



• رضا سلیم ساسانی
• رئیس اتاق اصناف استان کرمانشاه
• نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمانشاه

حبیبان خدا بنیانگذاران اقتصاد

ساماندهی و استمرار یافته است اما هر کدام به نوعی در گسترش اقتصاد نقش بسزایی را اعمال می کنند. با توجه به گسترش فعالیت های اقتصادی و نیاز به افزایش مراکز فروش موجب ورود افراد جدیدی به این عرصه فراهم گردید، گروهی در عرصه خرید و فروش، جمعی در ایجاد واحد های تولیدی و عده ای در مراکز خدماتی است به فعالیت زدند چرا که گسترش اقتصاد در جهان صنعتی از انحصار بازار کسب و کار به مفهوم سنتی و اولیه اش درآمد زیرا در بحث اقتصاد، مهندسی دوباره در دیدگاهها - برنامه ریزی برای بهره و در نتیجه از کار - تمهیدات و راه کار های تأثیرگذار برای جذب و جلب بیشتر مشتری و نفوذ روزافزون در بازار، توان اقتصادی مرکز فروش و کسب و کار را بالا تر می برد پس در بحث اقتصاد، برنامه ریزی علمی و منطقی ضرورتی بود که مورد توجه این بازار قرار گرفت و بهره وری از تجربیات علمی و راهکارهای هدفمند تحولات و دگرگونی های گسترده عظیم اقتصاد را به همراه آورد، پس ساماندهی بازار کسب و کار با توجه به نوع تخصص و کارایی هر شغل موجب تشکیل اتحادیه های صنفی گردید که این تشکل های صنفی بدون توجه به نگرش های سیاسی و جناحی از میان جمعیت انبوه شغلی هر صنف با نگرش به توانمندی های اجرایی و تجربیات و اعتماد متقابل از میان همکاران آشنا به همراه و همگام به شکل رفاندوم گزینشی موجب پیدایش اتحادیه های صنفی در مشاغل گوناگون گردید. یکی از ملزومات حساب شده کارشناسان اقتصاد که از کشورهای پیشرفته

هرچقدر اوراق تاریخ را به عقب برگردیم به زمانی می رسیم که داد و ستد ها «پایاپای» یعنی کالا در برابر کالا بود، زمانی که «پول» در ازای کالا نبود، یا هنوز این وسیله و پدیده معاملاتی، جای خود را در بازار کسب و کار باز نکرده بود اما یک اصل عاطفی و صادقانه در بازار حاکم بود، «انصاف و عدالت» برای عینیت بخشیدن به اینکه «کاسب حبیب خداست» حبیب و دوست خدا بودن، عطیه ای است که نصیب هر کسی نمی شود، گذشت زمان، ورود به کسب و کار آزاد، استقلال یافتن کسبه و بازاریان در معاملات، هرچه بود، این عطیه خدائی را حفظ کرده است. چه این کسب و کار در قالب داد و ستد جزئی و کم باشد و چه به شکل داد و ستد های کلان تجاری و در حیطه ی و گستره بازرگانی باشد، قداست و خدا جوئی در وجود آنان سرشته شده است.

هنوز در جای جای میهن اسلامی و شهر های کوچک و بزرگ بازارهای سنتی به عنوان بزرگترین مراکز داد و ستد و خرید و فروش نبض تپنده اقتصاد را حفظ کرده است، اگرچه با گذشت قرن ها و در گذشت بنیانگذاران بازارها یاد و خاطره شان در لابلای اوراق صداقت و کسب و کار بجای مانده است اما فرزندان خلف آن بزرگان نسل به نسل گرداننده بازار کسب و کار بوده و یا جانشینانی که صداقت خود را در معاملات لحاظ و مراعات می کنند.

البته به مرور زمان و گذشت سالها، به دلیل افزایش جمعیت و گستردگی نیازها، بازار خرید و فروش به بیرون از بازارهای سنتی هم کشیده شده و در هر منطقه ای با توجه و موفقیت منطقه پراکنش مراکز خرید و فروش

اقتصادی سرچشمه و منشع گرفت واگذاری امور هر صنف و خواسته های منطقی و اجرایی آنان به اتحاد های هر صنف واگذار شد و دولت های پیشرفته و دموکراسی و مردم سالار امور اجرایی را به خود مدیران و صاحبان کسب و کار واگذار کرده و برای اداره ی امور و قانونمند سازی اتحادیه ها قوانین و ضوابط را در گستره قانون گذاری، اما با بهره گیری از اطلاعات و تجربیات بازار تصویب و برای اجرا در اختیار اتحادیه ها قرار دادند.

البته مدیران دولتی از قدرت اجرایی در دخالت مستقیم در کسب و کار را از پیکره دولت جداسازی نموده و منحصرأ نظارت و اجرای درست قوانین را تحت نظر قرار دادند.

دلیل واگذاری این اقتدار شغلی به اتحادیه های صنفی بر دو اصل استوار بود اول صداقت و درستی و دوم انتخاب تجربه آموختگان بی توقع و بدون گرایش به مسائل حاشیه ای که این دو اصل و واگذاری امور کسب و کار به گروه خودی موجب دوستی و صداقت بیشتر و ایجاد رقابت سالم و به دور از نفاق را در گروه های مختلف صنفی گسترش داده و عینیت بخشد.

اگر چه هنوز به صداقت و مشتری مداری دست اندر کاران کسب و کار و بازار عرضه و تقاضا اطمینان کامل و کافی وجود دارد، اما احتمال ورود افرادی که به احتمال ضعیف ممکن است موجب خدشه دار نمودن بازار کسب و کار شوند، همانند دیگر گستره ها وجود پیدا می کند و این اصل انکار ناپذیری است که در همه جهان حتی کشور های مدعی دموکراسی دیده می شود، بنابراین واگذاری رفع اختلاف میان افراد یک صنف و یا مشتریان خارج از مجموعه را رؤسا و اعضا هیئت مدیره برابر قانون بر عهده دارند که بر اساس ضوابط و مطالعات قدرت اتحادیه و شغل و اصل حبیب بودن کاسب را نزد خداوند حفظ و پاک و مقدس نگه دارند ولی مجموعه اتحادیه های صنفی که باتوجه به تعداد مشاغل، تعداد این اتحادیه ها هم وسعت و گسترش میابد، به منظور نظارت بیشتر در امور و تصمیم گیری های مورد نیاز و توسعه بخشی و لزوم پرداختن به عملکرد اتحادیه ها را دولت مردان با تشکیل مجموعه و تشکل توانمند تری به نام «اتاق اصناف» به این مجموعه واگذار می کند.

اگرچه این مجموعه باز هم با نظر و رأی مسئولین و مدیران برگزیده اتحادیه ها صورت می گیرد و به اصطلاح روشن تر یک مجموعه «مردم نهاد» است اما با قوانین و مقرراتی که در دولت تصویب و با تایید مجلس شورای اسلامی و مراکز قانونگذار بر اجرای آن تأیید و تأکید شده است هم از نظارت عالی برخوردار بوده و هم در اعمال نظر و اقتدار از گستره بیشتر و بهتر برخوردار است که وجود و تشکیل اتاق اصناف با نگرش دقیق و کارشناسان و باز هم گزینش با استناد به مردم سالاری صورت می گیرد بسیار بهتر و سالمتر می تواند نبض تپنده بازار کسب و کار را برای حفظ سلامت و قدرت در دست داشته باشد زیرا در تمامی مراحل اعتقاد دولتمردان بر این است که با توجه به بزرگترین قشر شهروندان و عظیم ترین تاثیر گذران همین مجموعه کسب و کار هستند که یقیناً بهترین و شایسته ترین مدیران اجرایی باید برخاسته از میان خودشان و گزینش حساب شده این جمعیت انبوه و میلیونی باشد تا دولتمردان بتوانند با فراغت بال و آرامش خیال به امور اجرایی کلان کشوری و جهانی بپردازند و حاشیه های امور داخلی فرصت های کاری آن ها را که مملکت داری و اداره امور جاری و بین المللی است نسوزاند.

با نگرش به آنچه گفته شد باز به این فرآیند می رسیم که این جمله زیبایی پیشینیان که می گفتند «کاسب حبیب خدا است» سخن گهربار و قابل توجه ای بوده است و اگر این صداقت و خدا جویی نبود نمی توانست این زنجیره اقتصادی بهم پیوسته در اداره امور اجرایی خود و رعایت حقوق شهروندان بدون دغدغه و تنش به کار اقتصادی و معاملاتی خود ادامه بدهد و به گونه ای عمل کند که از میان این خیل عظیم، بسیاری از کسبه بازار، گستره فروش را به توزیع و بازرگانی کالای مورد نیاز افزایش داده و مجموعه از تجار و بازرگانانی را تشکیل داده و به گونه ای رشد و نمو نمایند که در بازار های هدف آن سوی مرزها نیز نفوذ یافته و برای کشور در آمد زائی داشته باشند.

واقعیت این است که هر چقدر این گستره بر مبنای صداقت و فعالیت های توأم با اصل مشتری مداری و پای بند به اصول قانونمندی عمل کنند هم خود از مواهب اقتصادی آن بهره مند خواهند شد و هم موجبات توسعه ی اقتصادی را فراهم خواهد کرد که پیامد بسیار سرآنه بیشتر و در استان و منطقه خواهند بود.

