن است به كلي دگرگون شود و درمواردي كه تصميمات رقمي) عددي (مورد نياز است اين نوع درخت تصميم غيرقابل استفاده مي شود .جهت غلبه بر اين مشكل بعضي از دان شيژوهان درخت تصميم فازي را

(Guoxiu, پيشنهاد كرده اند*2005:7) ،* CART1و ID به عنوان انواع خاصي از الگوريتم هاي ايجاد درخت تصميم، ميتوان يكي از متداولترين روشهاي يادگيري نمادين، استقراي *(Jang,* را نام برد *)* *1994*توسعه ID درخت تصميم ميباشد كه نخستين بار به وسيلة كوئينلن تحت نام الگوريتم(3125 ، كه با عنوان 3 نوع تشخيص دهنده متعامل : داده شد) گودرزي و همكاران،1383 يك روش رايج و كارا در تقسيمبندي دادههاي سمبوليك و نمادين ID شناخته ميشود.

احتمال تحریم وپیامدهای آن برای ایران (الگوئی برای بنیاد سلام)

تحریم به عنوان ابزاری برای اعمال فشار، از قرن‌ها پیش مورد استفاده کشورها بوده و پس از تشکیل سازمان ملل متحد نیز این ابزار در شرایط مختلف توسط شورای امنیت این سازمان مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. اینکه تاکنون تا چه اندازه این ابزار در خدمت صلح و امنیت جهانی بوده است یا در خدمت قدرت‌های بزرگ، موضوعی در خور بررسی است. اما با توجه به ارجاع پرونده هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به شورای امنیت و تقویت احتمال اعمال تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران، موضوع پیامدهای احتمالی تحریم برای ایران از اولویت و اهمیت بیشتری برخوردار شده است. بر این اساس، معاونت پژوهش‌های سیاست خارجی مرکز تحقیقات استراتژیک طی نشستی با حضور صاحب‌نظران اقتصادی و سیاسی به بررسی ابعاد مختلف این موضوع پرداخته است .نوشتار حاضر جمع بندی مسائل طرح شده در این نشست می‌باشد

ابعاد نظری تحریم

بنا به تعریف تحریم اقتصادی عبارت از یک سلسله سیاست‌های برنامه‌ریزی شده یک دولت برای محدود کردن مناسبات اقتصادی(به طورکل) با دولتی دیگر، به منظور دستیابی به اهداف سیاسی و اقتصادی خود است. تحریم‌ها می‌توانند به طور یک‌جانبه، چندجانبه و یا براساس قطعنامه‌های بین‌المللی اعمال شوند. تحریم بین‌المللی مستلزم صدور قطعنامه سازمان ملل است؛ اما در تحریم چندجانبه معمولاً چند کشور برای

اعمال تحریم علیه یک کشور دیگر با هم توافق می‌کنند. در تحریم یک جانبه نیز یک کشور به تنهایی علیه کشور دیگر وارد عمل می‌شود. دو مورد اخیر مستلزم صدور قطعنامه شورای امنیت نیست و توافق کشورها زمینه تحریم را فراهم می‌کند. اگر در یک تحریم چند جانبه یا بین‌المللی یک حلقه ضعیف وجود داشته باشد کل تحریم ضعیف می‌شود، زیرا استحکام کلی یک رشته زنجیر به مقاومت ضعیف‌ترین حلق? آن بستگی دارد .در تحریم‌های بین‌المللی، اغلب پیش از اعمال تحریم کامل مجموعه‌ای از اقدامات صورت می‌گیرد که می‌تواند شامل موارد زیر باشد -1 :تشویق یا ترغیب از طریق مذاکره دو جانبه؛ -2 اعلام عمومی و هشدار برای آگاه کردن کشور مورد نظر؛ -3 مشاوره با متحدین برای ایجاد ائتلاف؛ -4آغاز تحریم‌های غیر اقتصادی :الف) لغو جلسات چند جانبه بین‌المللی در کشور مورد تحریم ب) لغو اعطای روادید به مسولین کشور مورد تحریم ج (کاهش روابط دیپلماتیک با کشور مورد تحریم د (عدم اعطای تسهیلات و کمک‌های مالی ه (قطع ارتباطات مختلف انواع تحریم تفاوت تحریم‌ها از سه جنبه است: 1- هدف -2 مخاطب -3 روش تحریم ها بر اساس اهداف به دو نوع تقسیم می شوند : -1تحریم با هدف استراتژیک؛ در این حالت، منافع استراتژیک یک کشور در خطر قرار دارد، که در این صورت تحریم جایگزین جنگ می‌شود (هزینه‌اش از جنگ کمتر است)؛ -2 تحریم با هدف تغییر رفتار؛ در این حالت، تحریم همه‌جانبه نخواهد بود و تغییر رژیم و بی‌ثبات کردن آن مورد نظر نیست . در ادبیات مربوط به این موضوع همچنین تحریم‌ها را به لحاظ شکلی به دو نوع تقسیم می‌کنند -1:اجباری -2مداخله‌جویانه .از نظر هدف، تحریم‌های اجباری تغییر رفتار را دنبال می‌کنند، بنابراین، در اینجا مخاطب رژیم است و روش آن هم علنی است. در تحریم مداخله‌جویانه، هدف بی‌ثبات‌سازی و یا تغییر رژیم است، مخاطب مردم می‌باشند و روش آمیزه‌ای از روش‌های رسمی علنی و پنهانی است . در هر کدام از این دو روش، تحریم مبتنی بر نظری? وابستگی است. با این حال، دو رویکرد نسبت به وابستگی وجود دارد: 1- وابستگی مارکسیستی، که بین آسیب‌پذیری اقتصادی و ناآرامی‌های اجتماعی رابطه‌ای مستقیم برقرار می‌کند (هر میزان که یک کشور آسیب‌پذیری اقتصادی‌اش بیشتر باشد، در صورت اعمال فشار، ناآرامی اجتماعی بیشتری در آن رخ می‌دهد). 2 -وابستگی از نوع آمریکای لاتین که لزوماً این گونه نیست که اگر کشوری به لحاظ اقتصادی وابسته بود، بین این وابستگی اقتصادی و آسیب‌پذیری اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد .

ابعاد حقوقی تحریم

صرف‌نظر از بحث منشور ملل متحد، سه نوع تفکر در مورد تحریم‌های اقتصادی در چارچوب حقوق بین‌الملل وجود دارد -1 :مکتب موافقان تحریم: براساس این مکتب فکری کشورها هم در برقراری رابطه اقتصادی و هم در قطع رابطه اقتصادی و هم در اعمال تحریم‌ها، براساس اصل حاکمیت مطلق دولت‌ها، آزاد هستند -2 .مکتب بی‌طرفی: هواداران این مکتب معتقدند بین تحریم مستقیم و تحریم غیرمستقیم تفاوت وجود دارد. تحریم مستقیم مجاز و تحریم غیر مستقیم غیر مجاز می‌باشد -3 .مکتب مخالفان تحریم: این گروه معتقد هستند هیچ نوع تحریمی در نظام حقوقی بین‌الملل مدرن نباید علیه کشورها اعمال شود، زیرا پیامدهای منفی تحریم به مراتب بیشتر از پیامدهای مثبت آن است .مبنای حقوقی بحث تحریم اقتصادی در سازمان ملل به ماده 41 فصل هفتم باز می‌گردد که می‌گوید شورای امنیت می‌تواند برای اجرای تصمیمات خود، اقداماتی را که متضمن بکارگیری نیروی مسلح نباشد، در پیش بگیرد و می‌تواند از اعضای ملل متحد بخواهد که به این قبیل اقدامات مبادرت ورزند. این اقدامات ممکن است شامل متوقف ساختن تمام یا بخشی از روابط اقتصادی – و ارتباطات راه‌آهن، دریایی، هوایی، پستی، تلگرافی، رادیویی و ... و قطع روابط سیاسی باشد .در فاصل? سال های 1914 تا 2000، 86 مورد تحریم در جهان به وقوع پیوسته است که 66% از آنها ناموفق بوده‌اند و نتوانسته‌اند هدف سیاسی مورد نظر را تأمین کنند و 34% از آنها به طور نسبی موفق بوده‌اند که در این میان یکی دو مورد (تحریم آفریقای جنوبی و رودزیا) بیشترین اثر را داشته‌اند .مؤسسه اقتصاد بین‌الملل واشنگتن نیز در یک تحقیق، تحریم‌های بعد از جنگ را در 115 مورد طبقه‌بندی کرده است و اشاره نموده است که تنها 34 مورد از این تحریم‌ها با موفقیت همراه بوده‌اند. اغلب تحریم‌ها از بعد از جنگ جهانی تاکنون، تحریم‌های یک جانبه بوده‌اند که دو سوم آنها توسط آمریکا صورت گرفته‌اند. در این تحقیق، چنین نتیجه‌گیری شده است که هر چه ارتباط تجاری طرفین تحریم بیشتر باشد، شانس موفقیت تحریم بیشتر است (یکی از دلایلی که تحریم‌های آمریکا بر روابط اقتصادی ما یا رفتارهای اقتصادی ما در سطح بین‌الملل چندان تأثیرگذار نبوده است، همین محدود بودن ارتباطات تجاری ایران با آمریکاست که کاملاً برخلاف مورد اروپا می‌باشد). همچنین، هر چه تحریم کلی‌تر باشد، شانس توفیق آن بیشتر است. تحریم‌های معتدل همراه با تهدید به تشدید آنها، شانس بیشتری برای توفیق و جلب حمایت سایر کشورها دارند؛ یعنی روندی که از تحریم محدود شروع می‌شود و به تدریج تحریم تشدید می‌شود تا در ادامه حمایت سایر کشورها نیز جلب گردد (همان مسیری که آمریکا برای تحریم ایران پیش

گرفته است) .طبق ماده 50 منشور ملل متحد، کشورهای دیگری که از تحریم زیان می‌بینند، می‌توانند خواستار کمک شوند. 21 کشور در مورد تحریم عراق و 3 کشور در مورد تحریم یوگسلاوی به این ماده متوسل شدند

تحریم در چارچوب سازمان جهانی تجارت(WTO)

بحث سازمان جهانی تجارت و تحریم، از این نظر که ابزارهای مقابله با تحریم درحقوق بین‌الملل و حقوق تجارت را مورد بحث قرار می‌دهد، برای ایران حائز اهمیت است. در این چارچوب، یک پرسش مهم عبارت از این است که وضعیت تحریم در چارچوب سازمان جهانی تجارت چگونه است.؟ آیا آمریکا می‌تواند یک عضو ناظر سازمان جهانی تجارت را تحریم کند؟ اسناد کاملاً صراحت دارد که تمام تعهدات کشورها، در سازمان جهانی تجارت مبتنی بر روابط حاکم بر اعضا و نه رابط? خاص یک عضو با یک عضو ناظر می‌باشد. در موافقتنامه گات (1947) ماده‌ای به نام استثنائات امنیتی وجود داشت. در همین راستا، در حال حاضر به ماده 21 به عنوان یکی از اسناد سازمان جهانی تجارت استناد می‌شود. تمام تحریم‌هایی که در چارچوب نظام تجارت چند جانبه از سال 1949 تا به امروز چه در چارچوب گات و چه در قالب سازمان جهانی تجارت اعمال شده مستند به این ماده بوده است. این ماده تصریح می‌کند اگر کشوری احساس کند روابط تجاری‌اش با یک عضو دیگر به منافع اساسی امنیتی آن خسارت وارد می‌کند، می‌تواند از دادن امتیاز تجاری به آن کشور امتناع ورزد .در سال 1949، چکسلواکی یکی از کشورهایی بود که تازه به نظام کمونیستی وارد شده بود و یکی از اعضای 23 گانه گات نیز محسوب می شد. آمریکا به همین دلایل امنیتی، صادرات برخی از کالاهای استراتژیک را به چکسلواکی ممنوع کرد. چکسلواکی دست به شکایت زد، اما گات به نفع آمریکا رأی داد. آمریکا چنین استدلال می‌کرد که دادن این کالاهای خاص به چکسلواکی که در اردوگاه شوروی قرار دارد با منافع امنیتی ایالات متحده تضاد پیدا می‌کند و بر این اساس آمریکا می‌تواند این کشور را تحریم کند. در چارچوب گات، تأکید شده بود که هیچگاه کشورها در تفسیر این ماده آزاد نیستند و اختیار تام ندارند و موضوع باید در شورای گات مطرح شود. نکته جالب اینکه منافع اساسی امنیتی مزبور نباید اهمیت اقتصادی داشته باشد و حتماً باید به یک توجیه سیاسی استناد کند، برای مثال در سال 1975 سوئد برای واردات کفش سهمیه برقرار کرد و واردات کفش را از برخی کشورها محدود یا به نوعی تحریم کرد. در این مورد، شورای گات علیه سوئد رأی داد، و ادعا کرد سوئد

این اقدام را صرفاً برای دفاع از اقتصاد خود انجام داده و نه برای دفاع از منافع اساسی امنیتی خود و بنابراین تحریم مذکور قابل پذیرش نیست. بر اساس ماده 21، برای اعمال محدودیت‌ها باید منافع سیاسی و استراتژیک و امنیتی در معرض خطر قرار گرفته باشد و نه منافع اقتصادی .

سوابق تحریم علیه جمهوری اسلامی ایران

از هنگام پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون، آمریکا در مراحل مختلف تحریم‌های متعددی را علیه ایران اعمال کرده است. این تحریم‌ها به لحاظ تاریخی عبارتند از :

-دوره کارتر

1- تحریم نفتی: عدم واردات نفت از ایران

2- مسدود کردن دارایی‌های ایران

3- تحریم واردات کالا از ایران

4- تحریم صادرات کالا به ایران (بعد از بیانیه الجزایر به جز مورد دوم بقیه لغو شد) .

-دوره ریگان

1- در سال 1983، ایران حامی تروریسم شناخته شد و بر این اساس اعطای کمک ها و تسهیلات بین المللی به ایران محدود شد

2- در سال 1986، معاملات تسلیحاتی با ایران ممنوع شد

3- در سال 1987، واردات نفت از ایران ممنوع شد

4- در سال 1988، به نمایندگان آمریکا در بانک جهانی دستور داده شد علیه ایران رای منفی بدهند و آمریکا به هم? سازمان‌های جهانی اعلام کرد به هر میزان که به ایران وام بدهند، به همان اندازه، از کمک‌های خود به این سازمان ها خواهد کاست .

-دوره بوش پدر

در سال 1992، ممنوعیت معامله کالاهای دو منظوره با ایران اعلام شد .

-دوره کلینتون

در این دوره، آمریکا 161 فقره تحریم علیه 35 کشور دنیا که جمعیتی بالغ بر 2/3 میلیارد نفر را شامل می شدند، اعمال کرد. این جمعیت حدود 790 میلیارد دلار از صادرات دنیا را خریداری می‌کردند.
تحریم های آمریکا علیه ایران در این دوره عبارت بودند از :

1- در سال 1995، ممنوعیت سرمایه‌گذاری برای توسع? میادین نفتی ایران اعمال شد

2- چند ماه بعد هر نوع روابط تجاری با ایران ممنوع شد

3- در سال 1996، قانون قبلی تحریم تشدید شد (مدرک : معاونت پژوهشهای سیاست خارجی / گروه مطالعات استراتژیک)

استراتژی‌های اقتصادی پس از تحریم

به نقل از عبدالمجید آهنگری استراتژی‌های اقتصادی پس از تحریم جمعه، نوزدهم تیر 1394 - 08:06 :

چه اقدامات سیاستی باید برای دوره پس از تحریم توسط دولت و سیاست‌گذاران برای موفقیت اقتصاد ایران صورت گیرد؟ در این مورد نکته مهمی که باید توجه شود این است که رفع تحریم‌ها تا حدودی می تواند مشکلات را کاهش دهد اما ناکارآیی در اقتصاد ایران تقریبا در تمام سال‌های بعد از جنگ وجود داشته و اگر چه شدت و ضعف داشته اما به هر ترتیب این چنین موضوعی در اقتصاد ایران مشاهده شده است و بنابراین برای دوره پس از تحریم باید از هم‌اکنون به‌فکر آسیب‌شناسی در اقتصاد به منظور رفع ناکارآیی در سیستم بود. به نظر بنده اصلاحات ساختاری در حوزه اقتصاد و حتی سایر حوزه‌ها باید صورت گیرد و در غیر این صورت همانند چند دهه اخیر نتایج قابل قبولی از منابع مالی عظیم نفتی نخواهیم گرفت. در این راستا دولت باید در جهت تغییرات و تحولات زیر از هم‌اکنون سیاست‌گذاری کند:

I. سیاست‌گذاری در جهت جذب وسیع سرمایه‌های خارجی در صنایع نفت و گاز باشد. همچنین این سیاست‌گذاری‌ها برای جذب سرمایه‌های خارجی در صنایع دارای مزیت نسبی به‌خصوص مانند پتروشیمی باید باشد و به‌طور کلی صنایعی باید مدنظر قرار بگیرند که نفت به عنوان مواد اولیه اصلی آنها محسوب می‌شود؛ مانند پتروشیمی یا ایجاد پالایشگاه‌های تولید بنزین که در این مورد جایگاه قابل توجهی دارند و به همین دلیل تاکید بنده بر این است که دولت در زمینه جذب سرمایه‌های دیگر کشورها در این حوزه‌های اقتصادی اقداماتی را مدنظر قرار دهد.
II. خصوصی‌سازی واقعی و کاهش اندازه دولت را باید مدنظر قرار دهند. در سیاست‌گذاری‌هایی که جزء اقدامات اساسی پس از دوران تحریم محسوب می‌شود باید خصوصی‌سازی واقعی مدنظر

قرار گیرد که به تدریج اندازه دولت کاهش یابد. این اقدام به‌شرط این که در مسیر تقویت رقابت باشد می‌تواند علاوه بر تامین کسری بودجه و جلوگیری از رشد نقدینگی موجب افرایش بهره‌وری شود تا از این طریق بخشی از اهداف بلندمدت دولت را تامین کند

III. کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و بهبود فضای کسب‌وکار هم باید به عنوان یکی اقدامات سیاستی دوران پس از تحریم مدنظر قرار گیرید تا از این طریق ریسک سرمایه‌گذاری‌ها کاهش یابد و فضای کسب‌وکار کشور با اقدامات لازم بهبود یابد.

IV. کاهش فساد مالی از طریق اصلاح قوانین و ایجاد شفافیت مالی و جلوگیری از رانت‌خواری هم یکی دیگر از موارد مدنظر در اقدامات سیاستی دوران پس از تحریم است. باید در کنار «سیاست‌گذاری برای جذب سرمایه‌های خارجی در بخش‌هایی مانند صنایع نفت و گاز و صنایع دارای مزیت نسبی» و از طرف دیگر «خصوصی‌سازی واقعی و کاهش اندازه دولت»، «کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و بهبود فضای کسب‌وکار» در کنار «کاهش فساد مالی» مدنظر قرار بگیرد تا بخشی از مشکلات مربوط به این موضوع هم برطرف شود.

V. پنجمین اقدام سیاستی برای دوره پس از تحریم توسط دولت و سیاست‌گذاران که برای موفقیت اقتصاد ایران لازم به نظر می‌رسد تقویت سرمایه اجتماعی با ایجاد فضای مناسب و کاهش شکاف‌های سیاسی و اجتماعی در جامعه و گروه‌ها در راستای ایجاد وحدت است. این موضوع هم باید در کنار آن چهار موردی که پیش از این، به آنها اشاره کردم مدنظر قرار بگیرد تا موفقیت‌های اقتصادی ایران حاصل شود.

