

بررسی تأثیر جهانی شدن بر سیستم خطمشی گذاری تجاری جمهوری اسلامی ایران

علی اصغر پور عزت^۱، آرین قلی پور^۲، مصباح الهدی باقری^۳، مهدی نداف^۴

چکیده: حدود دو دهه از طرح مباحث جهانی شدن و مطالعه آثار آن بر ابعاد گوناگون جوامع می‌گذرد. مقاله حاضر نتیجه تحقیقی است که آثار این پدیده را بر رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری (بازرگانی خارجی) در کشور جمهوری اسلامی ایران مورد مطالعه قرار داده است. در سیر مطالعات نظری این پژوهش، مشخص گردید که در سه حوزه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، سه چالش یا فرصت اساسی وجود دارند که بسته به بافت و زمینه جامعه مورد مطالعه، آن را متأثر می‌سازند و به ترتیب شامل رقابت جهانی، حاکمیت جهانی و ارتباطات جهانی ارتباط هستند. در کشور ایران، وزارت بازرگانی به‌طور مشخص متولی تدوین برنامه‌های بلند مدت در حوزه بازرگانی خارجی است؛ از این رو جامعه آماری پژوهش نیز از میان مدیران و کارشناسان ارشد این وزارتخانه انتخاب گردید و پس از انجام تحقیق، مشخص شد که سه چالش (فرصت) مذکور ارتباط معنی‌داری با رفتار مشارکت جویانه خطمشی‌گذاران در برنامه‌ریزی خطمشی، اعتماد بیشتر خطمشی‌گذاران به جامعه خطمشی و به‌کارگیری ابزارهای داوطلبانه در اجرای خطمشی و در نهایت تعهد بالاتر ایشان در قبال پیامدهای حاصل خطمشی دارند.

واژه‌های کلیدی: خطمشی‌گذاری تجاری، رقابت جهانی، حاکمیت جهانی، ارتباطات جهانی، رفتار خطمشی‌گذاران.

۱. دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ایران

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ایران

۳. استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه امام صادق (ع)، ایران

۴. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی (گرایش رفتار سازمانی) دانشگاه تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۰۵/۰۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۰/۰۸/۲۵

نویسنده مسئول مقاله: مهدی نداف

E-mail: mnadaf@yahoo.com

مقدمه

در سال‌های آغازین قرن بیست و یکم، سرعت و عمق تحولات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی - اجتماعی در سطوح محلی و جهانی، جوامع را با پیچیدگی‌های ویژه‌ای مواجه نموده است. در جهان امروز فرصت‌های موجود در مواجهه با انبوهی از متقاضیان زیرک به سرعت از کف می‌روند و تهدیدهای صریح و مشخص گذشته، در پوششی ضمنی و ابهام آلود رخ می‌نمایند. در این میان، نقش مدیران ارشد حکومت‌ها، یا به عبارت بهتر خطمشی‌گذاران جامعه، از اهمیتی دوچندان برخوردار شده است و به نظر می‌رسد که باز تعریف ابعاد گوناگون این نقش، نیازمند عزم جدی اندیشمندان علوم مرتبط در عرصه‌های گوناگون جامعه باشد.

بررسی سیستم‌های خطمشی‌گذاری از جمله زمینه‌های نظری مهم برای مطالعه عملکرد مدیریتی حاکمان جوامع در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه است. در این تحقیق تأثیر پدیده جهانی شدن، بر رفتار سیستم خطمشی‌گذاری در حوزه بازرگانی خارجی (خطمشی‌گذاری تجاری)، به مثابه یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین پدیده‌های اجتماعی در دو دهه گذشته، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

مسئله جهانی شدن و بازرگانی خارجی

در تحقیق حاضر، سیستم خطمشی‌گذاری تجاری جمهوری اسلامی ایران بررسی شده است. از آن‌جا که پدیده جهانی شدن دارای ابعاد گوناگونی است و اثرات بالقوه‌ای بر جوامع داشته است، مطالعه تأثیر این پدیده بر سیستم خطمشی‌گذاری تجاری به مثابه مسئله اصلی تحقیق، مد نظر پژوهشگران قرار گرفت. به‌ویژه آن که در مطالعات اکتشافی اولیه مشخص گردید که نظام حکومتی ایران از جمله چالشگران و مخالفان جدی جهانی شدن محسوب گشته و خطمشی‌گذاران ایرانی همواره با رویکردی انتقادی و بدبینانه با آن برخورد کرده‌اند [سریع القلم (۱۳۸۴): ۹۶-۱۰۰]؛ قوام (۱۳۸۳:۳۶۴) و اخوان زنجانی (۱۳۸۱:۱۷۵)].

جهت درک هرچه بهتر مسئله تحقیق، باید خطمشی تجاری را به مثابه یک سیستم در نظر گرفت و به دروندادها، فراگردها، برون‌دادها و بازخورهای آن توجه نمود. مدل مورد استفاده در این پژوهش، یک مدل رفتاری است که با الگوی ABC توصیف و تبیین می‌شود.

با تطبیق مدل ABC و مدل سیستمی، شکل اولیه الگوی تحقیق بازسازی می‌شود. بدین ترتیب که پیشایندهای خاص، منجر به بروز رفتارهایی می‌گردند که پیامدهای ویژه‌ای دارند. این پیامدها از طریق بازخور، به سیستم باز می‌گردند و منجر به یادگیری می‌شوند. در این الگو چنین

به نظر می‌رسد که رفتارهای خطمشی‌گذاران، شکل دهنده خروجی سیستم خطمشی گذاری است و منشا ادراکی این رفتارها از درون‌نمایه‌های ذهنی و فکری (انگیزه‌ها، نیازها، دانش، عقاید و نظایر این‌ها) و زمینه فرهنگی و ارزشی محیط در زمان خاص، سرچشمه می‌گیرد [۱]. در بررسی اکتشافی اولیه، ملاحظه شد که پدیده جهانی شدن به سیستم خطمشی تجاری کشورها جهت می‌دهد و در واقع نحوه نگرش بازیگران اصلی سیستم خطمشی گذاری به این پدیده‌ها، شکل دهنده رفتار و هدایت کننده آنند.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی پژوهش عبارت است از: میان «تأثیرپذیری خطمشی‌گذاران از نیروهای جهانی شدن» و «رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری»، رابطه معنی داری وجود دارد.

سایر فرضیه‌های فرعی تحقیق حاضر عبارتند از:

- میان تأثیرپذیری خطمشی‌گذاران از نیروهای جهانی شدن و مشارکت‌جویی آنان در تصمیم‌گیری خطمشی‌گذاری رابطه معنی داری وجود دارد؛
- میان تأثیرپذیری خطمشی‌گذاران از نیروهای جهانی شدن و اعتماد آنان به شبکه در اجرای خطمشی رابطه معنی داری وجود دارد؛
- میان تأثیرپذیری خطمشی‌گذاران از نیروهای جهانی شدن و تعهد آنان به پیامدهای خطمشی رابطه معنی داری وجود دارد.

