

مدل مفهومی اقتصاد مقاومتی

با تأکید بر الگوی چابکی سازمان‌ها

احسان عباس آباد عربی*

مرضیه بابائیان پور**

رکسانا فکری***

چکیده

در سال‌های اخیر، شرایط کشور به گونه‌ای تغییر کرده است که ملت ما در مقابل یک فشار جهانی قرار دارد و نیاز به حرکتی عظیم و پیشرفتی جهشی در اقتصاد دارد. دشمنانی در مقابل ما وجود دارند که می‌خواهند با فشار اقتصادی و با تحریم و ... سلطه اهریمنی‌شان را به کشور بازگردانند. در این شرایط بحرانی، اقتصاد مقاومتی برای جهشی در پیشرفت و مقابله با فشارهای اقتصادی و تحریم کشورهای سلطه‌طلب توسط مقام معظم رهبری مطرح گردید. در تعریف اقتصاد مقاومتی، تشخیص حوزه‌های اعمال فشار سایر کشورها و تلاش برای کنترل و کم‌اثر کردن این فشارها و در شرایط آرمانی تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها بیان شده است. از سوی دیگر چابکی را توانایی سازمان برای پوشش فرصت‌های جدید برای مزیت رقابتی، تحت کنترل درآوردن اطلاعات، دارایی‌ها و ارتباطات موجود برای تصاحب این فرصت‌ها و انطباق با تغییرات ناگهانی شرایط کسب‌وکار دانسته‌اند. در این مقاله، پس از مرور ادبیات اقتصاد مقاومتی و چابکی، به بررسی ضرورت چابک‌سازی سازمان‌ها برای دستیابی به سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی پرداخته شده و با توجه به ادبیات اقتصاد مقاومتی و چابکی، ابعاد اقتصاد مقاومتی چابک پیشنهاد گردیده است. پس از بررسی‌های انجام‌شده برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی چابک، مدل مفهومی اقتصاد مقاومتی چابک پیشنهاد گردید که براساس آن می‌توان با چابک‌سازی سازمان به اقتصاد مقاومتی چابک دست یافت.

واژگان کلیدی

اقتصاد مقاومتی، چابکی، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، اقتصاد مقاومتی چابک

Email: Ehsan3257@Gmail.com

* دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه بین‌المللی پیام نور عسلویه

Email: M_Babaeian@PNU.ac.ir

** استادیار و عضو هیئت‌علمی گروه رشته مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور

Email: R.Fekri@PNU.ac.ir

*** استادیار و عضو هیئت‌علمی گروه رشته مهندسی صنایع، دانشگاه پیام نور

تاریخ پذیرش: ۹۳/۶/۵

تاریخ ارسال: ۹۳/۳/۶

فصلنامه راهبرد/سال بیست و سوم/شماره ۷۱/ تابستان ۱۳۹۳/ صص ۱۰۰-۷۹

جستار گشایی

اقتصاد مقاومتی مبحثی در اقتصاد است که مشخص می‌کند چگونه اقتصاد قادر است در مقابل ضربه‌های مختلف مقاومت کند و در عین حال از این ضربه‌ها آسیب نبیند. اصول کلی حاکم بر اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های لازم برای اجرایی کردن این اصول از منظر کمیسیون اقتصاد کلان، بازرگانی و نظام اداری به صورت زیر بیان شده است: حفظ ماهیت و هویت اقتصاد، توانمندسازی و افزایش کارایی مدیریت و نظم اداری، اصلاح زمینه فعالیت فعالان اقتصادی، احترام به محصولات ساخت داخل، تأکید بر فعالیت دانش‌بنیان، سلامت اقتصادی، جلب مشارکت عموم مردم، تقویت توانمندی و بازدهی نیروی کار، استفاده از حداکثر ظرفیت‌های تولیدی، جلوگیری از تعطیل شدن واحدهای تولیدی و کارخانه‌های کشور، توجه به زندگی مردم جامعه، تقویت روحیه خودباوری و خوداتکایی، حداکثر کردن استفاده از امکانات و تجهیزات موجود در کشور، پایین آوردن درجه آسیب‌پذیری کشور در جریان مبادلات با خارج (کمیسیون اقتصاد کلان، بازرگانی و نظام اداری، ۱۳۹۲، ص ۱۴۱).

اقتصاد مقاومتی، اقتصادی مبتنی بر مقاوم‌سازی، ترمیم ساختارها، قوانین و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی است که با تدوین یک استراتژی علمی و کارشناسی شده و بازتعریف فلسفه وجودی نهادها و قوانین اقدام به حذف موانع رشد و توسعه، حذف دوباره کاری‌ها و به نوعی هرس کردن ساختارهای اقتصادی مبادرت نماییم تا از یک بدنه چابک تر و هوشمندتر در مقابله با مشکلات برخوردار شویم و منفعلانه در برابر اتفاقات عمل نکنیم (شیروانی و مرادی، ۱۳۹۱، ص ۲۸).

در سال‌های اخیر با تحریم‌های شدیدتر اقتصادی و محدودیت‌های کسب و کار داخلی و ارتباطات خارجی مواجه شده‌ایم. مخالفان نظام جمهوری اسلامی ایران در داخل و خارج با تمام امکانات و با صرف هزینه‌های گزاف و با استفاده از تغییر شرایط کسب و کار سعی در اختلال و بی‌نظمی در سازمان‌ها دولتی و خصوصی و نارضایتی مردم دارند.

چابکی استراتژی است که برای حل مشکل شرایط بسیار متغیر سازمان‌ها مطرح شد تا بتواند سازمان‌ها را در شرایط متلاطم و غیرقابل پیش‌بینی با سطح کیفیت تولید ناب به‌سوی اهدافشان هدایت کند، حال آنکه اقتصاد مقاومتی کلیتی برای مواجهه با تغییرات بسیار زیاد در محیط تولید و خدمات برای مقابله با شرایط متغیر ایجاد شده و محرک افزایش کیفیت و

بهره‌وری است. هدف این مقاله ارائه مدل مفهومی برای دستیابی به ابعاد اقتصاد مقاومتی در سازمان‌ها از طریق چابک‌سازی آنهاست.

۱. مرور ادبیات

۱-۱. اقتصاد مقاومتی

مقام معظم رهبری اولین بار اصطلاح اقتصاد مقاومتی را در شهریور ۱۳۸۹ در جمع صدها تن از کارآفرینان مطرح نمودند. می‌توان با توجه به ویژگی‌های نخستین مخاطبان اقتصاد مقاومتی به مهم‌ترین ویژگی اقتصاد مقاومتی یعنی استفاده از فرصت‌ها برای تولید و مقابله با تهدیدات خارجی پی برد. به نظر بیگراو کارآفرین فردی است که مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و اداره می‌کند و درعین حال کسی است که فرصت‌ها را درمی‌یابد و برای پیگیری آنها یک سازمان را راه‌اندازی می‌کند (Bygrave, 1994, p.120). از سویی دیگر پدر علم کارآفرینی، شومپیتر معتقد است که کارآفرینی نیروی محرکه اقتصاد است و کسانی که در هر فعالیت و کسب‌وکار تجاری محصول جدید تولید می‌کنند یا روش‌های جدیدی در فرایند تولید، بازاریابی و ... به کار می‌گیرند یا از منابع جدیدی استفاده می‌کنند و یا مؤسسه جدیدی را تأسیس می‌کنند، دارای ویژگی‌های کارآفرینی هستند و نوآور محسوب می‌شوند (Schumpeter, 1971, p.242).

