

جهانی شدن و حل مسأله

دکتر ناصرہ مولانا



نشر واثیا

سرشناسه	: مولانا، ناصر، ۱۳۲۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: جهانی شدن و حل مساله / ناصر مولانا.
مشخصات نشر	: تهران : وائیا، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۶۴ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۹۶-۹۲-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: جهانی شدن
موضوع	: Globalization
موضوع	: حل مسالمت آمیز اختلاف های بین المللی
موضوع	: Pacific settlement of international disputes
موضوع	: همکاری های بین المللی
موضوع	: International cooperation
رده بندی کنگره	: ۳۹۷ ج ۸۵ / ۱۳۱۸ JZ
رده بندی دیویی	: ۷۸۰/۲۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۲۵۸۰۰۳



نشر وائیا

جهانی شدن و حل مساله

نویسنده: دکتر ناصر مولانا

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

شمارگان: ۳۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۹۶-۹۲-۲

۸۰۰۰۰ ریال

نشر وائیا: خیابان انقلاب خیابان ابوریحان خیابان وحید نظری پلاک ۳۶ واحد ۱

تلفن: ۰۹۱۲۱۸۶۶۵۵۸ - ۶۶۹۷۴۵۶۱

مقدمه	۱۱
جهانی شدن واقعا یعنی چه؟	۱۱
برنامه جهانی شدن یا برنامه سود بردن؟	۱۳
از نظر اساس و پایه اقتصادی	۱۳
تفاوت بین المللی چیست؟	۱۴
تأثیر جهانی شدن	۱۵
چه چیز در پیش خواهد بود؟	۱۶
جنبه‌های خوب، بد، زشت جهانی شدن	۱۶
حل مسأله	۱۹
اهمیت مسأله به طور مؤثر	۱۹
حل مسأله	۱۹
آگاهی از مشکل	۲۱
ایجاد اعتماد یعنی چه؟	۲۲
شفاف نمودن اهداف	۲۲
ارزشیابی وضعیت فعلی	۲۲
تشخیص و شناسایی مشکل	۲۳
تعریف مشکل	۲۳
مشکلات معمولی یا روتین	۲۴
مشکلات غیرروتین یا غیرمعمول	۲۵
استفاده از نمودار	۲۵
تجزیه و تحلیل مسأله	۲۵

- ۲۶ مکمل بودن
- ۲۶ اخلاقیات
- ۲۹ مقدمه
- ۲۹ اختلاف چیست؟
- ۳۰ منابع اصلی اختلاف
- ۳۱ مسایل ارتباطی
- ۳۱ روح اختاری
- ۳۲ تفاهات های فدی
- ۳۳ مهارت های کلیدی مدیریت
- ۳۴ ارزشیابی نمودن طایقت اختلاف
- ۳۵ اختلافی را که قصد دارید مدیریت کنید مدبرانه انتخاب کنید
- ۳۶ سبک های اصلی برای مهارت های اختلاف
- ۳۸ استفاده از قدرت
- ۳۸ لازمه سازش
- ۳۸ در نهایت همکاری مشترک
- ۳۹ همدلی کردن با طرف مقابل
- ۴۰ روش برخورد با جنبه های عاطفی اختلاف
- ۴۰ (۱) با افراد دیگر با احترام رفتار کنید
- ۴۱ (۲) فعالانه گوش بدهید و برای دیگران موقعیت را تکرار نمایید
- ۴۲ (۳) نظرات و نیازها و احساسات خود را به طور خلاصه بیان کنید
- ۴۲ اهداف خود را مشخص کنید
- ۴۳ اجرای مناسب ترین استراتژی طولانی مدت برای تمام طرفین منازعه
- ۴۶ گزینه آخر چاره جوئی
- ۴۶ (۴)