توصیه مهم:

من به عنوان یکی از خدمتگذاران کوچک این عرصه بزرگ و گسترده، از بزرگ واران بازار کسب و کار دوستانه و خاشعانه انتظار دارم که این شهرت افتخارآمیز و ارزنده ای که قرن ها است در شناسنامه شغلی این عزیزان قرار گرفته و مردم ما هنوز آن را به عنوان یک امتیاز ارزشمند پذیرفته اند را در معاملات خود، سرلوحه کار قرار داده تا با کسب پول حلال، روزی حلال و زندگی حلال، رضای خلق را که رضایتمندی خالق در آن نهفته شده است، برکت و رفعت انسانی و اسلامی را همواره قرین و چاشنی زندگی و عمر پر برکتشان قرار دهد و آخرین کلام اینک:

خدایا چنان کن سر انجام کار
تو خوشنود باشی و ما رستگار

خادم اتاق اصناف استان کرمانشاه
رضا سلیم ساسانی



دیدار نمایندگان اصناف و بازاریان با استاندار کرمانشاه برگزار شد

رضا سلیم ساسانی، رئیس اتاق اصناف کرمانشاه:
اصناف نقش بسزایی در تولید و اشتغال کرمانشاه دارند

دارد. ساسانی گفت: اتاق اصناف کرمانشاه از معدود اتاق هایی است که در نمایشگاه بین المللی سهام دار است و به طور منظم نمایشگاه های بهاره و پاییزه را برگزار می کند. وی در ادامه تقاضاهای اتاق اصناف از مسئولین استان را مطرح کرد که مهمترین آن از سرگیری پروژه هایی چون شهرک های صنفی تخصصی از جمله میدان بار، شهرک ضایعات فروشان، آهن فروشان؛ پروفیل کاران، سنگ فروشان، شهرک فروش خودرو و ... بود. به گفته این مسئول راه اندازی این شهرک ها می تواند کرمانشاه را به استانی منظم و پیشرفته تبدیل کند. ساسانی همچنین خواستار تداوم برگزاری این جلسات شد تا باعث شود اصناف به جایگاه واقعی خود بازگردند. نماینده اتاق اصناف در جلسات شورای اداری استان حضور داشته باشد وی همچنین خواستار حضور نماینده اصناف به عنوان یک قشر اثر گذار در جلسات شورای اداری استان شد و از استاندار خواست نماینده ای در نظر بگیرد که مشکلات اصناف در شرایط لزوم به وی ارجاع شود. ساسانی با بیان اینکه مردم کرمانشاه مردمی غیور هستند که سالهای جنگ دلاورانه در برابر دشمن ایستادگی کردند، آنها را شایسته بهترین چیزها دانست.

در ادامه این نشست مجتبی صفایی نائب رئیس اتاق اصناف کرمانشاه و دبیر و سخنگوی اتاق اصناف کشور نیز ساماندهی صنوف آلاینده را مهمترین درخواست اتاق اصناف دانست و ادامه داد: تعداد زیادی از اصناف ما در بخش قدیمی شهر که ارزش تاریخی و گردشگری دارد قرار دارند و به همین دلیل برای هرگونه بازسازی، ایمن سازی و یا زیباسازی

جمعی از روسای اتحادیه ها و نمایندگان اصناف کرمانشاه با استاندار و مسئولین مربوط دیداری نزدیک و چهره به چهره داشتند که رضا سلیم ساسانی رئیس اتاق اصناف کرمانشاه نخستین سخنران این دیدار بود. وی از زحمات دست اندرکاران برای تدارم این دیدار چهره به چهره قدردانی کرد و افزود: اینگونه دیدارها باید مستمر و مداوم برگزار شود تا مسائل و مشکلات اصناف در آن مطرح و بررسی شود. ساسانی اصناف را یکی از بخش های مهم اقتصادی کشور خواند و ادامه داد: این قشر به عنوان بزرگترین واحدهای مدنی نقش بسزایی در جامعه دارند و بازوهای توانمند دولت در بخش تولید به حساب می آیند. رئیس اتاق اصناف کرمانشاه خواستار حمایت دولت از اصناف و برقراری تعامل مستحکم با این قشر شد و این حمایت را زمینه ساز رونق تولید و اشتغال در کشور خواند.

اصناف ۱۷ درصد تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص می دهند به گفته این مسئول قشر بازاری بزرگترین تشکل فراگیر مردمی هستند که به طور مستقیم با مردم در ارتباط هستند و به علاوه بیش از ۱۷ درصد تولید ناخالص ملی را به خود اختصاص می دهند. ساسانی در ادامه از بازار گسترده و واحدهای صنفی فراوان کرمانشاه یاد کرد که در قالب ۶۰ اتحادیه صنفی ساماندهی شده اند. وی معتقد است در استان کمتر صنعتی شده ای مانند کرمانشاه، اصناف نقش بسزایی در تولید و اشتغال و اقتصاد دارند و توجه به این قشر موجب رونق اقتصادی استان خواهد شد.

رئیس اتاق اصناف اتاق اصناف استان، کرمانشاه را یکی از مهمترین و پیشرفته ترین اتاق های اصناف کشور خواند که در بخش تنظیم و بازرسی و نظارت جز سه اتاق اصناف برتر کشور است و از نظر تجهیز اتاق اصناف و اتحادیه های صنفی به اتوماسیون اداری نیز در همین جایگاه قرار

همه اعضای ان خود صاحبان این صنوف هستند واگذار شود. امیری تاکید کرد: واگذاری این کارها به خود اتاق اصناف نتیجه بهتری می دهد چون خود آنها بیشتر در جریان کار قرار دارند. به گفته این مسئول شهرک های تخصصی اصناف باید برای مشاغلی چون ضایعات فروشان، پروفیل کاران، مکانیکی های خودرو و ... در نظر گرفته شود.

امیدواریم روزی کرمانشاه صاحب چند شهرک تخصصی فنی شود در ادامه این نشست رضا رحیمی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت کرمانشاه نیز به بیان دیدگاه های خود پرداخت و افزود: اگرچه نباید از هیچص نفی به عنوان مشاغل آلاینده نام برد اما لازم است این صنوف به مکانی مناسب انتقا یابند.

وی با بیان اینکه باید برای این کار مدلی تعریف شود، تصریح کرد: ما مشابه این طرح را در صحنه و سلام آبادغرب داریم که مدلی موفق برای انتقال صنوف آلاینده است.

رحیمی با اشاره به اینکه باید برای این اصناف شهرک مشاغل فنی احداث شود، ابراز امیدواری کرد روزی کرمانشاه در هریک از مشاغل فنی تخصصی یک شهرک داشته باشد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه خواستار حل مشکل پرداخت حقوق بازرسین اتاق اصناف شد و گفت: در خصوص برگزاری نمایشگاه ها نی تلاش کردیم همه نمایشگاه ها از طریق اتاق اصناف باشد.

وی در ادامه بر لزوم استفاده از کالاهای تولید داخل استان تاکید کرد و افزود: خرید از تولیدکنندگان استان باید در دستور کار باشد.

اگر قرار است شکوفایی اقتصادی رخ دهد به دست اصناف صورت می گیرد

در پایان نشست استاندار کرمانشاه به جمع بندی سخنان مطرح شده پرداخت و بر لزوم برگزاری جلسات مستمر با اصناف تاکید کرد. ابراهیم رضایی به نقش اصناف در تولید و اقتصاد کشور اشاره و تصریح کرد: من به این نقش باور دارم و از همین رو معتقدم باید به اصناف توجه کرد و مشکلات آنان را برطرف نمود.

وی حل مشکلات اصناف را زمینه ساز ایجاد شغل و حل مشکلات اقتصادی در استان دانست.

به گفته مسئول ارشد استان کرمانشاه، سهم ۱۷ درصدی اصناف از تولید ناخالص ملی عدد بزرگی است که باید مورد توجه واقع شود. رضایی عنوان کرد: ما از اصنافی که بخواهند در هر بخشی وارد شوند و سرمایه گذاری کنند حمایت می کنیم زیرا اصناف خود می توانند تولید کنند و حتی صادرکننده باشند.

وی با بیان اینکه ما به دنبال واگذاری کار اصناف به دولت نیستیم، ادامه داد: ما تلاش می کنیم اقتصاد کشور شفاف شود و از همین رو دولت الکترونیک را در استان پایه گذاری کردیم.

استاندار کرمانشاه اظهار کرد: اگر بدانیم جایی کار مرتبط به بخش خصوصی است کار را به خود بخش خصوصی واگذار می کنیم و به هیچ وجه تفکر اقتصاد دولتی نداریم.

رضایی خاطرنشان کرد: اگر قرار است شاهد شکوفایی در اقتصاد باشیم این کار توسط اصناف صورت می گیرد و حتی می تواند کنسرسیومی از اصناف تشکیل داد که هم افزایی بیشتری داشته باشند.



مغازه خود با مشکل مواجهند و از سوی میراث فرهنگی پیگرد قانونی می شوند. وی از مسئولین خواست تدابیری اتخاذ کنند که اگر قرار است دستگاه دولتی با یک واحد صنفی برای پوشاک، خدمات و یا هرچیز دیگر قرارداد می بندند از واحدهای دارای پروانه کسب استفاده کند نه واحدهای بدون مجوز.

صفایی همچنین از ورود برخی از بخش های نظامی و انتظامی مانند ارتش در برخی از حوزه ها مثلا عکاسی انتقاد کرد و ادامه داد: در برخی موارد این بخش ها خود نسبت به برگزاری نمایشگاه هایی اقدام می کنند که اغلب با نارضایتی مردم همراه است.

نائب رئیس اتاق اصناف کرمانشاه گفت: مشکل دیگر این است که ما در کرمانشاه واحدهای تولیدی خوبی در بسیاری از بخش ها داریم که محصولات با کیفیت تولید می کنند اما هنوز پیمانکاران ما مواد مورد نیاز خود را از خارج از استان تامین می کنند.

در ادامه رامین پهلوانی معاون بازرسی و نظارت اتاق اصناف کرمانشاه نیز به بیان مشکلات این بخش پرداخت.

وی گفت: در ابتدای ورود به این حوزه دغدغه ما تنظیم بازار، حفظ حرمت مردم و حفظ حرمت بازاری بود اما هم اکنون مهمترین دغدغه تامین حقوق بازرسین و ناظرین اتاق اصناف است.

به گفته این مسئول هم اکنون ۳۰ بازرس با اتاق اصناف همکاری می کنند که حقوق آنها با کمک اتحادیه ها تامین می شود.