VI. مورد دیگر در کنار آن پنج اقدام سیاستی لازم برای کسب موفقیت اقتصاد ایران در دوره پس از تحریم این است که باید برای بهبود مدیریت کلان کشور و ممانعت از سیاست‌گذاری‌های کلان اشتباه در جهت ایجاد نهادها و شرایط لازم در جهت کاراتر بودن سازوکارهای انتخاباتی اقدام کرد. به طوری که ماحصل آن اعمال اصل شایسته‌سالاری و وجود محدودیت‌های حداقلی در روی کار آمدن مدیران و افراد کارآمد و لایق به‌خصوص در سطح کلان باشد. در این مورد لازم است که اشاره کنم جلوگیری از اعمال سیاست‌های غلط و نامطلوب نیازمند ایجاد فضای باز سیاسی برای بحث و نقد سیاست‌های اقتصادی یا غیراقتصادی موثر در اقتصاد است.

VII. و اما هفتمین مورد که آخرین اقدام سیاستی پیشنهادی برای کسب موفقیت اقتصاد ایران می‌خواهم مطرح کنم برقراری روابط منطقی و عقلایی با دیگر کشورها و نهادهای بین‌المللی است. این برقراری روابط باید در راستای استفاده از مزیت‌های موجود برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی

و تکنولوژی باشد تا در کنار آن شش مورد مطرح شده در مجموع به اتفاق هم بتوانند موفقیت اقتصاد ایران را در پی داشته باشند.

فرصت های ورود به بازارهای بین المللی،ایران پس از توافق

نشست «فرصت های ورود به بازارهای بین المللی،ایران پس از توافق» به همت موسسه اقتصاد ایرانیان و با همکاری خانه مدیران (سازمان مدیریت صنعتی) روز سه شنبه، ششم مرداد در سالن همایش خانه مدیران برگزار شد.به گزارش روابط عمومی موسسه مطالعات و پژوهش‌های اقتصاد ایرانیان، نشست « فرصت های ورود به بازارهای بین المللی،ایران پس از توافق» به همت این موسسه و با همکاری خانه مدیران (سازمان مدیریت صنعتی) برگزار شد. در این نشست که روز سه‌شنبه، ششم مرداد در سالن همایش خانه مدیران برگزار شد بهروز خدارحمی، دبیر کل کانون نهادهای سرمایه گذاری ایران و امیررضا حسنی، مدیر عامل موسسه مطالعات و پژوهش های اقتصاد ایرانیان به تحلیل فرصت های ورود شرکت‌ها و سرمایه گذاران ایرانی به بازارهای بین المللی پرداختند.

امیررضا حسنی در این نشست با اشاره به دوره های مختلف تحریم گفت: تحریم های ایران در 4 فاز قابل دسته بندی است، فاز اول از سال 1979 شروع شد و تا 1995 ادامه داشت که شامل تحریم های کنگره و دولت آمریکا بود، فاز دوم هم که تحریم های اتحادیه اروپا به تحریم های قبلی اضافه شد و تا سال 2005 ادامه داشت. در فاز سوم که تا سال 2012 ادامه داشت تحریم های سازمان ملل نیز به این تحریم ها اضافه شد و در فاز چهارم که ضربه نهایی را به اقتصاد ما زد بانک مرکزی و دیگر بانک ها تحریم شدند.این تحلیلگر، چالش‌های اقتصادی تحریم‌ها را کوچک شدن اندازه اقتصاد از 15 تا20 درصد، کاهش صادرات نفت تا 60 درصد، کاهش تولید نفت، عدم امکان دسترسی به درآمدهای نفتی، کاهش ارزش پول ملی، افزایش نرخ تورم و افت تولیدات صنعتی دانست و افزود: جایگزینی صادرات غیرنفتی به جای صادرات نفتی، افزایش فروش محصولات پتروشیمی و فرآورده های نفتی، اعمال سیاست‌های جایگزینی واردات و اصلاح بودجه دولت که برخی از آن‌ها تنها در حد شعار باقی مانده است فرصت هایی بود که تحریم ها برای ما پدید آورد. این کارشناس اقتصادی وضعیت ایران از نظر استراتژیک را با ترکیه در منطقه قابل مقایسه دانست و تصریح کرد: تا حدود سال 1990 میلادی تولید ناخالص داخلی ما از ترکیه بیشتر بود اما پس از آن ما روند نزولی داشتیم و ترکیه در حال صعود بوده است.وی افزود: همچنین در حالیکه سرانه GDP ایران و کره جنوبی تا سال 1977 یکسان بود اما بعد از آن سرانه تولید ناخالص داخلی

کره با شتاب بالایی رشد کرد در حالیکه ما خیلی رشد کم و در برخی برهه ها با کاهش در این مورد روبرو بوده ایم.

مدیر عامل موسسه اقتصاد ایرانیان در ادامه گفت: در دوران پساتحریم ما درسهای زیادی از بهبود روابط روسیه و غرب در دهه 90 میلادی می‌توانیم بگیریم. وی تاکید کرد: بهبود روابط ایران و غرب پس از لغو تحریم ها به کاهش روابط استراتژیک با روسیه و کاهش اهمیت ژئوپلتیک کشورهای عربستان، ترکیه و رژیم صهیونیستی منجر خواهد شد.حسنی تصریح کرد: البته توافق هنوز نهایی نشده و امضای توافق منوط به تصویب مجالس کشورهای 1 + 5 و ایران است. علاوه بر این در صورت امضای توافق، تداوم این توافق قابل تضمین نیست. همچنین در صورت امضای توافق، مبارزه با سیاست های غرب ادامه دارد و اینها عواملی است که در کنار تغییر احتمالی ریاست جمهوری ایران و قطعی آمریکا تدام توافق را با چالش مواجه می کند.مدیر عامل موسسه اقتصاد ایرانیان گفت: لغو تحریم ها بر قیمت نفت تاثیر تدریجی خواهد داشت و در کوتاه مدت قیمت آن را کاهش خواهد داد. همچنین آزاد سازی دارایی های مسدود شده ایران باعث کم شدن احتمال فروش ذخایر شناور نفتی ایران می شود و در نهایت باید گفت ایران دو تا سه سال زمان نیاز دارد تا به سطح تولید پیش از تحریم ها برسد.این تحلیلگر اقتصادی بازگشت ایران به دوران رونق اقتصادی در سال 2015، پس از سه سال رکود اقتصادی، دستیابی به رشد تولید ناخالص داخلی واقعی حدود 3 – 4 درصد از سال 2016 به بعد، افت ارزش ریال و کاهش رشد ارزش واردات، عدم افزایش صادرات با توجه به تحریم ها علیه بخش نفت، در سریعترین زمان (حداقل تا سال 2016) و عدم تحقق جهش اقتصادی به دلیل مسائل مربوط به بوروکراسی و لجستیک را بعنوان مولفه های اصلی چشم انداز اقتصادی ایران بعد از توافق اعلام کرد.حسنی تاکید کرد: عواملی در کار است که باز هم بر مصرف بخش خصوصی تاثیر می گذارد. عواملی مانند کاهش یارانه ها، افزایش تورم و افت ارزش پول ملی که باعث می شود رشد مصرف در بخش خصوصی حداکثر 2 تا 4 درصد باشد. وی گفت: افت قیمت نفت به کسری بودجه می انجامد که میانگین آن 4 درصد از GDP خواهد بود این باعث تسریع اجرای طرح هدفمندی یارانه ها و خصوصی سازی می شود. این کارشناس اقتصادی در ادامه افزود: ریسک های عملیاتی در دوران بعد از توافق نیز وجود خواهد داشت که شامل ریسک فساد، ریسک جرائم و امنیت، ریسک بازار کار، ریسک لجستیک است. در کنار اینها عواملی مانند فضای نامساعد و چالش برانگیز عملیاتی، سطح بالای تشریفات اداری و نقص در زیرساختهای خدماتی (برق، آب، گاز و سایر موارد) از موانع رشد سرمایه گذاری در ایران است.حسنی در ادامه به تشریح چشم انداز اقتصادی صنعت بانکداری،

خودرو، نفت، کشاورزی و ... در دوران پساتحریم پرداخت و فرصت ها و ظرفیت های بالقوه ایران برای سرمایه گذاری را برشمرد.

تغییر پارادایم اقتصادی نیاز اقتصاد پس از تحریم

شرایط اقتصاد ایران به گونه یی شده است که بدون استراتژی توسعه صنعتی دیگر نمی توان شاهد حرکت مساعد و اثرگذار بود. حذف تحریم ها نیز بسیار با اهمیتی است که اگر رخ دهد اقتصاد ایران را در شرایط تازه و پارادایم های تازه قرار می دهد.

محسن خلیلی رییس انجمن مدیران صنایع در نشست مجمع عمومی عادی سالانه این نهاد مدنی با بیان نکات یادشده به چند مساله مهم در اقتصاد امروز ایران اشاره کرد و گفت: «فقدان استراتژی صنعتی موجب شده است که سرمایه گذاری در بخش هایی چنان متمرکز و اشباع شود که بنگاه ها چاره یی جز بیرون رفتن از آن صنعت نداشته باشند. این درحالی است که اگر استراتژی توسعه صنعتی داشتیم و مطابق نقشه راه حرکت می کردیم، مانع از هدرروی سرمایه ها می شدیم. اگر تحریم ها برداشته شود، بدون تردید شرایط به سمتی پیش خواهد رفت که در رفتار اقتصادی کشورمان گونه یی تغییر پارادایم اتخاذ کنیم تا به رسم مثال، به یکی دونمونه از الگوهای تغییر ایجادشده درجهان اشاره کنیم». متن کامل سخنان وی را در زیر می خوانیم.تجارت را به عنوان موتور رشد اقتصادی و مسیر همواری برای آغاز فرآیند رشد و توسعه می دانند. در کشورهای اسلامی نیز تجارت به عنوان راه حلی برای توسعه اقتصادی در قالب راهبردهای مختلف توسعه مطرح است .ازسوی دیگر، پیشرفت های تجاری و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی می تواند در گرو توسعه و گسترش سرمایه انسانی باشد.

توسعه بدون رشد سرمایه انسانی شدنی نیست

دولت کره جنوبی بعد از جنگ جهانی دوم، سیاست ایجاد شرکت های بزرگ را به عنوان پیشه خود برگزید و امکانات سرمایه گذاری در این شرکت های بزرگ را که هر یک در رشته صنعتی خاص، ماموریت تخصصی خاصی را به عهده داشتند فراهم کرد که از آن جمله می توان ال جی، سامسونگ و مشابه آنها را نام برد. به علاوه این کشور در R&D سرمایه گذاری کرد که از نتایج آن برخورداری کشور کره از درآمد سرانه بالا و ثروت است و البته درتلفن موبایل، کشتی سازی، پانل های LCD و ساختن چیپ درجهان رتبه اول را دارد، همچنین در اتومبیل سازی و درفعالیت پالایشگاهی رتبه پنجم و در تولید فولاد رتبه ششم را به خود اختصاص داده است. بانک جهانی علت این رشد را در سال های ۱۹۶۰ تا

۱۹۸۹ مربوط به سرمایه گذاری می داند، البته اکنون بیکاری و اختلاف طبقاتی در کره جنوبی درحال افزایش است که آن نیز از بی توجهی به SME ها حاصل شده است. خارج از سئول درآمدهای مردم سقوط می کند و میزان خودکشی به سبب نارسایی های مالی به نسبت بالا می رود که دولت کره درحال چاره اندیشی و رفع آن است. نمونه دیگر کشور ترکیه است که اقدام به تدوین استراتژی های توسعه صنعتی و تدوین استراتژی توسعه سایر بخش های اقتصادی را با صرف سرمایه گذاری های عظیم دولتی درتدوین استراتژی ها، اتخاذ سیاست های مطالعه شده، اصلاح نرخ بهره، نرخ ارز و... نمود که منجر به ترقی های چشم گیر و برنامه های چشم انداز بسیار درخشان و رقابت پذیری تجاری این کشور شده است. استراتژی لجستیک ترکیه توسط شرکت «دولویت» و استراتژی توسعه صنعتی ترکیه توسط ۱۹۰۰ کارشناس تهیه شده است، اما در یک فقره راهکارهای توسعه صنعتی در کشورمان با بهینه کاوی جهانی در ۷۰۰ صفحه توسط پژوهشکده صنعتگر که هزینه های آن توسط اینجانب و بستگانم تامین شده همگی یا از طریق بهینه کاوی با مطالعه، تحقیق، چاپ، منتشر و دراختیار ذی نفعان قرار گرفت اما عملیاتی نشد.

فقدان استراتژی های توسعه صنعتی

درجمیع مطالعات و بررسی های خود به این نتیجه رسیدم که دولت ها با به کارگیری بهترین کارشناسان اقتصادی، صنعتی، دانشگاهی و جهانی با بذل هزینه های هنگفت به تهیه و تدوین استراتژی بخش های مختلف اقتصادی دست زده اند و برای توسعه پایدار و به مفهوم اعم کلمه «راهکار» نشان داده و تکلیف خود و مردم را مشخص کرده اند. اکنون به مثال های تاسف باری از مجموعه واقعه هایی در کشورمان اشاره می کنم که ناشی از فقدان استراتژی توسعه صنعتی است و خود در بطن آن بوده ام: هم اکنون صنعت CNG که با کمک بخش خصوصی کاملا موفق عمل کرده و جانشین سهمی از بنزین کشور شده و سالانه حدود ۴ میلیارد دلار صرفه جویی ارزی برای کشور دارد. وزارت صنایع و معادن سابق آنقدر به سبب بی اطلاعی و بی تجربگی به سرمایه گذاران مختلف اجازه ساخت سیلندر CNG که ذخیره کردن گاز طبیعی فشرده در آن صورت می گیرد را داد که تولیدات اسمی واحدهای دارای مجوز دوبرابر نیاز جهان شده و یک واحد آن مرتبط به گروهی است که اینجانب در آن مسوولیت و سهم دارم. متاسفانه اکثر این واحدها به سبب نداشتن بازار یکی بعد از دیگری ورشکسته و تعطیل شدند. در صنعت سرامیک و کاشی سازی وزارت صنایع و معادن سابق بدون بررسی نیاز بازار اعم از داخلی و خارجی آنقدر اجازه تاسیس واحدهای صنفی را دادند که این صنعت در بدترین شرایط اقتصادی قرار گرفته و یکی از آنها که

مجبور به تعطیلی شد متعلق به گروهی است که اینجانب در آن مسوولیت دارم. شاهد مثال های فوق همان طور که عرض شد، واحدهایی هستد که مقصر اصلی تعطیلی آنها عدم وجود استراتژی توسعه صنعتی بوده و همه از آن دست بلاهایی است که بر سر اینجانب و شرکایم آمده است. تجربه ۶۲ سال فعالیت درصنعت و کارهای کارشناسی صورت پذیرفته بنده این است که دولت باید در بخش های مختلف فعالیت های اقتصادی صاحب استراتژی و نقشه راه باشد تا آنکه به ناگاه روزی خبر نشود که تمامی ذخایر زیرزمینی آبی میلیون ها ساله کشور به هدر رفته است و هنگامی به آن توجه شود که خیلی دیر شده و اکثر تالاب ها خشک شده اند. همه بدانیم همان طور که دفاع از مرزها و حدود و ثغور کشور ازجمله وظایف نظام دفاعی کشور است، تدوین استراتژی و رسیدن به اهداف متعالی نجات بخش کشور ازجمله وظایف دولت هاست که باید برای آن بذل وقت و سرمایه و نیز فراهم آوردن بستر لازم برای مشارکت فعالان اقتصادی، کارشناسان، تشکل ها و انجمن های صنعتی و صنفی کنند. درهمین راستا و آنچه درمحدوده اقدامات دولت و تدوین استراتژی برای بخش های مختلف اقتصادی بیان کردم، خوشبختانه چند ماه قبل مهم ترین اقتصاددانان کشورمان در قالب کنفرانسی با حضور تمامی مقامات اقتصادی کشور و رییس محترم جمهور دور هم جمع شدند و بیانیه یی در نهایت صادر کردند که این اقدام از جنس و نوع تدوین استراتژی و نقشه راه برای بخش های مختلف کشور است..

۸ تا ۱۰ میلیون نفر به دنبال کار

طبق این بیانیه نخستین و مهم ترین مساله پیش روی اقتصاد کشورمان «اشتغال» است، اکنون مشخص است که نیروهای تحصیلکرده و دانشگاهی طی سه الی چهارسال آتی بین ۸ تا ۱۰ میلیون نفر خواهند شد که به اشتغال نیاز دارند. معضل بعدی، روند نامطلوب سطح رفاه خانوار است که معرف نزول نامناسب سطح رفاه نسبی ایرانیان درمقایسه با بسیاری از کشورهای دیگر درحال توسعه درجهان است، مشکلی که خود را درقالب نرخ تورم بالا و رشد اقتصادی نوسانی کمتر از 5درصد طی سال های اخیر نشان داده است. آنچه به اعتقاد اقتصاددانان ما ضرورت امروز کشورمان است، رشد بالای غیرتورمی پایدار و اشتغال زاست که لازمه تحقق آن عبارتست از: تعیین حقوق مالکیت و استحکام قراردادها و پیش بینی پذیری رفتار تصمیم گیران و سیاست گذاران، نظام مالی کارآ، تجهیز و تخصیص مطلوب سرمایه انسانی و به کار گیری دانش در اقتصاد, نظام حکمرانی معتبر، بخش خصوصی توانمند، محیط با ثبات اقتصادی، تعامل پایدار و متوازن با جهان، تامین مالی کارآ، نظام مقابله با فقر، محیط زیست متوازن، بهره برداری

بهینه از ذخایر معدنی. تحقق این ضرورت ها سال ها وقت، پول، سرمایه و دانش می خواهد و یک شبه این تحول ممکن نیست.

لزوم کنترل انتظارات بعد از تحریم ها

مطلب مهم این است که چگونه می توان از فرصت های احتمالی فراهم شده در فضای پس از تحریم ها به نفع بنگاه های خرد و اقتصاد ملی در جهت رفع چالش های معروضه استفاده کرد. گروهی از اقتصاددانان معتقدند اقتصاد سیاسی ایران، استعداد بیشتری برای هدر دادن فرصت ها دارد و درآمدهای حاصله از صدور نفت به طور معمول و مرسوم صرف ورود کالاهای مصرفی می شود؛ لذا به قول آقای دکتر نیلی باید در ابتدا انتظار بالای جامعه برای رفع یک باره تمام مشکلات انباشته شده در سال های قبل را کنترل کرد و نشان داد که مدل درست اداره کشور این است که نفت از سرمایه زیرزمینی به سرمایه روزمینی، یعنی دانش فنی، ماشین آلات، تجهیزات و... تبدیل شود. همچنین بنگاه های اقتصادی ما از حال سکون خارج شوند و شرکای بالقوه تولیدی تجاری خود را درجاهای مختلف جهان پیدا کنند و حضور فعالانه در بازارهای داخلی و هم بازارهای منطقه یی و جهانی داشته باشند. اخیرا وزارت صنعت، معدن و تجارت از نیاز ۳۵۰ هزارمیلیارد تومانی بنگاه های صنعتی فقط به سرمایه درگردش سخن گفته است؛ لذا باید برای تامین سرمایه های لازم برای تداوم فعالیت بنگاه های صنعتی و توسعه این فعالیت ها استفاده از نظام های اعتباری خارجی (اصلاح نظام ذهنی، نظام حقوقی و ساختارهای اقتصادی به عنوان مولفه های ضروری برای جذب سرمایه های خارجی و داخلی) را مدنظر قرار داد. بهره وری بسیار پایین اقتصادی (۴/۰ درصدی در سال گذشته و میانگین حدود یک درصدی در ۴۰-۳۰ سال اخیر) نیز نیاز به حرکت هوشمندانه و توجه عمیق به بخش اول عرایضم یعنی ضرورت تدوین استراتژی توسعه صنعتی در سایه تغییر پارادایم دارد.منتشر شده در روزنامه تعادل

استراتژِی ایجاد ساختار بنیاد جهانی سلام

گر چه این بحث بطور مفصل در تحقیق شماره ششم دانش نامه بنیاد خواهد آمد ، لیکن اشاره مختصر دراین راهبرد ضروری به نظر میرسد.