- ۴۷ استراتژی معامله (داد و ستد)
- ۴۷ معامله توزیعی
- ۴۹ مذاکره تلفیقی
- ۵۱ دستورالعمل‌هایی برای مذاکره اثر بخش
- ۵۴ محرک‌های اختلاف چه هستند؟
- ۱ - در مورد آن اختلافاتی که در سازمان صلاحیت قانونی دارد گفتگو کنید..... ۵۴
- ۲ - نام‌های نه چندان واضح که توسعه را تهدید می‌کند بفرستید ۵۵
- ۳ - افرادی را از بیرون سازمان وارد کنید ۵۵
- ۴ - در ره سازی سازمان ۵۶
- ۵ - از یک فرد شایسته استفاده کنید..... ۵۶
- چگونه می‌توان اختلاف بین گروه‌ها و بخش‌ها را مدیریت نمود؟ ۵۶
- اهداف عالی ۵۸
- افزایش گفتگو ۵۹
- حل مشکل ۵۹
- مذاکره ۶۰
- توسعه منابع ۶۰
- قضاوت طرف سوم ۶۱
- تغییر در ساختار سازمانی ۶۲
- ملایمت کردن ۶۲
- اجتناب ۶۳

مقدمه

آیا جهانی شدن دشمن شماره یک ما است؟ یا اینکه مسائل دیگری هم وجود دارد؟ بعضی‌ها فکر می‌کنند که جهانی شدن دشمن خطرناکی باشد. آنها معتقدند که جهانی شدن هم مانند سایر فرایندهای اجتماعی نمی‌تواند ذاتاً خوب یا بد باشد اما باید بهتر مدیریت شود. آنها معتقدند دلیلی ندارد که امروز با جهانی شدن مخالفت شود، چون این انکار نمودن فرایندهای تاریخی است که اکنون تقریباً جریان دارد و ما باید از بازارهایی که با هم متحد شده‌اند که سبب برای موقعیت‌های روستایی و ضعیف‌ترین گروه‌ها مشکلاتی را هم به همراه آورده‌اند آگاه باشیم. اما هم‌زمان فرصت‌هایی را ارائه می‌دهند که باید شناخته شود. احتمالاً جهانی شدن می‌تواند به وجود آید بدون اینکه کسی و کارها و فرهنگ‌هایی که تجربه می‌کنیم را از بین ببرد و ناگاه کشورها را ضعیف کند، بلکه می‌تواند به آن خوش آمد نیز بگوید و آن را مدیریت کند.

جهانی شدن واقعاً یعنی چه؟

چندین سال قبل پیترو دراکر آینده شرکت‌های چند ملیتی را پیش بینی کرده بود که در آینده چگونه خواهند بود. از نظر او آنها به یکدیگر می‌پیوندند و به جای اینکه مالکان آن‌را بشناسانند، به وسیله استراتژی کنترل خواهند شد. دراکر معتقد بود که مسلماً در مدیریت و اداره نمودن جامعه بعدی هنوز مالکیت وجود خواهد داشت، اما اتحادیه‌ها و معاملات اشتراکی، اقلیت‌ها و قراردادهای موافقت‌نامه‌ها بشدت از توطئه جلوگیری خواهند کرد. پس از مدتی نظریه دراکر عملاً به وقوع پیوست و مدیر عامل جنرال موتورز به عنوان اولین

رئیس بزرگترین سازنده ماشین در روسیه انتخاب شد. با این پیش‌بینی که سال بعد از آن صاحب اتحادیه فرانسه - ژاپن رنو و نیسان بشود.

اکنون به سختی قابل درک است که دنیا چقدر به هم پیوسته می‌باشد، اما بسیار آسان است تا به درستی مشاهده کنیم که چطور و با چه سرعتی جهانی شدن به وقوع می‌پیوندد و به چه میزان روش مدیریت تجارت‌ها تغییر خواهد کرد. جهانی شدن یک رویداد اکتصادی نیست، بلکه یک پدیده روانی است. به این معنی که در کلیه مکان‌های تازه یافته و ارزش‌های غربی و انتظارات و روحیات آنها به عنوان یک همدار دیده می‌شود. این ایده برای دراکر هنگامی که در سال ۲۰۰۱ میلادی به یکم از شاگردان قدیمی خود برخورد نمود روشن گردید. آن شاگرد از تایوان آمده بود و دراکر از او پرسید مهم‌ترین چیزی که در کشور شما در ده تا پنج سال گذشته رخ داده است چیست؟ شاگرد سابق دراکر چند ثانیه فکر کرد و سپس گفت اکنون همه ما متوجه شده‌ایم که داشتن اترمپس لازمه زندگی است و نه یک چیز تجملی. همین مسأله در روسیه بعد از آن که تحلیل گران انتظار دارند که از آلمان پیشی بگیرد و خرد بزرگترین بازار ارائه کننده اتومبیل دنیا بشود. اما متأسفانه از چنین فرصت‌هایی نیاز به یک رشته از مهارت‌های ویژه دارد که بسیاری از کمپانی‌ها حتی کمپانی‌های بزرگ فاقد آن می‌باشند.

