



▲ در میان مجموعه بسیار وسیعی از اطلاعات و روابط، باید فضای تصمیم‌گیری را براساس مناسبترین شبکه‌ها طراحی کرد.

## فضای تصمیم‌گیری

دکتر غلامحسن عبیری

یک مقطع زمانی رفتار اقتصادی را مورد تحلیل قرار دهیم، شبکه اطلاعات، قیمت‌گذاری اطلاعات، دستمزد به عنوان ابزار جنگی برای کارگزاران مختلف در یک بستر زمانی، شرایط پویایی را به بررسی موضوع تصمیم تحمیل می‌کند که از منظر تصمیم‌گیرنده فضای تصمیم‌گیری را برای وی سبک یا سنگین می‌سازد. برای مثال، تصمیم‌گیری راجع به قیمت‌گذاری یک کالا در یک نگاه اقتصادی صرف‌نظر از قیمت رقبا و قیمت تمام‌شده و قدرت خرید مردم، که عوامل اصلی را تشکیل می‌دهد، تابع فضای تصمیم مانند شرایط صلح و جنگ، بازی‌های دولت و بازار، وضعیت رشد و

عمل نقشی به مراتب حساس‌تر از متغیرهای اساسی تصمیم را برعهده دارد، همانا فضای تصمیم‌گیری است که در این بحث سعی می‌شود بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

در کالبدشکافی فضای تصمیم، موضوع زمان به عنوان عامل ایجاد پویایی در مراحل‌گزینش بهترین تصمیم، بدون شک از اهمیت زیادی برخوردار است، ولی اگر به صورت ایستا بخشی از عمل تصمیم‌گیری را در کوتاه مدت مورد توجه قرار دهیم، باز موضوع «زمان» برای عوامل مختلف درگیر با موضوع تصمیم متغیر خواهد بود. و لذا از این بُعد نیز پویایی تصمیم‌گیری مورد توجه قرار خواهد گرفت. توضیح آنکه، اگر در

### مقدمه

چهل سال از عمر تئوری تصمیم‌گیری در مباحث آماری می‌گذرد. در طول این مدت، روش‌های مختلف کمی برای انتخاب بهترین الگوی تصمیم طراحی شده و مورد تدریس قرار گرفته است، این در حالی است که عمل انتخاب یا در معنی دیگر، قدرت انتخاب به‌عنوان بهترین گزینه، از قرن سیزدهم محور توجه صاحب‌نظران بوده است.

آنچه در مراحل اندازه‌گیری ابعاد تصمیم‌گیری، متغیر کیفی به حساب آمده و در

می‌سازند. از این رو، لازم است برای شناخت فضای تصمیم، سازمان‌های اقتصادی و بازی‌های آنان را در یک حالت دینامیک مورد ارزیابی قرار داده، روند تأثیرگذاری آنان را بر تصمیم روشن سازیم.

### شبکه اقتصادی

همانطوری که شبکه‌های اطلاعاتی در یک حالت بازخورد اطلاعاتی به یکدیگر قرار می‌گیرند و کمبود اطلاعات خود را برقرار می‌سازند، شبکه‌های اقتصادی نیز از طریق قیمت‌گذاری اطلاعات و تشخیص زمان عرضه اطلاعات، زمینه واکنش مثبت را در شبکه فراهم می‌سازند.

از دیدگاه Shapiro (۱۹۹۹) دستمزدها، معیارهای جنگ اقتصادی است و قوانین اطلاعات در یک شبکه ارتباطات اقتصادی، سیاست اطلاع‌رسانی را تعیین می‌کند.<sup>۴</sup>

دستمزدها در واقع رفتارهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و فضای اشتغال و انگیزه‌های کارایی را تقویت می‌کنند. دستمزدها بیشتر، انتظارات دریافت خدمات بهتر را بالا برده، سطح کیفیت و قدرت رقابت محصول را در بازار زیادتر می‌کند. مسوولیت بیشتر در قبال دستمزد بالاتر نیز یک اصل مدیریتی بشمار می‌رود که شایستگی افراد را در برابر وظایف محوله مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

