

تأثیر کوانتوم دیپلماسی بر بعد اقتصادی امنیت انسانی جمهوری اسلامی ایران



20.1001.1.25884565.1400.5.1.4.9

محمدحسن شیخ الاسلامی* / جعفر امانی خجسته**

چکیده

ما در جهانی زندگی می‌کنیم که از نظر تکنولوژی عصر کوانتوم نامیده می‌شود. انرژی هسته‌ای، کامپیوترها، بارکدخوان‌ها و جراحی‌های لیزری تنها چند نمونه جالب از نتایج جالب توجه تئوری فیزیک قرن بیستم یعنی فیزیک کوانتوم هستند. با کارهای پلانک، هایزنبرگ و دیگران با ارائه نظریه کوانتومی در فیزیک و مکانیک، مبانی جدیدی برای فهم جهان هستی و پدیده‌های آن شکل گرفت که عمدتاً با عنوان پارادایم کوانتومی معرفی می‌شوند. این پارادایم نوین تاثیرات شگرفی بر همه ابعاد علم از جمله رایانه، اینترنت، فیزیک و غیره گذاشت. در حوزه علوم انسانی نیز تاثیر این تفکر نوین همچنان در حال گسترش است. نظریه کوانتوم، برخلاف فیزیک کلاسیک که هیچ جایی برای وجود مفاهیمی چون؛ عدم قطعیت و خودآگاهی در خود نمی‌بیند، عدم قطعیت و خودآگاهی را مطرح می‌کند. از دیگر سو، بعد از صد سال از نظریه پردازی در رشته روابط بین الملل که دیپلماسی فرعی از آن است، هنوز دانشمندان از رویدادهای بین‌المللی و جهانی غافلگیر می‌شوند. به نظر می‌رسد این ناکارآمدی ناشی از سیطره تفکر نیوتونی در نظریه‌های علوم انسانی و روابط بین‌الملل است. این پژوهش کوششی است تا با استفاده از منابع محدود کتابخانه‌ای، دیپلماسی کوانتومی با رویکرد اقتصادی و مختصات و ویژگی‌های آن را تبیین و تشریح نماید و پس از تبیین مفهوم کوانتوم دیپلماسی، با ارائه مفهوم امنیت انسانی، تاثیر این نوع از دیپلماسی را بر بعد اقتصادی امنیت انسانی در جمهوری اسلامی ایران بررسی نماید.

کلید واژه‌ها

پارادایم کوانتومی، کوانتوم دیپلماسی، دیپلماسی اقتصادی، امنیت انسانی، جمهوری اسلامی ایران.

* دانشیار روابط بین‌الملل دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
mhsheikh@gmail.com

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دیپلماسی و سازمانهای بین‌المللی دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، تهران، ایران

مقدمه

تامین نشدن حواجی و نیازهای اساسی و ابتدایی فرد و افراد و حقوق مادی اولیه انسانی (غذا، آب آشامیدنی سالم، مراقبت های بهداشتی اولیه، آموزش و پرورش مقدماتی) که جملگی باعث محرومیت های اساسی می شوند. میزان پایین تولید سرانه و تولید ناخالص داخلی، رشد کند و اندک تولید ناخالص ملی، تورم، بیکاری، نابرابری، رشد بی رویه یا افول جمعیت، کاهش در آمد ملی، فقر در سطح ملی، بی ثباتی اقتصادی در سطح منطقه و جهان و همینطور تحولات دموگرافیک که می تواند منجر به تاثیر منفی و مخرب روی آمایش سرزمینی شود، جملگی شاخص و علت عقب ماندگی خواهند شد. حال، بر اساس تجربه زیست بشری، ترکیب محرومیت و عقب ماندگی جوامع بشری علاوه بر ایفای نقش علیت برای تهدیدهای مستقیم امنیت انسانی همچون: افراط گرایی، شیوع و گسترش خشونت، تروریسم، رشد جرایم، آشوب های اجتماعی، بروز جنگ و درگیری، بد رفتاری با زنان و کودکان و همچنین قاچاق آن ها، اعتیاد به مواد مخدر، شیوع بیماری های عفونی و امراض کشنده، می تواند زمینه و بستر ساز تنشهای داخلی، منطقه ای و بین المللی گردد و استعمار فکری و عینی جوامع محروم و عقب مانده توسط قدرتهای کوچک و بزرگ را تسهیل کند. با نگاهی دقیق به مناطق پرآشوب خاور میانه و آفریقا می توان به راحتی پدیده هایی این چنین ویرانگر را مشاهده کرد. البته بررسی این موضوعات حوزه این پژوهش نیست و ما در این تحقیق تنها به بررسی تاثیر کوانتوم دیپلماسی بهره ور بر شاخص های اقتصادی امنیت انسانی از جمله نیازهای اساسی مادی و اشتغال و رشد درآمد سرانه خواهیم پرداخت.

با فرض ثابت گرفتن سایر عوامل موثر بر سرمایه گذاری خارجی مستقیم خارجی، و همچنین متغیرهای موثر در صنعت توریسم و فرآیند صادرات، یعنی: سیاست گذاری اقتصادی (مثل ثبات، میزان ریسک سرمایه گذاری و ...)، ساختار اقتصادی (زیر ساخت هایی نظیر راه، بنادر، حمل و نقل و راه های ارتباطی)، قوانین تشویقی و حمایتی (مثل معافیت های مالیاتی، یارانه و ...) و همچنین عوامل سیاسی، اقتصادی، جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی و ... کوانتوم دیپلماسی با رویکرد اقتصادی و تجاری تاثیر قابل ملاحظه ای در جذب سرمایه گذاری خارجی، دستیابی به تکنولوژی روز به عنوان مدلی از سرمایه با کارکرد افزایش بهره وری تولید، توسعه و رونق صنعت گردشگری و بازاریابی صادرات برای کالاها و خدمات داخلی خواهد داشت که این همه منجر به رشد تولید ناخالص ملی (GDP) خواهد شد. به طور کلی رشد جریان سرمایه و درآمد ملی در عرصه اقتصاد کشور به ویژه اگر با شفافیت و مدیریت کارآمد همراه باشد، یکی از

مهم ترین محرک های اقتصادی تولید و در پی آن خدمات خواهد بود و این مهم که منجر به رونق کسب و کارهای داخلی و بنگاه های کوچک و بزرگ اقتصادی خواهد شد یعنی نیاز به جذب نیروی کار بیشتر و درآمد سرانه بالاتر.

بر همین اساس در این پژوهش ابتدا با بررسی تأثیر چهار متغیر فوق، یعنی: سرمایه گذاری خارجی، دست یابی و به کارگیری تکنولوژی های پیشرفته، توسعه و رونق صنعت گردشگری و توسعه بازارها و درآمدهای صادراتی در افزایش GDP به معنی بزرگ تر شدن اندازه کیک اقتصاد، به تبیین اهمیت و تأثیر این عوامل کلیدی در رشد و پیشرفت اقتصادی خواهیم پرداخت و پس از آن تأثیر کوانتوم دیپلماسی با رویکرد اقتصادی را بر روی این متغیرها و عوامل کلیدی بررسی خواهیم کرد و در پایان با بررسی رویکردهای نوین و مدل دیپلماسی متناسب با ساختار و ویژگی های کوانتومی، کوشش خواهیم کرد که روش های عینی و ملموس کوانتوم دیپلماسی با گرایش دیپلماسی اقتصادی را مورد بررسی قرار داده و پیشنهادهایی اجرایی برای دستیابی به مدلی کارآمد و اثربخش در دیپلماسی اقتصادی ارائه دهیم که مبتنی بر استراتژی کوانتوم دیپلماسی بهره ور خواهد بود.

۱- اهمیت و تأثیر جذب سرمایه گذاری خارجی

انباشت سرمایه به لحاظ نظری یکی از پیش نیازهای اساسی فرایند رشد اقتصادی به شمار می رود که می تواند از منابع مالی داخلی (پس اندازها) و یا فصلمنابع خارجی تامین شود. منابع مالی خارجی نه تنها مکملی برای پس انداز داخلی بوده و در واقع، شکاف پس انداز-سرمایه گذاری (Investment-Saving Gap) را پر می کند، بلکه راه حلی برای مقابله با شکاف منابع ارزی است. سرمایه به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی از ارکان بنیادین اقتصاد به شمار می رود. بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه، برای رسیدن به توسعه اقتصادی بسیار تلاش می کنند و با اتخاذ سیاست های اقتصادی می کوشند تا اشتغال کامل و رشد اقتصادی مستمر خود را در گرو سرمایه گذاری تامین نمایند. (جهانگرد و شیرمرد، ۱۳۹۲: ۲)

لج یونگ وال (۲۰۰۷) به بررسی موضوع سرمایه گذاری مستقیم خارجی و توسعه بازار مالی و رشد اقتصادی برای ۲۸ استان چین با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم یافته در دوره زمانی (۱۹۸۶-۲۰۰۳) پرداختند و نشان دادند که تأثیر متقابل بین سرمایه گذاری مستقیم خارجی و شاخص مالی، رشد اقتصادی را بهبود می بخشد. جلالی و صباغ پورفرد (۱۳۸۳) در تحقیقی اثر سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر رشد اقتصادی را از مسیر بازارهای مالی ایران بررسی نمودند. بر اساس نتایج به

دست آمده توسعه بازارهای مالی موجب افزایش اثر سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر رشد اقتصادی در ایران خواهد شد. (خلیلی عراقی و سلیمی شندی، ۱۳۹۳: ۱۴۸).