مقام معظم رهبری در جلسه با کارآفرینان بیان کردند که ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم. امروز کارآفرینی معنایش این است. ایشان در این جلسه دو دلیل برای اهمیت مسئله کارآفرینی (اقتصاد مقاومتی) بیان کردند. اول آنکه کشور ما آماده جهش در پیشرفت است. شرایط کشور به گونه‌ای شده که این ملت می‌تواند یک حرکت عظیم، یک جهش در پیشرفت برای خودش به وجود بیاورد. چون اولاً زیرساخت‌های زیادی آماده شده؛ علم در کشور بالا رفته؛ مدیریت‌های قوی به وجود آمده، زمینه‌های کار فراهم شده، امید به پیشرفت زیاد شده است. امروز تجربه، امید و زیرساخت‌های ما زیاده‌تر است، در پرتو شناخت ملت از توانایی‌های خود و جوانانش، فصل توانایی و جهش کشور فرا رسیده است. در فصل جهش کار و کارآفرینی (اقتصاد مقاومتی) اهمیت مضاعف پیدا می‌کند.

دلیل دوم اهمیت کارآفرینی (اقتصاد مقاومتی)، مواجهه با فشار جهانی است. دشمنانی در دنیا وجود دارند که می‌خواهند با فشار اقتصادی و با تحریم، سلطه اهریمنی خودشان را به

کشور برگردانند. مهم‌ترین این فشارها تحریم اقتصادی است. هدف تحریم‌ها نارضایتی مردم است (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۸۹، الف، ص ۱).

اقتصاد مقاومتی طراحی و مدل‌سازی ویژه‌ای از شرایط و سازوکارهای اقتصادی است که مبتنی بر آن، فضای اقتصادی کشور مبتنی بر فرض وجود حداکثر تحریم‌ها و فشارها، به صورت فعال و نه منفعل، طراحی می‌شود. اقتصاد مقاومتی بنیانی نظری برای مدل‌سازی گونه ویژه‌ای از اقتصاد است که فعالانه خود را برای مواجهه با تحریم‌ها بیش از پیش آماده ساخته است. سازوکار اقتصادی، فضای کسب و کار، تجارت خارجی، نهاده‌های مالی و واسطه‌ای است. اقتصاد مقاومتی مبتنی بر این پیش فرض طراحی شده که کشور در تعارض ایدئولوژیک دائمی با نظام سلطه است و هر ضربه اقتصادی از غرب ممکن است در هر لحظه به کشور وارد شود. در چنین شرایطی تحریم‌های اقتصادی نه تهدید، بلکه فرصت ویژه‌ای هستند که زیر فشار آنها می‌توان راهبردهای اقتصاد مقاومتی را با قدرت و اجماع ملی همراه و پیاده‌سازی آنها را تسریع کرد. الگوی اقتصاد مقاومتی چتر مفهومی کلانی است که در حوزه اقتصاد، به اقتصاد مقاومتی می‌انجامد؛ در حوزه فرهنگ به فرهنگ مقاومتی؛ در حوزه سیاست خارجی، به دیپلماسی مقاومتی و... (ترابزاده جهرمی و دیگران، ۱۳۹۲، ص ۳).

اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکان‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیر آمریکا زیرورو نمی‌شود؛ اقتصادی است متکی به مردم. اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که با توجه به همه قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و خارجی و تهدیدها و فرصت‌های بیرونی، سناریوسازی می‌کند و برای هر شرایطی برنامه دارد (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۳، ص ۱). اقتصاد مقاومتی عبارت است از اقتصادی راهبردی که محیط‌سنج است و درون و برون را به خوبی می‌بیند و برای شرایطی که هر لحظه ممکن است تغییر کند، واکنش مناسبی دارد (حسین‌زاده بحرینی، ۱۳۹۲، ص ۱۴۶).

از تحقیقات انجام‌شده در حوزه اقتصاد مقاومتی خارج از کشور می‌توان به مقاله‌ای با عنوان «مدل برنامه‌ریزی محصول چند معیاره بر اساس اقتصاد مقاومتی، بررسی وضعیت نوار غزه» به قلم صالح رمضان اشاره کرد. با توجه به محاصره نوار غزه از سال ۲۰۰۶ و اینکه هیچ گونه واردات و صادرات به این منطقه ممکن نیست، راه مواجهه با این شرایط تمرکز بر منابع موجود برای دستیابی به نیازهای مردم است؛ البته در شرایطی که مطمئن هستید که نایابی منابع به خصوص در بخش کشاورزی از این بدتر نمی‌شود. در مقاله مذکور از فرایند تحلیل

سلسله‌مراتبی (AHP) به‌صورت ابزار تصمیم‌گیری چندمعیاره برای پیش‌نویس طرحی برای تولید محصولات کشاورزی در نوار غزه با توجه به محدودیت‌های اعمال‌شده توسط اشغالگران استفاده شده است. در این بررسی هفت معیار اصلی، بیست‌ونه معیار زیرمجموعه و هشت گزینه مشخص گردید. هشت معیار اصلی شامل معیار اقتصادی، مالی، بازاریابی، محیطی، فنی، سیاسی و اجتماعی است. هشت گزینه بیان‌شده به راهکارهایی در این موارد پرداخته‌اند. گزینه‌ها عبارت‌اند از: صادرات محصولات، محصولات زراعی، داروهای گیاهی، سبزی‌ها، میوه‌ها، مرکبات، خرما و زیتون (Agha, 2011, p.2).

از تحقیقات انجام‌شده در حوزه اقتصاد مقاومتی در داخل کشور می‌توان به مقاله‌ای با عنوان "چارچوب مفهومی اقتصاد مقاومتی" که در آن شش اصل برای اقتصاد مقاومتی بیان شده است، اشاره کرد. آن شش اصل عبارت‌اند از مهار سوداگری و فساد، عاملیت توده‌های مردم، خودتکایی، اولویت‌گذاری، فرهنگ مقاومت. در اصل مهار سوداگری و فساد به کاهش فعالیت‌های غیر مولد که از تلاطمات و نوسان‌های بازار سوءاستفاده می‌کنند، اشاره دارد. به نظر نویسندگان در اقتصاد مبتنی بر دلالتی و سوداگری، بخش مولد بیشترین آسیب را دیده و سازوکار اقتصاد به سمت بروز حباب‌های قیمتی و نوسان‌های شدید سوق می‌یابد. این‌گونه اقتصاد کمترین پایداری و مقاومت را در مواجهه با فشار خارجی داشته و به سرعت متلاشی می‌شود (نریمانی و عسکری، ۱۳۹۱، ص ۵۸).

از نظر مهدی ساسانی، راهکارهای اقتصاد مقاومتی را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود: کاهش تهدید و کاهش آسیب. به نظر نویسندگان ایجاد همگرایی منطقه‌ای به دلیل ایجاد وابستگی میان منافع اقتصادی کشورها و امنیت ایران از طریق وابستگی منافع اقتصادی کشورهای مختلف به امنیت و ثبات ایران سبب خواهد شد تا اقداماتی که موجب از بین رفتن این شرایط شود، مورد مخالفت این کشورها باشد. از سویی دیگر به کارگیری ظرفیت‌های قابل توجه اقتصادی و جغرافیایی کشور موجب خواهد شد تا کشورهای منطقه از ثبات و امنیت در ایران بهره‌مند شوند. در این حالت هرگونه اقدامی که تأثیر منفی بر این شرایط داشته باشد، با مخالفت این کشورها مواجه خواهد شد. البته اجرای راهکارهای مفید و مؤثر به منظور کاهش تهدید هیچ زمانی باعث صفر شدن احتمال انجام اقدامات خصمانه دشمن نخواهد شد. لذا ضروری است تا ساختار اقتصادی کشور نیز به شکلی طراحی شود که در صورت اجرایی شدن تهدیدها بتوان کمترین هزینه از آنها عبور کرد. این راهکارها عبارت‌اند از حذف ارز واسطه،

متنوع ساختن منابع درآمدی کشور، ایجاد اشتغال پایدار، تسهیل در تأمین کالاهای استراتژیک کشور، توسعه در مناطق کمتر توسعه‌یافته. این نویسنده پس از بررسی فراوان در حوزه اقتصاد مقاومتی و ترانزیت کالا به این نتیجه می‌رسد که با توجه به ترانزیت بار از خاک ایران که به واسطه موقعیت جغرافیایی کشور از گذشته تاکنون مورد توجه تجار و بازرگانان بوده است، به دلیل ایجاد وابستگی در منافع اقتصادی صاحبان کالا و امنیت ایران همچنین ایجاد اشتغال و افزایش درآمدهای کشور راهکاری مناسب در جهت اهداف اقتصاد مقاومتی است (ساسانی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۰).

