

## بسمه تعالی

" صنعت مشاوره، میانبر رقابتی توسعه " (مدلی مفهومی برای توسعه)

نویسنده :

مریم خالقی بایگی، دانشجوی سال هفتم دکتری دانشگاه بهشتی، مدرس دانشگاه و کارشناس سیستم صدا

وسیم

Email address

[khaleghy@yahoo.com/ maryam.khaleghy@gmail.com](mailto:khaleghy@yahoo.com/maryam.khaleghy@gmail.com)

تلفکس: 00982122087909

مبایل: 09123238230

آدرس: تهران، سعادت آباد، ارغوان غربی، مجتمع سروستان، سروناز یک، پلاک ۲، واحد یک

## " صنعت مشاوره، میانبر رقابتی توسعه " (مدلی مفهومی برای توسعه) <sup>ا</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر به منظور روشن ساختن " نقش صنعت مشاوره در توسعه " طراحی شده است. در این زمینه سؤال اساسی تحقیق این گونه طرح شده است :

" چرا در ایران، راهکار ارتباط صنعت و دانشگاه، دستیابی به توسعه، را امکان پذیر نساخته است؟ "

فرضیه بنیادین پژوهش که شالوده مدل مفهومی نیز بر آن بنا شده، عبارت است از:

" وجود صنعت مشاوره (رقابتی)، بر توسعه موثر است. "

اطلاعات، با استفاده از ابزارهای مراجعه به اسناد و مدارک، پرسشنامه و مصاحبه گردآوری شده است.

تحقیق از نوع بنیادی/کاربردی بوده، به روش توصیفی انجام شده است.

آزمون همبستگی انجام شده، فرضیه بنیادین و مدل مفهومی را تایید کرده و می توان ادعا کرد که صنعت مشاوره

رقابتی در توسعه کشور، مؤثر است.

### واژه های کلیدی

صنعت مشاوره - صنعت مشاوره رقابتی - مزیت توسعه.

## مقدمه

تولد، رشد و فعالیت در بستر مناسب و رقابتی، عامل مهم و موثری در موفقیت در عرصه بین‌المللی است. شواهد عینی و علمی نشان می‌دهد، کشور ما در رشد اقتصادی تاخیر داشته و علی‌رغم تمدن ۲۵۰۰ ساله اش، قرن‌هاست که در زمره کشورهای در حال توسعه قرار دارد.

نگاهی به وضع کشور ایران در گذشته و حال، نشان می‌دهد که در مقاطع مختلف تاریخی مسائل متعددی در سطوح مختلف وجود داشته‌اند. حل نادرست، غیر منطقی و کوتاه مدت چنین معضلاتی، سبب تکرار آنها، صرف هزینه بیشتر و همچنین ایجاد موانعی برای توسعه شده است. تکرار اشتباهات، در بطنی‌تر شدن رشد و توسعه کشور موثر بوده است.

رقابت جهانی، کشورهای در حال توسعه را ملزم می‌کند که در پی گزینه‌ها و میانبرهای رقابتی برای کاهش فاصله با کشورهای توسعه یافته باشند تا فاصله موجود بین آنها و کشورهای پیشرفته را با سرعت بیشتری کاهش دهد، گزینه‌هایی که هزینه عقب ماندگی را به صورت کارا و اثربخش کاهش دهد. به نظر دکتر جمالی در رقابت‌های جهانی امروزه کشورهای در حال توسعه نمی‌توانند منتظر بمانند و فرآیندی را که کشورهای دیگر برای توسعه‌یافتگی طی کرده‌اند، پیمایند. بلکه می‌بایست به دنبال یافتن میانبرهای رقابتی باشند که زمان آن فرآیند را کاهش و توسعه‌یافتگی را سرعت دهد.<sup>۱</sup>

در واقع، حلقه مفقود شده یا میانبر رقابتی که پویایی ارتباط صنعت و دانشگاه را به وجود می‌آورد، صنعت مشاوره رقابتی است که در صورت ایجاد، رشد و توسعه کشور را نیز در پی خواهد داشت.

در کشورهای مختلف، تحقیق کمی در زمینه صنعت مشاوره و آثار بلند مدت و کوتاه مدت این صنعت صورت گرفته است.<sup>۲</sup> در آمد زیاد (بیش از یک صد و بیست میلیارد دلار) مؤسسات مشاوره‌ای در کشورهای پیشرفته، خود نشانه اهمیت این صنعت و تأثیر مثبت صنعت مذکور در کسب مزیت‌هاست. مؤسسات مشاوره مدیریت، در پیشرفت و توسعه هر کشور

نقش عمده ای دارند. با پیچیده تر شدن دنیای کسب و کار، چالشهای جدیدی برای کشورها به وجود می آید که سبب

اتکای بیشتر واحدهای کسب و کار و سایر مشتریان صنعت مشاوره، یعنی دولتها و صنایع، به مشاوران می شود.