از آن جایی که سرمایه گذاری مستقیم خارجی از طریق معادله رشد یک ارتباط سیستماتیک با متغیرهایی همچون: مصرف، صادرات، سرمایه گذاری داخلی و ... برقرار می کند، اتخاذ سیاست هایی که بتواند با این ارتباط سیستماتیک همسو شود، باعث می شود که کل متغیرهای اقتصادی مهم در کشور شاهد تحولی مثبت باشند. البته اصلاح و تصحیح قوانین و مقررات مربوط به سرمایه گذاری خارجی و رفع نقاط ضعف آن جهت رفع هرگونه ابهام برای سرمایه گذاران خارجی ضروری به نظر می رسد (فدایی و کاظمی، ۱۳۹۱: ۱۲).

۲- مزیت ها و موانع در ایران برای جذب سرمایه گذاری خارجی

ایران در منطقه جغرافیایی خاورمیانه و آسیای مرکزی قرار دارد و از لحاظ ژئوپلیتیک و استراتژیک موقعیت مناسبی را داراست. ایران به لحاظ جغرافیایی در مرکز یک بازار تقریباً شش صد میلیون نفری با ظرفیت های عظیم بالفعل و بالقوه منابع طبیعی قرار دارد. اکثر قریب به اتفاق کشورهای همسایه ایران مراحل توسعه اقتصادی خود را تازه آغاز کرده اند و در طولانی مدت بازار بسیار مناسبی برای جذب کالاها و خدمات مختلف خواهند بود. ارزان تر شدن هزینه حمل و نقل محصولات تولیدی از ایران به این بازار بزرگ، بهره گرفتن از ترتیبات تجاری منطقه ای نظیر اکو و سایر پیمان های منطقه ای، مزیت های قابل توجهی هستند.

ایران به لحاظ وفور نیروی انسانی ماهر به ویژه مهندسی و متخصصین تحصیل کرده در سطح بسیار بالایی قرار دارد. دسترسی به چنین ظرفیت عظیمی از نیروی انسانی تحصیل کرده و کارآمد با هزینه تقریباً رقابتی یک مزیت قابل ملاحظه محسوب می شود. وفور انرژی و مواد اولیه مورد نیاز از جمله مزیت های آشکار ایران می باشد.

طولانی بودن دوره معافیت مالیاتی یک مزیت دیگر است. بر اساس قوانین جاری کشور متناسب با نوع فعالیت تولیدی به مدت ۴ تا ۸ سال معافیت مالیاتی وجود دارد و چنانچه فعالیت تولیدی در یک منطقه کمتر توسعه یافته استقرار یابد مدت معافیت مالیاتی بین ۶ تا ۱۲ سال خواهد بود. سرمایه گذاران و سهامداران این گونه شرکت ها نیز به همین مدت از پرداخت مالیات بر سود سهام معاف هستند. (چگینی، ۱۳۷۸: ۴۰۵).

علاوه بر این حتی بعد از خاتمه دوره معافیت مالیاتی هرگونه درآمد حاصل از صادرات از مالیات، معاف می باشد. سرمایه گذاران از پرداخت حقوق گمرکی و سود بازرگانی برای ماشین آلاتی که برای سرمایه گذاری تولیدی به ایران وارد می کنند، معاف هستند. حقوق گمرکی و سود بازرگانی پرداخت شده برای مواد اولیه ای که کالای تولیدی نهایی آن ها صادر می شود، مسترد می گردد. (دهشیری، ۱۳۸۰: ۲۵). با این وجود، متأسفانه کشور ما در جذب سرمایه گذاری خارجی با موانع و ریسک هایی روبرو است که رفع این موانع و کاهش ریسک جهت ترغیب سرمایه گذاران خارجی مولفه ای کلیدی در ایجاد بستر و موفقیت در جذب سرمایه گذاری خارجی است. این موانع و ریسک ها به شرح ذیل می باشند:

موانع اقتصادی: مانند گسترش بیش از حد بخش دولتی، نوسانات ارزی، سیاست تجاری ناکارآمد، نبود ثبات اقتصادی، عدم زیرساخت های فیزیکی، ضعف بنادر، ضعف اقدامات تشویقی و ترویجی و خدمات پس از سرمایه گذاری، عدم مهارت کافی نیروی انسانی و عدم آشنایی با بسیاری از تکنولوژی های مدرن دنیا و سلیقه ای عمل کردن دستگاه های دولتی در برخورد با سرمایه گذاری خارجی، (رحیمی بروجردی، ۱۳۷۵: ۳۶).

موانع حقوقی: وجود قوانین و مقررات و خط مشی های روشن مرتبط با سرمایه گذاری خارجی از قبیل گمرکی، مالیاتی، تجاری و ... از جمله اشکال تسهیل کننده سرمایه گذاری خارجی در ایران هستند، ولی کشور ما دارای قوانین و مقرراتی است که موانع و محدودیت های جدی را در راه جذب سرمایه گذاری خارجی ایجاد کرده است. از جمله این قوانین، اصولی از قانون اساسی (قانون اساسی ج.ا.ا. اصل ۴۶، ۷۷، ۸۱، ۱۳۹)، قانون جلب و حمایت از سرمایه گذاری خارجی مصوب سال ۱۳۳۴ (البته قانون جدید سرمایه گذاری خارجی بسیاری از این موانع را مرتفع کرده است) و سایر قوانین مرتبط با سرمایه گذاری خارجی است.

موانع فرهنگی: داشتن ذهنیت منفی نسبت به سرمایه گذاران خارجی و سرمایه خارجی (که در سال های اخیر تا حدودی مرتع شده است)، ارتباط و تعامل ضعیف بین ایرانیان و اتباع خارجی، کمبود مدارس دو زبانه در ایران و....

موانع سیاسی: مهم ترین مانع سیاسی اراده خصمانه امریکا علیه دولت جمهوری اسلامی است و پس از آن نیز عدم اجماع داخلی بر سر جذب و چگونگی جذب سرمایه خارجی است. این عامل اخیر، خود عدم اراده ملی برای ایت امر را به همراه داشته است و باعث عدم انسجام و

هماهنگی لازم بین دستگاه های مختلف اجرایی شده است، که البته پس از ابلاغ اصل ۴۴ توسط مقام معظم رهبری این عزم در حال شکل گیری در جامعه و نهادهای ذیربط می باشد. (<http://economists.ir>).

عوامل دیگر مانند عدم ثبات سیاسی، مشکلات امنیتی، تفسیرهای گوناگون از استقلال سیاسی، اختلاف نظر بین جریانات سیاسی راجع به حضور سرمایه گذاران خارجی و ... را نیز در این رابطه می توان ذکر کرد.

در مجموع می توان تنگناهای سرمایه گذاران خارجی در ایران را در عوامل زیر ذکر کرد:

- ۱) مجموعه مقررات و قوانین موجود در کشور
- ۲) ضعف و ناکارآمدی نظام قضائی
- ۳) ضعف و ناکارآمدی نظام مالیاتی
- ۴) ضعف و ناکارآمدی نظام پولی و مالی
- ۵) توسعه نیافتگی سیاسی و عدم ثبات
- ۶) نظام اجتماعی و فرهنگی کشور
- ۷) نبود اراده ملی در جذب سرمایه گذاری خارجی
- ۸) تحریم های اقتصادی

۳- ریسک های سرمایه گذاری در ایران

برای تعیین ریسک سرمایه گذاری هر کشور از ۱۰ معیار ذیل استفاده می شود: ریسک امنیتی، ریسک ثبات سیاسی، ریسک کارایی دولت، ریسک نظام حقوقی و قوانین، ریسک اقتصاد کلان، ریسک تجارت و پرداخت های خارجی، ریسک سیاست مالیاتی، ریسک بازار کار، ریسک مالی و ریسک زیرساختاری.

- معیارهای سیاست مطلوب برای جلب و جذب سرمایه گذاری خارجی
- طراحی و تعیین استراتژی (راهبردی) صنعتی بلند مدت و کوتاه مدت
- ایجاد تسهیلات کامل زیربنایی مناسب برای توسعه صنعتی
- ایجاد بازار فروش، به ویژه از طریق تجارت آزاد و مناطق پردازش صادرات
- افزایش مهارت های نیروی انسانی و استفاده از فن آوری پیشرفته
- وضع قوانین مربوط به تشویق سرمایه گذاری مستقیم خارجی به ویژه در ارتباط با انتقال (مجدد)

- آزاد سرمایه و پرهیز از مالیات مضاعف
 - تضمین شرایط مطلوب بازرگانی به وسیله کاهش شرایط بحرانی، ریسک، بی ثباتی و ...
- تغییر در گرایش ها و دیدگاه های اجتماعی، به عنوان این که منافع حاصله به عنوان الگویی پسندیده است و همچنین پذیرش رقابت به منظور افزایش کارایی و مبادله با دیگران جهت افزایش رفاه و ...
- ایجاد نوعی قانونمندی در رابطه با مالکیت خصوصی، امنیت صنایع، حقوق مالکیت معنوی، انحصارات عمومی و خصوصی فراهم نمودن و در اختیار نهادن اطلاعات، امکانات فرصت های سرمایه گذاری مورد نیاز برای سرمایه گذاران خارجی تعیین استراتژی اقتصاد کلان در یک افق بلند مدت به ویژه در زمینه سیاست های بازرگانی بین المللی. در چند سال اخیر در جذب سرمایه گذاری خارجی گام های مهمی برداشته شده که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:
- اصلاح قوانین (تصویب قانون جذب سرمایه گذاری های خارجی)
 - اجماع نظر پیرامون سرمایه گذاری خارجی
 - اصلاح قوانین مالیاتی، اصلاح در تعرفه تک نرخي شدن ارز
 - اصلاحات اقتصادی
- تلاش های در راستای حرکت از سمت نظام اقتصادی دولتی به سمت اقتصاد مبنی بر فعالیت بخش خصوصی
- خصوصی سازی و واگذار نمودن صنایع و بخش های بزرگ اقتصادی به فعالان عرصه خصوصی.