سیستم خطمشی گذاری

خطمشی‌گذاری عمومی مهم‌ترین اقدام هر حکومت در حوزه‌های گوناگون جامعه است که توسط مدیران ارشد طی فراگردهای پیچیده تعاملی با شبکه خطمشی، جهت هدایت جریان تصمیم‌گیری انجام می‌شود. دای (Dye) علم خطمشی را مطالعه سیاست عمومی شامل توصیف (چیستی) و تبیین (چرایی) علل و پیامدهای فعالیت‌های حکومت می‌داند. بنابراین هر آنچه حکومت‌ها انجام می‌دهند در حوزه مطالعاتی خطمشی قرار می‌گیرد [۱۴]. با توجه به تعاریف موجود [۲] در برخی موارد مشاهده می‌شود که به دلیل غلبه دیدگاه‌های خاص، جهت‌گیری‌های به ظاهر متناقضی در تعاریف وجود دارند. برای مثال، اسمت خطمشی عمومی را نتیجه و حاصل تصمیم‌های سیاسی مقامات بالای جامعه می‌داند [۱۵]، ولی نیگرو و نیگرو خطمشی عمومی را تبلور خواسته‌ها و انتظارات بخش عمومی تلقی می‌کنند [۱۶]؛ و واضح است که «حاصل تصمیم‌های مقامات بالا» لزوماً «تبلور خواسته‌های بخش عمومی» نیست و این امر بستگی به

شکل نظام سیاسی دارد. یکی دیگر از دلایل عدم توفیق در ارایه تعریفی منسجم، پیچیدگی این پدیده است. برای مثال، ساباتیر به مجموعه‌ای بی‌نهایت پیچیده از عواملی اشاره می‌کند که در فراگرد خطامشی‌گذاری وجود دارند: الف) چندگانگی بازیگران (شامل افراد و اصناف) که هر کدام منافع، ارزش‌ها، ادراکات و ترجیحات خاص خود را دارند؛ ب) حیطه زمانی حدود یک دهه یا بیشتر؛ ج) ده‌ها برنامه اجرایی جزئی مختلف در حیطه یک خطامشی؛ د) بحث‌ها و مجادله‌های زیاد درباره خطامشی و زمینه تخصصی بالای آن؛ ه) اهمیت قابل توجه آن در سیاست، قدرت و رفتار سیاسی [۱۷]. در این زمینه جهت تکمیل موضوع می‌توان به مباحث انتخاب جمعی مراجعه نمود.

در این پژوهش، خطامشی‌گذاری در قالب یک دیدگاه جامع مدیریتی تعریف می‌شود؛ جونز و دیگران بر این باورند که در پس هر مطالعه فراگرد خطامشی‌گذاری عمومی، نوعی نظریه سازمان وجود دارد [۱۸]. در این امتداد، خطامشی‌گذاری به منزله «فراگرد مدیریت کلان و ملی جامعه شامل برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل و ارزیابی طرح‌های گوناگون، در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، برای دستیابی به اهداف هر بخش» تعریف می‌شود. بدین ترتیب خطامشی‌ها، مجموعه‌ای از برنامه‌های کلان اجرایی در سطح ملی هستند که یا شکل رسمی، مدون و اعلام شده (مانند برنامه‌های توسعه) به خود می‌گیرند یا به‌صورت یک بیانیه بسیار کلی چشم‌انداز (مانند خط مشی جایگزینی واردات یا خطامشی نگاه به شرق) ملاحظه می‌شوند. به علاوه در این تحقیق، از مبانی نظری الگوی مرحله‌ای اکتشافی به دلیل جامعیت، توسعه بیشتر، میزان نسبتاً بالای سهم نظری و تأثیر آن بر سایر پژوهش‌ها استفاده می‌شود؛ الگویی که هنوز در میان نگرش‌های توصیفی موجود، الگویی راهنما و تعیین کننده است [۱۹]. الگوی مرحله‌ای اکتشافی شامل مراحل تعیین دستورکار، تنظیم خطامشی، تصمیم‌گیری و انتخاب خطامشی (مرحله برنامه‌ریزی)، اجرای خطامشی (انتخاب ابزارهای اجرای خطامشی)، کنترل و ارزیابی خطامشی و در نهایت بازخور و انجام اقدامات اصلاحی است [۲۰].

با توجه به تعریف و الگوی مطرح شده، خطامشی‌های تجاری در قالب مدیریت کلان و ملی جامعه (شامل برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل و ارزیابی طرح‌های گوناگون در حوزه بازرگانی خارجی) برای دستیابی به اهداف این بخش، تعریف می‌شوند. خطامشی تجاری هر کشور، بیانگر رویکرد راهبردی دولت - ملت آن جامعه در بخش بازرگانی خارجی برای حضور در عرصه تجارت منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی است. لیل خطامشی‌های اقتصادی و بازرگانی را یکی از چهار حوزه

خطمشی گذاری می‌داند [۲۱]. اهمیت خطمشی تجاری را می‌توان بر اساس این موارد مد نظر قرار داد:

الف) ارتقا سطح اثربخشی و کارایی سیستم بازرگانی خارجی و جلوگیری از هدررفتن منابع و اتلاف زمان؛

ب) جهت دادن و هدایت نمودن فراگرد تصمیم‌گیری در حوزه بازرگانی خارجی؛

ج) تسهیل و تسریع رشد اقتصادی کشور و بهره‌گیری از منافع آن، مانند رونق تولید و اشتغال‌زایی؛

د) کمک به ایجاد صلح و آرامش در سطوح گوناگون منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی؛

ه) توسعه سایر حوزه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جامعه.

پدیده جهانی شدن

یکی از مهم‌ترین و بانفوذترین دستاوردهای بشریت، پدیده جهانی شدن است که به مدد توسعه بی‌سابقه و شگفت‌انگیز فناوری ارتباطات و اطلاعات، ابعاد فزاینده‌ای یافته است. قرن حاضر، قرن جهانی شدن خواهد بود [۲۲]؛ این پدیده مرحله‌ای تأثیرگذار در سیر تکاملی تمدن امروزی بشر است. این سیر در گذشته، به گونه‌ای دیگر طی شده و امروزه نیز بدین سان درآمده است و به احتمال زیاد در آینده نیز تغییر خواهد نمود.

به نظر می‌رسد از میان تعاریف متنوع جهانی شدن و این که ماهیت آن را اقتصادی، سیاسی یا فرهنگی بدانیم، مهم‌تر این است که تأثیر گسترده و عمیق همگرایی با این پدیده، در تقابل با وضعیت عدم همگرایی و مخالفت با آن درک شود و روند گسترش و رشد آن در آینده تشخیص داده شود. متی با ذکر شواهد متعدد، بر آن است که این پدیده اجتماعی بیش از بیست سال است که ذهن انبوهی از اندیشمندان در رشته‌ها و تخصص‌های گوناگون را به خود مشغول کرده است [۲۳] و در گزارش کمیسیون اروپا ذکر شد که در ۳۰ سال گذشته، جهانی شدن تغییراتی اساسی را در ساختار روابط بین‌المللی ایجاد نموده است [۲۴]. علاوه بر این موارد، درباره علت تأکید بر جهانی شدن از میان عوامل مؤثر بر خطمشی‌های تجاری، بیان می‌شود که رویکرد خطمشی‌گذاران به این پدیده، اثرات عمیقی بر خطمشی‌های تجاری هر جامعه دارد و حتی اظهار می‌شود نحوه رویکرد به جهانی شدن، مهم‌ترین متغیر مؤثر بر خطمشی تجاری کشورهاست؛ برای مثال، به‌کیش معتقد است که برای خطمشی‌گذاران OECD، فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن، پراهمیت‌ترین موضوع خطمشی‌گذاری است [۳]. سریع‌القلم نیز بر این باور است که «میان زمان اجماع کانون‌های قدرت در یک کشور درباره تعامل بین‌المللی و میزان رشد عمومی آن کشور