دراکر در مورد مدیریت نوشته است برای موفق شدن در چالش‌های بازار جهانی که در قرن ۲۱ به شدت رقابتی شده است یک کمپانی بایستی از قیمت‌های کل زنجیره اقتصادی آگاه باشد و بایستی با سایر اعضای زنجیره برای مدیریت کردن قیمت‌ها و حداکثر انعطاف‌پذیری

برنامه جهانی شدن یا برنامه سود بردن؟

جهانی شدن یعنی تمایل به سرمایه‌گذاری و کسب و کار و حرکت فراسوی بازارهای درون مرزی و ملی در اطراف جهان و اجازه دادن برای بهم پیوستن بازارهای مختلف دنیا. طرفداران جهانی شدن می‌گویند که جهانی شدن به توسعه ملتها و این که از طریق افزایش کار و تکنولوژی پیشرفته سریع‌تر به ملل صنعتی برسند کمک می‌کند و اقتصاد آسیا اغلب به عنوان مثالی برای موفقیت‌های جهانی دیده می‌شود.

منتقدان جهانی شدن باور دارند که جهانی شدن سبب ضعیف شدن خودکفایی ملی و اقتدار آنها شده و اجازه می‌دهد تا ملل ثروتمند مشاغل درون مرزی را به کشورهای برون مرزی ببرند که در آنجا دستمزد کارگر بسیار ارزان‌تر است. حال داستان واقعی جهانی شدن چیست؟ مسلماً این مساله بیشتر به نگرش شخصی افراد بستگی دارد. اکنون سعی می‌شود این مساله را از دو سو مورد بررسی قرار دهیم.

از نظر اساس و پایه اقتصادی

از نظر ثروتمندان و برای رهبران کسب و کار، اساس نخبه اقتصادی جهانی شدن خوب است. دستمزد کارگر ارزان‌تر برون مرزی به آنها اجازه می‌دهد تا تسهیلات تولیداتی را در مکان‌هایی که هم دستمزد کارگر و بیمه سلامت آنان بسیار ارزان‌تر است را بسازند و سپس آن تولیدات و کالاها را پس از تمام شدن در محل‌هایی که مزد بالا است بفروشند.

تجارت بین المللی چیست؟

به علت دادن دستمزد کم به کارگران، منافع به سرعت بالا می‌روند و مرکز اقتصادی نیویورک (wall street) به سودهای بزرگ با قیمت سهام بالا پاداش می‌دهد. همچنین مدیران عامل کمپانی‌های جهانی برای منافع زیاد اعتبار می‌گیرند. پاداش‌های آنها معمولاً بسته‌های جبرانی بسیار است که به این ترتیب کمپانی بشکل چشمگیری اختیارات زیاد خواهد داشت. وقتی که قیمت سهام افزایش می‌یابد، سرمایه‌داران بین‌المللی و افراد ثروتمند منابع خود را به کشورشان می‌برند.

اما جهانی شدن فقط با افراد ثروتمند تاثیر نمی‌گذارد. در بازارهای جهانی رقابت در ماساچوست به فراسوی آن کشیده می‌شود. از مرکز تکنولوژی تلفنی در هند، استال گرفته تا کارخانه‌های اتومبیل سازی در چین. در اصل جهانی شدن یعنی آن که کارگران باید با کارهایی از تمام دنیا رقابت کنند.