۴- اهمیت و تاثیر دستیابی به تکنولوژی های نوین

در طی سه دهه گذشته تکنولوژی به عنوان یک محرک و عامل رشد اقتصادی جدید با قابلیت بی نظیر در سطح ارتقاء توسعه و پیشرفت، ادبیات و مفاهیم جدیدی را به حوزه توسعه اقتصادی وارد کرده است. قابلیت های ایجاد شده توسط تکنولوژی نوین، فراگیر شدن استفاده از آن در تمامی سطوح در سطح جهان، وابستگی روزافزون بشر به تکنولوژی های جدید و گردش بزرگ مالی حاصل از آن، منجر به شکل گیری قلمرو اقتصادی بسیار قوی و رو به رشد شده است که بسیاری از مرزهای توسعه و پیشرفت را درنوردیده و نا ممکن ها را ممکن ساخته است.

سولو در مقاله خود در سال ۱۹۵۷، ستاده کل را به عنوان خروجی فرآیندی در نظر گرفت که کار، سرمایه و تکنولوژی را ترکیب می کند. توسعه اقتصادی مسئله اول تمامی دولت ها است و

بدیهی است که برای این منظور از تمامی امکانات و فرصت های موجود که می توانند محرک و عامل رشد اقتصادی باشند، بهره می گیرند. اما لازمه بهره گیری از این فرصت جدید آگاهی دقیق از کمیت و کیفیت و چگونگی اثر تکنولوژی بر اقتصاد و برنامه ریزی برای بهره برداری بهینه از آن است. قدم اول برای این منظور، انجام مطالعات علمی دقیق و تدوین مستندات بر پایه جهت شناخت دقیق و بر اساس واقعیت شرایط موجود است. ابتدا رابطه میان تکنولوژی و توسعه اقتصادی از نگاه محققین و صاحب نظران داخلی و خارجی و در ادامه جایگاه تکنولوژی در توسعه اقتصادی با نگاهی علمی و بر اساس مقالات موجود مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است.

اینکه چگونه می توان رشد اقتصادی را سرعت بخشید و عوامل موثر بر آن کدامند و دامنه اثر هر عامل چقدر است، از سوالات کلیدی محققان این حوزه بوده و هست. اولین توجه جدی به مقوله رشد اقتصادی، مربوط به اقدامات آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ در کتاب "درباره ماهیت و علل ثروت" است. این مطالعات تا سال ها همچنان تقویت شد و در سال ۱۹۵۶ توسط "روبرت سولو"^۱ شکل جدیدی به خود گرفت. بعدها به دلیل کاهش رشد اقتصادی در سال ۱۹۷۳، شیوه مطالعات در مورد رشد اقتصادی تغییری دوباره یافت و تا اواخر دهه ۱۹۸۰ ادامه پیدا کرد. یکی از عوامل متعدد موثر بر رشد اقتصادی، تکنولوژی است که به خصوص در طی سالیان اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است. در این بخش از تحقیق، مدل اصلی تاثیر گذاری تکنولوژی بر تولید و رشد بیان می گردد (صف آرا، ۱۳۹۵: ۲).

سوال اصلی در مورد رشد اقتصادی آن است که چرا برخی کشورها، ثروتمند و برخی دیگر فقیرند و اینکه چرا نرخ رشد اقتصادی در بین کشورها متفاوت است. قبل از سولو، نظر غالب آن بود که کشورهایی که پس انداز و در نتیجه، سرمایه گذاری بیشتری در سرمایه فیزیکی انجام می دهند، رشد بالاتری در آینده خواهند داشت. بر اساس، کشورهای که مصرف حال را به منظور انجام مصرف بیشتر در آینده به تعویق اندازند، احتمالاً شاهد رشد اقتصادی بیشتر و ثروت بیشتر در بلند مدت خواهند بود. سولو در مقاله خود در سال ۱۹۵۷، ستاده کل را به عنوان خروجی فرآیندی در نظر گرفت که کار، سرمایه و تکنولوژی را ترکیب می کند. این فرآیند توسط تابع تولید کاب-داگلاس نمایش داده شد که حاکی از صرفه های ثابت نسبت به مقیاس و بازدهی نزولی نسبت به عوامل، به شکل زیر است:

$$Y = A_0 K^\alpha L^{1-\alpha}$$

¹ Solow, Robert

که α و $1 - \alpha$ درآمد نسبی سرمایه و نیروی کار است و تکنولوژی A نیروی کار: L و سرمایه: K و ستاده کل: Y

سولو پیشرفت فنی A را به عنوان یک عامل برونزا در تابع تولید کاب-داگلاس معرفی نمود که به صورت برونزا نشان می دهد که چرا اغلب کشورهای صنعتی، رشد مداوم ستاده سرانه در بلندمدت را داشته اند. تغییرات فنی به عنوان نیروی معرفی شد که تابع تولید سرمایه سرانه را در شکل (۱) به سمت بالا شیفت می دهد. بنابراین یک تابع پس انداز ناخالص بالاتر، ثابت است خواهد بود. اگر تغییرات فنی در (S) تفسیری از اثر این شیفت به بالا هنگامی که یک نرخ ثابت روی دهد، تعادل پایدار اقتصاد به همراه مسیر سرمایه گذاری پایدار، افزایش خواهد یافت. در این شرایط، ستاده سرانه در طول زمان، بدون محدودیت رشد خواهد نمود.

براساس نظریه ها و مدل های رشد اقتصادی، توسعه تکنولوژی بر رشد اقتصادی تأثیر بارزی دارد که البته این تأثیر در کشورهای دارای فناوری و استفاده کننده (خریداری فناوری) متفاوت است و جالب آنکه در مواردی کشورهای استفاده کننده فناوری می توانند صرفه (اقتصادی) بیشتری از توسعه فناوری به نسبت کشورهای توسعه دهنده فناوری ببرند.

در بیشتر مطالعات انجام شده تکنولوژی به عنوان عاملی موثر در الگوی رشد درونزا معرفی شده است که در آن رشد بلندمدت، تابعی از رشد تکنولوژی است. در این تحقیقات رشد بلندمدت تولید سرانه برابر با رشد فناوری و سرمایه انسانی است که سطح درآمد سرانه را متأثر می کند. بر اساس مطالعات انجام شده، تکنولوژی به عنوان نهاده در کنار سایر عوامل تولید، باعث بهبود فرآیند تولید، تعمیق سرمایه، پیشرفت فناوری و بهبود کیفیت نیروی کار می شود. پیامدهای این اثر، افزایش ارزش افزوده در سطح بنگاه، بخش و کشور و سرانجام رشد اقتصادی، بهره وری و رفاه مصرف کننده است. برای این منظور از مدل رشد سولو استفاده شده است که تکنولوژی یکی از عناصر اصلی این مدل است.

با استفاده از داده ها و برآورد الگوی تحقیقات سولو نتیجه این شد که تکنولوژی و سرمایه، هر دو جزء عوامل تأثیرگذار و معنادار بر رشد اقتصادی در ایران هستند. افزایش هر کدام از این عوامل می تواند رشد اقتصادی در ایران را افزایش دهد.

۵- اهمیت و تاثیر صنعت گردشگری

وابستگی به درآمد نفت یکی از ویژگی‌های برجسته اقتصاد ایران است که این میزان در سه دهه گذشته افزایش یافته است. با آن که ذخایر نفتی و گازی ایران بسیار غنی است اما علاوه بر پایان پذیری منابع سوخت‌های فسیلی، حجم بالای سرمایه‌گذاری مورد نیاز در صنعت نفت و گاز و همچنین تعهد اروپا در قالب پیمان سبز و همچنین راهبرد کشورهای توسعه یافته مبنی بر به صفر رساندن مصرف سوخت‌های فسیلی در تولید انرژی برق و تعهد به استفاده از انرژی‌های تجدید پذیر، دلیل محکمی است بر پرهزینه بودن و ناپایداری درآمدهای حاصل از نفت و گاز به ویژه به صورت خام فروشی است.

