

پیامدهای اقتصادی جهانی شدن

مقدمه

اجتماعی را در تمام زمینه‌ها بنیان و زندگی جمعی و شخصی خویش را منظم و برنامه ریزی کرد. تأسیس نهادهای عظیم بین المللی مانند سازمان ملل متحد و سازمان‌های وابسته به آن از قبیل؛ دیوان بین المللی دادگستری (لاهاه)، سازمان بهداشت جهانی (یونیسف)، سازمان علمی و فرهنگی (یونسکو)، سازمان خواروبار و کشاورزی (فائو)، سازمان بین المللی کار، بانک جهانی، صندوق بین المللی پول و دهها ارگان فرعی دیگر وابسته به آن سازمان و نیز ایجاد سازمان‌های بین المللی دیگر مانند اتحادیه اروپا و مجمع کشورهای مشترک المنافع، سازمان وحدت آفریقا، سازمان کنفرانس اسلامی، اتحادیه عرب و شورای همکاری خلیج فارس با انعقاد پیمان‌های نظامی مانند ناتو و ورشو، پیمان‌های اقتصادی مانند سازمان تجارت جهانی (گات) و اکو و تأسیس دهها نمونه دیگر از سازمان‌های منطقه‌ای و بین المللی در سطح جهانی و وقوع انقلابات بشری در روسیه، چین، کوبا، الجزایر و ایران

قرن بیستم با بروز ابتکار و نوآوری و با رشد اختراعات و اکتشافات در زمینه معادن صنعت و با ساخت ماشین‌آلات به خصوص استفاده از اتم توانست صفحات عظیمی از حیرت و شگفتی را برپهنای گیتی بر جای گذارد و با تسلط خویش بر بخش عظیمی از کره خاکی و محیط زیست آن را تسخیر کند. در این قرن بشر با بهره‌گیری همه جانبه انسان از علوم و تکنولوژی پیشرفته به کشف اسرار بیشتری از جهان هستی همت گماشت و استفاده از فن‌آوری اطلاعات در تمام ابعاد زندگی اعم از مسائل صنعتی، کشاورزی، بهداشتی، تجاری، علمی و فرهنگی به طور بی‌سابقه‌ای سبب شد که امروزه زندگی و ادامه حیات انسان در قرن ۲۱ بدون استفاده از فن‌آوری اطلاعات از جمله محالات محسوب شود.

بشر با بهره‌گیری از علم و تکنیک و استفاده صحیح از عقل خویش نسبت به قرون گذشته، سازمان‌ها و نهادهای

و همچنین استقلال و بعضاً تأسیس ده‌ها کشور در قرن بیستم همگی نشان از تلاش، حس استقلال طلبی، رشد آزاد اندیشی و تمایلات آزادیخواهی بشر نسبت به سایر قرون گذشته است.

اما روند این تحولات در قرن بیستم در دهه ۱۹۷۰ میلادی وارد مرحله جدیدی شد و در اواسط دهه ۱۹۸۰ تقریباً در تمامی زمینه‌ها نشان خود را بر جای گذاشت. در دهه ۱۹۸۰ برای رجوع به این دگرگونی‌ها، مفاهیمی چون جامعه صنعتی و فرامدرن (پست مدرن) به کار

رفت، و در دهه ۱۹۹۰ میلادی مفهوم جهانی شدن رایج گردید و به مفهوم مسلط در دوران معاصر تبدیل شد به طوری که امروزه همه چیز با رجوع به این مفهوم مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

اقتصاد و جهانی شدن

جهانی شدن اقتصاد سرمایه‌داری و به ویژه امور مالی، نمودهای خود را از قبل؛ یعنی، از آغاز قرن بیستم، با بحث‌های ولادیمیر لنین، هیلفردینگ و برخی دیگر از مارکسیست‌های دوران معاصر، نشان داده بود و در دهه‌های شصت و هفتاد تحلیل‌های بسیاری در مورد شاخص‌های آن درباره توسعه مفهوم اقتصاد جهانی صورت گرفت. در واقع پدیده مزبور جدید نیست، آنچه جدید است، شتاب مشخص آن در دهه‌های هفتاد و به ویژه هشتاد است.

چنانچه در سالهای اخیر، افزایش تبادل کالا، خدمات، سرمایه و فن‌آوری به حدی بود، که منجر به تغییرات وسیعی در نحوه توزیع قدرت تصمیم‌گیری در اقتصاد جهانی گردید، واضح است که نقش بازیگران ملی نیز در برخی حالات، تغییر شکل یافته است. در ارتباطات جدید قدرت، الگوهای ملی ناگزیر از تطبیق خود با نیازهای جدید جهانی شدن هستند.

در مجموع روشن است که جهانی شدن، بیشتر توسط مقاصد اقتصادی هدایت گردیده، اما، تأثیر آن فراتر از اقتصاد بوده و مردم، دولت‌ها، جوامع، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را نیز تغییر شکل داده است. به طوری که امروز هرگاه صحبت از پیشرفت یک منطقه بشود، بدون در نظر گرفتن

خطرات و امکانات جهانی شدن امکان ندارد.

آثار عمومی جهانی شدن را می‌توان به صورت زیر عنوان کرد:

جهانی شدن، بیشتر توسط مقاصد اقتصادی هدایت گردیده؛ اما تأثیر آن فراتر از اقتصاد بوده و مردم، دولت‌ها، جوامع، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را نیز تغییر شکل داده است.

۱- افزایش رقابت

۲- وابستگی بیشتر اقتصاد کشورها

۳- به چالش کشاندن دولت‌ها

۴- گسترش تقسیم کار بین‌المللی

۵- گسترش صنعت جهانگردی

۶- گسترش حجم تجارت جهانی

۷- افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

بنابراین با توجه به این که ذات اصلی این پدیده به وابستگی متقابل تمامی کشورهای جهان اشاره می‌کند، بحران‌های اقتصادی کشورهای در حال توسعه می‌تواند اقتصاد کشورهای توسعه یافته را در این وضعیت تحت تأثیر قرار دهد. که این تأثیر بسیار محدود و کم اثر است؛ اما برای کشورهای در حال توسعه قضیه باید به طور کامل متفاوت بررسی گردد؛ چرا که دورنمای نتایج این پدیده، یک محیط پر از یأس و ناامیدی ناشی از حاشیه نشینی، تبعیض و ناامنی اقتصادی، بی‌ثباتی و تشدید نابرابری‌ها را برای آنان ترسیم نموده است. فقدان توان رقابت در عرصه اقتصاد جهانی ناشی از کمبود زیرساخت‌های مناسب اقتصادی و ساختار سنتی حاکم بر نظام‌های اقتصادی

کردن ساختارها و نهادهای موجود که معضلات دیوان سالاری و بوروکراسی دولتی و در نهایت فساد و مخاطرات اداری را به دنبال دارد، روشن می‌گردد که یکی از راه‌های حل بحران عوامل تهدید کننده ساختار اداری این کشورها، واگذاری فعالیت‌ها به بخش خصوصی و کناره‌گیری دولت‌ها از این قبیل فعالیت‌ها است؛ راه حلی که عوامل مؤثر در بروز ناهنجاری‌های اداری را کاهش داده و موجب

اصلاح ساختار اداری کشور می‌گردد. ساختاری که دربرگیرنده تلاشی انتظام یافته و یکپارچه است، تا بتوان از این طریق تغییراتی اساسی در نظم اداره عمومی و سلامت آن

به دست آورد و توان اداره عمومی را برای رسیدن به پیشرفت قابل ملاحظه ملی و اهداف توسعه افزایش داد. در این مورد باید بین اصلاح ساختار اداری و بهبود و سلامت نظام اداره عمومی، تفاوت قائل شد. بهبود و سلامت نظم اداره عمومی نشان دهنده رهیافتی هدف‌دار است که در جهت حل مسائل موجود گام برمی‌دارد. در حالی که اصلاح ساختار اداری، فرآیندی سیستماتیک و مستمر است که مسائل موجود و آتی رادر چارچوب چشم‌اندازها و مسائل زیربنایی جامعه اصلاح و دگرگون می‌سازد.

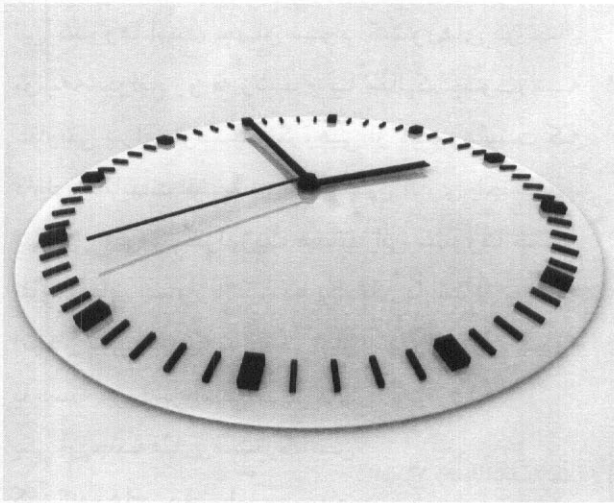
مشکلات مدیریتی

در آغاز هزاره سوم و همزمان با مطرح شدن مضمونی به نام نظام نوین جهانی که شاخصه‌های کلان آن تا حدودی مشخص و معین گردیده، مفهومی از نظم اقتصاد جهانی نیز بر سر زبان‌هاست. شاخصه‌های کلان نظم اقتصاد جهانی، خصوصی کردن ساختارهای صنعتی، تولیدی و مدیریتی جامعه است و تفکر و قدرت سیاسی حامی این روند حرکتی در نظم اقتصاد جهانی یا خصوصی‌سازی - در کشورهای سرمایه‌داری بازار محور، تحت نمایندگی

این کشورها است، جهان سوم، کشورهای در حال توسعه، جوامع رو به رشد و یا ممالک جنوب، همه عناوینی برای توصیف گروهی از کشورهاست که دارای تشابهات اقتصادی، سیاسی، اداری، اجتماعی، فرهنگی، فنی و تکنولوژیک هستند. این کشورها ضمن تفاوت‌های بسیاری که با یکدیگر دارند از جهاتی آنچنان شبیه یکدیگرند که می‌توان آنها را در یک گروه یا دسته مورد بررسی قرار داد.

