

تحول، اشتغال و توسعه صنعتی

دکتر کریم حمدی*

چکیده

زمانی که اشتغال به عنوان یک معضل مطرح می‌شود، بدون شک این نتیجه را به همراه دارد که کشور از نظر منابع انسانی به صورت بالقوه و حداقل از حیث کمیت با مشکل مواجه نیست، لذا اگر ترتیباتی فراهم آید تا طرح‌ها و برنامه‌هایی در مسیر توسعه اقتصادی کشور به اجرا درآید (و به تبع آن نهادهای مرتبط شکل گرفته و به فعالیت پردازند) خود به خود معضل اشتغال تا حد زیادی کاهش خواهد یافت. با توجه به نقش کیفی منابع انسانی و با عنایت به سطح دانش، مهارت‌ها و آگاهی‌های نیروهای انسانی توانمند و نقش تحول آفرین آن‌ها، انسان دیگر در سازمان‌های امروز ابزار تلقی نمی‌شود، بلکه سرمایه و محور تحول و بالندگی است.

از سوی دیگر در پی جدی شدن بحث توسعه در کشورهای مختلف، تعاریف و تعبیر گوناگونی برای آن نقل شده است که بعضی از آن‌ها قابل تامل بوده و می‌تواند راهگشا باشد. به طور نمونه این که توسعه مساوی «افزایش سریع تولید ملی» است و یا توسعه عبارت است از «بهبود سازی در استفاده از نیروهای بالقوه مادی و انسانی یک جامعه» می‌باشد را می‌توان ذکر کرد. بدین ترتیب و با عنایت به شرایطی که در برخی از کشورها و از جمله در کشور ما حاکم است، پرداختن به صنعت، و قبول این که توسعه صنعتی موتور محرک برای توسعه اقتصادی است محل مناقشه قرار نمی‌گیرد. هر چند نقش دولت نیز در این مسیر باید هموار کننده مسیر برای توسعه صنعتی کشور باشد.

واژگان کلیدی: تحول، اشتغال، توسعه صنعتی، کیفیت

*- دکتری مدیریت

مقدمه

در عصر حاضر مشکل اشتغال زایی یکی از دغدغه‌های مهم مدیران و برنامه ریزان جوامع بشری محسوب می‌گردد. در گزارشی که در سال ۲۰۰۰، توسط سازمان جهانی کار^۱ منتشر شد، تاکید شده است که کشورهای جهان تا سال ۲۰۱۰ میلادی باید قادر به ایجاد ۵۰۰ میلیون موقعیت شغلی جدید باشند. (فهیمی، ۱۳۸۲، ۴۸)

با توجه به شرایط استثنایی انفجار جمعیتی کشورمان (تبعات نرخ رشد جمعیتی بالای سه درصدی سال‌های قبل) که در تاریخ کشورهای توسعه یافته جهان بی سابقه است و تاکید می‌کند که دولت‌مردان و چهره‌های سیاسی کشور بر موضوع اشتغال دارند، نشان از وجود گرهی می‌دهد که هنوز گشوده نشده و راه حل جامعی برای آن ارائه نگردیده است. به جز رجال سیاسی، کارشناسان و اهل نظر هم به این امر بسیار پرداخته‌اند، به طوری که مشکل اشتغال در مواردی سوژه جرایم بوده و یا موضوع بحث بسیاری از برنامه‌های رادیو و تلویزیونی قرار داشته است. اگر به گوشه‌هایی از دیدگاه‌ها یا باورهای صاحب‌نظران نگاه کنیم، راه حل‌های مورد نظر آن‌ها نیز قابل ردیابی است. به طور مثال اگر صحبت از حضور چند میلیون پنهانده و مهاجر در کشور می‌شود، گویای آن است که

1- World Labor Organization

عمده بیکاران را باید در طیف و قشری خاص از جامعه جستجو کرد. یا اینکه وقتی بحث خروج نخبگان و دانش آموختگان از کشور می‌شود - اگر این سوژه با اشتغال پیوند بخورد - سر دیگر طیف دیدگاه‌ها نمودار می‌گردد.

در این سخن کوتاه به هیچ روی قصد ارائه راهکار جامع برای مسأله اشتغال در بین نیست، آن چه بیشتر می‌تواند به‌عنوان هدف بحث مطرح شود، طرح مدلی است که تا حدی بتواند از زاویه‌ای خاص به موضوع بنگرد و وضعیت را به شکلی دیگر تبیین نماید.

وقتی اشتغال به‌عنوان یک مسأله مطرح می‌شود، بدون شک این حاصل را به همراه دارد که کشور از جهت منابع انسانی به صورت بالقوه و حداقل از حیث کمیت با مشکل مواجه نیست، لذا اگر ترتیباتی فراهم آید تا طرح‌ها و برنامه‌هایی در مسیر توسعه اقتصادی کشور به اجرا درآید (و به تبع آن نهادهای مرتبط شکل گرفته و به فعالیت پردازند) خود به خود مسأله اشتغال تا حد زیادی تخفیف خواهد یافت.