اگرچه ممکن است که دستمزد بالاتر را هزینه بیشتر تلقی نماییم، اما در عمل اینطور نیست و تأثیرات دستمزد مکفی در کاهش سایر هزینه‌های عملیاتی کاملاً قابل رؤیت است. دستمزد ظاهراً یک متغیر اقتصادی بشمار می‌آید، اما در عمل طیف وسیعی از رفتارها را دچار نوسان می‌سازد، نیروی کار قدرت خرید بیشتری را به مصرف‌کننده داده، تقاضا برای خرید کالاها و خدمات را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، دستمزدها، ترکیب و توازن عوامل تولید (سرمایه، نیروی کار) را تغییر داده و سطح بالاتری از دانش فنی را برای بنگاه‌های اقتصادی توصیه می‌کنند. در کنار این رفتارهای اقتصادی، فضای اشتغال‌زایی را برای بازار کار توسعه می‌دهند و نیروی کار در یک بازار رقابتی سعی در افزایش سطح کارایی را به عنوان هدف تعیین می‌کنند.

در حقیقت، ما در دنیای بسر می‌بریم که دانش فنی در حال تغییر است، اما قوانین

برای مثال، اقتصاد ناسالمی که در آن بازده سرمایه‌گذاری در بخش خدمات چندین برابر بخش صنایع است، روند حرکت مردم را به سوی خدمات تسریع می‌کند و آنان را از مسیر تولید دور می‌سازد. ضرب‌المثل «در جریان آب شنا کردن» مناسبترین الگوی تطبیقی رفتار مردم را نشان می‌دهد، مردمی که نان را به نرخ روز می‌خورند و با افزایش تورم و بیکاری، بهره‌وری و کارایی را در بنگاه‌های اقتصادی کاهش می‌دهند. همین رفتار و همگرایی بسین سیاستمداران و مدیران بنگاه‌های تولیدی و خدماتی نیز قابل دیدن است.

Harris (۱۹۸۷) در تحلیل اقتصادی پویا، تصویر روشنی از زیرساخت‌های ریاضی بنیان‌های ارزش‌گذاری در شرایط تعادل و بازی‌های مختلف را ارائه می‌دهد که خود مؤید

○ **عدم تصمیم‌گیری در زمان معین به رکود اقتصادی و ریسک‌گریزی صاحبان سرمایه منجر می‌شود و رفتار اقتصادی را به سوی بحران هدایت می‌کند.**

این موضوع است که رفتار اقتصادی کارگزاران مختلف از یک تعادل پویا برخوردار می‌باشد.<sup>۵</sup> به زبان ساده، رفتار مردم انعکاس‌دهنده رفتار سیاسی مدیران اقتصادی است که در نهایت در یک مدار سازنده، رونق اقتصادی و در یک مدار مخرب، رکود اقتصادی را به همراه دارد. تعادل و عدم تعادل نیز در این راستا تقاضا و عرضه کل را دچار نوسان نموده، ناپایداری در یک شرایط پویا را به رفتار اقتصادی مردم تحمیل می‌کند و تنها سیاست‌های مؤثر در یک فضای سازنده می‌تواند اصلاحات را برای بهبود شرایط اقتصادی فراهم سازد.

Dasgupta و Binmore (۱۹۸۶) در کتاب «سازمان‌های اقتصادی، به عنوان بازیکنان»<sup>۶</sup> به بررسی رقابت ناقص پرداخته، وجود تعادل را در بازی‌های اقتصادی منقطع مورد بررسی قرار می‌دهند. این کتاب طرح‌های انگیزشی بهینه را در حالات مختلف چند کارگزار (Agents) نشان می‌دهد. ملاحظه می‌کنیم که رفتار اقتصادی از سوی دیگر، تابع سازمان‌های اقتصادی است و در شرایط کامل یا ناقص اطلاعات بازتاب‌های رفتاری خود را به سطح جامعه منعکس

بهره‌وری اقتصاد، و میزان تفاهم بین کارگزاران به عنوان بنیان‌های روانی رفتار اقتصادی قرار گرفته، محورهای تصمیم را کلاً تحت تأثیر قرار می‌دهد. به دفعات شاهد آن بوده‌ایم که انتخابات ریاست جمهوری چگونه فضای تصمیم‌گیری را دچار نوسان نموده، سرعت تصمیم را تغییر داده است. در این مقاله کالبدشکافی فضای تصمیم را مورد توجه قرار می‌دهیم.