یکی از جنبه‌های مشترک بین کشورهای جهان سوم، خصوصیات نظام اداری حاکم بر این جوامع و مشکلات ناشی از آنهاست. خصوصیات مذکور به گونه‌ای مشابه‌اند که این کشورها

را به نحو بارزی از دیگر ممالک متمایز می‌سازند. خصوصیات و مشکلات نظام اداری حاکم بر این قبیل کشورها، زیربنایی بوده و از ویژگی‌های آن می‌توان به سیاست واگذاری فعالیت‌های اقتصادی به دولت و محدود ساختن بخش خصوصی اشاره کرد. سیاست مذکور بر این مبنای نظری استوار گردیده که چنانچه دولت‌ها وارد فعالیت‌های اقتصادی نشوند، نابرابری‌ها گسترش خواهد یافت، و گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه هرگز نخواهند توانست به منابعی دست یابند که لازمه معیارها و ضوابط متکی بر اصل عدالت اجتماعی باشد، اما، تحولات اروپای شرقی و تجارت کشورهای پیشرفته جهان نشان داده است که کناره‌گیری دولت‌ها از فعالیت‌های اقتصادی به ندرت از روی میل صورت گرفته و در بیشتر موارد سنگینی بار بدهی بخش دولتی و افزایش جبران‌ناپذیر فساد اداری و اجتماعی و همچنین کسر بودجه دولت سبب گردیده که دولت‌ها از انجام فعالیت‌های اقتصادی کناره‌گیری کنند. بایک نگرش سیستمی به مبادلات بین‌المللی و معادلات سیاسی و جهت‌گیری نظم نوین جهانی و اقتصادی و ریشه‌یابی گرایش دولت‌های جهان سوم به دولتی



عوامل زیربنایی حضور

دولت‌ها در بخش اقتصادی

۱- میراث تاریخ توأم با ترس و چالش‌های درونی و خطرات بیرونی:

در کشورهای جهان سوم دولت‌های جدید و به اصطلاح مدرن از عواقب مستقیم سیستم‌های سیاسی هستند که برای رویارویی با خطرات براندازی داخلی و خارجی و حفظ حیات و موجودیت خود لازم می‌بینند در تمام زمینه‌های حیات ملی و اقتصادی، اقتدار و نفوذ خود را گسترش دهند.

۲- ناسیونالیسم و یا جزمیت‌های ایدئولوژیک:

بسیاری از کشورهای منطقه در تلاش‌های گسترده و عمومی خود برای رهایی از قدرت‌های کهن و سابقه‌دار استعماری و کسب استقلال و خودمختاری اقتصادی به شدت به سوی برنامه‌ریزی متمرکز و سیاست درهای بسته اقتصادی و ملی کردن بخش‌های کلیدی صنعت و اقتصادی روی آوردند.

۳- عدم ثبات منطقه‌ای:

کشورهای در حال توسعه در جهت رویارویی با ابرقدرت‌ها مجبورند تا درصد بالایی از تولید ناخالص ملی خود را صرف تسلیحات و ساختارهای دفاعی کنند و لذا این مسئله، اقتصاد جنگی را که کنترل تنگاتنگ و

اتحادیه اروپا، آمریکا و ژاپن قرار دارد. علاوه بر این که سه مدل سرمایه‌داری بازار محور (اروپا، آمریکا و ژاپن) دارای اختلافات بینشی و نگرشی زیادی هستند؛ لیکن در حمایت از این روند، همکاری و تعامل مثبتی با یکدیگر دارند و بازوی اجرایی این همکاری و تعامل نیز، سه سازمان بین‌المللی؛ یعنی، بانک جهانی، تجارت جهانی و صندوق بین‌المللی پول است، که ضمن هماهنگی و همکاری نزدیک، پیکره اقتصادی جهانی را تشکیل می‌دهند. این نهادهای مالی در پی آن هستند که کشورها را یکپارچه سازند. این سازمان‌های پولی و مالی و دولت‌های حامی آنان، شرط کمک به اقتصاد کشورهای در حال توسعه را ترغیب ساختارهای حکومتی و اقتصادی به خصوصی کردن فرآیند تولید و بوروکراسی مرتبط آنها منوط کرده‌اند که به عنوان نمونه می‌توان به دستورالعملی اشاره کرد که طی آن بانک جهانی از اعطای وام به کشورهایی که از پیوستن به صندوق بین‌المللی پول و یا سازمان تجارت جهانی امتناع کنند، خودداری خواهد کرد. آنهایی که با جهان‌بینی سیستم اقتصاد سرمایه‌داری بازار محور سخن می‌گویند اذعان می‌دارند که ابتکار عمل‌های فرد و بازارهای رقابتی، نقش حساسی را در پرورش و رشد اقتصادی فعال، توسعه و همچنین فقرزدایی به عهده دارند. از این رهگذر در تعاملات درونی سازمان‌های پولی و مالی بین‌المللی و از آن جمله بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و سازمان تجارت جهانی با فشار اقتصاد سرمایه‌داری غالب بازار محور از این سازمان‌ها که خود بنیان‌گذار آن بوده‌اند، خواسته شده که ۵۰ درصد فرصت‌ها را به ارتقای بخش خصوصی اختصاص دهند. شعار اصلی تفکر بازار آزاد که هم اکنون در کشورهای در حال توسعه و پیشرفته حاکمیت پیدا کرده است، خصوصی کردن ساختارهای صنعتی و تولیدی است و آن را یکی از راه‌های مهم ایجاد فرصت‌های شغلی می‌دانند که جهان در حال توسعه در دهه‌های گذشته به شدت بدان نیازمند بوده است.

خواه و ناخواه بر سراسر جهان سایه می‌افکند، پس باید از فرصت‌های نویی که برای این کشور در این مسیر به وجود آمده استفاده نمود و بیشترین بهره را گرفت، چرا که به هر حال سوار بر این کشتی هستیم از آنچه که ذکر شد می‌توان چنین نتیجه گرفت که تأثیرات عمده ذکر شده بر اقتصاد و پیامدهایی که جهانی شدن برای اقتصاد کشورها دارد منبعث از سه عامل عمده اثرگذار بر اقتصاد است که عبارتند از: تغییر در درآمدهای مالیاتی دولت، رشد تجارت الکترونیک و افزایش رقابت بین کشورهای مختلف از نظر اقتصادی، لذا با توجه به اهمیت این سه مقوله هر یک از موارد ذکر شده را شرح می‌دهیم:

الف) تغییر درآمدهای مالیاتی:

جهانی شدن و یکپارچگی بین‌المللی حاصل از آن همراه با رشد سریع تکنولوژی، بر توانایی کشورها در جمع‌آوری و توزیع مالیات تأثیر می‌گذارد. به علاوه هر چه زمان می‌گذرد تأثیر جهانی شدن بر درآمدهای مالیاتی بیشتر آشکار می‌شود و اثر آن در آمار درآمد کشورهای مشخص می‌گردد. بار کلی مالیاتی اعضای کشورهای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی در خلال سه دهه گذشته از ۲۶ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۹۶۵ به ۳۷ درصد در سال ۱۹۹۷ رسیده است. این رشد که در چندین کشور در سال‌های اخیر کند و یا متوقف گردیده همراه با تغییراتی در ترکیب درآمدهای مالیاتی آنها بوده است.

در حالیکه سهم مالیات بر درآمد اشخاص، کاهش یافته و مالیات بر درآمد شرکت‌ها نسبتاً ثابت مانده و سهم وجوه پرداختی بابت تأمین اجتماعی افزایش داشته است. در عین حال، یک تغییر به طور کامل روشن از مالیات‌های خاص به مالیات‌های عمومی

شدید دولتی را می‌طلبد، جزء ذاتی این منطقه کرده است.