تحول و اشتغال

تحقیقات نشان می‌دهد که در سازمان‌های سنتی و سلسله‌مراتبی که مدیریت پیرو دیدگاه «فرماندهی و کنترل» است، فقط ۲۵ تا ۳۰ درصد ظرفیت منابع انسانی به کار گرفته می‌شود. (بلانچارد و دیگران، ۱۳۷۹، ۷) امروزه

آنها را مدنظر داشته باشند. پیشتاز^۱ به این معنا که سازمان چگونه می‌تواند ارزش افزوده منابع انسانی خود را به حداکثر برساند؟

جک ولش، مدیر عامل شرکت جنرال الکتریک، به کارکنان چنین توصیه می‌نماید: «شرکت‌ها نمی‌توانند به شما تضمین شغلی بدهند. این کار تنها از مشتریان ساخته است». وی تاثیر کارکرد همه کارکنان - صرفنظر از محل فعالیتشان در ساختار شرکت - را در نگهداری و خشنودی مشتری یادآوری نموده و هشدار می‌دهد: «کسی که به مشتریان نمی‌اندیشد، گویی اندیشه‌ای ندارد». (کاتلر، ۱۳۷۹، ۵۹) امروزه کارکنان هر سازمان مشتریان داخلی آن محسوب می‌گردند و باور بر این است که هیچ سازمانی قادر نیست تا رضایت مشتریان خود را فراهم آورد مگر آنکه ابتدا اسباب رضایت مشتریان داخلی (کارکنان) خود را تأمین نماید.

مدیرعامل شرکت ساوث وست ایرلاینز در آمریکا معتقد است: «واحد بازاریابی ما واحد مشتریان و واحد کارگزینی، واحد انسان‌ها می‌باشد». (همان منبع، ۲۶۳) این گونه نیست که منابع انسانی به خاطر بیش از حد غیر استراتژیک بودن، سزاوار داشتن هیچ استراتژی نباشد بلکه بر عکس، تمام شواهد حاکی از آن است که مدیران ارشد امروزه بیش از پیش بر اهمیت منابع انسانی به‌عنوان مهم‌ترین مسأله رویاروی سازمان‌ها واقف

کسب و کارها در دوره‌ای بسر می‌برند که اگر هر سازمانی نتواند سریعتر، ارزانتر و با کیفیت بالاتر از رقبای جهانی خود به تولید کالا یا خدمت پردازد، از صحنه بازار حذف می‌شود. در این میدان رقابت پرهیاهو، فقط سازمان‌هایی قادر به ادامه حیات خواهند بود که از تمامی ظرفیت منابع انسانی خود بهره می‌گیرند؛ و آنان که الگوهای سنتی مدیریت - که مبتنی بر فرماندهی مدیر و فرمانبری کارکنان است - را برگزینند، رفتنی هستند.

«دارایی ارزشمندی که برای ما مزیت رقابتی ایجاد می‌کند، کارکنان ما هستند»، مدیر عامل شرکت کرایسلر، رابرت ایتون، ضمن بیان این مطلب به مدیران قرن بیست و یکم گوشزد می‌کند «فرهنگ سازمانی شما و اینکه به کارکنانتان انگیزش دهید و آنان را توانمند سازید و آموزش دهید، چیزی است که شما را از دیگران متمایز ساخته و سبب پیشتازی شما در صحنه رقابت می‌شود». (آرمسترانگ، ۱۳۸۰، ۱۷) مایکل پورتر معتقد است که «مهارت‌ها و انگیزش افراد یک شرکت و نحوه به کارگیری آنها را می‌توان عامل مهم مزیت رقابتی آن به حساب آورد». (همان منبع، ۳۴) یک رویکرد پیشتاز، نقاط قوت منابع انسانی سازمان را به نحوی مشخص می‌کند که بر اساس آن بتوان برای کسب و کار، استراتژی‌هایی ایجاد کرد که چگونگی استفاده از این نقاط قوت و نحوه توسعه

داشتن برنامه، تلاش و شکیبایی است. (بلانچارد و دیگران، ۱۳۷۹، ۷)

گوهر مدیریت و رهبری کسب و کار در دهه ۱۹۹۰ و در آستانه ورود به سده بیست و یکم، رویکرد به دگرگونی‌ها و مهار آنهاست. برجسته‌ترین دگرگونی که نظام دویست و بیست ساله «وظیفه گرایی»^۲ بر پایه اندیشه‌های آدام اسمیت را زیر و رو کرده است، روی آوردن به «فرایند گرایی»^۳ در سایه پیدایش فناوری‌های نوین اطلاعات، رقابت فشرده جهانی، افزایش آگاهی مشتریان و فزونی تنوع حق انتخاب آنان می‌باشد. (گرو، ۱۳۸۰، ۱۱) ریچارد لاول از مدیران شرکت هیولت پاکارد می‌گوید: اکنون شتاب دگرگونی آنقدر زیاد است که توان همراه شدن با آن، به یک امتیاز رقابتی و نقطه قوت تبدیل گردیده است. توان «دگرگونی پذیری» به توان «نخود یادگیری» نیاز دارد. پتتر سنگه و دیگران، عنوان «سازمان‌های یادگیرنده» را به کار برده‌اند. (کاتلر، ۱۳۷۹، ۲۸-۲۷)

بنابراین تنها امتیاز رقابتی سازمان‌ها در دهه ۲۰۰۰ و در آغاز سده بیست و یکم، برخورداری از کارکنان فرهیخته و ارزشمند است و رفتار با آنان و چگونگی توانمند سازی این کارکنان، بزرگترین و دشوارترین چالشی است که رهبران و مدیران در این سده با آن روبرو هستند.

