

- جهش تولید از مسیر بهره‌وری
- مدل راهبردی جهش تولید ملی
- کارنامه تولید فضا: مقیاس مغفول مانده صنعت ساخت
- تحول در صنعت خرده‌فروشی با فناوری و واقعیت افزوده
- کشف و پرورش استعداد‌های مدیریتی، کلید موفقیت کسب‌وکارها

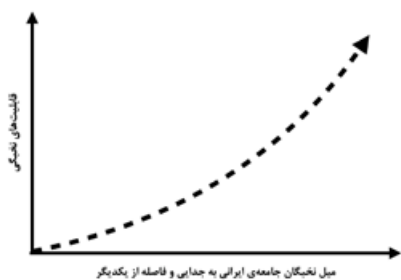
بر جهش تولید چه گذشت؟





نخبگان امروزی، چطور می‌توانند فرصت‌آفرینی کنند؟

رضا غیابی / مشاور استراتژی و توسعه‌دهنده کسب‌وکار



درآمد سرانه و مانند این‌ها تأثیر به‌سزایی گذاشته است و به این طریق آن حوزه و به طبع آن زندگی افرادی وابسته به آن را متحول ساخته‌اند. امروز بیشتر از هر زمان دیگر لازم است تا نخبگان جامعه در هر جایی که هستند به دلیل پیشبرد منافع خود هم که شده با یکدیگر ارتباط مؤثر، معنادار و هدفمند برقرار کنند. بررسی تاریخ و عرف جامعه‌ی ایران نشان می‌دهد، قاطبه‌ی حرکتی که این گروه منفرداً انجام داده‌اند ابر مانده است. به عبارتی نشانه‌ی نخبه بودن به غیر از تیزهوشی، پول، سخت‌کوشی، یا حتی جذابیت، مهارت افراد برای ارتباط‌گیری با کسی است که ذهنیت یا باورهای مشترک با او دارند. آفریدن فرصت از هر جنس که می‌خواهد باشد: خواه فرصت‌یادگیری، خواه فرصت ایجاد تغییرات مثبت و خواه فرصت‌های اقتصادی، در گرو با هم بود نخبگان کشور است. در ادامه به چند پیشنهاد راهبردی کلان که می‌تواند به نخبگان برای فرصت‌آفرینی کمک کند اشاره شده است. این روش‌ها می‌توانند توسط تصمیم‌گیران بخش خصوصی و عمومی به کار گرفته شود تا هم اثرات کاری که می‌کنند افزایش یابد و هم فواید کلان برای کشور داشته باشد.

۱. اصرار بر فعالیت‌های بین‌رشته‌ای در تصمیم‌گیری‌ها که در آن از نظر دو یا چند متخصص بهره گرفته شود.
۲. نهادسازی در زمینه‌ی جورچین کردن افراد و سازمان‌هایی که علاقه‌مندی‌های مشترک دارند، از جمله اندیشکده‌هایی که به خصوص در مورد موضوعات اقتصادی فعالیت کنند.
۳. گردهم آوردن رهبران اندیشه و عمل در اتاق‌های فکر یا شوراهای راهبردی برای پروژه‌های کلان و خرد

در آخر لازم است به این موضوع توجه گردد که اصولاً هر نظریه‌ای به این درد می‌خورد که به تحلیل بهتر ما کمک کند. امید است با در نظر گرفتن نظریه آنتروپی نخبگان و متقابلاً اتحاد لمپن‌ها در ایران امروز، جامعه‌ی نخبگان به سمتی حرکت کند که سبک زندگی فرصت‌آفرینی را انتخاب نموده، مشترک بخواهد و مشترک بسازد. همچنین تصمیم‌گیران در حوزه‌های گوناگون از روش‌هایی بهره‌گیرند تا زمینه حضور نخبگان در امور را فراهم سازد.

چرا در ایران از پنج نفر روشنفکر ایرانی که در یک میزگرد شرکت می‌کنند، شش عقیده‌ی متناقض در می‌آید، اما قیمت فلان میوه توسط واسطه‌ها در سراسر ایران آن هم در یک لحظه تعیین می‌گردد؟! علت این موضوع پدیده‌ای است که نگارنده آن را «آنتروپی نخبگان» می‌نامد و در این یادداشت به آن پرداخته شده است. از مقایسه ارتباط سطح تحصیلات و تولید ناخالص سرانه کشور ایران که در گزارش اخیر دانشگاه استنفورد آمده است، می‌توان دریافت که رشد اقتصادی در ایران بسیار کمتر از کشورهای دیگر از جمله مالزی، بلغارستان و ترکیه به توان و سواد عملی نیروهای انسانی‌اش ربط دارد. یعنی به عبارتی در ایران نخبگان کشور نقش ناچیزی در خلق ثروت و به طبع آن، بهره‌بردن از رفاه ناشی از آن دارند. از طرفی، پراکندگی بسیار زیاد نخبگان ایرانی در آمار دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور در قاره‌های گوناگون و همچنین تعداد کم محافل همچون اندیشکده‌ها و اتاق‌های فکر به نسبت مراکز صنعتی و آموزشی در داخل کشور نشان می‌دهد که نخبگان ایرانی چه در بین جمعیت مقیم ایران باشند و چه از آن چهار میلیون نفر ایرانی مقیم خارج از کشور، از هم جدا افتاده‌اند. تراژدی اینجاست که این جدایی فیزیکی و فکری، در چند دهه‌ی گذشته تبدیل به نوعی از هم‌گریزی هم شده است که نگارنده آن را «آنتروپی نخبگان» می‌نامد. اقرار اینکه روشنفکر، نخبه و صاحب‌نظر ایرانی بگوید با دیگری باوری مشترک دارد، برای او ضد ارزش شده است. این موضوع را می‌توان در بین نقاشان، موسیقیدانان، اصحاب رسانه، نویسندگان، اساتید دانشگاه، سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران اقتصادی و حتی کارآفرینان دید که در هنگام بیان عقاید، بسیار کم به یکدیگر استناد می‌کنند و خود را هم‌باور هم‌کیشان خود نشان نمی‌دهند. در مقابل، لمپن‌های ایرانی که از گروه‌های قابل توجه تضاد با جریان نخبگی هستند، به راحتی و از طریق مکانیزم‌های جذب حمایت، واسطه‌گری و کلاهبرداری به همدیگر متصلند. درست به دلیل همین دوری نخبه‌ها و نزدیکی لمپن‌های مان است که نخبگان سهم کمتری از آینده‌ی کشور دارند. توضیح مثال‌های دوری این گروه، و قرابت آن یکی، از حوصله‌ی این یادداشت خارج، اما برای مخاطب روشن ضمیر که در جامعه‌ی اقتصادی ایران فعالیت می‌کند، واضح است.

در اینجا لازم به تعریف است که نخبه در این یادداشت لزوماً به معنی فردی که از درجه‌ی علمی بالایی برخوردار است، نیست. بلکه از نظر نگارنده و بر اساس تحقیق، «نخبه اقلیتی است که بر احوال اکثریت تأثیر گذار است». با این تعریف، نخبگان هر حوزه‌ی آن دست‌افزادی هستند که بر شاخص‌های کلیدی صنعت خود از جمله اشتغال‌زایی، افزایش بهره‌وری،