واحدهای کسب و کار استراتژیک (SBU) : (نویسنده: بهروز امیری)

بعد از جنگ جهانی دوم، با شکل گیری سازمانهای بزرگ با شیوه‌های مدیریتی متمرکز، بحرانهای جدی برای اینگونه سازمانها پدیدار شد که از جمله برخی دلایل آن می‌توان به کندی عملیات تصمیم‌گیری، پیچیدگی عملیات هماهنگی، کاهش توان تحرک و عدم کارایی در پاسخ به تغییرات محیطی اشاره کرد.برای حل مشکلات مذکور، شکستن سازمانهای بزرگ به سازمانهای کوچک و نیز برنامه‌ریزی استراتژیک در سطوح واحدهای کوچکتر مطرح گردید. بدین ترتیب طرح ایده برنامه‌ریزی در سطح واحد استراتژیک (SBU) در سالهای ۱۹۷۰ از سوی شرکت جنرال الکتریک برای حل مشکل ناشی از توسعه سازمانی این شرکت، مطرح شد.بر اساس این مفهوم، با شعار "کوچک زیباست" واحدهای کسب و کار استراتژیک مجموعه‌هایی کوچک بصورت نسبی، خود مختار و مستقل بعنوان مراکزی مسئول و سودآور تعریف شدند که به دلایل پیچیدگی‌های کمتر سازمانی و مدیریتی، امکان برنامه‌ریزی کاراتر در آنها بیشتر بود.

بدین ترتیب با شکست سازمانهای بزرگ به واحدهای نسبتا مستقل استراتژیک، سازمانها توانستند به افزایش سرعت عمل سازمانی، سهولت هماهنگی درون سازمانی، تفویض مسئولیت سوددهی به سطوح پایینتر و نقاط متعدد سازمان، افزایش تحرک سازمان در پاسخگویی به تحولات محیطی و افزایش توان رقابت دست یابند.

انواع واحدهای کسب و کار استراتژیک (Types of Strategic Business Units-SBU)

الف – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر هزینه Cost centers

با کمترین هزینه کالاها یا خدماتی را با بهترین کیفیت ارائه میدهد. مانند واحد مونتاژ یک کارخانه یا واحدهای عمومی و اداری (کارگزینی-تحقیق و توسعه-فناوری اطلاعات-چاپ و نشر)

ب – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر درآمد Revenue centers

این واحد زمانیکه وظیفه فروش مورد توجه باشد برحسب خط محصول یا منطقه جغرافیایی بوجود می آید.

ج – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سود Profit centers

این واحد تجاری متمرکز بر هم درآمدها و هم هزینه هاست و به دنبال سود عملیاتی مطلوب است.

د – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سرمایه گذاری Investment centers

شامل چندین واحد متمرکز بر سود با عملکردها، اندازه و ماهیت متفاوت است و متمرکز بر دارایی های واحد کسب و کار استراتژیک

تشکیل هر کدام از این واحدها به ماهیت عوامل موجود در تولید و فروش و مسئولیت های مدیر وابسته است. در صورت عدم نیاز به هماهنگی بین واحد تولید و فروش واحد تجاری متمرکز بر هزینه و درآمد و در صورت نیاز به هماهنگی زیاد بین واحد تولید و فروش واحد تجاری متمرکز بر سود مناسب خواهد بود.

الف – مسائل استراتژیک مدیریت واحد تجاری متمرکز بر هزینه

۱-جابه جایی هزینه ها ۲-تمرکز بیش از حد بر هدفهای کوتاه مدت ۳-نقش کسر بودجه

۱- هنگامیکه یک واحد تجاری هزینه های غیرقابل کنترل را با هزینه های قابل کنترل جایگزین نماید جابجایی هزینه ها بوجود آمده است. مثلا زمانیکه مدیر هزینه ثابت را جایگزین هزینه متغیر نماید فقط به این دلیل که او بعنوان مسئول افزایش هزینه های ثابت غیرقابل کنترل شناخته نمی شود. این موضوع در محاسبه عملکرد استراتژیک موثر است.

(مثال: سازمان جنگلبانی امریکا و راهسازی- بیمارستان دانشکده پزشکی جورج تاون)

۲- در بسیاری از سیستم های سنجش عملکرد تاکید بر هزینه های سالانه و دوره های کوتاه مدت است در صورتیکه واحد کسب و کار استراتژیک به دنبال جنبه های استراتژیک و بلندمدت مالی و غیرمالی هزینه هاست.

(مثال: صنعت برق کشور در وضعیت فعلی)

۳- کسر بودجه: تفاوت بین عملکرد مورد انتظار و بودجه بندی شده در مقایسه با هدف معقول و مورد انتظار و دارای دو وجه منفی و مثبت می باشد.

فرار مدیر از کسر بودجه ممکن است موجب تعیین هدفهای سهل الوصول از سوی او و در نتیجه افت عملکرد کلی شرکت شود. با تعیین مقدار مشخصی کسر بودجه در بودجه عملکردی مدیر می توان از میزان ریسک گریزی وی کاست.

ب- عوامل ایجاد کننده درآمد در واحدهای تجاری متمرکز بر درآمد

- در واحدهای تولیدی همان عواملی هستند که بر حجم فروش اثر می گذارند و موجب افزایش ارزش می شوند: تغییر در قیمت، تبلیغات، تخفیف،تغییر در ویژگی محصول، ارائه خدمت به مشتری، تاریخ تحویل محصولات فروش رفته.
- در واحدهای خدماتی علاوه بر بسیاری از عوامل ذکر شده فوق، کیفیت خدمات ارائه شده (احترام به مشتری، کمک به مشتری، رعایت زمان)بسیار مورد توجه و تاکید است.
- این عوامل برای ارزیابی عملکرد واحدهای کسب و کار استراتژیک متمرکز بر درآمد مورد استفاده قرار می گیرند.

مثال: واحد بازاریابی را از دو دیدگاه می توان بررسی کرد:

۱)واحد متمرکز بردرآمد: تمرکز بر ایجاد درآمد دارد و باید درآمدها را گزارش کند. مدیر ارشد برای ارزیابی عملکرد مدیر بازاریابی (از نظر تامین اهداف مورد نظر در فروش) از گزارشات تفصیلی مربوط به درآمد استفاده می کند.

۲) واحد متمرکز بر هزینه: واحد بازاریابی دو نوع هزینه منظور میکند :

الف) ایجادسفارش(نمایشگاه-تبلیغات) : اثر این هزینه بر فروش به صورت مستقیم قابل مشاهده نیست لذا اغلب مدیران هزینه ایجاد سفارش را به عنوان هزینه های واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز برهزینه محسوب کرده و به جای ارزیابی اثربخشی اقدامات خود، به برنامه ریزی این نوع هزینه ها توجه می کنند.

ب) ارسال سفارش(حمل-انبارداری-بسته بندی-ارسال-وصول طلب): این هزینه ها با حجم فروش رابطه ای روشن دارند لذا اغلب در قالب واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر هزینه های مهندسی شده مورد توجه می باشند.

ج – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سود (با هدف عمده کسب سود)

نقطه قوت: ایجاد انگیزه در مدیر همسو با انگیزه های مدیر ارشد برای کسب سود.

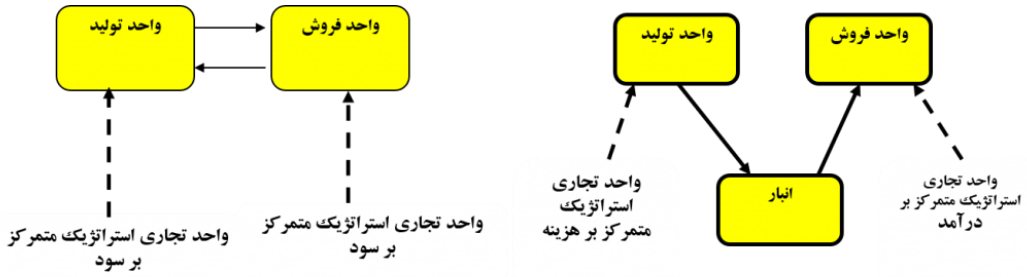
سه دلیل استراتژیک برای انتخاب یک واحد تجاری متمرکز بر سود

۱- ایجاد انگیزه لازم جهت هماهنگی مطلوب بین واحدهای تولید، پشتیبانی و بازاریابی بدلیل تمرکز بر کسب سود بیشتر در واحدهای مختلف (مثال: سفارش سریع)

۲- ایجاد انگیزه در مدیران جهت عرضه مطلوب و سودآور کالا یا خدمت به مشتریان

در غیر اینصورت مجبور می شوند کالا یا خدمت را با قیمتی پائین تر از شرکتی خارجی بخرند.

۳- ایجاد انگیزه لازم در مدیران جهت انتخاب راههای جدید و اثربخش سودآوری برای کالا یا خدمات خود مثلا درآمد حاصل از به روز کردن نرم افزارهای تولیدی یک شرکت نرم افزاری می تواند به اندازه فروش نرم افزار اولیه اهمیت داشته باشد.



صورت سود و زیان مبتنی بر حاشیه سود The Contribution Income Statement

- این صورت سود و زیان بر مبنای حاشیه سود هر یک از واحدهای کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سود تهیه می شود و معیاری است برای سنجش عملکرد مدیر از نظر مدیریت بر هزینه ها و همچنین سنجش سودآوری و ارزیابی عملکرد واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سود در راستای حفظ یا حذف آن واحد.

حاشیه سود = خالص درآمدها منهای هزینه های متغیر

- هزینه های ثابت قابل کنترل:

بخشی از هزینه های ثابت که طی یک سال یا دوره زمانی کوتاهتر قابل کنترل توسط مدیر بوده و در بودجه سالانه وجود دارد، نظیر هزینه های تبلیغات، فروش، تحقیقات و مشاوره.

- هزینه های ثابت غیرقابل کنترل:

این هزینه ها در دوره های زمانی یکساله یا کوتاهتر قابل کنترل توسط مدیر نیست، نظیر هزینه های استهلاک، مالات و بیمه.

- حاشیه سود قابل کنترل:

معیاری است از عملکرد کوتاه مدت مدیر واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سود.

برابر است با: حاشیه سود منهای هزینه های ثابت قابل کنترل.

- حاشیه سود واحد کسب و کار استراتژیک:

معیاری است جهت سنجش عملکرد مدیر از نظر هزینه های کوتاه مدت و بلند مدت بدلیل اینکه شامل هر دوی هزینه های ثابت کوتاه مدت و بلند مدت است.

برابر است با: حاشیه سود قابل کنترل منهای هزینه های ثابت غیرقابل کنترل.

هزینه یابی متغیر و هزینه یابی کامل (Variable Costing versus Full Costing)

- هزینه یابی متغیر همان صورت سود و زیان مبتنی بر حاشیه سود است که در آن هزینه های ثابت و متغیر تفکیک شده، تنها هزینه های متغیر برای محاسبه بهای تمام شده کالای فروش رفته و حاشیه سود استفاده شده و کل هزینه های ثابت را از حاشیه سود کم می کنیم.
- در سیستم هزینه یابی کامل هنگام محاسبه بهای تمام شده کالای فروش رفته، درآمدهای دوره با کل هزینه های محصول شامل هزینه های ثابت و متغیر مقایسه می شود و بدلیل رعایت اصول پذیرفته شده حسابداری از نظر تهیه گزارشات مالی برتری دارد.
- مزیت هزینه یابی متغیر در تامین هر سه هدف اصلی سیستم کنترل مدیریت است و می توان با استفاده از آن هزینه ها را در هر یک از واحدهای کسب و کار استراتژیک ردیابی و کنترل کرد.

- مزیت دوم هزینه یابی متغیر نسبت به هزینه یابی کامل این است که برخلاف هزینه یابی کامل، تغییرات سطح موجودی کالا در محاسبه سود تاثیری ندارد چون در حساب موجودی کالا هزینه های ثابت گنجانده نمی شود و بهمین دلیل سود محاسبه شده در هزینه یابی متغیر می تواند معیاری قابل اتکاتر باشد و برای محاسبه عملکرد استراتژیک ارجحیت دارد.

د – واحد کسب و کار استراتژیک متمرکز بر سرمایه گذاری و قیمت گذاری درون سازمانی

در خلال سالهای 1970 کوشش هایی برای درک فرآیند مدیریت استراتژیک در سطوح شرکتی انجام گرفت. تحقیقات اخیرنشان می دهد که نیم یا بیش از نیمی از بزرگترین شرکتهای آمریکایی نوعی برنامه ریزی مالی تجاری را به طور رسمی تمرین می کنند. اکثر آنها از یک دیاگرم در SBU ها) استفاده می کنند. بعدی برای نمایش خصوصیات متعدد گروههای تجاری استراتژیک(یا BCG ماتریس (BCG) بهترین راه شناخته شده انجام این کار توسط گروه مشاورین بوستون متفاوت SBU نماینده ی BCG انجام گردیده است. ماتریس هر دایره روی ماتریس است. اگرچه ماتریس فرآیند برنامه ریزی استراتژیک را خیلی ساده می نماید لیکن برای موسسات پیچیده ای همچون جنرال میلز با 40 واحد تجاری استراتژیک دیاگرام بسیار شلوقی را درست می کند. ها بر روی ماتریس SBU استقرار سه چیز را نشان می دهد. اول مساحت هر دایره متناسب با درآمد SBU ماتریس در رابطه با هر - A حاصل از فروش قسمتهای مختلف تجاری می باشد. مثلا E-SBU ها می باشد 0 همچنین SBU در مقایسه دارای بالاترین فروش نسبت به سایر SBUکمترین میزان فروش در کل حجم فروش موسسه را دارا می باشد. مربوط در مقایسه با SBU موقعیت نسبی یک دایره در امتداد محور افقی توسط سهم بازار بزرگترین شرکت رقیب خود تعیین می گردد. برای مثال در تجارت کامپیوترهای شخصی شرکت که رقیب IBM اپل فروش بسیار بزرگی متجاوز از 500000 واحد داشته است لیکن در مقایسه با از نظر تجارت کامپیوترهای IBM را دارد. لذا IBM اصلی او می باشد کمتر از نیمی از فروش قرار می گیرددر حالیکه اپل در سمت راست BCG شخصی در منتهی الیه سمت چپ ماتریس ماتریس قرار دارد.

نرخ رشد بازاررا و نه نرخ رشد فروش هر واحد تجاری را اندازه BCG محور عمودی ماتریس گیری می کند. هر واحد تجاری که سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص می دهد به طور کلی سریعتر از خود بازار رشد می کند. نرخ رشد تجارت کامپیوترهای شخصی آی بی ام اخیرا از 30 درصد در سال نیز تجاوز کرده است با وجود این شرکت آی بی ام بر روی ماتریس بر حسب رشد کل بازار

کامپیوترهای شخصی حدود 20 درصد در سال را نشان می دهد.BCG مفاهیم و نتایج تجزیه و تحلیل را به کار می برد باید این سوال را بکند که مفاهیم BCG استراتژیست سازمانی که روش ماتریس در مورد تخصیص BCG استراتژیک برای شرکت به عنوان یک کل چیست؟ تجزیه و تحلیل اعتقاد دارند که BCG های مختلف چه می گوید؟ اول اینکه طرفداران SBU منابع و وضعیت جریان نقدی کل شرکت بایستی متعادل شود. سپس بایستی به اندازه ی کافی گاوهای شیرده در شرکت وجود داشته باشد تا نیازهای نقدی ((ستاره ها)) و علامت های سوال راکه امیدواری به وضوح چنین القاء می کند که BCG بیشتری به آنها وجود دارد را تامین نماید. دوم اینکه مشخص کننده استراتژیهای معینی می باشد. فروش یا تصفیه (BCG موقعیتها (بر روی ماتریس تجارت هایی در ناحیه ی((سگها)) وشاید در گاوهای شیرده ضعیف قرار می گیرند توصیه می شود. رشد طریق صحیحی است که برای علامت سوال و ستاره ها وجود دارد و باید تلاش نمود تا سرمایه گذاری را از (گاوهای شیرده) برگشت داد .

بعضی از محققین تصور می کنند که تخصیص منابع کاربرد با اهمیت لیکن مورد غفلت قرار BCG می باشد. به عبارت دیگر آنها تصورمی کنند که تحلیل ماتریس BCG گرفته از ماتریس نبایستی محدود به تصمیمات خرید و فروش و یا سرمایه گذاری و عدم سرمایه گذاری باشد بلکه لازم برای توزیع وجوه درداخل شرکتنیز به کاررود.

سیکل عمر سازمان

الگوی فروش که همه محصولات از آن تبعیت می کند شامل مراحل: آشنایی (معرفی), رشد, بلوغ و افول می باشد به عنوان سیکل عمر محصول نامیده شده است. استراتژیست های شرکت که برای ثبات و پایداری در فروش و درآمد اهمیت قائل هستند تمایل به ایجاد تنوع در تجارت دارند. اما برای بدست آوردن حداکثر سود از تنوع خواهی تمایل به تعادل و موازنه ی بیشتر محصولات وخدمات درطول مراحل مراحل سیکل عمر محصول دارند. مطمئنا هر محصولی بایستی مراحل سیکل عمر محصول را طی کند. لیکن بعضی از محصولات تجدید حیات پیدا میکند مثلا چند سال پیش جوش شیرین آرم و هامر که درست در مرحله ی افول سیکل عمر محصول بود دراثر تبلیغ سراسری ملی تجدید حیات نمود و باعث افزایش در مصرف آن گردید. با وجود این برای اکثر محصولات سیکل عمر محصول نسبتا با تغییراتی صرفا در طول مراحل مختلف و مقدار فروش وسود حاصله در هر مرحله سازگاری دارد. به همین دلیل بسیاری از شرکتها به ویژه شرکتهای تولید کننده کالاهای مصرفی تلاش می کنند تعداد معینی از محصولات یا خدمات

درهر مرحله از سیکل عمر محصول درهمه زمان ها داشته باشند. همین که محصولی به مرحله ی افول می رسد دیگری در حال رشد فروش قرار گیرد و شرکت منبع پایداری از سود محصولاتی که در مرحله ی بلوغ قرار دارند در اختیار داشته باشد.

(Rating) ضریب عملکرد وسایر ضرایب فناوری وغیره

چنانچه کاری را چند بار در حین عمل مشاهده کرده و با کرنومترزمان سنجی کنیم زمانهایی که هردفعه بدست می آوریم ممکن است با توجه به سرعتی که کارگرهربار دارد با یکدیگر تفاوت قابل ملاحظه ای داشته باشد. وقتی کارگر سریع کار می کند احتمالا زمان خیلی کمتراز زمانی است که وی آرام کار می کند و لذا برای تعیین زمان نرمال که نشان دهنده ی سرعت طبیعی انجام کار است ناچار به تعدیل زمان مشاهده ای هستیم. این تعدیل به وسیله ی ضریبی به نام ((ضریب عملکرد)) صورت می گیرد. اگر کاری در طی انجام آن از نزدیک مشاهده شود می توان در مورد سرعت شاغل آن قضاوت نمود که با سرعت یا آهسته یا متوسط ویا طور دیگری کار می کند واین قضاوت بستگی به سرعتی که ما آن را طبیعی و معقول فرض می کنیم دارد. برای اینکه قضاوتی که می شود منطقی باشد بایستی از نوعی مقیاس استفاده نمود. یک مقیاس متداول مقیاس صفر صد (100- 0) است که در آن صفر نشان دهنده ی عدم انجام هر گونه کاری و 100 نشان دهنده سرعت طبیعی انجام کار می باشد. براین اساس گروه کارشناسان، کار را از نزدیک مشاهده نموده وهریک به صورت جداگانه ومخفی سرعت انجام آن را بر حسب یکی از شماره های این مقیاس تعیین نموده و سپس متوسط آن را مشخص می نمایند لذا سرعت خیلی کم کار ممکن است حدود 50 و سرعت زیاد کار حدود 125 باشد.