۲- نفت و ساختار اقتصاد تک محصولی:

سلطه نفت به عنوان منبع درآمد تک محصولی در سایر بخش‌های اقتصادی در کشورهای تولیدکننده نفت یکی از مهمترین عوامل کنترل دولت در امورات اقتصادی به شمار می‌رود. کشورهای عربی حوزه خلیج فارس بعد از جنگ جهانی اول و دوم به سرعت برای کنترل بخش‌های اقتصادی مربوط به نفت و مشتقات آن از مالکیت‌های معادن گرفته تا

پردازش اقتصادی مواد خام و صادرات آن با شتاب حرکت کردند. اگرچه ملی کردن صنایع نفت یکی از اقدامات ضروری در جهت کنترل امور اقتصاد عمومی و ملی بود؛ لیکن به دولت حداکثر درآمد ناشی از صادرات را اعطاء کرد و قدرت عظیمی از قیومت و سرپرستی را در اختیار دولت قرار داده است. در نتیجه با آغاز دهه ۹۰ در بسیاری از این کشورها درآمد بنگاه‌های تجاری و تولیدی که در مالکیت دولت قرار داشتند به حساب حجم تولیدات داخلی گذاشته شد و این به معنای آن بود که در حقیقت تنها بوروکراسی و امپراتوری اداری حجیم شده دولت، دارای توانایی لازم برای توزیع درآمد دولتی بین اتباع خود و در پی آن تنظیم حیات بسیاری از بخش‌های اقتصادی کشور با آن است. به تدریج یک چنین شناخت و خودآگاهی در حال رشد و شکل گرفتن است که هیچ‌گونه آینده روشنی از وابستگی به دولت و ساختارهای دولتی متصور نبوده و نخواهد بود؛ اما، به هر حال با توجه به تمامی موانع موجود مسئله‌ای که باید در کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گیرد این است که جهانی شدن پدیده‌ای است که بروز کرده و هر روزه بر قدرت آن افزوده می‌شود. به قولی، تقدیری است که

۲- پول الکترونیکی

پول الکترونیکی به زودی در معاملات شخصی جایگزین پول واقعی می‌گردد. تراشه‌ها در کارت‌های الکترونیکی در برگیرنده میزان پول افراد است و برای پرداخت و ثبت حساب‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. پول‌های الکترونیکی می‌تواند از طریق سیستم قابل ممیز و یا سیستم غیرقابل ممیزی در دسترس افراد قرار گیرد. در گذشته، پول‌های الکترونیکی دارای نشان بازرسی بود و کلیه معاملات در مرکزی ثبت می‌شد. این مسئله با سیستم غیرقابل ممیزی نمی‌تواند لحاظ شود؛ چون در آن هیچگونه سیستم ثبت مرکزی معاملات وجود ندارد. عدم ممیزی باعث به خطر افتادن مالیات بر ارزش افزوده و مالیات بر درآمد خواهد شد. این مشکل زمانی بیشتر می‌شود که پرداخت پول الکترونیکی از طریق اینترنت انجام شود.

۳- تجارت بین شرکتی

تجارت با شرکت‌های چند ملیتی در کشورهای مختلف یکی دیگر از پیامدهای جهانی شدن اقتصاد است. این مسئله جدید به خاطر این که در تجارت جهانی، تجارت شرکت‌های چند ملیتی رشد سریعی صورت گرفته، حائز اهمیت گردیده. این امر باعث مشکلاتی برای مسؤولان مالیاتی در سطح ملی به علت سوء استفاده از قیمت‌های انتقال توسط شرکت‌های چند ملیتی شامل وام، تخصیص قیمت ثابت و ارزش‌گذاری علامت تجاری و حق امتیاز می‌شود. روشن است که قیمت‌های سرمایه‌گذاری از قلمرو مالیات‌های زیاد به سمت مالیات‌های کمتر در حرکت است و مسؤولان مالیاتی اغلب در مقابله با چنین روندی ضعیف هستند. بررسی‌های اخیر در مورد سیاست‌های قیمت‌گذاری انتقالی در مورد ۶۰۰ شرکت چند ملیتی در ۱۹ کشور حوزه فعالیت آنها نشان می‌دهد که در این شرکت‌ها یک ارتباط روشنی بر مالیات‌گریزی و استفاده از قیمت‌گذاری انتقالی وجود

فروش کالا حاصل گردیده. در دهه ۱۹۹۰ تأثیر جهانی شدن بیشتر زمانی احساس شد که بازارهای سرمایه آزاد شدند و اقتصاد بیشتر یکپارچه شد. اکثر کشورهای صنعتی در حال حاضر بیشتر از سه دهه قبل در آمد مالیاتی کسب می‌کنند. در یک بررسی دقیق‌تر می‌توان نتیجه گرفت که اساس سیستم‌های مالیاتی آنها توسط موانع مالی رو به ضعف است. که این موانع بخش‌های اکوسیستم رو به رشد جهانی شدن هستند. آیا این موانع می‌توانند خسارتی را به بار آورند؟ آیا این امکان هست که در آینده، جهانی شدن به ابداع راه‌های جدید در دانش و تکنولوژی ختم شود که منجر به افزایش درآمدهای مالیاتی گردد؟ مهمترین موانع در این راستا را می‌توان به شرح ذیل بیان نمود:

۱- تجارت الکترونیک و معاملات

سهم بالایی از تجارت جهانی توسط اینترنت صورت گرفته است. براساس نظر اقتصاددانان در سال ۱۹۹۹ تجارت الکترونیک بالغ بر ۱۵۰ میلیون دلار بوده است که تا سال ۲۰۰۳ به بیش از ۳ تریلیون دلار رسیده است. در عین حال هیچ انگیزه سیاسی بر مالیات گرفتن از اینترنت حداقل در کوتاه مدت وجود ندارد. تغییر و تحولات حاصل از تجارت الکترونیکی به طور جدی مقامات مالیاتی را به چالش فرا می‌خواند اولین مسئله این است که تغییر معاملات کاغذی باعث می‌شود که مقامات مالیاتی با وضعیتی به نام معاملات مجازی مواجه می‌شوند که اثر کمتری از خود به جای می‌گذارد. دومین مسئله تغییر ساختار تولیدی و فروش تولیدات فیزیکی به دیجیتالی است. بعضی از خدمات مثل موسیقی، عکاسی، مشاوره‌های پزشکی، مالی و آموزش، در حال حاضر می‌تواند به طور مستقیم توسط اینترنت انجام شود. این بدان معناست که در آینده یک تعریف دقیقی از هدف‌های مالیاتی مشکل می‌شود و به سختی می‌توان تعریف کرد که چه کسی مالیات بدهد و چه کسی آن را بگیرد.

دست‌رفته و همچنین بین سود سهام و بهره خیلی واضح نیست. با استفاده گسترده از مشتقه‌ها دیگر امکان این‌که درآمد مالیاتی از سرمایه‌گذاری برون‌مرزی یا کسر مالیات بر منافع حاصل شود وجود ندارد.

۶- ناتوانی در سرمایه مالی مالیاتی

رشد ناتوانی یا عدم تمایل کشورها به مالیات بر سرمایه مالی و درآمد اشخاص با مهارت‌های تجاری بالاست. در بازار سرمایه بین‌المللی بیشتر همگرایی و کارایی وجود دارد. این امر برای کشورهای که مالیات متحرک سرمایه یا افراد با مهارت‌های بالاتر دارند و در نرخ‌های بالایی باعث حرکت آنها به خارج می‌شود مشکل‌آفرین است. نرخ مالیات بالا در یک کشور تنها به عنوان انگیزه خروج سرمایه به مالیات پردازان خدمت می‌کند.

۷- رشد فعالیت‌های خارجی

چنین فعالیت‌هایی به افراد مجال می‌دهد که درآمدهای کسب شده خارجی خود را از مقامات مالیاتی مخفی سازند و در چنین شرایطی، افراد بیشتر به خاطر فرار از مالیات پس‌اندازهای خود را در خارج سرمایه‌گذاری می‌کنند.

۸- خرید خارجی

افزایش شدید در مسافرت‌های خارجی در سال‌های اخیر به مسافران اجازه می‌دهد تا در مکان‌هایی خرید کنند که مالیات فروش پایین است. بسیاری از کشورهای کوچک مالیات بر تولیدات کارخانه‌ای و مالیات فروش محصولات لوکس برای خریداران خارجی را کاهش داده‌اند. این امر درجه آزادی تحمیل مالیات بر کالاهایی که از کشور خارج می‌شود را کاهش می‌دهد.

ب: تغییرات ناشی از رشد تجارت الکترونیک:

از مهمترین پیامدهای جهانی شدن، افزایش رقابت

دارد. برخی کشورها همچنین مطمئن هستند که می‌توانند موضوع قیمت‌گذاری انتقالی و تجارت را که در اثر جهانی شدن حاصل شده است حل کنند.

۴- مراکز مالی برون‌مرزی

رشد مراکز مالی برون‌مرزی در اثر جریان اطلاعات دیجیتالی بوده است که باعث می‌شود پول و دانش به طور آسان و ارزان در زمانی واقعی به وسیله اجزاء منظم چند کشور در حرکت باشد. تخمین زده می‌شود که سپرده شخصیت‌های حقوقی نظیر؛ شرکت‌های تجاری بین‌المللی و تراست‌های برون‌مرزی بالغ بر ۵ تریلیون دلار بوده است. معلوم نیست که چه مقدار از این درآمدها مشمول مالیات می‌گردد. سازمان ملل معتقد است که از این مراکز برای تطهیر پول و یا طفره رفتن از مالیات استفاده می‌شود. کشورهای صنعتی گروه ۷ یک نیرو به نام «گروه ضربه‌ت عملیات مالی» تشکیل داده‌اند و چارچوب منظمی برای آن در نظر گرفته‌اند که اگر به خوبی عمل شود امکان دارد میزان تطهیر پول کاهش یابد؛ اما حل آنها یک مسئله سیاسی است.