پهلوانی معتقد است در چنین شرایطی که کرمانشاه به شدت نیازمند ایجاد شغل است نباید وجود چنین فرصت های شغلی را به دلیل نبود بودجه از دست داد.

در ادامه تعدادی از روسای اتحادیه های صنفی نیز به بیان مشکلات خود پرداختند که برخورد نامناسب و ناعادلانه مالیات و دارایی، نبود حمایت های بیمه ای از کارگران مغازه ها، نبود بازاریابی داخلی و خارجی مناسب برای اصناف و تولیدکنندگان و ... از جمله این مشکلات بود.

مشاور عمرانی اتاق اصناف کرمانشاه نیز در این نشست بر لزوم ساماندهی مشاغل آلاینده تاکید کرد و ادامه داد: خروج این صنوف از شهر بارتراپیکی را کم می کند و به علاوه تجمیع آنها در یک نقطه خاص موجب بهبود خدمت رسانی خواهد شد و اشتغال پایدار را نیز به همراه خواهد داشت.

وی معتقد است برای این کار ابتدا باید یک متولی خاص مشخص شود و بعد اولویت بندی صورت گیرد که صنوفی باید زودتر ساماندهی شوند. فردین امیری همچنین با بیان اینکه اتاق اصناف تا کنون وظایف خود را برای انتقال صنوف آلاینده خوب انجام داده، تصریح کرد: متاسفانه گاهی مورد بی مهری مسئولین قرار می گیریم.

مشاور عمرانی اتاق اصناف خواستار تعیین تکلیف هرچه سریع تر زمینی شد که در منطقه "عمرمل" برای جابجایی صنوف آلاینده در نظر گرفته شده بود.

به گفته وی لازم است سند شش دانگ این زمین به شرکت تعاونی که اتاق صنایع تحت عنوان شرکت تعاونی صنوف آلاینده تاسیس کرده و



• فرهاد کھیاری
• دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت
بازرگانی گرایش بازاریابی



• دکتر فرشید نامیان
• عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشکده
تحصیلات تکمیلی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه.

مطالعه فراگیر نقشه کشوری خوشه های کسب و کار کشور

چکیده:

حدود سه دهه است که توسعه صنعتی مبتنی بر خوشه ها، بعنوان یک استراتژی نوین مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گذاران در کشورهای صنعتی و در حال توسعه می باشد. سازمان های بین المللی همچون یونیدو، سازمان بین المللی کار و بانک جهانی نیز طرح های متعددی را از طریق خوشه های صنعتی در کشورهای مختلف اجرا و حمایت کرده اند.

مفهوم خوشه صنعتی با نام پورتر شناخته شده است، وی نظریه مزیت رقابتی و همچنین برای اولین بار اصطلاح "خوشه" را مطرح می کند و می گوید که، همه کشورها در صنعتی ویژه، تمایل به رقابت دارند و از مفهوم مزیت رقابتی برای برجسته ساختن اهمیت تعامل بین صنایع مرتبط در تعیین موقعیت رقابتی کشورها و مناطق استفاده می کند. اخیراً با توجه به تجربه موفق ناحیه های صنعتی در کشورهای توسعه یافته، رهیافتی جدید نسبت به صنایع کوچک در کشورهای در حال توسعه مطرح شده است و قابلیت شرکت های کوچک خوشه ای شده - که از نظر اقتصادی کارآمد بوده و فرآیند رشد و توسعه در نواحی صنعتی را به شدت تحت تاثیر قرار می دهند - در مطالعات رشد و توسعه، توجه خاص محققان را به خود جلب نموده است

موضوع این مقاله شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر در شناسایی خوشه های کسب و کار کشور می باشد هدف از این مقاله بیان مختصری در خصوص تاریخچه خوشه، تعریف خوشه و در نهایت روش به کار برده شده برای شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر در تهیه نقشه خوشه های کسب و کار کشور می باشد یافته های این پژوهش بیانگر این است که در نهایت ناتوانی شرکت های بزرگ در ایجاد اشتغال علت و انگیزه اصلی بررسی خوشه های صنعتی برای رسیدن به رهیافت های جدید نظری مورد توجه محققان صنایع کوچک در کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است و یک خوشه مجموعه ای بنگاه های تجاری و غیرتجاری متمرکز در یک مکان جغرافیایی در یک منطقه اقتصادی را شامل می شود که برای تولید یک یا چند محصول نهایی مشابه و مرتبط برای کسب سود بایکدیگر در ارتباط بوده ضمن رقابت با یکدیگر در بسیاری از موارد همکاری جمعی و اقدامات مشترک دارند و ۴ دسته عوامل اجتماعی و فرهنگی، سیاستگذاری و نهادی، اقتصادی و فضایی و مکانی با ۲۲ زیرعامل در شناسایی و اولویت بندی خوشه ها موثرند. بر اساس ویژگی های ماتریس محدود شده، سیاستگذاری های صحیح دولت و سایر نهادهای پشتیبانی در حمایت از نوآوری و کارآفرینی ۱۲٪

میان هر جفت عوامل را با هر یک از گزینه های دارای اهمیت یکسان، تقریباً مهم تر، بسیار مهم تر، بسیار زیاد مهم تر و شدیداً مهم تر تعیین نماید.

برای اولویت بندی عوامل شناسایی شده، پس از تکمیل پرسشنامه ها توسط کارشناسان و صاحب نظران، با استفاده از روش فرآیند تحلیل شبکه ای، سوپرماتریس تشکیل شد و جهت انجام قضاوت کلی برای اولویت بندی عوامل موثر از میانگین هندسی قضاوت های انفرادی کارشناسان، نتایج ذیل استخراج گشت:

مهمترین عوامل موفقیت در هر دسته به شرح ذیل می باشد در دسته عوامل اجتماعی و فرهنگی: پابندی به اصول اخلاقی به عنوان مهمترین معیار شناخته شد.

در دسته عوامل فضایی و مکانی: وجود زیرساخت های مناسب (سازمان های تحقیقاتی، آزمایشگاه ها و پیوندهای حمل و نقلی خوب) به عنوان مهمترین معیار شناخته شد.

دردسته عوامل سیاستگذاری و نهادی: سیاستگذاری های صحیح دولت و سایر نهادهای پشتیبانی در حمایت از نوآوری و کارآفرینی بعنوان مهمترین معیار شناخته شد.

در دسته عوامل اقتصادی: وجود شبکه ای از عوامل اقتصادی برای عرضه تولیدات به بازارهای نهائی بعنوان مهمترین معیار شناخته شد.

بر اساس ویژگی های ماتریس محدود شده، سیاستگذاری های صحیح دولت و سایر نهادهای پشتیبانی در حمایت از نوآوری و کارآفرینی ۱۲٪ مبدل به موثرترین عامل تهیه مطالعه فراگیر نقشه کشوری خوشه های کسب و کار بوده و پس از آن ترویج و حمایت از ایجاد مراکز خدماتی، تجاری، هماهنگ کننده آموزشی، تحقیقاتی و فناوری با ۱۱٪، حمایت دولت از برنامه ریزی ها با هدف تکمیل زنجیره ارزش و وجود شبکه ای از عوامل اقتصادی برای عرضه تولیدات به بازارهای نهائی با ۱۰٪ در اولویت بعدی قرار دارند.

در تعریف خوشه آمده است:

مجموعه بنگاه های کسب و کار مستقر در یک منطقه ای جغرافیایی مشخص که در یک کسب و کار مشترک فعالیت می کنند، همدیگر را تکمیل کرده و از چالش ها و فرصت های مشترک برخوردارند.

در چارچوب رویکرد توسعه خوشه ای کلیه خوشه ها حائز اهمیتند اما به طور بدیهی سهم و نقش هر یک از خوشه ها بسته به میزان توسعه یافتگی و پویایی، بزرگی و کوچکی، سطح تکنولوژی حاکم بر خوشه ها، و عواملی از این قبیل، می تواند در اقتصاد منطقه ای از سایر خوشه ها متفاوت باشد. از طرف دیگر منابع مالی و انسانی مورد نیاز نیز برای توسعه همه خوشه ها به طور همزمان با محدودیت مواجه است لذا آنچه که اهمیت پیدا می کند این است که در درجه اول باید روشی برای استخراج تمامی خوشه های موجود در کشور معرفی گردد و نیز روش اولویت بندی خوشه های شناسایی شده با توجه به نقش آفرینی خوشه در اقتصاد منطقه ای تعیین گردد.

در راستای نیل به چنین هدفی، می بایست شناسایی نقشه کشوری خوشه های کسب و کار را طراحی و اجرا نمود.

یکی از ابزارهای رایج پژوهش های پیمایشی برای جمع آوری مستقیم داده ها پرسشنامه می باشد. پس از انجام مطالعات کتابخانه ای درباره موضوع پژوهش و اخذ نظرات کارشناسان، سه نوع پرسشنامه طراحی شد. پرسشنامه اولیه در قالب ۲۲ سوال (گویه) و در طیف هفت گزینه ای لیکرت طراحی گردید.

در پرسشنامه شماره دو (سوپر ماتریس) ارتباطات و وابستگی درونی خروجی پرسشنامه اول توسط متخصصان و کارشناسان بررسی گردید و نهایتاً در پرسشنامه شماره سه، مقایسات زوجی در قالب ۱۹۹ سوال انجام شده است.