در جهان رقابتی و پرشتاب امروز، سازمان‌ها و بنگاه‌ها برای بقا و تداوم حیات خود نیازمند

می‌شوند. تغییر اصطلاح «پرسنل» به «منابع انسانی» بیانگر این مسأله است. (آرمسترانگ، ۱۳۸۰، ۳۳) در زیر نویس ترانزنامه اکثر شرکت‌ها این جمله به چشم می‌خورد: «با ارزشترین دارایی ما کارکنان ما هستند»، ولی همچنانکه صورت‌های مالی سازمان‌ها به دلیل پیروی از حسابداری سنتی از نمایش ارزش این دارایی ارزشمند چشم می‌پوشند، در برنامه ریزی کلان سازمان‌ها نیز نسبت به تبیین استراتژی‌های منابع انسانی غفلت می‌شود. دلیل اینکه فقط معدودی از سازمان‌ها دست به تدوین استراتژی‌های منابع انسانی زده‌اند، چیست؟ چرا شرکت‌هایی که در تدوین استراتژی‌های خود در سطوح بنگاه، واحد کسب و کار و وظیفه، الگو و پیشتاز بوده‌اند، در تدوین استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی خود، کند عمل می‌کنند؟ آنچه که مدیران به دنبال آن هستند، یافتن راه حل مشکلات کار، با استفاده از منابع کمتر و در فاصله زمانی کوتاه‌تر است؛ و از طرف دیگر، انتظارات کارکنان امروز، احساس مالکیت، خود باوری و امکان توسعه می‌باشد. کن بلانچارد، نویسنده شهیر مدیریت، بر این باور است که «توانمندسازی» (توان افزایی) پاسخی در خور به این خواسته‌ها و انتظارات است.

«توانمند سازی»^۱ کلیدی است برای بهره برداری از تمامی ظرفیت منابع انسانی یک سازمان و در عین حال یکی از پرچالش‌ترین برنامه‌هایی است که در یک سازمان می‌تواند پیاده شود. تحقق برنامه «توانمند سازی» مستلزم

2- Duty Oriented

3- Process Oriented

1- Empowerment

انسان‌های خلاق، دانشگر، فرصت شناس و تبیین گر مسایل بی بهره هستند، خیلی از فرصت‌ها و موقعیت‌ها را از دست خواهند داد؛ زیرا سازمان‌ها در خلا نیستند، بلکه در محیطی پرتلاطم قرار دارند که شرایط محیطی درونی و بیرونی، حیات سازمانی آنها را به شدت مورد تهدید و تاثیر قرار می‌دهند.

بسیاری از مدیران در مورد توانمند سازی صحبت می‌کنند، اما در بیشتر موارد واقعا نمی‌دانند توانمندسازی چیست؟ برای بسیاری از آنها، توانمند سازی اعطای اختیارات به کارکنان برای تصمیم گیری به منظور تأمین رضایت مشتریان است مشروط بر این که سیاستها، رویه‌ها و مقررات سازمان را مراعات کرده و از آن تخطی ننمایند. این به مفهوم آن است که در حقیقت توانمند سازی وجود ندارد. توانمند سازی واقعی آن است که کارکنان بتوانند بر اثر آن برای حل مشکل مشتریان به ابتکاراتی دست بزنند که در چارچوب مقررات سازمانی، پیش بینی نشده است. (رهنورد، ۱۳۷۹، ۷۶) تا اوایل سال ۱۹۸۰ تقریباً تمامی شرکت‌ها و سازمان‌ها بر این باور بودند که کیفیت تنها در کالای نهایی تجلی می‌یابد و رضایت مشتری فقط با دریافت کالا یا خدمت مناسب تأمین می‌شود. از این رو رقبای ژاپنی و اروپایی کالاهای صرفاً با دوامی را تولید و به‌عنوان یک کالای با کیفیت، به بازار عرضه می‌کردند. اما به تدریج با رشد و پیشرفت فناوری و ابداع سیستم‌های طراحی و ساخت توسط رایانه، اتکاء به مهارت انسانی کاهش یافت و موجبات تولید و ارایه محصولات

تحول سازمانی هستند و قطعاً این تحول تصادفی نیست، بلکه ارادی و برنامه ریزی شده است و جنبه تکاملی و رو به رشد دارد. هر سازمان اعم از دولتی و خصوصی، با توجه به تغییراتی که در پارادایم‌ها (قواعد و چارچوب‌های ذهنی) صورت می‌گیرد نیاز به تغییر و تحول را احساس می‌کند. البته تحول نیاز به ابزار دارد و هنگامی صورت می‌گیرد که در ابعاد ساختاری و نیز ابعاد رفتاری، تغییراتی مثبت ایجاد شود. در واقع مقوله تحول در سازمان را باید یک فرایند تلقی کرد که در آن انسان و به طور کلی منابع انسانی به‌عنوان عنصر کلیدی دارای چهار نقش عمده؛ طراحی و برنامه‌ریزی تحول، اجرای برنامه تحول، ارزیابی دستاوردهای برنامه تحول و بالاخره بهره‌مندی از نتایج تحول است. بدیهی است در جریان این فرایند، درجه و نوع توانمندی‌های منابع انسانی از عوامل تعیین کننده و در حقیقت پیش نیاز هر برنامه تحول سازمانی است و اصولاً این توانمندی‌ها تابع دو عامل خواستن و توانستن است. عامل خواستن از طریق نظام‌های انگیزشی و عامل توانستن از طریق نظام‌های آموزشی، بهبود و توسعه می‌یابد. با توجه به سطح دانش، مهارت‌ها و آگاهی‌های نیروهای انسانی توانمند و نقش تحول آفرین آنها، اتسان دیگر در سازمان‌های امروز ابزار تلقی نمی‌شود، بلکه سرمایه و محور تحول و بالندگی است. واقعیت اینکه سازمان‌هایی که از وجود