نظریه ایجاد پویایی ارتباط صنعت و دانشگاه توسط صنعت مشاوره، به عنوان دیدگاهی نو، مطرح شده است.

پژوهش حاضر در پی پاسخ منطقی به سؤال زیر است:

" چرا در ایران، راهکار ارتباط صنعت و دانشگاه، دستیابی به توسعه، را امکان پذیر نساخته است؟ "

در پاسخ به سؤال فوق، فرضیه تحقیق مطرح شده که عبارت است از:

**فرضیه ۱) " وجود صنعت مشاوره (رقابتی)، بر توسعه موثر است. "**

برای سهولت آزمون آماری، این فرضیه به صورت زیر بیان می شود:

**بین وجود صنعت مشاوره (رقابتی) و توسعه، رابطه معنی داری برقرار است.**

هدف بنیادین تحقیق، عبارت است از:

**"تعیین و مشخص کردن نقش صنعت مشاوره در توسعه"**

## **روش تحقیق**

این تحقیق، از نظر دسته بندی تحقیقات بر حسب هدف، یک تحقیق بنیادی - کاربردی، محسوب شده و از نظر دسته بندی

تحقیقات بر حسب نحوه گردآوری داده ها، تحقیقی توصیفی - پیمایشی به شمار می رود. ابزارهای گردآوری اطلاعات،

مراجعه به اسناد و مدارک، پرسشنامه و مصاحبه است.

## **جامعه آماری تحقیق**

برای آزمون مدل ایده آل از اطلاعات ۱۲۷ کشور جهان شامل مشتریان بالقوه وبالفعل صنعت مشاوره استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن شده است. آزمون‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS، اجرا شده اند.

## نگاهی به صنعت مشاوره در قاره های مختلف<sup>۲</sup>

۱ - اروپا: انگلستان، آلمان و فرانسه به ترتیب رتبه های اول تا سوم صنعت مشاوره را در اروپا دارند. فاصله سهم بازار آلمان با انگلستان بسیار کم است.<sup>۴</sup> این صنعت، در سال‌های اخیر رشد ۲ رقمی داشته است. کشورهای فعال قاره اروپا که عضو سازمان بین المللی انجمن مشاوره‌اند، عبارتند از:

دانمارک؛ یونان؛ انگلستان؛ ایتالیا؛ لهستان؛ بلغارستان؛ آلمان؛ سوئیس؛ ایرلند؛ نروژ؛ اسپانیا؛ اتریش؛ فنلاند؛ سوئد؛ مجارستان؛ هلند؛ رومانی.<sup>۵</sup>

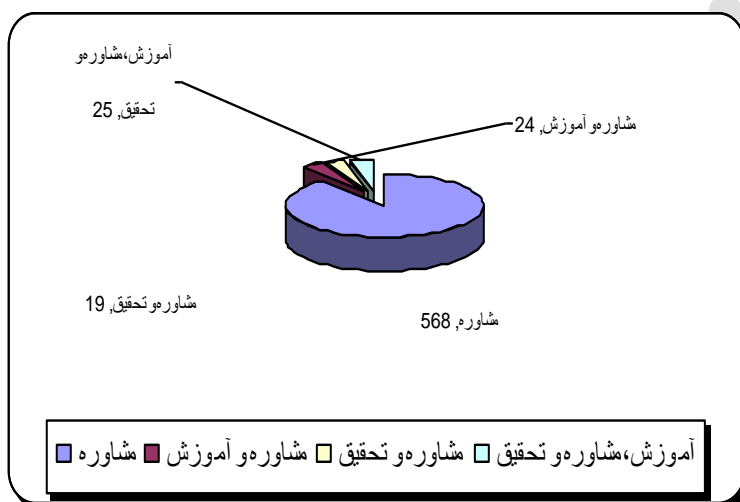
۲ - آسیا و اقیانوسیه: صنعت مشاوره هنگ کنگ تا سال ۲۰۰۶ شاهد رشد ۵ درصدی در اندازه بازار و میزان رشد خواهد بود.<sup>۶</sup> کشورهای فعال در صنعت مشاوره در آسیا و اقیانوسیه و عضو سازمان بین المللی انجمن مشاوران، عبارتند از: تایوان؛ اردن؛ ترکیه؛ استرالیا؛ چین؛ هند؛ سنگاپور؛ ژاپن؛ بنگلادش؛ هنگ کنگ؛ مالزی؛ نیوزیلند و کشورهای فعال تر در این زمینه عبارتند از: استرالیا؛ تایوان؛ اندونزی؛ نیوزیلند؛ چین؛ فیلیپین؛ ژاپن؛ سنگاپور؛ هند؛ کره جنوبی؛ مالزی؛ تایلند.<sup>۷</sup>