ارتباطی مستقیم وجود دارد. بدون این تعامل نمی‌توان رشد کرد. ژاپنی‌ها در سال ۱۸۷۰، چینی‌ها در سال ۱۹۷۰ و روسها از سال ۱۹۹۱ متوجه این بعد شده و بر روی آن به اجماع رسیدند» [۴]. به هر حال در تحلیل این پدیده باید دقت شود تا از فروغلتیدن در دام افراط و تفریط اجتناب گردد؛ یعنی جهانی شدن را نباید فرصت محض برای شمال و تهدید مطلق برای جنوب دانست و حتی جالب توجه است که بیشترین و جدی‌ترین مخالفت‌ها و تظاهرات بر علیه جهانی شدن، در کشورهای شمال رخ داده است [۵]. نپاوندیان نیز معتقد است که منتقدان جهانی شدن، به‌ویژه در ابعاد فرهنگی آن منحصر به اندیشمندان کشورهای فقیر و کم رشد نیستند بلکه در دنیای صنعتی و به خصوص آمریکا و ژاپن نیز مقاومت‌ها و مخالفت‌هایی جدی علیه آن وجود داشته است [۶]. خلاصه‌ای از دیدگاه‌ها درباره جهانی شدن، در جدول ۱ آمده‌اند.

جدول ۱. سنخ‌شناسی نظریه‌های گوناگون درباره جهانی شدن [۷]

| ردیف | نظریه پردازان | رویکرد کلی |
|------|---|---|
| ۱ | نظریه‌های لیبرال: D. Held & A. McGrew در کنار K. Ohmae, R. Koehane, J. Nye و F. Fukuyama | جهانی شدن، به مثابه دگرگونی تدریجی همراه با گسترش لیبرال دموکراسی است. این دگرگونی تدریجی در بنیاد روابط اجتماعی در عرصه جهانی در حال وقوع بوده و سرانجام آن گسترش هر چه بیشتر اقتصاد بازار آزاد و دموکراسی است. توجه شود که منظور از لیبرال، یک برجسب ایدئولوژیک نیست، بلکه منظور آن است که اثر جهانی شدن به تدریج روابط و تعاملات اقتصاد آزاد، جایگزین روابط قهرآمیز می‌شوند. |
| ۲ | نظریه‌های واقع‌گرا و منتقد مفهوم جهانی شدن: K. Waltz; R. Gilpin; S. Krasner; P. Hirst & G. Thompson | این دسته نظریه‌ها به وجود جهانی شدن یا نو بودن آن با دیده تردید نگریسته، نظریه‌های جهانی شدن را اغراق‌آمیز می‌دانند. |
| ۳ | نظریه‌های مارکسیستی و نقد بعد استثمارگرایانه جهانی شدن: S. Amin; I. Wallerstien; J. Habermas | Amin نماینده منتقدان شدید و انقلابی فراگردهای جهانی است؛ Wallerstien نماینده نظریه‌های موسوم به نظام جهانی است و Habermas بازمانده و میراث دار سنت مکتب فرانکفورت است که هم جامعه سرمایه داری و هم خود مارکسیسم کلاسیک را به چالش می‌کشد. |
| ۴ | نگرش‌های جامعه شناختی: A. Giddens; R. Robertson; M. Albrow; M. Waters | تأکید بر جهانی شدن به مثابه تحول ماهیت روابط اجتماعی به این معنی است که نظریه‌پردازان، جهانی شدن را در بطن و جوهره پدیده‌های اجتماعی می‌جویند. آنان جهانی شدن را تغییر بنیادهای زندگی اجتماعی بشر می‌دانند و عصر جهانی شدن را عصر پایان تفکیک‌های کلاسیک میان دانش‌های گوناگون محسوب می‌کنند. |

ابعاد اقتصادی جهانی شدن

اعتقاد بسیاری از نظریه‌پردازان حوزه جهانی شدن بر آن است که این پدیده در اصل با محوریت اقتصاد آغاز گردید. پژوهشگران حوزه اقتصادی جهانی شدن، شاخص‌های گوناگونی را برای سنجش و شناخت بعد اقتصادی آن ارائه داده‌اند. برای مثال، کمیسیون جهانی بررسی ابعاد اجتماعی جهانی شدن ویژگی‌های اصلی جهانی شدن اقتصاد را چنین برمی‌شمارد: تجارت (پاراگراف ۱۳۷)، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (پ ۱۴۰)، آزادسازی مالی (پ ۱۴۱)، فناوری (پ ۱۴۶)، ارتباطات متقابل (پ ۱۴۹)، محیط سیاست‌گذاری (پ ۱۵۱)، بافت نهادی شامل نظام تجاری چندجانبه، مذاکرات WTO (پ ۱۵۶)، نظام‌های تولید جهانی (پ ۱۵۹) و نظام مالی جهانی (پ ۱۶۳) [۸].

جهت جمع‌بندی، می‌توان گفت به راینند تحولات اقتصادی جهانی شدن، منجر به بروز چالش‌ها و فرصت‌های بنیادینی خصوصاً برای کشورهای در حال توسعه شده است؛ چالش برای «رقابت» در سطح جهان! نگاه‌های اقتصادی امروزی دیگر با رقابت‌های سنتی و محلی در حیطه مرزهای ملی مواجهه نبوده و اینک خود را در معرض مجموعه متنوعی از رقابتی بین‌المللی و جهانی می‌یابند. این وضعیت مهم‌ترین محور جهانی شدن یعنی رقابت در سطح جهانی را تبیین می‌کند. مفهوم رقابت‌پذیری با گستره وسیعی از مفاهیم اقتصادی نظیر خصوصی‌سازی، مقررات‌زدایی، سازوکار قیمت، اقتصاد داخلی، خط‌مشی‌گذاری دولت، انعطاف در بازار کار، حذف انحصارها، تأمین مالی و مواردی مانند زیرساخت‌های اجتماعی، تحقیق و توسعه، کیفیت نیروی انسانی، کیفیت مدیریت و نظایر این‌ها ارتباط دارد [۳]. نقش دولت‌ها در گسترش رقابت‌پذیری بسیار با اهمیت است؛ زیرا آن‌ها می‌توانند از طرق زیر به تشویق رقابت بپردازند: خط‌مشی‌گذاری، ایجاد محیط دوستانه کسب و کار، توسعه بازار و قانون کار منعطف، ایجاد زیرساخت رقابت سالم از طریق حذف انحصارها و توسعه دموکراسی و آزادی‌های سیاسی [۳]. شواهد موجود مؤید این واقعیت‌اند که توانایی کشورها برای بهره‌گیری از منافع جهانی شدن بسیار متفاوت است و در نهایت در این روند برخی برنده و برخی بازنده خواهند بود.

ابعاد سیاسی جهانی شدن

به‌طور کلی می‌توان محوریت تأثیرات سیاسی جهانی شدن را در بحث حاکمیت ملاحظه نمود و تحلیل‌ها را از این بعد تبیین کرد. اما باید به‌طور جدی دقت کرد که این تقسیم‌بندی‌ها منجر به رویکردی کاستی‌گرایانه و ساده‌انگارانه نشوند؛ چرا که تفکیک کامل ابعاد سیاسی از ابعاد اقتصادی و فرهنگی جامعه امکان‌پذیر نیست.