در مقاله‌ای عبدی و میرزایی پس از مطالعه میدانی به اهمیت ویژه «جغرافیای اقتصادی» ایران و همچنین راه‌های به کارگیری آن برای دستیابی به اقتصادی تهدیدناپذیر پرداخته شده است. در این مقاله پس از معرفی مفهوم «انزوای ژئوپلیتیکی» به عنوان مفهوم پایه‌ای به صورت «کاهش یا قطع ارتباط یک کشور با سایر کشورهای سیستم جهانی و منطقه‌ای در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی» بیان می‌شود که چنانچه انزوا به افزایش فوق‌العاده آنتروپی و یا درجه میرایی بینجامد، نظام سیاسی و یا موجودیت کشور در معرض نابودی قرار می‌گیرد. سپس با بررسی تعاملات اقتصادی ایران در محصولات راهبردی همچون برنج، گندم، جو، گوشت، با کشورهای همسایه، راهکار خروج از وضعیت فعلی را دادوستد خارجی عنوان می‌کند. در نتیجه در حوزه اقتصادی، به واسطه تنوع شرایط اقلیمی و پتانسیل‌های گوناگون این کشورها، بسیاری از نیازهای ایران برطرف خواهد شد و این در حالی است که امکاناتی که ایران می‌تواند متقابلاً در اختیار آنها قرار دهد، وابستگی این کشورها را به ایران، بیش از پیش خواهد کرد. به عبارتی در این دادوستد که برای همه طرف‌ها برد برد است، دست بالا با ایران خواهد بود، اگر استراتژی و برنامه ژئواکونومی ایران در راستای سیاست‌های کلی کشور و تحقق منافع ملی و امنیت ملی کشور باشد (عبدی و میرزایی، ۱۳۹۱، ص ۱۳۰).

در تعریف اقتصاد مقاومتی، تشخیص حوزه‌های اعمال فشار سایر کشورها و تلاش برای کنترل و کم اثر کردن این فشارها و در شرایط آرمانی تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها نیز بیان شده است. در مقاله مذکور هدف اجرای اقتصاد مقاومتی شناسایی حوزه‌های فشار و تلاش جهت کاهش اثر آن معرفی شده است. راهکارهای پیشنهادشده آن برای اجرای اقتصاد مقاومتی عبارت‌اند از ارتقای فرهنگ و دانش جامعه و مصرف‌کنندگان، حمایت از تولید داخلی و افزایش بهره‌وری، حمایت نظام بانکی از بخش تولید، افزایش توان علمی، تسهیل فرایندهای تأمین مالی

(کرباسیان، ۱۳۹۱، ص ۱۹). در مطالعه دیگری به بررسی نقش اقتصاد مقاومتی بر تحریم پرداخته‌اند (مهدی‌زاده و شیخ‌پور، ۱۳۹۲، ص ۱۰۵). همچنین در پژوهشی، با عنوان کنکاش در مقاومت اقتصادی، به بررسی نقش دانشگاهیان، سیستم تولید و کارآفرینی بر اقتصاد مقاومتی پرداخته شده است (یارفردی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۶۲). در بین مطالعات انجام‌شده نزدیک‌ترین پژوهش به پژوهش جاری، «الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران» است که در آن اله‌مراد سیف با استفاده از مفهوم فنریت اقتصادی، الگویی را برای اقتصاد مقاومتی ارائه می‌دهد (سیف، ۱۳۹۱، ص ۵).

۲-۱. چابکی

در بین روش‌های مطرح‌شده برای مواجهه با محیط (شرایط) نامشخص و غیرقابل پیش‌بینی، سه مفهوم سازمان انطباق‌پذیر، سازمان انعطاف‌پذیر و سازمان چابک، از غالب‌ترین و محبوب‌ترین هستند؛ اما نظریه چابکی با عنایت به سطح نفوذ بین‌المللی آن به صورت یک کل دربردارنده مجموعه ویژگی‌های کاربردی مفاهیم پیشین بوده و به عنوان فلسفه‌ای نوین در ادبیات مدیریت سازمان پذیرفته شده است (زنجیرچی و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۲۵۸). بنا به گفته یوسف و گاناسکران چابکی سازگاری موفق مبتنی بر رقابت‌پذیری در معیارهایی مانند سرعت، انعطاف‌پذیری، نوآوری و کیفیت است که به وسیله یکپارچگی منابع، قابلیت انسجام مجدد و وجود عملگرهای مناسب در محیط غنی از دانش و تغییرات سریع ایجاد می‌شود و تلاش دارد تا کالاهای و خدمات را براساس نیازمندی‌های مشتریان تأمین نماید (Yusuf & Gunasekaran, 1999, p.36). چابکی، توانایی یک واحد کسب‌وکار برای رشد و بقا در یک محیط رقابتی است که تغییرات آن مستمر و غیرقابل پیش‌بینی بوده، نیازمند واکنش سریع به بازارهای متغیر است و بدون تردید، این امر از راه ارزش‌آفرینی در محصولات و خدمات مورد نیاز مشتریان صورت می‌گیرد (Goldman et al., 1995, p.112).

چابکی قابلیت مواجهه پویای مهمی در محیط کسب‌وکار معاصر است (Roberts & Varun, 2012, p.579). شرکت‌های چابک با تغییرات، عدم قطعیت و پیش‌بینی‌ناپذیری در محیط حرفه‌شان و تصمیم‌گیری‌های مناسب مواجه هستند؛ بنابراین این سازمان‌ها نیازمند ویژگی‌های خاصی برای مواجهه سریع با تغییرات در محیطشان هستند (Zhang & Sharifi, 1999, p.7).

چابکی توانایی سازمانی برای پوشش فرصت‌های جدید برای مزیت رقابتی؛ تحت کنترل درآوردن اطلاعات، دارایی‌ها و ارتباطات موجود برای تصاحب این فرصت‌ها و انطباق با تغییرات ناگهانی شرایط کسب‌وکار است (Setia et al., 2008, p.6). سیستم تولید چابک سیستمی است که به سرعت تغییر می‌کند و این از طریق مدل‌های محصول یا تغییر بین خطوط محصول و در حالت ایده‌آل، پاسخ آنی به تقاضای مشتری امکان‌پذیر شده است؛ فرآیندهای چابک شامل دارایی‌ها و سیستم‌های منعطف، تملک سریع محصول جدید، حل سریع مسئله، سیستم‌های اطلاعاتی غنی و سرشار است و روابط چابک شامل الگوبرداری چابکی، شناخت عمیق مشتری، تأمین‌کنندگان یکپارچه، شراکت‌های عملیاتی می‌باشد (جعفرنژاد، ۱۳۹۱، ص ۵۴). واکنش موفق و سریع به تغییرات، نیازمند سازمان چابکی است که بتواند تمام عناصر سازمان را همچون اهداف، فناوری، سازمان و مردم را برای تغییرات غیرمنتظره تطابق دهد (Setia et al., 2008, p.13).