۳ - کشورهای فعال در قاره آمریکا و عضو سازمان بین المللی انجمن مشاوره عبارتند از: برزیل؛ ایالات متحده؛ کانادا؛ آرژانتین.<sup>۸</sup> ایالات متحده، به تنهایی ۵۰ درصد سهم بازار مشاوره را دارد و در میان کشورهای دیگر، انگلستان با ۱۱ درصد در مقام بعدی است.<sup>۹</sup> به گواهی آمار و اطلاعات نیز ایالات متحده به همراه انگلستان و آلمان سه کشور مهم و قدرتمند در صنعت مشاوره در جهان هستند و اصولاً کلیه روش‌ها و تکنیک‌های جدید مشاوره‌ای نیز بیشتر از این سه کشور به کشورهای دیگر راه می‌یابد.<sup>۱۰</sup>

۴ - کشورهای فعال در قاره آفریقا و عضو سازمان بین المللی انجمن مشاوره عبارتند از: آفریقای جنوبی و نیجریه.<sup>۱۱</sup>

## صنعت مشاوره در ایران

در زمینه صنعت مشاوره در ایران نیز، تحقیق و مستند علمی بسیار کمی وجود دارد. طرح پشتیبانی از توسعه مؤسسات عرضه کننده خدمات مدیریت سازمان مدیریت صنعتی، از معدود گزارش‌هایی است که در آن به مؤسسات مشاوره ای ایرانی نیز اشاره شده است<sup>۱۲</sup>. حدود ۸۹ درصد مؤسسات خدمات مدیریت، فقط در زمینه مشاوره فعال هستند.



### نمودار ۱- تعداد مؤسسات خدمات مشاوره مدیریت ایران در ۱۳۸۲

تجزیه و تحلیل صنعت مشاوره روشن می‌سازد که در اوضاع کنونی ایران، صنعت مذکور در جایگاه خود قرار نگرفته و نارسائی‌های فراوانی دارد. عملکرد غیر رقابتی، ضعف توان حرفه ای، تعداد کم مؤسسات مشاوره‌ای، درآمد کم، زمینه‌های تخصصی محدود، ظرفیت کم و بازار کوچک و رشد نیافته مشاوره، عقب ماندگی از تحول جهانی در صنعت مشاوره مدیریت، نیازهای ارضاء نشده کنونی بنگاه‌های صنعتی ایرانی، گرایش به منابع خارجی و امکان واگذاری بیشتر بازار به مؤسسات خارجی با پیوستن به سازمان تجارت جهانی از نارسائی‌های صنعت مشاوره ایران می‌باشند.

### پیشینه تحقیق

در دهه های اخیر اقتصاد صنعتی، فرآیند تغییر جهت از اقتصاد بر پایه منابع طبیعی به اقتصاد بر پایه دارائیهای فکری را گذرانده است<sup>۱۳/۱۴</sup>.

شواهد تحقیقی مؤید آن است که تجمع دانش به کسب مزیت رقابتی کمک می‌کند.<sup>۱۵</sup> با توجه به اینکه محقق، توسعه کشور را نوعی مزیت رقابتی قلمداد کرده است، به مرور تحقیقات مرتبط با صنعت مشاوره و مزیت رقابتی پرداخته می‌شود. در پژوهش‌های محققانی چون گرانت (Grant)<sup>۱۶</sup>، بوش (Bouch)<sup>۱۷/۱۸</sup>، دکتر علی رضائیان<sup>۱۹/۲۰</sup>، که از تحقیقات متکی بر دیدگاه دانش‌گرای شرکت هستند، دانش، عامل موفقیت خوانده شده است.

مریم علوی یکی از محققانی که در زمینه سیستم‌های مدیریت دانش به تحقیق پرداخته، بر این باور است که بر اساس نظریه دانش‌گرا، دانش دارایی سازمانی است که سازمان را در خلق مزیت رقابتی پایدار در محیط‌های با رقابت زیاد کمک می‌کند.<sup>۲۱</sup>

هیلارد (Hillard)، بر این باور است که دانش ضمنی، جزئی از قابلیت سازمانی است که به عنوان منبع مزیت رقابتی پایدار عمل می‌کند.<sup>۲۲</sup>

محققان مختلفی بر این باورند که مشاوران در خلق و تولید دانش نقش بسزایی دارند<sup>۲۳/۲۴/۲۵/۲۶</sup>.