### رفتار اقتصادی

در اولین نگاه، شناخت بنیان‌ها و درک صحیح از نوع اقتصادی که امر تجارت ما در آن قرار دارد، بسیار حایز اهمیت می‌باشد. آدم اسمیت در قرن هفدهم از موضوع دست نامریی عرضه و تقاضا به عنوان عوامل اصلی تشکیل‌دهنده رفتار اقتصادی یاد می‌کند، درحالی‌که در قرن بیستم Burmeister (۱۹۸۰) این دست نامریی را پویا (Dynamic) می‌یابد و نرخ‌های مختلف بازده اقتصادی نیز همگن بودن کالاها و انتظارات مردم را در مسیرهای مختلفی مورد شناسایی قرار می‌دهد و به تئوری سرمایه و پویایی به‌طور همزمان نگاه می‌کند.<sup>۱</sup> از این رو، فضای تصمیم متفاوت تصویر می‌شود.

ایجاد موازنه بین قدرت سرمایه و نیروی کار، منطق قدرت اقتصادی را برای سیاست اقتصادی در زمینه رفاه، قوانین کار، سیاست‌های تجاری و سیاست‌های مالی و پولی دچار نوسان نموده، رفتار اقتصادی را در سطح کلان و در نهایت در سطح بنگاه‌های اقتصادی تحت تأثیر قرار می‌دهد. روند عدم تعادل سطح انتظارات مردم را در شکل دادن به تصمیم‌گیری‌های اقتصادی با مانع روبرو ساخته، قدرت تصمیم را از آنان سلب می‌کند. عدم تصمیم‌گیری در زمان معین به رکود اقتصادی و ریسک‌گریزی صاحبان سرمایه منجر شده، رفتار اقتصادی را به سمت بحران هدایت می‌کند. برای مثال، عدم شناخت صحیح از رابطه بین تورم و بیکاری، رفتار مردم را در دو حوزه کسب درآمد و قدرت خرید از حالت تعادل خارج نموده، فضای سنگینی را برای آنان در شرایط رکود تورمی ایجاد می‌کند. این فضا به گونه‌ای ایستا عمل نموده، روند حرکت را از سوی مردم به فعالیت اقتصادی معکوس می‌کند و اقتصاد، روند رفتاری مردم را شکل می‌دهد. بدیهی است که اگر این اقتصاد اصطلاحاً بیمار باشد، مردم را بیمار می‌کند و تأثیرات متقابل این دو بر یکدیگر سقوط اقتصادی را اجتناب‌ناپذیر خواهد ساخت.

اقتصادی اینطور نیست. قیمت‌گذاری اطلاعات می‌بایست براساس ارزش اطلاعات صورت گیرد نه بر اساس هزینه آن. از این رو، سرمایه‌های انسانی که حامل این اطلاعات هستند، از ارزش بالایی برخوردارند. داشتن نیروی جوان در یک جامعه، یک ارزش مثبت تلقی می‌شود، زمانی که بتوانیم فضای مطلوبی از این جوانان را در شبکه اقتصادی ایجاد کنیم.

نظام‌های اقتصادی، روابط میان قدرت‌ها، توزیع درآمد و ثروت و فعالیت‌های اقتصادی همه عواملی هستند که فضای تصمیم‌گیری را برای مردم به عنوان تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و ریسک پذیران جامعه تعیین می‌کنند. شناخت فضای تصمیم‌گیری کاری پرهزینه است، اما اگر یک بار این هزینه پرداخت شود، برای شناخت این فضا در تصمیمات بعدی با هزینه کمتری روبرو خواهیم شد. به عبارت دیگر، اگر هزینه شناخت فضای تصمیم‌گیری را بپردازیم، هزینه خود تصمیم کاهش خواهد یافت. لازم به توضیح است که شناخت فضای تصمیم یک محصول شخصی است و شما از آن می‌توانید در محیط‌های مختلف استفاده کنید. در حقیقت، فضای تصمیم‌گیری در یک شبکه اقتصادی با رفتار اقتصادی مشخص، یک «بازار کار» است که با توجه به نیازهای مختلف، ولی برای هدف‌های معین طراحی شده است و شما نمی‌توانید از فضای تصمیم‌گیری دیگران بهره‌برداری کنید. درک بهتر موضوع زمانی ممکن است که «فضای تصمیم» را یک موضوع ذهنی تلقی نماییم که قابلیت کمی شدن ندارد و تنها به صورت اولویت دادن می‌توان فضای تصمیم را تغییر داد.