در پرسشنامه شماره سه کارشناسان قادرند تا قضاوت های خود را به روش عددی ارائه دهند، بدین معنا که مقادیر عددی مابین ۱ و ۹ را وارد سازند. به عبارتی فرد تصمیم گیرنده می تواند حاکمیت نسبی موجود

خروجی پرسشنامه اول :

عوامل اجتماعی و فرهنگی

- وجود حس اعتماد
- وجود روحیه همکاری
- مسئولیت پذیری اجتماعی
- همسایگی اجتماعی
- پابندی به اصول اخلاقی
- انسجام اجتماعی
- افزایش و ارتقاء سطح یادگیری

عوامل سیاستگذاری و نهادی

- حمایت دولت از تکمیل زنجیره ارزش
- وجود امکانات تامین مالی و سرمایه گذاری
- سیاستگذاری های صحیح دولت
- ترویج و حمایت مراکز هماهنگ کننده
- عدم وجود قوانین مزاحم
- توجه به سیاست های توسعه منطقه ای

عوامل اقتصادی

- وجود شبکه ای از عوامل اقتصادی برای عرضه تولیدات
- سهم خوشه از شاخص های اقتصادی
- امکان تامین مواد اولیه
- وجود رقابت میان بنگاه های موجود
- وجود سرمایه گذاران ریسک پذیر
- وجود تکنولوژی مناسب

عوامل فضایی و مکانی

- مجاورت فضایی
- وجود زیرساخت های مناسب
- دسترسی به نیروی کار ارزان

جدول اولویت بندی عوامل موثر بر مطالعه فراگیر نقشه
کشوری خوشه های کسب و کار

ردیف	اولویت ها	Normalized By Cluster	Limiting	درصد اولویت بندی
۱	سیاستگذاری های صحیح دولت و سایر نهاد های پشتیبانی در حمایت از نوآوری و کارآفرینی	۰.۲۴۶۰۶	۰.۱۲۰۳۹	۱۲
۲	ترویج و حمایت از ایجاد مراکز خدماتی، تجاری، هماهنگ کننده آموزشی، تحقیقاتی و فناوری	۰.۲۱۹۲۵	۰.۱۰۷۲۷۲	۱۱
۳	حمایت دولت از برنامه ریزی ها با هدف تکمیل زنجیره ارزش	۰.۲۱۲۰۲	۰.۱۰۳۷۳۶	۱۰
۴	وجود شبکه ای از عاملان اقتصادی برای عرضه تولیدات به بازارهای نهانی	۰.۳۸۸۹۱	۰.۱۰۰۳۲۲	۱۰
۵	توجه به سیاست های توسعه منطقه ای و آمایش سرزمین	۰.۱۹۶۲	۰.۰۹۵۹۹۶	۱۰
۶	سهم خوشه از شاخص های اقتصادی	۰.۲۳۸۳۸	۰.۰۶۱۴۹۱	۶
۷	وجود زیرساخت های مناسب	۰.۴۶۸۶۹	۰.۰۴۱۹۹۹	۴
۸	پایبندی به اصول اخلاقی	۰.۲۵۷۳	۰.۰۴۱۹۷۹	۴
۹	عدم وجود قوانین و مقررات مزاحم تولید و ارائه خدمات	۰.۰۷۴۶۳	۰.۰۳۶۵۱۵	۴
۱۰	وجود رقابت میان بنگاه های موجود	۰.۱۳۷۴۸	۰.۰۳۵۴۶۵	۴
۱۱	مجاورت فضایی	۰.۳۷۵۷۲	۰.۰۳۳۶۶۸	۳
۱۲	افزایش و ارتقاء سطح یادگیری	۰.۱۹۱۰۹	۰.۰۳۱۱۷۶	۳
۱۳	مسئولیت پذیری اجتماعی	۰.۱۸۵۸۶	۰.۰۳۰۳۲۴	۳
۱۴	امکان (سهولت) تامین مواد اولیه	۰.۱۰۳۸۷	۰.۰۲۶۷۹۴	۳
۱۵	حمایت های مالی و کمک های سرمایه گذاری	۰.۰۵۱۸۵	۰.۰۲۵۳۷	۳
۱۶	وجود تکنولوژی مناسب و قابل رقابت	۰.۰۸۲۷۶	۰.۰۲۱۳۴۸	۲
۱۷	سهولت در برقراری روابط اجتماعی و پایین بودن تعارض	۰.۱۲۷۶	۰.۰۲۰۸۱۸	۲
۱۸	پیشینه فرهنگ مشترک و انسجام اجتماعی	۰.۱۰۶۶۷	۰.۰۱۷۴۰۳	۲
۱۹	وجود حس اعتماد در روابط اجتماعی و کسب و کار	۰.۰۸۷۵۱	۰.۰۱۴۲۷۷	۱
۲۰	دسترسی به نیروی کار ارزان	۰.۱۵۵۵۹	۰.۰۱۳۹۴۲	۱
۲۱	وجود سرمایه گذاران ریسک پذیر	۰.۰۴۸۶	۰.۰۱۲۵۳۸	۱
۲۲	وجود روحیه همکاری	۰.۰۴۳۹۸	۰.۰۰۷۱۷۵	۱



معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه:

می توان با همکاری و استفاده از ظرفیت های اتاق بازرگانی، حضور در بازارهای عراق و به دنبال آن بازرگانی خارجی را گسترش داد

بخش بازرگانی یکی از مهمترین بخش های اقتصادی کشور است که در دو حوزه بازرگانی داخلی و خارجی فعالیت دارد، بخش بازرگانی داخلی مستقیم با زندگی روزانه مردم و تامین معیشت و ارزاق آنها در ارتباط است و بخش بازرگانی خارجی مبادلات تجاری کشور را مدیریت می کند. در سالی که با عنوان سال "اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی" نام گذاری شده و تاکید می شود که اخیراً بر اجرای سیاست های اقتصاد مقاومتی در کشور وجود دارد بخش بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت اهمیتی مضاعفی می یابد. برای آشنایی بیشتر با این بخش مصاحبه ای با آقای هاشم پیراینده، معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه ترتیب دادیم که در زیر می خوانیم.

در این اداره امور مربوط به بازرگانان، صادرات کالا و خدمات، اطلاع رسانی به تجار، قوانین و مقررات تجاری، مقررات حضور در بازارهای هدف از جمله بازار عراق، رفع موانع و مشکلات احتمالی، امور مربوط به مرزهای و بازارچه های مرزی و ... پیگیری می شود که مسئولیت دبیرخانه دو کارگروه توسعه صادرات و شورای مبادلات مرزی در استان را نیز بر عهده دارد.

از آغاز به کار این اداره تا کنون شش جلسه کارگروه توسعه صادرات با ۷۲ مصوبه و دو جلسه کارگروه مبادلات مرزی در مرکز و ۱۳ جلسه در شهرستان مرزی استان برگزار شده است و در این دو کارگروه در مجموع طی این مدت ۲۴ جلسه کارشناسی نیز برگزار شده است. در این جلسات مشکلات صادرات کنندگان، برنامه های دولتی و تشکل های خصوصی و ... مورد بررسی قرار گرفته است.

یکی دیگر از مهمترین برنامه های انجام شده در این اداره واگذاری مسئولیت "میز عراق" به استان بوده است که بر اساس آن در امور وضعیت بازار عراق، آخرین قوانین و مقررات، استانداردها و موارد بهداشتی، ارائه خدمات مشاوره ای و سایر امور مربوط به بازار عراق به کلیه تجار و بازرگانان استان و حتی کشور خدمت رسانی شده است.

این اداره برنامه های دیگری نیز در دست اقدام دارد که پس از اجرا اطلاع رسانی خواهد شد.

**اتاق بازرگانی با
تبادل هیات های
تجاری نقشی
موثر در توسعه
بازرگانی خارجی
داشته است**

❖ **اتاق بازرگانی در این حوزه چه**

❖ **آقای پیراینده به سابقه فعالیت خود در حوزه صنعت، معدن و تجارت و بازرگانی اشاره بفرمایید، از چه سالی وارد این عرصه شدید؟**

من از سال ۷۴ وارد این بخش شدم و ابتدا مدت شش در حوزه بازرسی و نظارت فعالیت داشتم، پس از آن در سمت های مختلفی از جمله معاون دفتر اقتصادی استانداری حضور داشتم و هم اکنون معاون بازرگانی سازمان صنعت، معدن و تجارت هستم.

❖ **ظاهراً چارت سازمان صنعت، معدن و تجارت کرمانشاه مطابق با کشور از ابتدای سال دچار تغییراتی شد، به این تغییرات اشاره می فرمایید؟**

از ابتدای سال چارت جدید سازمان صنعت، معدن و تجارت ابلاغ شد که در کرمانشاه نیز اجرایی گردید، بر اساس چارت جدید دو معاونت توسعه بازرگانی خارجی و توسعه بازرگانی داخلی با هم ادغام شدند و معاونت امور بازرگانی و توسعه تجارت تشکیل گردید.

این معاونت از ادارات زیر مجموعه شامل اداره توسعه تجارت و بازرگانی خارجی، بازرگانی داخلی، اداره امور اصناف و تشکل های صنفی و اداره فرش تشکیل شده است که هر یک وظایف خاص خود را دارند.

❖ **وظایف اداره توسعه تجارت و بازرگانی خارجی چیست و تا کنون در این اداره چه اقداماتی انجام شده است؟**



نقشی داشته است؟

اتاق بازرگانی در حوزه فعالیت های تجاری اقدامات خوبی در چند سال اخیر انجام داده که از مهمترین آنها می تواند به تبادل هیات های تجاری با کشورهای مختلف اشاره کرد که زمینه ساز توسعه مبادلات و آشنایی با ظرفیت های هر دو طرف بوده است. به علاوه اتاق بازرگانی مشکلات تجار و صادرکنندگان را رصد می کند و در صورت وجود نقص شیوه های حل آن را پیشنهاد می دهد.

لطفاً از عملکردهای اداره بازرگانی داخلی بگویید، این اداره چه دستاوردهایی داشته است؟

تا قبل از ابلاغ قانون انتزاع وظایفی از جمله توزیع اقلام و تنظیم بازار در عرصه محصولات کشاورزی و دامی با این بخش بود که هم اکنون به سازمان جهاد کشاورزی واگذار شده است.