استراتژی اثر بخش

امروز همه مدیران با رویکرد استراتژی آشنا هستند، ولی هرکسبه تعبیر خاص خودپای بند است. تجارب شخصی متفاوت و مشاهدات گوناگون نیز به این "چندمفهومی" دامن زده است. همه این مفاهیم و تعابیر درنهایت با یک سوال اساسی مواجه است: آیااستراتژی می تواند اسباب برتری در میدانهای رقابتی باشد؟"استراتژی اثربخش" یک نگرش جدید است که بیش از روشهای اجرایی به "دیدگاه سازی" استراتژیک می پردازد. این نگرش تلاش دارد تا نشان دهد استراتژی تحول آفرین تنها در سایه یک مجاهده

هوشیارانه میسر است. این هشیاری و جهاد ر امی بایستی با سازوکارهای "فرصت جویی" و "راهکاریابی" استراتژیک تحقق بخشید.

ساختار تحلیلی استراتژی

ما برای اینکه به بررسی چگونگی تکوین استراتژی بپردازیم به ساختاری نیاز داریم که آن را ساختار تحلیلی می نامیم. این نامگذاری از آن جهت ضروری است که با ساختارحقیقی استراتژی متمایز شود و توجه داشته باشیم که ارائه این ساختار صرفا به منظورایجاد قدرت تحلیل است. این کار همانند تلاشی است که برای تشریح ساختار داخلی اتم انجام می دهیم و در آن چند توپ گرد را در مرکز "نوترونها و پروتونها" و چند توپ کوچکتر "الکترونها" را در مدار می گذاریم و سپس به تحلیل چگونگی امر می پردازیم، حال آنکه خود می دانیم حقیقت این گونه نیست. ما در اینجا ساختاری را برای تحلیل کارکرد استراتژی ارائه می دهیم و ساختار حقیقی استراتژی" تاحدی که درک کرده ایم "دربخش آخر مقاله" تکوین استراتژی" ارائه می شود.

ساختار تحلیلی استراتژی از سه بخش اصلی تشکیل می شود: فرصت یابی استراتژیک، تحلیل گلوگاهها و راه یابی استراتژیک. آغاز و "OBJECTIVE" و یا عینی "SUBJECTIVE" مرحله فرصت یابی با یک پدیده ذهنی سبب می شود تا "برخی " از افراد و یا سازمانها به فرصتهایی در پیرامون خود آگاه گردند. این آگاهی درصورت اهمیت، در کانون توجه آنان جای گرفته و به موضوعات استراتژیک بدل می شود. موضوعات استراتژیک آنهایی هستند که درصورت تحقق، منافع کثیری را متوجه سازمان خواهند ساخت ولی تحقق این منافع معمولا با موانعی همراه است. برخی از این موانع دردستیابی به منافع نهفته در فرصتها نقش اساسی داشته و درعین حال مرتفع کردن آنها با پیچیدگی و دشواری همراه است. این موانع "عوامل تعیین کننده موفقیت" هستند و استراتژی برای دستیابی به منافع می " CRITICAL SUCCESS FACTORS CSF = " در مرحله "تحلیل گلوگاه " و رفع آن در "CSF" بایستی آنها را مرتفع سازد. تشخیص این عوامل مرحله "راه یابی استراتژیک " انجام می شود. بدین ترتیب کارکرد اصلی استراتژی که کشف فرصت و رفع موانع دستیابی به منافع نهفته در آن است صورت می پذیرد. تحلیل هریک از این مراحل برای ما شناخت بیشتر چگونگی کار و همچنین توصیه هایی اثربخش را به همراه دارد.

فرصت یابی در تدوین استراتژی

فرصت چیست؟ فرصت برقراری شرایط خاصی است که در آن منفعت بالقوه ای وجود دارد. این امر با فراهم شدن عوامل بروز منفعت به طور ناقص رخ می دهد، به نحوی که با کامل کردن این عوامل "کارکرد استراتژی" منافع موردنظر فعلیت می یابد. فرصتهاچگونه درک می شوند؟ درک فرصت، از یک پدیده تحریک کننده ذهن آغاز می گردد. این پدیده خود می تواند ذهنی و یا به صورت عینی باشد. درواقع بسیاری از پدیده ها در بطن خود حاوی پیام هایی از "فرصت" هستند ولیکن ما از درکآن ناتوان هستیم. هر روزهزاران "سیب" از درخت فرو می افتد، آنچه کمیاب است نگاه "نیوتونی" است . فرصتها همواره و همه جا حضور دارند، چرا ما آنها را درک نمی کنیم؟ زیرا ذهن ما نسبت به آنهاحساس نیست. مادامی که فردی درصدد تغییر شغل نباشد، به آگهی های کاریابی روزنامه ها توجهی نمی کند، اگرچه ممکن است برای وی نیز فرصتهایی وجود داشته باشد. هنگامی که قصد خرید خودرویی را نداشته باشید نیز در مطالعه روزنامه به صفحات فروش خودرو "که یقینا در آن فرصتهایی وجود دارد" توجه نمی کنید." 4" اولین لازمه فرصت یابی، حساسیت ذهن است. "پاسخ " از آن کسانی است که سوال دارند. ذهن بی سوال نمی تواند فرصتهای پیرامون خود را درک کند. چگونه می توان فضای ذهنی را نسبت به پدیده های فرصت ساز حساس کرد؟ چگونه نیوتون پیام نهفته در پدیده سقوط سیب را درک می کندو میلیونها نفر دیگر از درک آن ناتوانند؟ واقعیت این است که ما درمورد چگونگی این امرچیز زیادی نمی دانیم ولی به نظر می رسد احساس امنیت، رضایت از وضع موجود واحساس پایداری، ذهن را نسبت به عوامل تحریک کننده کور می کند و برعکس احساس تعارض، نارضایتی از وضع موجود و طلب وضع مطلوب، ذهن را برای درک فرصتها می گشاید. امروزه بسیاری از مشاوران، اداره سازمان در شرایط پایداری کامل را یک آفت می دانند و بر این باورند که سازمانها در شرایط پایداری بحرانی بهتر عمل می کنند. آنهابرای دستیابی به این شرایط ترکیبی از عوامل پایدارکننده "مدیران" و عوامل ناپایدارکننده "کارآفرینان" را برای اداره سازمان توصیه می کنند. این امر در انتخاب مدیران ارشد سازمان "هیئت مدیره" یافته مهمی محسوب می شود.

تغییر مدیران عامل "موفق"دل بسته به کامیابی های گذشته نیز در همین راستا و به عنوان اقدامی برای ایجاد "پتانسیل"بین وضع موجود "حتی موفق" و وضعیت بهتر به شمار می آید.علاوه بر حساسیت ذهنی، برای درک فرصتها، انسان می بایستی در معرض پدیده ها قرار داشته باشد. جغرافیای بروز پدیده ها در جهان یکسان نیست و استراتژیست برای درک فرصتهای تحول ساز می بایستی ذهن خود را در تعامل با

پدیده های مرتبط باکسب وکار قرار دهد. حضور در محافل حرفه ای، حضور در نمایشگاهها، سمینارها و سایرمحیطهای پدیده ساز توصیه موثری برای فرصت یابی است. استخراج "فرصتها" از درون "پدیده ها" لازمه دیگر مرحله فرصت یابی است. برای این امر ذهن می بایستی قابلیت تفسیر پدیده ها و کشف فرصتهای نهفته در آن را دارا باشد و این امر مستلزم شناخت دقیق قواعدبازی است. بدون شناخت دقیق قواعدبازی نمی توان پدیده ها را به درستی تفسیرکرد و فرصتهای آن را شناخت .این مفاهیم به ما نشان می دهد که فرصتها در پدیده ها نهفته اند و انسان می تواند باملاحظه "عامل تحریک ذهنی" و تفسیر پدیده ها، پیام آنها "فرصتها" را دریابد. این مفاهیم سه توصیه مهم به همراه خود دارند. توصیه هایی که برای فرصتیابی اثربخش کارسازاست :

ذهن خود را نسبت به موضوعات حساس کنید "سوال سازی، پایداری بحرانی، نارضایتی از وضع موجود، در جستجوی وضع بهتر"; خود را در معرض پدیده ها قرار دهید "حضور زیاد در محافل حرفه ای ;ذهن خود را غنی کنید"درک قواعدبازی ". هنگامی که فرصت درک شد و منافع آن درحدی بود که سازمان را درجهت دستیابی به آن انگیزه مند کند گام بعدی آغاز خواهدشد.

تحلیل گلوگاه ها

دستیابی به منافع نهفته در فرصت به ملزوماتی نیاز دارد. برخی از این ملزومات درسازمان مهیاست و جزو قابلیتهای فعلی اوست "برای مثال نقدینگی، اعتبار، تکنولوژی خاص و...". برخی از قابلیتهای موجود کلیدی هستند. قابلیتهای کلیدی " 5" توانمندیهای سازمان در رابطه با عوامل CSF(Critical success factors) ها، "قابلیت است . توانمندی "نقاط قوت" درغیر موضوع "CSF" تعیین کننده موفقیت کلیدی" محسوب نمی شود زیرا دستیابی به آن برای همه امکان پذیر است .

برای به فعلیت رساندن منافع نهفته در فرصت لازم است تا سایر ملزومات آن نیزفراهم گردد. تامین برخی از این کمبودها ساده و امکان پذیر است ولی برخی دیگرصعب الحصول هستند. این دسته آخر مهمترین موانع دستیابی سازمان به منافع استراتژیک است و گلوگاه های اصلی کار را تشکیل CSF های آن می دهد. گلوگاه های اصلی هر سازمان "دردستیابی به اهداف استراتژیک" نیز CSF های سازمان مشخص شود. سازمان را تعیین می کند. این روش تحلیلی کمک می کند که ها گلوگاههای اصلی سازمان دردستیابی به اهداف استراتژیک آن هستند. برای تعیین CSFها، لازم است مراحل زیر گام به گام پیموده شود:

عوامل موثر در تحقق منافع نهفته در فرصت را شناسایی کنید. این کار می تواند به روشهای عینی "الگوبرداری و اقتباس از دیگر فعالیتهای مشابه" و یا روشهای مفهومی وذهنی "مدل سازی نظری، تمثیل، استقراء و حتی مکاشفه" صورت پذیرد. نتیجه این گام فهرستی از ملزومات اساسی برای دستیابی به منافع نهفته در فرصت"اهداف استراتژیک" است.

این فهرست را به دو گروه "موجود" و "غیرموجود" تقسیم کنید; فهرست عوامل غیرموجود را برحسب سهولت دستیابی به دو گروه دیگر تقسیم کنید. عواملی که دستیابی به آنها برای سازمان به سادگی امکان پذیر است را کنار بگذارید و حالافهرستی از CSF"ها" را دراختیار دارید. گلوگاه ها این فهرست حتی صرفنظر از مباحث بعدی برای سازمانها ارزشمند است و می تواند محورهای اساسی صرف منابع "مالی و غیرمالی" سازمان را نشان دهد. این شناخت، سازمان را از صرف همگن منابع بر روی کلیه موضوعات، به تمرکز منابع بر موضوعات اساسی سازمان "موضوعات استراتژیک" متوجه می کند و این پیام اصلی استراتژی است. در دنیای مادی، محدودیت منابع یک واقعیت غیرقابل انکار است و صرف منابع محدود متوجه موضوعات غیراصلی، نتیجه اش واگذارکردن میدان رقابت به سازمانی استکه منابع خود را متوجه موضوعات اصلی کرده است .

راه یابی استراتژیک

قابلیتهای اساسی سازمان و قواعد "MISMATCHNESS" ها حاصل عدم انطباق "CSF" گلوگاه است. آنجا که قواعد، قابلیتهایی را برای دستیابی به منافع استراتژیک تعیین می کند که سازمان فاقد آن است گلوگاه ها شکل می گیرند. دستیابی به منافع استراتژیک درگرو سازگاری بین این دو "قابلیتها و قواعد" است و "راه یابی" استراتژیک این نقش را "MATCHNESS" برعهده دارد. راه یابی استراتژیک به دو صورت میسر می گردد:

الف - سازگارکردن قابلیتها با قواعد: در این رویکرد سازمان توسعه قابلیتهای خودبراساس قواعد را دنبال کرده و راهکار استراتژیک "STRATEGIC SOLUTION"در این راستا انتخاب می شود. این رویکرد "قاعده روی" خوانده می شود زیرا راهکار استراتژیک در فضای قواعد حاکم جستجو می شود.

ب - سازگارکردن قواعدباقابلیتها: در این رویکرد سازمان به جای قاعده روی،"قاعده شکنی "کرده و تلاش می کند تا قواعد متناسب با قابلیتهای خود رابرعرصه رقابت حاکم سازد. این کار پیچیده است ولی در فضای رقابتی بسیار کارساز است و اوج اثربخشی استراتژیک رامتجلی میکند. نمونه بارزی از انتخاب

استراتژی قاعده گذاری "RULE-SETTING" به جای قاعده روی "FOLLOWING RULE" شرکت "VHS" در مقابل شرکت "BETAMAX" است. فرصت یابی، تحلیل گلوگاه ها و راه یابی استراتژیک، سه مرحله اصلی تکوین استراتژی و رسیدن به راهکارهای اثربخش استراتژیک است ولی آیا درعمل کار به همین ترتیب انجام می شود؟ به هیچ وجه اینگونه نیست!

تکوین استراتژی

هیچ "فرصتی " وجود ندارد که در کنار خود "راهکار" و درنتیجه "گلوگاه "هایی را به همراه نداشته باشد. این سه، ذرات بنیادین استراتژی هستند که به همراه هم مفهوم می یابند. همان ابتدا که فرصتی را تشخیص می دهید، بدون تردید راهکاری برای درک منافع آن نیز در ذهن شما وجود دارد. تفاوت آنچه در ابتدای امر به عنوان "تشخیص فرصت" تلقی می شود تا آنچه در انتها به عنوان "راهکار استراتژیک" به شمار می آید درمیزان منافع و قطعیت آن است. در بدو امر، میزان منافع و قطعیت منافع کمتر از آن است که مبنای اقدامات اجرایی "پیاده سازی استراتژی" قرار گیرد و از سویی بیشتر از آن است که بتواند به فراموشی سپرده شود "مرحله آنچه حالت اولیه استراتژی "هسته استراتژی" را به راهکار استراتژی می رساند توسعه آن در ابعاد منافع و قطعیت "افزایش منافع و کاهش ریسک" است . استراتژی در بدو تولد معمولا مبهم است و منافع کم و ریسک بالایی را به همراه دارد. این ویژگیها در روند تکوین به سمت شفافیت و وضوح بیشتر، منافع حداکثر و ریسک حداقل رانده می شوند.

برای این روند تکوینی کرارا گلوگاه ها، راهکارها و حتی فرصت موردبازنگری قرارمی گیرد و در ابعاد منافع و قطعیت بهبود می یابد تا به حداقل قابل قبول برای اجرا برسد خصوصیات این رفتار تا حد زیادی به خصوصیات استراتژیست بستگی دارد. ریسک پذیری استراتژیست و حداقل منافع قابل قبول برای او و گذشت زمان، که شرایط را تغییر می دهد نقطه پایان این دوره تکوین را تعیین می کند. در این نقطه، راهکار استراتژیک یا به اجرا گذاشته می شود و یا به کنار نهاده می شود و جستجو برای فرصت دیگر و استراتژی دیگری آغاز می گردد.

نمونه های از استراتژی اثربخش

چرا این رویکرد استراتژی اثربخش است؟ زیرا بر جوهره استراتژی استوار گردیده است. مفاهیم اصلی استراتژی در این رویکرد به الگوهای تحلیلی و کارکردی تبدیل شده اند و ابعاد مهمی از رفتار استراتژی را بیان می دارند. از دید کاربردی، استراتژی اثربخش به اندازه رویکردهای روش IEM، روش کلاسیک

BCG، "روش هاروارد" و... صریح، روشن و گام به گام نیست. از دید ما استراتژی باید همین گونه باشد. رویکرداستراتژی اثربخش به جای یک دستورالعمل فرایندی، یک نگرش استراتژیک و خطوط راهنمایی برای بهره گیری از این نگرش را ارائه می کند. به کارگیری این ابزار پیچیده تر ولی اثربخش تر و کارسازتر به نظر می رسد. "در دنیای رقابتی هیچ چیز سهل الوصولی مزیت آور نیست" نتیجه اگرچه فرایند تدوین و استراتژی از هم مستقل می باشند. ولی از نظر ویژگی ها با هم متفاوتند. تدوین استراتژی نمی تواند به شیوه موفقیت آمیزی این تضمین را به شرکت بدهد که این استراتژی به شیوه موفقیت آمیزی به اجرا در خواهد آمد. در یک کلام تدوین استراتژی یعنی" ایجاد تغییر" که در این مورد اتفاق نظر زیادی وجود دارد. کار واقعی زمانی آغاز میشود که استراتژی ها تدوین شده باشند و برای اجرا کاملا مورد حمایت مدیر و کارکنان باشد و در این فرایند نظم وانضباط خاصی برقرار باشد. گاهی موضوع وحشتناک این است که امکان دارد یک نفر به تنهایی بتواند همه تلاشهایی را که در اجرای استراتژی انجام می شود را با شکست مواجه کند.

در اجرای استراتژی مسئله مهم مدیریت را که باید مورد توجه قرار داد از این قرار می باشند:

- تطبیق دادن ساختار با استراتژی
- مرتبط ساختن عملکرد و حقوق با استراتژی
- مدیریت مقاومت در مقابل تغییر
- نظارت بر روابط سیاسی
- ایجا فرهنگ پشتیبانی از استراتژی
- به کارگیری فرایند های مناسب تولید (عملیات)
- مدیریت منابع انسانی

همه سازمانها به هنگام اجرای استراتژی باید تعیین هدفهای سالیانه، تدوین سیاستها و تخصیص منابع را در اولویت قرار دهند. با توجه به اندازه بزرگی و نوع سازمان بسیاری از سایر مسائل مدیریت هم (در اجرای موفقیت آمیز استراتژی) از اهمیت بالایی برخوردارند.

(Vision) چشم انداز یا دور نما

تعریف : چشم انداز بیانگر نتایجی است که موسسه تحقق بخشیدن به آن را در دراز مدت هدف قرارداده است به عبارت دیگر چشم انداز شامل " آنچه می خواهیم در آینده باشیم " است .چشم انداز تصویر آینده شرکت بعد از تحقق ماموریت در افق برنامه می باشد و برای تحقق چشم انداز باید ماموریت را طوری تعیین کرد که آن چشم انداز محقق گردد.مثال : چشم انداز ایران سال 1404

(Mission)ماموریت یا رسالت

ماموریت در واقع فلسفه وجودی و مقاصد سازمان است ماموریت مهمترین دلیل موجودیت هر سازمانی است که چهارچوبی تعیین کننده در چگونگی تحقق پذیری اهداف استراتژیک آن دارد.دراین تحقیق گزاره ای به عنوان رسالت ، پیشنهاد شده است .