۱-۲-۱. ابعاد چابکی

در چارچوب‌های بررسی شده چابکی، چهار بعد اصلی را برای چابکی می‌توان مشاهده کرد: اغناء مشتریان، تعامل، تسلط به تغییرات و عدم اطمینان و اهرمی کردن مهارت‌ها. ابعاد ارائه شده در مدل‌های پایه چابکی بیان شده‌اند (Tseng et al., 2011, p.3698).

اغناء مشتریان. سازمان‌ها باید به جای محصول راه‌حلی برای مشکلات مشخص مشتریان ارائه نمایند و روی ارزش دریافت‌شده مشتریان از محصول متمرکز باشند. در واقع کاهش هزینه ماشین‌آلات، دسترسی طراحان محصول به ابزارهای طراحی کامپیوتری قدرتمند، افزایش تجارت جهانی، توزیع محصول را گسترده و تولیدکنندگان به این جهت سوق داده که به ماورای محصول نگاه کنند و نیز کیفیت متمایزی از محصول و خدمات را برای هر مشتری فراهم نمایند (Rigby et al., 2000, p.179). در همین راستا گلدمن مدعی شد که چابکی مرتبط با محصول نیازمند غنی‌سازی محصولات به وسیله تحویل ارزش و راهکار به مشتری به جای محصول به تنهایی است (Goldman et al., 1995, p.138). از سویی دیگر غنی‌سازی مشتریان در چابکی به معنی تحویل ارزش و راهکار به مشتریان به جای محصول و خدمت است (Sherehiy et al., 2007, p.448).

ویژگی‌های مرتبط با محصولات و خدمات در چابکی از جنبه شایستگی را می‌توان معطوف به توجه به کیفیت محصولات و خدمات، نرخ بالای معرفی محصولات جدید و از جنبه انعطاف‌پذیری به انعطاف‌پذیری در حجم محصولات، انعطاف‌پذیری در پیکربندی و یا مدل محصولات و همچنین از جنبه سرعت می‌توان به معرفی سریع محصولات به بازار و نیز تحویل سریع محصولات و خدمات به بازار بیان کرد. در تحقیقات دیگر به چرخه حیات محصول و مدت‌زمان ارائه خدمت و کیفیت بالای محصولات و خدمات (Ramesh & Devadasan, 2007, p.191) و همچنین محصولات با ارزش‌افزوده بالا (Maskell, 2001, p.6) اشاره شده است. از سوی دیگر یکی از اجزای چابکی کیفیت بالای محصولات و سطح سفارشی‌سازی بسیار بالای محصولات است (Tsourveloudis & Valavanis, 2002, p.330) همچنین می‌توان ویژگی‌های کیفی محصولات در طول دوره عمر محصول و ارائه محصولات با ارزش‌افزوده قابل‌توجه را نیز از ویژگی‌های چابکی برشمرد.

تعامل. فراهم کردن راه‌حل کامل برای هر مشتری مشخص با منابع تنها یک شرکت قابل حصول نیست. این امر به خصوص زمانی به حقیقت می‌پیوندد که شرکت روی شایستگی‌های اصلی خود متمرکز باشد. بنابراین تعامل و همکاری با دیگران جهت ایجاد راه‌حل برای مشتری ضروری به نظر می‌رسد. درواقع همکاری داخلی و خارجی استراتژی‌های مورد نظر می‌باشند و هدف آن عرضه محصولات به بازار در حداقل زمان با اهرمی کردن منابع از طریق همکاری است و البته دستیابی به این اهداف تنها با تشکیل سازمان‌های مجازی و مشارکت سریع در ساختار قابل حصول خواهد بود (Rigby et al., 2000, p.180). توانایی همکاری اثربخش می‌تواند سازمان را برای بهره‌مندی از تمام منابع موجود صرف‌نظر از موقعیتشان برای ارائه محصول به بازار با اثربخشی هزینه و سرعت تا حد ممکن و پاسخ موفقیت‌آمیز به تغییرات غیرقابل پیش‌بینی توانا سازد. اگرچه توانایی پاسخگویی قطعی به تغییرات محیط و بهره جستن از آنها فقط به وسیله تغییر نگرش تولید به کسب و کار، ارتباط با مشتریان و تأمین‌کنندگان و همکاری با رقبا بستگی دارد (Maskell, 2001, p.6).

در مدل شریفی و ژانگ همکاری‌های داخلی و خارجی یکی از شایستگی‌های محوری برای دستیابی به چابکی است (Sharifi & Zhang, 1999, p.7). ماسکل همکاری را یکی از چهار عنصر کلیدی برای چابکی بیان کرد. همکاری بین سازمانی الگویی برای پاسخ‌گویی سریع به سطوح تقاضایی که انجام می‌شود، فراهم می‌کند، وگرنه برای سازمانی مجزا پاسخ‌گویی این‌چنینی

غیرممکن است (Yusuf et al., 1999, p.38). در مدل ارائه شده جکسون و جوهانسون یکی از ابعاد چابکی همکاری‌های داخلی و خارجی است. آنها همکاری را مرتبط با ارتباط مناسب سازمان در کارهای داخلی و خارجی، بین واحدها، با تأمین‌کنندگان و مشتریان می‌دانند (Johansson & Jackson, 2003, p.483). شریخی و دیگران چهار مشخصه را برای سازمان چابک در زمینه همکاری بیان می‌کند که عبارت‌اند از: تعامل برای بهبود رقابت، تعامل داخلی و خارجی، ارتباط استراتژیک با مشتریان، ارتباط کامل (نزدیک) با تأمین‌کنندگان (Sherehiy et al., 2007, p.448). از سویی دیگر یوسف و همکاران همکاری را بسیار مهم دانسته‌اند، حتی همکاری با رقبا. این به معنی آن است که در چابکی الگوی رقابت و همکاری متقابلاً سازگار هستند (Yusuf et al., 1999, p. 38).

تسلط به تغییرات و عدم اطمینان: مشکل‌ترین عاملی که سازمان‌ها با آن مواجه هستند، تغییر سریع و بدون توقف است. عواملی مانند کاهش سیکل محصول، کاهش زمان ایجاد محصول تا زمان فروش، تسریع در نرخ توسعه فناوری، افزایش جهانی‌سازی تجارت، افزایش تراکم ارتباطات الکترونیکی و افزایش رشد سریع جمعیت همه به فضای تغییر کمک می‌کند. بنابراین سازمان‌ها برای بقاء و پیشرفت در محیط تغییر و عدم اطمینان باید به گونه‌ای سازمان‌دهی شوند که دارای ساختار سازمانی منعطف و نوآور باشند تا بتوانند تصمیم‌گیری سریع را ارتقاء دهند. تولیدکنندگان چابک باید کارکنانی را که می‌توانند عدم اطمینان را به رشد تبدیل کنند، حفظ نمایند و سازمان‌های کارآفرین ایجاد نمایند (Rigby et al., 2000, p.183). چابکی نیاز به ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر را که پیکربندی مجدد سریع منابع فیزیکی و انسانی در پاسخ به تغییرات در بازار را ممکن می‌سازد، فراهم می‌کند. گاناسکران بیان کرد که مهم‌ترین مسئله چابکی چگونگی استفاده و پیکربندی مجدد منابع و فرایندها برای مواجهه با بازار پویا، سیاست‌های دولت و قوانین است (Gunasekaran, 1999, p.92).