معمولاً فضای تصمیم از مجموعه‌ای از فرضیات تشکیل یافته که شما را از دیگران متمایز می‌سازد و از این رو، عملکرد مدیران بسیار متفاوت است. لذا برای درک بهتر و شناخت جزئیات مسیر سعی می‌شود که پیشینه‌ها کاملاً شناسایی شوند. مدیر به کسی اطلاق می‌کنیم که تصمیم گیرنده است. بنابراین، در میان مجموعه بسیار وسیعی از اطلاعات و روابط، می‌بایست فضای تصمیم را براساس مناسبترین شبکه‌های نزدیک به تصمیم طراحی کند و مورد استفاده قرار دهد.

### اقتصاد سیاسی

واژه اقتصاد سیاسی که از سال‌های ۱۷۴۰

مورد توجه صاحب‌نظران علوم اقتصادی و سیاسی قرار گرفت، غالباً با این فرض همراه بوده است که اقتصاد سیاسی به تلفیق و ترکیب سیاست و اقتصاد می‌پردازد، و کمتر به این موضوع توجه شده که اقتصاد سیاسی متکی بر جداسازی اولیه اقتصاد از سیاست است.<sup>۵</sup> آنچه مسلم است، در دنیای واقعی سطوح آگاهی طبقاتی متفاوت بوده و تلفیق یا جداسازی سیاست از اقتصاد بستگی به میزان، جایگاه و اهمیت «تصمیم» دارد. امروز یکی از مفاهیم سیاست موضوع حکومت (Government) است. هم‌چنین، بازار یکی از روش‌های بهبود و ارتقای نیازهای فردی است. به این ترتیب، اقتصاد و سیاست در برخی از جوامع می‌توانند در یکدیگر تلفیق و در برخی دیگر از جوامع از یکدیگر تفکیک شوند. این جداسازی به صورت مطلق مورد توجه نیست، ولیکن ادغام بیش از

### ○ نظام دستمزدها، رفتارهای اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و فضای اشتغال و انگیزه‌های کاریابی را تقویت می‌کند.

اندازه این دو نمی‌تواند به ارتقای سطح رفاه مردم بینجامد.

فضای تصمیم‌گیری با توجه به نگاه و مفروضات تصمیم‌گیرنده به اقتصاد سیاسی حاکم بر عوامل تولید شکل می‌گیرد. اگر جامعه در دوران استعمار را سپری می‌کند، فضای تصمیم عمق بیشتری می‌یابد و اگر جامعه با دوران استقلال اقتصادی روبرو می‌باشد، این فضا به گونه‌ای متفاوت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

حتی دستیابی به سطوح مختلف دانش فنی نیز بر ساختار اقتصاد سیاسی و نهایتاً بر فضای تصمیم تأثیرگذار عمل نموده، شرایط مدیران بنگاه‌های اقتصادی را برای به حرکت درآوردن چرخ‌های اقتصادی دچار نوسان می‌کند. تحریم اقتصادی یا عدم دسترسی به بازارهای جهانی، خود عامل اصلی در شکل دادن به فضای تصمیم است. برای مثال، اگر برای رفع بیکاری در جامعه، محدودیت بازار قابل شویم، آنگاه امکان دستیابی به بازارهای جهانی از ما سلب می‌شود. این پدیده در سطح خرد نیز به صورتی مشابه

عمل می‌کند و فضای تصمیم را برای مدیر تصمیم‌گیرنده محدود می‌سازد.

ملاحظه می‌شود که فضای تصمیم با ساختار حکومت و ساختار بازار گره خورده و این دو ساختار صرف‌نظر از نوع رابطه‌ای که با یکدیگر ایجاد می‌کنند، «فضا» را برای تصمیم‌گیری تغییر می‌دهند. مثال‌های متعددی از میزان ارتشا در ساختار دولتی و درجه انحصار در بازار می‌تواند الگوی تصمیم‌گیری را کاملاً دگرگون سازد. وجود بازارهای سیاه و دولت‌های سایه نیز در تغییر این ساختار نقش مهمی را ایفا می‌کنند. بنابراین، سیاست‌های اقتصادی تابع اقتصاد سیاسی حاکم بر ساختارهای حکومت، بازار و مردم است.

نقش مردم در این مرحله حضور همزمان در ساختار حکومت و بازار است. ضریب اطمینان مردم به واکنش‌های ساختارهای فوق - اعم از درون ساختاری یا برون ساختاری - روند رفتار مردم را در شبکه اقتصادی تعیین می‌کند. در واقع، مشروعیت رفتار بازار و دولت از طریق مردم مورد ارزیابی قرار گرفته، نتیجه این ارزیابی شاخص تعیین‌کننده زوایای فضای موردنظر برای تصمیم است.