۵- صندوق محافظت و مشتقه

رشد عوامل و ابزار مالی جدید برای کانالیزه کردن پس‌انداز مثل صندوق محافظت و مشتقه پنجمین مانع است. بیشتر پشتوانه‌های مالی از مراکز برون‌مرزی نشأت می‌گیرد و مقدار آن کم و نامنظم است. اکثر مشکلات ناشی از تجارت الکترونیکی و سرمایه‌گذاری در صندوق محافظت است. با توجه به کسب سود توسط ابزارهای مشتقه، مشکلات زیادی در تشخیص منافع فردی، معاملات و قلمرو قدرت وجود دارد. یکی از چالش‌هایی که در اثر استفاده از ابزارهای مالی مثل مشتقه‌ها به وجود می‌آید این است که آنها می‌توانند در برنامه‌های مالیات‌گریزی با عدم اطمینان و ناهماهنگی در رفتار مالیاتی خویش از آنها بهره‌برداری کنند. تمایز بین درآمد سرمایه و سرمایه بدست آمده یا از

مورد استفاده قرار گرفتند.

در نیمه دوم دهه ۹۰ کاربران و شرکت‌ها به صورت روزافزونی با نوآوری‌ها و ارتقاء تکنولوژی اطلاعاتی به عنوان بستر مدل‌های تجارت الکترونیک روبرو شدند. در این دوره یکی از مهمترین تحولات در اینترنت، به عنوان یکی از بسترهای تجارت الکترونیک رخ داد. این تحول افزوده شدن قابلیت پردازش به مسائل اطلاعاتی بود وجود قابلیت پردازش امکانات زیادی را برای تجارت الکترونیک ایجاد نمود و باعث گسترش مدل‌های تجارت الکترونیک و افزایش کارایی این مدل‌ها گردید. در این دوره مدل‌های تجارت الکترونیک و حجم مبادلات انجام شده توسط این مدل‌ها به صورت نمایی رشد پیدا کرد.

عموم شرکت‌های بزرگ و موفق که موفقیت خود را مدیون مدل‌های تجارت الکترونیکی بوده‌اند، در نیمه دوم دهه ۹۰ پا به عرصه وجود نهاده‌اند. تا اواخر دهه نود میلادی تمامی مدل‌های تجارت الکترونیکی با تأکید بر مصرف‌کننده نهایی شکل گرفته بودند؛ ولی به تدریج و با مهیا شدن فرصت‌ها و امکان استفاده جدی، شرکت‌های بزرگ نیز استفاده از مدل‌های تجارت الکترونیک را مناسب و سودآور یافتند؛ لذا، به سرمایه‌گذاری در مدل‌هایی پرداختند که به استفاده از این بستر در ارتباط بین شرکت‌ها یاری می‌رسانند از این دوره به بعد مدل‌های تجارت الکترونیکی بین شرکت‌ها به لحاظ حجم مبادلات بر مدل‌های تجارت الکترونیکی شرکت به مصرف‌کننده نهایی پیشی گرفت.

ج: تغییرات ناشی از رقابت:

افزایش رقابت در سطح داخلی و خارجی، تغییرات گسترده در ساختار جمعیتی و تعامل جهانی اقتصادها در دهه ۱۹۹۰، عواملی هستند که منجر به تغییر در

در سطح بین‌المللی اقتصاد است؛ زیرا، در این شرایط، همواره با کاهش هزینه‌های حمل و نقل، رشد حیرت‌انگیز تکنولوژی اطلاعات و گسترش روزافزون تجارت الکترونیکی و به حداقل رسیدن محدودیت‌های جغرافیایی کارایی اقتصاد بین‌المللی افزایش خواهد یافت. در این میان می‌توان گفت مهم‌ترین پیامد جهانی‌شدن بر اقتصاد کشورها رشد تجارت الکترونیک است که آن را می‌توان به معنای تبادل کالا یا خدمات به ویژه در مقیاس بزرگ دانست. در گذشته تجارت به طور معمول به صورت چهره به چهره بین دو طرف صورت می‌گرفت؛ اما، در طول قرن‌ها تجارت روندی پیچیده به خود گرفت. در حال حاضر، درصد بالایی از معاملات تجاری دیگر به صورت چهره به چهره صورت نمی‌گیرد؛ بلکه از طریق تلفن یا پست الکترونیکی و یا تبادل پول‌های جدید پلاستیکی انجام می‌شود.

در نیمه اول دهه ۹۰، اینترنت گسترش بسیاری پیدا کرد و به تدریج از حیطه دانشگاهی و نظامی خارج شد و کاربران بسیار زیادی در بین جوامع پیدا کرد. گسترش استانداردها و پروتکل‌های مربوطه از یک طرف باعث جذب هر چه بیشتر کاربران اینترنت شد و استفاده از ابزارهای تکنولوژی اطلاعات در این زمینه را عمومی نمود و از طرف دیگر این امکان را برای شرکت‌ها و مؤسسه‌ها ایجاد کرد که به گونه‌ای آسان و کم هزینه به انجام فرآیند اطلاع‌رسانی بپردازند.

به تدریج و با گذر زمان، شناخت کاربران و شرکت‌ها از مزایای مدل‌های تجارت الکترونیک افزایش یافت. از طرف دیگر مسائل فنی و تکنولوژی مورد استفاده نیز به مرور ارتقاء پیدا کردند. در نتیجه این مسائل، به تدریج مدل‌های تجارت الکترونیکی تکامل یافته و مدل‌های جدید و پیچیده‌تری، ایجاد شده و

شعار اصلی تفکر بازار آزاد فصولی کردن
ساختارهای صنعتی و تولیدی است.

انواع مزیت رقابت

با توجه به مبنای نظری موضوع و پویایی‌های واقعی و عینی رقابت می‌توان مزیت رقابتی را به پنج نوع کلی زیر تقسیم‌بندی کرد:

الف - مزیت موقعیتی در مقابل مزیت پویا.

ب - مزیت متجانس در مقابل مزیت نامتجانس.

ج - مزیت مشهود در مقابل

مزیت نامشهود.

د - مزیت ساده در مقابل

مزیت مرکب.

هـ - مزیت موقتی در مقابل

مزیت پایدار.

در ادامه هر کدام از انواع مزیت‌ها با اجمال تشریح می‌گردد:

الف - مزیت موقعیتی در مقابل مزیت پویا:

مزیت‌های موقعیتی از ویژگی‌ها و موجودی‌های شرکت ایجاد می‌شود که عوامل ایجاد کننده این نوع مزیت‌ها معمولاً ایستا بوده و براساس مالکیت منابع و دارایی‌ها و یا براساس دسترسی هستند.

ب - مزیت متجانس در مقابل مزیت نامتجانس:

مزیت‌های موقعیتی و مزیت‌های پویا می‌توانند متجانس یا غیرمتجانس باشند وقتی که شرکت و رقبایش به طور عمده با استفاده از مهارت‌ها و قابلیت‌های متجانس و مشابه به روش یکسان رقابت می‌کنند، در این صورت مزیت رقابتی از انجام فعالیت‌های مشابه به صورت بهتر حاصل می‌شود. به بیان دیگر وقتی مزیت رقابتی شرکت‌ها از منابع و روش‌های مشابهی حاصل می‌شود در این صورت شرکت‌هایی به مزیت رقابتی بادوام دست خواهند یافت

روش‌هایی می‌شوند که شرکت‌ها برای رقابت مورد استفاده قرار می‌دهند.

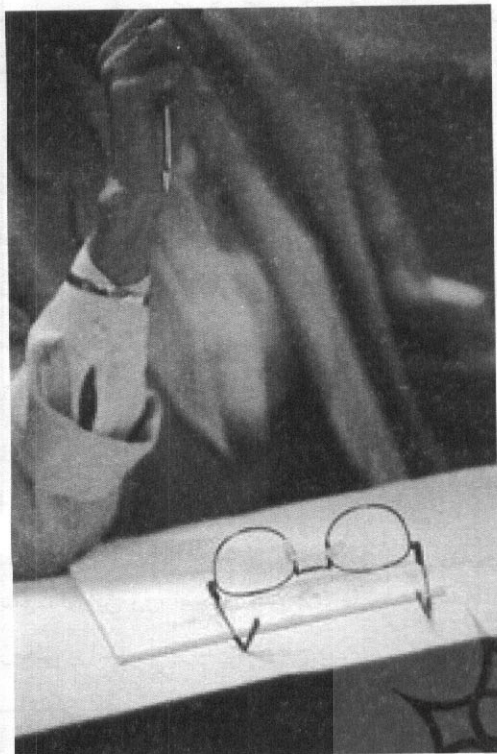
برای مواجهه با این نیازهای محیطی جدید، شرکت‌ها درصدد تعریف مجدد و شکل‌دهی دگرباره منابع، در تلاش برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی هستند. نیاز به اشکال سازمانی با ترکیب و شکل جدید به طور عمده براساس رقابتی مبتنی بر زمان و ابداعات

مستمر با چرخه کوتاه مدت و همچنین، به واسطه پیشرفت‌های پدید آمده در فناوری اطلاعات طی دهه گذشته، توصیف می‌شود. از این رو، اشکال جدید سازمانی براساس افزایش سطح هماهنگی افقی ساختارها و

فرآیندهای سازمانی ساده و تأکید مجدد بر رضایت مشتریان داخلی و خارجی به وجود آمده‌اند.