شریفی و ژانگ در مدل خود به شایستگی‌هایی همچون اثربخشی هزینه‌ها، مدیریت تغییر، کارایی و اثربخشی عملیات (ناب بودن) و یکپارچگی اشاره کرده و نیز بر انعطاف‌پذیری‌هایی در زمینه مسائل سازمان و سازمانی، انعطاف‌پذیری در پیکربندی و مدل محصولات، انعطاف‌پذیری در حجم محصولات تأکید کردند. آنها همچنین به سرعت در معرفی محصولات جدید به بازار، تحویل سریع خدمات و محصولات و زمان عملیات سریع توجه کردند (Zhang & Sharifi, 1999, p.17). جکسون و جوهانسون مواجهه با تقاضای مشتری را نیازمند سطح بالایی از

انعطاف‌پذیری، مهارت تولید با هزینه کم/حجم کم و زمان تحویل سریع دانستند (Jackson & Johansson, 2003, p.483). او و محققانی دیگر وظایفی همچون کم کردن لایه‌های سازمانی، ساخت گروه‌های عملیاتی متقاطع و مدیریت آنها، ایجاد محیطی تشویقی برای انگیزش و گردش شغلی کارکنان، انطباق فعالیت‌ها بر اساس نگرش هزینه‌یابی، یکپارچه‌سازی فناوری اطلاعات جهت تسلط بر تغییرات و عدم اطمینان در حوزه سازمان را پیشنهاد دادند (Meredith & Francis, 2000, p.138; Vokurka & Flidner, 1998, p.168; Hormozi, 2001, p.142)؛

شریخی و دیگران بررسی‌های بسیاری در چابکی سازمان انجام داده‌اند. نتایج بررسی آنها در مشخصه‌های سازمانی بر تمرکززدایی از دانش و کنترل، کاهش اختلاف قدرت (عناوین و سطوح کمتر)، کاهش فرایندها، تعریف نقش‌های شناور و سازمان‌دهی غیررسمی فرایندها، همکاری شخصی و غیررسمی، ارتباط شبکه‌ای؛ ساختار صاف، ساختار افقی و یا ساختار مجازی و همچنین کار گروهی توجه دارد (Sherehiy et al., 2007, p.458). وینده چند راهنما برای چابکی مشخص کرد که جنبه سازمانی آنها شامل سازمان مجازی، عملیات با هزینه بهینه، تشکیل شراکت راهبردی سریع، پیکربندی مجدد، پاسخ سریع به تغییرات بازار است (Vinodeh et al., 2009, p.570). یوسف و همکاران نیز ویژگی‌های سازمانی چابکی را با مشخصه‌های زیر تعیین کردند. اجرای همزمان فعالیت‌ها، یکپارچه‌سازی سازمان، تمرکززدایی تصمیم‌گیری، پیشرو بودن در فناوری، بهبود مستمر، فرهنگ تغییر، رضایتمندی مشتریان، پاسخ به نیاز مشتریان، سازمان یادگیرنده (Yusuf et al., 1999, p.41).

اهرمی کردن مهارت‌ها: توانایی سازمان در واکنش سریع‌تر نسبت به تغییرات در مقایسه با رقبای توسط اهرمی کردن اثر افراد و اطلاعات میسر می‌گردد. این امر با استفاده از افزایش انگیزش، کارآفرینی اشخاص و سازمان‌دهی گروه‌های سازگار دائمی انجام گرفته و درعین حال ساختار سازمان‌دهی نیز دائماً شکل‌دهی مجدد^۱ می‌گردد. در جهان فردا، افراد و اطلاعات تفکیک کننده‌ای کلیدی خواهند بود لذا چابکی، عدم تمرکز، اختیار و اهرمی کردن ارزش منابع انسانی و اطلاعاتی را در بر می‌گیرد. چنین سازمانی را سازمان مبتنی بر دانش می‌نامیم (Rigby et al., 2000, p.178). از سویی دیگر این بعد به توانایی سازمان در توسعه، مدیریت و استفاده از دانش کارکنان و توانایی آنها برای مواجهه با تغییرات در بازار متلاطم اشاره دارد

1. Reconfiguration

(Sherehiy et al.,2007,p.458). از مؤلفه‌های سازمان چابک افراد مطلع، شایسته، توانا و انعطاف‌پذیر (Zhang & Sharifi,2007) و واقعیت بخشیدن به تفکر داخلی با تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح (Dove,1999,p.28) است. گاناسکران سه زیرمجموعه برای افراد در چابکی در نظر گرفته است. اول دانش کارکنان، دوم حمایت مدیریت ارشد و توانمندسازی کارکنان، سوم آموزش و تمرین (Gunasekaran,1999,p.102). نگاره شماره (۱) ابعاد و مؤلفه‌های چابکی را نشان می‌دهد.

نگاره شماره (۱) - ابعاد و مؤلفه‌های چابکی از منظر محققان

بُعد	مؤلفه‌های چابکی	چکسون و جوانسون	داو	وینده و دیگران	زانگ و شریفی	شریحی و دیگران	کید	تسولدیس و واونیس	گاناسکران	مکارتی	رامش	گلدمن و دیگران	یوسف و دیگران
اغناء مشتریان	کیفیت بالای محصولات					✓	✓	✓	✓	✓	✓		
	سطح سفارشی‌سازی بالا					✓	✓	✓	✓	✓	✓		
	تحويل ارزش و راهکار به مشتریان به جای محصول و خدمت				✓							✓	
	ارائه محصولات باارزش افزوده قابل توجه				✓							✓	
	انعطاف پذیری در پیکربندی و یا مدل محصولات									✓			
تعامل	تعامل داخلی (بین واحدها و افراد سازمان)	✓			✓	✓							
	تعامل بین سازمان	✓			✓	✓							
	تعامل سازمان با مشتریان	✓			✓								
	تعامل سازمان با تأمین کنندگان	✓			✓	✓							
	تعامل با رقبا											✓	
تغییرات و عدم قطعیت	پیکربندی مجدد سریع منابع فیزیکی و انسانی و فرایندها			✓		✓			✓		✓		
	اثربخشی هزینه‌ها	✓		✓	✓								

								✓				مدیریت تغییر	
✓								✓			✓	کارایی و اثربخشی عملیات	
✓		✓						✓				یکپارچگی	
✓								✓	✓			انعطاف‌پذیری مسائل سازمان (کاهش لایه‌های سازمانی)	
								✓				انعطاف‌پذیری در حجم محصولات	
✓								✓	✓			سرعت در معرفی محصولات جدید	
								✓			✓	تحويل سریع خدمات و محصولات	
								✓	✓			زمان عملیات سریع	
✓								✓				تمرکز دایمی از دانش و کنترل	
✓												رضایتمندی مشتریان	
✓												سازمان یادگیرنده	
								✓		✓		سازمان مجازی	
										✓		تشکیل شراکت راهبردی سریع	
				✓				✓				توسعه، مدیریت، و استفاده از دانش کارکنان	فرآیندهای نوآوری
								✓				استفاده از توانایی کارکنان برای مواجهه با تغییرات در بازار	
				✓				✓				افراد مطلع، شایسته، توانا و انعطاف‌پذیر	
				✓							✓	تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح	

۲. اقتصاد مقاومتی چابک

۲-۱. ضرورت چابک‌سازی سازمان‌ها در شرایط اقتصاد مقاومتی

به نظر علی لاریجانی اقتصاد مقاومتی یعنی چابک‌سازی و کوچک‌سازی وزارتخانه‌ها، به دلیل آنکه وزارتخانه‌ها همانند کارخانه‌ها تولیدی ندارند، چابک‌سازی و کوچک‌سازی وزارتخانه‌ها باعث کوچک‌سازی دولت و چابکی آن می‌شود. با چابک‌سازی و کوچک‌سازی وزارتخانه‌ها بودجه آنها به سمت تولید پیش می‌رود و زمانی که تولید در کشور رونق یابد، مشکل در تورم و