قابل توجه آنکه ساختار اجتماعی نیز مانند سایر ساختارهای حکومتی و بازار، در جهت دادن به فضای تصمیم نقش حساسی را عهده‌دار می‌باشد. اما از آنجا که محور مورد بحث تصمیم‌گیری‌های اقتصادی را هدف قرار داده، لذا از نگاه اقتصاد سیاسی «فضا» مورد تحلیل قرار گرفته است. از این رو، اگر موضوع مورد مطالعه را به سوی تصمیم‌گیری‌های اجتماعی سوق دهیم، آنگاه رفتار اجتماعی، شبکه ارتباطات و فرهنگ سیاسی جایگزین الگوی موردبحث خواهند شد. انتخاب عقلایی در ساختار تصمیم‌گیری تابع نظم و سازگاری درون ساختار است. فضای تصمیم نظم و سازگاری را در درون ساختار تغییر داده، شرایط حاکم بر تصمیم را تغییر می‌دهد، به طوری که انتخاب عقلایی با محدودیت روبرو می‌شود.

### حق انتخاب

از دولت تا بنیاد و از خانواده تا یک بنگاه اقتصادی همواره با یک مسأله مهم روبرو می‌باشند و آن انتخاب درست (Right Choice) است. معمولاً تصمیم‌گیری خود یک موضوع مهم است. مدیران معتقدند که بهترین انتخاب برای یک تصمیم که از موضوع ضعیفی برخوردار

است، خود یک انتخاب ضعیف است. زمانی که مردم در صف اتوبوس انتظار رسیدن به محل کار خود را در زمان معینی دارند، با هر تأخیری رفتار مردم از نظم معمول و متداول دور می‌شود. یک موضوع تصمیم‌گیری آن است که چگونه زمان تأخیر در ایستگاه‌های اتوبوس را کاهش دهیم؟ و یا چگونه نارضایتی و مشکل روحی مردم را در زمان انتظار از میان برداریم؟ در این‌جا است که هدف‌گذاری اهمیت خود را بازمی‌یابد. با هدف‌گذاری، انتخاب مسیر حرکت ما را برای کاربردی کردن امر تصمیم روشن می‌کند. Keeney (۱۹۹۹) معتقد است که یک انتخاب خوب مهارت‌هایی را می‌طلبد که در امر تجارت و اقتصاد، اهمیت آن معلوم می‌شود. این تصمیم‌ها رفتارهای شغلی را شکل داده و هنوز کمتر افرادی را می‌توان دید که تصمیم‌گیری را به صورت منظم آموخته باشند.<sup>۶</sup> قاعده کلی روش آزمون و خطا است و مردم به‌طور متداول خود را با خطر انتخاب‌های غلط روبرو می‌سازند.

مشکل اساسی در حق انتخاب، محدود کردن افکار در حوزه مسایلی است که با آن روبرو بوده‌ایم و افکار ما نسبتاً محدود و معطوف به موضوعاتی می‌باشد که در اولین مرحله به ذهن هدایت می‌شوند. اگر بتوانیم خودمان را از این بن‌بست نجات دهیم، سپس مراحل زیر در روش انتخاب بهتر مؤثر خواهند بود:

(الف) شناخت ارزش‌ها، که بر مبنای آن به داوری می‌پردازیم.

(ب) منظم کردن اولویت‌ها.

(پ) تعیین عناصر مهم تصمیم‌گیری.

(ت) ایجاد زمینه برای انتخاب «درست».

ملاحظه می‌نمایید که در هر چهار مرحله فوق عوامل ناشناخته و مداخله‌گری همواره وجود دارند که موضوع انتخاب را دشوار می‌کنند. از این رو است که همیشه برای تصمیم‌گیری می‌بایست به مشاوره با کارشناسان رو آورد و از تجربیات و اطلاعات آنها استفاده کرد. برای مثال، امروز برای دانشجویان این سوال حایز اهمیت است که تا چه حدی از مدارج تحصیلی می‌بایست آموزش‌های خود را ادامه دهند؟ طبیعت پاسخ به این پرسش در این واقعیت نهفته است که کسب علم و معرفت در دو حوزه از خودجای پا باقی گذاشته است: اول، حوزه مسایل اجتماعی و دوم، حوزه مسایل اقتصادی. از نگاه اجتماعی تحصیلات بالاتر، از امتیازات خاصی برخوردار است، درحالی که در