بنابراین، اهمیت صنعت گردشگری در ایران به عنوان محل درآمد ملی پایدار، به ویژه در دهه‌های آینده که چشم انداز روشنی از درآمدهای نفتی به دست نمی‌دهد، بر هیچ کس پوشیده نیست به خصوص که با نگاهی روند پژوهانه می‌توان گفت که تا سال ۲۰۵۰ یا حتی پیش از آن مرزهای صنعت نفت و گردشگری در سهم از تولید ناخالص ملی و ایجاد اشتغال در کشورهای صادرکننده نفت که دارای جاذبه‌های گردشگری هستند جا به جا خواهد شد مگر این که ناکارآمدی مدیریتی و خلاءهای برنامه‌ای و توسعه‌ای دلیلی شود بر رکود صنعت گردشگری و افول شدید درآمدهای ملی.

گردشگری اکنون نیز به عنوان سومین صنعت مولد سرمایه بعد از نفت و خودروسازی از جایگاه بالایی در سطح جهان برخوردار بوده و برای بسیاری از کشورها بویژه کشورهای در حال توسعه می‌تواند به مهمترین منبع اشتغال و کسب درآمد ملی تبدیل شود. صنعت گردشگری به عنوان متنوع‌ترین و بزرگترین صنایع در جهان، مهمترین منبع درآمد و یکی از فرصتهای ایجاد اشتغال در بسیاری از کشورهای دنیا است. این صنعت که به عنوان موتور توسعه از آن نام برده می‌شود، به علت اهمیتی که از نظر اقتصادی و اجتماعی دارد، روز به روز از اهمیت و سهم بالاتری در اقتصاد کشورها پیدا می‌کند و با ایجاد بالاترین میزان ارزش افزوده به صورت مستقیم و غیر مستقیم در تقسیم بندی جهانی پس از نفت و خودروسازی، جایگاه سوم درآمدی را به خود اختصاص داده است. همچنین اشتغال زایی در این صنعت بالا بوده و نیروی انسانی فعال در این صنعت نیاز به آموزش‌های بلندمدت و پرهزینه ندارند. امکانات موجود در ایران نشان می‌دهد که ایران ظرفیت جذب سالانه ۲ تا ۳ میلیون گردشگر خارجی را دارد و این صنعت بعد از صنعت نفت، مهم‌ترین گزینه و فرصت برای کسب درآمد ارزی خواهد بود که می‌تواند وابستگی اقتصاد تک محصولی ما به نفت را کاهش دهد. لوئیس ترنر، توریسم

را به عنوان امیدبخش ترین، پیچیده ترین و قابل جایگزین صنعت صنعتی می داند که کشورهای جهان سوم باید آن را جدی بگیرند چرا که عامل مهم و اثربخشی در کاهش فقر و بیکاری در این کشورها خواهد بود.

کشور ایران یکی از قطب های مهم گردشگری در جهان به شمار می رود که با برخورداری از سابقه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و عوامل دیگر از این دست، توانایی قراگیری در جایگاه مناسب نقاط پر جاذبه گردشگری در سطح آسیا و بین المللی را دارد. تأثیر گردشگری بر بالا بردن میزان اشتغال در کشورها، افزایش درآمدهای ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری های بین المللی و بسیاری از عوامل پیش برنده اقتصادی موجب شده است تا نگرش کشورهای دنیا به مرز آن تغییر یافته و جایگاه مهمی در سیاستگذاری دولت ها پیدا کند.

به تصدیق سازمان یونسکو، ایران از نظر وجود آثار تاریخی و فرهنگی در میان هشت کشور نخست جهان جای دارد و به لحاظ جاذبه های اکوتوریسمی و تنوع اقلیمی جزء پنج کشور برتر دنیاست. طبیعت چهار فصل ایران، وجود دریا، کویر، چشمه های آب گرم، حیات وحش متنوع و انحصاری، جاذبه های گردشگری مذهبی و تمدن هفت هزار ساله این قابلیت را به ایران بخشیده است که در ردیف های نخست گردشگری جهان قرار گیرد. بنابراین، بهره گیری از ظرفیت های بالقوه گردشگری و سرمایه گذاری های کلان کشور در این بخش و توجه به این صنعت به عنوان ابزاری مناسب می تواند در ادامه روند توسعه و رشد اقتصادی ایران عامل مهمی محسوب شود.

میزان ورودی گردشگران بین المللی در جهان، از ۴۳۸ میلیون نفر در سال ۱۹۹۰ به ۸۸۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ رسیده است، همچنین، میزان درآمدهای حاصل از گردشگری در جهان از ۲۶۴ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۰ به ۸۵۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ رسیده است.^۱ در ایران نیز میزان ورودی گردشگران از ۱۵۴ هزار نفر در سال ۱۹۹۰ به حدود ۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ رسیده است.^۲

براساس گزارش رقابت پذیری گردشگری که توسط مجمع جهانی اقتصاد منتشر شده، چهارده شاخص رقابت پذیری گردشگری در زمینه رویه ها و مقررات سیاسی، پایداری محیطی، سلامت و امنیت، بهداشت و درمان، خصوصی سازی صنعت گردشگری، زیرساخت های حمل و نقل هوایی، زیرساخت های حمل و نقل زمینی، زیرساخت های گردشگری (هتل، بانکداری،

^۱ World Tourism Organization (UNWTO), 2010

^۲ World Travel & Tourism Council (WTTC), 2011

تسهیل ویزا و جز اینها) فناوری ارتباطات و اطلاعات، قیمت‌ها (قیمت بلیط، قیمت سوخت، قیمت هتل و موارد دیگر) منابع انسانی، وابستگی به گردشگری و سفر، منابع طبیعی و منابع فرهنگی مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته که در نهایت به رتبه بندی کشورها منجر شده است. رتبه ایران از نظر شاخص رقابت پذیری در میان ۱۳۹ کشور جهان ۱۱۴ است.^۱ (۳-۱).
با توجه به گزارش رقابت پذیری گردشگری که در قسمت مقدمه ذکر شد، مقام ایران در این رتبه بندی مطلوب نبوده و این در حالی است که بر اساس ارزیابی‌های سازمان جهانی گردشگری، ایران در شمار ده کشور برتر جهان از نظر جذابیت‌های گردشگری قرار دارد. لذا ضمن در نظر گرفتن نتایج برآورد این مطالعه، امید است که با توجه بیشتر دولت به امر گردشگری در ایران، بتوان در جایگاه شایسته‌ای در این صنعت که جایگزینی بی‌همتا برای درآمدهای رو به پایان نفت است، قرار گرفت. با بهبود اطلاع‌رسانی در عرصه ملی و بین‌المللی می‌توان در جهت معرفی هرچه بهتر جاذبه‌های این بخش اقدام کرد. همچنین، با سرمایه‌گذاری‌های مناسب برای بهره‌برداری بهینه از امکانات و منابع موجود و بسترسازی برای سرمایه‌گذاری‌های جدید و مستمر بخش خصوصی در سایه حمایت‌های دقیق و جامع بخش دولتی در تأسیسات و تجهیزات گردشگری و همچنین با رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران، می‌توان تحولات بنیادینی در این صنعت پدید آورد. (شریفی رنانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۳)

۶- اهمیت، تاثیر و راهکارهای توسعه صادرات غیر نفتی

بررسی‌های علمی ثابت کرده است که رشد اقتصادی کشورها به دلایلی چند با صادرات آن‌ها ارتباط دارد. روند رو به رشد تجارت جهانی با بهره‌گیری از استراتژی‌های فعال تجاری، انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات و رفع موانع در سطوح بین‌المللی، شتاب فزاینده‌ای یافته است. بنابراین حضور فعال در تجارت جهانی نیاز به توجیه ندارد. (لطفی، ۱۳۷۹: ۱۴۵).

چهار مدل اصلی تاثیرگذار بر صادرات می‌باشد که عبارتند از:

عامل فردی (تحصیلات، تجربه، دانش صادراتی، روابط عمومی)، عامل اقتصادی (بازارهای صادراتی، پیرانه‌های دولتی، قیمت‌گذاری صادراتی، بازاریابی صادراتی)، عامل محیطی (قوانین و مقررات، تکنولوژی، ارتباطات غیر رسمی، عوامل سیاسی)، عامل جانبی محصول (طراحی و بسته‌بندی، کیفیت محصولات، ضمانت و خدمات پس از فروش، کانال‌های توزیع، برند محصولات)

¹ The Travel and Tourism Competitiveness Report, 2011

تجزیه و تحلیل نتایج نشان می دهد که در بین عوامل موثر بر افزایش صادرات از دیدگاه صادرکنندگان به ترتیب عامل محیطی به ترتیب متغیرهای (قوانین و مقررات، فرهنگ، ارتباطات خاص، تکنولوژی، عوامل سیاسی)، عامل جانبی محصول به ترتیب متغیرهای (روابط عمومی، دانش صادراتی، تحصیلات، تجربه کاری) و در نهایت عامل اقتصادی به ترتیب متغیرهای (بازاریابی صادراتی، یارانه های دولتی، قیمت گذاری صادراتی، بازارهای صادراتی) دارای اهمیت و تاثیر می باشند.

بررسی های علمی ثابت کرده است که رشد اقتصادی کشورها به دلایلی چند با صادرات آن ها ارتباط دارد روند رو به رشد تجارت جهانی با بهره گیری از استراتژی های فعال تجاری، انقلاب در فناوری اطلاعات و ارتباطات و رفع موانع در سطوح بین المللی، شتاب فزاینده ای یافته است بنابراین حضور فعال در تجارت جهانی نیاز به توجیه ندارد (لطفی، ۱۳۷۹: ۱۶۸).