در اشتغال حل می‌شود، این خود مانع تعطیلی تعداد زیادی از کارخانه‌ها و یا افزایش ظرفیت تولید آنان می‌شود (لاریجانی، ۱۳۹۲، ص ۱۰). همچنین چابک‌سازی سازمان‌ها به عنوان یکی از سیاست‌های کلی نظام اداری است (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۸۹، ب). از سوی دیگر با توجه با ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر معظم انقلاب باید طوری عمل کنیم که حتی در شرایط فشار اقتصادی، رشد و شکوفایی اقتصادی را شاهد باشیم؛ بنابراین آنچه از اقتصاد مقاومتی برداشت می‌شود، یک اقتصاد ریاضتی و ایستا نیست، بلکه یک اقتصاد منعطف و چابک است که قدرت مقابله با فشارهای بیرونی و درونی را دارد و می‌تواند در هر شرایطی شاخص‌های کلان اقتصادی را در سطح مناسب نگه دارد. سپهری معتقد است برای تحقق اقتصاد مقاومتی باید به دنبال چابک‌سازی سازمانی باشیم و نه توسعه سازمانی (سپهری، ۱۳۹۱، ص ۱). همچنین پورزرندی چابک‌سازی را یکی از راهکارهای اقتصاد مقاومتی بیان کرد (پورزرندی، ۱۳۹۱، ص ۱۱).

پذیرش استراتژی چابکی مزایای فراوانی برای شرکت‌ها دارد، از جمله عکس‌العمل سریع و اثربخش به تغییرات نیاز بازار، قابلیت سفارشی کردن محصولات و ارائه خدمات به مشتریان، قابلیت تولید و ارائه محصولات جدید به شیوه‌ای مقرون به صرفه، کاهش هزینه‌های ساخت، افزایش رضایتمندی مشتریان، حذف فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده و افزایش رقابت است (Setia et al., 2008, p.139). چابکی در معرفی روش‌های جدید برای مدیریت سازمان‌ها برای واکنش اثربخش و سریع به تغییرات بازارها، محصولات و خدماتی که مشتریان طراحی آن را هدایت کرده‌اند، به ابزاری برتر برای رقابت تبدیل شده است (Zhang & Sharifi 1999, p.8). در ادامه تلاش می‌شود با قرار دادن سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در چارچوب توسعه‌یافته‌ای از چابکی به مدلی جامع برای درک، توسعه و اجرای اقتصاد مقاومتی دست‌یافت. نگاره شماره (۲) ابعاد چابکی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را بررسی می‌کند. با توجه به مؤلفه‌های مشترک بسیار در ابعاد اقتصاد مقاومتی و چابکی می‌توان به این نتیجه دست‌یافت که دستیابی به ابعاد چابکی می‌تواند برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی نیز مؤثر باشد. مدل اقتصاد مقاومتی چابک با توجه به این تفکر گسترش‌یافته است.

۲-۲. ابعاد اقتصاد مقاومتی چابک

می توان چهار بعد برای اقتصاد مقاومتی چابک با توجه به سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی و مفهوم چابکی پیشنهاد داد: الف) تأمین نیازهای مشتریان؛ ب) حداکثر تعامل و همکاری؛ ج) مدیریت بهبود و مخاطرات؛ و د) تقویت نیروی انسانی و دانش.

۲-۲-۱. مؤلفه های تأمین نیازهای مشتریان

این مؤلفه ها در حوزه اقتصاد مقاومتی چابک شامل تولید محصولات و خدمات راهبردی به وسیله تحویل ارزش و راهکار به مشتریان به جای محصول و خدمت و تأمین امنیت غذا و درمان به وسیله انعطاف پذیری در پیکربندی و یا مدل محصولات همچنین ایجاد ذخایر راهبردی با تأکید بر افزایش کمی و کیفی تولید و نیز افزایش پوشش استاندارد به وسیله کیفیت بالای محصولات است. هرچند افزایش ارزش افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز به وسیله تحویل ارزش و راهکار به مشتریان به جای محصول و خدمت و نیز توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه به وسیله ارائه محصولات با ارزش افزوده قابل توجه جزو این مؤلفه ها هستند.

نگاره شماره (۲) - ابعاد چابکی و مؤلفه های اقتصاد مقاومتی

ابعاد چابکی	مؤلفه های اقتصاد مقاومتی
اغناء مشتریان	افزایش کیفی تولید. افزایش پوشش استاندارد، توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه، افزایش ارزش افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز (آیت الله خامنه ای، ۱۳۹۲)
	افزایش کمی تولید. افزایش تولید داخلی نهاده ها و کالاهای اساسی (آیت الله خامنه ای، ۱۳۹۲)
	تأمین امنیت اقلام راهبردی. تأمین امنیت غذا و درمان و ایجاد ذخایر راهبردی با تأکید بر افزایش کمی تولید (آیت الله خامنه ای، ۱۳۹۲)
تعامل	درون زایی: فعال سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه های انسانی و علمی، شکل دهی بازارهای جدید ایجاد بستر رقابت بین مناطق و استان ها و به کارگیری ظرفیت و قابلیت های متنوع در جغرافیای مزیت های مناطق کشور، انتخاب مشتریان راهبردی، توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیتهای اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری های جمعی، مشارکت دادن بخش خصوصی در فروش (آیت الله خامنه ای، ۱۳۹۲)
	برون گرایی: توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور؛ تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه؛ گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت، توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور، تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه، ایجاد تنوع در مبادی تأمین کالاهای وارداتی با هدف کاهش وابستگی به کشورهای محدود و خاص، تنوع بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به ویژه با کشورهای منطقه؛ تشویق سرمایه گذاری

خارجی برای صادرات، توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان، استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، تأمین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	
رشد بهره‌وری. مدیریت مصرف، ارتقا شاخص عدالت اجتماعی، سهم‌بری عادلانه عوامل در زنجیره تولید تا مصرف متناسب با نقش آنها در ایجاد ارزش، ارتقا رقابت‌پذیری در تولید و اقتصاد (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	تسلط به تغییرات و عدم اطمینان
تحول اساسی در ساختارها. اصلاح و تقویت نظام مالی، ایجاد تنوع در روش‌های فروش، حذف دستگاه‌های موازی و غیرضرور و هزینه‌های زائد، اصلاح نظام درآمدی (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	
مدیریت تغییر. شناسایی و به‌کارگیری ظرفیت‌های علمی، فنی و اقتصادی برای دسترسی به توان‌افندی و اقدامات مناسب، رصد برنامه‌های تحریم، مدیریت مخاطرات اقتصادی از طریق تهیه طرح‌های واکنش هوشمند، فعال، سریع و به‌هنگام در برابر مخاطرات و اختلال‌های داخلی و خارجی، روزآمدسازی شیوه‌های نظارت بر بازار (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	
دانش‌بنیان شدن اقتصاد. شفاف‌سازی اقتصاد (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	اهرمی‌کردن مهارت‌ها
توانمندسازی نیروی کار. ارتقاء آموزش، مهارت و خلاقیت، تقویت فرهنگ جهادی (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	
تبدیل تجربه به دانش. استفاده از تجربه نیروی انسانی به‌وسیله تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲)	

۲-۲-۲. مؤلفه‌ها حداکثر تعامل و همکاری

برای استفاده حداکثری از منابع در اقتصاد مقاومتی چابک، می‌توان چندین حوزه تعامل چابکی را بررسی نمود. الف) تعامل داخلی: تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به‌منظور توسعه کارآفرینی؛ ب) تعامل بین سازمانی: ایجاد بستر همکاری و رقابت بین مناطق و استان‌ها و به‌کارگیری ظرفیت و قابلیت‌های متنوع در جغرافیای مزیت‌های مناطق کشور؛ ج) تعامل با تأمین‌کنندگان: ایجاد تنوع در مبادی تأمین کالاهای وارداتی باهدف کاهش وابستگی به کشورهای محدود و خاص؛ د) تعامل با رقبا: گسترش خدمات تجارت خارجی و ترانزیت و زیرساخت‌های موردنیاز؛ تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات؛ به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی دانست. تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی، تنوع‌بخشی پیوندهای اقتصادی با کشورها به‌ویژه با کشورهای منطقه؛ توسعه حوزه عمل مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور؛ توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان به‌ویژه همسایگان از طریق تعامل با مشتریان، استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای و انتخاب مشتریان راهبردی است.