حوزه اقتصادی، موضوع هزینه تحصیل و اشتغال و صرف زمان بسیار بااهمیت است. لذا اگر مبنای ارزشی را احترام به علایق جوانان بگذاریم، جوانان گرایش بیشتری به موضوعات علوم اجتماعی نشان می‌دهند، درحالی که امکان کارهایی بسیار کمتر است. ملاحظه می‌نمایید که چگونه ساده‌ترین تصمیم‌گیری‌ها که ما به سهولت از کنار آن عبور می‌کنیم، از نگاه اهل فن بسیار حساس است و حق انتخاب هم با جوانی است که نمی‌تواند اولویت‌ها را به‌طور منظم در اطراف خود قرار دهد. این اولویت‌ها در مثال فوق انتخاب دروس اساسی با گرایش کاربردی (ریاضیات، آمار و کامپیوتر) و نظری (فلسفه، ادبیات و منطق) است. درخصوص عناصر مهم تصمیم‌گیری، ظرفیت‌ها و توانایی‌های شخصی

### ○ قیمت‌گذاری اطلاعات بایستی براساس ارزش اطلاعات صورت گیرد، نه براساس هزینه آن.

است که تصمیم‌گیری، حوزه عملیات وی را معین می‌سازد.

بدیهی است که تمامی اقدامات فوق‌الذکر برای رسیدن به ایجاد زمینه برای انتخاب درست است که در نهایت حق انتخاب، با ریسک همراه است، زیرا تقاضاهای واقعی و خواسته‌ها همواره در هاله‌ای از ابهام بیان می‌شوند، و بیان شفافی از نقاط قوت و ضعف در دسترس نیست.

### تغییر مکان هدف

آنچه فضای تصمیم‌گیری را به شدت تغییر می‌دهد، جابجایی اهداف (Moving Targets) است که به منظور ایجاد انعطاف‌پذیری در برابر تغییر، ضرورت توجه به آن امری بدیهی به شمار می‌رود. ساده‌ترین شکل برخورد با موضوع نگاه کوتاه‌مدت، میان مدت و یا درازمدت به آثار تصمیم‌گیری است. برای مثال، اگر چه در کوتاه‌مدت مهاجرت جوانان مسأله کمبود نیروی کار را در آینده ایجاد می‌کند، ولی برخی از اقتصاددانان از نگاه اقتصاد مهاجرت (Economics of Migration)، در درازمدت پدیده مهاجرت جوانان را مثبت ارزیابی می‌کنند و مشاهدات هم نشان می‌دهد که سرانجام به افزایش سطح درآمد منجر می‌شود.<sup>۷</sup>

در این مثال، «مکان هدف» در حال

تغییر است؛ بنابراین، فضای تصمیم‌گیری نیز می‌تواند با انعطاف‌پذیری، پویایی خاصی را به تصمیم‌گیرنده منتقل نماید تا در امر تصمیم افق‌های متفاوت را پیش روی مجسم سازد.

اگر حساسیت‌های سیاسی را کنار بگذاریم، در سال ۱۹۹۹، سرمایه‌گذاری‌های مستقیم آمریکا در کشورهای مختلف (۶۷ کشور در حال رشد و صنعتی) بالغ بر ۱/۱ تریلیون دلار بوده است، درحالی‌که در همین سال سرمایه‌گذاری ۳۹ کشور صنعتی و درحال توسعه در آمریکا ۹۸۶ میلیارد دلار گزارش شده است.<sup>۸</sup> ملاحظه می‌کنید که روند عرضه و تقاضا برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای مختلف بسیار متفاوت ارزیابی می‌شود، به‌طوری که در مقابل تقریباً یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری عربستان سعودی در آمریکا، چهار میلیارد دلار آمریکا در عربستان سرمایه‌گذاری کرده است. فضای این تصمیم‌گیری‌ها هم بسیار متفاوت است، به‌طوری که سرمایه‌گذاران آمریکایی به دفعات متقاضی لغو تحریم‌های اقتصادی آمریکا علیه کشورهای مختلف شده‌اند و مصمم هستند که حوزه سرمایه‌گذاری‌های خود را بازمی‌سازند و بسازند.

تزیق انعطاف‌پذیری در روند رشد بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌ها روی اشتغال و توزیع درآمد تأثیرگذار بوده و پدیده تصمیم‌گیری را از رویارویی با بحران‌های اجتماعی - اقتصادی دور می‌سازد. این انعطاف‌پذیری می‌بایست در سطح کلان سیاست‌های دولت را دربرگیرد.