بسیاری از نظریه‌پردازان جهانی شدن به این نکته اذعان نموده‌اند که این پدیده بر حاکمیت‌های ملی تأثیر داشته است، اما هیچ اتفاق نظر عمومی در این باب وجود ندارد. در حالی که جهان‌گرایان افراطی معتقد به زوال تدریجی حاکمیت‌های ملی هستند، برخی نیز معتقدند که دولت‌ها همچنان مهم‌ترین بازیگران عرصه جهانی بوده و خواهند بود. در دسته اول، کار تا جایی پیش رفت که در دهه ۱۹۹۰ تز حاکمیت بدون دولت برای اولین بار ارایه شد [۲۵]. در میان این دو طیف، آرای بسیار متنوعی وجود دارد و به‌طور کلی نمی‌توان حکمی در این باب صادر نمود. بسیاری از تهدیدات جهانی شدن، حاکمیت‌های ملی جوامع توسعه یافته را بیشتر مورد چالش قرار می‌دهد که این جوامع، همگی ساختاری دموکراتیک دارند. بنابراین در جوامع در حال توسعه ای که از لحاظ ساختارهای سیاسی دارای کانون‌های قدرت متمرکزند، دشوار است که جهانی شدن تأثیر چندانی بر ساختار حاکمیت داشته باشد، مگر در حوزه‌هایی خاص نظیر اقتصاد و بازرگانی. برای مثال، قوام بر آن است که عربستان در حالی که از همراهی با امواج اقتصاد جهانی ابائی ندارد، به‌شدت در مقابل ایده‌های سیاسی و فرهنگی جهانی شدن واکنش نشان می‌دهد [۵].

ابعاد فرهنگی جهانی شدن

بحث فرهنگ به‌طور مستقیم ارتباطی با موضوع پژوهش حاضر ندارد و نظریه جهانی شدن علی‌الاصول اندیشه‌ای مربوط به حوزه اقتصاد و سیاست بین‌الملل تلقی می‌شود و نه جامعه‌شناسی [۹]، اما به لحاظ چالش‌ها و به‌ویژه فرصت‌هایی که جهانی شدن فرهنگ به‌دنبال داشته و آثار متقابل آن در حوزه‌های اقتصادی و سیاسی به وضوح دیده می‌شوند، در این جا به‌طور مختصر مورد بحث قرار می‌گیرد.

جهانی شدن حوزه فرهنگ شاید تنها حیطة‌ای از چالش‌ها باشد که میان اندیشمندان و متفکران دو دنیای توسعه یافته و در حال توسعه، دغدغه‌های مشابهی را ایجاد کرده است. در هر دو فضا، نگرانی‌های عمیقی از تهدیدهای تهاجم و زوال هنجارها، ارزش‌ها، باورها و اعتقادات بومی و محلی وجود دارند. شاخص‌های نسبتاً کاملی از بررسی فرهنگ در روند جهانی شدن در مآخذ [۲۴] ذکر شده‌اند که برآیند آن‌ها در ارتباطات جهانی خلاصه می‌شود. واقعیت این است که جهانی شدن به مدد توسعه روز افزون فناوری اطلاعات و ارتباطات، چالشی شگرف را در مسیر توسعه ارتباطات و همبستگی‌های متقابل به دنبال آورده است و این سطح از ارتباطات در مقایسه با گذشته به لحاظ سطح، عمق و قیمت بی‌سابقه بوده است.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر با در نظر گرفتن رهیافت‌های پارادایم اثبات‌گرایی انجام شده است. به زعم هن و دیگران اختلاف نظر میان پارادایم‌های روش‌شناختی نشأت گرفته از تنوع دیدگاه‌های معرفت‌شناختی بوده که آن نیز به نوبه خود از اختلاف نظرهای میان مفروضه‌هایی درباره دنیای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد [۲۶]. این مفروضه‌ها اغلب در قالب هستی‌شناسی منعکس می‌شوند. پژوهشگر اثبات‌گرا دنیای اجتماعی را به مثابه یک واقعیت عینی می‌بیند و بر آن است که می‌توان واقعیت پدیده‌های مورد مطالعه را در خارج از ذهن محقق جستجو نمود. این دیدگاه اذعان می‌دارد که عینیت دانش یک هدف آرمانی است و چنانچه کنترل مناسب صورت نگیرد، ارزش‌ها و سایر عوامل موجب انحراف از آن می‌شوند. با در نظر گرفتن ملاحظات هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی پارادایم اثبات‌گرایانه، می‌توان مجموعه‌ای از فنون و روش‌ها را برای انجام تحقیق حاضر مورد استفاده قرار داد. استراتژی مورد استفاده در این پژوهش، توصیفی (غیرآزمایشی) و پیمایشی است؛ یعنی از روش‌هایی استفاده می‌شود که هدف آن‌ها تعیین و توصیف ویژگی‌های متغیرهای مورد مطالعه در یک وضعیت خاص است. از میان روش‌های توصیفی از آزمون همبستگی برای ارزیابی فرضیه‌ها استفاده شده است. مدل‌های همبستگی فاقد خطا و عیب نیستند و مشکلاتی نظیر اصلاح برای کاهش همبستگی، محدودیت دامنه، بی‌اعتباری و خطاهای اندازه‌گیری دارند [۱۰].

در روش تحقیق همبستگی، محقق در پی شناسایی متغیرهای مؤثر و عوامل مهم مرتبط با مسئله تحقیق است. تحقیقات همبستگی بر اساس هدف به سه دسته تقسیم شده‌اند: مطالعه همبستگی دو متغیری، تحلیل رگرسیون و تحلیل ماتریس همبستگی یا کواریانس [۱۱]. در این پژوهش، نوع سوم مناسب‌تر به نظر می‌رسد. زیرا در این روش از تحلیل عاملی و مدل معادلات ساختاری برای تحلیل‌ها استفاده می‌شود. «در مواقعی که محقق از همبستگی مجموعه‌ای از متغیرها بخواهد تغییرات متغیرها را در عامل‌های محدودتر خلاصه کند یا خصیصه‌های زیربنایی یک مجموعه از داده‌ها را تعیین نماید از روش تحلیل عاملی استفاده می‌کند. در صورتی که محقق بخواهد مدل خاصی را از لحاظ روابط متغیرهای تحت بررسی بیازماید از روش مدل معادلات ساختاری استفاده می‌کند. برای هر دو منظور فوق لازم است که ماتریس کواریانس متغیرهای اندازه‌گیری شده تحلیل شود» [۱۱].

با توجه به این که تحقیق حاضر از نوع همبستگی است، در آن به جای متغیر مستقل از اصطلاح متغیر پیش‌بین و به جای متغیر وابسته از متغیر ملاک استفاده می‌شود [۱۱]. از آنجایی که در پژوهش‌های اجتماعی دستکاری بسیاری از متغیرها محال یا دست کم بسیار دشوار است

[۱۰] و با توجه به این که شناسایی دقیق متغیرهای پیش‌بین و ملاک به سختی ممکن است و نمی‌توان آن‌ها را به‌طور کامل متمایز کرد [۱۱] از این رو باید نام‌گذاری آن‌ها نیز با دقت صورت پذیرد. بنابراین در تحقیق حاضر بهتر است به جای مستقل یا پیش‌بین خواندن متغیر تأثیرپذیری خط مشی‌گذاران از جهانی شدن در فرضیه اصلی، آن را متغیر خصیصه‌ای تلقی کنیم. اما اگر اصرار به معرفی متغیرهای پیش‌بین و ملاک باشد با احتیاط می‌توان در فرضیه اصلی، تأثیرپذیری خط مشی‌گذاران از جهانی شدن را به مثابه متغیر پیش‌بین و سازه‌های مشارکت جویی، اعتماد و تعهد به مثابه متغیرهای ملاک در نظر گرفت. به‌طور کلی در طرح پژوهشی غیر آزمایشی که دستکاری بر روی متغیرهای پیش‌بین و ملاک انجام نمی‌شود، شرح دقیق متغیرهای یاد شده به‌صورت مستقل، وابسته، کنترل و مداخله‌گر امکان‌پذیر نیست و صرفاً تغییرات احتمالی (گذشته) این نوع متغیرها مورد مطالعه را بررسی می‌شوند.