یکی از مهمترین برنامه های در دست اجرای بازرگانی داخلی خرید کالا و خدمات از تولیدکنندگان داخل استان است که بر اساس دستگاه های دولتی، پیمانکاران و ... موظفند کالا و خدمات مورد نیاز خود را از تولیدکنندگان داخل استان خریداری کنند که قطعاً تاثیر مثبتی در رونق تولید استان خواهد داشت.

این طرح مورد تاکید مسئولین استان است و بخشی از آن نیز انجام شده و اصلاً قرار است یکی از ملاک های ارزیابی دستگاه ها این باشد که اقلام مورد نیاز خود را تولیدکنندگان داخل استان تهیه کنند.

البته این کار نیازمند یک فرهنگ سازی مناسب در استان است و همچنین بنا داریم یک بانک اطلاعاتی نیز از تولیدکنندگان، نمایندگی های فروش، اصناف خوشنام و ... در کرمانشاه برای بهبود در اجرای این طرح تدوین کنیم.

یکی از برنامه های اداره بازرگانی داخل کاهش هزینه های سبد مصرفی خانوار است، در این خصوص هم توضیحی می فرمایید؟

با بررسی های انجام شده به این نتیجه رسیدیم که هرچه فاصله تولید و مصرف کننده کمتر باشد کالا با هزینه کمتری به دست مصرف کننده می رسد که این امر ناشی از حذف واسطه ها است.

این کار توسط جهاد کشاورزی شروع شده و در حال اجرا است و بر اساس آن بازار روزهایی برای فروش محصولات کشاورزی و دامی در سطح استان در نظر گرفته می شود که تولیدکنندگان بتوانند کالای خود را بدون واسطه در این بازارچه ها عرضه کنند.

این کار در خصوص گوشت قرمز انجام شده و ما هم اکنون در چند نقطه شهر توزیع گوشت قرمز گرم را داریم.

گام بعدی ما در اجرای این طرح اصلاح هزینه های کالا و خدمات است.

یکی از اقدامات بخش بازرگانی داخلی برگزاری نمایشگاه های عرضه مستقیم کالا است، در این حوزه چه عملکردهای داشته اید؟

ما به مناسب های مختلف از جمله ماه رمضان، فروش پاییزه، فروش بهار و ... این نمایشگاه ها را برگزار می کنیم که در نمایشگاهی که در ماه رمضان برگزار شد بر اساس نظر سنجی که از مخاطبان انجام شد ۷۳ درصد رضایت کافی داشتند، به علاوه برای دسترسی بهتر مردم فروش های فوق العاده نیز برگزار کردیم.

نمایشگاه بازرگانی مدارس ما نیز یکی از بهترین نمایشگاه هایی بود که تا کنون برگزار کردیم که از نظر کیفیت و قیمت بسیار مناسب بود.

آقای پیراینده به زودی شاهد برگزاری نمایشگاه های توانمندی بانوان غرب کشور در کرمانشاه خواهیم بود، در این خصوص هم توضیحاتی ارائه می کنید؟

این نمایشگاه ۱۵ بهمن در کرمانشاه و در محل نمایشگاه های دائمی کرمانشاه برگزار می شود و تا ۲۱ بهمن ادامه دارد و در بخش های مختلف از جمله دستاوردهای پژوهشی، اقتصادی، علمی و ... است. این نمایشگاه می تواند فعالیت های زنان را بیش از پیش نشان دهد.

اتاق بازرگانی در حوزه بازرگانی داخلی چه نقشی ایفا می کند؟

اتاق بازرگانی یک تشکل قوی اقتصادی است که نقش بسزایی در اقتصاد و بازرگانی دارد، این تشکل اقتصادی بسیاری از امور تجارت و صادرات استان را پیگیری می کند و همواره کمکی موثر برای توسعه بازرگانی است.

به علاوه اتاق بازرگانی رابط بین دولت و بخش خصوصی است و مسائل و مشکلات تولیدکنندگان را به گوش دولت می رساند و تلاش می کند در نقاطی که ضعف و کاستی وجود دارد در قالب تنظیم قوانین نقش خود را به درستی ایفا کند.

البته با تشکیل جلسات شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی با مدیریت اتاق های بازرگانی، نقش این تشکل بیش از پیش پر رنگ شده و دولت و بخش خصوصی را برای حل مشکلات رو در روی هم قرار می دهد.

در حوزه اداره اصناف معاونت بازرگانی چه کارهایی صورت گرفته است؟ این اداره چه وظایفی دارد؟

ما در کرمانشاه حدود ۵۳ هزار واحد صنفی دارای پروانه کسب داریم که

در بخش های مختلف تولید و توزیع کالا فعالیت دارند و در قالب ۲۶۰ اتحادیه سامان دهی شده اند. ما ۱۴ اتاق صنایع نیز در استان داریم که هر شهرستان ما دارای یک اتاق اصناف می باشد. برای این اداره چند برنامه محوری تعریف کردیم که یکی از مهمترین آنها اشتغال در حوزه اصناف بود که در همین راستا جلسات آموزشی متعددی نیز برگزار کردیم. ساماندهی واحدهای صنفی بدون مجوز، نظارت مستمر بر اتحادیه های صنفی و اتاق های اصناف بعد از اجرای قانون نظام صنفی و ... از دیگر برنامه ها بود. ما در همه موارد عملکرد اتحادیه ها را با قانون نظام صنفی تطبیق دادیم که در این خصوص در اکثر محورهای عملکردی نسبت به شش ماه اول سال گذشته رشد داشتیم.

برنامه دیگر ساماندهی واحدهای صنفی بدون مجوز است که مشکل عمده این واحدها دریافت استعمال از شهرداری بود که در کمیسیون نظارت تصویب کردیم اگر واحد تجاری باشد برای دریافت مجوز نیازی به استعمال شهرداری ندارد، این امر باعث می شود در آینده و در ماه های پایانی سال شاهد افزایش تعداد پروانه های صادره باشیم.

•• لطفا از عملکردهای اداره فرش بگوئید؟

به دلیلی اهمیتی که حوزه فرش داشت تصمیم گرفتیم این بخش را به اداره ارتقا دهیم، فرش نقش قابل توجهی در تولید و اقتصاد دارد و می تواند از محل درآمدهای غیرنفتی ارزآوری مناسبی داشته باشد. با آغاز به کار این اداره اقدامات خوبی در جهت تقویت فرش بافان، پرداخت تسهیلات به آنان، تامین مواد اولیه و ... صورت گرفت که تاثیر بسزایی نیز در ایجاد اشتغال استان داشت. همچنین دوره های آموزشی نیز برای فرش بافان خصوصا در مناطق روستایی در دست برگزاری است. طرح فرآوری پشم و ایجاد نخ، واحد شست و شوی فرش دستبافت و هم چنین واحد رنگرزی نیز در دست اجرا می باشد. به علاوه با صندوق مهر امام رضا هم در استان و هم در کشور تفاهم نامه برای حمایت از فرش بافان و پرداخت تسهیلات به آنان انعقاد شده است.

یکی از دیگر اقدامات مهم دیگر فعالسازی اتحادیه فرش دستبافت روستایی شهرستان سنقر بود که در نقاط مختلف کشور و حتی کشور آلمان نمایندگی داشت، متأسفانه این اتحادیه از چندی پیش غیرفعال شده بود که نسبت به فعالسازی آن با هیات مدیره جدید اقدام کردیم که می تواند تعداد قابل توجهی اشتغالی در پی داشته باشد.

•• یکی از مهمترین اولویت های بازرگانی ما تجارت با کشور عراق است، برای این بخش چه برنامه هایی دارید؟

کرمانشاه یک استان محوری در بخش صادرات به عراق است و در کشور هم جایگاه ویژه ای دارد. عراق یکی از مهمترین بازارهای صادراتی هدف ما است اما نباید فعالیت در این بازار را تنها به بخش های کردنشین محدود کنیم بلکه لازم است برای حضور بیشتر در بخش های مرکزی و جنوبی عراق نیز برنامه داشته باشیم. به علاوه باید جایگاه خود را در صادرات خدمات علاوه بر صادرات کالا تقویت کنیم.

در این مدت هم تفاهم نامه های خوبی بین ایران و عراق منعقد شده، که می تواند زمینه تبادلات تجاری را بیش از پیش فراهم کند. برنامه دیگری که باید در دستور کار داشته باشیم برگزاری نمایشگاه های توانمندی در عراق است. بحث دیگر بازارچه مرزی سومار است که چندی پیش شاهد راه اندازی آن بودیم که باید این بازارچه را نیز بیش از پیش فعال کنیم و از آن برای یک کانال ارتباطی بین کرمانشاه و حتی استان های دیگر کشور با عراق استفاده کنیم.

•• اتاق بازرگانی در این بین چه نقشی می تواند داشته باشد؟

خوشبختانه در چند سال اخیر اتاق بازرگانی تلاش های زیادی برای توسعه تجارت با دنیا خصوصا کشور عراق صورت داد، برگزاری نشست های متعدد با تجار و بازرگانان و مسئولین دولت عراق از جمله این اقدامات بود. به علاوه در این مدت شاهد اعزام هیات های تجاری به کشور عراق بودیم که می تواند امکان افزایش تعامل تجار ما و عراق را بیشتر کند.

به هر حال می توان با استفاده از همکاری و ظرفیت های اتاق بازرگانی حضور را در بازارهای عراق و به دنبال آن بازرگانی خارجی را گسترش داد.