Policy) (سیاست (خط مشی)

سیاست به معنی تدبیر و حیله و در مدیریت استراتژیک یک سری اصول و قواعد بصورت رهنمودی گسترده و کلی است که نشان دهنده راه برای مدیران د ر اتخاذ تصمیم می باشد .سیاست ، دو مرحله تدوین استراتژی را به یکدیگر پیوند می دهد شرکتها از سیاستها استفاده می کنند تا مطمئن شوند که تمام کارکنان شرکت در هر تصمیم گیری مشارکت می کنند و اقداماتی انجام می دهند که به شرکت در دستیابی به ماموریت، اهداف و استراتژیهایش کمک می کند ._ تغییر مي كند. اين تصميمات ، استراتژي هاي وظيفه اي و يا استراتژيها زيرين نيز ناميده مي شوند .این بطور تفصیلی در تحقیق پنجم دانش نامه خواهد آمد .

هدف غائی ،اهداف ومقاصد دانشنامه بنیاد سلام

هدف غائی بنیاد سلام

درادبیات هدف گذاری برای نهادهای ملی وبین المللی ،هدف غائی (Goal)به عنوان غایت(Extreme) منبعث از دکترین ،ماموریت ورسالت نهاد مورد نظر ، از اولویت بر خوردار است ، بدیهی ایست که هویت بنیاد سلام از کلمه کلیدی " سلام " سر چشمه گرفته وبهمین دلیل ، غایت خود را در سرشت وجوهری میداند که که از این کلام الهی واسماء الحسنی اخذ میکند .

هدف غائی وعالی آفرینش از نظر قرآن

هدف غایی و عالی با مراجعه به آیات قرآن و روایات اهل بیت : روشن می شود که هدف غائی خلقت ، عبادت و بندگی خداست . این مطلب ، در همة پدیده های عالم ، ساری و جاری است . خداوند، درباره همه اشیای مادّی عالم می فرماید: وَ إِن مِّن شَیْءٍ إِلاَّ یُسَبِّحُ بِحَمْدِهِ وَ لَکِن لاَّ تَفْقَهُونَ تَسْبِیحَهُمْ(اسرأ، 44) همه موجودات ، تسبیح خدا می گویند. امّا شما تسبیح آنان را نمی فهمید.و دربارة انسان و جنّ نیز می فرماید: وَ مَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَ الأنسَ إِلاَّ لِیعْبُدُونِ.(ذاریات ،56)آفرینش انسان و جنّ برای بندگی است . بنابراین ، از دیدگاه وحی ، همه هستی تسبیح گوی ذات اوست(ترجمة المیزان ، موسوی همدانی ;، ج 18، ص 612614، بنیاد علمی و فرهنگی علامه طباطبایی) ، در همین منظر متعالی ،هدف عالی و غایی ، وصول به مبدأ نور هستی است .یعنی منتهی الیه سیر مخلوقات ، اخداوند متعال است : وَ أَنَّ إِلَی رَبِّکَ الْمُنتَهَی.(نجم ،42) انتهای سیر انسان به سوی پروردگار است : إِنَّ إِلَی رَبِّکَ الرُّجْعَی .(علق ،8) بازگشت همگان به سوی خداست : إِنَّا لِلَّهِ وَ إِنَّآ إِلَیهِ راجِعُون .(بقره ،156) همه این آیات ، غایت سیر را روشن می کند. البته رسیدن به خدا، همان به کمال مطلق رسیدن مخلوقات است . هنگامی پدیده های هستی کمال آخِر خود را می یابند که به قرب الهی برسند. پس روشن شد هدف غایی خلقت ، به کمال رسیدن همة موجودات و رسیدن انسان به مقام قرب الهی است .و این که وعده بهشت داده شده است بهشت نشانه ای از رسیدن انسان به قرب الهی است.

نکات قابل توجه :

- دولت عامل افلاس بنگاه های اقتصادی کشوراست
- مدل های نوین اقتصادی
- بانکداری شرکتی
- مدل سازی جهان هستی از طریق متافیزیک
- نظریه نسبیت عام وحکمت ملاصدرا
- میدان مغناطیسی زمین برای ایران چه ضررهائی دارد
- ایرادات اساسی در داده های اطلاعات چیست
- مدل های طیف شناسی وماهیت آن
- ذرات نانو چه خواصی برای بشر دارد

- آیه 11 تا 13 معارج ص 56 خرمشاهی
- فلسفه استراتژی
- تکیه بر مدیریت طرح کسب وکار (BPM)

همان طور که ملاحظه گردید ، نظریه ها ، فرایندها ودستورالعمل های تدوین راهبردهای حکومتی ، غیرحکومتی ، بازار ، اقتصاد وسایر حوزه های وحیطه ای اجتماعی ، فرهنگی وسیاسی در قرن بیستم ودهه های اول قرن بیست یکم تغییرات اساسی نموده وازنظر زبان شناسی (Linguistics)، مدیریتی ، حقیقت یابی ، حقوق ملی وبین المللی ، بیولوژی وانسان شناسی وبسیاری از علوم نوین ، رهیافت های جدیدی نصیب عصر دانائی گردیده که بطور طبیعی ، در تدوین راهبرد های دولتی ، خصوصی ، سازمانی وغیره تاثیر گذاشته است که می توان به لحاظ قوانین حقیقی ، اعتباری ، نسبی و طبیعی ، تدوین راهبرد های طبقه بندی کرده وازنظر فلسفه چستی سلام (تحقیق شماره 1 دانش نامه بنیاد سلام) وآموزه ها وداکترین اسلام وفلسفه سیاسی متعالی آینده جهان ، پیرامون چیستی وچرائی راهبرد های آینده ودر هزاره سوم بحث مستوفی انجام داد ودراین مورد نیز به خلاقیت ونوآوری دست آزید، لذا در مباحث پایانی این بخش از تحقیق به چیستی وچرائی این موضوع می پردازیم :

فهم حقیقی،فهم اعتباری وفهم نسبی(Truth, Validity and Relative understanding)

آنچه دراین نوشته مطالعه میفرمائید ،از خمیرمایه وجودی وجوهری انسان خبرمیدهد ، هنگامیکه انسان درست فهم میکند ، ادراکات او از پیرامونش ، از خودش ، از طبیعت وماورای آن وجهان هستی ، ملاک ومعیار انسانیت ، کرامت ، قدرت انتخاب وتوضیحی رسا برای زندگی کردن اوست ،درک صحیح ازعلوم حقیقی واعتباری ونسبی ، این قدرت انتخاب آزادی وکسب فرصت های درپیش روی اورا بیشتر کرده وتفکر وتعقل صاحبش را که همان "من" وجودی است ، افزون نموده وبه سرآمدی وی ، نقش ارزنده تری اعطاء میکند ، آنجا که انسان فهیم بدیهی شناس میشود ، نگاه ژرف او به اعتباریات دنیا ، ازسطوح ظاهری وسرگرم کننده وزود گذار، به حقایقی پایدار ، امید دهنده و آرام بخش قلبی مبدل شده وپریشانی را از خود زوده وبه تعمیمی ناشناخته ، تن نداده وکرامت خویش را درگروی هر مسلکی عطا نکرده وپنداری غیر واقعی را در ذهن خود پرورش نمی دهد ، صحیح را ازسقیم ، صدق را از غلط ، درستی را از نادرستی وحق را از باطل تمیز داده ودچار احساسات سلیقه ای وعادات غیر معقول ، هیجانات بی مورد

وکجرویهای غافلانه نمیگردد، خیر وشر خودش را بدرستی درمی یابد وراه سعادت از قشاوت را شناخته ، دوست شناس ودشمن شناس شده واز این جهات امنیت خاطر تحصیل نموده وبه بازیابی خویشتن خویش میپردازد ، تکاپوی آینده بشر ، در جستجوی یافتن چنین دستورالعملی برای سعادت بشریت است وما آنرا تکاپوی جهانی برای درک درستی ازحقایق زندگی وبیولوژی انسانی یاد میکنیم واین اقدامی است همگانی ، وهرکه را برحسب استعداد وظرفیت او ، تکلیف کرده اند وهرکسی دراین مسیر حقیقی ، مرهون سعی وتلاش "من" خویش خواهد بود.

حقیقت چیست؟ ودر تدوین راهبرد های چه نقشی دارد

حقیقت بلحاظ فلسفی ، همردیف صدق(Truth) یا صحیح(Correct) است (به مقاله مولف تحت عنوان وحدت علوم مراجعه شود) ، یعنی درذهن انسانی باید قضیه مورد بحث تصدیق شود مثل اینکه بگوئیم ، یک باضافه یک ، میشود دو ، وهرشخصی که کمترین اطلاعی از ریاضیات دارد ، این تساوی را تائید میکند ، لیکن از یک ریاضی دان سوال شود آیا یک سیب هم سان با سیب دیگر (بلحاظ ظاهری) ، در جمع عدد دو را ایجاد میکند ، با کمی فکر کردن ، این قضیه را حقیقی ندانسته وتصدیق نمیکند ، این موضوع از اینجا ناشی شده است که ریاضیات از علوم مجرد بوده وذاتاً حقیقی هستند ومصادیق آنها (به اصطلاح) از نوع اعتباری ، نسبی وحتی مَجازی ، خیالی ، استعاری ونظایر اینها میباشد که غلط یا کذب(False) گفته میشود.

1- خود انسان ، موجودیت او، خویشتن خویش ، شخصیت وجودی وی ، وجود داشتن وجود انسانی ونظایر اینها که درابیات انسان شناسی جهان درهزاران کتاب مدون ومنتشر شده است ، یک حقیقت است ، حقیقت فی نفسه (In Itself) است ، آگوست کنت(August Cant) موءسس فلسفه اثبات گرائی یا حسی – ابطالی (Sense- Falsification)میگوید(علامه طباطبائی ، فلسفه رئالیسم ،(با پاورقی شهید مطهری) ، جلد اول ، صفحه 137): " حقیقت عبارت است از فکری که تمام اذهان در یک زمان درآن وفاق داشته باشند " وفیلیسین شارله (Felicien Challaye) میگوید :"معمولاً در تعریف حقیقت (یا صدق) ، مطابقت فکر با موضوع یا قضیه مورد بحث است ،ولی این تعریف برحقایق ربانی که موضوع آنها وجود خارجی ندارد ، درست منطبق نمیشود ونه برحقایق نفسانی که وجود آنها ذهنی وتاریخی میباشد ونیز صادق بودن این تعریف در باره وقایع تجربی هم خالی از اشکال نیست ، زیرا ذهن ، موضوع خارجی جزء یک دسته احساس وصور

، چیز دیگری نیست " ، هم چنین ویلیام جمیز(William James) که از موئسسین فلسفه پراگماتیسم (Pragmatism) است میگوید(مدرک بالا صفحه 138):" حقیقت عبارست از فکری که در عمل تاثیر نیکو دارد" ، به عبارتی به موضوع مفیدیت که به نحوی از انحاء از ماهیت حقیقت اشیاء حکایت میکند ، گروهی دیگر میگویند " حقیقت یعنی فکری که با تجربه تائید شده باشد" .

برای حقیقت ، تعاریف زیادی ابراز شده است ، ولی بیشتر این تعاریف درواقع سپر اندازی در برابر اشکالات ایده آلیست ها(Idealists) وشکاکان یعنی سوفسطائیان (Sophists) است ، ازمنظر فلاسفه رئالیسم (Realism) ، حقیقی بودن با واقع،همان ادراکات بدیهی انسان است ، آنجا که بر اساس فطرت، بدیهیات اولیه(First Self-evident) را درک میکند و حقایق را میفهمد ، ونیز درکی از بدیهیات ثانویه (Second Self-evident) از طریق منطق واستدلال دارد وبرابر قواعدی که در رشته فلسفه بیان میشود واختصار آن دراین نوشته (به زبان ساده) آمده است ، صحیح را از سقیم وحقیقت را از خطا تشخیص میدهد ، در کاوش های مربوط به کشف حقایق ، تغییراتی در منطق وقواعد انکشاف آنها بوجود آمده است چنانچه دکارت (Descartes) وهگل(Hegel) مدعی شدند که برای کشف حقیقت ، منطق جدیدی تدوین کرده اند ، بدیهی است اگر چیزی (A Thing)حقیقت داشت ، هیچگاه خطا وغلط نیست ولی دراین مورد میان دانشمندان مادی جدید ، معرکه آرائی های فراوانی شده است که ممکن است خود نسخه منطق شناسی حقیقت ، قبل از آنکه حقیقت شیئی را آشکار سازد ، خود در تله درست نمائی وخطا نمائی قرار گیرد ، به عنوان مثال ، اصول منطق دیالکتیک (Logic Essentials of Dialectic) که سعی دارد بین امتناع اضداد (Impossible Between Opposites) که از بدیهیات اولیه است ، آشتی و وحدت ایجاد کند ودر منطق وفلسفه خود ، روی اصل وحدت ضدین (Unity of Opposites Essential) پافشاری میکند وقبل اینکه این نوع تناقض گوئی در عمل ونحوه حکومت دیالکتیکی مطرود شود از سوی رئالیست ها مردود اعلام گردیده است (مدرک بالا صفحه 142).

حقایق ذاتاً دائمی بوده ومحکوم به زمان ومکان نمی باشد ، دراین مورد مادیون(Materialists) دائمی بودن جریان های حقیقی را مرود میدانند نظیراخلاق که آنرا امری ثابت ودائمی نمیدانند وبراساس اخلاق علمی (Scientific Etic) واعتباری بودن آن ، احکام باید ونباید اخلاقی را صادر میکنند وبسیاری از حقایق جهان را نظیر حقایق ریاضی ، طبیعی ،فلسفی را با فرضیات خود تحلیل میکنند ، ما در دراین

مقال برای فهم درست امور حقیقی به بحث پرداخته ایم نه حقابق احتمالی که ازآنها به حقایق نسبی یاد میشود مثل بسیاری از فرضیه های علمی مثل قوانین مربوط به نور که مرتباً تغییر نموده است فرضیه موجی بودن نور که جای خود را به ذرات یا نور فوتونی داده است ، سرعت نور که توسط دانشمندان وبا تلاشی طاقت فرسا حدود 300 هزار کیلومتردر ثانیه محاسبه گردید وتصور میرفت که این سرعت همواره ثابت میباشد در فرضیات دهه های اخیر ثابت گردید که سرعت نور ثابت نبوده ودر کائنات از مقداراین مقدار تجاوز کرده وبه بینهایت میرسد واینکه نور دریک خط مستقیم حرکت میکند ، ثابت شد که درمیادین گرانشی افلاک ، بطور منحنی مسیر مقدّر خود را طی طریق میکند واین کاوش ها که در میادین ودامنه های محدود فرض شده وملاک محاسبه وعمل قرار میگیرد با آیات وحیانی وسنن الهیه تطبیق لازم نداشته وتصدیق نمی شود .

حقیقت نسبی ، زمانی مطرح میشود که یک حقیقت مطلق از دایره مطلقیت عدول کرده وبا اینهمانی (Identity) خود به اشتراک مفاهیم ونسبی بودن ، سوق پیدا میکند ، خطای حواس هم مزید بر علت شده ونسبی بودن حقایق را باعث میشوند واین موضوع از آنجا که حقایق در محاق اشیاء جستجو میشود وذوات خاص وقوانین طبیعت را دایر مدار تغییرات اشیاء نمیداند ، درکی حاصل میشود که گویا این همان حقیقت مطلق است ، ایمانوئل کانت (Immanuel Kant)در سنجش خِرد ناب(Measuring of pure Wisdom) در خالص سازی عقل گرائی وادراک صحیح نکات ارزشمندی ابراز کرده است که دراین نوشته ، در جای خود مورد بحث قرار خواهد گرفت . بدیهی است که راهبرد های مبتنی برحقایق ، از پایداری وقوام وثبات لازم بر خوردار هستند وبا تغییرات اعتباری زمان ومکان ، تغییر نمی کنند مثل اینکه " صلح اصل است " وعاقبت هر مناقشه وتخاصم ، محکوم به صلح وهم زیستی است ، لذا استراتژی های مبتنی بر صلح وهم زیستی آ زدوام وبقای بیشتری برخوردار است .

اعتباریات چیست؟ واثر آن در تدوین راهبرد ها

اعتباریات در مقایسه با حقایق به امور حسی ، لفظی، زبانی ، زمانی ، مکانی وبسیاری از شرایط مربوط میشود ، گاهی حیثیت فلسفی بخود گرفته ومعرکه آراء مباحث فلسفی وفلسفیدن میگردد، گاهی انتزاعی (Separational) است واز چیزی دیگر که معلوم بوده ودارای ماهیت است وممکن است هنوز مورد صدق قرارگرفته یا نگرفته باشد، اخذ شده ودریافت شود ،محقق نیک صفت بدنبال کشف حقیقت در این وادی پرپیچ وخم است ومایل دراین تقسیم بندی های منطقی ، راهی به حقیقتِ واقعیت پیدا کند ،

دراینجا بحث "کنُه " (Substance) پیش میآید ، یعنی این رویداد یا فرضیه ویا فرض " هرچه هست همان است ، یعنی خودش است " که اینهمانی (Identity) که جوهر وجودی شیئی یا قضیه مورد است واینک لباس عَرَضَی (Identical) به تن کرده است واز عرصه ذهن به عرصه اعیان رخ نموده است ، امری صادق است ویا خطا واگر خطا باشد ؛ چند صباحی بعد آشکار میگردد ، اگر مثل برخی فرضیه هائی باشد که رد شده وآسیبی چندان ندارد ولی اگر داروئی مضر برای جسم انسان ، یا حکم اخلاقی تباه کننده بشر ویا یک الگوی فناورانه ضد بشری باشد ، که دردنیای ما فراوان است ، یقه چه کسی را ویا چه فیلسوفی ، سیاست گذاری ومتخصصی را باید گرفت واین یقه گیری (به فرض محال) چه کمکی برای رهائی میلیون ها انسان مبتلا به آن ، مثل جنگ افزارهای خطرناک بیولوژیک (مراجعه شود به تاسسیات بیولوژیک آمریکا برای کشتارجمعی درعراق وکشورهای دیگر با طرح فرضیه ایجاد امنیت جهانی ومقابله باتروریسم به دستور بوش) ، بی بندوباری حاصل از زن گرائ (Feminism) وهزاران سودا گری دیگر را چه کسی پاسخ میدهد وچگونه باید به داد وفریاد میلیون ها انسان آواره وتحت ستم از این محصولات اعتباری رسیدگی نمود .

سوال فوق از لحاظ فلسفی بسیار حائز اهمیت است وقبل آنکه دادخواهی جمهور پزشکان ، روانشناسان ، والدینی که فرزندان خود را دراین بی بند باری از دست داده اند ودراین بی عفتی ها ، مجالس شرب خمر ورقاصی و.....اخلاق حقیقی را فنا کرده اند ، باید فیلسوفان مادی گرا ومخالف حقایق جهان ، پاسخ گو باشند وما در کمپین احتجاج علم مفید (آماده ارائه است) ، بایستی به طرح رسوانمودن ، مادی گران ودنیا پرستان که با فرضیات تهی از حقیقت ، دنیا را صحنه سرگرمی های به اصطلاح علمی کرده اند وبراین تخیلات استراتژی تعیین می کنند ، بپردازیم ، اینکه جوهر وعَرَض از مقولات فلسفی است واز زمره وجدانیات به شمار میرود ، تردیدی نیست واین یک حقیقت مسلم است ، برای اینکه وجدان یک جایگاه استشهادی ، در انتقال جوهر به عَرَض است، نظیر بیمار سرطانی که در تعریف ماهیت سرطان بحثی نیست ، برحسب همین تعریف مبتلابه به سرطان شده است وتا اینجای موضوع ، جدالی درکار نیست ، موضوع اصلی ما که یک موضوع حقیقت یاب است ، اینست که این بیماری غیر مسری چگونه در جوامع بشری تعمیم (Generalization) می یابد آیا از فناوریهای ارتباطی است ، از داروهای مضره است ، از حرص و ولع دنیا پرستی است ، از ناآرامی روان است و.....وآیا میشود این معضل وخوره خوفناک را با همین علوم وفنون اعتباری حل وفصل کرد ویا باید به تشخیص های حقیقی آن پرداخت .