در پژوهش حاضر، پرسشنامه ابزار اصلی گردآوری داده‌ها و مصاحبه و مشاهده به‌عنوان ابزارهای مکمل هستند. برای سنجش نگرش‌ها از مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. دو معیار عمده برای آزمون صحت و خوب بودن سنجش‌ها روایی و پایایی است [۱۲]. در تحقیق حاضر از روش آلفا کرونباخ برای سنجش پایایی تحقیق استفاده می‌شود. در مورد روایی تحقیق نیز با استفاده از آراء خبرگان و کارشناسان تلاش شده است تا حد امکان سنجش متغیرها به درستی صورت پذیرد. همچنین انجام پیش‌آزمون کمک شایانی به شناسایی و بهبود روایی گویه‌ها نمود.

در تهیه پرسشنامه با توجه به ادبیات و پیشینه نظری، گویه‌های مرتبط با هر سازه استخراج شدند. بدین ترتیب ۱۰۶ گویه برای کل سازه‌ها حاصل گردید. در مرحله پیش‌آزمون، نمونه‌ای ۳۰ نفره از متخصصان مباحث خط مشی‌گذاری تجاری و جهانی شدن انتخاب شد و پس از انجام پیش‌آزمون و کسب اطمینان از روایی و پایایی ابزار، پرسشنامه نهایی با ۱۰۱ گویه استخراج گردید. در این پرسشنامه ۲۶ گویه مرتبط با سنجش سازه رقابت جهانی، ۱۰ گویه برای سنجش حاکمیت جهانی، ۱۱ گویه برای سنجش ارتباطات جهانی و مجموعاً ۴۷ گویه با آلفای محاسبه شده ۰٫۹۰٪ و همچنین ۱۴ گویه برای سنجش مشارکت‌پذیری، ۱۵ گویه برای سنجش اعتماد و ۱۳ گویه برای سنجش تعهد به ترتیب با ضریب آلفا ۰٫۹۴٪، ۰٫۷۴٪ و ۰٫۷۵٪ حاصل شدند. برای توزیع پرسشنامه، ده بخش مرتبط وزارت بازرگانی شناسایی و انتخاب شدند که عبارتند از حوزه وزارتی، معاونت بین‌الملل، سازمان توسعه تجارت، معاونت بازرگانی داخلی، معاونت طرح و برنامه‌ریزی،

شرکت بازرگانی دولتی، سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولید کنندگان، صندوق ضمانت صادرات، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و مرکز ملی فرش.

جامعه و نمونه آماری و روش نمونه گیری

با عنایت به گستردگی جامعه آماری که مدیران ارشد و میانی و همچنین کارشناسان خبره در زمینه های جهانی شدن و خطمشی گذاری تجاری هستند، نمونه گیری ضرورت می یابد و به نظر می رسد روش نمونه گیری چند مرحله ای یا خوشه ای مناسب باشند. در نمونه گیری خوشه ای واحدهای جامعه به واحدهای مرحله اول تقسیم می شوند و از میان آنها تعدادی نمونه (خوشه) انتخاب می شوند؛ اما نمونه گیری چند مرحله ای در مقایسه با نمونه گیری خوشه ای، از دقت بیشتری برخوردار است [۱۱] از این رو در این تحقیق از نمونه گیری چند مرحله ای استفاده شده است. اندازه نمونه تابع میزان دقت و اطمینان مورد نظر است [۱۳]. از میزان دقت به مثابه اشتباه مجاز در برآورد پارامتر نیز یاد می شود و معمولاً سطح اطمینان ۰/۹۵ یا ۰/۹۹ اختیار می گردد [۱۱]. برای تعیین اندازه نمونه در پژوهش های غیرآزمایشی معمولاً از رابطه $n = (z^2 * s^2) / d^2$ استفاده می شود. در این رابطه، z مقدار متغیر نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان یک من های آلفا و s^2 نیز واریانس نمونه به مثابه برآوردی از واریانس جامعه است. از آن جا که از مقیاس لیکرت برای اندازه گیری متغیرها استفاده می شود و با توجه به تحقیق های مشابه، اگر سطح اطمینان ۰/۹۵ و واریانس نمونه ۰/۲۵ و اشتباه مجاز ۰/۱ در نظر گرفته شود اندازه نمونه مناسب برای پژوهش برابر با ۹۶ خواهد بود که در این پژوهش حدود ۱۰۰ نفر در نظر گرفته شد. البته با توجه به تجارب قبلی، موجود مبنی بر عدم بازگشت تعدادی از پرسشنامه های توزیع شده، حدوداً ۱۵۰ پرسشنامه، در واحدهای وزارت توزیع گردید و در نهایت ۱۱۷ پرسشنامه جمع آوری شدند که دو پرسشنامه به دلیل عدم تکمیل مناسب حذف گردیدند.

یافته های پژوهش

مطابق داده های جمع آوری شده، درصد فراوانی پاسخ دهندگان از لحاظ سطح تحصیلات به صورت ۳۲/۴٪ لیسانس و ۶۷/۶٪ فوق لیسانس و بالاتر؛ رشته تخصصی به صورت ۳۳٪ مدیریت، ۳۰/۱٪ اقتصاد، ۲/۹٪ علوم سیاسی، ۱۲/۶٪ مهندسی و ۲۱/۴٪ سایر رشته ها و سابقه کاری به صورت ۱۹٪ سابقه ۱ تا ۵ سال، ۳۹٪ سابقه ۶ تا ۱۰ سال، ۲۲٪ سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال و ۲۰٪ سابقه کاری بالای ۱۵ سال بوده اند. ملاحظه می شود بیشترین مشارکت کنندگان در تحقیق

مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر داشته‌اند و در رشته‌های تحصیلی مدیریت و اقتصاد تخصص دارند. ۴۲٪ نیز بالای ۱۰ سال سابقه کاری داشتند. پس از ورود داده‌ها در نرم افزارهای SPSS و LISREL آزمون‌های مرتبط انجام گردیدند و نتایج به دست آمده مدل پژوهش را تأیید و ارایه نمودند. از آنجایی که تعداد متغیرهای مشاهده شده زیاد بودند با استفاده از آزمون‌های کبیرز، مایر و اولکین (KMO) و آزمون کروی‌ات بارتلت، امکان‌پذیری تحلیل عاملی انجام شد (جدول ۲) که با توجه به تأیید به دست آمده، شکل کلی مدل حاصل گردید که حاکی از مناسب بودن به رازش اولیه بود. در این شکل سازه مشارکت به دو عامل، سازه اعتماد به سه عامل و سازه تعهد به دو عامل تشکیل دهنده تحویل شدند. از آنجایی که نتایج به دست آمده کلت مدل و همه فرضیه‌های پژوهشی را تأیید کردند به صورت نمونه، تحلیل‌های مربوط به فرضیه اصلی ذکر می‌گردند و مابقی به مآخذ اصلی ارجاع می‌شوند.