فرهنگ و آموزش در فضای مجازی

با نگاهی تخصصی به کرمانشاه به عنوان اولین استان مجازی در کشور



• سید غلام رضا حسینی
• عضو هیئت علمی جهاد دانشگاهی کرمانشاه
• فارغ التحصیل رشته فناوری اطلاعات از دانشگاه UTM لهستان
• قسمت دوم



مؤلفه ها و ابعاد معنوی فرهنگ مجازی
(۱) هویت

یکی از مؤلفه های مهم فرهنگی بحث هویت است. بحث هویت در فضای مجازی حالت پیچیده ای به خود می گیرد. در واقع هویت در فضای مجازی ساخته می شود. در فرهنگ واقعی ما هویت و اعتبار را از مؤلفه های گذشته ی خود، همراهمان داریم. در واقع این هویت گذشته ی ما است که به ما شکل می دهد. نوع رنگ پوست، نژاد، کشور، مذهب و ... هویت ما را شکل می دهند که شاید هیچ کدام از آنها را ما انتخاب نکرده باشیم. اما در فضای مجازی این کاربر است که هویت خود را می سازد.

کسانی که معمولاً از هویت واقعی خود در فضای واقعی خرسند هستند همان هویت را در فضای مجازی تکرار می کنند. در این بین فرد سعی می کند تا با استفاده از اینترنت و فضای مجازی حتی هویت خود را بسط دهد و آن را اظهار کند. این کاربر ممکن است به عنوان مثال از وبلاگ استفاده کرده و به بسط نظریه های خود در مورد امور مختلف و بیان دیدگاه های خود بپردازد. کسی که هویت خود را از راه اینترنت ارتقا می بخشد به نظرهای کاربران دیگر در مورد خود بسیار اهمیت می دهد. در مقابل کسانی که سعی در هنجارشکنی و قانون شکنی در محیط اینترنت و فضای مجازی دارند با هویتی ناشناس وارد این فضا می شوند. فضایی که به صورت تصویری هاله ای شکل است و نه می توان گفت واقعی است و نه می توان گفت واقعی ندارد. نمیدانیم

(۲) هرج و مرج آنلاین

این اصطلاح در فرهنگ مجازی به این امر اشاره دارد که فضای مجازی به عنوان مکانی برای هرج و مرج طلبی و ایجاد جامعه ی آنارشیک امکانی بالقوه فراهم آورده است. عدم امکان بیان هویت واقعی، وجود خرده فرهنگ های هکرها، استفاده ی گروه ای تروریستی و نژادپرستی برای عضوگیری از راه فضای مجازی و بیان دیدگاه ها، امکان سوء استفاده از اطلاعات شخصی و فروریختن مرزهای زندگی شخصی، سست شدن روابط و قرار گرفتن روابط در چارچوب آنلاین، امکان دسترسی و انتشار محتوای مجرمانه مانند دسترسی آسان به محتوای پورنوگرافی و هزاران نمونه ی دیگر از مواردی هستند که فرهنگ مجازی را در کنار قابلیت های فراوان آن برای زندگی به فرهنگی آنارشیک تبدیل کرده اند.



۳) زبان، مذهب، سنتها و آداب و رسوم

بحث در مورد تأثیر فضای مجازی بر سنتها و آداب و رسوم بحث بسیار پیچیده و مفصلی است. در اینجا ما تنها مؤلفه ی زبان را به عنوان یک بخش مهم از عناصر فرهنگی مد نظر قرار می دهیم. گمان میرود که بیش از ۶۰۰۰ زبان در جهان وجود داشته باشند. اما از این تعداد نزدیک به ۸۰ درصد آنها در حال نابودی تدریجی هستند.

آنچه یک زبان را زنده نگه میدارد نه فقط تعداد سخنگویان به آن زبان بلکه به خصوص میزان اسناد موجود به آن زبان و میزان استفاده های است که سخنگویانش از آن برای ایجاد متون نوشتاری انجام میدهند. به عبارت دیگر بسیار مهم است که برای آن که زبانی زنده بماند و رشد کند، از آن زبان به مثابه ظرفی برای اندیشه استفاده شود.

نگاهی به زبان های مورد استفاده در اینترنت نشاندهنده ی آن است که زبان انگلیسی با آن که زبان مادری تعداد کمی از افراد در سطح جهان است اما در فضای مجازی به عنوان زبان اصلی مورد استفاده تلقی می گردد. این امر زنگ خطر را برای مرگ سایر زبان ها به عنوان اصلی ترین مؤلفه ی فرهنگی و هویتی به صدا در می آورد.

مؤلفه ها و ابعاد مادی فرهنگ مجازی

۱) بلاگ

فضای مجازی با نو بودن و به روز بودن خویش، محیطی مناسب برای جوانان و مخاطبان دیگر ایجاد کرده است. این قابلیت در سایت های زندگی دوم به مراتب افزایش یافته است. تازگی فضای مجازی باعث می شود تا افراد بسیاری از جمله جوانان نه فقط برای گذران اوقات فراغت بلکه برای خرید و ارتباطات آموزشی نیز وارد این فضا شوند. از دیگر سو، یکی دیگر از ویژگی های فضای مجازی در ایران، که این محیط را به عنوان محیطی نو به افراد معرفی می کند، حجم بالای اطلاعات و قابلیت هایی است که به صورت روزانه وارد این محیط می شود. روزانه در حدود چندین هزار سایت و وبلاگ و امکان بازی به فضای مجازی اضافه می گردد و از این نظر، این محیط را کمتر می توان با تجربه های دیگر زندگی مقایسه کرد. این کاربرد باعث آن می شود که کاربر هر روزه انگیزه ی مضاعفی برای تجربه ی امکانات جدید در سایت داشته باشد.

بلاگ یا وبلاگ در حقیقت یک نوع ژورنال شخصی است که به صورت زمانبندی شده توسط کاربر اینترنت برای بیان دیدگاه های خود در سطح اینترنت انتشار می یابد. وبلاگ معمولاً توسط یک فرد یا گروهی کوچک در مورد موضوعات مشخص انتشار می یابد. ظهور وبلاگ به ۱۹۹۰م. می رسد که امکان انتشار مطالب در اینترنت برای کاربران غیرفنی و روزنامه نگاران صورت پذیرفت. البته این امکان در گذشته نیز از راه بولتن ها در اینترنت امکان پذیر بود اما نام وبلاگ را بر روی خود نداشتند و همچنین به نرم افزار برای راه اندازی نیاز داشتند. اولین وبلاگ توسط «جورن بارگر» در ۱۹۹۷م. ابداع شد.

وبلاگ ها امکان بیان نظرها به صورت تعاملی را به وجود می آورند که از این نظر از سایت های آن زمان جلوتر بودند. افزون بر انتشار مطالب

نوعی ارتباط الکترونیکی نیز بین استفاده کنندگان از وبلاگ و خوانندگانشان به وجود می آید. وبلاگ ترکیبی از متن، لینک و تصویر است. تا سال ۲۰۱۱م. نزدیک به ۱۵۶ میلیون وبلاگ در جهان وجود دارد.

تأثیرات سیاسی وبلاگ در سال های ۲۰۰۲م. بسیار افزایش یافت و روزنامه نگاران و سیاستمداران از آن برای بیان نظرها و انتقال دیدگاه ها به طور وسیعی استفاده بردند.

بسیاری در جهان وبلاگ را جایگزینی برای رسانی روزنامه در جهان می شمارند. انتقادهایی که امروزه به وبلاگ وارد می شود از جهت مطالب کذب و بدون استناد آنها و همچنین نامشخص بودن وبلاگر در مواردی مورد توجه مراجع قانونگذار قرار گرفته است.

۲) شبکه های اجتماعی

یک نوع خدمات اینترنتی هستند برای تسهیل ارتباطات میان افراد در زمینه هایی مانند اشتراک گذاری علایق، فعالیت ها، سوابق زندگی است. برخی از شبکه های اجتماعی در سطح جهانی معروف هستند و پرکاربردند و برخی نیز در سطح منطقه ای و یا حتی سطح یک کشور خاص. در آمریکا در حدود ۴۷ درصد از بزرگسالان از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. اولین شبکه ی اجتماعی در اینترنت با امکانات محدود شبکه ی (Theglobe.com) بود که در سال ۱۹۹۵م. به وجود آمد. در سال ۲۰۱۱م. یک پژوهش نشان داد که ۵۰ درصد از کارمندان بریتانیایی در سر کار خود از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند در حالی که این امر ممنوع بوده است.

یکی دیگر از کاربردهای شبکه های اجتماعی ایجاد شبکه های علمی با استفاده از این قابلیت در سطح جهان بوده است. نقدی که به شبکه های اجتماعی وارد است این است که رابطه ها را به فضای مجازی محدود می کند. اکنون در آمریکا از هر دو رابطه یکی از آنها در فضای مجازی در جریان است.

همچنین نگرانی هایی در مورد سوء استفاده از اطلاعات افراد در این شبکه ها وجود دارد. میزان سوء استفاده ها در فضاهای مجازی هر روز بیشتر می گردد که در آن افراد با هویت های ساختگی به فریب دیگران می پردازند.

این نیاز به ارتباطات فردی که سایت های اجتماعی ایجاد کرده اند در نتیجه از بین رفتن این ارتباطات در رسانه های توده ای است. در رسانه های توده ای، مخاطبان، بالقوه هیچ ارتباطی با هم ندارند و رسانه های امروزین این خلأ را برای مخاطبان پر کرده اند. از طرفی برخی خود این سایت ها را عاملی برای کاهش ارتباطات می دانند. امروزه در کشورهای اروپایی و آمریکایی هر چه که فرد در صفحه ی سایت های اجتماعی خود انتشار دهد به عنوان مدرکی در مواقع لزوم در دادگاه ها مورد استفاده قرار می گیرد که این امر تعریف حریم خصوصی افراد را تحت تأثیر قرار می دهد.