کشور جمهوری اسلامی ایران یکی از کشورهای صادر کننده کالا در قالب صادرات نفتی و یا غیرنفتی است و به لحاظ بهره مندی از مواهب متعدد همچون دریا، معادن و ... می تواند بیش از این در صحنه تجارت فعال باشد.

کشورهای جهان با توجه به سطح رشد یافتگی شان، کالاهای متنوعی صادر می نمایند. در جوامع صنعتی به صادرات کالاهای صنعتی و فرآوری شده، که از ارزش افزوده بالایی نیز برخوردارند، اهمیت فراوانی داده می شود. این در حالی است کشورهای در حال گذر نظیر ایران، بیشتر به صادرات کالاهای کشاورزی و معدنی اشتغال دارند (قربانی، ۱۳۸۱: ۲۱۶).

تقویت صادرات دارای مزایای مهمی بوده که تولید انبوه، تأمین درآمد ارزی، افزایش اشتغال، بهبود کیفیت و کاهش قیمت محصولات تولیدی از آن جمله است. بدیهی است جهت بهره مندی هر چه بیشتر از مزایای صادرات در دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی استفاده از الگوهای مناسب ضروری است. از جمله موارد مهم که با گستره موضوعی خود می تواند جهت حرکت صادرات را نشان دهد، عوامل موفقیت می باشند.

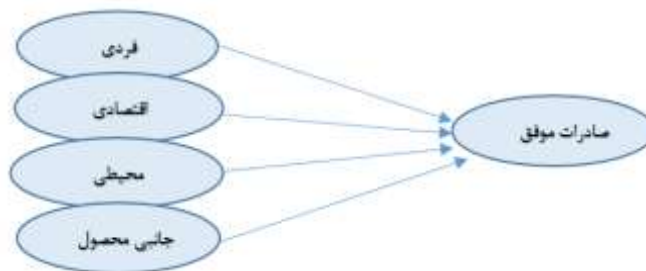
شناسایی این عوامل که می توانند در حوزه های مختلف و گوناگون صادرات، تکنولوژیکی، سرمایه گذاری، تولید، گوناگون صادرات، تکنولوژیکی، سرمایه گذاری، تولید، سیاسی و ... قرار داشته باشند، موجب تمرکز و کنترل بهتر و افزایش شانس موفقیت شرکت های صادراتی می گردد. با انتخاب بازار هدف نه تنها امکان تأمین خواسته ها و انتظارات خریداران وسعت پیدا می کند، بلکه آرایه کالاهای مناسب و مطابق با نیازها و سلیق مصرف کنندگان خارجی نیز شکل پویا و مناسبی پیدا می کند. تقویت صادرات دارای مزایای مهمی بوده که تولید انبوه، تأمین درآمدی ارزی، افزایش اشتغال، بهبود

کیفیت و کاهش قیمت محصولات تولیدی از آن جمله است. بدیهی است جهت بهره مندی هر چه بیشتر از مزایای صادرات در دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی استفاده از الگوهای مناسب ضروری است. تأکید و اهمیت بخشی به صنایع صادرات گرا می تواند موجبات تقویت پیوندهای بین بخش صنعت و افزایش توانمندی های تولیدی و صادراتی بخش های مختلف را فراهم آورد و در نهایت با ایجاد ضریب تکاثری بالا در سایر بخش های اقتصادی موجبات رشد اقتصادی پویا را فراهم می آورد. (صادقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۳).

چهار عامل بر روی صادرات موفق تاثیرگذار می باشند که به ترتیب عبارتند از: فردی (FAC1)، اقتصادی (FAC2)، محیطی (FAC3) و جانبی محصول (FAC4). و هر یک از این عوامل هاتوسط یک سری پارامتر مورد ارزیابی قرار گرفته است. به عنوان مثال عامل اول (فردی) توسط چهار پارامتر و عامل چهارم (جانبی محصول) توسط پنج پارامتر مورد ارزیابی قرار گرفته اند.

نمودار ۱: مدل مفهومی تحقیق

محاسبه پایایی به تفکیک عوامل و متغیرها



(صادقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۹).

رسیدن به بازارهای گسترده و موفقیت تجاری مستلزم حرکت به سوی اقتصاد باز، به کارگیری استراتژی های بازاریابی و نگاه مدبرانه به نیازها و خواسته های مشتریان گوناگون در بازارهای مختلف می باشد.

از سوی دیگر تردیدی نیست که یکی از ضروریات ورود به بازارهای جهانی و عضویت در سازمان هایی نظیر سازمان جهانی تجارت، داشتن نظام اقتصادی کارآمدی است که بتواند با دقت، سرعت و با تکنولوژی هم سطح با کشورهای پیشرفته دنیا به این بازارها وارد شود و زمینه تجارت کارآمد را برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان فراهم سازد. عواملی که از دیدگاه صادرکنندگان بر روی

صادرات موفق تاثیرگذار است، با توجه به تحلیل های صورت گرفته و نتایج حاصله از مدل معادلات ساختاری میزان همبستگی بین عوامل و متغیرها این چنین به دست آمده است:
 در عامل اول میزان ضریب همبستگی رابطه بین متغیر روابط عمومی و عامل فردی بیشترین تاثیر و ضریب را دارا می باشد که اهمیت نقش روابط عمومی در صادرات موفق را نشان می دهد.
 در عامل دوم میزان ضریب همبستگی رابطه بین متغیر بازاریابی صادراتی و عامل اقتصادی بیشترین تاثیر و ضریب را دارا می باشد که اهمیت نقش بازاریابی صادراتی در صادرات موفق را نشان می دهد.

در عامل سوم میزان ضریب همبستگی رابطه بین متغیر قوانین و مقررات عامل محیطی بیشترین تاثیر و ضریب را دارا می باشد که اهمیت نقش قوانین و مقررات در صادرات موفق را نشان می دهد.

در عامل چهارم میزان ضریب همبستگی رابطه بین متغیر ضمانت (خدمات پس از فروش) و عامل جانبی محصول بیشترین تاثیر و ضریب را دارا می باشد که اهمیت نقش ضمانت و خدمات در صادرات موفق را نشان می دهد.

جدول ۱. محاسبه پایایی به تفکیک عوامل و متغیرها

عوامل	متغیرها	در کل پرسشنامه ها
فردی	تحصیلات	۰/۷۳
	تجربه	
	دانش صادراتی	
	روابط عمومی	
اقتصادی	بازارهای دولتی	۰/۷۰
	بازارهای صادراتی	
	بازاریابی صادراتی	
	قیمت گذاری صادراتی	
محیطی	قوانین و مقررات	۰/۷۸
	فرهنگ	
	تکنولوژی	
	ارتباطات غیر رسمی(خاص)	
جانبی محصول	عوامل سیاسی	۰/۷۷
	طراحی و بسته بندی	
	کیفیت محصولات	
	ضمانت و خدمات پس از فروش	
	کانال های توزیع	
	برند محصولات (مارک)	

(صادقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۳)

در نتیجه می توان گفت که همه عوامل در صادرات موفق تاثیرگذارند با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادهای کاربردی به صورت زیر ارائه می گردد:

عامل فردی که یکی از ابزارهای مهم در صادرات می باشد و به گونه ای که می توان از این ابزار در جهت توسعه صادرات و موفقیت آن استفاده نمود پیشنهاد می شود که صادرکنندگان میزان اهمیت و نقش روابط عمومی را در مبادلات تجاری خود از معیارهای موفقیت در نظر گرفته و در دستور کار خود قرار دهند.

در رابطه با عامل اقتصادی نیز می توان گفت که این عامل یکی دیگر از مهم ترین و موثرترین شاخص های یک صادرات موفق به حساب می آید به طوری که صادرکنندگان و بازرگانان در پیشبرد اهداف صادراتی خود می توانند از مهم ترین متغیر این عامل یعنی بازاریابی صادراتی به عنوان یکی از ابزارهای شناخته شده در رسیدن به موفقیت در حوزه صادرات استفاده نمایند.

همچنین در عامل محیطی که قوانین و مقررات در آن به عنوان مهم ترین شاخص شناسایی شد می تواند در صادرات موفق برای بازرگانان مهم ترین معیار باشد.

و عامل جانبی محصول که بعد از بررسی های به عمل آمده ضمانت (خدمات پس از فروش) که به عنوان یکی از متغیرهای پنجگانه این عامل می باشد مهم ترین نقش در صادرات موفق را داراست این شاخص را در پیشبرد برنامه های صادراتی خود برای موفقیت در بازارهای بین المللی و افزایش صادرات کشور خود قرار داده تا بتوانند در مقابله با رقبای خود در بازارهای بین المللی به رقابت بپردازند. (صادقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۰-۷۹).

۷- کوانتوم دیپلماسی در سطح کارگزاری

در سطح فردی، اصولی که مدیران، دیپلمات ها و دیگر بازیگران مستقیم و غیر مستقیم عرصه دیپلماسی در سطوح و ابعاد مختلف فرآیند کوانتوم دیپلماسی را از دیپلماسی سنتی و حتی نوین غیر کوانتومی را از یکدیگر متمایز می کند به شرح ذیل قابل تبیین و توصیف است.