جدول ۲. نتایج آزمون‌های امکان‌پذیری انجام تحلیل عاملی

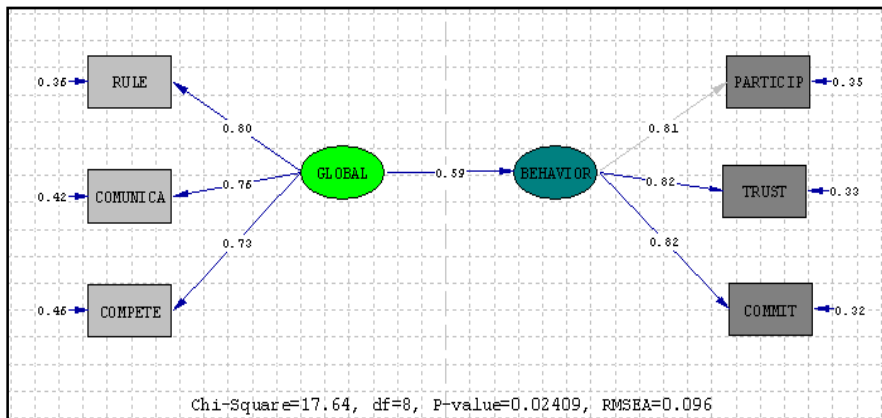
| سازه مورد بررسی | | | آزمون آماری | |
|--------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|
| تعهد (فرضیه فرعی سوم) | اعتماد (فرضیه فرعی دوم) | مشارکت (فرضیه فرعی اول) | | |
| ۰.۸۵۲ | ۰.۸۰۴ | ۰.۸۹۷ | سنجه KMO از کفایت نمونه | |
| ۸۳۸.۸۴۸ | ۶۴۸.۵۳۱ | ۹۱۷.۶۵۱ | مقدار کای دو | آزمون کروی‌ات بارتلت |
| ۷۸ | ۱۰۵ | ۹۱ | درجه آزادی | |
| ۰.۰۰۰ | ۰.۰۰۰ | ۰.۰۰۰ | معنی‌داری (sig) | |

با توجه به جدول ۲، بر اساس نتیجه آزمون KMO که مقدار آن در همه موارد از ۰/۸۰ بیشتر است، داده‌های مربوط به این متغیر قابل تقلیل به تعدادی عامل‌های زیر بنایی و بنیادی هستند. همچنین نتیجه آزمون بارتلت که در همه موارد در سطح خطای کوچک‌تر از ۰.۰۱ معنی دار است، نشان می‌دهد که ماتریس همبستگی بین گویه‌ها، ماتریس همانی و واحد نیست. یعنی از یک طرف، بین گویه‌های داخل هر عامل بستگی بالایی وجود دارد و از طرف دیگر، بین گویه‌های یک عامل با گویه‌های دیگر، هیچ گونه همبستگی مشاهده نمی‌شود. لذا می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که ارتباط معنی‌داری بین گویه‌های این متغیر وجود دارد و امکان کشف ساختار جدید از داده‌ها ممکن است.

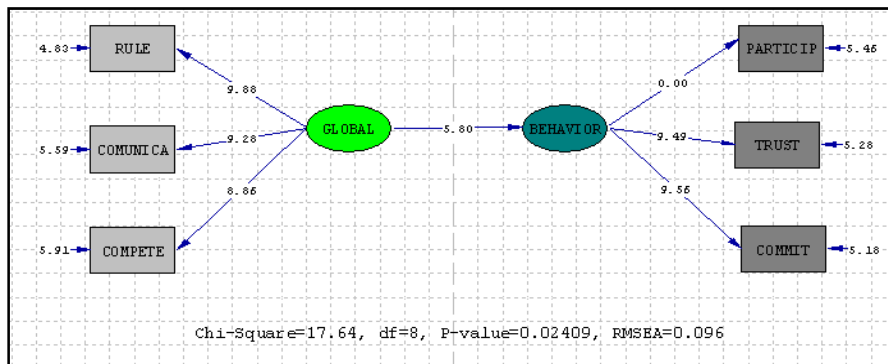
جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن میان تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری

| رفتار | جهانی شدن | | |
|--|-----------|----------------------|-----------|
| **۰/۵۱۳ | ۱/۰۰۰ | ضریب همبستگی | جهانی شدن |
| ۰/۰۰۰ | | معنی داری (دو دامنه) | |
| ۱۲۳ | ۱۲۹ | تعداد | |
| ۱/۰۰۰ | **۰/۵۱۳ | ضریب همبستگی | رفتار |
| | ۰/۰۰۰ | معنی داری (دو دامنه) | |
| ۱۲۹ | ۱۲۳ | تعداد | |
| ** همبستگی در سطح زیر ۱٪ معنی دار است (دو دامنه) | | | |

با توجه به خروجی SPSS در جدول ۳، ضریب همبستگی اسپیرمن برای این دو متغیر ۰/۵۱۳ و مقدار عدد معنی داری (sig) مشاهده شده کوچک تر از ۰/۰۱ و در واقع صفر (sig < ۰/۰۱) است که از سطح معنی داری استاندارد (α = ٪۱) کمتر است. لذا میان این دو متغیر در سطح اطمینان ۹۹٪ رابطه معنی داری وجود دارد. اکنون که وجود رابطه همبستگی مشخص گردید، رابطه علی میان این دو را می توان با روش مدل سازی معادلات ساختاری سنجید.



نمودار ۲. خروجی آزمون رابطه علی میان تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری با استفاده از نرم افزار لیزرل در حالت استاندارد



نمودار ۳. خروجی آزمون رابطه علی میان تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری با استفاده از نرم افزار لیزرل در حالت معنی داری

نمودارهای ۲ و ۳ نتایج آزمون فرضیه اصلی را به روش مدل سازی معادلات ساختاری نشان می دهند. این نمودارها نمایانگر ضریب استاندارد (R) و ضریب معنی داری (t-value) و رابطه علی پیشنهاد شده میان متغیر تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری هستند. جدول ۴ نیز R، ارزش t و شاخص های به رازش مدل شامل کای دو، RMSEA و GFI را نشان می دهد. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کوچکتر از ۳، RMSEA در حد کم و ترجیحاً کوچکتر از ۰/۰۵ و نیز GFI و AGFI بزرگتر از ۸۰٪ باشند، می توان نتیجه گرفت که مدل اجرا شده به رازش مناسبی دارد [۳۰]. ضریب استاندارد رابطه موجود نیز در صورتی که ارزش t، از ۲ بزرگتر یا از ۲- کوچکتر باشد، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی دار خواهد بود. ملاحظه می شود، همه موارد در این فرضیه اصلی حاصل شده اند و سایر فرضیه های فرعی نیز با همین ترتیب تأیید می شوند.