مشکل خاصی روبرو نباشد و غالباً کالا با هر کیفیتی به راحتی به فروش برسد. جوزف جوران کیفیت را «درست مناسب مصرف» تعریف می‌کند. فیلیپ کرازبی بنیانگذار راهبرد صفر نقص (بدون نقص) کیفیت را تطابق با خواسته و عدم کیفیت را عدم تطابق با خواسته تعریف کرده است. فیلیپ کاتلر معتقد است، کیفیت کالا توانایی و قابلیت‌های کالا در انجام وظایف محوله را نشان می‌دهد و ویژگی‌هایی نظیر دوام، قابلیت اعتماد، دقت، سهولت استفاده، تعمیرپذیری آسان و سایر صفات ارزشمند کالا را در برمی‌گیرد. اندازه‌گیری بعضی از این صفات عملاً امکان پذیر است. او بیان می‌دارد، تولید کننده پیش از تولید یک کالا می‌باید یک سطح کیفی برای آن انتخاب نماید و این سطح کیفی باید بتواند از جایگاه کالا^۱ در بازار هدف دفاع کند. جان پاپین کیفیت را تأمین خواسته‌ها و انتظارات توافقی شده با مشتری تعریف می‌کند. ادوارد دمینگ بنیانگذار مکتب «مدیریت کیفیت جامع» کیفیت را به‌عنوان یک سیستم بی‌نقص توصیف و تأکید می‌کند که جهت‌گیری تلاش‌های کیفیتی باید در زمینه نیازهای فعلی و آتی مشتریان باشد.

در میان سه شاخص مهم مدیریتی یعنی؛ کیفیت، هزینه و بهره‌وری، تاریخچه انسانی

مشابه برای شرکت‌های رقیب فراهم آمد؛ به‌گونه‌ای که تشخیص و تفکیک کالاهای ارابه شده توسط شرکت‌های گوناگون در بازار بسیار مشکل بود. لذا شرکت‌ها برای پیشی گرفتن از رقبای خود ناگزیر به دنبال مفاهیم جدیدی بودند تا با مشخصه‌های کیفی کالای خود تلفیق کرده و با ایجاد تمایز میان محصولات خود و دیگران، سهم بازار بیشتری را به خود اختصاص دهند.

مدیریت، کیفیت و اشتغال

به‌عقیده عده‌ای «کیفیت» و «دستیابی به استانداردها» مترادف بوده و کیفیت را دستیابی به استانداردهای ازپیش تعیین شده محسوب می‌کنند، در صورتی که باید توجه داشت که در استاندارد، حداقل عملکرد تعیین می‌شود و ارتباطی به کیفیت ندارد، در نتیجه باید به کیفیت از جنبه ارتقای مستمر کیفیت برخورد نمود تا بتوان به خوبی انتظارات و خواسته‌های مشتری را برآورده نمود. اعتقاد کلی مدیریت سده بیست و یکم بر این است که بایستی همواره خود را با مسأله کاهش هزینه‌ها، به وسیله کاهش انواع ضایعات و افزایش کیفیت خدمات، در حال تعادل نگه دارند. اما شواهد نشان می‌دهد که یکی از مشکلات مهم کشورهای در حال توسعه، نبود بازار رقابتی سالم و مناسب در آن کشورهاست. به‌گونه‌ای که باعث شده در اکثر این کشورها، کالاهای تولید شده به علت اشباع نشدن بازار و به عبارتی فزونی تقاضا به عرضه، با مانع و

گروههای کیفیت، مدیریت مشارکتی، فنون مدیریتی کایزن^۱، الگو برداری^۲ و تحلیل خطا، مطرح و به سرعت در حال فراگیر شدن است. بر پایه این رویدادها، استانداردهای مدیریتی تدوین شده و در کنار این استانداردها، روشهای اجرایی مختلفی در سطح ملی و جهانی در حال تکوین است.

آنچه که امروز در صنایع، مراکز دولتی، نظامی، آموزشی و خدماتی از آن سخن به میان می رود، کیفیت است. آشکار شدن مزیتها و قابلیت‌های غیر قابل انکار مدیریت کیفیت در مقابل مدیریت کلاسیک و همچنین ورود مفاهیم و فناوری‌های جدید همراه با مدیریت کیفیت، به‌عنوان تحولی عمیق و کارا در علم مدیریت، باعث حرکت بنگاه‌های اقتصادی به سمت این شیوه جدید شده است.

عده‌ای معتقدند قدیمی‌ترین شکل استفاده از کیفیت به ۳۰۰۰ سال قبل از میلاد، زمانی که بابلیها از واحدهای استاندارد برای توزین و یا اندازه‌گیری کالاها به صورت توافقی بین هم استفاده می‌کردند، بر می‌گردد. کیفیت در بابل قدیم به اندازه‌ای از اهمیت برخوردار بود که ارتشیان بابل مجبور به رعایت اصول نوشته شده بودند. این اصول، ضوابط اجرایی کارها را نشان می‌داد که به تدریج کامل می‌گردید. در مصر

کیفیت بسیار قدیمی تر از سایر شاخص‌هاست و به‌عنوان تنها شاخص مورد توجه مشترک تولیدکنندگان و مشتریان: کیفیت مفهوم بسیار انسانی تر نسبت به دو شاخص دیگر یعنی هزینه و بهره‌وری دارد. (Kondo, 1997, 357)