یکی از پژوهش‌هایی که پیرامون صنعت مشاوره انجام شده، تحقیقی است که برای مشخص کردن تفاوت بین شرکت‌های مشاوره‌ای ملی و بین‌المللی صورت گرفته است. تحقیق مذکور، به نقش فرهنگ و سایر مسائل مرتبط با کشورها و محیط بین‌المللی می‌پردازد.<sup>۲۷</sup>

اجی پراکاش (Ajay Prakash) و آندریوسمویک (Andrew A. Samwick) به بررسی آثار مالی بلندمدت به کارگیری شرکت‌های مشاوره‌ای در یک دوره ۱۰ ساله پرداخته‌اند.<sup>۲۸</sup>

کرانسینی (Crucini) و کیپینگ (Kipping) در سال ۱۹۹۰ رشد صنعت مشاوره مدیریتی آمریکا را در اروپا بررسی کردند و نتیجه گرفتند که بعد از سال ۱۹۸۰، نفوذ شرکت‌های مشاوره‌ای آمریکایی در اروپا بیشتر شده است.<sup>۲۹</sup>

دکتر جمالی صنعت مشاوره را پلی رقابتی برای کاهش فاصله عقب‌افتادگی بنگاه‌ها و کشورهای در حال توسعه با کشورهای توسعه یافته می‌داند. وی مکان این پل را بین دو نهاد استراتژیک کشور یعنی صنعت و دانشگاه تعیین می‌کند.<sup>۳۰</sup>

دیدگاه‌های سازمان صنعتی و رویکرد متکی بر منابع که دو رویکرد اساسی حوزه استراتژی هستند، از زاویه ای متفاوت به منبع مزیت رقابتی نگریسته اند.<sup>۳۱</sup>

به نظر مایکل پورتر (Porter)، از نظریه پردازان بنام دیدگاه سازمان صنعتی، در استراتژی رقابت جهانی، تعامل موقعیت ملی هر کشور و مزیت رقابتی مهم است، در این تعامل موقعیت محیط ملی، در موفقیت بنگاه یا سازمان، نقش پیچیده‌ای ایفا می کند.<sup>۳۲</sup>

رویکرد مبتنی بر دانش نشأت گرفته از رویکرد مبتنی بر منابع است که قصد داشته است با متمایز کردن دانش از سایر منابع سازمان بر استراتژیک بودن آن تأکید نماید.<sup>۳۳</sup> براساس این رویکرد، مزیت سازمانی در بازار ناشی از قابلیت برتر آنها در خلق و انتقال دانش است.

## مدل مفهومی

مروری به روند توسعه کشور (چگونگی پیدایش موانع توسعه)

در این قسمت، با مروری بر وضع کشور در گذشته و حال، نمونه ای از مسائل و معضلات کشور بیان می شود.<sup>۳۴</sup>

تعمقی در تاریخچه صنعت ایران، روشن می سازد که صنعت ایران از ابتدا، فراز و نشیب زیادی را تجربه کرده است، اما اکثر تجربیات حاصل شده در جای دیگری استفاده نشده است.

بر اساس بررسی انجام شده، ۱۰۸ صنعت از ۱۲۹ صنعت فعال ایران، بیش از نصف ظرفیت خود را معطل

گذاشته اند.<sup>۳۵</sup>

- از ۱۳۳ فعالیت صنعتی شناخته شده در دنیا، تعداد ۱۲۹ فعالیت صنعتی در ایران وجود دارد، ولی از میان آنها، فقط ۸

فعالیت صنعتی کارآیی نسبتاً مناسبی دارند<sup>۳۶</sup>، پس، اکثر این صنایع غیر رقابتی و ناکارآمدند.

- شواهد، دلالت بر آن دارد که ما روی منحنی امکانات تولید نیستیم و حتی امکانات تولید کمتر شده است که این

معنی ضد توسعه ای دارد.



نبرد صنایع رقابتی، شکل نگرفتن آنها و پیدایش صنایع کمتر رقابتی، روشن می‌سازد که سرمایه گذاری‌ها در زمینه رقابتی تر شدن صنایع مفید نبوده است.<sup>۳۷</sup>

در آمارهای بین المللی و رتبه بندی ۲۰۰۵ شاخص‌های اقتصادی بانک جهانی، GDP ایران، رتبه سی‌ام را به خود اختصاص داده است<sup>۳۸</sup>؛ با وجود این، در گزارش‌های دیگر بانک جهانی آمده است که ایران در گروه کشورهای میانگین درآمدی کم قرار دارد<sup>۳۹</sup>.

واحد اطلاعات اقتصادی آمریکا، در گزارش خود، میزان تورم در ایران در سال ۲۰۰۵ را، معادل ۱۶ درصد اعلام کرده است. بر اساس این گزارش، ایران در میان ۱۶۰ کشور جهان، رتبه هشتم را از لحاظ میزان زیاد تورم دارد<sup>۴۰</sup>. سال‌هاست که شعار "ارتباط صنعت و دانشگاه" به عنوان یکی از راه‌های توسعه کشور ایران مطرح و گام‌های زیادی نیز در زمینه دستیابی به ارتباط صنعت و دانشگاه برداشته شده است. در زیر به بررسی این راهکار پرداخته می‌شود:

#### شعار ارتباط صنعت و دانشگاه

حامیان نظریه ارتباط صنعت و دانشگاه بر این باورند که بدون وجود رابطه و همکاری صنعت و دانشگاه، رشد و توسعه اقتصادی کشورها، غیرممکن و حداقل بسیار دشوار است. در کشورهای توسعه یافته، بین صنعت و دانشگاه، ارتباطی پویا و مستمر وجود دارد که از این طریق، هر دو نهاد به رشد و توسعه می‌رسند. در کشورهای در حال توسعه، این ارتباط به صورت پویا وجود ندارد<sup>۴۱</sup>.