- تمرکز افراد بر روی خلاقیت، کشف ناشناخته ها، امکان ها و ارزش ها است که یکی از ابزارهای کارآمد آن آشنایی و کسب مهارت یادگیری دو حلقه ای و سه حلقه ای است.
- نوآوری به عنوان دستاورد عملی خلاقیت و تفکر خلاق در افراد نهادینه شده و ارزش محسوب می شود.

- یادگیری و مهارت افزایی مستمر بخش مهمی از وظیفه و عملکرد افراد محسوب می شود.

- دیپلمات‌های اقتصادی و تجاری ضمن بهره‌مندی از مهارت‌های تکنولوژی و کارکرد فضای سایبر، نرم‌افزارها و شبکه‌های اجتماعی، علاوه بر استفاده کارآمد از شبکه‌های اجتماعی، از ظرفیت سایبر دیپلماسی در جهت دستیابی به اهداف از پیش مشخص شده اقتصادی و تجاری بهره‌می‌برند.
- مبنا در روابط افراد و اعضاء سازمان دیپلماسی، اعتماد و هم‌افزایی است.
- اطلاعات به صورت هدفمند و در جهت دستیابی به اهداف بین افراد جریان دارد.
- ارزش‌ها و اهمیت اهداف به روابط بین افراد معنی می‌دهد.
- مدیران و افراد مجموعه کاری، به نشانه‌های تغییر حساس بوده و با درک و مشارکت جمعی و با ابزار خلاقیت و دانش موجب سوق دادن سازمان به سوی آینده بهتر و بهره‌وری بیشتر می‌شوند.
- گستره افق دید مدیران و زیرمجموعه وسیع است.
- اعتماد به شبکه غیر سلسله‌مراتبی وجود دارد و به جای تاکید عمده بر کنترل و ایجاد محدودیت سلسله‌مراتبی، نفوذ تابعی از ویژگی‌های فردی است که به طور گسترده در بین اعضاء توزیع شده است.
- تطبیق‌پذیری افراد تلاش آنان را یکپارچه ساخته و روحیه همکاری و مشارکت جمعی در رسیدن به راه حل‌ها و دستیابی به اهداف، برآیند رفتار جمعی است.
- همگی اعضاء در هر سطحی شرکای خلاق و با اهمیت سازمان کاری محسوب می‌شوند.
- افراد به مثابه ذرات کوانتومی، هم‌ماهیت موج و هم‌ماده دارند. هم از یکدیگر جدا و مستقل و هم پیوسته هستند. افراد و گروه‌های ادهوکراتیک کاری در دیالوگ و تجربه تعریف می‌شوند. تغییرات راهنما و فرصت تلقی می‌شوند. خود-سازماندهی هم فردی است و هم گروهی.
- ضمن این‌که اعضاء سازمان با اعتماد به نفس و بدون دغدغه مورد تمسخر و سرزنش واقع شدن و با ساز و کارهای تسهیل‌گر، به بیان افکار و ایده‌های خود می‌پردازند، همه صداها، نظرات و ابتکارات شنیده شده و افراد و ایده‌هایشان آزادانه فرصت بروز و ظهور دارند، قدرت در میدان کوانتومی تابعی از تفکرات خلاقانه فردی و گروهی افراد

- است و با اجتناب از کنترل و ایجاد محدودیت، راهنمایی جایگزین راندن، کشف و درک فکرها و ایده ها جایگزین دستورات خطی، کلیشه ای و سلسله مراتبی می شوند.
- مدیران پاداش های استاندارد را نادیده نمی گیرند، اما تلاش می کنند تا افراد «مجذوب کننده های عجیب»^۱ را درک کنند.
 - مدیران در چارچوب دیدگاه کوانتومی تلاش می کنند تا شرایطی را فراهم آورند که هم خود شخصی و هم خود حرفه ای افراد شامل ابعاد فنی، خردمندی، اثربخشی، عاطفی، روحی، سیاسی، مذهبی و ... بیان شده و توسعه یابد.
- در این میان مهارت های سه گانه - نگاه کوانتومی، تفکر کوانتومی و احساس کوانتومی - به طور عمده دارای ماهیت روانشناسانه بنا شده اند:
- ۱- ادراک انسان به شدت ذهنی است (نگاه کوانتومی).
 - ۲- تفکر خلاق نیازمند توسعه های نیمکره راست مغز است (تفکر کوانتومی).
 - ۳- احساسات انسان حاصل رویدادهای بیرونی نیستند بلکه حاصل گفتگوی نفسانی و درونی اند (احساس کوانتومی).
- این اصول روانشناختی مفاهیم کلیدی پارادایم نوین هستند. توجه به این گونه ساختارهای روان شناسی به مدیران کمک می کند تا به شیوه ای هدفمندتر و خلاق تر به خلق و آفرینش دست بزنند. مهارت هایی که از این سه اصل مشتق شده اند اساسا فرد محور هستند و توجه و تمرکزشان بر فرد است. (Shelton, 1999: 22-23). بنابراین، لحاظ نمودن این مهارت ها در آموزش های مبتنی بر توسعه فردی در فرآیند یادگیری اعضا، به تحقق پتانسیل های انسانی آنها و پیرو آن افزایش کارآمدی کارگزاران حوزه دیپلماسی کمک می کند. این مهارت ها اگر در رفتار مدیران سازمان به عنوان الگو مشاهده شده و با ابزار آموزش و آگاهی بخشی در افراد نهادینه شوند، می توانند با تاثیر و کمک به تحول فرهنگ سازمانی، توجه اعضا را از تنگ نظری ها و منفعت طلبی های شخصی، به اهمیت قائل شدن برای سعادت عمومی معطوف سازند.

^۱ این اصطلاح یک دانش واژه برای ردیابی تکامل دنیای بی نظم است. همان طور که نظریه بی نظمی بیان می دارد یک سیستم در حالت بی نظمی، به شکل کاملا غیر قابل پیش بینی رفتار می کند. البته در طول زمان حتی بی نظم ترین نظام ها نیز هرگز از حدود فضای مرزهای معین، مرزهای جاذبه بیگانه فراتر نمی روند.

هنگامی که هر دو دسته مهارت معنوی-روانشناختی را تمرین و ممارست کنیم می آموزیم که از ظرفیت های هر دو نیمکره مغز بیشتر به کار گیریم و توانایی مرکز پردازش عالی مغز، نوروکورتکس ها را بسط و توسعه دهیم.

تحقیقات اخیر توسط وید(Wade) نشان می دهد هنگامی که بیاموزیم تا هر چه بیشتر ظرفیت های نوروکورتکس های مغز را به کار گیریم، مطابق آن سطح هوشیاری آگاهانه نیز افزایش می یابد. در نتیجه موجب توانایی روزافزون ما در انتخاب آگاهانه زندگی و کاری که آرزوی آن را داریم، می شود.

بنابراین، لازم است در جهت جاری سازی کوانتوم دیپلماسی در عرصه تعاملات اقتصادی و تجارت بین الملل با استراتژی بهره وری که منجر به رشد اقتصادی و در نتیجه ارتقاء بعد اقتصادی امنیت انسانی خواهد شد، مختصات و الزامات آن در سطوح کارگزاری و ساختاری و در ابعاد رویکردی و مدیریتی-فرآیندی در عرصه عمل مورد توجه واقع شده و در عمل لحاظ گردد. به همین منظور در ادامه به بررسی برخی رفتارهای عینی تجربه شده در عرصه دیپلماسی اقتصادی و تجاری بین الملل در برخی کشورهای موفق حوزه دیپلماسی اقتصادی که بر اساس نگاه سیستمی، فرآیند محوری، همکاری های بین بخشی در داخل، ایجاد و توسعه کار تیمی و تیم های کاری، سازمان های یادگیرنده، لحاظ نمودن حلقه های ذینفعی، ایجاد و توسعه شبکه ارتباطات، مدیریت هوشمندانه و هدفمند رویدادها، توسعه کانال های غیر رسمی در کنار کانال های رسمی و ... با رویکرد کوانتوم دیپلماسی تناسب دارد پرداخته و همانطور که پیشتر ذکر شد اهداف و مدل های دیپلماسی تجاری ترکیه و آلمان را بررسی می کنیم.

ایوان پوتر، دیپلماسی تجاری را به عنوان نتایج همکاری دولت و بخش خصوصی در تحقق بخشیدن به منافع اقتصادی تعریف می کند و پنج هدف را به عنوان اهداف کلیدی دیپلماسی

اقتصادی بر می شمارد:

۱- توسعه تجارت(با رویکرد واردات کالاها و خدمات سرمایه ای واسطه تولید و هدف توسعه صادرات کالا و خدمات)

۲- توسعه سرمایه گذاری مستقیم خارجی

۳- همکاری در حوزه علم و فناوری که در بر گیرنده تحقیق توسعه نیز هست

۴- توسعه توریسم

۵- حمایت از جامعه تجار و بازرگانان یک کشور

از منظر وی برآورده شدن اهداف فوق، در پرتو انجام برخی اقدامات میسر خواهد بود. اولین اقدامات را به صورت ذیل دسته بندی می کنند:

- ۱- گردآوری اطلاعات
- ۲- شبکه سازی و برقراری ارتباطات، درگیر شدن در فعالیت های بدنه سازی و برندسازی
- ۳- حمایت از مذاکرات تجاری و اجرای قراردادها
- ۴- حل مسائل و معضلاتی که در مذاکرات و روابط تجاری ایجاد می گردند.