جوزف جوران، استاد صاحب‌نظر در زمینه کیفیت، معتقد است در زمان کمبود، نخستین چیزی که قربانی می‌شود کیفیت است و این اصل در کشورهایی که بازار رقابتی سالم ندارند، به خوبی مشاهده می‌شود. (Baker, 2001, 685) کندو نیز معتقد است: درخواست از مدیران ارشد سازمان‌ها جهت افزایش کیفیت بسیار آسان‌تر پذیرفته می‌شود در حالیکه هنگامی از آنها تقاضای کاهش هزینه‌ها و یا بهبود بهره‌وری می‌شود از آن امتناع می‌کنند. (Kondo, 1997, 357) اما از سویی خوشبختانه در سال‌های اخیر، به دلایل مختلفی مثل بروز تنگناهای اقتصادی، درک این واقعیت از سوی سازمان‌ها، که بهبود کیفیت می‌تواند با کاهش هزینه‌ها و نه افزایش آن همراه باشد، سبب شده است به مقوله کیفیت اهمیت بیشتری داده شود.

هنوز چند سالی نیست که مباحث جدید مدیریت کیفیت^۱، مدیریت کیفیت فراگیر^۲ و مفاهیمی چون مدیریت تولید به زمان^۳،

4- 5 S

5- Benchmarking

1- Q.M

2- T.Q.M

3- J.I.T

است که از زمان آغاز حیات بشر و استفاده او از ابزارها مورد توجه بوده است و پیر بیراه نیست که قدمتی در حدود یک میلیون سال برای آن قایل گردید. اما هزینه عموماً زمانی مفهوم پیدا کرد که نقش پول به عنوان وسیله معامله، جایگزین داد و ستد پایاپای گردید. تاریخچه هزینه به دلیل پیوند با پیدایش پول، قدمتی در حدود ده هزار سال دارد. مفهوم بهره وری همزمان با انقلاب صنعتی و به دلیل آغاز تولید انبوه^۱ کالاها در آن دوران، قدمتی در حدود دوپست سال دارد (ibid, 357-358).

جدول یک - تاریخچه انسانی کیفیت، هزینه و بهره‌وری	
شاخص	پیشینه (سال)
کیفیت	۱ ۰۰۰ ۰۰۰
هزینه	۱۰ ۰۰۰
بهره وری	۲۰۰

منبع: (Kondo, 1997, 83)

زمانی که مشتریان در هنگام خرید برای انتخاب کالای مورد نظرشان با کالاهای دارای کیفیت مشابه مواجه می‌شوند، معمولاً کالای با قیمت ارزان‌تر را انتخاب می‌کنند، و تولید کنندگان باید روی این مسئله با دقت عمل کرده و به یاد داشته باشند که هزینه و قیمت از دو جنس متفاوت هستند. این دو نه فقط از نظر اندازه و مقدار بلکه از نظر ویژگی‌ها نیز با هم متفاوت می‌باشند: هزینه صرفاً توسط عرضه کنندگان

قدیم نیز عمق رودخانه نیل را اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل می‌کردند. نتایج این بررسی‌ها در برنامه ریزی‌های کشاورزی استفاده می‌شده است. همچنین در مصر قوانین و مقررات مربوط به ساختمان سازی، معماران را به رعایت اصولی در ساخت ابنیه و امی داشته است و عدم رعایت اصول یاد شده و یا آسیب رسیدن به ساکنان از عملکرد معمار در ساخت بنا، جریمه‌های هنگفت در بر داشته است. در قرون وسطی کالا و خدمات را هنرمندان تولید می‌کردند و مستقیماً به مشتریان می‌فروختند. در نتیجه این ارتباط مستقیم، میان تولید کننده و مشتری، تعهد مهمی از سوی تولید کننده به مشتری و مشتری به تولید کننده بوجود آمده که موجب رعایت کیفیت در محصولات تولیدی می‌شده است و بر اثر همین ارتباط، کیفیت کالاها به طور مستمر بهبود می‌یافته که موجب رضایت کامل مشتری می‌شده است. (ماهنامه تدبیر، ۱۳۷۹، ۸۱ و ۷۶) پرواضح است که کیفیت جزء بسیار پراهمیت مد نظر مشتری است. زیرا همواره سعی در انتخاب، خرید و یا استفاده از کالاها و خدماتی دارد که با توجه به مطلوبیت مورد نظرش دارای کیفیت مناسبی باشد، در نتیجه با اطمینان می‌توان گفت که کیفیت فصل مشترک اصول مورد توجه تولید کننده و مشتری است، (Kondo, 1997, 358)

در مورد تاریخچه سه شاخص اصلی مدیریت که ذکر آن رفت کندو معتقد است؛ کیفیت شاخصی

درباره «تعریف توسعه»

«توسعه» اصطلاحی است که تعریف آن «وضعیتی» است نه «وصفی». توسعه خواه ناظر به توسعه جامعه‌های اروپایی پس از رنسانس و انقلاب صنعتی باشد، خواه ناظر به توسعه کشورهای جهان سوم، در هر حال، اصطلاحی است که برای یک تحول جدید و بی سابقه وضع شده است. تأکیدی که برخی صاحب‌نظران برای «عینی» قلمداد شدن تعریف توسعه دارند، از همین بابت است.

اینان معتقدند، توسعه اصطلاحی نیست که ما به دلخواه و از پیش خود بخواهیم آن را تعریف کنیم. توسعه، تحولی است اقتصادی و اجتماعی که در عالم واقع رخ داده و هر تعریفی باید مبتنی بر ویژگی‌های همان رخداد معین باشد. به این ترتیب حتی نباید ارزش‌ها یا آرمان‌هایی را که بنابر تمایلات فرهنگی خود برای تحول جامعه ضروری می‌دانیم در تعریف توسعه دخالت دهیم.