برای دستیابی به نتایج مؤثر، ارتباط بین صنعت و دانشگاه باید ارتباطی پویا، نه اجباری باشد<sup>۴۲</sup>. چند سال پیش، در وزارت علوم، بخش ارتباط با صنعت به وجود آمد و نهاد صنعت هم دفتر ارتباط صنعت و دانشگاه را ایجاد کرد، اما پویا نبودن و اجباری بودن این روابط هیچ نتیجه مثبتی عاید کشور نکرد. برخی بر این عقیده اند که دانشگاه‌های علمی-کاربردی با حد واسط بودن میان نیروهای متخصص و ماهر، که حلقه واسط میان صنعت و علم<sup>۴۳</sup>، محسوب می‌شوند کارآمدی دارد، ولی شواهد نشان می‌دهد که این حلقه واسط علم و صنعت (دانشگاه‌های علمی-کاربردی)، نیز راهکار موفقیتی نبوده است<sup>۴۴</sup>.

بیشترین ارتباط صنایع با دانشگاه‌ها که شکل دائمی و منظم پیدا کرده، برنامه کارآموزی تابستانی دانشجویان در واحدهای صنعتی است. راه‌اندازی واحدهای تحقیق و توسعه در صنایع به‌منظور استفاده از همکاری دانشگاه و مراکز تحقیقاتی در صنعت، استفاده از توان اعضای هیئت علمی به‌صورت انفرادی و از طریق عقد قرارداد مستقیم، از جمله مواردی است که به صورت سراسری انجام شده و به‌رغم فعالیت‌های خوبی که صورت گرفته است، به‌علت نداشتن ساختار مناسب و قانونمند و به‌علت نبود همسویی و همفکری لازم در سطح مدیران این اقدامات نتوانسته است مشکل ارتباط صنعت و دانشگاه را حل کند.<sup>۴۵</sup>

آیا راهکار ارتباط صنعت و دانشگاه، علم و دانش مورد نیاز پیشرفت صنایع کشور را فراهم خواهد ساخت؟ آمارهای استخراج شده اخیر بانک جهانی در زمینه شاخص‌های علمی، مؤید بطنی بودن پیشرفت فرهنگی و علمی کشور است. ایران در بین ۱۲۸ کشور، از نظر شاخص اقتصادی دانش رتبه نود و ششم را کسب کرده است.<sup>۴۶</sup>

اعتبارات تحقیقاتی کشورهای پیشرفته، به‌طور مرتب، روندی افزایشی داشته است، به طریقی که هزینه سرانه تحقیقات در امریکا در سال ۱۹۷۹، از ۱۸۵ دلار به ۲۹۳ دلار در سال ۱۹۸۰ و به ۳۳۳ دلار در سال ۱۹۸۱ رسیده است.<sup>۴۷</sup> کره، تا سال ۱۹۸۴، ۱/۲ درصد از تولید ناخالص خود را صرف فعالیت‌های پژوهشی کرد که این میزان به میزان کشورهای غربی نزدیک است.<sup>۴۸</sup>

در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور، بودجه هنگفتی به پروژه‌های تحقیقاتی دانشگاه‌ها اختصاص یافته است. بنگاه‌های مختلف دولتی و خصوصی، از طرح‌های تحقیقی، رساله‌ها و پروژه‌های تحقیقی دانشگاه‌ها به گونه‌های مختلف حمایت کرده و طرح‌ها و رساله‌های دانشگاهی بسیاری به یافتن راه حل مسائل سازمانی اختصاص یافته‌اند، اما به جرأت می‌توان اذعان داشت که اکثر این پژوهش‌ها فقط، مستندی بر مدارک علمی افزوده و در کتابخانه‌های بنگاه‌ها و دانشگاه‌ها نقشی تزئینی داشته‌اند.

توضیحات قبل، حاکی از آن است که علی‌رغم سرمایه‌گذاری نسبتاً زیاد در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه، نتیجه

چشمگیری در توسعه کشور به وجود نیامده است. در زیر به قسمتی از دیدگاه دکتر جمالی، در این زمینه اشاره می‌شود:

"صنایع دائم در رقابت‌های شدید هستند و بقای آنها در گرو خلق مزیت‌های رقابتی به صورت دائم است. اما خلق این مزیت‌های رقابتی کمتر در دانشگاه انجام می‌شود و نه تنها بقای دانشگاه نیز به هیچ‌عنوان در گرو خلق این مزیت‌ها نیست بلکه نوآوری‌های آن نیز لزوماً برای رقابتی کردن صنایع ایجاد نمی‌شود. وظیفه دانشگاه با سواد کردن دانشجویانی است که اکثراً تجربه‌ای در مدیریت بنگاه‌های اقتصادی و خلق مزیت‌های رقابتی ندارند. تحقیقات دانشگاه نیز در راستای کشف ناشناخته‌هاست و لزوماً (و حداقل در کوتاه مدت) برای رقابتی شدن صنایع انجام نمی‌شود. بنابراین بی‌دلیل نیست که تمام کوشش‌ها برای نزدیک کردن صنعت و دانشگاه هیچ اثری بر رقابتی شدن هر یک نداشته است.