۲-۳. مؤلفه‌های مدیریت بهبود و مخاطرات

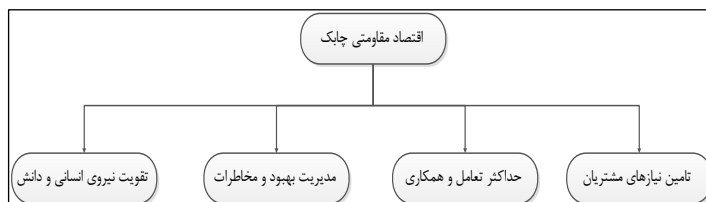
این مؤلفه‌ها شامل موارد زیر است: رشد بهره‌وری از طریق افزایش کارایی و اثربخشی عملیات؛ شکل دهی بازارهای جدید از طریق پیکربندی مجدد سریع منابع فیزیکی و انسانی و فرایندها؛ ایجاد تنوع در روش‌های فروش از طریق تحویل سریع خدمات و محصولات؛ مدیریت مصرف از طریق اثربخشی هزینه‌ها؛ ارتقاء کیفیت و رقابت پذیری در تولید از طریق کارایی و اثربخشی عملیات؛ ایجاد ثبات در اقتصاد ملی از طریق پیکربندی مجدد سریع منابع فیزیکی و انسانی و فرایندها، اصلاح و تقویت همه‌جانبه نظام مالی کشور با هدف پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصاد ملی از طریق انعطاف‌پذیری مسائل سازمان (کاهش لایه‌های سازمانی)؛ ایجاد ثبات رویه و مقررات در مورد صادرات با مدیریت تغییر (صرفه‌جویی در هزینه‌های عمومی کشور با تأکید بر تحول اساسی در ساختارها، منطقی‌سازی اندازه دولت و حذف دستگاه‌های موازی و غیرضرور و هزینه‌های زائد از طریق اثربخشی هزینه‌ها و انعطاف‌پذیری مسائل سازمان (کاهش لایه‌های سازمانی) کارایی و اثربخشی عملیات؛ اصلاح، شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی نظام درآمدی دولت از طریق سازمان مجازی است.

۲-۴. تقویت نیروی انسانی و دانش

این مؤلفه‌ها را در بعد نیروی انسانی می‌توان توانمندسازی نیروی کار از لحاظ ارتقاء آموزش، مهارت، خلاقیت و همچنین تقویت فرهنگ جهادی از طریق استفاده از توانایی کارکنان برای مواجهه با تغییرات در بازار متلاطم و کارکنان مطلع، شایسته، توانا و انعطاف‌پذیر شناسایی نمود. از بُعد دانش می‌توان مؤلفه‌های را تلاش برای دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان و همچنین تبدیل تجربه نیروی انسانی از دانش ضمنی به دانش صریح، توسعه، مدیریت و استفاده از دانش کارکنان دانست.

ابعاد اقتصاد مقاومتی چابک در نمودار شماره (۱) مطرح شده است.

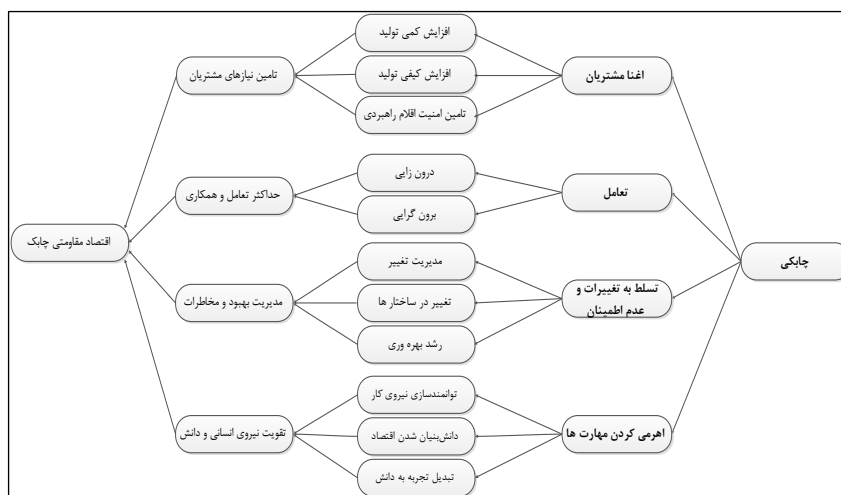
نمودار شماره (۱) - نمودار پیشنهادی ابعاد اقتصاد مقاومتی چابک



۲-۳. مدل مفهومی اقتصاد مقاومتی چابک

در نمودار ترسیم‌شده شماره (۲) ابعاد چابکی سازمان به‌عنوان عوامل دستیابی به مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی و در نتیجه افزایش مقاومت اقتصادی سازمان‌ها معرفی شده است.

نمودار شماره (۲) - مدل مفهومی اقتصاد مقاومتی چابک



فرجام

اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که مقاوم است؛ با تحریکات جهانی، با تکانه‌های جهانی، با سیاست‌های امریکا و غیر امریکا زیرورو نمی‌شود؛ اقتصادی است متکی به مردم. اقتصاد مقاومتی یعنی اقتصادی که با توجه به همه قوت‌ها و ضعف‌های داخلی و خارجی و تهدیدها و فرصت‌های بیرونی، سناریوسازی می‌کند و برای هر شرایطی برنامه دارد. اقتصاد مقاومتی عبارت است از اقتصادی راهبردی که محیط‌سنج است و درون و برون را به‌خوبی می‌بیند و برای شرایطی که هر لحظه ممکن است تغییر کند، واکنش مناسبی دارد.

در این مقاله پس از بررسی ادبیات حوزه اقتصاد مقاومتی و چابکی چهار بعد، تأمین نیازهای مشتریان، حداکثر تعامل و همکاری، مدیریت بهبود و مخاطرات، تقویت نیروی انسانی برای اقتصاد مقاومتی چابک پیشنهاد شد. دستیابی به این ابعاد زمینه دستیابی به اقتصاد مقاومتی چابک در سازمان‌ها را از طریق چابک‌سازی سازمان‌ها به وجود می‌آورد. با توجه به

نتایج ذکر شده می‌توان با استفاده از مدل مفهومی اقتصاد مقاومتی چابک ارائه شده، به اقتصاد مقاومتی مبتنی بر چابکی دست یافت.

منابع فارسی

آیت‌الله خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۹ الف)، *بیانات در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور*، بازیابی شده در تاریخ ۱۶ شهریور ۱۳۸۹ آیت‌الله خامنه‌ای

<http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=10077>

آیت‌الله خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۹ ب)، *سیاست‌های کلی نظام اداری*، بازیابی شده در تاریخ ۳۱ فروردین ۱۳۸۹، پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری.

<http://www.leader.ir/langs/fa/index.php?p=contentShow&id=6689>

آیت‌الله خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۲)، *سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی*، بازیابی شده در تاریخ ۳۰ بهمن ۱۳۹۲، آیت‌الله خامنه‌ای.

<http://farsi.khamenei.ir/news-content?id=25370>

پورزند (۳۰ بهمن ۱۳۹۱)، "عملیاتی شدن اقتصاد مقاومتی در شهرداری تهران"، *کار و کارگر*.
 ترابزاده جهرمی، سجادی و سمیعی نسب (۱۳۹۲)، "بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران"، *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی*، شماره ۳۲.
 جعفرزاد، احمد (۱۳۹۱)، "سازمان‌های اقتصادی نیازمند سیستم تولیدی چابک هستند"، *نشریه اتاق بازرگانی*، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان، شماره ۵۹-۶۰.

حسین‌زاده بحرینی (۱۳۹۲)، "اقتصاد مقاومتی؛ راهکاری برای توسعه"، *نشریه مشکوه*، شماره ۱۱۸.
 زنجیرچی، سیدمحمد، سیدحسن حاتمی‌نسب و نعیمه دره‌زرسکی (۱۳۸۹)، "مسیریابی چابکی خدمات کتابخانه در بستر مدیریت کیفیت فراگیر"، *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، دوره سیزدهم شماره ۲.
 ساسانی، مهدی (۱۳۹۱)، "جایگاه ترانزیت در اقتصاد مقاومتی"، *اولین همایش اقتصاد مقاومتی*، صفحه ۱۰۹.
 سپهری (۱۳۹۳)، *توجه به مدل همکاری تعاون راهی برای تحقق اقتصاد مقاومتی است*، بازیابی شده در تاریخ ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۳، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.

<http://www.lssi.ir/DesktopModules/News/NewsView.aspx?TabID=1&Site=LssiPortal&Lang=fa-IR&ItemID=167&mid=14472&wVersion=Staging>

سیف، اله مراد (۱۳۹۱)، "الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران"، *فصلنامه آفاق امنیت*، شماره ۱۶.

شیروانی، امیر و احسان مرادی (۱۳۹۱)، "تمایزهای اقتصاد مقاومتی و مقاومت اقتصادی"، *بازار سرمایه*، شماره ۳۳.

عبدی، مسعود و صابر میرزایی (۱۳۹۱)، "جغرافیای اقتصادی ایران، فرصت منطقه‌ای برای توسعه ملی"، *اولین همایش اقتصاد مقاومتی*.

کرباسیان، مهدی (۱۳۹۱)، "الزامات موفقیت در اقتصاد مقاومتی"، *نشریه آینده‌نگر*، شماره ۱۴.
کمیسیون اقتصاد کلان، بازرگانی و نظام اداری (۱۳۹۲)، "اصول کلی حاکم بر اقتصاد مقاومتی و سیاست‌های کلی"، *فصلنامه سیاست کلان*، شماره ۲.

لاریجانی، علی (۸ اردیبهشت ۱۳۹۳)، "اقتصاد مقاومتی به معنی کوچک‌سازی وزارتخانه‌ها است"، *کیهان*.
مهدی‌زاده، سمانه و مهدیه شیخ‌پور (۱۳۹۲)، "نقش اقتصاد مقاومتی بر تحریم"، *کنفرانس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم*.

نیریمانی، میثم و حسین عسکری (۱۳۹۱)، "چارچوب مفهومی اقتصاد مقاومتی"، *اولین همایش اقتصاد مقاومتی*.

یارفردی، رسول و احسان ملکی، شیما و عسل بخشیان (۱۳۹۲)، "کنکاش در مقاومت اقتصادی"، *کنفرانس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم*.

منابع لاتین

- Agha, S. (2011), A Multi-Criteria Crop Planning Model Based on the "Resistive Economy" Characterizing the Situation in Gaza Strip, *8th International Conference on Islamic Economy and Finance*, Doha, Qatar.
- Bygrave, W. (1994), *The Portable MBA in Intrepreneureship*, New York: John Wiley & Sons In.
- Dove, R. (1999), "Knowledge Management, Response Ability, and the Agile Enterprise". *Journal of Knowledge Management* 3, 18–35.
- Goldman, S., Nagel, R., & Preiss, K. (1995), Agile Competitors and Virtual Organizations: *Strategies for Enriching the Customer*, New York: Van No strand Reinhold.
- Gunasekaran, A. (1999), "Agile Manufacturing: A Framework for Research and Development", *Int. Journal of Production Economics* 62, 87-105.
- Hormozi, A. (2001), "Agile Manufacturing: The Next Logical Step, Benchmarking", *International Journal*, 8 (2), 132-43.
- Jackson, M., & Johansson, C. (2003), "Agility Analysis From a Production System Perspective", *Intergarted Manufacturing Systems* 14 (6), 482–488.
- Kidd, P. (1994), *Agile Manufacturing: Forging New Frontiers*, Addison- Wesley.
- Lin, C.-T., Chiu, H., & Tseung, Y.-H. (2006), "Agility Evaluation Using Fuzzy Logic", *International Journal of Production Economics* 101 (2), 353–368.

- Maskell, B. (2001), "The Age of Agile Manufacturing, Supply Chain Management", *International Journal*, 6 (1), 5-11.
- Mccarty, F. (1993), "Agility in Manufacturing", *Manufacturing Engineering* 111 (6), 8.
- Meredith, S., & Francis, D. (2000), "Towards Agility: The Agile Wheel Explored", *The TQM Magazine*, 12 (2). 137-43.
- Ramesh, G., & Devadasan, S. (2007), "Literature Review on the Agile Manufacturing Criteria", *Journal of Manufacturing Technology Management* 18 (2), 182-201
- Rigby, C., Day, M., Forrester, P., & Burnet, J. (2000), "Agile Supply: Rethinking Systems Thinking, Systems Practice", *International Journal of Agile Management Systems* 2(3), 178-186.
- Roberts, N., & Varun, G. (2012), "Investigating Firm's Customer Agility and Firm Performance : The Importance of Aligning Sense and Respond Capabilities", *Journal of Business Research* 65, 579–585.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History, *Journal of Economic History*, (7), 149-159.
- Setia, P., Sambamurthy, V., & Closs, D. (2008), "Realizing Business Value of Agile It Applications: Antecedents in the Supply Chain Networks", *Information Technology and Management* (9:1), 5-19.
- Sharifi, H., Zhang, Z., (1999), A Methodology for Achieving Agility in Manufacturing Organisations: An Introduction", *International Journal of Production Economics* 62 (1–2), 7–22.
- Sherehiy, B., Karwowski, W., & Lay, J. (2007), "A Review of Enterprise Agility: Concepts, Frameworks, and Attributes", *International Journal of Industrial Ergonomics* 37, 445–460.
- Tseng, Yi-Hong, Lin, Ching-Torng (2011), Enhancing Enterprise Agility by Deploying Agile Drivers, Capabilities and Providers, *Information Sciences* 181, 3693–3708.
- Tsourveloudis, N., & Valavanis, K. (2002), On the Measurement of Enterprise Agility", *Journal of Intelligent and Robotic Systems* 33 (3), 329–342.
- Vinodh, S., Sundararaj, G., & Devadasa, S. (2009), "Total Agile Design System Model via literature Exploration", *Industrial Management & Data Systems* ,109 (4),
- Vokurka, R., & Fliedner, G. (1998), "The Journey Toward Agility", *Industrial Management & Data Systems*, 98(4), 165-71.

- Yusuf, Y., Sarhadi, M., & Gunasekaran. (1999), "Agile Manufacturing: The Drivers, Concepts and Attributes", *International Journal of Production Economics* 62(1-2), 33-43.
- Zhang, Z., & Sharifi, H. (2007), "Towards Theory Building in Agile Manufacturing Strategy – A Taxonomical Approach", *IEEE Transactions on Engineering Management* 54 (2). 351-370.