جدول ۴. نتایج اجرای مدل ساختاری میان تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری

| نتیجه | t-value | ضریب استاندارد R | فرضیه اصلی اول |
|---|---------|------------------|--|
| قبول | ۵/۸۰ | ۰/۵۹ | تأثیرپذیری خطمشی گذاران از جهانی شدن و رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری |
| $\chi^2 = 17.64 = \chi^2$ df = 8 AGFI = ۰.۹۶، GFI = ۰.۹۸، RMSEA = ۰.۰۹۶ ارزش t در سطح اطمینان ۹۹٪ معنی دار می باشد. | | | |

نتیجه گیری و پیشنهادها

طبق یافته‌های حاصل از پژوهش ملاحظه می‌شود که پدیده جهانی شدن، هر سه عرصه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جامعه را تحت تأثیر قرار داده، بر سیستم خطمشی گذاری تجاری در جمهوری اسلامی ایران تأثیر داشته است و به‌ویژه این تأثیرات در ابعاد اقتصادی به‌طور ملموس تری قابل بررسی بوده و محاسبه پذیرترند. البته جمهوری اسلامی ایران از جمله چالشگران جهانی شدن محسوب شده و این تمایل به درگیری و چالش نسبتاً عمیق، به حوزه‌های گوناگون خطمشی گذاری و از جمله حوزه‌های اقتصاد و بازرگانی نیز سرایت پیدا نموده است. از آن‌جا که بازرگانی خارجی بخشی تفکیک‌ناپذیر از حوزه سیاست خارجی محسوب می‌گردد، مخاطرات و چالش‌های بین‌المللی و جهانی کشور به‌طور مستقیم بر آن تأثیر می‌گذارند؛ از این رو اهمیت مطالعه ابعاد سیاسی و فرهنگی جهانی شدن نیز بر سیستم خطمشی گذاری تجاری، رخ می‌نماید و اکتفا به بررسی تأثیرات اقتصادی کافی به نظر نمی‌رسد.

نتایج پژوهش حاکی از آنند که همگرایی با جهانی شدن بر رفتار سیستم خطمشی گذاری تجاری مؤثر است؛ معنی دیگر این دستاورد آن است که جهانی شدن می‌تواند با استفاده از نیروهای ذاتی خود، شامل رقابت جهانی در بعد اقتصادی، حاکمیت جهانی در بعد سیاسی و ارتباطات جهانی در بعد فرهنگی و اجتماعی، رفتارهای خطمشی‌گذاران تجاری را به‌طور نسبتاً پایدار تغییر داده و بدین ترتیب اثربخشی و کارایی سیستم خطمشی گذاری را تحت تأثیر قرار دهد. اما رفتارهای حاصل از این تغییرات، شامل سه دسته متغیرهای اساسی شناخته شده‌اند که ارتباط معنی‌دار همه آن‌ها با نیروهای جهانی شدن در تحقیق حاضر تأیید گردیده است. اگر مدیریت را به‌طور خلاصه در برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل تعریف نماییم، در بعد برنامه‌ریزی خطمشی، همگرایی با نیروهای جهانی شدن احتمالاً منجر به بهبود سطوح مشارکت خطمشی‌گذاران تجاری خواهد شد. یعنی احتمالاً خطمشی‌گذاران تحت تأثیر شرایط جهانی شدن تلاش خواهند نمود تا در شناسایی و تعریف مشکلات اولویت‌دار، بررسی خطمشی‌های بدیل و در نهایت تصمیم‌گیری راجع به انتخاب خطمشی‌ها، سهم بیشتری را برای شبکه خطمشی تجاری در نظر گرفته، زمینه مشارکت اعضای این شبکه را در فراگرد تصمیم‌گیری فراهم سازند. در بعد اجرای خطمشی‌ها، جهانی شدن احتمالاً باعث می‌شود تا خطمشی‌گذاران به سوی استفاده از ابزارهای داوطلبانه، در مقابل ابزارهای اجباری، سوق یابند و این به معنی افزایش احتمالی سطح اعتماد ایشان به شبکه و جامعه خطمشی خواهد بود؛ یعنی در این حالت نقش‌های تصدی‌گرانه دولت در حوزه بازرگانی خارجی کاهش یافته و حتی ممکن است به‌طور قهری حذف شوند و نقش‌های سیاستی و خطمشی‌گذاری افزایش یابند. در بعد کنترل و ارزیابی خطمشی‌ها نیز، یافته‌ها نشان

می‌دهند که همگرایی با نیروهای جهانی شدن، احتمالاً تعهد خطمشی‌گذاران را در برابر پیامدهای حاصل از چرخه خطمشی افزایش خواهد داد؛ یعنی نیروهای جهانی شدن احساس مسئولیت‌پذیری خطمشی‌گذاران را در قبال آن‌چه تصمیم گرفته‌اند و اجرا کرده‌اند، افزایش داده و باعث بهبود سطوح پاسخ‌گویی ایشان در برابر پیامدها و دستاوردهای سیستم خطمشی‌گذاری می‌شوند.

در بیان کلی، آن‌چه که نتایج این تحقیق نشان می‌دهد، به نوعی در سایر جوامع همگرا با جهانی شدن نیز دیده می‌شود و نمونه‌های بسیاری از این دست را می‌توان در جوامعی نظیر کره جنوبی، مالزی، ترکیه و برزیل مشاهده نمود. این تحقیق با توجه به تصویب و ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، به‌طور کلی به مجموعه خطمشی‌گذاران در حوزه تجاری و اقتصادی توصیه می‌نماید تا همگرایی با نیروهای جهانی شدن را مورد مطالعه دقیق و عمیق قرار داده و از تجارب موجود، حداقل برای توسعه بخش‌های اقتصادی، جامعه بهره‌گیرند. نکته پایانی آن است که تحقیق حاضر صرفاً یکی از رویکردهای موجود برای بهبود و ارتقا رفتار سیستم خطمشی‌گذاری تجاری را مورد اشاره قرار داده است، و پژوهش درباره رویکردهای دیگر همچنان مورد تأکید است. جهت تلخیص و روشن‌تر شدن موضوع، برخی پیشنهاد‌های اجرایی در ذیل مطرح می‌شوند.

برخی پیشنهاد‌های اجرایی در رابطه با موضوع تحقیق

پیشنهاد ۱: همگرایی حداکثری با نیروهای اقتصادی جهانی شدن

راهکار اجرایی

- تمرکز فراگرد خطمشی‌گذاری تجاری با رویکرد توسعه صادرات؛
- توجه به جایگاه کشور در تقسیم کار جهانی و شناسایی مزیت‌های نسبی ملی در تولید کالاها و خدمات؛
- حداقل نمودن دخالت دولت در تنظیم قیمت‌ها و توجه به سازوکار عرضه و تقاضا در بازار؛
- حذف تدریجی موانع تعرفه‌ای؛
- حداقل نمودن موانع تعرفه‌ای؛
- برنامه‌ریزی برای خصوصی سازی رقابتی در مورد همه صنایع دولتی که محصولات غیرضروری تولید می‌کنند نظیر خودروسازی، پتروشیمی، صنایع معدنی، بانکی، بیمه‌ای و مانند این‌ها؛