این در حالی است که بقای صنعت مشاوره در نوآوری و رقابتی کردن بنگاه‌ها، سازمان‌ها و کشورهاست که شامل رقابتی کردن دانشگاه هم می‌شود و در این رابطه دانشگاه و همچنین مدیران صنایع مختلف می‌توانند ورودی صنعت مشاوره را تشکیل دهند<sup>۴۹</sup>."

علت اصلی موانع ارتباط منطقی دانشگاه و صنعت، تفاوت ماهیت استراتژیک این دو نهاد است. یکی نهادی است

علمی (دانشگاه)، که ممکن است فقط نظریه ارائه کند و دیگری نهادی است اقتصادی (صنعت)، که برای پیشرفت و تاثیر در

توسعه یافتگی نیازمند دانش عملی است<sup>۵۰</sup>. کاربردی نبودن علوم دانشگاهی، بی‌تجربگی شناخت صنعت و لمس نکردن

محیط صنعت، از ضعف‌های دانشگاه‌هاست که سبب می‌شود ارتباط صنعت و دانشگاه منطقی نباشد. بودجه تحقیقات

دانشگاه‌ها، باید صرف تحقیقات کلان شود، نه اینکه پروژه‌های صنایع و بنگاه‌ها را دانشگاه‌ها اجرا کنند.

### همکاری‌های سه‌جانبه دولت، دانشگاه و صنعت

در همایش همکاری‌های سه‌جانبه دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی، نظریه ارتباط صنعت و دانشگاه بررسی شد. بنا

بر اکثر نظرهایی که در این همایش بیان شد، ارتباط منطقی بین سه نهاد دولت، دانشگاه و صنعت و استقرار و استمرار آن،

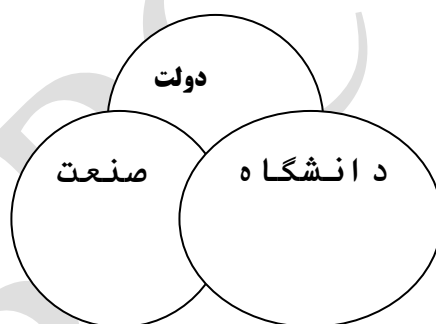
عامل توسعه کشور شناخته شد.

ضعیف بودن ارتباط صنعت و دانشگاه، نیازمند شکل‌گیری واسطه‌ای است که پویایی این ارتباط را فراهم سازد (مدل

مفهومی این پژوهش، صنعت مشاوره را، حلقه ارتباطی صنعت و دانشگاه معرفی می‌کند).

آیا دولت می تواند به عنوان حلقه واسط ارتباط صنعت و دانشگاه، عمل کند؟ یا دولت، باید زمینه شکل گیری چنین رابطه ای را فراهم سازد؟ این سزالات در قسمت مدل پاسخ داده خواهند شد.

برخی از اندیشمندان غربی نیز، راهکار ارتباط صنعت، دانشگاه و دولت (University - Industry - Government Relations) که به ماریچ سه بعدی (The Triple Helix) معروف است، را مطرح کرده اند<sup>۵۱/۵۲</sup>. در این راهکار، دولت از یک سودر نقش مشوق عمل می کند و از دیگر سو دانشگاهها را وادار می کند، عملکردی فراتر از گذشته (تحصیل و تحقیق) یعنی مشارکت مستقیم در ایجاد ثروت داشته باشند<sup>۵۳</sup>. در زمینه بنگاههای اقتصادی نیز، نقش دولت متفاوت شده است. نقش فعال دانشگاه کارآفرین (Entrepreneurial University)<sup>۵۴</sup> به کارگیری دانش و فزونی بخشیدن ورودی برای دانش نظری است. دولت مشوق همکاری تحقیق و توسعه بنگاهها و دانشگاهها در زمینه رقابت پذیری ملی است<sup>۵۵/۵۶</sup>.



نمودار ۲- ماریچ سه بعدی صنعت ، دانشگاه و دولت

آمریکا و سپس اروپا از ماریچ سه بعدی استفاده کرده اند<sup>۵۷/۵۸</sup>.