در سطح خرد نیز پدیده مشابه بوده و متقاضیان - اعم از خریدار تا آرباب رجوع - همواره با یک «جابجایی» روبرو هستند. و در برابر تغییر قیمت‌ها اهداف خود را از خرید یک کالا به کالای دیگر معطوف می‌سازند. در این شرایط، تصمیم‌گیری از یک سو، با سیاست‌های سازمان حمایت از مصرف‌کننده روبرو است و از سوی دیگر، سیاست‌های بانک مرکزی تأثیرگذار می‌باشند. ملاحظه می‌کنید که چگونه «هدف» در رفتار مصرف‌کننده در حال جابجایی می‌باشد. این جابجایی، به‌ویژه زمانی از اهمیت بیشتری برخوردار است که بخش قابل توجهی از تصمیم‌گیری کار فرهنگی (Art) است تا کار علمی (Science).

جابجایی اهداف تا حد قابل توجهی متأثر از فضای اقتصادی است که مسایلی مانند تورم و بی‌یکاری را در اولویت قرار می‌دهد.



کمترین هزینه و بالاترین فایده را دربر دارد، انتخاب می‌کنیم. بدین ترتیب، مراحل چهارگانه فوق‌الذکر می‌تواند فضای تصمیم را پوشش داده، ما را به سوی دایره تصمیم‌گیری کمی هدایت کند.

### پویا بیندیشیم

در بررسی نضای تصمیم‌گیری، این مهم نیست که در سطح کلان (ساختار دولت و یا بازار) یا سطح خرد (بنگاه‌ها و مردم) موضوع مورد توجه قرار گیرد، آنچه بااهمیت است، این پدیده است که پویا بیندیشیم و شرط لازم برای این پویایی دخالت دادن زمان و موضوع تغییر مکان هدف است.

این وظیفه تصمیم‌گیران است که در سطوح مختلف، مجموعه تحت نظارت خود را نسبت به ارزش‌های کاری حاصله از فعالیت کارکنان آگاه سازند. این ارزش‌ها از هر محیطی به محیط دیگر و از هر سازمانی به سازمان دیگر در حال تغییر است و باید به زیرمجموعه این فرصت را داد که به ارزش‌های سازمان پی برده، انتخاب‌های درست را در برنامه‌های کاری دخالت دهد.

شناخت ارزش‌ها، نقش آن‌ها و رفتار حاصله از این عوامل کیفی می‌تواند اهداف را شفاف و دستیابی به آن‌ها را میسر سازد و این کار موجب تشویق کارکنان به ایجاد ارتباطات بهتر و نهایتاً دستیابی به فضای مطلوب تصمیم‌گیری است. ■

### منابع

- 1) Burmeister, E/1980/ Capital Theory & Dynamics/ Cambridge Univ Press.
- 2) Harris, Milton/ 1987/ Dynamic Economic Analysis/ Oxford Univ Press.
- 3) Binmore, k; Dasgupta, p./1986/ Economic Organizations as Games/ Basil Black Well.
- 4) Shapiro, Carl /1999/ Information Rule: A Strategic Guide to the Network Economy/ Harvard School Press.
- 5) Caporaso, J.A. & Levine, D.P/1992/ Theories of political Economy/ Cambridge Univ Press.
- 6) Keeney, Ralph, L./1999/ On Right Problems, Right Choices/ Investor's Business Dally/ P.8.
- 7) Wggstyl, Stefan /2000/ Moving Targets/ Financial Times / June 16/ P. 20.
- 8) Bureau of Economic Analysis/ U.S. Dept of Commerce/ 2001.

اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار می‌باشد. مشکل این ارزیابی از آنجا ناشی می‌شود که محققان و کارشناسان از زوایای مختلف کارنامه فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی - سیاسی مدیران را مورد ارزشیابی قرار داده و پیش‌فرض‌های متفاوت اجازه دستیابی به یک فرضیه درست را از خواننده سلب می‌کند. با وجود این، هرگونه تلاش در جهت شناخت فضای تصمیم‌گیری به مدیران اجرایی این توانایی را می‌دهد که با آرامش بیشتری تصمیمات خود را به اجرا درآورند. در این شرایط، اولین گام برای مهار کردن فضای تصمیم‌گیری، تعیین شفاف بودن یا تاریکی این فضا است. طبیعی است که در حالت دوم تصمیم‌گیری با ریسک (نگرانی) بالا روبرو است.