بدیهی است که سرطان ها، ناشی از دخانیات ، کار ، تغذیه ، تشعشعات رادیو اکتیو، خشونت ورفتارهای فرهنگی – اجتماعی است و در سیستم عصبی انسان اختلال ایجاد کرده وباعث رشد سلول های بد خیم میشود وبهر حال عوامل ژنیتکی وغیر اینها تشخیص داده شده وبا روشهای ، شیمی درمانی ،پرتو درمانی ،جراحی ،ژن درمانی ،تفکر مثبت وهایپرترمیا به مداوای بیمار ناامید مبادرت میشود ، از دیدگاه کسانی که ادراکات حقیقی این قضایا را دنبال میکنند ، اینها معلول بوده وعلل را در حقایقی از حرص ، طمع ، دنیا پرستی ، پرخاش گری ، آرزوهای دور ودراز ، ناکامی ها ، وبطور کلی دورشدن از جریان های حقیقی وطبیعی وامور معنوی میدانند ، وقتی یک پیر مرد 90 ساله زارع در دهکده ای مشاهده مینمائید که سیگار میکشد وهم آب گوشت چرب را با ترید نان نوش جان میکند وبا یک کاسه دوغ ، آرامشی فارغ البال پیدا کرده وبه خواب ناز فرومیرود ، درمقایسه با شخص متوًلی که در بهترین منزل (شبیه قصر شاهان) ، اتومبیل آخرین سیستم و وسائل راحتی وعیش ونوش وی فراهم فزاوان، ولی از دهها بیماری ؛ نگرانی های بانکی ، مالیاتی ، و.....مینالد وهنوز سنش به پنجا ه نرسیده ، که درد به همه اعضاء واندام واره وی سرایت کرده است ، واگر قرار باشد که فقط فقیران بیمار شوند ، این بیمارستانهای فوق تخصصی ، هزینه های هنگفت خود را از کجا تامین کنند؟ .

در مسئله اعتباریات ، اینکه کدام یک از مصدقات است وکدامیک از خطا وغلط ، مربوط میشود به ترکیب حق با باطل ، واشکال اینجاست که آن قسم که حق است ودر موقع انفصال خود که مستقل از باطل بوده است ، درترکیب با باطل ، مفهوم حقیقی خودرا از دست داده وارزش ومفیدیت خودرا در ترکیب با باطل ، معدوم میکند واین ترکیب از خاصیت حقیقی تهی است وعلما وفلاسفه مادی که مدعی هستند ،خداوند متعال را نیز در زیر تیغ جراحی ویا ابزار آزمایشگاهی ملاحظه کنند (العیاذ بالله) ، این چنین فرضیاتی قبل از اینکه بلباس عینیت ملبس شود ودر میدان های عمل نظیر بیمارستانها ، دانشگاه ها، مراکز تولیدی و... عملیاتی گردد ، بصورت ایده وفرض های غالباً تهی از جریان های حقیقی ، (بی توجه به نفع یا ضرر ماحصل آن برای انسان) به فرضیه تهی از حقایق تبدیل شده وبطور ذهنی تصدیق میشود ومنجر به حکمی میگردد که به عنوان مثال ، امروزه یک نهضت جهانی برای نجات بشر از عفریت سرطان براه افتاده است وبه تدریج سمت گیری علاقمندان به سرنوشت بشر بسوی راه حل های حقیقی ملاحظه میشود، چنانچه دکتر کارلو میگوید"روزه ای که اسلام واجب کرده، بزرگترین ضامن سلامتی بدن است.مدرک"فیزیک-پزشک fa.wikipedia.org/.../ "که یک قضیه اعتقادی است تا اینکه حسًی باشد وآنکه مداوا میکند اعتقاد است ، نه رژیم غذائی واین اختلاف ادراکی ، اثر تصدیقی روزه رانیز به ابطال

میکشاند ، همانطور که فرد سرطانی که آخرین امید های خود را از دست داده است ، راهی مشهد مقدس شده وخود را اصلاحاً به ضریح دخیل میبندد ودر پیشگاه امام هشتم (ع) وبا وساطت حضرتش ، از خداوند متعال شفاء میطبد واگر ازکارل ریموند پوپر (Karl Raimund Popper) صاحب کتاب منطق اکتشاف علمی سوال شود ، این منشاء غیر حسی را چگونه توجیه میکند ، فرضیه ای بنام انرژی درمانی مطرح میکند که در صحن وسرای بارگاه ثامن الائمه (ع) پراز انرژی مثبت است ، وما پاسخ میدهیم چرا این سیستم انرژی درمانی که مدعی آن هستید در بیمارستان پیاده نمی کنید (به هر حال انسان توجیه گر است وبا همین توجیه گری فرضیه میسازد ، سوره قیامت آیات 13 الی 15).

در علوم اعتباری ، هم مبادی حسی مدخلیت دارد وهم غیر حسی ،علیت ومعلولیت دراین رابطه از پاسخ های این قضیه فلسفی است ، آنچه از قرآن که کامل ترین کتاب حقایق جهان هستی است وبیان کننده هر شیئی است (تبیانا لکل شیئی ، سوره نحل آیه 89) ، نظام هستی را مبتنی بر نظام علّی ومعلولی اعلام فرموده است که این نیز از جریان ها وقوانین حقیقی نظام هستی واز مصدقات عقلی است(قرآن سوره مائده آیه 105(یا أَیُّهَا الَّذِینَ آمَنُوا عَلَیْکُمْ أَنْفُسَکُمْ لا یَضُرُّکُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَیْتُمْ)) ، در نظریه حسی نیز تصدیق شده واز جمله جان لاک میگوید" چون تبدیل هائی همواره بر یک سان در احوال چیز ها مشاهده میکنیم وچیزهای دیگری را میبینیم که همواره آن تبدیل ها را میدهند ، پس آن تبدیل را " معلول " وچیزهائی که باعث این تبدیل ها شده اند را "علت" مینامیم واز همین راه تصور آفرینش وزایش وساخت وتغییر برای ما حاصل میشود"(علامه طباطبائی ، فلسفه رئالیسم ،(با پاورقی شهید مطهری) ، جلد دوم ، صفحات 53 الی). دراین بحث نیز موضوع تدوین راهبرد های ، پنجره های روشنی برای استراتژیک باز می کند ، با قوانین اعتباری که مختص بیک مکان از این کره زمین است ، نمی توان حکم کلی وجهان شمول داد ، ویا کلیه قوانین اعتباری ازحیثیت جهان شمولی خارج است ، قوانین ودستورالعمل های حسی – ابطالی برای تدوین راهبرد ها ناتوان است ، داده پردازی ها وتحلیل داده های اعتباری وبا آمارهای مداخله گر وفاقد مفسران حقیقت باب ، از نظر ارزش برای تدوین راهبرد های مقوم ناکارآمد هستند .

اعتباریات ورابطه آن با ادراکات نسبی

این موضوع مربوط به عالم ذهن وادراک میشود ، همانطور که اعتباریات در مقابل حقایق است ، اداراکات اعتباری در مقابل ادراکات حقیقی است (مدرک بالا، صفحه 141)ادراکات حقیقی در واقع انکشافات وانعکاسات ذهنی واقع درنفس الامر است ، اما ادراکات اعتباری عبارتند از فرض های

(Assumptions) که به ذهن خطور میکند وجنبه های وضعی ، قراردادهای فرضی واعتباری زمانی ومکانی دارد ، به عنوان مثال براهین فلسفی ویا یک اقدام وعمل طبیعی وریاضی از ادراکات حقیقی هستند ، این ادراکات حقیقی دائمی ومطلق بوده وغیر قابل تغییر هستند ، ولی ادراکات اعتباری نسبی ، موقت وغیر ضرور بوده واعتبار آنها به قوانین ومقررات کشوری وقراردادهای موقت اجتماعی وبطور کلی از ادراکات حقیقی متمایز ومنفک میشود ، اختلاط بین این دو ، شخص حقیقی یا حقوقی را به گمراهی وخیالات میکشاند ، مانند اینست که یک امر بدیهی را بخواهیم با تجربه وآزمایش تصدیق کنیم ، درواقع امر مطلقی نظیر اعتقادات انسان به ماوراءالطبیعه را بخواهیم با هم مخلوط کنیم ، چنین امری محال است که بین ادراکات حقیقی ودراکات اعتباری ونسبی (Relative) اتفاق بیافتد ، احکام ادراکات حقیقی با احکام ادراکات اعتباری ونسبی از هم جداست ، آنچه که بدیهی است انسان حقیقی با فراخوستن های طبیعی زندگی میکند وزندگی اعتباری که دیگران با سوداگری های دنیوی برای او میسازند ، با خصوصیات فطری خویش مغایر ومتنافر احساس میکند واین احساس درونی بوده وبا ذات فی نفسه او سروکار دارد واین مغایریت بزرگ وشکاف حقیقی با اعتباری ، به تشکیل شکاف های اقتصادی ، اجتماعی ، سیاسی وفرهنگی منجر میشود ، یعنی کوشش دائمی انسان که بسوی نفع وفرار از زیان است (به عنوان یک امر طبیعی) ومورد پذیرش همه میباشد ، یک امرداخلی وراه آورد مقدرات حقیقی است وبا تعیّن و تقید امور اعتباری مخلوط میشود، ولی به لحاظ حقوقی که قوانین حقیقی تعیین کرده اند ، نمی توان از قاطبه مردم وملت ها سلب منافع کرد وبه بهانه های اعتباری وتقلید های غربی گرایانه ، شخص را از کوشش های فکری وبدنی محروم ساخت (مثل احکام بازنشستگی که منجر به خانه نشینی مردان وزنان کارآمد شده است)، لذا احکام حقیقی از یک کلیت منطقی تبعیت میکند که انسان با فطرت وقلب سلیم خود، آنرا فهم میکند وکمال جوئی را در همین راستا جستجو می نماید وبقاء خود را دراین سیر وسلوک حس میکند وزندگی جاودانه ای را که مُردن به منزله عبور از یک وضعیت به وضعیت دیگری است ، در سیر ملکوتی فهم میکند وچنین انسان مشتاق واز ناحیه قلب (مرکز فهم)(قلب در قرآن و ادبیات عرب: حقیقت یا مجاز؟ ، دکتر یحیی معروف ، مقاله درمجله انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی .) به مرتبه تطمئن القوب (الَّذينَ آمَنُوا وَ تَطمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكرِ اللَّهِ أَلا بِذِكرِ اللَّهِ تَطمَئِنُّ القُلُوبُ» (الرعد – 28)) نائل شده میگردد ، زندگی آرام ، سربلند وطبیعی خود را بدون مجادله با تمام مظاهر ومراتب وسودجویان ناحق ، طلب میکند وزندگی با مفاهیم طبیعی وحقیقی ، با زندگی با چشم همچشمی ومسابقه برای سودکردن بهر طریق ، خارج از ادرکات حقیقی وزندگی طبیعی انسان حس میشود .

بنابراین مسئله اصلی ،انطباق تامین احتیاجات واقعی انسان ودرک صحیح آن از طریق تشخیص صحت وسقم این مسئله (یا مسائل مبتلابه) وطراحی رابطه آن(یا آنها) در اثر متقابلی که با عقل وامور حسی دارد واگر قبل از آزمایشی یا طرحی ، این رابطه متقابل نقد شود وعوامل حیات بخش طبیعی آن درک شود ، به اصل ضرورت (Principal of Necessity) وقوف حاصل گردد ، قطعاً عوامل حقیقی حیات مختل نمی گردد ، یعنی احتاجاتی که ناشی از احکام حقیقی است ، جایگزین احکامی میشود که خواسته ها وزیاده خواهی ها وروابط سوداگرانه موجود است وبازار میدان تاخت وتاز این سوداگری های غیر طبیعی رها شده وبالطبع از ازدحام در بیمارستان ها ، دادگاه ها ونظایراینها کاسته خواهد شد[(کتاب روح میثاق از مولف وضرورت بر پائی قراردادهای اجتماعی وکاهش فعالیت غیر ضرور دولت ها که دراین کتاب آمده است) ، این موضوع به معنی عدم اصل انطباق حقیقی با احتیاجات واقعی (Essential of Conformity Between Truth and Reality needs) معروف است ،از این روی ، حیات از دیدگاه قرآن مجید ، برحسب بیولوژی نص ، احکامی را اعلام میکند که شرح وبسط آن مربوط باین بخش نمی شود(Religion, Tolerance and Intolerance: Views from Across the Disciplines University of Oxford،Russell Powell and Steve Clarke).

برانسویگ (Brunschvieg) میگوید" حقیقت اینست که علم انسان باید رابطه واثر متقابل با عقل وحس پیدا کند واگر این رابطه واثر متقابل فقد شود ، عوامل حیات مختل میگردد، برای اینکه مبداء هویت ، اصل ضرورت حمل شیئی برنفس (یعنی هر چیز ، خودش است) را رهبری میکند واین نمی تواند در اضداد دیگر ، نافی نفع بشریت باشد ، بنابراین ما به همکاری عقل وحس نیاز داریم ، عقلی که بدور از سُکریات وبا مبناهای خودش کار میکند واین دو معنا با هم توافق ذاتی دارند (کُلُّ ما حَکَمَ بِهِ العَقلُ، حَکَمَ بِهِ الشّرعُ) ، یعنی هر چه بر اساس عقل صحیح است در حس هم صحیح است وهر معقولات یقینی که از مبنای عقلی صادر میشود ، قابل صدور احکام برای اجرا است ، برای اینکه عقل ، نص ، حب النفس وقوانین طبیعی از پایه ها ی اولیه زندگی بشر میباشد (کتاب «بیولوژی نص؛ نشانه‌شناسی و تفسیر قرآن» نوشته علیرضا قائمی نیا) .

مبانی حق وباطل در تدوین راهبرد

امور دنیا به دوبخش حق وباطل تقسیم شده است، انسان فی نفسه به ذوات وجود بر حق ، فطرتاً فهم داشته واعتقاد دارد واز آن به عنوان یک وجد نیکو یاد میکند واینکه کدام را حق میداند وکدام را باطل ،

مربوط به ادراکات او از نقطه نظر شعور باطن میشود ، در براهین آیات وحیانی بسیار ملاحظه میشود که آدمی دراین مورد ، خود آگاه است وبه اصطلاح هرکس میداند ، چکاره است ، کلیه خوبی ها وبدی ها ، خیر ونیکوئی ها ، اعمال پاک وناپاک ، نیًات مخلصانه ویاغیر اخلاص و....همه رامیداند ودر نزد خویشتن خویش به گناهان ویا ثواب ها بطور وجدانی اعتراف دارد ، پس انسان در نزد خودش دنبال مغلطه وسفسطه نیست ، ولی همین انسان درتعامل وتقابل با دیگران وبرحسب حق خواهی ، به توجیه گری ولفاظی (علامه طباطبائی ، فلسفه رئالیسم ،(با پاورقی شهید مطهری) ، جلد دوم ، صفحه 156)میپردازد واین شیوه فقط ، شیوه عوام نیست ، در فلاسفه ومحیط های متًصف به علوم غیر حقیقی فراوان است که میتوان تحت القائات سوفسطائیان یا شکاکان ، اثبات گرایان ، مادیگران ونظایر اینها به وفور و حجم های تانتانیک ملاحظه کرد ، کلیه دانشمندان غیر مادی نظیر افلاطون ، ارسطو ، دکارت وکانت ونظایر اینان که ایده آلیست هستند به اصالت تصوربه عنوان اصالت واقع (Reality) اعتقاد دارند ، ولی در جبهه باطل ، پروتاگوراس (Protagoras) (این سخن پروتاگوراس است اگرچه که او به زبان دیگری می‌گوید «انسان مقیاس همه چیز است، مقیاس هستی آنچه هست و چگونه‌است و مقیاس نیستی آنچه نیست و چگونه نیست.»)، گرگیاس (Gorgias) از شکاکان وقدمای یونان وبرکلی (George Berkli) وشوپنهاور (Schopenhauer) از متاخرین اروپا ، جهان خارج از ظرف ذهن را منکر شدند ، لیکن رئالیست ها(Realists) که از کلمه واقعی (Real) مشتق شده است وبه آنان واقعیون هم اطلاق میشود ، به اصالت واقعیت خارجی (Genuineness of External Reality) که معلوم فطری (Natural Known) در انسان است معترف هستند (کتاب سنجش کرامت انسان ، تالیف مولف ، نشر اسرار دانش چاپ سال 1378 صفحه 25) ، دراین معرکه آرائی فیلسوفان ، کسانی مثل دکارت هستند که معلومات را هم فطری میدانند وهم ناشی از عقل.

اصحاب حسً وحسیون (Empiricists) که منشاء علوم را حس وتجربه میدانند ، نظیر جان لاک(John Lack) انگلیسی ، درعین حال خطاهای حسی را با دلیل ثابت کرده است وبرکلی ، وجود حقیقی را درک کرده و وجود نفس را تصدیق نموده ودر تشکیل صور محسوسات در شخص ادراک کننده تردیدی ندارد(علامه طباطبائی ، فلسفه رئالیسم ،(با پاورقی شهید مطهری) ، جلد اول ، صفحه 55) ، موضوعی که انسان را در حقیقت یابی وتمیز حق وباطل یاری میکند ، اراده (Will or Determination) است ، همانطور که حقیقت جهان بر حسب اراده شکل گرفته است وانسان همانطور که اشاره رفت ، به حقیقت خود که اراده بی واسطه است ، پی میبرد واین اراده در ذات خود یک حقیقت مطلق ، مستقل با لذات

وخارج از حدود مکان وزمان است وتمام حقایق جهان ، درجات ومراتب آن با اراده عمل میکند وامری یله ورها شده نیست ، از دیگر مطالب حق وباطل ، وجود ودرک تناقض هاست ، قبول اصل عدم تناقض (Essential of Non-Existence Contradiction) از سوی برخی دانشمندان ، بمنزله رمز گشائی ، از اسرار حق وباطل است چنانچه بازی زبان (Language Game)از ویتگنشتاین (Wittgenstein) گشودن رمز دیگری در لفاظی عده ای مادیگران است ، اینکه عده ای بگویند ، حقیقت است وعده ای دیگر بگویند حقیقت نیست ، یک تناقض آشکا راست ، دکارت برای رهائی از تناقض وقبول " اصل عدم تناقض " از عبارت "من فکر میکنم ، پس هستم "(I think, therefore I am) استفاده کرد (که البته جمله نادرست و"من" هستم ، اوُلی بر تفکراست وفکر کردن متفرع از اصالت انسان ، یعنی "من" است) ، چون دکارت نمی توانست قبول کند که " بگوید فکر میکنم ، ونیستم " یا " هستم درعین حال نیستم" پس "اصل عدم تناقض " گره گشای مصادیق علمی وادراکات بشری است .