برای درک مناسب مزیت رقابتی ابتدا لازم است تعریف و مفهوم آن ارائه گردد. بدیهی است هر قدر تعریف ارائه شده از جامعیت بیشتری برخوردار بوده و کارا باشد درک مناسب‌تری از موضوع حاصل می‌گردد.

مزیت رقابتی، گویای این است که ارتباط مستقیم ارزش‌های موردنظر مشتری، ارزش‌های عرضه شده شرکت و ارزش‌های عرضه شده توسط رقبای شرکت الزامات و ابعاد مزیت رقابتی را تعیین می‌کند. چنانچه از دیدگاه مشتری مقایسه ارزش‌های عرضه شده شرکت با ارزش‌های عرضه شده رقبا بیشتر به ارزش‌های موردنظر و انتظارات او سازگارتر و نزدیکتر باشد، می‌توان گفت که آن شرکت در یک یا چند شاخص نسبت به رقبای خود دارای رقابتی است به نحوی که این مزیت باعث می‌شود که شرکت در عرصه بازار نسبت به رقبای خود در نزدیکی به مشتری و تسخیر قلب وی برتری داشته باشد.



ج - مزیت آشکار در مقابل مزیت پنهان:

مزیت رقابتی آشکار آن نوع مزیتی است که منشاء آن منابع آشکار بوده که به صورت داده فیزیکی مانند ماشین‌آلات، تجهیزات و ... می‌توان آن را مشاهده کرد. مزایای آشکار، به طور معمول ناشی از تعهد شرکت به مقدار زیادی منابع در عرصه‌های خاص است که به راحتی قابل تغییر نیست که از آن جمله می‌توان به سرمایه‌گذاری سنگین در ماشین‌آلات اشاره کرد. در مقابل مزیت پنهان آن نوع مزیتی است که امکان مشاهده آن در شکل فیزیکی به راحتی مقدور نیست. این نوع مزیت‌ها به طور معمول پشت عوامل مشخصی پنهان است که می‌تواند ناشی از رازهای تجاری مانند شهرت، یادگیری، شیوه یادگیری، دانستن کارکنان، فرهنگ سازمانی و ... باشد.

در واقع مزیت‌های آشکار از منابع فیزیکی و قابل مشاهده سازمان ناشی می‌شود؛ ولی، مزیت‌های پنهان از قابلیت‌های سازمان منتج می‌گردد که ناشی از

که به صورت فعال‌تر و اثربخش‌تر منابع را به کار گرفته و روش‌ها را اجراء می‌کنند؛ زیرا، در این صورت شرکت‌ها بدون این که فرصت متمایز بودن در بازی مشابه راداشته باشند مجبور به ایفای نقش هستند و لذا تنها تعیین کننده مزیت رقابتی با دوام، کارآیی عملیاتی است.

در نقطه مقابل مزیت متجانس، مزیت‌های نامتجانس قرار دارد که به طور عمده ایفای نقش متمایز در بازی یا به طور کلی ایفای نقش در بازی متفاوت است. در این نوع مزیت، متفاوت بودن نقش تعیین کننده و اساسی دارد به نحوی که به وسیله مهارت‌ها، ترکیبات متفاوت منابع و یا محصولات متفاوت، خدمات بهتر و ارزش بیشتری برای مشتری فراهم سازد. شرکت‌هایی که محور مزیت رقابتی خود را انجام متفاوت امور قرار داده‌اند این کار را از طریق ایجاد تمایز در فرهنگ سازمانی، فرآیندها و سیستم‌های سازمانی، ساختار سازمانی، شیوه‌های متفاوت هماهنگی و همکاری، روش‌های متفاوت بازاریابی و استراتژی‌های متفاوت تعقیب می‌کنند به عنوان مثال می‌توان به فرهنگ سازمانی به عنوان مفروضات و اعتقادات اساسی مشترک بین کارکنان سازمان شامل مدیران و نیروهای صف و ستاد اشاره کرد که می‌تواند منبع مزیت رقابتی نامتجانس باشد، البته توانایی فرهنگ به عنوان منبع مزیت رقابتی به میزان سازگاری آن با شرایط محیط خارجی بستگی دارد. در این صورت هرچه فرهنگ سازمانی با شرایط و الزامات محیط پیرامونی سازگارتر باشد، توانایی سازمان در پاسخ به انتظارات محیطی و نیازهای بازار ارتقاء می‌یابد که این امر پاسخ‌گویی به مشتری را تسهیل می‌سازد و از این طریق دسترسی سازمان به مشتریان را بهبود بخشیده و موجبات ارتقای موقعیت رقابتی به شاخص‌ها و متغیرهای مؤثر مزیت رقابتی و عناصر تشکیل دهنده آن بیشتر اشاره خواهد شد.

بوده و زودگذر نیست و از سوی دیگر به راحتی توسط رقبا قابل دسترسی نیست. به طور کلی می‌توان گفت که مزیت رقابتی پایدار از ویژگی‌هایی نظیر بادوام بودن، قابلیت پدافندی بالا، تحمل‌پذیری مناسب، دارای قابلیت‌مدارا، قابلیت زیستی بالا، قابلیت حمایتی و پشتیبانی زیاد، قابلیت پذیرش بالا، قدرت توجیه‌پذیری و اقتناع‌سازی مناسب، توان مذاکره‌ای قابل ملاحظه برخوردار است که البته متناسب با شدت و قدرت پایداری مزیت رقابتی همه یا بعضی از ویژگی‌های فوق در آن وجود خواهد داشت.

نکته حائز اهمیت دیگر این که بین مزیت رقابتی موقتی و مزیت رقابتی پایدار رابطه وجود دارد به نحوی که بعضی مواقع مزیت رقابتی پایدار از مجموع یک سری از مزیت‌های رقابتی موقتی حاصل می‌شود. به عنوان مثال در صنعت رایانه، تسلط شرکت اینتل در بازار رایانه ارزان به وسیله خلق مجموعه‌ای از مزیت‌های موقتی حاصل گردیده که در ادامه نیز مزیت جدیدی را خلق و براساس آن محصول جدیدی را به بازار عرضه می‌کند و در نتیجه آن رقبايي که درصد تقلید و کپی‌برداری هستند مجبورند برای دستیابی به مزیت جدید فعالیت جدیدی را شروع کنند و این راز تداوم مزیت رقابتی اینتل در صنعت فرا رقابتی رایانه طی دو دهه اخیر بوده است.

با توجه به تئوری‌های مزیت رقابتی می‌توان محدوده قرار گرفتن و خاستگاه‌های مزیت رقابتی را در قلمرو نیروی انسانی، قلمرو سازمانی، قلمرو مجازی و قلمرو محیطی تبیین کرد.

الف - مزیت‌های رقابتی قلمرو نیروی انسانی: اهمیت و جایگاه منحصر به فرد نیروی انسانی در موقعیت رقابتی هر سازمان هر صاحب نظری را بر آن می‌دارد که در مقوله مزیت رقابتی به نیروی انسانی به عنوان با ارزش‌ترین سرمایه سازمانی به صورت مستقل نگاه کند. دلیل این امر نیاز به تغییر و تحول در

شیوه‌های برنامه‌ریزی، سبک‌های مدیریتی، فرآیندها، ساختار و سیستم‌های سازمانی، چگونگی یادگیری، روش‌های هماهنگی و نیز کارهای تیمی است و به همین علت است که تقلیدپذیری آن مشکل خواهد بود. برای این که هر کدام از مقولات فوق یا ترکیبی از آنها کارکرد اثربخش داشته باشند مستلزم الزامات سازگار و مناسب هستند که فراهم‌آوری آن برای سازمان‌های رقیب مشکل است.

د - مزیت ساده در مقابل مزیت مرکب:

مزیت رقابتی از حیث عملکرد می‌تواند به تنهایی عمل کرده یا به صورت ترکیبی از مزیت‌های چندگانه به عنوان یک کلیت ادغامی و در تعامل با یکدیگر کار کند که در حالت اول مزیت رقابتی از نوع ساده و در حالت دوم از نوع ترکیبی یا مرکب است. بدیهی است که مزیت ترکیبی از حیث رتبه نسبت به مزیت ساده جایگاه بالاتر و تعیین‌کننده‌تری دارد.

ه - مزیت موقتی در مقابل مزیت پایدار:

مزیت رقابتی از هر نوع که باشد می‌تواند از حیث عملکرد رقابتی به صورت پایدار یا موقتی باشد. مزیت موقتی اشاره به مزیتی دارد کوتاه مدت و انتقالی است.

می‌توان گفت که هرچه ویژگی‌های مشهود و ساده بودن مزیت رقابتی بیشتر باشد، به طور بالقوه قابلیت آن بیشتر است. با وجود این، اگر شرکت دارای فرهنگ سازمانی نوآور محور و قابلیت نوآوری بازار محوری بالا داشته باشد می‌تواند از یک طرف به صورت هوشمندانه از ویژگی پیش‌دستی خود بهره برده و مزیت موقعیتی خود را ارتقاء دهد و از سوی دیگر قبل از این که رقبا به مزیت موقتی آن دست یابند مزیت جدیدی را خلق کرده و رقباء را همواره پشت سر خود داشته باشند.