### ○ برخی از اقتصاددانان پدیده مهاجرت جوانان را مثبت ارزیابی می‌کنند.

و خطرات حاصله را باید از طریق زنجیره تصمیم‌گیری کاهش داد. درحالتی که فضای تصمیم‌گیری شفاف است، بستوجه به شناخت بازی درست (The Right Game)، می‌بایست فضای شفاف تصمیم‌گیری را به محیط اطراف که تصمیم در آن به اجرا درمی‌آید، انتقال داد. این، بدان معنی است که برای بازیکنان مخاطب نیز این فضا به‌گونه‌ای شفاف رایج شود.

در گام دوم، لایه‌های مختلف این فضا مورد شناسایی قرار می‌گیرند، تا شفافیت فضای اولیه تحت تأثیر سایر لایه‌های فضا از دست نرود. به عبارت ساده‌تر، یک موج جدید فضای روشن را تاریخ نکنند.

در گام سوم، روابط بین متغیرهای تصمیم را براساس تجربیات موجود ارزیابی کرده و دامنه تغییرات قابل قبول آن را مورد بررسی قرار دهیم. نتایج حاصله درخصوص دامنه تغییرات نشان‌دهنده میزان تأثیرگذاری فضای تصمیم‌گیری بر روابط بین متغیرها است. به بیان دیگر، کاهش حجم فروش یک بنگاه اقتصادی تعیین‌کننده میزان تأثیرپذیری آن مؤسسه یا سازمان از محیط اطراف است. کاهش قدرت خرید ناشی از تورم می‌تواند سطح درآمد یک فروشنده را پایین آورد. و در گام آخر، با تعیین اولویت‌ها در شرایط جابجایی اهداف، حساسترین اولویت را که

سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی و برنامه‌های دولت مستقیماً فضای تصمیم‌گیری را برای کلیه بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌ها و به‌طورکلی، تصمیم‌گیران تغییر می‌دهد. میزان تغییرات نیز تابع سیاست‌های کلان دولت و تقاضای عمومی مردم است.

در مواردی نیز مشاهده می‌شود که عدم ریسک‌پذیری یا نگرانی از رویارویی با یک پدیده می‌تواند اهداف را از یک مجموعه به یک مجموعه دیگر منتقل سازد. این‌گونه جابجایی‌ها نیز تابع تأثیرات رویدادهای مختلف بر فضای عمومی تصمیم‌گیری مردم است، فضایی که با کوچکترین شایعه، ترور، انفجار، سقوط و... دچار «خانه تکانی» می‌شود.

### ارزیابی این فضا

پدیده ارزیابی همواره با مشکلات عدیده‌ای روبرو بوده است، به‌ویژه در تصمیم‌گیری‌های تجاری که می‌بایست ارزش افزوده طرفین مبادله را قبل و بعد از تصمیم اندازه‌گیری کنیم. این بخش از ارزیابی معمولاً بخش کمی (Quantitative) را دربر می‌گیرد و به‌طور طبیعی به علت کمبود اطلاعات خود با حمایت بیشماری همراه است. حال اگر به بخش کیفی (Qualitative) روی آوریم، آنگاه دو نگرانی وجود دارد: اول، شناخت متغیرهای کیفی حوزه تصمیم، که باعث می‌شود که به سهولت عمل شناسایی صورت نگیرد؛ دوم، فضای تصمیم‌گیری از لایه‌های مختلفی تشکیل می‌شود که برخی از لایه‌ها برای بخش قابل توجهی از مردم قابل دیدن نیستند و یا درباره آنها حضور ذهن کافی وجود ندارد. برای مثال، روابط بین‌المللی و یا سیاست‌های کلان سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان جهانی تجارت به‌طور طبیعی در لایه‌های میانی سیاست‌های دولت و حکومت است که به دلیل تغییرات کلان اجتماعی، همواره بر شدت و ضعف سیاست‌ها افزوده شده و یا کاهش می‌یابد و اولویت‌ها تغییر می‌کنند. برای مثال، دولت آقای خاتمی با «طرح ساماندهی اقتصادی» کار را شروع کرد و با «اصلاحات سیاسی» دوره اول ریاست جمهوری را به پایان رساند. در این میان، اولویت‌ها تغییر کرد و فضای کلی جامعه دگرگون شد. ارزیابی این فضای کیفی تنها با واژه‌های کیفی مانند خوب، بد، ضعیف قابل بیان است، هرچند که همین بیان نیز در الگوی تصمیم‌گیری مردم برای فعالیت‌های