کلید همه همکاری های استراتژیک علمی ، فناوری وبطورکلی همکاری های اجتماعی ، سیاسی ، اقتصادی وفرهنگی در درک مشترک همکاران از حقیقت ، اعتباریات ، روابط نسبی ، تمیز حق وباطل وادراکات مربوط باین ها ست ، این موضوع در انتخاب ها، انتخاب دوست ، انتخاب اعضای یک هیئت وغیره ، نقش اساسی بازی میکند ، مفاهمه وتفاهم طرفینی بمنزله تصدق هم کفوی در انتخاب همسر دلخواه ، فعالیت های اقتصادی وسایر تلاش های مشترک است ، هیچ عاقلی نمیتواند با جاهلی به همکاری دائمی ومنطقی وسالم دست بیاید ومانند امور اعتباری موقت بوده وبر اساس شرایط زمانی ومکانی ودستورالعمل های محدود وموقتی است ودر صورت امحای این شرایط ، همکاری این دو نیز پایان می پذیرد (مولف نمونه هائی از مشارکت مدنی ودر قالب شرکت های اقتصادی – صنعتی دراروپا شاهد بوده است که بالغ بر 600 سال دوام داشته واساس این همکاری ها بر درک مشترک از حقایق واعتباریات مورد توجه آنان بوده است) ، مبناهائی که درادراکات حقیقی ، اعتباری ونسبی مورد بحث قرارمیگیرد ، خود یک حقیقیت مسلم است وآثار مثبت ومنفی آن در همکاری های مختلف ، توافق ها ویا تضاد های اجتماعی ، تشکیل بنیاد های خیریه ویا انحلال متعدد وفراوان شرکت وتعطیلی شهرک های صنعتی ، وهزاران پدیده اجتماعی دیگر می باشد واگر کشوری بخواهد در موضوعات علمی ، فناوری ، رفع مشکلات ا قتصادی وغیر اینها الگوسازی کند ویا الگوهائی را مورد استفاده قراردهد ، اولین اقدام اساسی مربوط توجه باین موضوع مهم واساسی است .

حقیقت علم بمعنی درک حقیقت

مطلب مهم اینست که دراین دانستیم که استراتژی یک علم است و حقیقت علم بمعنی درک حقیقی از معلومات وخصوصیات حقیقی این علم است وهرگونه کاشفیت حسی براساس خطاهای حسی (Errors of Sense) نمی تواند درک حقیقی ازموجودیت این علن بدست بدهد ، وانگهی بسیاری از مراتب حواس ، که پیش فرض های اعتباری قرار میگیرد مثل صفر مطلق(Absolute Zero) یا سرعت نور ، درج بندی های سرمایشی وگرمایشی وصدها مورد دیگر ، از جنبه های قراردادی واعتباری است ، درمورد انسان این اعتباریات ، نقش حقیقی ندارد ، انسان وقتی گرسنه میشود ، خیال نمیکند ، حقیقتاً گرسنه شده است ، بنابراین نشان دهنده های حقیقی با نشان دهنده ها (Gauges) عمدتاً قراردادی بوده وبرحسب اعتباریات طراحی وساخته وتعبیه میشوند ،سیستم های ارتباطی براین اساس ساخته وپرداخته شده اند ودر این سیستم های مَجازی (Virtual Systems) ، هیچگاه نیات بد ویا خوب ویا اخلاقیات وسایر امور معنوی وبطورکلی حقایق وجودی انسان ملحوظ نشده است داده کاویهای علمی (Scientific Data Mining) ما با فرضیه های پوپریسم (Popporism) و براساس ادراکات حسی – ابطالی و در سیستم های با هوش مصنوعی (Artificial Intelligent) اطلاعاتی را تولید ومنتشر میکنند که نفع حقیقی انسان درآنها ملحوظ نشده است ، هنوز ما داری مفسر(Interpreter) میان رشته ای(Interdisciplinary) برای تبلور حیثیت انسانی انسان در این سیستم های وارداتی نیستیم ، برای اینکه علم به جنبه هاب حسی وتجربی ، ومفیدیت قرارگیرد ،بایستی به داده های علمی (scientific data) اعم ازکیفی (qualitative) وکمی (quantitative) تبدیل شود ومجموعه اینها به داده های پایه (database) تبدیل شده وانباره (warehouse) ایجاد شود ، ولی این فرآیند بدون توجه به مفیدیت علم ودرراستای منافع حقیقی انسان آنجام نمیشود ، هنوز مفسران این رشته نتوانسته اند شرایط علم مفید وغیر مفید که برای انسان ضرورت تام دارد بصورت داه های علمی ، با قابلیت کمیت پذیری در الگوریتم های مورد نظر خود ، بکار بگیرند وتمام پروسه ها بعدی براساس مشاهدات حسی وعینی افراد بوده که بمنزله علم نیست واینکه داده های مفید از غیر مفید تفکیک میشود وبصورت خودکار(Automatic Data Preparation) آماده مراحل بعدی میگردد ، یک سلطه غیر حقیقی بر انسان تحت سیطره این سیستم های حسی – ابطالی است ، در حالی که کلیه موجودات جهان در ارتباط با یکدیگر هستند وهمه در یک جریان تکوینی سیر میکنند واین حقیقت از عهده مفسر سیستم های غیر حقیقی ساخته نیست (1- أَ فَمَنْ زُيِّنَ لَهُ

سُوءُ عَمَلِهِ فَرَآهُ حَسَنًا. (فاطر: 8) یعنی : آیا کسی که عمل بدش برای او آراسته شده است و آن را خوب و زیبا می بیند، (همانند کسی است که واقع را آنچنان که هست، می یابد ؟)، تفسیر علم حقیقی بما حکم میکند که الگوهای زیر را در داده کاوی های سیستم های اجتماعی ملحوظ نمائیم :

- توسط انسان به راحتی قابل فهم باشند .
- درستی آنها با درجه های از قطعیت برای دادههای جدید و آزمایشی تضمین شده باشد.
- مفید و بدیع باشند.
- برای فرضیه های تعریف شده توسط کاربر معتبر باشند.

از دیگاه قرآن مجید ،علم فاسد ، انسان را از خداوند متعال غافل میکند، راهبرد غلط وکفر آمیز هم انسان را ازمدار حقیقت دور میکند ، به نظر می رسد که علم به سبب آن که نقیض جهل و نادانی است، امری مثبت و ارزشی باشد؛ اما با نگاهی به تحلیل قرآن از دارندگان علم و دانشمند به این نتیجه می توان رسید که علم همان گونه که در دست اهل آن، آثار مفید شخصی و اجتماعی به دنبال دارد و عامل اصلی معرفت به هستی و عمل به کارهای خیر است، اما در دست نااهلان می تواند ابزار مخرب علیه جامعه انسانی بلکه همه موجودات زنده باشد.

حقیقت علم ودانش، کشف امر خارج از ذهن به واسطه صورت ذهنی است که از راه حس، عقل و تجربه حاصل می شود ، البته در آموزه های قرآنی و علوم عرفانی از نوع دیگری علم سخن به میان آمده است که با علم به معنای صورت ذهنی و مفاهیم عقلی تفاوت دارد. از این علم به علم شهودی و حضوری در مقابل علم حصولی یاد می کنند. به این معنا که برخی از دانش های انسانی، از راه صورت های ذهنی به دست نمی آید، بلکه از راه مکاشفه و بدون واسطه و با اشراق الهی برای برخی از نفوس حاصل می شود که از آن به علم لدنی نیز یاد می شود علامه طباطبائی ، فلسفه رئالیسم ،(با پاورقی شهید مطهری) ، جلد اول ، صفحه 78).

_حقیقت وخطای مطلق ونسبی

فیثاغورس (Pythagorean) در قرم ششم قبل از میلاد مسیح (ع) ، " اعداد" را اصل وجود نامید ودکتر ارانی از قول افلاطون (درقرن پنجم قبل از میلاد)، حرکت وتغییر را امری دائمی وبی حد ، اعلام کرد ، این گونه معلومات که از علم حضوری تحصّل یافته وجزء متافیزیک وفلسفه اوُلی به شمار می آید

دارای پیروانی نظیر افلاطون ، ارسطو ، دکارت ، لایب نیتس ، اسپینوزا و فلاسفه اسلامی هستند وخطا از این حقایق ، به خطای مطلق تلقی میشود دسته دوم از فلاسفه به فلاسفه نسبیون (Relativism) معروف هستند ، نظیر هگل که یکی از آنان است ، این گروه نظیر عملگراها (Pragmatists) از جمله ویلیام جمیز آمریکائی به اصالت عمل توجه کرده وبرای تشخیص حقیقیت به تجربه وعمل تکیه دارند ومنشاء علم همان تاثیراتی است که اعصاب آنرا از خارج پیدا کرده وخبر میدهد ، یعنی این سیستم بوسیله دستگاه حسی وسلسله اعصاب ومغز ، حقایق را درک کرده وچون طرز ساختمان مغز افراد وشرایط زمانی ومکانی فرق میکند ، پس این درک حقیقت نسبی است ، واینکه این سلسله اعصاب که از خطا مصون نیست ، چگونه نظریه خود را توجیه میکنند ، از نظر ما همان طور که بربریت مدرن جانشین ، بربریت جاهلی شده است ، مکتب شک (Sepsis) دوباره با الفاظ وهرمنوتیک مدرن ، سر برآورده است .

فرضیه های علمی مبتنی بر دستگاه حسی ، عمدتاً نسبی بوده وبا یک فرضیه مکمل ویا فرضیه مستقل دیگر رد میشود آگر چه در زمان خود برخی آثار حقیقی وموثر خود را داشته باشد ، برخلاف فرضیه ها در علوم حقیقی وطبیعی که جاویدان هستند واز قانون علمی ثابت ولایتغییر پیروی میکنند نظیر قانون عام جاذبه ، فقدان خلاء در افلاک ، قانون عام زوجیت وبسیاری قوانین حقیقی در آیات وحیانی قرآن ، انیشتین (Einstein) در نظریه معروف خود بنام نسبیت عام (General Relativity) که تصور میکرد ، در فضا –زمان فرضی وی که موجودیتی پویا (Dynamic) دارد ، اجسام بدون گرانش در خط مستقیم حرکت میکنند ، اما وقتی قانون جهانی گرانشی نیوتن ، جای خودرا به گرانش های انحنائی در اختر فیزیک داد وبا شکست مکانیک کلاسیک وقبول مکانیک کوانتمی ، نسبیت عام انیشتین کنار گذاشته شد ونسبیت های خاص (Special Relativity) که با فیزیک کوانتمی سازگاری دارد ، تصدیق گردید .

همانطور که گذشت ، حقیقت مطلق است ونسبی(Relativism) نیست ، یک درک ناقص وضعیف از سوی انسان است ، یک چیز ویا یک واقعیت را (بدون درک از حقیقتِ واقعیت) به انحای مختلف فهم میکند و معنا(Meaning) را بجای مفهوم (Concept) ومفهوم را بجای معنا می گیرد ، بین هویت (Essence) وماهیت (Identity) ، حقیقت (truth) و واقعیت (Reality) خلط مبحث میکند وبراین اساس ، داده کاوی باصطلاح علمی فهرست کرده وبا نرم افزارهای محاسباتی ، آنها را آزمون میکند ونتیجه را به عنوان محصولات علمی وفناورانه (Technological) به بازار عرضه میکند وتقاضا ایجاد مینماید ، دراینجا زمان ومکان ، مفهوم کشورتوسعه یافته وپیشرفته ، فرهنگ ها ، گرایش های

اعتقادی ، تبلیغات ، طرفند های بازاریابی ، ژست گرفتن ها ، سلیقه ها وژانرها ، هنروزیباشناسی ، وصدها رفتار وقرار های مختلف ، حقیقت با غیر حقیقت مخلوط کرده وحق وباطل را درهم آمیخته ومعرکه ای راه می افتد که همه این دانشمندان که دراین نوشته آمده اند ومضاف براینها از بقیه هم کمک گرفته شود از آراء آنها ، این معرکه آرائی زیبا پسندانه حل وعقد نخواهد شد .

آنجا که شریط زمانی ومکانی وغیره وغیره ، تعیین تکلیف کرده وبه لباس قوانین ومقررات اعتباری ملبس شده وسازمان های استاندارد ، این چیزها را استاندارد کرده وبا ایسم ومسلک های سوفسطائیان وتردید کنندگان وهجمه های مادی گرایان مواجه شده ومقید ومتعین شده است ، وبسیاری از ضرورت به حاشیه کشیده است ،واقعاً چه باید کرد ؟، کانت در کتاب خرد ناب ، مکتب نقد(Critism) را از آن جهت که به حد اعلی به نقادی و صرافی عقل و فهم انسان پرداخته و حدود عقل و حس را تعیین نموده و امور شناختی را از امور غیر قابل شناخت جدا ساخته فلسفه انتقادی (کریتی سیسم) می خوانند . مرحوم فروغی می گوید :" نقادی علم و فلسفه را فرا نسیس بیکن (نیمه دوم قرن شانزدهم و نیمه اول قرن هفدهم) آغاز کرد و لاک دنبال آن را گرفت و برکلی به شیوه دیگری در آن وارد شد و هیوم این مشرب را به درستی روشن و آشکار ساخته است و اینها همه انگلیسی بوده اند ، سرانجام کانت آلمانی به راهنمایی هیوم در این خط افتاد و با اصلاح خطاها و تکمیل نقصهای او ورق دانش را یکباره برگردانید " ، بعضی دیگر از دانشمندان حقیقت نسبی (Relative truth) را اصطلاح کردند در مقابل ریاضیات که یقینی وقطعی است.

کانت نظرات ارزشمندی درباب ارزش معلومات وسایر مسائل مربوط به علم دارد ، اودر کتاب سنجش خِرَد ناب ، حدود عقل و حس را تعیین کرده وامور شناختی را از امور غیر قابل شناخت جدا ساخته است ودر فلسفه نقد خود بیان داشته است ، وی راه حصول علم وحدود علم را مورد بررسی قرارداده وآنرا از فلسفه اوُلی ویقینی میداند وجزء علم نمیداند ، جزء فلسفه میداند ، همین طور ریاضیات را یقینی دانسته ومنشاء پیدایش آنرا فطرت میداند ، در طبیعیات ورود کرده وعوارض وظواهر (Phenomena) را از افعال حسی میشمارد (که همان عَرَض است) که مظهر عوارض وماهیات هستند ، باین موضوع هم پافشاری میکند که اساس مواد ومعلومات مربوط به ذهن است وذهن از خود مایه به آنها میدهد وصورت بخشی میکند وچون زمان ومکان ذهنی هستند لذا هر صورت بندی ذهنی جزء ممکنات خواهد بود (البته در جهان نامتناهی غیر ازاین نبوده واین موضوع از حقایق عالم است- مولف) ، در نظر کانت ادراک ذوات (Nonmenon) همان مظهر عوارض چیزها هستند ، کانت میگوید" هر چند ، عوارض وظواهر

بوسیله حواس ادراک میشود ، اما میدانیم که هر ظهوری ، ظهورکننده لازم دارد (علت ظهور) ، پس قطعاً ذواتی وجود دارد که این عوارض مظاهر آنها است ، بطور کلی کانت ، خود بشر را در درک وفهم موضوعات ضعیف میداند نه حقایق را ، هانری برگسون (Henri Bergson) با اینکه مشرب جزمی (Dogmatism) دارد، کشف حقیقت را نه حس میداند ونه عقل ، بلکه میگوید ما آنرا از نیروی درون وشهود باطنی یا بصیرت(Insight) کسب میکنیم (خلاصه ای از صفحه 167 کتاب رئالیسم علامه طباطبائی (رضوان الله علیه) به بعد جلد اول).

علم حضوری وعلم حصولی وآثار آن در تدوین راهبردها

علم حضوری یعنی علمی که عین واقعیت علوم پیش عالِم (نفس یا ادراک کننده)حاضر است وعالم ، شخصیت معلوم را درک میکند، مانند علم نفس به ذات وحالات وجدانی وذهنی خود، علم حصولی یعنی علمی که واقعیت معلوم نزد عالم حاضر نیست ، فقط مفهوم وتصویری از معلوم پیش عالم حاضر است ، مثل علم نفس به موجودات خارجی از قبیل زمین ، آسمان ، جنگل ، انسان های دیگر ،اعضای بدن خود شخص ادراک کننده که اکتسابی است وبه کشف علمی نیاز دارد وبه وحدت علم ، عالم ومعلوم منتهی میشود ، دراین مراحل چه حضوری وچه حصولی از فکر ما زایش پیدا میکند که حقیقتی غیر از خارج (یعنی خارج از نفس انسانی) است ، امور ذهنی مکانی وزمانی نیست ودر تمام هستی همسان است واز طول ، عرض وعمق وزمان (جهان سه بعدی ویا چهاربعدی) نیست وتابع تغییرات این چهار عناصر نمی باشد ، پس ادراکات وی ثابت وپابرجاست وتغییر نمی پذیرد .

علم انسان به وجود خودش ، علم النفس یعنی خودآگاهی (consciousness , self- awareness , self-consciousness) است ، روح ذاتی است که در حرکت وتکامل جوهری ماده پیدا شده ودارای شخصیت جداگانه ومستقل است وتعلق ذاتی وارتباطی با ماده دارد ، خودآگاهی همان علم حضوری است ، مادیون آنرا شعوربه خود(self-consciousness) یاد میکنند، یعنی هر کس تعقلی از خود دارد و به وجود خویش مطلع است ، بنابراین " من هستم ، یک حقیقت است ومَجاز نیست" ، "من هستم " یعنی بیان حقیقت " من" نه اصل وجود من که آن بدیهی است ، بنابراین " من فکر میکنم ، پس هستم " مخدوش میشود ، چون این موضوع متفرع از آگاهی وشعوراست وآنچه است " خود من" است وفکرازآن صادر میشود واین موضوع نسبت کلی وجزئی با تفکر استراتژیک دارد.