بعضی از این تغییرات تجاری به سبب رقابت نامهای است که با امریکای شمالی در مورد تجارت آزاد انجام شده است بر اساس این موافقت نامه مشاغل کارگران اتومبیل سازی آمریکا به مکزیک فرستاده می‌شد، که یک کشور در حال توسعه می‌باشد که در آنجا دستمزد کارگران به‌طور چشمگیری از دستمزد کارگران آمریکایی پایین‌تر است. چند سال بعد بعضی از این مشاغل به کشورهای جهان سوم در آسیای شرقی تغییر مکان داد که در آنجا دستمزدها حتی از آن هم کمتر بوده است. در هر دو این حالت‌ها کارخانه داران اتومبیل سازی می‌خواهند مصرف کنندگان به خریدن آن تولیدات با قیمت داخل آمریکا ادامه بدهند، در حالی که منتقدان جهانی شدن از دست

دادن مشاغل که در انحصار کشورهای توسعه یافته بود را نکوهش می کردند.

آنها که از جهانی شدن حمایت می کنند بحث می نمایند که استخدام و تکنولوژی که به کشورهای در حال توسعه آورده شده کمک می کند به مردم به سوی صنعتی شدن و احتمالاً افزایش استاندارد زندگی آنها در میدان مبارزه جهانی شدن و خرید کالا از منابع خارج از کشور، یک شمشیر دو لبه بوده است. از یک سو دستمزد پایین در کشورهای خارجی، خرده فروشان را قادر می سازد تا لباس، ماشین و سایر کالاها را با قیمت ناچیزتر به ملل غربی که در آنجا خریدن کالا قسمتی از فرهنگ آنها می باشد بفروشند. این مساله به کمپانی ها اجازه می دهد تا میزان سود خود را افزایش بدهند. هم زمان خریداران هم وقتی کالایی را می خرند سود می برند و این سبب می شود که حمایت کنندگان جهانی شدن ادعا کنند وقتی که مشاغل به بیرون مرز فرستاده می شود که در آنجا دستمزد کمتر است، این مساله همچنین سبب پایین آوردن قیمت ها نیز می شود.

تاثیر جهانی شدن

با افزایش زیاد گذشتن از مرزها، گذر از جهت پول، اطلاعات، مردم و تکنولوژی نیز متوقف نخواهد شد. بعضی ها بحث می کنند که این یک سبک سنتی است که همیشه ثروتمند ثروتمندتر و فقیر فقیرتر می شود. همانطور که صنعتی شدن در کشورهای جهان سوم ریشه می دیرد و آنها جزء کشورهای توسعه یافته می شوند، در نهایت استانداردهای جهانی زندگی هم بالا می رود. امروزه به همان طریق که فاصله بین کشورهای ثروتمند و فقیر گسترش یافته است، همانطور هم فاصله بین ثروتمند و فقیر در درون کشورها نیز فاصله یافته است.

یکسان کردن جهان نیز نتیجه دیگر است. مثل ایجاد قهوه‌خانه‌های یک‌جور و مغازه‌های خرده‌فروشان در هر گوشه و کنار هر شهر و در هر کشوری. بنابر این مادامی که جهانی شدن تماس‌ها و تبادلات بین فرهنگ‌ها را زیاد می‌کند، همین‌طور آنها را به یکدیگر شبیه می‌سازد. در سطح بازار، بازارهای مالی جهانی مشکلات محلی را وارد مسایل بین‌المللی می‌سازد.

چه چیز در پیش خواهد بود؟

به احتمال زیاد تمرکز از وضع موجود بسیار آهسته خواهد بود. کلام آخر این که ما هستیم که کارگران بیشترین آسیب را می‌بینند زیرا آنها دارای مهارت‌های قابل انتقال نیستند. اندیشه دیگری که در نظر گرفته شده، آموزش خاص کارگران می‌باشد. مسلماً تا اینکه راه حل بهتری پیدا شود، آموزش، قابلیت، انعطاف و سازگاری کلیدهایی است برای ادامه حیات. تا کنون تنها پاسخ سازمان‌داران و رهبران کسب و کار ارزش نیروی کار آموزش دیده، قابلیت انعطاف با قابلیت سازگاری می‌باشد. در سطح فردی شما می‌توانید بر روی خودتان با آموزش‌های دانشگاهی سرمایه‌گذاری کنید.