- تخصیص تسهیلات و سرمایه گذاری در صنایعی که اولاً دولتی نیستند و ثانیاً پتانسیل صادراتی دارند نظیر صنایع تولید و فرآوری در بخش کشاورزی، فرش، خدمات فنی و مهندسی، پتروشیمی؛
- پیگیری جدی مذاکرات پیوستن به WTO؛
- آزادسازی اقتصاد در ابعاد گوناگون تجاری، مالی، ارزی و سرمایه‌ای در میان مدت و بلند مدت؛
- کاهش سهم تولیدات دولتی در GDP با کاهش هزینه‌های دولت در مواردی نظیر واگذاری شرکت‌های دولتی به صورت رقابتی؛
- جلب سرمایه‌گذاری (مستقیم) خارجی با ارایه تسهیلات ارزشمند نظیر حق مالکیت زمین، جایجایی آزادانه اصل و فرع سرمایه و پرهیز از نگاه امنیتی به سرمایه‌گذار خارجی؛
- پذیرش رویه‌ها و استانداردهای بین‌المللی و جهانی و سازمان تجارت جهانی در تنظیم خط مشی‌ها، قوانین و مقررات بانکی و بیمه‌ای؛
- فراهم نمودن زمینه‌های حضور صنایع بخش غیردولتی در بازارهای جهانی از طریق سازوکارهای دیپلماتیک و الزام وزارت امور خارجه و سایر سازمان‌های مرتبط در همکاری همه جانبه با بخش خصوصی؛
- الگوگیری از کشورهای نظیر کره جنوبی، تایوان، هنگ کنگ، مالزی، اندونزی، هند، چین، برزیل، ترکیه و مانند این‌ها در توسعه تجارت.

پیشنهاد ۲: همگرایی نسبی با نیروهای سیاسی جهانی شدن

راهکار اجرایی

- آگاه‌سازی و تعامل نزدیک وزارت بازرگانی و سایر نهادهای اقتصادی با نهادهای امنیتی و نظامی در مورد ابعاد جهانی پدیده امنیت و لزوم همکاری همه کشورها در برقراری آن؛
- ارایه وجهه‌ای مطلوب و با ثبات از اوضاع امنیتی کشور و تقلیل مجادلات و نزاع‌های سیاسی مخرب نظیر برخوردهای خشن با مقامات و مسئولان دولت‌های گذشته، روزنامه‌نگاران، فعالان اقتصادی و مردم؛
- تدوین خطمشی‌ها و قوانین لازم مبنی بر پرهیز سازمان‌ها و نهادهای نظامی و امنیتی از مداخلات در امور اقتصادی و بازرگانی و به‌طور کلی تفکیک این دو حوزه از یکدیگر؛
- پرهیز از نگرش توطئه محور در تدوین خطمشی‌های تجاری و تلاش برای برقراری روابط تجاری با کشورهای توسعه یافته؛

- درگیر نمودن و مشارکت دادن سازمان‌های بین دولتی مشروع به‌ویژه وابستگان سازمان ملل نظیر صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و شورای امنیت، سازمان تجارت جهانی در تصمیم‌گیری‌های راهبردی تجاری به‌صورت برگزاری جلسات مشاوره‌ای منظم، ارجاع برخی از دعاوی مهم به این نهادها.

پیشنهاد ۳: همگرایی نسبی با نیروهای فرهنگی جهانی شدن

راهکار اجرایی

- بهبود زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی نظیر افزایش پهنای باند، پرهیز از بروز اختلالات در این سیستم‌ها با همکاری نزدیک با سازمان‌های مرتبط؛
- تعاملات ویژه با نهادهای فرهنگی به‌ویژه نهاد روحانیت و تلاش برای فراهم نمودن زمینه‌های توسعه مذهبی در تجارت خارجی؛
- اعتقاد به ایجاد فضای گفتگو و تعامل میان فرهنگ‌های گوناگون و احترام به ارزش‌ها و باورهای دیگر اقوام و ملل در تجارت خارجی.

منابع

۱. رضائیان علی، (۱۳۷۹). مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات سمت.
۲. الوانی سید مهدی، (۱۳۸۴). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی، تهران: انتشارات سمت، چاپ دهم.
۳. بهکیش محمد مهدی (۱۳۸۵). اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن، تهران: نشر نی، چاپ چهارم.
۴. سریع‌القلم محمود (۱۳۸۴). ایران و جهانی شدن: چالش‌ها و راه‌حل‌ها، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
۵. قوام سید عبدالعلی (۱۳۸۳). جهانی شدن و جهان سوم: روند جهانی شدن و موقعیت جوامع در حال توسعه در نظام بین‌الملل، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، چاپ سوم.
۶. نهاوندیان محمد (۱۳۸۳). ما و جهانی شدن: پیش‌طرح شناخت و سیاست‌گذاری، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، برنامه ملی مطالعات جهانی شدن، چاپ اول.
۷. سلیمی حسین (۱۳۸۶). نظریه‌های گوناگون درباره جهانی شدن، تهران: انتشارات سمت، چاپ دوم.

۸. کمپسیون جهانی بررسی ابعاد اجتماعی جهانی شدن، جهانی شدن منصفانه: ایجاد فرصت برای همه، ترجمه عبدالاحد علیقلیان (۱۳۸۴)، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۹. کچوئیان حسین (۱۳۸۵). نظریه‌های جهانی شدن و دین: مطالعه‌ای انتقادی، تهران: نشر نی، چاپ اول.
۱۰. هومن حیدرعلی، (۱۳۸۶). شناخت روش علمی در علوم رفتاری، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
۱۱. سرمد زهره و دیگران، (۱۳۸۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه، چاپ دهم.
۱۲. دانایی فرد حسن، سید مهدی الوانی و عادل آذر (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار- اشراقی، چاپ اول.
۱۳. سکاران اوما، روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی (۱۳۸۵)، تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ چهارم.
14. Dye Thomas R. (2005). *Understanding Public Policy*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 11th Edition.
15. Smith Brian (1975). *Policy Making in British Government*, London: Martin Publication.
16. Nigro F.A. and L.G. Nigro (1980). *Modern Public Administration*, N.Y.: Harper and Row Publishers
17. Sabatier P.A. (1999). *Theories of the Policy Process*, Boulder, Colorado: Westview Press.
18. Jones Bryan D., Graeme Boushey, and Samuel Workman (2006). *Behavioral Rationality and the Policy Process: Toward a New Model of Organizational Information Processing*, Hand Book of Public Policy, Edited by B. Guy Peters and John Pierre, London: SAGE Publications.
19. Hupe, Peter L. and Hill, Michael J. (2006). "The Three Action Levels of Governance: Re-framing the Policy Process Beyond the Stages Model, Hand Book of Public Policy, Edited by B. Guy Peters and John Pierre, London: SAGE Publications.
20. Howlett, M. and M. Ramesh (2003). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Second edition, Ontario: Oxford University Press.

21. Lebl Leslie S.(2006). Working with the European Union, Orbis, Published by Elsevier Limited on behalf of Foreign Policy Research Institute.
22. Knight David and Hugh Willmott (2007). Introducing Organizational Behavior and Management, London: Thomson Learning
23. Matei Sorin Adam, (2006). Globalization and heterogenization: Cultural and civilizational clustering in telecommunicative space (1989–1999), Telematics and Informatics, 23, 316–331.
24. European Commission (2001), Green paper: promoting a European framework for corporate social responsibility, COM (2001) 366-end, Brussels.
25. Rosenau, J.N. and Czempiel, E.O. (1992), Governance Without Government: Order and Change in World Politics, Cambridge: Cambridge University Press.
26. Henn Matt, Mark Weinstein and Nick Foard (2006). A Short Introduction to Social Research, London: Sage.
27. Lavee, Yoav, (1988), "linear structural relationship (lisrel) in family research", Journal of Marriage and the Family, 50, Iss.40.