" من حسًی " با "من روحی" از نظر حسیًون و روحانیون فرق اساسی دارد(توجه شود که روان یا جان در موضوع روانشناسی با روح وروح شناسی (نفخت فیه من روحی) با هم فرق دارد- مولف) ، حسیون من حسی را مجموعه غیر وجدانی ومتشمل از شنیدنی ها وگفتن ها ورفتارهای حسی میدانند ، ولی روحانیون ، من یا خود خویشتن را یک موجود وجدانی متشخص وثابت ، باقی ودارای جمیع حالات وعوارض میدانند ، پس انسان یک حقیقت مسلم است ، ومقتضای این حقیقیت مسلم ، حقیقت جوئی وحق طلبی اوست بطوریکه در بسیاری از حالات ، مادیات او را از جستجوی حقیقت باز میدارد وبین حقایق وجدانی وخواسته های مادی ، غوغائی در روح ، روان و وجدانیات وی بر پا میشود و"خودمن" می داند ، چقدر برحق است وچقدر بر حق نیست واز این جهت میگوئیم که هر کس میداند " چکاره است " (به مقاله مولف تحت عنوان " چه کسی پَرها را جمع میکند" مراجعه شود) واینکه میداند چکاره است نیز یک حقیقت است وخیالاتی است واین علم حضوری که با خودش همواره حمل میکند ، مایه های رنج ، عذاب ، سردرگمی ، چاره اندیشی ونظایر اینها است که مرجع خود را روانشناسی فرض میکند وگاهی فرض تهی (فرض صفر) است واگر شخصی براساس اصول دین واحکام الهی واخلاص عمل کند ودر راستای ، بی راستای مادیات ، حقوق دیگران را ضایع نکرده باشد وخدمات شایسته انجام داده واهل علم وعمل بوده ودوستدار انسان وانسانیت باشد ،این شخص که از هزاران خصیصه وجودی ، انسانی وشیطانی ونفسانی برخوداراست ، در مسائل روانی ،خود طبیب خود است واین گونه ربطی به سایر عوامل نسبی وحسی دارد وآنقدر که وابسته به موضوعات روحانی و وجدانی است که مربوط به دستگاه حسی نمی شود ، بلکه حرکتی است مطلق وجوهری که خودش وضد خودش را بطور وجدانی فهم میکند ، منتهی در محضر دیگران (وغفلت از اینکه در محضر خداوند متعال است) ، کارهای بد ویا نیک خود را توجیه میکند وهمانطور که گذشت انسان ، یک توجیه گر (..Accounting for) هنرمند است ومثل هنرپیشه ها ، نقش آدم های شایسته را با هنرمندی بازی میکند و توجیه گری وی از نظرفلسفی ، تعویض " من دیگری" بجای " من خود" درانظار دیگران است واز دید وشهود کسی که باین لطائف الحیل علم وآگاهی دارد ، متوجه این جابجائی صوری میشود ، ولی "من خود" قابل تعویض نیست وخود شخص این معنا رادرک میکند واز اینکه دروغ پردازی کرده است وبا خود وخدایش صادق نیست ، بر مشکلات روانیش میافزاید

درک پزشک ، روان پزشک ، روان شناس ، عصب شناس ومغز شناس دررابطه با این "من" که باین متخصصان مراجعه نموده است ، واقعاً چگونه است ؟ وشناخت از این "من" آیا با بررسی های حسی ودستگاه حسی وسلسله اعصاب ، پاسخ صحیحی میدهد و تصدیق میکند ویا یک خطای علمی تلقی میشود؟

، باین موضوع دررساله های دیگر پرداخته میشود ومعلوم خواهد شد که ادراک از جنس حسی ومادی نیست ، واعتبار سنجی وارزشیابی معلومات مربوط به حیثیت " من" ،با دستگاه های حسی دارای اشکالات زیادی است واصولاً فهم حقیقی از فهم اعتباری ونسبی جداست وجزمی بودن یا دگماتیسم (Dogmatism) پاسخ باین گونه ادراکات غیر حقیقی نمیباشد ، دکارت میگوید" تاثیرات ابتدائی در نیازها در مغز ایجاد میشود وهروقت روح به آن اشیاء رسوخ نمود تاثیری مشابه تاثیر اولیه ایجاد میکند وروح موجودی است مستقل از بدن وادراکات چیزی است که میماند " وبه عقیده صدرالمتالهین " ادراکات جوهر غیر مادی دارد وعمل عصبی مقدمه ای برای این ادراکات است ونسبت به نفس ، نسبت فعل است نه فاعل .

یقینی نبودن بعضی علوم ، بمعنی غیر حقیقی بودن نتایج موثر آنها نیست به عنوان فرضیه موجی بودن نور (قبل از فرضیه ذره ای آن) نتایج موثری در فناوری داشته است ، بطلمیوس فرض هائی میکرد که زمین مرکز عالم وافلاک بوده وخورشید وستارگان دور زمین میگردند ، این فرض تهی(فرض صفر) که به غط فرضیه گفته شده است ، غلط بوده ، ولی درعین حال از همین فرض ، خسوف وکسوف وبعضی واقعیت ها کشف گردید ، وهمینطور طب قدیم که بر محور طبایع چهارگانه (حرارت ، برودت ، رطوبت ویبوست) قضاوت میشد ودرعین حال غلط بودن ، هزاران مریض را مداوا نموده است ، گاهی فرضیه غلط است ولی حقلیق ذاتی آن ، به کمک آمده وموارد مصرف آن ، موثر واقع شده است چنانه فلیسین شاله میگوید: " در علوم فیزیکی وشیمیائی مانند ریاضیات محصّل یقینی وقطعیت مطلق وجود ندارد ، زیرا مبداء آنها محسوسات است وحس هم خطا کار است " از این روی میتوانیم بگوئیم در فرضیه های مبتنی بر علوم فیزیکی یقین نسبی (اضافی ونقصان)وجود دارد مثل اینکه بگوئیم ، یک سیب + یک سیب = دو سیب ، بااینکه از ظاهر ، وزن ورنگ همسان بوده واز یک درخت چیده شده است ، مسلماً چنین فرضی غلط است واگر در معرض آزمون های علمی قرار گیرد معلوم میشود برحسب عناصر وجودی شناخته شده ، این تساوی غلط است وبا جوهر ریاضیات که یک+یک = دو که مطلق است ،قابل قیاس نیست واین قیاس ها مع الفارق است وسالبه به انتفاع موضوع میباشد ، ولی همینطور که گذشت، نسبیت آن جای بحث دارد.

بطور خلاصه علم حضوری به سه نوع تقسیم میشود:

1- علم حضوری نفس به ذات خود

2- علم حضوری نفس به قوا وابزارهائیکه بوسیله آنها ، دراین رابطه لازم است

3- علم حضوری نفس به کارهائیکه دردایره وجودش اتفاق می افتد

4- این علم نشئه ای ازناخودآگاه عرفانی انسان است که متعلق به ذهن فراواقعیت گرائی اواخر قرن بیستم ودو دهه قرن بیست ویکم می باشد (سورالیسم عرفانی) که با ترکیبی با تفکر استراتژیک ، مدیران برای تدوین راهبرد های ناب درآینده آماده می کند

در هرسه مورد فوق ، وجود " من" با سایر قوا، ابزارها وحیط خارج پیوسته است ومنفصل نیست ودراین مورد شهود درونی وبیرونی با متفاوت است ، ولی درهرحال این"من" بدنبال کشف حقیقت بوده وجستجوگر وکنجکاو است. بنابراین دستگاه ادراکی وکشف حقیقت ، تنها مغز واعصاب نیست ودراین مورد حقیقت قلب وادراکات آن بشرح زیر است :

1- حسی (با دستگاه حسی)

2- خیالی(رابطه دستگاه حسی با قلب)

3- کلی (قوه حافظه)

4- منفرد(قضیه ای میسازد که فلسفی است وشامل چهار جزء موضوع ، محمول ، نسبت حکمیه وحکم).

5- مرکب (ترکیبی از چهار جزء فوق)

6- تصویری(حکم یک فعل نفسانی میشود)

7- تصدیقی (قضیه مشتمل برسه جزء است ، از نظر فلسفی گاهی سه جزء وبدون نسبت حکمیه (آنرا حکم میدانند) وفقط دوجزء موضوع ومحمول را قبوا دارند، زید قائم است ، زید موضوع وقائم محمول است ، حاتم بخشنده است ، حاتم موضوع وبخشنده محمول است ، بنابراین بین موضوع ومحمول معیت وتواعیت برقرار است ، یکی بدون دیگری ، درک را ناقص میکند ، یعنی این تصدیقی بدون حکم است .

درک صحیح انسان از علم به معنی اعم

درک انسان از علم از سه راه حاصل میشود :

1- حسی : حواس پنج گانه ودستگاه عصبی وارتباط آنها باخارج (خارج از نفس انسان)

2- خیالی: شبیه صور محسوسه است ولی دارای وضوح وروشنی حالات حسی نیست وبلاشرط است دراشعار وداستان سرائی ها بصورت استعاره ، ایهام ، مجاز ونظایر اینها بکار میرود

3- عقلی : درک خیالی که جزئی است بوسیله عقل ، مبنای کلی پیدا میکند وتصویری کامل میسازد که به ایده وطرح قابل قبول درمی آید

صدرالمتالهین معتقد است که که " خیال " هم از قوای باطنی سرچشمه میگیرد واز قوای مجرده است در نظر وی ، بدیهی است ، موضوعاتی نظیر روح ، روان ، جسم که از قیود هرگونه اصل وقانونی آزاد است وتابع هیچ قاعده ای نیست وتنها چیزی که ثابت شده ، اینست که روح وامور روحی خاصیت های مخصوصی نظیر ماده ندارد ، هم چنین از نظر دکتر ارانی ، علم آن موقع ، علمیت پیدامیکند که در عمل وتجربه مفید واقع شود ورابطه علت ومعلول را بربتاباند واین امر را از ناحیه عقل وفعالیت عقلانی (Rationalism) میداند ، این گونه نظریه ها در عقاید هابز ، اسپنیوزا ، لایب نیتس ، وبرخی دیگر از دانشمندان عقل گرا(Rationalists) آمده است ودر هرحال نظر کلی اینست که علم ومحصولات آن، تحت یک سلسله قوانین ثابت ومعین بوجود می آید بطوریکه توماس هابْز (Thomas Hobbes)مطابق با قانون نیوتن درمکانیک کلاسیک ، قانون جبر (Fatalism) را در روح کشف کرد ، بدین معنی که هیچ قضیه روحی ، بدون سبب تولید نشده وعلت آن ازبین رفته باشد ، در این مورد صدر المتالهین میگوید" اینست که روح ، خود عالی ترین محصول ماده است ، یعنی مواد در یک سلسله ترقی وتکامل طبیعت است وهیچ دیواری بین این عالم طبیعت وماوراء الطبیعه وجود ندارد ، بنابراین قضایای زیر را در چهار قسمت زیر ،در مورد علم میتوان نتیجه گرفت:

1- وجود ادراکات

2- انجام یافتن فعالیت های عصبی

3- انجام یافتن یک سلسله عوامل خارجی

4- وجود یک سلسله قوانین روحی

هیچ اختلافی نیست واینها لازم وملزوم وعلت ومعلول یکدیگرند

دانشمندان روحی در حوزه های تخصصی خود ، معنی دارعمل میکنند ، یعنی هر فعالیتی را از ناحیه عوامل چهار گانه فوق ، عین همان فعالیتی میدانند که ازآن عوامل صادر میشود ، فعالیت های عصبی که

ازطریق تجربه ومشاهده تحصیل میشود ، دراین مورد چگونگی عوامل روحی را مورد بحث قرار نمیدهند به عنوان مثال دکتر ارانی می گوید" در موقع فکر کردن ، مغز بیشتر غذا مصرف میکند ، در موقع خواب که فکر مغز زیاد نیست ، کمتر غذا میگیرد ، پس مغز دلیلی بر مادی بودن آثار فکری است"

ادراک از نظر علم امروز ، مثلاً دردستگاه بصری ، بمنزله یک دستگاه عکاسی بیش نیست که دارای محدودیت بسیار است واگر ابزارهای بزرگ نمائی نباشد نمی توانیم ذرات ریز را روئیت کنیم ، اولین معرکه آرائی فلسفی اینست که نمیتوانیم قوه دراکه خود را تسلیم نظریه های له وعلیه یکدیگر از فلاسفه نمائیم ، بلکه باید قوه دراکه فطری خودرا برای فهمیدن بیشتر تقویت نمائیم ، موردیکه از طریق دستگاه بصری تقویت میشود ، بمعنی درک تامه مُدرَک در کلیه انطباق ها نیست ، چنانچه این دستگاه بصری ، روزی نور را خطی دیده وموجی بوده ودرحالیکه در گرانش های فلکی ، بصورت منحنی راه میگشاید ویا سرعت نور وتغییرات موجده از دستگاه حسی در سایر نظریه های اعلام شده ، وفرق است بین درک حقیقی ابصار بادیدن چشمی درقواعد طبیعی واین حقایق را انسان بطور فطری درک میکند .

آنجا که میخواهیم فلسفه را با هندسه اقلیدسی اثبات کنیم به دلایلی میرسیم که در موقع تغییرهندسی اقلیدسی به هندسه غیر اقلیدسی ، نظرات ما ابطال میشود وموضوعاتی بلحاظ کمیت های خط ، سطح ، حجم وخواص دیگر که به فلسفه تحمیل شده است واز سوئی دیگر ، ادراک انسان را در تله ومخمصه تحدید حدود (Demarcation) قرار میدهد ، چگونه میتوانیم از وسعت وژرفای حقایق سر دربیاوریم وحق وحقوق حقیقی انسان رااسستیفاء کنیم ، این نیز درزمره بی وبند باری وسرگرمی های دنیوی محسوب شده وعلم وفناوری را بسوی سرگرمی وسوداگری سوق میدهد ودر حقانیت حقوق انسانی ، بی حاصل است ، بنابراین همانطور که وحدت علوم (به مقاله وحدت علوم از مولف مراجعه شود) فی نفسه ، مارا به واژگان معناداری چون صدق، باطل، درست ، غلط ، صواب ونظایراینها نیازمند میکند ودراین اعتبار سنجی ها ، از سوداگری ، دنیا پرستی ، حب وبغض ونظایر اینها پرهیزشده وراه تقوا سرلوحه کارهای علمی قرار میگیرد و وجدانیات وکرامت انسانی ملاک ارزیابی میشود ، ما شاهد سیر تکامل انسان درمسیر سعادت ، وکشف رمز ورازهای درون وانطباق آن با برون وطبیعت بوده ، واین هنگامی است که فلاسفه عقلییون از شرق وغرب به وحدت فلسفی درارتباط به خصوصیات فطری ، عدالت وصلح جهانی توجه بلیغ نمایند.

یک سوال اساسی اینست که آیا قوانین حقیقی و قوانین طبیعی ، ریاضی پذیر هستند؟ همانطور که خداوند متعال یکتا ویگانه است ، درهمه جا هست ، زنده وجاویدان میباشد ، جهان نیز یکتا میباشد (جهان های

موازی مردود است) ، همانطور که ما درجهان محسوسات هستیم ، دراین هستی نامتناهی ، موجودات دیگری هستند که برما نظارت ویا حکومت میکنند ، در دنیای نامتناهی ، اعداد حقیقی مقیاس سنجش حقایق است ، این موضوع ناظر به مناسبات جهانی بودن انسان وتعلق خاطر او به ابدیت وجاودانگی اوست ونه برای زمین خاکی که فقط چند صباحی دراین آزمایشگاه سیر وسلوک دارند ، بنابراین ریاضی پذیری قوانین حقیقی ، محتاج درک ذاتی ریاضیات است که درمثال سیب +سیب ، آمد ، ودراین ارزیابی هویت وماهیت اعداد حقیقی وبا مصادیق نسبی ارقام واعداد درمناسبات زمینی ،بسیار متفاوت است .

نکته پایانی سخن مولف دانش نامه بنیاد سلام

عشق واشتیاق به فهم در قضایا ومسائل ، از آرزوهای اهل علم ومعرفت است ، وآنکس که بیشتر میداند وبیشتر میفهمد ، سوالاتش هم بیشتر ودقیق تراست آن زمان که انسان درک صحیح وفلسفی از قضایا واشیاء داشته باشد ، به لذت فلسفه ودرک علمی مسائل نائل میشود(به کتاب لذات فلسفه ویل دورانت مراجعه شود)

مولف دراین دانش نامه بدنبال آن نیست که فلسفه ای را تائید ویا رد نماید ، این هنر فیلسوفان حقیقت طلب است ، لیکن درپی این موضوع است که اثبات کند ، انسان تا فهم صحیحی از فنومن های پیش روی خود نداشته باشد ، از قافله تمدن واقعی وکاروان علم وسعادت عقب مانده است ، هر کس موظف است درک صحیحی از پیرامون خود، اشیاء ورویدادها داشته باشد که جاهلانه قضاوت نکند وراهبرد اختراع نکند ، یاوه نگوید، خیال بافی نکند ، با منطق وعقل سخن بگوید ، درست تحقیق کند وظرفیت واستعداد خود را دراین مسیر متعالی بکاربگیرد ، این یک قدرت حقیقی است وخداوند هستی این قدرت مداخله را درکلیه افلاک به انسان داده است ، ومنظور از آزادی ، یعنی قدرت مداخله در رد اباطیل وتصدیق حق وحقیقت برمبنای علم واحکام عقلی وکسب رضایت خداوند متعال است ، این طی طریق یعنی سرآمد شدن وسرآمد بودن ، سرآمد زندگی کردن واحساس شدن مداوم بجای بودن خیالی در سرگرمی های زود گذردنیا است .

انسان باید محدودیت های حبس کننده خودرا بشکند تا بتواند از تحدید حدود درک حسی – ابطالی به ادراکات روشن از حقایق جهان دست یابد ، وگرنه ملاحظه صدها آثار باستانی وجلوه های حقانّی وزیبائی طبیعت ، اورا بیدار نمی کند ، میلیون نفر افتادن سیب را از درختان دیدند ، ولی اسحاق نیوتن موحد وعاشق خداوندمتعال ، توفیق درک این فرود وفراز ها را پیدا کرد ،آنجا که درون پاک شما ، شمارا به

وجد میاورد وبرای خدمت به بشریت وسعادت انسان قیام میکنید ، صدها کتاب فلسفی وعلوم اعتباری ، این نقش سعادت بخشی را بازی نمی کند ، سرگذشت همه دانشمندان خدا شناس وخیر خواه انسانها چنین بوده است وهر کس که دراین ماجرا دستی ندارد ودراین دایره حضوری نیافته است ، فلسفه خودرا از نفس اماره وفرمایشات ابلیس کسب میکند .

در علم شناختی ، در خودشناختی ، درهستی شناختی ، علاوه بر قوای حسی ، قوای فطری ، عقلی ، شهودی ، عرفانی وسیر باطنی وجود داشته ،که از استعدادهای انسانی بوده و انسان برای نیل به سعادت دنیوی واخروی کمک میکند وبدینسان انسان به حصول تکثر درادراکات میرسد که هم از راه حضوری است وهم از راه حصولی ، دراین مورد به نظر مادیون ، دنیای ذهنی (Subjective) انعکاسی از دنیای عینی (Objective) است ، ولی عقل که ذهن را دربر گرفته وآن را یاری میدهد ، موجبات علم شهودی وحضوری میگردد واز راه الهامات ومکاشفات ، انسان را به درک حقیقی نائل میکند واین خمیرمایه ایده پردازان ، کاشفان ، مخترعان ، وتولید کنندگان اصلی ثروت یک کشورهستند که علل اشراقی دارد .

علم حضوری در حجاب وپشت پرده غیب نیست ، بلکه این "من" هستم که بخودم علم ندارم ودرحجاب هستم ودرسلول نادانی وغفلت بسر میبرم ، باید خود را از این حلقه اسارت سریعاً نجات داد ، چون ابرهای فرصت بسرعت میگذرند ، وچون آن اثر حضوری را ازما شمً نمی کنند ، لذا قطره اشکی برایمان نمی افشانند مگر نگار ما از نگارخانه تاریخ ، گوشه چشمی بما داشته باشد که اینان بر سر وسینه میزنند ، مانند من وهمراهان من ، تشنه نمانند ! که ما همه درگروی زمان ومکان نباشیم وبدانیم که در سرای حقیقت ودرتمام زمانها ومکانها ، حق وباطل درمصاف یکدیگرند ومن وشما انتخاب گر. آخرین سخنم اینست که استراتژیست هم باید علم راهبردی داشته باشد وهم از تفکر حضوری واقیانوس ناخود آگاه عرفانی خود مایه بگیرد ودر هیئت صالحین ، صاحب امتیاز باشد

این تحقیق در 1394/5/17 مصادف با ایام شهادت حضرت امام جعفر صادق (ع) به اتمام رسید وخداوند متعال را برای این توفیق بزرگ ، شاکر هستم - مولف : محمود صانعی پور

تحقیقات انجام شده :

تحقیق اول : چیستی وچرائی سلام

تحقیق دوم : دکترین بنیاد جهانی سلام

تحقیق سوم : اهداف بنیاد جهای سلام

تحقیق چهارم : راهبرد های بنیاد جهانی سلام

وتحقیقات آینده :انشاء الله

تحقیق پنجم : سیاست های بنیاد سلام – اصول تصمیم سازی وتصمیم گیری

تحقیق ششم : ساختار سازمان متعالی و جامع بنیاد سلام ونظام مدیریتی بنیاد سلام

تحقیق هفتم : نیروی انسانی بنیاد سلام

تحقیق هشتم : اصول آئین نامه ودسترالعمل های اجرائی بنیاد