جنبه‌های خوب، بد و زشت جهانی شدن

جهانی شدن تلفیق و ادغام و همبستگی بازارهای محلی یا درون مرزی و برون مرزی است و دارای سه جنبه است، جنبه خوب آن، جنبه بد آن و جنبه زشت آن:

جنبه خوب جهانی شدن در مورد تسهیلات و فرصت‌های بازارهای باز است که به‌وجود می‌آورد. تجارت و کسب و کارها می‌توانند به‌طور کامل و موثر با همکاران و تهیه‌کنندگان و مشتریان خود گفتگو کنند

و بر تدارکات خود و فهرست موجودی و شبکه توزیع و تولیدکنندگان داخلی بهتر مدیریت داشته باشند و می‌توانند محصولات خود را در بازارهای دور دست به همان آسانی و سرعت مانند کشور خودشان بفروشند. برای مثال کمپانی سونی می‌تواند تلویزیون و صفحه کلیدهای کامپیوتری خود را به همان آسانی که در توکیو می‌فروشد در بازار نیویورک نیز بفروشد. همین‌طور کمپانی‌های اینتل و اپل و مایکروسافت می‌توانند ابزار تکنیکی خود را به همان ترتیب که در توکیو می‌فروشند در نیویورک نیز به فروش برسانند.

یکی دیگر از جنبه‌های جهانی شدن همین‌طور آسانی بالا رفتن و قدرت اعمال بار می‌باشد. به همان اندازه که پول به آسانی به داخل و درون مرزهای ملی می‌آید، به همان اندازه هم بستانکارها از تشخیص وام‌گیرندگان خوب و بد را نبوه تقاضاها محروم می‌شوند. تنظیم اقتصاد جهانی در یک چرخه ربح و زیان درآمد و افزایش استخدام و آسانی اعتبار و قدرت مالی سبب رصیت‌مندی در چرخه درست می‌شود.

جنبه بد جهانی شدن در مورد ریسک‌های جدید و عدم اطمینان است که به‌وسیله درجه بالایی از همبستگی به بازارهای داخلی محلی، تشدید رقابت‌ها و درجه بالایی از تقاضای قیمت‌ها و نوسانات مالی و کسب و کار و خرابی محصولات ایجاد می‌شود. کمپانی‌هایی که قبلاً از منابع جهانی شدن بهره می‌بردند، اکنون با فشارهای غیرقابل پیش‌بینی و نامطمئن و فرصت‌های شغلی و محصولات به‌رو می‌شوند و کالاهای آنان به زودی بی‌ارزش می‌شود و قدرت قیمت‌گذاری برای آنها باقی نمی‌ماند و تحت فشار دائمی به وسیله رقبای جدید هستند که به منافع آنان سخت آسیب می‌رساند. جنبه بد جهانی شدن همچنین با دشواری اعتبار و کاهش ارزش پول در جریان روز در داخل و مرزهای ملی روبرو است و همان‌طور که

طلبکارها اعتبار را هم برای وام‌گیرندگان خوب و هم بد کم می‌کنند، بنابراین برای انبوه تقاضاها ناامید کننده می‌باشد. تنظیم اقتصاد جهانی به یک چرخه بد درآمد و کاهش استخدام می‌انجامد و بدبینی جانشین خوشحالی می‌شود و انفجار حباب‌های ثروت، اقتصاد دنیا را به سوی پایین می‌کشاند و دوام می‌بخشد.

جنبه زشت جهانی شدن این است که وقتی ملت‌ها و جوامع محلی سعی می‌کنند تا از کاهش استخدام و چرخه بد درآمد، هم‌زمان از طرق پررزش شدن پول در گردش بگریزند، در تجارت جنگ شروع می‌شود. همان‌که در دهه ۱۹۳۰ رخ داد. در قرن بیستم و برای بیشتر قسمت در دهه اول قرن بیستم، دنیا جنبه خوب جهانی شدن را دیده است. در چهار سال آخر دنیا جنبه بد جهانی شدن را تجربه کرده و اکنون امیدواریم که دنیا جنبه زشت آن را نبیند.