در مقابل مزیت رقابتی موقتی، مزیت رقابتی پایدار قرار دارد که از یک سو از نظر زمانی طولانی مدت

سازمان‌ها و نقش نیروی انسانی برای توانمندسازی سازمان با هدف سازگاری بیشتر با الزامات جدید محیطی به دلایل زیر است:

۱- فشارهایی که از ناحیه رقابت جهانی بر سازمان‌ها وارد می‌شود آنها را وادار به تغییر و دگرگونی نظام یافته و مستمر می‌کند. ضمن این که الزامات وارده از طرف فناوری‌های جدید و نیز تغییر ذهنیت و علائق مشتریان همگی به این معناست که دیگر روش‌های موفق دیروز نمی‌توانند تضمین‌کننده موفقیت فردا باشند.

۲- مشتریان دامنه توقعات خود را در مورد کیفیت، قیمت، خدمات و پاسخ‌گویی، وسیع‌تر کرده‌اند و تجربه نشان می‌دهد که اگر سازمان از عهده برآوردن این انتظارات بر نیاید مشتریان به سمت سازمان‌های رقیب خواهند رفت.

۳- باتوجه به این که سازمان‌ها به عنوان بنگاه‌های اقتصادی همواره دو هدف بقاء و کسب سود را تعقیب می‌کنند به طور حتم باید به نحوی عمل کنند که ضمن تداوم حیات از حیث اقتصادی نیز سودآور باقی بمانند و این مستلزم اثربخشی و کارآیی در سازمان است.

۴- نیروی انسانی معاصر نسبت به گذشته تفاوت‌های زیادی کرده است. از یک سو نیروی کار جدید ظرفیت و استعداد فوق‌العاده‌ای برای رشد و توسعه دارند و از سوی دیگر نیز به اعتمادآفرینی بیشتر از سوی سازمان نیاز دارند. در این راستا اگر از مدیران سازمان‌های امروز پرسیده شود از کارکنان خود چه توقعی دارید همه آنها به طور معمول جوابی به این مضمون می‌دهند که: ما افرادی لازم داریم که مشکل‌گشا و مبتکر باشند و به نحوی رفتار کنند که انگار صاحب سازمان هستند. حال اگر از افراد پرسیده

شود شما از سازمان چه انتظاری دارید جواب می‌دهند که: ما صداقت و محیطی که مستلزم کسب مهارت‌های جدید برای ما باشد لازم داریم و اینها بیانگر این است که سازوکار جدیدی در مدیریت منابع انسانی سازمان‌ها در محیط‌های فرا رقابتی امروز لازم است.

سازوکاری که بتواند از پتانسیل‌های نیروی انسانی جهت ایجاد مزیت رقابتی پایدار بهره‌بردار مناسب کند دانایی، مهارت، تجربه و انگیزه افراد سازمانی در کنار مسؤلیت‌پذیری و مشارکت‌جویی آنها می‌توانند مزیت رقابتی پایدار را برای سازمان ایجاد کند، مشروط بر این که محیط مناسب و سازوکار موفقیت در سازمان وجود داشته باشد.

بنابراین، مدیران باید از نقش اهمیت نیروی انسانی در خلق وضعیت رقابتی پایدار غافل نباشند و با استفاده از مدیریت نوین قابلیت‌های مزیت رقابتی نیروی انسانی را شناخته و به صورت نظام یافته و در محیطی انگیزشی جهت خلق موقعیت رقابتی به کارگیرد.

(ب) مزیت‌های رقابتی قلمرو سازمانی: این نوع مزیت رقابتی براساس منابع، قابلیت‌ها و ویژگی‌هایی است که حاصل تجارب تاریخی گذشته و حال سازمان بوده و کل سازمان در آن سهیم است.

مزیت رقابتی سطح سازمانی دو نوع است:

۱- مزیت رقابتی براساس منابعی که می‌تواند مشهود و نامشهود باشد.

۲- مزیت رقابتی براساس قابلیت‌ها و ویژگی‌ها که به طور معمول نامشهود است. چنین مزیتی از نظر اجتماعی پیچیده و از نظر تقلید مشکل و از حیث تحرک و قابلیت نقل و انتقال، کم تحرک است. این نوع مزیت را

از مهم‌ترین پیامدهای جهانی شدن، افزایش رقابت در سطح بین‌المللی اقتصاد است.

۳- منابع رقابتی:

منابع رقابتی منابعی هستند که سازمان را قادر به تولید و عرضه فرآورده‌های باارزش رقابتی در محیط بازار می‌کند. تقاضا، کمیابی، ارتباط و تناسب را می‌توان از جمله عواملی دانست که باعث رقابتی شدن این منابع می‌شوند. از مثال‌های منابع رقابتی می‌توان به فناوری‌های ویژه و منحصر به فرد، یادگیری و منابع دانشی سازمان، حق امتیاز و حق ثبت، شهرت و نام تجاری اشاره کرد.

۴- منابع استراتژیک:

منابع استراتژیک شامل آن دسته از منابع منحصر به فرد سازمان است که باعث تمایز و تفاوت در عملکرد سازمان با رقبایش شده و از حیث عملکرد بازار، فاصله دست نیافتنی برای سازمان ایجاد می‌کند که به وسیله اقدامات رقابتی به راحتی نمی‌توانند به آن برسند یا آن را پر کنند. البته تقسیم‌بندی بین منابع استراتژیک و منابع رقابتی دقیق نیست. با این حال می‌توان گفت که منابع استراتژیک، اشاره به آن دسته از منابع دارد که قوانین و ماهیت بازی را تغییر می‌دهد و منابع رقابتی اشاره به آن دسته از منابع دارد که سازمان را قادر می‌سازد در محیط رقابتی بازی را تا انتها ادامه دهد (شکل ۱-۱).

نمونه بارز مزیت رقابتی قلمرو سازمانی مزیت رقابتی براساس فرهنگ سازمانی است. فرهنگ سازمانی مبتنی بر نوآوری، مشارکت‌جویی، مسئولیت‌پذیری و بازارگرا، منبع مزیت رقابتی پایدار است و هرچه میزان سازگاری آن با انتظارات و الزامات محیطی بیشتر باشد می‌تواند پایداری بیشتری داشته باشد. چنین فرهنگی در طول زمان نهادینه شده و شامل قواعد و معیارها و نظام ارزشی سازمان است.

یکی دیگر از منابع رقابتی پایدار در سازمان‌ها، یادگیری سازمانی است. سازمان‌هایی که اساسشان

می‌توان در فرآیندها، ساختار، سیستم‌ها، فرهنگ سازمانی، دانش فنی، دانش بازاریابی، استراتژی‌های سازمان، نظام‌های هماهنگی و انگیزشی سازمان جستجو کرد. در این راستا و با هدف ارائه تصویری روشن‌تر از منابع و قابلیت‌های سازمان به نظر می‌رسد که تقسیم‌بندی منابع لازم باشد.

در این رابطه می‌توان منابع را به چهار طبقه کلی تقسیم کرد:

۱- منابع اساسی:

این منابع برای سازمان ضروری بوده و سازمان بدون آن نمی‌تواند عملیاتی داشته باشد. به بیان دیگر، هر سازمانی فلسفه وجودی دارد که بدون وجود منابع مناسب و ضروری برای آن، امکان تحقق فلسفه وجودی و تحقق اهداف سازمانی میسر نخواهد بود. به عنوان مثال، فلسفه وجودی نهادها و مؤسسه‌های آموزشی، ارائه خدمات آموزشی و تعمیق و توسعه آموزش است. طبیعی است که این موضوع بدون معلم و استاد امکان‌پذیر نخواهد بود و وجود معلم در کنار سایر منابع ضروری به عنوان بلیط ورودی یا حداقل الزام جهت فعالیت در محیط آموزشی است ولو این که سازمان فاقد مزیت رقابتی باشد.

۲- منابع پیرامونی:

این منابع اساسی و ضروری نیستند و به راحتی نیز قابل استخدام، خرید یا اکتساب هستند. از این نوع منابع در اکثر سازمان‌ها که فاقد مدیریت کارآمد است می‌توان در قالب نیروی انسانی مازاد، تجهیزات غیرضروری، فرآیندهای زائد، سیستم‌های عریض و طویل و دست و پاگیر، سطوح زیاد مدیریتی و ... مشاهده کرد. این نوع منابع به جای کمک به مزیت رقابتی سازمان موجبات ناکارآمدی آن را فراهم می‌آورند.

کسب و کار با بازیگران مؤثر صنعت، زمینه دستیابی سازمان به منابع و قابلیت‌های موجود در فراسوی مرزها سازمان را برای شرکت فراهم آورد که گاهی اوقات مهمتر از منابع درون سازمانی هستند ضمن این که برقراری تعاملات مناسب در هماهنگی و تخصیص کارآمد منابع و پیشبرد فعالیت‌های ضروری و در نتیجه عملکرد رقابتی شرکت مؤثر است.