ادامه دارد



آموزش های فنی و حرفه ای رویکردی عقلانی در توسعه صنعتی کشور



• مهندس علیرضا بیژندی
• کارشناس ارشد مدیریت اجرایی
• دانشجوی دکتری مدیریت
• مشاور امور صنعتی اتاق بازرگانی کرمانشاه

همکاری بخشهای مختلف درگیر در سیاستگذاری، ایجاد، توسعه و انتشار تکنولوژی در نظر گرفت. نظام ملی اشتغال این امکان را فراهم می آورد که تمام عوامل درگیر به صورت یک کل نگریسته شود. از این روی سیاستگذاری نیز یکپارچه خواهد بود. بعلاوه هم افزایی و تعامل حداکثری نیز بین نگاهها و صنعت وجود خواهد داشت. سیاستهای حمایتی دولت در راستای حماسه اقتصادی نیز باید مطمع نظر باشد. در نحوه بکارگیری سیاستهای حمایتی دولت و از جمله حمایت از دوره های کوتاه مدت و میان مدت آموزشی بایستی با نیازهای بازار و مصرف کنندگان مرتبط باشد.

نوآوری در قلب تغییرات تکنولوژیک و توسعه سیاسی، اقتصادی جوامع مدرن قرار دارد، در این راستا، سیاست نوآوری به عنوان ابزار سیاست توسعه در خدمت آموزش فنی و حرفه ای قرار می گیرد که خروجی این سیاست ها، تحرک طبقاتی-اجتماعی است که بدنبال تغییر مدل های تکنولوژیک بوجود می آید.

بنابراین نوآوری تکنولوژیک نه تنها ابعاد فنی-حرفه ای و مهارتی دارد بلکه خصلتهای اجتماعی و فرهنگی نیز دارد. متأسفانه بدلیل عدم تطبیق بهینه صنایع کشور با ملزومات تکنولوژی پیشرفته دنیا، سیاستهای کارگر فرستی به عنوان یک شیوه رفع بیکاری، در دستور کار کلان وزارت کار

آموزش های فنی و حرفه ای مقوله ای مهم از مقولات توسعه پایدار به ویژه در توانمندسازی مهارت ها و منابع انسانی است. در این راستا دو بحث خصوصی سازی و بازاریابی و توسعه بازار، مباحثی هستند که با تأثیر مستقیم از آموزش های فنی و حرفه ای، می توانند باعث رشد و توسعه اقتصادی گردند. اضافه بار بروکراسی ایجاد شده توسط افراد کم مهارت باعث عدم پیشبرد اهداف توسعه ای کشور خواهد شد.

در توسعه پایدار نگاهی ماندگار به پدیده سرمایه اجتماعی به عنوان عامل اجزائی فقرزدایی می شود که این سرمایه اجتماعی، کارگر ماهری است که خروجی آموزش های مهارتی است. بنابراین آموزش فنی و حرفه ای و مقیاس ها و ظرفیت های بازار کار عناصر مهم توسعه همکاری به منظور کاهش فقر، می باشند.

نیروی انسانی ماهر که محصول مستقیم آموزشهای فنی و حرفه ای است رکن اصلی توسعه ملی در هر کشوری است. از اینرو، توجه به این بخش و ارزیابی مستمر روند تحول آن، از جمله اولویت های اصلی در مدیریت سرزمینی کشور است و نمی توان آن را بدون یک سیاست و تدبیر حساب شده رها کرد.

رویکرد نظام اشتغال را می توان به عنوان چارچوب مناسبی برای

قرار نگرفته است؛ هر سیستم اشتغال جهت ارتقاء و توانمندسازی خود چند کار ویژه اصلی را باید انجام دهد که در این بازه زمانی کارکردهای اجتماعی و فرهنگی در اولویت کاری باشد که متأسفانه دو کار ویژه فوق هیچگاه در دستور کار سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور قرار نگرفته و حتی در چارت سازمانی نیز علی رغم تلاشهایی جهت گنجانیدن آن، این اداره و یا معاونت وجود ندارد.

در این راستا اضلاعی که می تواند آموزشهای فنی - حرفه ای و مهارتی را در کاهش آسیب های اجتماعی و تعدیل فقر، مولد نماید همگرایی و تعاملات حداکثری بین نهادهای ذیربط می باشد. بدیهی است ترکیب متغیرهای مختلف و با رویکردی نهادی بخصوص در کلان شهرها و شهرهای مرزی، رکن رکین بستر سازی شغلی جهت توسعه و اشتغال پایدار و تأثیر آن بر کاهش آسیب های اجتماعی و حریم اقتصادی زنان سرپرست خانواده به عنوان یک طیف شکننده باشد.

از سوئی در راستای همه گیر شدن مهارت ها و تخصص ها در میان مردم می توان به توسعه و گسترش آموزشهای مهارتی و فنی حرفه ای در مناطق توسعه نیافته و حاشیه ای که معمولاً زنان سرپرست خانوار در این مناطق دپو می شوند پرداخت تا از این طریق علاوه بر آموزش ذهنی و عملی، هنجارها و ارزش های عملی نیز در این مناطق و در سطح وسیع نفوذ و اشاعه پیدا کنند. در راستای عملیاتی نمودن این استراتژی باید عنوان نمود که در سلسله مراتب فقر و در ترجیحات فقر زدائی، گروه هدف آموزشهای فنی و حرفه ای، علاوه بر (زنان سرپرست خانوار، نوجوانان، افراد مسن، افراد ناتوان و فارغ التحصیلان بی مهارت دانشگاه ها)، بخش های فقیرتر و حاشیه ای جامعه یعنی زنان در معرض آسیب را شامل می شود. زیرا حماسه اقتصادی مستلزم یک رابطه دو سویه و افقی بین مردم و دولت - حاکمیت است که با تعامل آنها خیز اقتصادی میسر می گردد. کارکرد روانی در آموزش عالی، گم شدن استقلال فکری و خلاقیت های واقعی و از طرف دیگر، نظام های رسمی آموزشی با ایجاد سلسله مراتب های دیوان سالار، معرفت را به انحصار خود درآورده اند. در اینجا حضور آموزش های فنی و حرفه ای در سامان مند و جهت دار نمودن مسیر توسعه صنعتی مهم می باشد.

برای برون رفت از این وضعیت یعنی رسانیدن سطح تولید و اقتصاد کشور به کشورهای بزرگ صنعتی ضرورت ایجاد می نماید که اولاً نیروی انسانی مورد نیاز صنایع در مدت کوتاهی تامین شود. ثانیاً برنامه های آموزشی براساس نیازهای موردی صنایع تنظیم گردد و ثالثاً تمام کارگران شاغل امکان تطبیق مهارت های خود را با تکنولوژی جدید که پیوسته در حال پیشرفت و تکامل است را داشته باشند. بنابراین و نظر به رویکرد انتقادی به آموزش های رسمی و غیر رسمی می توان خطوط ذیل را جهت یک تغییر الگویی برای بهینه سازی و تعمیق، مهارت افراد در سطوح مختلف آموزشی نهادینه نمود.

آموزش های فنی و حرفه ای ، آموزش های شبکه ای و فازی

وضعیت کنونی آموزش و دانشگاه	وضعیت مطلوب آموزش - مهارت محور
آموزش عالی انبوه	آموزش مهارتی متناسب با نیازهای خاص فردی و SME
دانش از پیش طراحی شده	دانش برحسب سفارش، معطوف به شغل و مرتبط با زمینه
انحصار دانشگاه	سهیم شدن بنگاههای خرد، متوسط و کلان و شرکت های صنعتی SMEs
انتقال خطی دانش	چرخه تعاملی توسعه دانش
آموزش عالی یکنواخت و غیر منعطف	آموزش عالی منعطف و غیر رسمی
مدارک تحصیلی خطی	یادگیری شبکه ای و فازی
فراهم نمودن دانش	فراهم نمودن مهارت با دانش
رسالتی برای خود در شغل نمی بینند	تمرکز بر روی شغل بعد از آموزش و کارگری شدن آموزش



ضرورت توجه به اخلاق تجاری در فرایندهای اقتصادی و بازرگانی



• اکبر فدایی
• دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی
• قسمت دوم و آخر

با توجه به موارد فوق به نظر می رسد با عنایت به وسعت حضور و تاثیر سازمان ها در زندگی اجتماعی بشر و نیز رابطه ی تنگاتنگ تجارت با مردم اهمیت نقش اخلاق موضوعی قابل تعمق و تامل باشد. از طرفی با ملاحظه و مرور و بررسی کلی بر فعالیت روزانه ی بازار های مختلف اهمیت اخلاق تجارت آشکارتر می شود. پیدایش و فراگیر شدن تجارت الکترونیکی و اینترنتی اهمیت این موضوع را بالا برده و از طرفی دیگر اقتصاد که از ارکان اصلی فرایند تجارت می باشد در جوامع امروز، چه در سطح ملی و چه در سطح بین المللی از عوامل موثر و پیش برنده به حساب می آیند. اقتصاد در ترکیب با فناوری های نو، به طور فزاینده ای افکار و رفتار مردم را شکل می دهند و هر روز بیش از پیش حوزه های گوناگون زندگی، مانند: تحقیق و توسعه، ارتباطات از راه دور، بیوتکنولوژی، سیاست، آموزش و پرورش، فرهنگ و مذهب و خانواده را شدیداً تحت تاثیر قرار می دهند.

بنابر این با نفوذ روزافزون تجارت و اقتصاد، برای اینکه آنها رها نشده و به سرنوشتی نامعلوم دچار نشوند، لازم است هرچه بیشتر مطمئن شویم تجارت و اقتصاد در مسیر درست حرکت می کند. این هدایت به صورت همزمان باید هم از بیرون و هم از درون صورت گیرد.