۸- کارکرد کوانتوم دیپلماسی در بعد اقتصادی امنیت انسانی

از آن جایی که امنیت اقتصادی و توانایی افراد به ویژه اعضای کمتر برخوردار جامعه در تامین حداقل های معیشتی و برخورداری از کرامت انسانی در بُعد اقتصادی متأثر از شرایط اقتصادی کشور، رونق بنگاه های اقتصادی و تولیدی و سطح تولید و اشتغال و به طور کلی اندازه کیک اقتصاد کشور است، سازمان دیپلماسی کشور با رویکرد کوانتوم دیپلماسی اقتصادی و تجاری باید روی عوامل و شاخص های رشد GDP و پیشرفت اقتصاد کشور متمرکز شود تا بتواند نقش قابل ملاحظه ای در امنیت اقتصادی همه اعضای جامعه ایفا نماید.

بدیهی است که تمرکز این پژوهش روی روش های افزایش کارآیی اقتصاد یعنی اندازه کیک اقتصاد کشور است نه روی نحوه تقسیم عادلانه کیک که به مفهوم عدالت است. قطعاً، نحوه توزیع کیک اقتصاد به مفهوم عدالت بسیار با اهمیت است اما موضوع این پژوهش نیست. بنابراین، در ادامه نحوه کارکرد و تاثیر کوانتوم دیپلماسی بر عوامل رشد و پیشرفت اقتصادی و رونق بنگاه های اقتصادی را بررسی خواهیم کرد.

از منظر ایوان پوتر برآورده شدن اهداف دیپلماسی تجاری به عنوان فصل مشترک و برآیند همکاری دیپلماسی اقتصادی دولت با تجار و شرکت ها و فعالین بخش خصوصی، یا به تعبیری هم افزایی ابزارهای دیپلماتیک حاکمیت و بازیگران حوزه تجارت و بازرگانی خارجی، در پرتو **برخی اقدامات استراتژیک** میسر خواهد شد. اقدامات اثربخشی به شرح ذیل:

- گردآوری اطلاعات با ابزار هوش رقابتی
- شبکه سازی و برقراری ارتباطات، مدیریت هوشمند و هدفمند بدنه سازی و برندسازی
- بسترسازی و حمایت از مذاکرات تجاری و تسهیل اجرای قراردادها
- حل مسائل، معضلات و موانعی که در مذاکرات و مراودات تجاری پیش می آیند.

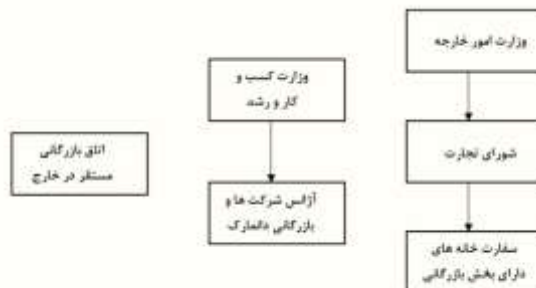
به دیگر سخن مفهوم بندی پوتر از اهداف و فعالیت های دیپلماسی تجاری را به شکل ذیل می توان نمایش داد.



۹- اهداف و فعالیت های دیپلماسی تجاری از منظر پوتر

آن چه در حوزه اقتصاد و تجارت بین الملل متناسب با ساختار و روش کوانتوم دیپلماسی است گسترش شبکه ای شرکای اقتصادی و حمایت فراکتالی دولت از بخش خصوصی در حوزه صادرات کالا و خدمات است که این مهم زمان تحریم کشور قطر توسط کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، در نفوذ پر شتاب شرکت های ترکیه ای در بازار قطر و اختصاص سهم بازار قابل توجه به شرکت های ترک، به وضوح ثمرات خود را نشان داد چنان که به میزان حیرت آوری حجم مبادلات اقتصادی و بازرگانی ترکیه و قطر از تنها ۲۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۰ به رقم فوق العاده یک میلیارد و هشتاد میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ رسید. (<https://www.irna.ir>)

شکل ۱. ساختار پیشنهادی برای دیپلماسی اقتصادی با رویکرد کوانتومی (الگوی کشور دانمارک)



به عنوان یک مثال عینی از تجربیات متناسب با الگو و ساختار دیپلماسی کوانتومی با رویکرد اقتصادی می توان به تجربیات دیپلماسی اقتصادی کشور دانمارک اشاره کرد. کشوری که ۲۵ درصد مشاغل آن متکی و مرتبط با صادرات است. در سال ۲۰۱۴ دولت دانمارک استراتژی جدیدی را تحت عنوان استراتژی دولت برای توسعه صادرات و دیپلماسی منتشر کرد. نکته مهمی که از منظر ساختار نهاد دیپلماسی تجاری دانمارک به اهمیت آن اشاره شده است، نا هماهنگی ها و عملکرد جزیره ای نهادها و وزارتخانه های مختلف این حوزه در گذشته بوده است؛ آسیبی که از گذشته تا کنون دیپلماسی اقتصادی و تجاری جمهوری اسلامی ایران به آن دچار بوده و همواره یکی از دلایل عمده ناکارآمدی در این حوزه بوده است. در کشور دانمارک برای حل این معضل، کمیسیونی در دولت این کشور شکل گرفت تا استراتژی جدیدی برای افزایش بهره وری دیپلماسی اقتصادی این کشور طراحی کند. در ادامه بخشی از نکات مهم توصیه های آن کمیسیون آمده است.

۱) روان سازی ارتباطات و تعاملات شرکت ها با برنامه های توسعه صادرات دولت

۲) راه اندازی پرتالی برای ارائه برنامه های دولت در زمینه حمایت از صادرات

۳) تقویت هماهنگی میان نهادهای فعال در زمینه توسعه صادرات

۴) مشارکت و هماهنگی با مجموعه های خصوصی فعال در توسعه صادرات

۵) بهینه سازی عملکردها از طریق آموزش

۶) تاسیس یک مجمع جامع مشاوره اقتصادی

۷) تقویت و هماهنگی اقدامات بین بخشی

در همین راستا و در جهت اجرایی شدن برنامه ها، دولت دانمارک یک برنامه عملیاتی ارائه کرد که برخی اقدامات آن عبارت هستند از:

۱) استقرار مشاورین رشد در بازارهای هدف

۲) حمایت از صادرات شرکت ها از طریق سیاست تجاری تهاجمی

۳) بررسی فرصت ها و استفاده بهتر از امکانات ناشی از عضویت در اتحادیه اروپا

۴) بالاترین میزان همکاری عملیاتی گروه صادراتی و دولت

۵) تقویت نقش حمایتی وزارت امور خارجه در ایجاد رش اقتصادی و تولید شغل

۶) برنامه عملیاتی یکپارچه و منسجم برای دیپلماسی اقتصادی

۷) ایجاد شوراهای رشد در سفارت خانه ها

- ۸) جهت دهی به دیپلماسی عمومی، بخش ویزا و بخش مطبوعاتی سفارتخانه ها در راستای منافع صاحبان کسب و کارهای
- ۹) بهینه سازی اقدامات و فعالیت های شورای تجارت از طریق همکاری با جامعه کسب و کار
- ۱۰) مدیریت استراتژیک بهینه با تمرکز بر ارزش افزوده و تاثیرگذاری مقایسه ای
- ۱۱) تقویت همکاری منطقه ای در رابطه با کیفیت بازاریابی و تخصص در بخش های مختلف
- ۱۲) حضور جهانی با تمرکز بر بازارهای بزرگ رو به رشد
- ۱۳) تقویت رویکرد رشد محور در سفارت خانه ها
- ۱۴) اولویت بندی بازارهای رو به رشد و کلیدی
- ۱۵) تداوم اولویت بندی پویا، منعطف و مبتنی بر داده برای حضور در بازارهای جهانی
- ۱۶) تقویت حضور جهانی و حوزه نوآوری

۱۰- توصیه هایی کاربردی برای جاری سازی کوانتوم دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران

تا زمانی که یک استراتژی خوب نداریم، در جست و جوی آن هستیم و زمانی که یک استراتژی خوب متولد می شود، دردسر جدید آغاز می شود؛ جاری سازی. استراتژی ها از چهار چشمه مختلف می جوشند؛ دیدگاه راهبردی، کاوشگری و کنشگری راهبردی، تحلیل گری راهبردی و تصمیم گیری راهبردی به هنگام. این چهار چشمه باید به هم متصل شوند و تبدیل به رودخانه ای شوند؛ رودخانه ای واحد و خروشان. برای دستیابی به موفقیت استراتژیک نیازمند آن هستیم که؛

- تصمیمات استراتژیک بگیریم.

- تصمیمات استراتژیک را به تغییرات استراتژیک تبدیل کنیم.

- از صحت تصمیمات استراتژیک و کیفیت تغییرات استراتژیک اطمینان حاصل کنیم.

یعنی کنترل و پایش استراتژی (لشگر بلوکی، ۹۸: ۹).

بر اساس فرضیه تحقیق، کوانتوم دیپلماسی اگر با بهره وری همراه باشد می تواند مزیت های نسبی گسترده ما را به مولفه اقتصادی ثروت آفرین تبدیل کند که این به توسعه امنیت انسانی در بُعد اقتصادی منجر خواهد شد.