مسأله ارزش‌ها، مسأله تفکیک میان «ارزش داوری»^۱ و «ارزش نگری»^۲ را به میان می‌آورد. در عین حال که داوری ارزشی درباره توسعه، امکان تعریف عینی توسعه را سلب می‌کند و می‌تواند ما را از شناخت پدیده موجود غافل کند، اما نباید از نظر دور داشت که فرآیند

مواد اولیه محصول تعیین می‌شود، قیمت نیز تحت تاثیر عوامل خارجی مثل سلیقه‌های مشتری و تقاضا، وضعیت بازار، و امثال آنها قرار دارد.

چه تعدادی از مشتریان در هنگام خرید کالاهای مورد نیازشان از تولیدکنندگان، به میزان بهره‌وری آنها اتکا می‌کنند؟ قطعاً تعداد زیادی نیستند، بلکه مشتریان در هنگام خرید کالاها - خصوصاً کالاهای با درگیری زیاد^۱ (۲) - به خدمات پس از فروشی که تولیدکنندگان ارائه می‌کنند توجه دارند. (ibid, 1997, 358)

جدول دو، اصول مورد توجه تولیدکنندگان و مشتریان را مقایسه می‌کند. همانطور که در جدول مشخص است، به رغم اینکه وجه مشترک آنها، کیفیت است آنها از دو دیدگاه متفاوت با کیفیت برخورد می‌کنند، اما به هر شکل، کیفیت تنها عاملی است که بین هر دو گروه مشترک است.

جدول دو - اصول مورد توجه تولیدکنندگان و مشتریان

تولیدکنندگان	مشتریان
کیفیت	کیفیت
هزینه	قیمت
بهره‌وری	خدمات پس از فروش

یادداشت: تولیدکنندگان و مشتریان از دو دیدگاه متفاوت با کیفیت برخورد می‌کنند.

منبع: (Kondo, 1997, 358)

2- Werturteil

3- Wertbeziehung

1- High Involment Goods

این دوره از نظریات توسعه، یعنی کتاب «گذر از جامعه سنتی» اثر «دانیل لرنر»، مبین همین گرایش بود. از این رو در مباحث اولیه، توسعه مترادف نوسازی و این یکی نیز مترادف «غربی شدن»^۷ تلقی می‌شد و «غربی شدن» هم عبارت بود از اقتباس کامل یا جزئی مدل توسعه کشورهای غربی. ناگفته پیداست که در این طرز تلقی از مسأله توسعه تا چه اندازه مایه‌های فرهنگ غربی دخالت کرده و خود را به صورت ارزش مسلط در تعریف توسعه نشانده است. (قاضیان، ۱۳۷۱، ۱۰۰)

جدایی نظریه‌های توسعه از یکدیگر تا حد زیادی به تعریف‌های متفاوت از توسعه باز می‌گردد. برخی صاحب‌نظران معتقدند توسعه، تحولی است اقتصادی و اجتماعی که در عالم واقع رخ داده و هر تعریفی باید مبتنی بر ویژگی‌های همان رخداد معین باشد. در هر تعریفی از توسعه، نمی‌توان از کنار جنبه ارزشی نهفته در تعریف‌ها بی تفاوت گذشت. هر چند این تعریف‌ها، عینی باشد. گروهی توسعه اقتصادی را پدیده‌ای عام تر از رشد اقتصادی می‌دانند و عده‌ای، رشد مداوم و پایدار را توسعه اقتصادی تلقی می‌کنند.

اشتغال و توسعه

در پی جدی شدن بحث توسعه در کشورهای مختلف، تعاریف و تعابیر گوناگونی برای آن نقل شده است که بعضی از آن‌ها قابل تامل بوده و می‌تواند راهگشا باشد. به طور نمونه اینکه توسعه مساوی «افزایش سریع تولید ملی» است

7- Westernization

توسعه - چنانکه واقع شده - فرآیندی است چند بعدی که ابعاد ارزشی و به معنای عام تر، ابعاد فرهنگی آن را نمی‌توان نادیده انگاشت. در مقام تعریف توسعه، ما با پدیده‌ای روبرو هستیم که بخشی از آن جنبه ارزشی دارد. بنابراین در هر تعریفی از توسعه، نمی‌توان از کنار جنبه ارزشی نهفته در تعریف‌ها بی تفاوت گذشت، هر چند این تعریف‌ها، به اعتباری که گفته شد، «عینی» باشند. در تاریخ سه قرن اخیر غرب، سه واژه «ترقی»^۱؛ تکامل^۲ و توسعه^۳ برای توضیح تحول اجتماعی به کار رفته است. اصطلاح توسعه در معنای جدید آن، تنها پس از پایان جنگ جهانی دوم فراگیر شد. اما این اصطلاح، بار خوشبینانه واژه ترقی را که بیانگر فکر انسان دوره روشنگری بود و نیز بار اندیشه «قوم‌مداری»^۴ غربیان قرن نوزدهم را که در کاربرد اجتماعی واژه «تکامل» مستتر بود، با خود به همراه دارد. واژه توسعه^۵ به معنی خروج از لفاف^۶ است. نخستین نظریه پردازان توسعه پس از جنگ جهانی دوم - که بعدها