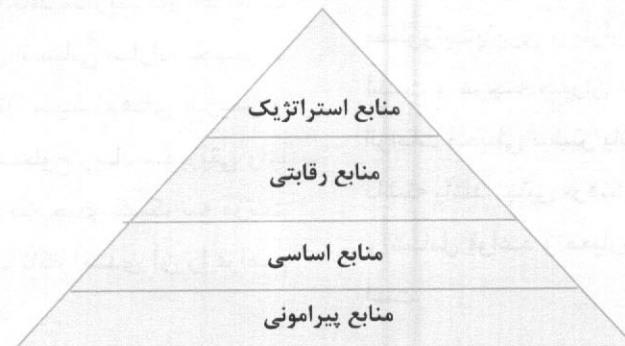
د) مزیت‌های رقابتی قلمرو محیطی: سازمان‌ها در محیطی فعالیت می‌کنند و عوامل محیطی آنها را احاطه کرده است و به طور مستقیم بر عملکرد آنها تأثیر می‌گذارد. به بیان دیگر، سازمان‌ها عوامل مورد نیاز را از محیط تأمین کرده و در مقابل، محصولات و خدمات خود را در محیط عرضه می‌کنند، ضمن این که سازمان مانند یک موجود زنده برای ادامه حیات نیازمند شریان‌های محیطی است. به علاوه محیط به عنوان منبع فرصت‌ها و تهدیدات نقش عمده‌ای در موفقیت یا شکست سازمان‌ها ایفاء می‌کند. مخصوصاً در شرایط جهانی شدن و شدت رقابت‌های جهانی ویژگی‌های محیط‌های ملی شرکت‌ها می‌توانند نقش بسیار مؤثری در کسب مزیت رقابتی یا از بین رفتن مزیت رقابتی سازمان‌های ملی ایفاء کند.

به طور کلی می‌توان عوامل محیطی را در پنج طبقه کلی زیر قرار داد:

بر مبنای یادگیری است سعی دارند کارشان را بهتر انجام دهند. از دید آنها یادگیری بهترین راه بهبود عملکرد در دراز مدت است.

به طور کلی می‌توان گفت که در سطح سازمانی مزیت‌های نامشهود و نامتجانس مخصوصاً آنهایی که بر مبنای دانش بازاریابی، توانایی فنی و قابلیت‌های استراتژیک استوار باشند می‌توانند مبنای مزیت‌های رقابتی پایدار باشند.

ج) مزیت‌های رقابتی قلمرو مجازی: مزیت‌های رقابتی مجازی آن دسته از مزیت‌هایی است که خارج از مرزهای شرکت، ولی، در شبکه‌های مشخص، روابط و سایر موجودیت‌هایی که شرکت با آنها ارتباط دارد، قرار می‌گیرد. از آن جمله می‌توان به رابطه با مشتریان، رابطه با تأمین کنندگان، رابطه با تولیدکنندگان، رابطه با رقبای رابطه با نهادهای اجتماعی و اقتصادی، رابطه با سیستم‌های پولی و مالی و نیز رابطه با تصمیم‌گیران اقتصادی و سیاسی اشاره کرد که می‌تواند منبع مزیت رقابتی برای شرکت باشند. به عنوان مثال، در بیشتر بازارهای صنعتی فعالیت‌های ایجاد اعتماد با شبکه‌های تأمین مانند تأمین شرایط حمل و کیفیت موردانتظار و نیز ایجاد معاهدات و میثاق‌های پرسنلی و اجتماعی با مشتریان بسیار حائز اهمیت بوده و برای حفظ موقعیت رقابتی شرکت در صنعت ضروری است. به علاوه، ممکن است روابط



شکل (۲-۲): طبقه بندی منابع

۱- عوامل قانونی و سیاسی:

اشاره به قوانین و مقررات دولتی، کارایی و پاسخ‌گویی دولت، میزان مداخله دولت در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و ... دارد.

۲- عوامل اقتصادی:

اشاره به نهادهای اقتصادی، کارایی نهادهای اقتصادی مانند: سیستم‌های پولی و سرمایه‌ای،

ساختار اقتصادی، سیاست‌های پولی و ارزی، نرخ‌های بهره، تورم، سیاست‌های سرمایه‌گذاری و ... می‌کند.

۳- عوامل فرهنگی و اجتماعی:

به ساختار اجتماعی، طبقات اجتماعی، قواعد و هنجارهای فرهنگی، سبک‌های زندگی، الگوهای رفتاری و ... اشاره می‌کند.

۴- عوامل تکنولوژیکی:

اشاره به دانش فنی در کشور، تکنولوژی‌های موجود، قابلیت انعطاف و تغییرات تکنولوژیکی و ... دارد.

۵- ساختار صنعت:

هدف از رقابت در هر صنعتی کسب سودآوری مناسب از سرمایه‌گذاری‌ها است. سودآوری صنعت از یک سو به عوامل ساختاری صنعت و از سوی دیگر به میزان رقابت درون صنعت بستگی دارد. طبق نظر مایکل پورتر نیروهای مؤثر بر رقابت و سودآوری صنعت عبارتند از: قدرت چانه‌زنی خریداران، قدرت چانه‌زنی تولیدکنندگان، تهدید کالاهای جانشین، تهدید شرکت‌های جدید و شدت رقابت بین شرکت‌های موجود.

بنابراین عوامل ساختار صنعت ضمن تأثیرگذاری روی قدرت نسبی بازار و سودآوری سازمان، نوع

مزیت رقابتی لازم برای رقابت کارآمد را تعیین می‌کند. هرچه صنعت رقابتی‌تر باشد نیاز شرکت‌ها به یادگیری، مهندسی مجدد فرآیندها، سیستم‌ها و ساختارها و ... نوآوری در

ارائه محصولات و خدمات بیشتر خواهد بود. از آنجا که طبق تحقیقات به عمل آمده، نوآوری یکی از شاخص‌های مهم مزیت رقابتی است، لذا، شرایط رقابتی صنعت یکی از

منابع مهم نوآوری در سازمان‌ها بوده و از این طریق مزیت رقابتی برای سازمان‌های ملی ایجاد می‌کند.

به همین ترتیب سایر عوامل ساختاری صنعت می‌توانند در شرایطی منبع مزیت رقابتی باشد. شاخص‌های کلان محیطی نیز می‌توانند منبع مزیت رقابتی باشد.

بنابراین محیط صنعت و محیط ملی می‌توانند منبع مزیتی مناسب برای سازمان‌ها باشند مشروط بر این که:

(الف) دسترسی به منابع، مهارت‌های ضروری را برای مزیت رقابتی شرکت‌ها به صورت کارا فراهم کنند.

(ب) توانایی تولید و انتقال اطلاعات در ارتباط با نیازهای صنعتی بهبود یابد.

(ج) تعهد شدید به صنعت و سرمایه‌گذاری پایدار را ایجاد کنند.

(د) تجمیع سریع دارایی‌ها و مهارت‌های تخصصی را حمایت کرده و تسهیل کنند.

(ه) امکان به کارگیری کارا و اثربخش منابع را برای بنگاه‌ها فراهم آورند.

(و) شرایط و قواعد بازی‌های رقابتی سالم و پیشرو را ایجاد کنند.

هرچه ویژگی‌های مشهود و همسان بودن مزیت رقابتی بیشتر باشد، به طور بالقوه قابلیت آن بیشتر است.

اشکال جدید مزیت رقابتی:

عناصر معرف استراتژی سازمان، تولیدات یا بازارها نیستند، بلکه نظام‌های ارزش آفرین هستند. در نتیجه تغییرات سریع در تکنولوژی اطلاعات، به کارگیری روش‌های تولیدی پیشرفته و یکپارچه و اتخاذ فنون جدید در اقدامات سازماندهی، سازمان‌ها در حال یادگیری تولید محصولات جدیدند. کارکرد استراتژی کلیدی، ترکیب محدود دانش و روابط میان ذی‌نفعان برای احیای ارزش‌ها در اشکال جدید است. در محیط رقابتی امروز، رهبری بازار باید مستمر و پیاپی باشد.

برای آگاهی از این که در آینده چه دانشی مرتبط و چه ارتباطاتی مهم هستند، درک تغییرات ضروری سازمانی موردنیاز است. ذی‌نفعان از سراسر بنگاه می‌توانند

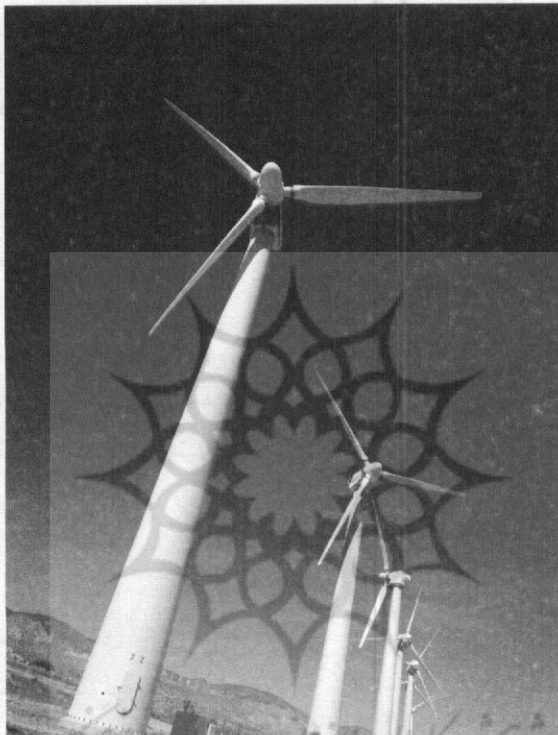
اطلاعات اساسی را برای کمک به شرکت برای تعریف مجدد نظام‌های مربوط و ایفای نقش در محیط موردنظر فراهم آورند.