راهکار مذکور نمی تواند در مورد کشوری چون ایران، کارا باشد. در آمریکا و کشورهای اروپایی دولت مجری است<sup>۵۹</sup>. از دیگر سو صنعت مشاوره نیز مانند صنایع دیگر، در جایگاه خود قرار داشته و دولت توانسته است، استفاده لازم را از این صنعت کند. در چنین جوامعی صنایع رقابتی بوده و صنعت مشاوره نیز رقابتی است. ولی در جوامع در حال توسعه که صنایع غیر رقابتی هستند، و اصول رقابت به کار گرفته نمی شود باید به دنبال راهکارها یا میانبرهای رقابتی زیر بنایی بود و صنعت مشاوره یکی از این صنایع زیر بنایی است که توانایی سرعت بخشیدن به توسعه را دارد.

## نقش صنعت مشاوره رقابتی<sup>۳</sup> در پویایی ارتباط صنعت و دانشگاه

صنعت مشاوره از صنایع زیر بنایی است، که در توسعه یافتگی و پیشرفت صنایع کشور نقشی اساسی دارد. بنابراین، رقابتی بودن (یا رقابتی کردن) چنین صنعتی تاثیر زیادی در رقابتی تر کردن سایر صنایع دارد.<sup>۶۰</sup> در واقع، این صنعت را می توان صنعت زیر بنایی صنایع عمده و زیرساخت ها دانست.<sup>۶۱</sup> صنعت مشاوره با در نظر گرفتن هزینه سرمایه گذاری بسیار ناچیز، منافع کوتاه و بلندمدت بسیار کلان و سرعت زیاد دستیابی به بازدهی، اگر بهترین راهکار یا میانبر رقابتی کاستن فاصله با کشورهای توسعه یافته نباشد، یکی از بهترین راهکارها خواهد بود.<sup>۶۲</sup> دکتر جمالی در این زمینه می گوید:

" بهره گیری منطقی از این صنعت می تواند جایگزین زمان و هزینه طی شدن مراحل باشد که کشورهای توسعه یافته پیموده اند. به بیان دیگر بهره گیری منطقی از منبعی مانند صنعت مشاوره که شامل دانش، تخصص و تجارب ممالک پیشرفته و سایر کشورهاست میانبر رقابتی موثری است که باعث دستیابی به توسعه و کسب مزیت خواهد شد.<sup>۶۳</sup>"

صنعت مشاوره، مجموعه ای از تجربیات و دانش است. توماس جفرسن، رئیس جمهور آمریکا، سال ها قبل در باره بهره گیری از دانش خارجی که می توان مجموعه انبوهی از آن را در صنعت مشاوره مشاهده کرد، گفته است:

" در کشور نو پایی چون آمریکا، برای پیشرفت باید به علوم سایر کشورها که سابقه و قدمت بیشتری دارند، وسایل بهتری را مالکند و پیشرفته ترند، تکیه نمود"<sup>۶۴</sup>.

امتناع از دانش خارجی، تسلیم در مقابل ظلمتی طولانی است.<sup>۶۵</sup>

اگر عامل یادگیری و علم در توسعه یافتگی موثر باشد، جهان سوم باید در پی مشاوره باشد. واکنش ژاپنی ها در مقابل غرب، تلاش در یادگیری رموز کار غربیان و فراگیری عوامل برتری آنها به رغم اشغال کشورشان به دست آمریکایی ها