هدایت بیرونی از راه عواملی همچون فشار سیاسی، آیین نامه های قانونی، عادات اجتماعی- فرهنگی، آموزش و هدایت درونی بآبهره گیری از عواملی مانند: رفتارهای حرفه ای، سازمان های تجاری، تاجران، پیمانکاران تجاری و غیره صورت می گیرد. باید توجه داشت که رویکرد بیرونی به تنهایی نمی تواند این هدایت را محقق سازد. زیرا از تعهد و التزام درونی خالی است. بسنده کردن به رویکرد درونی نیز به تنهایی کافی نیست، زیرا تجارت، فقط یک قسمت از پیکره ی جامعه است و به کنترل اضافی بیرونی نیاز دارد. در عین حال رویکرد و کنترل درونی اهمیت بیشتری دارد، زیرا عاملان اقتصادی که به آزادی بیشتر علاقه مند هستند به این سبب مسئولیت بیشتری را نیز تحمل خواهند

پس از دهه ی ۱۹۶۰ بروز بحث حقوق مصرف کننده در اروپا و آمریکا زمینه ی توجه بیشتر به اخلاق تجارت گردد. در دهه ی ۷۰ میلادی در کشور های پیشرفته، اخلاق تجارت به عنوان یک گرایش مطالعاتی مطرح شد و اساتید دانشگاه و صاحب نظران امور دینی هردو در تئوری پردازی این مفهوم موثر بودند. اما دهه ی ۹۰ میلادی را می توان دهه ی تثبیت اخلاق کسب و کار نامید، زیرا مجامع علمی آن را به عنوان یک رشته ی دانشگاهی مورد پذیرش قرار دادند. جالب اینکه در برخی کشور ها اخلاق تجارت صرفاً به توصیه ی یک سری امور اخلاقی خلاصه نشده، بلکه با تدوین برنامه های رسمی و پاسخگویی قانونی بنگاه ها در مقابل کمیته ی هدایتگر همراه می باشد.

دهه ی ۱۹۹۰ میلادی را دهه ی نهادینه شدن اخلاق کسب و کار می نامند. در کوران این دهه بنگاه ها تشویق می شدند که خود، ملاحظات اخلاقی را مورد توجه قرار دهند. و منتظر دستورالعمل های دولتی نباشند. اما در بسیاری از کشور های پیشرفته علاوه بر توجه به امور اخلاقی، در برخی از موارد از مقررات دولتی استفاده می شد. مثلاً حداقل در مورد تبلیغ کالای بد و مضر مثل سیگار، مجازات قانونی اعمال می کردند. در عین حال پاداش ها و تشویق هایی نسبت به بنگاه هایی که ملاحظات اخلاقی را رعایت نمی کردند اعمال می شد.

۹- ضرورت توجه به بحث اخلاق در فرایند تجارت

ارائه ی گزارشات غلط کارکنان به مدیران و عدم اظهار حقایق، شخصی شدن تصمیمات و اختیارات، همواره دیگران را مقصر دانستن و انداختن تقصیر گردن دیگران، از جمله بد اخلاقی های شایع در بازار کسب و کار می باشد. یکی از ضروریات مطالعه ی اخلاق تجارت وجود جرائم اخلاقی نسبتاً فراوان در انواع بنگاه ها می باشد. اینها اعم از بنگاه های بخش خصوصی، دولتی، ورزشی، محافل دینی، علمی، بهداشتی و امثال آن می باشد.

شخصیتی خود رعایت نمایند ولی قانونا ملزم به رعایت آن نیستند. اهمیت مسئولیت اجتماعی پس از دهه ی ۱۹۶۰ به خصوص با ورود اینترنت به عرصه های کسب و کار رو به گسترش بوده است.

۱۱- برخی از مشکلات اخلاقی فضای تجارت

- شخصی شدن تصمیمات و اختیارات
- گردن نهادن به درخواست های مشتریان
- دیگران را مقصر دانستن و انداختن تقصیر به گردن دیگران
- عدم توجه به محدودیت های سیاره زمین
- عدم توجه به چالش های زیست محیطی
- عدم توجه به دگرگونی های جهانی و در نتیجه تغییر نیازهای مشتریان
- عدم پذیرش هزینه های ناشی از مسئولیت اجتماعی
- عدم حرمت به قوانین اخلاقی و سکوت در برابر عدم اجرای آن ها
- مسئولانه عمل نکردن بنگاه های اقتصادی

۱۲- راه حل هایی جهت حل مشکلات اخلاقی فضای تجارت

اگر دولت و نهاد های نظارتی بر بنگاه های اقتصادی که مسئولانه عمل

اگر دولت و نهاد های نظارتی بر بنگاه های اقتصادی که مسئولانه عمل نمی کنند، جریمه ای در نظر می گرفت و قدرت نظارتی خود را گسترده تر و موثر تر می کرد، قطعا بنگاه های بیشتری به این فکر می افتادند که مسئولانه رفتار کنند و در کوتاه مدت هم بنگاه هایی که احساس مسئولیت می کنند در رقابت با بنگاه های غیر مسئول عقب نمی مانند و این خود عاملی جهت رونق گرفتن رعایت اخلاق در تجارت می شد. در مورد عدم حرمت به قانون و سکوت در برابر عدم اجرای آن می توان این مثال را یادآور شد که تقریبا از سال ۷۲ در ایران فروش مقررات شهری به عرف تبدیل

شد و قانون تبدیل به یک کالای قابل خرید و فروش شد. اول فروش تراکم مطرح شد و بعد هم بحث تغییر کاربری ها از مسکونی به اداری و از اداری به تجاری به میان آمد و در آن زمان این مساله برای همه تعجب برانگیز بود، همه می دانستند که فروش تراکم حراج حقوق شهروندان بطور رسمی بود اما کمتر کسی نسبت به این مساله اعتراض کرد. اکنون بیش از ۸۰ درصد درآمد شهرداری تهران از محل فروش تراکم یعنی فروش حقوق دیگران تامین می شود. مورد دیگر تخصیص منابع بانکی به پروژه های صددرصد غیر انتفاعی است. بر اساس قانون بانکداری بدون ربا، بانک ها موظف هستند منابع مالی که از مردم به عنوان وکالت دریافت می کنند، به کم ریسکترین پروژه هایی که بالاترین سود اقتصادی را دارند اختصاص دهند. اما در واقع در نظام بانکی کنونی عکس این مساله اتفاق می افتد و پول های مردم به پرریسک ترین و کم درآمد ترین پروژه ها اختصاص داده می شود. به نظر می رسد راهکار این است

کرد. اینکه تجارت و اقتصاد باید در مسیر درست حرکت کنند، دلیلی برای بیان بعد اخلاقی درون قلمرو تجارت و اقتصاد است.

تقلب در معاملات، گران فروشی، کم فروشی، رشوه، تنظیم اسناد جعلی، تولید کالا های غیر استاندارد، کشیدن چک بی محل، وارد و خارج کردن کالا های قاچاق، مصرف داردهای نخدر و سست کننده در محل کار نمونه های از بی اخلاقی در تجارت می باشند، این امور در حالی صورت می گیرد که انواع قوانین و نظارت ها اعمال می شود و مراکز فراوان دولتی و حکومتی برای نظارت بر حسن اجرای امور و مبارزه با تخلفات کسب و کار وجود دارند، بدیهی است تبیین اخلاق تجارت و تثبیت و اعمال آنها می تواند حداقل بخشی از تخلفات فوق الذکر را بکاهد.

۱۰- حوزه ی مسئولیت اجتماعی در ارتباط با اخلاق تجاری

۹ صاحب نظران مسئولیت اجتماعی در دو دسته مخالفان و موافقان قرار می گیرند. برخی از طرفداران اقتصاد بازار، مانند میلتون فریدمن با مسئولیت اجتماعی مخالف بوده و آن را با مکانیزم های اقتصاد آزاد در تضاد می داند.

او از مسئولیت اجتماعی به عنوان یک دکترین اساسا ویرانگر نام می برد. تنها مسئولیت اجتماعی شرکت های تجاری را استفاده از منابع جامعه و مشارکت در فعالیت هایی که برای افزایش سود با رعایت قواعد بازی طراحی شده اند، می داند. در مقابل، کارل که از طرفداران مسئولیت اجتماعی است، بر این باور است که مسئولیت اخلاقی و فداکاری امروز ممکن است در آینده، به ترتیب به مسئولیت های حقوقی و اخلاقی تبدیل شوند. هرچه تنوع و تشریک مساعی بیشتر تقویت شود، آمادگی گروه ها در زمان بحران ها، توان بالقوه آن برای خلاقیت و ایجاد امکانات جدید و قابلیت آن برای پذیرش شرایط متغییر محیطی افزایش خواهد یافت. به طور کلی باید گفت مسئولیت اجتماعی یکی از عناصر مهم در قلمرو اخلاق تجارت می باشد که به طور اعم، به مجموعه فعالیت هایی گفته می شود که صاحبان سرمایه و بنگاه های اقتصادی به صورت داوطلبانه، به عنوان یک عنصر موثر و مفید در جامعه، انجام می دهند.

ملاحظات خیرخواهانه و دینی می تواند کسب و کار را در راستای زندگی بهتر و مرفه تر شهروندان سوق دهد. بخشی از این ها توسط قوانین تدوین شده است و از یافته های علمی حاصل می شود. یافته های علمی حاکی از آن است که انسان فقط در یک محیط اجتماعی می تواند رشد و بقا یابد. به عنوان مثال اگر بنگاه اهداف خیرخواهانه داشته باشد، فرزندان مردم را تشویق به مصرف مواد مخدر نمی نماید، زمینه ی آلودگی محیط آموزشی و بهداشتی را فراهم نمی آورد. بیشترین سرو کار مردم با بنگاه ها و موسسات تجاری است و لذا بیشترین فرصت ها و خطرات در رابطه با کیفیت زندگی نیز با آنها ارتباط دارد. ضمنا باید یادآور شد که اخلاق بنگاه ها با مسئولیت اجتماعی آنها ارتباط دارد، اما کاملا بر آن منطبق نیست. زیرا مسئولیت اجتماعی بازاریان، انواع وظایف اقتصادی، قانونی و اخلاقی را شامل می شود، که آنها نسبت به جامعه به عهده دارند. مثلا مسئولیت های قانونی بنگاه ها الزامی است که بنگاه ها موظف به رعایت آنها هستند. اما مسئولیت های اخلاقی از اموری هستند که انتظار می رود بنگاه ها به احترام جامعه و یا بخاطر ملاحظات