نظریه شان به نام نظریه نوسازی^۶ مشهور شد - بر آن بودند که این «لفاف» همان جامعه سنتی و فرهنگ و ارزش‌های این جامعه است. کتاب مشهور

-
- 1- Progress
 - 2- Evolution
 - 3- Development
 - 4- De-velop
 - 5- Envelope
 - 6- Modernization

شرکت‌ها و واحدهای کوچکتر و تسهیل مبادله و دادوستد میان این شرکت‌ها، ایجاد واحدها و تشکل‌های خودگردان، تشویق به ایجاد مؤسسات خصوصی و نیمه خصوصی با مشارکت مدیران را می‌توان نام برد. به نظر می‌رسد این حرکات در نهایت نوعی تقسیم امکانات موجود بوده و توسعه را در شکل کلان آن که رسالت دولت می‌تواند باشد، هدف قرار نداده است. این امور و این گونه اقدامات اگر هر نتیجه‌ای داده باشد لاقلاً برخی از وظایف دولت همچون توسعه صنعتی و اشتغال مولد را که از طریق ایجاد مراکز صنعتی بزرگ میسر می‌شود، به طور بارز محقق نساخته است.

واقع آن است که صنایع و سازمان‌های بزرگ صنعتی دستاوردهایی دارند که مهمترین آن‌ها ایجاد محیط و فضای صنعتی، تربیت نیروهای متخصص و کارآموده، تربیت مدیران برجسته صنعتی، ایجاد محیط مساعد نوآوری و خلاقیت، کارآفرینی، تسهیل رابطه دانشگاه و صنعت، زمینه‌سازی برای ایجاد طیف گسترده‌ای از صنایع کوچک و متوسط خصوصی و در نهایت جهت دهی صنعت در کشور است.

از بعد دیگر و در مورد فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، مشکل صرفاً کار و اشتغال نیست. بلکه بحث بر سر فضای واسطه برای انتقال از محیط آموزشی به محیطی است که به واقع کار آن‌ها بازده مشخص اقتصادی داشته باشد. اگر شرایط لاقلاً برای

و یا توسعه عبارت از «بهینه سازی در استفاده از نیروهای بالقوه مادی و انسانی یک جامعه» می‌باشد.

بدین ترتیب و با عنایت به شرایطی که در برخی از کشورها و از جمله در کشور ما حاکم است، پرداختن به صنعت و قبول اینکه توسعه صنعتی موتور محرک برای توسعه اقتصادی است محل مناقشه قرار نمی‌گیرد. به طور قطع در شرایط امروز پرداختن به صنعت و حرکت در جهت نوسازی و توسعه صنعت می‌تواند بستری برای توسعه همه جانبه فراهم آورد که در نهایت مشکل اشتغال به‌عنوان بخشی از موانع توسعه در آن قابل رفع خواهد بود.

طرح این موضوع و پرداختن به صنعت و توسعه نباید این ذهنیت را تقویت کند که هدف، ورود بیشتر دولت به عرصه اقتصاد و رواج یافتن رانت و غیر آن می‌باشد؛ به عکس آن چه که مطمح نظر قرار دارد، اصل حرکت توسعه‌ای است که جایگاه و نقش دولت در آن به شکل قابل قبول می‌تواند تبیین شده و عملی گردد.

آن چه در سال‌های اخیر در رفتار و عملکرد برخی از مدیران نهادهای صنعتی وابسته به دولت می‌توان مشاهده کرد اجرای طرح‌های متنوعی است که هدف اصلی آن عمدتاً اقتصادی کردن و سودآور نمودن مؤسسات مربوط به آن‌ها بوده است. نمونه‌هایی از این گونه اقدامات در صنایع بزرگ نیز قابل پیگیری است که از آن جمله تقسیم سازمان‌ها به

انسانی صنعتی در کشور باشند، دیدگاهی در جهت غیراقتصادی کردن این مؤسسات نیست، بلکه آنچه به طور بارز مورد توجه است این نکته می‌باشد که نباید و نمی‌شود صرفاً سودآوری و انتفاع را بین مدیران و کارکنان تقویت کنیم، که این روند نتیجه‌ای در راستای توسعه صنعتی به همراه نخواهد داشت.

به این ترتیب صنایع بزرگ باید نقش محوری در هر توسعه بازی کنند. آن‌ها می‌توانند با پذیرش مسئولیت صنعتی شدن کشور، مسیر توسعه صنعتی را هموار سازند. این کانون‌های صنعتی جهت‌های صنعتی شدن کشور را مشخص می‌سازند و نیروی کارآمد و مدیران مناسب در این جهات را نیز تربیت کرده و به جامعه صنعتی تحویل می‌دهند. با نگاهی به صنایع موجود با این خصوصیات، به نظر می‌آید مواردی وجود دارد که قابلیت تبدیل شدن به کانون‌های توسعه را دارد و طرح‌های دیگری نیز باید از طریق دولت و یا ساماندهی از طرف دولت اجرا شود.