شرکت‌های موفق، سازمان را سیستمی تلقی می‌کنند که نیازهای مشتریان را مشخص می‌کند، فرآورده‌هایی تولید می‌کند که ارضاء کننده نیازهاست، و سپس با توجه به عکس‌العمل مشتریان نیازها را به طور مجدد تعریف می‌کند. این آینده‌نگری صنعت مبتنی بر تنوع و پرمایگی دانش مرتبط با روندها در محیط تکنولوژیک، اجتماعی، سیاسی، قانونی و همچنین محیط اقتصادی شرکت است. موفقیت شرکت مستلزم ترکیب نظام یافته در روندهای مختلف است که سپس برای

خلق فضاهای رقابتی جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مزیت رقابتی جدید مبتنی بر نظام‌های پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی

نظام‌های پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی، ارتباطات، کامپیوتر و تکنولوژی‌های پشتیبان تصمیمات را برای حل مشکل در جلسات گروهی تلفیق می‌کند. تکنولوژی‌های اطلاعاتی، نظام‌های تصمیم‌گیری گروهی شامل پیام‌گذار الکترونیکی، شبکه‌های محلی، کنفرانس از راه دور تسهیلات ذخیره اطلاعات و تسهیلات فناوری‌های کامپیوتری شامل سیستم‌های عمل چند کاربره، زبان‌های نسل چهارم و پنجم، پایگاه‌های اطلاعاتی، تسهیلات مربوط به تحلیل داده‌ها و قابلیت‌های ذخیره و تغییر داده‌ها هستند.



تکنولوژی‌های پشتیبان تصمیم‌گیری شامل این مواردند: طراحی دستور کار، روش‌های مدل‌سازی تصمیم، روش‌های گروهی ساخت یافته و مقررات مربوط به هدایت مباحث جمعی.

دسانکتیز و گالوپ، مدلی اقتضایی برای مطالعه نظام‌های پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی پیشنهاد کرده‌اند، براساس چارچوب ارائه شده از سوی آنها، پیچیدگی تکنولوژیک نظام‌های پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی را می‌توان حول سه محور تشخیص داد:

۱- نوع کار ۲- همجواری اعضا ۳- اندازه گروه

پیچیدگی سطح اول نظام‌های تصمیم‌گیری گروهی امکان نمایش آنی ایده‌ها بر پرده‌ای بزرگ و رأی‌گیری

جدول شماره (۲-۲): منابع اشکال جدید مزیت رقابتی

جنبه‌های مختلف نظام‌های پشتیبانی	اشکال جدید مزیت رقابتی	
تصمیم‌گیری گروهی	دانش مداری	مزیت مداری / مشتری مداری
ساختاری	دانش مداری	مزیت مداری / مشتری مداری
نوع وظیفه	اهمیت	پیشنهادها
نزدیکی «همجواری اعضا»	اضطرار	سرعت
اندازه گروه	هوش و زیرکی	تراکم
پیچیدگی تکنولوژیک	ابداع و نوآوری	گزینه‌های مختلف
انعطاف‌پذیری	چابکی و زیرکی	بسیج
غیر مادی		
تصمیم‌گیری	شایستگی تصمیم	توانایی‌ها
ابداع	تطبيق تصمیم	تحقق
کارایی	زمان توسعه	زمان چرخه
مدیریت تعارض	تعهد	حمایت
رهبری	جمعی	نیازهای مشتریان
جو سازمانی	چند وظیفه‌ای	تعاونی

۳- ساختارها روشی تعریف شده را بر فرآیندهای گروهی تحمیل کند.

۴- به عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر فرآیندهای گروهی استفاده شود.

تحقیقات در زمینه نظام تصمیم‌گیری گروهی حول سه مفهوم نظری شکل گرفته‌اند: رفتار عقلایی - جزمی، آرایش‌های سازمانی، و مدیریت تضاد. به شکل سنتی، محققان فناوری اطلاعات، نظام تصمیم‌گیری گروهی را جزئی از نظام عقلایی - جزمی تلقی می‌کردند. متداولترین مزیت اعلام شده براساس مطالعات انجام شده در مورد این رویکرد، مرتبط است به تأثیر نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی بر ماهیت تبادل اطلاعات. افزودن جنبه‌های ساختاری تصمیم‌گیری و ابزاری الکترونیک به تبادل کتبی اطلاعات، به اقدامات و تصمیماتی با کیفیت بالاتر منجر می‌شود. فرضیه تلویحی آن است که ابزار الکترونیک، مشارکت بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها را تشویق می‌کند. در نتیجه، منابع علمی و دانش یک گروه را می‌توان در جو دموکراتیک به شکلی بهتر استخراج کرد. اشکال مختلف

در مورد درخواست‌ها و تألیفات و همچنین امکان ویرایش ایده‌ها و نوشته‌ها بر روی ترمینال‌ها را فراهم می‌سازد.

پیچیدگی سطح دوم شامل قابلیت‌های مدل‌سازی تصمیم‌گیری، روش‌های آماری و ابزار طرح‌ریزی خودکار است.

ویژگی پیچیدگی سطح سوم براساس الگوهای ارتباطی گروهی مبتنی بر ماشین و رهنمودهای تخصصی در انتخاب و آرایش مجدد مقررات مربوط به جلسات است. گفته شده که نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی به اشکال مختلف بر اقدامات و پیامدهای گروهی تأثیر می‌گذارد.

چهار ویژگی بارز فرآیند این نظام‌ها که اهمیت خاصی دارند، عبارتند از:

۱- نظام تصمیم‌گیری گروهی می‌تواند قابلیت پردازش اطلاعات گروهی را افزایش دهد.

۲- به عنوان ابزاری مستقل یا تکمیلی برای تعامل گروهی به کار گرفته شود.

از انواع کارکردها یا «وظایف» استفاده شود. این کارکردها شامل طرح‌ریزی، ارتباطات، حل مشکل، پردازش اطلاعات، تحلیل اولویت‌ها، مذاکره، تولید ایده و حل تعارض می‌شوند. این نکته به طور کامل مشخص است که این نظام برای حمایت از وظایفی مورد استفاده قرار خواهد گرفت که به تولید دانش جدید، و یا افزایش توانایی‌های سازمان در معرض کالاهای ابداعی کمک کنند. این نظام، همچنین می‌تواند برای حمایت از جلسات پراکنده یا رو در رو طراحی شود.

این امر از طریق افزایش توانایی سازمان در زمینه پردازش اطلاعات اساسی می‌تواند موجب تأمین مزیت رقابتی شود. افزون بر این، می‌تواند موجبات حمایت از جلسات گروهی با اندازه‌های مختلف را فراهم سازد. این قابلیت باعث می‌گردد تا سازمان بتواند همزمان با مشتریان درونی و بیرونی، حتی با آنهایی که از نظر جغرافیایی پراکنده‌اند، ارتباط برقرار سازد. این توانایی در زمینه حمایت از اعضای سازمان، چالاکی و انعطاف درونی و بیرونی سازمان را افزایش خواهد داد.

پیچیدگی تکنولوژیک نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی، توانایی تولید الگوهای ارتباطاتی مختلف در درون سازمان و همچنین ماهیت فرآیند تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ لذا این نتیجه‌گیری منطقی است که سطح پیچیدگی تکنولوژی تعداد گزینه‌های تولید شده و ابداعات را تحت تأثیر قرار خواهد داد. همچنین، چون انعطاف این نظام بر توانایی گروه در تجدید ساخت کارشان تأثیر می‌گذارد، چالاکی و انعطاف سازمان رانیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

منبع:

سازمان‌ها در بستر جهانی شدن، نویسندگان: دکتر حبیب ا... دعائی، مرضیه عالی، ناشر: بیان هدایت نور

این نگرش شامل تلقی نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی به عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری جمعی از طریق تغییر الگوهای ارتباطی بین افراد برای به دست آوردن همخوانی بهترین گروه و کاراست. مطالعات تجربی با استفاده از گروه‌های کوچک با حضور اعضای گروه‌ها در اتاق‌های جداگانه به طور حتم مؤید توانایی این نظام در ارتقای کارایی گروهی است. در رابطه با دیگر متغیرها نظیر: کیفیت، تصمیم، پذیرش تصمیم و اندازه گروه، نتایج متفاوتی به دست آمده است. مطالعاتی نیز در خصوص نقش نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی در تعیین فرصت‌ها برای تغییر استراتژیک در بستر واقعیت اجتماعی صورت گرفته است. طرفداران این نگرش معتقدند که این نظام به ساخت اجتماعی سیستم مرتبط با هنجارها کمک می‌کند.

سومین نگرش، این نظام را به عنوان تکنولوژی برای مدیریت تعارض تلقی می‌کند. این مطالعات نشان می‌دهند که نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی می‌تواند برای بررسی مشکلات ساخت نیافته، از طریق مدیریت سطح تعارض در فرآیند تصمیم‌گیری گروهی مورد استفاده قرار گیرد. نتایج منفی تعارضات مبتنی بر این نظام نیز گزارش شده‌اند.

جدا از نوع نگرش، این نکته مشخص است که نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی جنبه‌های مختلف سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از جمله این جنبه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

تصمیم‌گیری، رهبری، کارایی، مدیریت تعارض، هنجارهای اجتماعی، ساختار سازمانی، استرژژی و جو کلی سازمان.

پژوهشگران فناوری اطلاعات معتقدند که نظام پشتیبان تصمیم‌گیری گروهی می‌تواند برای حمایت

سازمان‌هایی که اساسشان بر مبنای یادگیری است سعی دارند کارشان را بهتر انجام دهند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی