

اداره امور کسب و کار از منظر ولایت فقیه (با تکیه بر تجارت داخلی)

الیاس نادران^۱؛ غلامحسین نوده‌فراهانی^۲؛ رفائیل آزادیان‌دلسم^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۵/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۳/۰۳

چکیده

کسب و تجارت در طول تاریخ با حیات بشری همراه بوده و تلاش افراد و حکومت‌ها برای رونق آن از اهمیت بسزایی برخوردار بوده است. بازرگانی در نظام جمهوری اسلامی بنا به اقتضائات فرازونشیب‌هایی را پشت سر گذاشته است. ایران بیش از سه دهه حاکمیت و تجربه عملکردی، با تجربیات موفق و ناموفقی همراه بوده است. جهت توسعه و پیشرفت داشتن الگوی بومی مبتنی بر گفتمان رهبری و آرمان‌های ملی و ظرفیت جامعه لازم و ضروری به‌نظر می‌رسد. هدف این پژوهش شناسایی ابعاد کسب و کار با رویکرد بازرگانی داخلی با ابتنا به فرمایشات ولایت فقیه می‌باشد. در این پژوهش از روش کیفی استفاده و داده‌های پژوهش با استفاده از تحلیل محتوا با بهره‌گیری از نرم‌افزار MAXQDA تحلیل گردیده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین رویکرد ولایت فقیه، تحقق توانمندسازی اقتصاد بومی است که مبنای آن توجه به رعایت الزامات اقتصاد مقاومتی و تولید ملی می‌باشد. برای تحقق این مهم سامان‌دهی مطلوب بازار و استفاده بهینه از ظرفیت‌های درون در زنجیره تولید تا مصرف می‌باشد. ضرورت انسجام محیط کسب و کار و بازرگانی به صورت هماهنگی افقی و عمودی در فرآیند زنجیره تامین از تولید تا نظام توزیع. ضمناً نظارت و کنترل کالای حساس و اساسی لازم و ضروری به‌نظر می‌رسد و بایستی حتی‌المقدور در زمینه تامین کالاهای اساسی در داخل کشور صورت گیرد.

کلیدواژه‌ها: بازرگانی، تنظیم بازار، کسب و کار، اصناف و قاچاق، اقتصاد مقاومتی.

۱ - دانشیار دانشگاه تهران

۲ - استادیار دانشگاه عالی دفاع ملی

۳ - دانشجوی دکتری رشته مدیریت دانش دانشگاه عالی دفاع ملی، عضو هیات علمی دانشگاه فرهنگیان و نویسنده

مقدمه

بقای جامعه و افراد به کسب و کار و تجارت بستگی دارد. خداوند رحمن در قرآن مجید ضرورت کسب و کار را برای انسان بیان فرموده و انسان را به سعی و تلاش ترغیب نموده است. همچنین، در قرآن کریم آیات فراوانی است که انسان را تشویق و توصیه به طلب رزق و روزی حلال می‌نماید.

برای بهبود توسعه کسب و کار و رونق تجارت، لازم است همه مردم همراه و همگام دولت مشارکت نمایند. برای نهادینه نمودن کسب و کار در هر جامعه الگوی برگرفته از آرمان‌ها و آموزه‌های آن جامعه لازم می‌باشد. در دین مبین اسلام نیز آموزه‌های فراوانی جهت تنظیم روابط اقتصادی وجود دارد. حضرت امام- خمینی (رحمت‌الله‌علیه) فرمودند: "یک دولت محدود نمی‌تواند کار بکند باید چهل میلیون جمعیت را در صحنه نگه دارد و نگهداری به اینست که شما، بازار را می‌خواهید نگه دارید، بازار را شریک کنید در کارها، بازار را کنار نگذارید." (امام خمینی (رحمت الله علیه)، ۱۳۸۹: ۳۵-۳۴).

امور بازرگانی به مفهوم عام برای مبادله کالا و خدمات به کار برده می‌شود. نقش مهم بازرگانی داخلی از میان بردن فاصله زمانی و مکانی موجود بین عرضه و تقاضا. بازاریابی محصولات و خدمات و ایجاد کانال ارتباطی بین تولید و مصرف و بهسازی و تنظیم بازار می‌باشد. معیارهای تنظیم بازار در اقتصاد اسلامی از اهداف کلی شرع، اقتباس شده است. چند معیار مهم تنظیم بازار از دیدگاه اسلام عبارتند از: آزادی اقتصادی، اجرای احکام شریعت، برتری منافع عمومی بر منافع خصوصی (پیغامی، ۱۳۸۹).

علی‌رغم تأکیدات حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) بر تقویت تولید ملی و کسب و کار، همچنین تدوین برنامه‌های پنج ساله و سند چشم‌انداز نظام جمهوری اسلامی ایران، نظام اقتصادی نتوانست به اهداف از پیش تعیین شده دست یابد. ارزیابی‌ها و برآوردها حاکی از وضعیت نامناسب کسب و کار در ایران می‌باشد. "در طی سالهای اخیر وضعیت فضای کسب و کار در کشور ایران مطلوب و رو به بهبود نمی‌باشد. براین اساس لازم است با تجدید نظر جدی در سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی شرایط لازم برای رفع موانع فراهم گردد." (شیرکوند، ۱۳۹۰: ۳۸-۳۷) اتخاذ سیاست‌های متعدد در حوزه حاکمیت در باب بازرگانی داخلی بنابه شرایط متفاوت در طی سه دهه انقلاب اسلامی از چالش‌های اساسی می‌باشد. مثلاً اتخاذ سیاست‌های متفاوت در ادوار مختلف تجاری و عدم همراستایی استراتژیک بین آنها می‌باشد.

در تجارت داخلی نبود سیستم اطلاعاتی دقیق و مبتنی بر آینده پژوهی در زنجیره تامین چابک‌سازی تولید ملی را با مشکل مواجه می‌نماید. بنا به عدم اطمینان و اطلاعات ناکافی بخش کشاورزی کشور که دارای مزیت چند وجهی در نظام اقتصادی می‌باشد، دارای مشکل می‌باشند. از طرف دیگر با مهاجرت

بی‌رویه از روستاها به شهرها و تمایل به روحیه زندگی مصرفی شهری موجب شده ظرفیت‌های تولید غذایی و کشاورزی و دامداری آسیب ببیند.

نبود یک الگوی اداره کسب و کار و تجارت داخلی منسجم در ابعاد کلان و خرد مسئله اساسی محسوب می‌شود. برای تحقق توسعه مطلوب تجارت نیاز به الگوی اداره تجارت داخلی می‌باشد. برای دستیابی به الگوی مذکور شناخت ابعاد و مولفه‌های مورد تاکید ولی فقیه جهت برنامه‌ریزی مدیریتی حوزه کسب و کار و بازرگانی ضروری به نظر می‌رسد.

عدم شناخت ابعاد نظری گفتمان ولایت فقیه در حوزه کسب و کار و تجارت، منجر به بی‌برنامه‌گی و تصمیمات خلق الساعه و روزمره‌گی خواهد شد. لذا شناخت ابعاد و مولفه‌های گفتمان ولایت فقیه در حوزه کسب و کار و تجارت نظام جمهوری اسلامی ایران یک مساله حیاتی به شمار می‌رود.

در فرمایشات حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) علاوه بر تاکید اقتصاد سالم و گسترش عدالت، بر ظرفیت‌های تولید ملی و نفی رابطه مفسده‌آمیز تجاری خارجی تاکید گردیده است. "حالا هر چی دست می‌زنی می‌گویند از خارج باید بیاید! آن وقت هم افتخار می‌کنند به اینکه ما آنیم که گندم از خارج آوردیم، جو از خارج آوردیم، پرتقال از خارج آوردیم." (امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه)، ۱۳۸۲، ج ۳: ۳۰۵). بهبود کسب و کار و تجارت در جوامع مختلف از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. در کشور جمهوری اسلامی ایران بنابه استقلال اقتصادی و اهمیت تولید ملی، ایجاد فضا برای توسعه کسب و کار از ارزش مضاعف برخوردار می‌باشد. رونق کسب و کار بدلیل کمک به خودکفایی ملی، همسوسازی در فرایند تصمیم‌گیری مدیران در سطوح مختلف، جریان‌سازی اصول و مبانی کسب و کار و تجارت داخلی براساس الگو برگرفته از گفتمان ولایت فقیه مسئله مهم مردم و حاکمیت می‌باشد. لذا مطالعه و تدوین الگوی کسب و کار برای رونق اقتصادی از اهمیت وافری برخوردار می‌باشد.

نظام سیاسی و اقتصادی هر حکومت براساس آموزه‌های آن جامعه شکل می‌گیرد. ولایت فقیه به‌عنوان حاکم دینی و رهبر جامعه اسلامی در تحقق الگوی حاکمیتی جامعه از قبیل الگوی کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی نقش کلیدی دارد. حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) در اغلب اوقات در همه زمینه‌ها از جمله مسائل اقتصادی و بازرگانی بر اصل عدالت توجه ویژه داشته‌اند. (پیشمقدم و بهزادی، ۱۳۹۲: ۱۲۶). عدم تدوین الگوی و انسجام ناکافی کسب و کار و تجارت منجر به تخریب و فساد ظرفیت‌ها و نیروی مولد و هدر رفت درآمدهای ملی و توسعه نیافتگی می‌شود.

لذا توجه به آموزه‌های ولایت فقیه در تدوین الگوی اقتصادی، با عنایت به شرایط جهان کنونی و کسب و کار به‌عنوان یک عامل رقابت‌پذیری، لازم و ضروری می‌باشد. بسیاری از کشورها، از اهرم کسب

و کار و تجارت، علاوه بر فعالیت اقتصادی و حفظ حیات اجتماعی، بعنوان یک منبع قدرت نیز استفاده می‌نمایند.

نبود یک الگو و برنامه مدون سبب سوءاستفاده، از وضعیت موجود خواهد شد، در نتیجه جامعه را نابود می‌کند. اگر الگوی مطابق با آراء و اندیشه‌های ولایت‌فقیه نباشد، چه بسا سیاست‌های اقتصادی خردو کلان و رویه‌های تجاری موجب تبعیض و شکاف طبقاتی گردد. همچنین موجب سلطه بیگانگان و تحقق اغراض شان در نظام اقتصادی ملی شود. برای پاسخ به این مسئله، این تحقیق به دنبال ارائه الگوی کسب‌وکار و تجارت داخلی نظام مقدس جمهوری ایران براساس گفتمان ولایت‌فقیه به عنوان هدف اصلی می‌باشد. متناظر با این مهم، سوال اصلی تحقیق نیز عبارت است از اینکه الزامات اداره امور کسب‌وکار بر اساس گفتمان ولایت‌فقیه چگونه است؟

اهمیت این تحقیق بدان جهت است که یافته‌های آن می‌تواند به مسئولین و دست‌اندرکاران بازرگانی داخلی و کسب‌وکار، در سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، هدایت و ارکان مدیریتی دیگر کمک نماید.

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

کسب‌وکار

بی‌ثباتی محیط اقتصاد کلان در ایران بعنوان یک مانع جدی رشد واقعی عمل می‌کند. اثر بازدارندگی شاخص‌های بی‌ثباتی روی سرمایه‌گذاری واقعی نیز قابل توجه است. بنابراین ایجاد و حفظ یک محیط با ثبات اقتصاد کلان یعنی حفظ و تثبیت کسری بودجه در یک سطح کم و پایدار نرخ کم و با ثبات تورم، یک ضرورت اساسی می‌باشد. (رمضانپور، ۱۳۷۹) هر ساله نهادهای بین‌المللی وضعیت اقتصادی کشورها را با شاخص‌هایی می‌سنجند. طبق گزارش بانک جهانی در ارزیابی بررسی سهولت فعالیت‌های اقتصادی و فضای کسب‌وکار (محاسبه ۱۰ شاخص) در سال ۲۰۱۵ رتبه ایران را با ۲ پله صعود ۱۳۰ اعلام نمود. سال ۲۰۱۴ عدد ۱۳۲ بوده است. علی‌رغم بهبود تجارت با ایران، حمایت از سرمایه‌گذاران در این کشور کمتر شده است (Doing Business 2015). رتبه سهولت انجام کسب‌وکار ایران در سال ۲۰۱۷ در بین ۱۹۰ کشور ۱۲۰ می‌باشد (Doing Business 2017). رهبر انقلاب ده اقدام اساسی اقتصاد مقاومتی را برای نجات کشور را برشمردند. عمده موارد بیان شده مرتبط با ساماندهی کسب و کار و تقویت تولید ملی از طریق بازرگانی و حمایت مردم می‌باشد. ده اقدام اساسی جهت نجات اقتصاد کشور عبارتند از: تمرکز بر فعالیت‌ها و زنجیره‌های اقتصادی مزیت‌دار کشور، زنده کردن تولید داخلی، پرهیز از واردات تضعیف‌کننده تولید داخلی، احیای بخش‌های اقتصادی که قبلاً در آنها سرمایه‌گذاری شده، دانش‌بنیان شدن بخش‌های مهم و حساس اقتصادی، احیای بخش‌های اقتصادی که قبلاً سرمایه‌گذاری شده، شرط انتقال

فناوری در معاملات خارجی، مبارزه‌ی جدی با فساد، ویژه‌خواری و قاچاق، ارتقای بهره‌وری انرژی و نگاه ویژه به صنایع متوسط و کوچک.

عوامل کلان موثر بر فضای کسب و کار

در خصوص اینکه چه عواملی بر فضای کسب و کار موثر است، مطالعات گسترده و وسیع شده است. در یکی از این مطالعات شیرکوند (۱۳۹۰) عوامل موثر را به سه دسته عمده «جایگاه نقش، سیاست‌ها و برنامه‌های دولت تقسیم نموده است.

عوامل موثر در بخش خرد عبارتند از: راه‌اندازی کسب و کار، شرایط و مقررات کسب مجوز استخدام و اخراج کارکنان، ثبت اموال، دریافت اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاری کوچک، پرداخت مطالبات تجارت خارجی، اجرای قراردادها، تعطیل کردن کسب و کار. موانع بهبود فضای کسب و کار در ایران عبارتند از: بی‌اعتنایی و بی‌توجهی دولت به بخش خصوصی در تنظیم و تدوین سیاست‌های اقتصادی و عدم پایداری دولت به سیاست‌گذاری خود در قبال بخش خصوصی است، که بیشترین نقش را در عدم توانمندسازی آن ایفاء کرده است. در کنار عامل فوق به عامل دیگری که می‌تواند موجب بی‌ثباتی و عدم تمایل فعالان اقتصادی به سرمایه‌گذاری و کارآفرینی شود تصمیم‌گیری‌های خلق الساعه و غیر کارشناسی است که فضای مبهمی را برای فعالیت‌های اقتصادی به دنبال دارد (شیرکوند، ۱۳۹۰).

سیاست کلان اقتصادی ایران

به‌طور کلی سیاست کلان اقتصادی ایران به سه دوره تقسیم می‌شود:

۱- اوایل دهه ۵۰ تا پیروزی انقلاب: اجرای راهبرد جایگزینی واردات و از طرفی افزایش قیمت نفت به تبع آن افزایش درآمد و سیاست انبساطی بوده است. رشد نقدینگی موجب بروز تورم دورقمی شد. لذا بخش کشاورزی به شدت در تنگنا قرار گرفت.

۲- پیروزی شکوهمند انقلاب: با شروع تحریم‌ها و کاهش در آمد ارزی منجر به سیاست کلان اقتصادی بسمت پرداخت یارانه، اجرای سیاست خرید تضمینی سیاست کتتری در بازار کالا و ارز رفت و موجب تقویت کشاورزی شد.

۳- بعد از حنگ تحمیلی: سیاست تعدیل اقتصادی در ابتدای دوره به علت عدم اجرای منطقی با بن‌بست روبرو شد. لذا دولت و سیاست‌گذاران ناچاراً بسمت سیاست‌های قبلی رجعت نمودند. سیاست حمایتی و کتتری رفت اما به دو دلیل سیاست مالی و پولی با رشد نقدینگی مواجه بود. در بخش سیاست‌های تجاری بیشترین تغییر بوجود آمد. سیاست‌هایی از قبیل کاهش تعرفه‌های واردات کشاورزی حذف پیمان‌سپاری (شریفی، ۱۳۸۳). ایران بعد از انقلاب استراتژی ملی کردن امور اقتصادی را در پیش

گرفت. اجرای سیاست ملی کردن اقتصاد و بازرگانی منجر به شکل‌گیری ساختار اجتماعی و سیاسی معینی گردید. در واقع اعمال سیاست کنترل قیمت‌ها در دوره نسبتاً طولانی ۶۸-۱۳۶۰ به‌همراه افزایش مستمر سطح عمومی قیمت‌ها طی این دوره باعث شد که قیمت نسبی کالاهای اساسی و ضروری کاهش یابد. از سوی دیگر، بازارهای موازی (سیاه) برای تمام اقلام تحت نظارت بوجود آمد. شکاف بین قیمت‌های رسمی و آزاد به موازات تشدید وضعیت تورمی، منبع عظیمی را برای ایجاد درآمد و به موازات آن فساد اداری و رواج رشوه فراهم ساخت (مصلی‌نژاد، ۱۳۸۴: ۳۷).

از موارد مهم در نظام اقتصادی که نیاز به سیاست‌گذاری درست دارد تورم نظام بانکی می‌باشد. اجرای هدف‌گذاری تورم، مستلزم انجام اصلاحات و مقررات ساختاری و نهادی لازم به‌ویژه در ساختار بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار است. با این حال تا فراهم شدن زمینه‌های لازم به منظور اتخاذ سیاست هدف‌گذاری تورمی در بلندمدت، می‌توان در میان مدت و کوتاه مدت سیاست هدف‌گذاری رشد پایه پولی را پیشنهاد کرد. علاوه بر این تعیین محدوده کاهش تورم توسط بانک مرکزی می‌تواند یک اقدام مقدماتی در این زمینه ارزیابی شود. همچنین تورم در صورتی که مهار نشود پیامدهای نامطلوبی بر پیکره اقتصاد بر جای می‌گذارد (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۲: ۱).

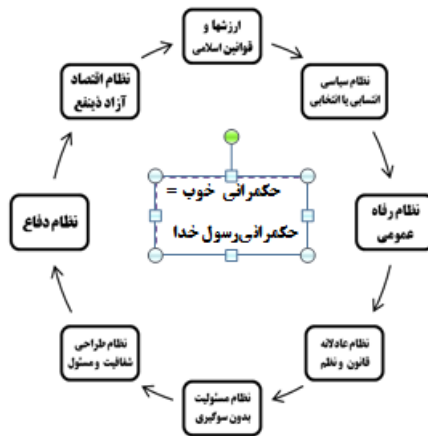
در نظام اقتصادی شفافیت یک اصل بنیادین می‌باشد. در حوزه بازرگانی ثبت کالاها و استفاده نظام الکترونیک به تحقق شفافیت کمک می‌نماید. هم‌اکنون سامانه‌هایی همچون ثبت سفارش کالا، سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)، سامانه صدور مجوزهای استاندارد قبل از ثبت سفارش، سامانه مالیات بر ارزش افزوده و سامانه میزان برای خرید اعتباری کارگران از جمله سامانه‌هایی هستند که ارائه خدمت و جمع‌آوری اطلاعات در آنها بر مبنای نظامهای کدگذاری انجام می‌شود. ایران کد و سیستم کدگذاری GSI در طراحی سامانه‌های جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت با هدف تسهیل فضای کسب و کار و همچنین شفافیت جریان کالا در کشور به‌کار گرفته شدند (تاری و هرورانی، ۱۳۹۲: ۳۰). سرمایه‌گذاران با توجه به فضای کمبود اطلاعات و وجود روندهای باثبات (به‌خصوص در بعد هزینه) بیش از آنکه الگوی شکل‌گیری انتظارات‌شان منطبق با الگوی انتظارات عقلایی باشد منطبق با الگوی انتظارات تعدیل شده است (برزانی، ۱۳۷۸: ۱۸۳). فرصت‌های مناسب جهت دستیابی به بازارهای تجارت جهانی در شرایط یکسان تجاری می‌باشد که می‌توان تولیدکنندگان داخلی را به‌کارگیری شیوه‌های نوین مدیریت، توسعه نیروی انسانی، افزایش کیفیت تولیدات و خدمات و رعایت استانداردهای بین‌المللی تشویق نمود (کاتبی، ۱۳۷۶: ۲۱۹-۲۲۱). برای دستیابی به بازار، رشد و رقابت اقتصادی ملل، حمل و نقل در تجارت بین‌المللی و داخلی، نقش اساسی دارد و بخش لجستیک به‌عنوان ارکان اصلی توسعه اقتصادی تلقی می‌شود. از

طریق شبکه‌های زنجیره تامین قابل اعتماد، تدارکات کارآمد بنگاه‌ها را به بازارهای داخلی و بین‌المللی متصل می‌نماید. در مقابل، کشورهایی که عملکرد ضعیف لجستیک دارند با هزینه‌های بالا روبرو می‌شوند. رتبه شاخص عملکرد لجستیک بین‌المللی ایران از بین ۱۶۰ کشور جهان ۹۶ بوده درحالی‌که کشورهای آلمان، لوکزامبورگ و سوئد بترتیب حائز رتبه یک تا سوم شده‌اند (Francois Arvis et al, 2016: 40). تمامی این جهت‌گیری‌ها به دنبال تولید محصولاتی است که انتظارات و رضایت مشتری را در قیمتی که عرضه می‌شود، تامین کند. یکی از راهبردهایی که کسب و کارها آن را دنبال می‌کنند افزایش کیفیت همراه با قیمت است (مرادی، ۱۳۹۴: ۱۵۸). فرهنگ اسلامی و اعتقادهای دینی دست کم به شکل سستی آن نمی‌تواند باعث پیدایش رفتارهای اقتصادی ناظر به سود باشد و آموزه‌های آن با نظام‌های اقتصادی موجود ناسازگاری دارد اگرچه با نظام اقتصادی، اجتماعی بازار قرابت‌هایی نیز دارد. بنابراین باید فرهنگ جوامع اسلامی و آموزه‌های دینی تثبیت شده در آن مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد تا فاکتورهای بازدارنده در رشد اقتصادی جامعه‌های اسلامی مورد شناسایی قرار گیرد (نوربخش، ۱۳۹۵: ۱۸۸). با عنایت به مکتب اقتصادی اسلام، چارچوب حکمرانی خوب که در دنیا در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مطرح، قابلیت بررسی دارد. مهمترین مفاهیم مرتبط با ایده حکمرانی خوب؛ توسعه، نوسازی، بازار آزاد، جامعه‌مدنی و جهانی شدن می‌باشد. در سطوح اجتماعی و سیاسی، این مفاهیم در نظریه نوسازی و در سطح اقتصادی در پارادایم اقتصادی نئولیبرال ریشه دارد (Nadeem, 2016:7). در اسلام، شرکت یک نهاد حقوقی سهامداران با مالکیت مناسب با توجه به مشارکت و نسبت سود سهام است، در حالی‌که در اقتصاد غیراسلامی، شرکت مکانیزمی است برای حداکثر سود افرادی که سرمایه، تخصص و کار را برای حداکثر بهره‌وری از آنها بکار می‌گیرند. حکمرانی شرکت‌های اسلامی به جای تنها عقلانیت اقتصادی، بر مبنای عقل‌گرایی مبتنی بر ایمان هدایت می‌شود (Larbsb, ۲۰۱۵: ۱۴۹). در نظام جمهوری اسلامی، سیاست‌گذاری و تعیین خط مشی کسب و کار بطور اعم و بازرگانی داخلی بطور اخص، ضروری است، در راستای آراء و اندیشه‌های ولایت فقیه باشد. اساساً مکاتب به دنبال تنظیم مناسبات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی شان طبق آموزه‌ها و آرمان‌های خویش می‌باشند. در هر مکتبی کل نظام اقتصادی کاملاً تحت تاثیر سه اصل (هدف‌حیات بشری، محور نظام و جهت‌گیری اقتصاد) می‌باشد.

جدول ۱. اصول موثر بر شکل گیری نظام اقتصادی

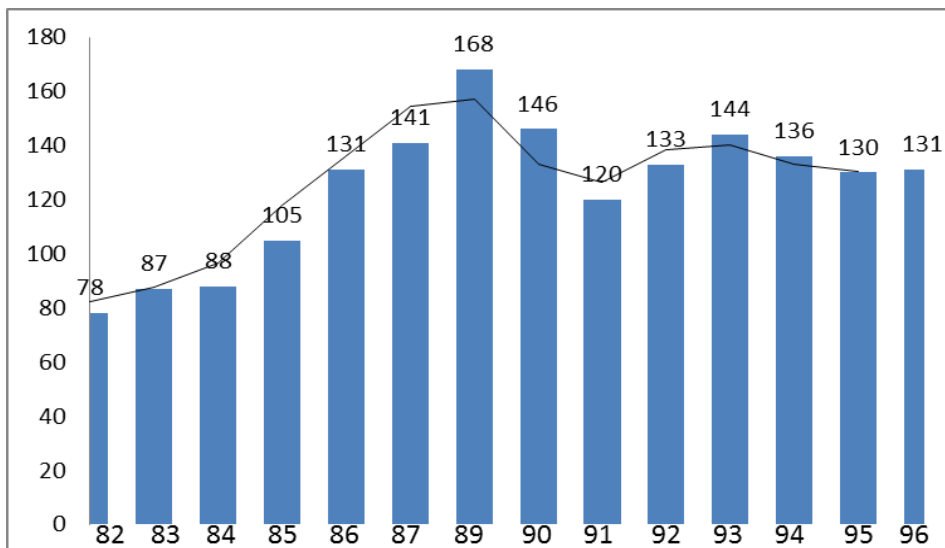
انواع نظام‌ها	هدف نهایی حیات بشر	محور نظام	جهت‌گیری اقتصاد
نظام سرمایه‌داری	دستیابی بیشترین رفاه و آسایش مادی فرد	آزادی در همه ابعاد	کسب منفعت توسط افراد برای خود
نظام سوسیالیستی	رسیدن به کمون	ایجاد مالکیت اشتراکی	کسب منفعت برای اجتماع
نظام اسلامی	تعالی انسان بسوی مقصد توحید	تعدیل اقتصاد از درون تحقق اقتصاد سالم و عدالت اجتماعی	حمایت از محرومین

این سه اصل خطوط اصلی تعیین‌کننده شکل فعالیت‌های اقتصادی می‌باشند. سایر قوانین، ضوابط و اصول اقتصادی نیز مبتنی بر اینها است (عزتی، ۱۳۷۱). اصل سودجویی سنگ بنا و پایه اصلی نظام اقتصادی سرمایه‌داری است و اقتصاددانان این مکتب اصل سودجویی را منشا رشد و تولید دانسته و از آن تمجید بعمل آوردند. گرچه انگیزه سودجویی، پیشرفت‌های مادی چشمگیری را پدید آورد؛ اما یکی از عوامل اساسی بحرانهای اقتصادی از قبیل پیدایش تورم‌ها، رکودها، انحصارها و فسادهای اجتماعی است (مصباحی‌مقدم و عربی، ۱۳۷۷: ۲۸). در جهانی شدن و اقتصاد جهانی چارچوب الگوی اقتصادی سرمایه‌داری حاکم می‌باشد. جهانی شدن به شدت مشوق رقابت می‌باشد. بنابراین، شرکت‌ها دائماً در تلاش برای بهبود عملکرد که در ارزش شرکت منعکس شده است، می‌باشند. ارزش شرکت برای کمپانی مهم است (Farah Debby et al, 2014: 81). قرآن کریم تفسیر جهان از حکمرانی خوب را که هنوز در فرآیند تکاملی بهینه‌سازی می‌باشد، را نفی نمی‌کند و به چالش نمی‌کشد. با این وجود، قرآن کریم نه تنها تعریف حکومت‌داری خوب را صرفاً به نظام‌های سیاسی محدود نمی‌کند و بلکه آن را وابسته به دموکراسی اعلام می‌کند. قرآن کریم شیوه‌های حکام دوران باستان را برای تبیین حکمرانی خوب توصیف می‌کند.



شکل ۱. مدل اسلامی حکمرانی خوب (Haider Naqvi et. Al, 2011)

کمیسیون مستقل مبارزه با فساد اداری هنگ‌کنگ با نظارت بر مسئولیت اجرایی، قانونی و قضایی، به‌عنوان بخشی از دولت عمل می‌کنند. علاوه‌براین، با داشتن کدهای اخلاقی قوی، در حصول اطمینان از این‌که کسب‌وکار، به‌ویژه شرکت‌هایی که با دولت، سروکار دارند، نقش حیاتی ایفاء می‌نمایند (۵۱: ۲۰۰۵؛ Gilman). "اخلاق اولین خط دفاع در برابر فساد است درحالی‌که اجرای قانون اصلاحی و واکنشی است. حاکمیت شرکتی خوب فراتر از مقررات و تنظیماتی است که دولت وضع می‌نماید. همچنین درباره اخلاق و ارزش‌هایی که پیشران شرکت‌ها درانجام کسب‌وکار می‌باشد نیز، صادق است. در ایجاد کارهای اخلاق‌مبنا در یک سازمان جراحی بین‌بیانیه چشم‌انداز، بیانیه مأموریت، ارزش‌های مرکزی، اصول و کدهای کلی که منافع مختلفی را بوجود می‌آورد، مهم است" (۱۰۸۸: ۲۰۱۳؛ Nainawat & Meena). فساد اداری یکی از معضلات اساسی در نظام اداری دولتی ایران می‌باشد. نظام تولید و توزیع در موعد مقرر (زمانی که به نقدینگی نیاز دارند) اگر مواجه با رویه‌های دست‌وپاگیر و فاسد شوند، در بهبود فعالیت خویش موفق نخواهند شد. متأسفانه در سنجش سالانه شاخص فساد در موسسه شفافیت بین‌الملل، روند فساد ایران به‌صورت صعودی می‌باشد. ابزارهایی مثل سیاست‌های مالی، پولی و اعتباری، مالیاتی، عوارض و تعرفه‌ای و مقررات‌گذاری، دولت همسو با اهداف تقویت کسب‌وکار و تجارت نگردد، بعنوان مانع تسهیل رقابت‌پذیری و رونق اقتصادی می‌گردد (خاندوزی و کاویانی، ۱۳۹۵: ۳۴).



Source: <https://www.transparency.org/country/IRN>

نمودار ۱. رتبه شاخص فساد در ایران

از دهه ۱۹۸۰ دو رویکرد برای موفقیت اقتصاد بازار و توانمندسازی بخش خصوصی مورد توجه قرار گرفت: الف) بهبود فضای کسب و کار و ب) خصوصی سازی.

برای این منظور نهادها و سازوکارهای ایجاد شده می تواند نقش اساسی ایفا کند (شیرکوند، ۱۳۹۰: ۲۵).

جدول ۲. برنامه های ملی حاکمیتی بهبود کسب و کار

کشور/ ایالت	عنوان برنامه	برنامه های حمایتی
ایالت کالیفرنیا	PROSOFT & PROLOGYCA	اولین پروژه هایی در باره ICT و دومی حمایت هایی در باره فعالیت های لجستیک و عرضه بوده است
ایالت جالیسکو مکزیک	INJAC	آموزش به SME ها جهت پیاده سازی نظام کیفیت مدیریت مثل ایزو ۹۰۰۱ و ایزو TS. کمک به حل مشکل کیفیت پایین در رقابت ها
ایالت پیویلا مکزیک	IPPC	تشکیل کارگاه هایی آموزش مهارت های خاص مدیریتی برای ۱۰۰۰ کسب و کار خرد جهت افزایش بهره وری

(Jacobó P. García Villarreal, 2010: ۷۰-۷۱)

آزادی اقتصادی یکی از قاعده های کسب و کار اسلامی و اصول مهم در ارزیابی توسعه یافتگی اقتصاد کشورهاست. در گزارش بهبود کسب و کار ۲۰۱۴، آزادی اقتصادی در ۱۰ شاخص برای ۱۸۶ کشور مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان می دهد که بیشتر اجزای شاخص آزادی اقتصادی ایران در

شرایط نامناسب قرار دارد و تنها در تعداد محدودی از شاخص‌ها شرایط کشور نسبتاً مطلوب است. یکی از عوامل پایین بودن امتیاز آزادی سرمایه‌گذاری و تجارت آزاد، وجود مجوزها و پروانه‌های تجاری، بوروکراسی اداری، نرخ‌های تعرفه بالا و موانع غیر تعرفه‌ای ذکر شده است. با مداخله مستقیم دولت در فعالیت‌های اقتصادی، اقتصاد رسمی به‌طور فزاینده‌ای راکد و اقتصاد غیررسمی به‌شدت در حال گسترش می‌باشد. امتیازات نابجا، فضا را برای رقابت بخش خصوصی بسیار محدود نموده است.

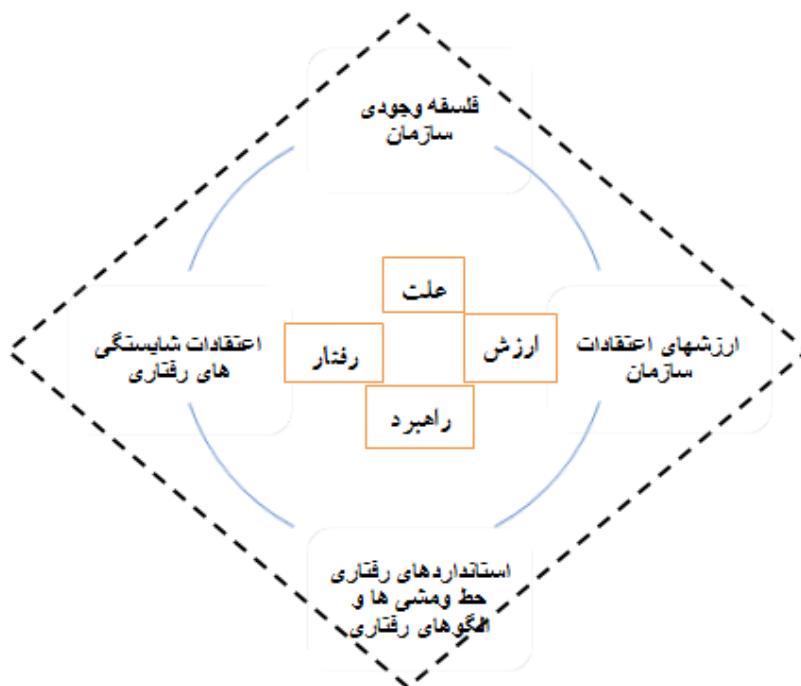
جدول ۳. رتبه کشورهای منتخب در شاخص آزادی اقتصادی سال ۲۰۱۴ میلادی

کشور	هنگ کنگ	سنگاپور	استرالیا	بحرین	امارات	قطر	ایران	میانگین منا	میانگین جهان
رتبه کل	۱	۲	۳	۱۳	۲۸	۳۰	۱۷۳	۸۰	۸۹
امتیاز کل	۹۰/۱	۸۹/۴	۸۲	۷۵/۱	۷۱/۴	۷۱/۲	۴۰/۳	۶۱/۵	۶۰/۳
حقوق مالکیت	۹۰	۹۰	۹۰	۶۰	۵۵	۷۰	۱۰	۴۳/۳	۴۳/۱
آزادی از فساد	۸۲/۳	۹۱/۹	۸۷/۷	۴۹/۴	۶۶/۴	۷۲/۴	۲۳/۴	۴۱/۷	۴۰/۳
آزادی مالیاتی	۹۳	۹۱/۲	۶۴/۲	۹۹/۹	۹۹/۶	۹۹/۹	۸۰/۶	۸۸/۳	۷۷/۳
مخارج دولت	۸۹/۷	۹۱/۲	۶۲/۶	۷۱/۴	۸۳/۱	۷۲/۱	۸۵/۹	۶۶/۱	۶۲/۷
آزادی کسب و کار	۹۸/۹	۹۶/۸	۹۴/۶	۷۶/۳	۷۴/۴	۷۱/۷	۶۲/۳	۶۷/۶	۶۴/۹
آزادی نیروی کار	۹۵/۵	۹۶/۵	۷۹/۲	۸۲	۸۲/۹	۷۰	۴۱/۷	۶۲/۶	۶۱/۶
آزادی پولی	۸۲	۸۱/۵	۸۰/۵	۷۸/۴	۸۴/۶	۸۱/۲	۴۷/۳	۷۲/۵	۷۴/۲
آزادی تجاری	۹۰	۹۰	۸۶/۴	۷۸/۶	۸۲/۵	۷۹/۸	۴۱/۴	۷۲/۴	۷۴/۸
آزادی سرمایه‌گذاری	۹۰	۸۵	۸۵	۷۵	۳۵	۴۵	۰	۵۱/۳	۵۵/۵
آزادی تأمین مالی	۹۰	۸۰	۹۰	۸۰	۵۰	۵۰	۱۰	۴۸/۷	۴۸/۹

(Tery Miller et al, 2014 : 8)

الگوی الماس ماموریت اشریح

برخی الگوها طوری ساخته می‌شوند که کارکردهای جانبی آن‌ها نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. الگوی ماموریت اشریح دربرگیرنده چهار عنصر: ارزش، علت، راهبرد و رفتار، است. این چهار عنصر در هر سازمان، با یکدیگر در رابطه بوده، یکدیگر را تجهیز نموده و موجب یکپارچگی سازمان و صحت عملکرد می‌شوند. در این الگو، منظور از علت، فلسفه وجودی سازمان، منظور از ارزش‌ها، اعتقادات سازمان؛ هدف از اعتقادات، شایستگی‌های رفتاری و منظور از استانداردهای رفتاری، خط مشی‌ها و الگوی رفتاری است.



شکل ۲. الگوی ماموریتی اشریج (آذری و زمانی مزده؛ ۱۳۹۳:۱۳۵)

روش تحقیق

این پژوهش از نوع توسعه‌ای - کاربردی می‌باشد و از روش کیفی و با استفاده از تحلیل محتوی و با استفاده از نرم افزار maxqda انجام شده است. روایی این پژوهش بنابه ماهیت کیفی بودن از رویکرد قابلیت اعتماد، استفاده شده است. یعنی، میزانی است که در آن می‌توان به یافته‌های تحقیق کیفی، متکی بود و به نتایج آن اعتماد نمود (محمدپور، ۱۳۸۹: ۱۸۴) در این تحقیق با قابلیت اعتماد باعنایت به راهبرد بازخورد گروه خبرگان حاصل است. جامعه آماری و حجم آن. این پژوهش بنابه ماهیتش دو جامعه آماری دارد:

- ۱) جامعه آماری اسنادی (بیانات و فرمایشات حضرت امام خمینی (رحمت الله علیه) از ۱۳۶۷ - ۱۳۵۸ و حضرت امام خامنه‌ای (مدظله العالی) ۱۳۹۵-۱۳۶۷).
- ۲) جامعه آماری خبرگی به تعداد ۲۰ نفر صاحب نظر و کارشناسان مدیران کلان و اساتید حوزه مربوطه که به صورت نمونه‌گیری هدفمند انتخاب گردیدند.

یافته ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف: یافته های تحقیق

تحلیل محتوا، یکی از اهداف پژوهش پاسخ به سؤال‌های فرعی پژوهش مبتنی بر «گفتمان ولایت فقیه» بوده است. لذا برای پاسخ به سوالات ذیل در این پژوهش به تحلیل کمی و کیفی محتوی بیانات و فرمایشات حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله‌العالی) پرداخته شده است. با استفاده از نرم‌افزار Maxqda11 ابتدا تحلیل محتوی کمی و سپس تحلیل محتوی کیفی صورت گرفته است.

تحلیل محتوا کمی، هدف از تحلیل محتوی کمی بیانات و سخنرانی‌های ولایت فقیه، دریافتن واژه‌هایی است که در ارتباط با کسب و کار و تجارت بیشترین فراوانی را دارند و بیشترین تاکید بر روی آنها شده است. در تحلیل محتوی کمی، کلمات کلیدی انتخاب شده، از لحاظ جامعیت و پوشش، جهت تحلیل نهایی فرمایشات و ایجاد اطلاعات لازم برای ادامه روند پژوهش مطلوب می‌باشد. برای دریافت واژه‌های کلیدی، دو اقدام صورت گرفت ابتدا مفاهیم کلی با عنایت به چارچوب مفهومی مشخص شد و سپس کلمات متناظر با آن حاصل گردید. برای تحدید و تدقیق واژه‌ها، این لغات بر اساس ارتباط معنایی مرتب شدند و از ۱۵ خبره خواسته شده تا نسبت قرابت این واژه‌ها به موضوع را مشخص نمایند. و اگر واژه مناسب‌تری را مد نظر داشتند، بیان نمایند، که در جدول شماره ۴ آمده است:

جدول ۴. کلمات مستخرجه از صحیفه نور حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)

حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه)		امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)	
مفهوم	فراوانی	مفهوم	فراوانی
بازار	۴۳۶	بازار	۲۰۵
احتکار	۱۲	احتکار	۵
تولید	۳۶	تولید	۳۴۹
گرانفروشی	۲۶	گرانفروشی	۳
مصرف	۴۴	مصرف	۲۳۷
تجارت	۳۱	تجارت	۷۷
اقتصاد مقاومتی	۰	اقتصاد مقاومتی	۲۷
کشاورزی	۲۰۰	کشاورزی	۱۳۱
تعاون	۳۲	تعاون	۳۶
اصناف	۳۲	اصناف	۱۸
تجمل	۱۲	تجمل	۴۷
قیمت	۶۹	قیمت	۲۵۸

حضرت امام خمینی (رحمت الله علیه)		امام خامنه ای (مدظله العالی)	
گرانی	۱۴۳	گرانی	۲۱۳
واردات	۲۲	واردات	۵۷
صادرات	۱۷	صادرات	۳۱
کالا	۲۶	کالا	۷۵
سرمایه گذاری	۱۰	سرمایه گذاری	۱۵
توزیع	۱۱	توزیع	۳۷
خودکفایی	۷	خودکفایی	۳۹
قطع وابستگی	۴	قطع وابستگی	۴
کسب و کار	۸	کسب و کار	۲۷
صنعت	۱۱۰	صنعت	۳۱۲
نیازهای اساسی	۱	نیازهای اساسی	۵
اشرافی	۱۱	اشرافی	۲۳
دلال	۲۲	دلال	۲۲۶
انفاق	۱	انفاق	۴۲
اقتصاد	۳۶۶	اقتصاد	۷۵۸

مفاهیم پر کاربرد:

با نگاه به جداول فوق کلمات پر کاربرد پیرامون کسب و کار و تجارت در کلام و بیانات ولایت فقیه و مفاهیم مرتبط با آن را می توان دریافت. در فرمایشات ولایت فقیه کلمات پر کاربرد عبارتند از: بازار، اقتصاد، اشرافی، کسب و کار، خودکفایی، صنعت، توزیع، واردات، تجمل، تعاون، کشاورزی، کالا و احتکار.

تحلیل محتوای کیفی

تحلیل کیفی، به منظور دست یافتن به گفتمان ولایت فقیه در باره کسب و کار و تجارت صورت گرفته است. در این تحلیل تمامی فرمایشات، بیانات و مکتوبات حضرت امام خمینی (رحمت الله علیه) و مقام معظم رهبری در ارتباط با کسب و کار و تجارت مورد مطالعه قرار گرفته است. بیانات و کتب امام از صحیفه نور حضرت امام - خمینی (رحمت الله علیه) استخراج و بیانات حضرت امام خامنه ای (مدظله العالی) از سایت مقام معظم رهبری، تهیه و استخراج گردیده است. برای انجام تحلیل محتوای کیفی از نرم افزار Maxqda2011 استفاده شده است. پس از مطالعه دقیق مطالب حضرت امام خمینی (رحمت الله علیه) و رهبر معظم انقلاب اسلامی، به عنوان ولایت فقیه مضامین و مفاهیم مرتبط به محورهای دکتربین، اهداف و سیاستها در جدول ۳ جداگانه درج شده است.

ب: تجزیه و تحلیل یافته‌ها

تحلیل محتوا کمی. هدف از تحلیل محتوی کمی بیانات و سخنرانی‌های ولایت فقیه، دریافتن واژه‌هایی است که در ارتباط با کسب و کار و تجارت بیشترین فراوانی را دارند و بیشترین تاکید بر روی آن‌ها شده است. در تحلیل محتوی کمی، کلمات کلیدی انتخاب شده، از لحاظ جامعیت و پوشش، جهت تحلیل نهایی فرمایشات و ایجاد اطلاعات لازم برای ادامه روند پژوهش مطلوب می‌باشد. برای دریافت واژه‌های کلیدی، دو اقدام صورت گرفت ابتدا مفاهیم کلی با عنایت به چارچوب مفهومی مشخص شد و سپس کلمات متناظر با آن حاصل گردید. برای تحدید و تدقیق واژه‌ها، این لغات بر اساس ارتباط معنایی مرتب شدند واز ۱۵ خبره خواسته شده تا نسبت قرابت این واژه‌ها به موضوع را مشخص نمایند. و اگر واژه مناسب‌تری را مد نظر داشتند، بیان نمایند، که در جدول شماره ۴ آمده است:

مفاهیم پر کاربرد

با نگاه به جداول فوق کلمات پر کاربرد پیرامون کسب و کار و تجارت در کلام و بیانات ولایت فقیه و مفاهیم مرتبط با آن را می‌توان دریافت. در فرمایشات ولایت فقیه کلمات پر کاربرد عبارتند از: بازار، اقتصاد، اشرافی، کسب و کار، خودکفایی، حمل و نقل، ارزاق، صنعت، توزیع، واردات، تجمل، تعاون، کشاورزی، کالا و احتکار.

تحلیل محتوای کیفی

تحلیل کیفی، به منظور دست‌یافتن به گفتمان ولایت فقیه در باره کسب و کار و تجارت صورت گرفته است. در این تحلیل تمامی فرمایشات، بیانات و مکتوبات حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و مقام معظم رهبری در ارتباط با کسب و کار و تجارت مورد مطالعه قرار گرفته است. برای انجام تحلیل محتوای کیفی از نرم‌افزار Maxqda2011 استفاده شده است. پس از مطالعه دقیق مطالب حضرت امام-خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و رهبر معظم انقلاب اسلامی، بعنوان ولایت فقیه مضامین و مفاهیم مرتبط به محورهای دکتربین، اهداف و سیاست‌ها در جدول ۳ جداگانه درج شده است.

بر اساس روش تحقیق استفاده شده در این مطالعه، از مجموعه بیانات و کتب امام از صحیفه نور حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و بیانات حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) از سایت مقام معظم رهبری، دکتربین، اهداف و سیاست‌های مرتبط با حوزه کسب و کار به شرح جداول شماره ۵ الی ۷ احصاء گردید.

جدول ۵. دکترین حاصل شده از مقولات، مفاهیم و مضامین، فرمایشات ولایت فقیه در باره کسب و کار و تجارت

محموری	کد انتخابی	کد گذاری باز
دکترین	استقلال اقتصادی	دوری از صنایع مونتاژ؛ تلاش برای عدم وابستگی تجاری؛ ضرورت خودکفایی؛ عدم مجوز نفوذیگانه با استفاده از اهرم مبادله اقتصادی؛ عدم پیروی از تفکر اقتصادی ییگانه؛ منع معاملات نادرست و مضربرای جامعه؛ ضرورت سیاستگذاری تولیدمحور
	عدم سلطه پذیری اقتصادی	حفظ منافع مردم؛ تحریم مبادلات جنایتکاران؛ جلوگیری از تاراج منابع
	خودکفایی محصولات کشاورزی	الویت بخشی به خودکفایی کشاورزی؛ الزام هدایت کشاورزان؛ حمایت کشاورزان و دامداران؛ توجه ویژه به بخش کشاورزی و صنایع؛ زیربنابودن کشاورزی؛ لزوم خودکفایی مواد غذایی؛ مکانیزه نمودن کشاورزی؛ رعایت اصول صحیح کشاورزی؛ تلاش برای سودآوری کشاورزی؛ طرح ذرت؛ راه توسعه ایجاد صنایع تبدیلی؛ کمک وزارت جهاد کشاورزی
	عدالت اجتماعی	رعایت عدل و انصاف؛ کاهش فاصله طبقاتی؛ سیاست های حمایتی؛ فرصت برابر برای همه

جدول ۶. سیاست حاصل شده از مقولات، مفاهیم و مضامین، فرمایشات ولایت فقیه در باره کسب و کار و تجارت

کدهمحموری	کد انتخابی	کد آزاد
سیاست	تلاش جهت امنیت غذایی	تقویت تولید جهت صادرات مواد غذایی؛ جدیت در تولید مواد غذایی؛ م
	کنترل واردات	نظارت دقیق واردات؛ واردات ماشین ابزار کیفی و ارزان؛ عدم واردات کالای فاسد
	سالم سازی فضای تجاری	شکستن انحصار تجارت داخل؛ عدم گرانفروشی و ریاخواری؛ عدم اجحاف؛ عدم احتکار؛ رعایت انصاف عرضه کنندگان؛ عدم معاملات حرام؛ مبارزه با قاچاق، عدم کم و یا زیاد فروشی در بازار اسلامی؛ عدم سودجویی در بازار؛ ضرورت تثبیت نرخ ارز؛ جلوگیری از فساد و اسراف؛ نظارت جامع؛ مقابله با سوءاستفاده گران؛ عدم ورود اصناف به سیاسی کاری و باندبازی؛ مسئلهی مواجههی درست با اخلال؛ عدم سودجویی ها؛ عدم آزار مردم؛ بکارگیری افراد مومن و متعهد در اصناف؛ عدم معامله اجناس ممنوعه؛ خرید و فروش مطابق موازین؛ کنترل نرخ خدمات؛ مبارزه با ویژه خواری؛ لزوم مبارزه با مفساد اقتصادی
	تولید و تجارت دانش - مبنای باکیفیت بالا	استفاده از خلاقیت و نوآوری؛ تشویق به توسعه صادرات؛ تکمیل زنجیره علم و فناوری؛ شرکت های دانش بنیان؛ حکمت و خردگرایی؛ نوسازی و ابتکار در ماشینها؛ استفاده از دانش دیگران؛ تلاش جهت تحقق سند چشم انداز؛ تقویت اقتصاد دانش بنیان؛ ضرورت ارتقای کیفیت تولیدات

کدهموری	کد انتخابی	کد آزاد
	تهیه و تامین نیاز مندیها	حمل و نقل ترانزیت؛ پیش بینی بازار؛ لزوم خودکفایی در مسائل اساسی؛ عدم تأخیر در رساندن؛ ضرورت تجارت محصولات اساسی؛ تأمین نیازهای اساسی؛ طرح حمایت از دام
	اصلاح الگوی مصرف	لزوم صرفه جویی؛ اصلاح سبک زندگی؛ دوری از زیاده روی؛ ضرورت مصرف متعادل
	الزامات فرهنگی تقویت اقتصادی	جلوگیری از اشرافی گری؛ افزایش علاقه مشتری به محصول داخلی؛ ارزش دانستن مصرف کالای داخلی؛ پرهیز از مصرف کالای خارجی؛ پشتیبانی دولت از تولیدات داخلی؛ تشکیل سرمایه اجتماعی؛ استفاده دستگاه های دولتی از کالای ایرانی؛ هنجارسازی مصرف داخلی
	وظیفه دولت در تجارت	استاندارد سازی دولت؛ لزوم نظارت دولت در نوع و قیمت؛ تحقق هدایت دولت
	همرستایی باراهبرداقتصادمقاومتی	تطابق سیاست دولت با اقتصاد مقاومتی؛ بخش های ستادی و عملیاتی

جدول ۷. اهداف حاصل شده از مقولات، مفاهیم و مضامین، فرمایشات ولایت فقیه در باره کسب و کار و تجارت

کدهموری	کد انتخابی	کد آزاد
هدف	مردمی کردن تولید و تجارت	توانمندسازی و حمایت بخش خصوصی؛ آزادسازی دولت از فعالیتهای اقتصادی غیر ضروری؛ الزامات دولت در امر واگذاری؛ تلاش برای اتحاد اصناف؛ مردمی کردن تجارت
	توانمندسازی کسب و کار	ضرورت اصلاح مالیات؛ اصلاح روابط اقتصادی؛ حمایت زیرساختی دولت؛ استفاده از متخصصین تجاری؛ تصمیم معقول منطقی اقتصاد؛ مبادله تجاری با بازار خارجی و داخلی؛ ضرورت تامین ازخارج در صورت لزوم؛ حمایت صنایع کوچک؛ آزادی تجاری کنترل شده؛ افزایش درآمد برای تولیدکنندگان؛ افزایش بهره‌وری؛ کنترل تورم؛ ایجاد مزیت‌های رقابتی؛ اهمیت امنیت زندگی و شغلی؛ ضرورت پرداخت یارانه تولید؛ حمایت برای رقابت پذیری بین المللی کالاها؛ مواجهه‌ی درست با اخلال اقتصادی
	توسعه برند ملی	تعیین جهت استراتژی ملی تولید
	تحقق اقتصاد مقاومتی	استفاده بهینه از منابع ملی؛ حذف موانع تجاری؛ استفاده از ظرفیت‌های غیر از نفت؛ دوری خرج‌های بیخودی؛ برنامه ریزی راهبردی؛ تولید انبوه؛ یک بازار ۷۵ میلیونی؛ توجه به قیمت تمام شده؛ حمایت همه جانبه از تولید ملی؛ هدایت استعداد ایرانی؛ فرهنگ سازی توسط صداوسیما؛ اتقان در کار تولید
	نهادینه سازی تجارت و تولید	تنظیم قوانین تسهیل کننده تجارت؛ نهادسازی بازار؛ تلاش جهت تنظیم قوانین اقتصادی

الگوی گفتمان ولایت فقیه

پس از انجام فرایند تحقیق و تحلیل کمی و کیفی، و استفاده از روش‌های تحلیل محتوی بیانات، حضرت امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) و حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در سه محور دکترین، سیاست‌ها و اهداف، مفاهیم مستخرجه که قسمتی از تدوین الگوی کسب و کار و بازرگانی را شامل می‌شود، در شکل ۳ نمایش داده شده است.



شکل ۳. ابعاد و مولفه‌های کسب و کار و بازرگانی

اداره امور کسب و کار با رویکرد بازرگانی داخلی از دیدگاه ولایت فقیه، می‌تواند به‌عنوان شالوده طراحی کسب و کار و بازرگانی داخلی در کشور قرار گیرد. با مطالعه به اصول تفکر اقتصادی می‌توان چارچوب و مبنای ضروری کسب و کار و بازرگانی داخلی را دریافت. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین رویکرد ولی فقیه تحقق جریان اقتصاد بومی است که مبنای آن در قالب اقتصاد مقاومتی و تولید ملی و توجه به کشاورزی به دفعات بیان گردیده است. برخی از ابعاد مهم الگوی کسب و کار طبق این پژوهش عبارتند از:

دکترین ولی فقیه عدم وابستگی و عزت اقتصادی می‌باشد. لذا برای تحقق استقلال اقتصادی به استفاده بهینه از ظرفیت‌های درون در کسب و کار یعنی از تولید تا مصرف می‌باشد. استفاده مطلوب و بهینه

از ظرفیت‌های انسانی جوان و تحصیل کرده، منابع طبیعی غنی و بازار ۷۰ میلیونی جهت تحقق استقلال و خودکفایی لازم و ضروری بنظر می‌رسد. خودکفایی در محصولات اساسی از الزامات اساسی عدم وابستگی می‌باشد. لذا بصورت نظام مند و سیستمی، حضور مردم در تولید ملی و تامین نیازها در داخل و دوری از واردات بی رویه توسط حاکمیت می‌تواند مقوم توانمندی اقتصاد ملی گردد. جهت تحقق این مهم اهداف و سیاست‌هایی درحوزه بازرگانی لازم است.

سیاستگذاری مبتنی بر اقتصاد مقاومتی و اتکا به ظرفیت داخل رویکرد اصلی ولی فقیه جهت ایجاد زمینه اقتصاد توانمند برای ایران می‌باشد. با عنایت به این رویکرد وظیفه حوزه کسب و کار و بازرگانی مواردی از قبیل؛ کنترل واردات، زمینه سازی تولید کیفی، توسعه کسب و کارهای دانش مبنای، ساماندهی بازار داخلی و رعایت توصیه‌های شرعیه مربوط به امور تجاری و سالم سازی کسب و کار و رعایت الگوی مصرف می‌باشد. همچنین طبق رویکرد ولی فقیه، بهبود فضای کسب و کار، توجه به توسعه برندهای ملی، تلاش برای صادرات غیرنفتی و اتکا به ظرفیت‌های مردمی در فعالیتهای زنجیره تولید تا تامین، موجب شکوفایی اقتصادی بازرگانی ملی خواهد شد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

باعنایت به نتایج این پژوهش به نظر می‌رسد کسب و کار و بازرگانی داخلی بایستی باتوجه به ضرورت تحقق استراتژی‌ها و اهداف کلان اقتصادی و تحقق توسعه تولید ملی و سالم سازی فضای کسب و کار و بازرگانی اقداماتی صورت گیرد که در ذیل بیان می‌شود:

- ۱) مدیران کلان خرده نظام‌های اقتصادی به‌طور اعم و وزارت‌خانه‌ای مرتبط با امورات تجاری قبل از هرگونه ارائه برنامه و خط‌مشی اجرایی، با دقت به ابعاد دکرین، اهداف و سیاست‌های ولایت فقیه توجه نموده و در تصمیمات مدیریتی آن را نصب‌العین خود قرار دهند.
- ۲) تلاش و پایش مداوم کارکردها و مقابله جدی با فساد اقتصادی.
- ۳) تلاش برای تحقق تولید ملی و استقلال اقتصادی.
- ۴) اعتماد مردم به محصولات داخلی و تحقق الزامات مصرف ملی.
- ۵) استفاده از ظرفیت مردمی در فرایندهای اقتصادی مثل تولید و بازرگانی.
- ۶) بالا بردن شاخص شفافیت اقتصادی.