دانش برنامه ریزی توسعه، دانشی است میان رشته‌ای و چند تخصصی و به هیچ وجه با مخلوطی از بیست زیر رشته علم اقتصاد و یا هندسه و ریاضی و کمی نقد آرمان گرایانه سیاسی در مقاطع تعجیلی تدوین برنامه‌های توسعه، سامانی در خور ویژگی‌های ملی نخواهد یافت. و از آن جا اساساً ماهیت وارداتی ندارد («مارتیا سن» و «ژوزف استیگلیتز» دو برنده جایزه نوبل اقتصاد هر دو در راستای خطرات گزینش

حضور اولیه آن‌ها در محیط کار فراهم شود به طوری که جهت شغلی پیدا کنند و برای ایفای وظیفه، اعتماد به نفس بیابند، خود به خود به عنوان عناصری کارآمد در بخش‌های وسیع بازار کار جذب می‌شوند و خود نیز ایجاد کننده و توسعه دهنده مشاغل برای سایرین خواهند بود. اگر قرار است کار تولید شود، به کارآفرین نیاز است و کارآفرین در دنیای امروز قطعاً از میان قشر تحصیلکرده و مدیران اندیشمند و با تجربه ظهور می‌کند. پس باید شرایطی برای آزمون و خطا فراهم آوریم. حال اگر کشور می‌خواهد چنین مکان و امکانی را فراهم کند - به طوری که این نیروها هم خود مفید و مؤثر باشند و هم منشاء گسترش و توسعه صنعت کشور شوند - چگونه و در چه میدانی باید این اتفاق عملی گردد.

صنایع مادر و صنایع بزرگ کشور - چه آن‌ها که وجود دارند و چه طرح‌هایی که در آینده اجرا می‌شود - می‌بایست میدان حضور نیروهای تحصیلکرده شوند تا اینان با پریدن از این سکوها، هم جمع بزرگی از مدیران برای اداره مؤسسات کشور را مهیا سازند و هم این افراد مجرب و کارآزموده در صورت خروج از این صنایع و سازمان‌ها، خود ایجاد کننده و یا توسعه دهنده دیگر مؤسسات کوچک و بزرگ شوند.

تاکید بر این که مؤسسات صنعتی بزرگ باید راهگشای توسعه صنعتی و توسعه نیروی

در کشور ما، به نوبه خود فرصت‌های توسعه را به ویژه در مورد فرار سرمایه‌ها، مغزها و تغییرات شدید در جهت مبهم کردن آینده قابل برنامه ریزی، به چالش می‌کشد.

به منظور نتیجه گیری از بحث، خوب است نقش و وظیفه دولت را در مسیر توسعه صنعتی، مشابه نقش دولت در ایجاد راه‌ها و آزاد راه‌ها بدانیم. به جز برکاتی که در اجرای این گونه پروژه‌ها عاید کشور می‌شود، بهره برداری از آن نیز گشودن مسیرهای بسیاری را در بخش‌های مختلف زندگی اقتصادی و اجتماعی مردم به همراه می‌آورد، این در واقع نقش دولت در توسعه است. پس اگر دولت در صنعت نیز پای می‌گذارد باید این اقدام، هموار کننده مسیر برای توسعه صنعتی کشور باشد.

الگوهای توسعه شدید کننده نابرابری طی سال‌های اخیر هشدار داده‌اند) ضرورت تربیت کارشناسان تالیق کننده و مدیران اجرایی راهبردنگر را بیش از گذشته پیش روی ما گذاشته است. (سر مقاله تدبیر، ۱۳۸۱، ۱۳)

نتیجه گیری

نخست آن که بیان توسعه در کشورهای توسعه نیافته و علل ساختاری آن به شدت نگران کننده است و الگوهای به کار گرفته شده با همه دستاوردهایش به خاطر فقر افزایشی، نخستین شرط توسعه پایدار را که ثبات سیاسی - اجتماعی است به زیر سؤال برده است.

دوم این که ساختار شدید کننده بی ثباتی ملی در کشورهای در حال توسعه و به خصوص

منابع

- ۱- آرمسترانگ، مایکل «راهبردهای مدیریت منابع انسانی» خدایار ایلی، حسن موقفی، نشر فرا، چ اول، ۱۳۸۰
- ۲- بلانچارد، کن، کارلوس، جان پی، راندرف، آلن «سه کلید توان افزایشی» فضل ا... امینی، نشر فرا، چ اول، ۱۳۷۹
- ۳- رهنورد، فرج ا... «مدیریت کیفیت نگاهی فراگیر به سازمان و نیروی انسانی» ماهنامه تدبیر، ش ۱۰۸، سال یازدهم، آذر ۱۳۷۹
- ۴- فهیمی، مهدی «فناوری اطلاعات (رویکردی نوین در اشتغال زایی)» ماهنامه تدبیر، ش ۱۳۲، سال چهاردهم، اردیبهشت ۱۳۸۲
- ۴- قاضیان، حسین «تعریف توسعه» اطلاعات سیاسی و اقتصادی، ش ۶۴ و ۶۳، سال هفتم، ۱۳۷۱، ۱۰۰
- ۵- کاتلر، قیلیپ «کاتلر در مدیریت بازار» عبدالرضا رضایی نژاد، نشر فرا، چ اول، ۱۳۷۹

- ۶- گرو، اندرو «تنهایی پروایان پایداری» عبدالرضا رضایی نژاد، نشر فرا، چ دوم، ۱۳۸۰
- ۷- _____ «مدیریت کیفیت نگاهی فراگیر به سازمان و نیروی انسانی» ماهنامه تدبیر، ش ۱۰۸، سال یازدهم، آذر ۱۳۷۹
- ۸- _____ «به بهانه تدارک برنامه چهارم توسعه» ماهنامه تدبیر، ش ۱۳۰، سال سیزدهم، بهمن ۱۳۸۱
- 9- Baker , Michael j. (2001) , “ *Encyclopedia of Marketing* ” , Thomson Learning Business Press
- 10- Kondo , Yoshio (1997) , “ *Quality as a source of empowerment* ” , The TQM Magazine , Vol. 9 No. 5 , pp-357-363