بر این اساس استراتژی ما در کوانتوم دیپلماسی، بهره وری است. به معنای انجام درست کارهای درست. به عبارت دیگر، کسب بیشترین ستاده ممکن با حداقل نهاده؛ یعنی کمترین هزینه ها اما بیشترین دستاوردها. از سویی در رویکرد کوانتومی به دیپلماسی، هر ذره کوچک و هر امکان و ظرفیت

متوسط و کلان ممکن باید دیده و لحاظ شود. در این حوزه ۲ مثال شاخص وجود دارد. جمعیت ایرانیان خارج از کشور و همچنین دانشجویان مشغول به تحصیل در خارج از کشور، ظرفیت های بالقوه ای هستند که هر کدام می توانند به صورت فردی و در قالب تیم های کاری به بهترین وجه و کمترین هزینه، نقش سفرا و دیپلمات های اقتصادی و تجاری ما را ایفا کنند. از آن هم مهمتر این دو گروه، از قابلیت فوق العاده ای برخوردارند تا ضمن شکستن برساخت و تصویر منفی که با اهداف غالباً سیاسی و یا دست کم عدم شناخت- از جمهوری اسلامی ایران وجود دارد، خود تصویری صحیح از ایران در صحنه افکار عمومی دنیا بسازند. علاوه بر این مهم، سازمان دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران می تواند از سرمایه های عظیم انسانی که بالغ بر ۷ میلیون ایرانی^۱ و سرمایه های مالی و نخبگانی که شامل ۲۵ هزار میلیارد دلار و ۳۷۰ هزار پروفیسور و نخبه^۲ آقای حلاج زاده در افتتاحیه اولین نمایشگاه تخصصی بانک، بیمه و بورس و فرصت های سرمایه گذاری اظهار داشت ۹۰ دفتر ایرانیان در خارج از کشور ایجاد شده جهت جذب سرمایه ایرانیان خارج از کشور برای پروژه های داخل کشور. اما متأسفانه در عمل و به دلیل ضعف های دیپلماسی نیوتونی و دولتی بودن نهاد های مرتبط با موضوع دیپلماسی اقتصادی از جمله وزارت صمت و وزارت خارجه و ذیل آن دبیرخانه شورای عالی ایرانیان خارج از کشور، که به معنای ناکارآمدی ساختاری و نهادی است، همچنان هیچ بهره قابل توجهی از این ظرفیت های بالقوه گسترده محروم و بی بهره ایم.

در موضوع دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در خارج از کشور نیز به نظر نمی رسد نقشه استراتژی طراحی و تدوین شده باشد. بر اساس آمار سال ۹۸ نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در امور دانشجویان خارج از کشور ۱۲۵۰۰۰ دانشجوی ایرانی در خارج از کشور مشغول به تحصیل می باشند که مهمترین شاخص برنامه ریزی آنان برای آینده مساله اشتغال است. این جمعیت تحصیل کرده که بخشی از آن قطعاً دارای ظرفیت نخبگانی است، می تواند نقش مهم و تاثیرگذاری در سازمان دیپلماسی اقتصادی ایران ایفا کند. البته نه با نگاه خطی و ساده نیوتونی بلکه با طراحی های چند لایه خلاقانه. به طور مثال می توان پایان نامه ها، کارهای پژوهشی و آثار مکتوب آنان در قالب های کتاب و مقاله و به طور کلی تولید محتوای آنان را حتی پیش از شروع به تحصیل در خارج از کشور، به بالفعل سازی و توسعه و بهره وری اقتصادی کشور متصل کرد. این جمعیت موثر می تواند با بهره وری ظرفیت های فردی و آثار

^۱ مصاحبه مجید حلاج زاده رییس مرکز مشاوره ایرانیان خارج از کشور با مشرق
^۲ خبرگزاری مهر به نقل از مجید حلاج زاده رییس وقت مرکز ایرانیان خارج از کشور

پژوهشی خود بخشی از ارگانیزم دیپلماسی اقتصادی کشور باشد. مزیت های نسبی و ظرفیت های سرمایه گذاری ثروت آفرین در کشور و همچنین بازار صادراتی ایران می تواند از این ظرفیت بالقوه بهره های بسیار ببرد؛ البته مشروط بر اتخاذ رویکرد کوانتومی و نگاه سیستمی و غیر قطعیت گرا به این حوزه.

سخن پایانی این پژوهش اینکه، چنان چه کوانتوم دیپلماسی که رویکردی ارگانیک و غیر خطی و غیر قطعیت گرا و منعطف به دیپلماسی اقتصادی دارد، سازمانی یادگیرنده، جامع و پویا در تعاملات انطباق پذیر با بخش خصوصی و حتی افراد ایجاد کرده و آن را توسعه می دهد. چنین سازمانی قابلیت این را دارد که در مسیر تکامل خود وضعیت و موقعیتی گشتالتی با اقتصاد و بازارهای جهانی ایجاد کند و ثمره آن قطعاً چنان که پیش از این در شرق آسیا که از آن به عنوان معجزه توسعه یاد می شود تجربه شده است؛ توسعه بعد اقتصادی امنیت انسانی خواهد بود.

نتیجه گیری

کوانتوم دیپلماسی می تواند با کارکرد اثربخش خود، در جذب سرمایه گذاری خارجی، دستیابی به فناوری های روز که منجر به بهره وری بیشتر تولید و خدمات خواهند شد، توسعه و رونق صنعت گردشگری و افزایش صادرات نقش قابل توجهی ایفا نماید. این تاثیرات در مجموع منجر به رشد تولید ناخالص ملی یعنی بزرگ تر شدن کیک اقتصاد کشور خواهد شد. این یعنی رونق بنگاه های اقتصادی که نتیجه آن اشتغال بیشتر و افزایش درآمد سرانه خواهد بود. بنابراین هم دولت می تواند با افزایش هزینه های عمرانی، زیرساختی و رفاهی یعنی غیر جاری خود در تامین نیازهای مادی انسانی شهروندان دست بازتری داشته باشد و خدمات بهداشتی، درمانی و آموزشی بیشتر و بهتری ارائه کند و هم مردم با رونق اقتصاد و درآمد بیشتر در تامین نیازهای اساسی مادی خود از قدرت بیشتری برخوردار باشند. بنابراین، می توان اینگونه نتیجه گرفت که کوانتوم دیپلماسی با رویکرد اقتصادی می تواند منجر به ارتقا امنیت انسانی در بعد اقتصادی شود.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- اعتباریان، اکبر (۱۳۸۶). «تغییر سازمانی از دیدگاه نظریه آشوب». ماهنامه علمی آموزشی تدبیر، سال ۱۸، شماره ۱۹۰.
- روشن چشم، حامد؛ اصلانی، مسعود؛ افراسیابی، هادی (۱۳۹۷). «فرصت‌های سیاسی و تاثیر آن در وقوع بحران‌های امنیتی بر پایه نظریه ساختار فرصت سیاسی مک‌آدام». فصلنامه راهبرد سیاسی، سال ۲، شماره ۶، پاییز.
- سلمان تبارسوته، محمد؛ مهرورز، عباس (۱۳۹۹). «تأثیر سیاست خارجی آمریکا (ترامپسیسم) در قبال اسرائیل بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه راهبرد سیاسی، سال ۴، شماره ۱۲، بهار.
- سید جوادین، سید رضا (۱۳۹۶). «تئوری‌های مدیریت، تهران: انتشارات نگاه دانک».
- صادقی، تورج و همکاران (۱۳۹۱). «ارایه مدل عوامل اصلی موفقیت در صادرات از دیدگاه صادرکنندگان در ایران». مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۱۷، زمستان.
- فرهادی راد، حمید (۱۳۹۷). سازمان کوانتومی راهبری سازمان در آشوب و پیچیدگی، تهران: رشد.
- قاسمی، محمد علی (۱۳۸۴). «امنیت انسانی: مبانی مفهومی و الزامات راهبردی». فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۳۰.
- کتابی، امیرعلی (۱۳۹۹). «راهبردهای افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در مقابله با جنگ علمی دشمنان». دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم، ۱۰(۲)، ۳۵-۶۴.

ب) منابع انگلیسی

- Charlotte, Shelton (1999). Quantum leaps: 7 skills for workplace recreation
- Claudia F. Fuentes and Franciso Rojas Aravena (2005), Promoting Human Security: Ethical, Normative and Educational Frameworks in Latin America and the Caribbean, Paris, UNESCO.
- The Commission on Global Governance (1995), Our Global Neighbourhood, Oxford: Oxford University Press, Available at: <http://www.gdrc.org/u-gov/global-neighbourhood/>
- Human Development Report 1995 (1995), Published for the United Nations Development Programme (UNDP), New York: Oxford University Press.
- Mundell, R. (1998), The Changing Face of National Security: A Conceptual Analysis, Tehran: Research Institute of Strategic Studies.
- Akhavan Kazemi, B. (2008), "Economic Security and Guidelines Providing It in the Teachings of Quran and Hadith", Quran and Hadith Studies, (29): 183-216.
- United Nations (1975), "Report of the World Food Conference", Rome 5-16 November 1974, New York.