۷) هماهنگی جهت عدم موازی کاری لازم است در زنجیره تامین و فضای کسب و کار انسجام و یکپارچگی لازم است. پیشنهاد می‌شود دو نوع هماهنگی و یکپارچگی صورت گیرد. یکپارچه سازی افقی،

- یعنی نهاد تولیدکننده و نهاد توزیع کننده با هم تعامل داشته باشند. برای پویایی بازار لازم است اطلاعات لازم برای میزان و نوع نیاز با مصرف هماهنگ باشد، با هماهنگی می توان بهره‌وری را بالا برد.
- ۸) پیشنهاد می‌گردد در باره کالای حساس و اساسی کنترل صورت گیرد. خاطرنشان می‌گردد، نظارت بستگی به نوع کالا و شرایط و اقتضائات زمان و مکان و نوع کالای حساس، ضروری و عادی دارد. متهمی بایستی پایش تجاری علمی و با استفاده از سامانه الکترونیکی باشد
- ۹) شناسنامه‌دار کردن کالاها، طراحی ساختار، ساماندهی علمی و اثربخش ورود کالاها برای پیشگیری از قاچاق با استفاده از نظام ملی اطلاعات جهت پایش کالاها از مبادی تا بازار داخل کشور
- ۱۰) مبارزه جدی با پدیده قاچاق و بر خورد بدون ملاحظه با مفسدینی که دست به قاچاق می‌زنند. اجباری نمودن برچسب سلامت بر روی مواد غذایی و ترویج مصرف مواد غذایی بومی ایران.
- ۱۱) تعداد لایه تامین کننده تا مصرف کننده نهایی حداکثر از سه لایه نباید بیشتر شود.
- ۱۲) گردش اطلاعات باید به سرعت در آن صورت گیرد، یعنی باید اطلاعات توزیع را تا آخرین حلقه باید در یک نقطه داشته باشند و آن را رصد کنند.
- ۱۳) ترسیم پلان راهبردی اقتصادی و دوری از سوء مدیریت‌های کسب و کار در هر دوره مدیریتی. لزوم پیاده‌سازی مدیریت دانش و پیوند بین برنامه‌های توسعه‌ای و هم‌افزایی دولت‌ها.

منابع

الف- فارسی

- امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) (۱۳۸۹). صحیفه امام، مجموعه آثار امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه)، جلد ۱۹، چاپ پنجم، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه).
- امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) (۱۳۸۲). صحیفه نور، جلد ۳، چاپ سوم، تهران: دفتر حفظ و نشر آثار امام (رحمت‌الله‌علیه).
- امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، مجموعه بیانات (سخنرانی در دیدار نمایندگان هفتمین دوره مجلس شورای اسلامی؛ ۱۳۸۳/۳/۲۷) قابل دسترسی در سایت <http://farsi.khamenei.ir>
- آذری، علیرضا؛ زمانی مزده، مهدی (۱۳۹۳). الگوی راهبردی مدیریت عملکرد سازمان، چاپ اول، تهران: موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاع.
- برزانی، محمد واعظ (۱۳۷۸). شناخت الگوی انتظارات سرمایه‌گذاران با تاکید بر استان اصفهان در اقتصاد ایران: رساله دکتری، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.
- بصیرت‌منش، حمید؛ امامی‌مبیدی، علی (۱۳۶۴). رهنمودهای اقتصادی در بیانات حضرت امام خمینی (ره)، جلد دوم، تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- تاری، فتح‌الله؛ هرورانی، حسین (۱۳۹۲). نقش و جایگاه ایران کد در تجارت کشور، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- خاندوزی، احسان؛ کاویانی، زهرا (۱۳۹۵). «کانال‌های تأثیر بوروکراسی بر عملکرد اقتصاد ایران»، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال ۲۳، شماره ۸۷.
- دیوید، فرد آر (۱۳۷۹). مدیریت استراتژیک، ترجمه دکتر علی پارسائیان و دکتر سیدمحمد اعرابی، چاپ هفدهم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رمضان‌پور، اسماعیل (۱۳۷۹). ماهیت علل و اثرات بی‌ثباتی اقتصاد کلان، رساله دکتری، تهران: اقتصاد دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.
- زیمرمان، مارک (۱۳۸۱). راهبردی برای بازرگانی موفق با ژاپنی‌ها، ترجمه: محمدرضا میرفخرایی، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- عزتی، مرتضی (۱۳۷۱). خطوط اصلی اقتصاد اسلامی از دیدگاه حضرت امام خمینی (س)، همایش اولین کنگره بررسی اندیشه‌های اقتصادی حضرت امام خمینی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- فوکو، میشل (۱۳۸۹). دانش و قدرت، ترجمه محمد ضیمران، تهران: انتشارات هرمس.
- کاتبی، حسین (۱۳۷۶). بررسی روند گات (تجارت جهانی) و قطب‌بندی‌های نوین اقتصادی و تأثیر آن‌ها بر تامین قطعات و تجهیزات پیشرفته دفاعی، رساله دکتری، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.

- پیش مقدم، کاوه؛ بهزادی، محمدکاظم (۱۳۹۲). «مقایسه تطبیقی دیدگاه امام خمینی(ره) در باره نظام جهان و نظریه قمر و پیرامون ایمانوئل والرشتاین»، دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی، سال پنجم، شماره ۹.
- یورگنسن، ماریان؛ لوئیز، فلیپس (۱۳۹۳). نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، چاپ چهارم، تهران: نشرنی.
- شریفی، محمد (۱۳۸۳). بررسی تاثیر سیاست‌های کلان اقتصادی بر بخش کشاورزی ایران، ساله دکتری، تهران: دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی.
- شیرکوند، سعید (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر برسنتجش و بهبود فضای کسب‌وکار در ایران، تهران: اتاق بازرگانی و صنایع و معادن.
- محمدپور، محمد (۱۳۸۹). اصول و روش تحقیق ترکیبی، تهران: انتشارات جاوید.
- مرادی، محمدعلی (۱۳۹۴). محیط کسب‌وکار، نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۲). هدف‌گذاری تورم؛ الزامات و چالش‌های تحقق آن برای ایران، تهران: انتشارات مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- مصباحی مقدم، غلامرضا؛ عربی، سیدهدادی (۱۳۷۷). مبانی اقتصاد اسلامی، تهران: انتشارات سمت.
- مصلی‌نژاد، غلامعباس (۱۳۸۴). آسیب‌شناسی توسعه اقتصادی در ایران، تهران: انتشارات قومس.

ب- منابع انگلیسی

- Chabot, C. (۱۹۹۵). Defining high Technology Stanford: Stanford Publication of Stanford University.
- Chen, J., Zhu, Z & Xie, H. Y. (۲۰۰۴). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study Journal of Intellectual Capital ۱۹۵- ۲۱۲, (۱)۵ ,
- Bouzdine, Tatiana and Marina Bourakova; Lorgnier(2004) "The Role of Social Capital within Business Networks: Analysis of Structural and Relational Arguments "For The Fifth European Conference on Organisational Knowledge, Learning and Capabilities, 5; 6 April 2004, Innsbruck, Austria.
- Farah Debby Julia, Mukhtaruddin, Emylia Yuniarti, Dewa Saputra, Abukosim(2014)"Good Corporate Governance, Company's Characteristics and Firm's Value: Empirical Study of Listed Banking on Indonesian Stock Exchange Julia "GSTF Journal on Business Review (GBR) Vol.3 No.4
- François Arvis, Jean, Daniel Saslavsky, Lauri Ojala, Ben Shepherd, Christina Busch, Anasuya Raj, Tapio Naula(2016)" Trade Logistics in the Global Economy"The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank .
- Gilman, Stuart C.(2005)" ETHICS CODES AND CODES OF CONDUCT AS TOOLS FOR PROMOTING AN ETHICAL AND PROFESSIONAL PUBLIC SERVICE: Comparative Successes and Lessons" Prepared for the PREM, the World Bank Washington, DC .

- Haider Naqvi, Imran, Shazia Aziz, Syed Abbas Haider Zaidi and Kashif: ur: Rehman(2011) " The model of good governance in Islam " African Journal of Business Management Vol. 5(27), pp. 10984: 10992, 9 November, 2011 Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Jacobo P. García Villarreal(2010)"Successful Practices and Policies to Promote Regulatory Reform and Entrepreneurship at the Sub: national Level" Regulatory Policy Division, OECD, No. 18
- Larbsh,M Mansor(2015)"Islamic Perspective of Corporate Governance "Faculty of Economics and Commerce, Al: Asmarya Islamic University : University Bulletin–ISSUE No.17: Vol. (1)
- Nadeem M (2016) Analyzing Good Governance and Decentralization in Developing Countries. J Pol Sci Pub Aff 4: 209. doi:10.4172/2332: 0761.1000209
- Nainawat, Renu and Ravi Meena (2013)"Corporate Governance and Business Ethics" Global Journal of Management and Business Studies. ISSN ۹۸۷۸ :۲۲۴۸Volume ۳, Number , pp. ۱۰۸۵
- Tery Miller, Ambassador, Anthony B. Kim and Kim R. Holmes(2014) "2014 Index of Economic Freedom " The Heritage Foundation, Washington, DC.
- <http://farsi.khamenei.ir> (1395/1/1)
- Doing Business 2015, <http://www.doingbusiness.org> .
- Doing Business 2017 , <http://www.doingbusiness.org>.
- <https://www.transparency.org/country/IRN>.