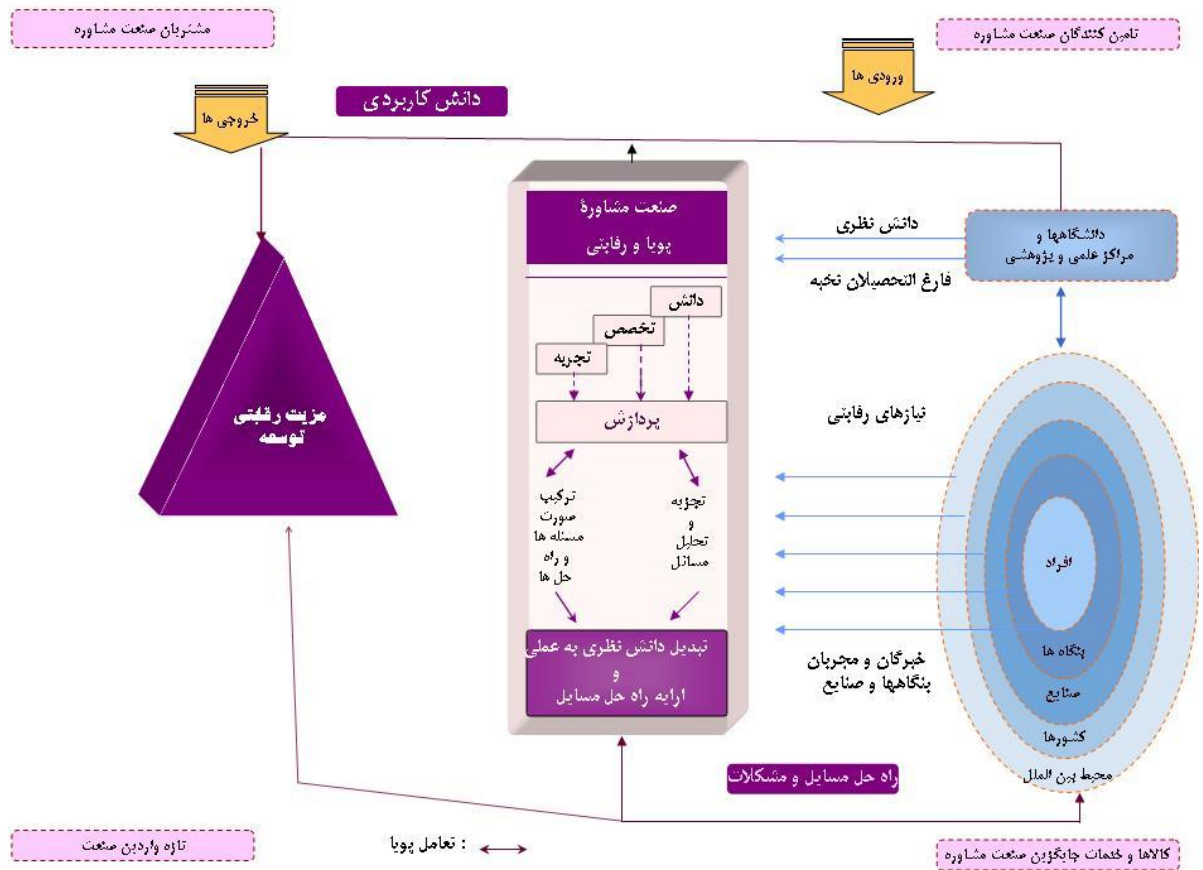
بود.<sup>۶۶</sup>

---

<sup>۳</sup>صنعت مشاوره رقابتی: صنعت مشاوره ای که بر اساس قواعد رقابتی عمل کرده و با این عملکرد در پویایی تعامل صنعت و دانشگاه، مؤثر است.

## تشریح مدل مفهومی (صنعت مشاوره پویا و رقابتی، میانبر رقابتی توسعه)

مدل مفهومی پژوهش در نمودار شماره دو نمایش داده شده است، همانطور که در نمودار مشاهده می شود، صنعت مشاوره رقابتی به عنوان میانبر رقابتی بین صنعت و دانشگاه عمل کرده و بر سرعت توسعه یافتگی می افزاید.



### نمودار ۲، مدل مفهومی صنعت مشاوره پویا و رقابتی (میانبر رقابتی توسعه)

در این بخش، با نگاهی سیستمی به مدل مفهومی و فرض اینکه صنعت مشاوره بخش فرآیند (این سیستم) را تشکیل می دهد، به تشریح مدل می پردازیم و ورودی ها، فرآیند و سپس خروجی های مدل توضیح داده می شوند.

### ورودی های صنعت مشاوره

محیط پیچیده و پرتلاطم بازارهای جهانی، نیاز استفاده از مشاوران را برای حل مسائلی که اکثر آنان بر اثر تعاملات سازمانی با محیط به وجود آمده اند، ضروری می سازد. چنین مسائلی، ناشی از نیازهای رقابتی مشتریان سطوح مختلف است.

داده ها و اطلاعات علمی دانشگاه ها و مراکز علمی - پژوهشی، از دیگر ورودی های مؤسسات مشاوره ای است.

دانشگاه ها در واقع، از تامین کنندگان صنعت مشاوره به حساب می آیند که با فراهم ساختن دانش، صنعت مشاوره را در

شناخت بهتر علل مسائل سازمانی، تجزیه و تحلیل بهینه تر و همچنین یافتن راهکار مناسب حل مسائل، کمک می کنند.

دانشگاه ها، ورودی دیگری به صنعت مشاوره ارائه می کنند که دانشجویان نخبه فارغ التحصیل رشته های مختلف، به

ویژه رشته های مدیریت بازرگانی و کسب و کار است.

افراد مجرب صنایع و بنگاه ها از دیگر ورودی های صنعت مشاوره اند.

### **صنعت مشاوره (به عنوان فرآیند)**

نیازهای رقابتی، که ورودی های صنعت مشاوره اند پس از بررسی، پردازش و تجزیه و تحلیل تبدیل به ستادهای به نام

موفقیت می شوند. دانش، تخصص و تجربه تجزیه و تحلیل و حل مسائل مشاوران، امکان تبدیل دانش نظری (خروجی

دانشگاه ها و مراکز علمی) به دانش کاربردی را فراهم می سازد. مشاوران سازمانی، می توانند به عنوان نظریه دهندگانی عمل

کنند که صنعت و دانشگاه را تجربه کرده اند. صنعت مشاوره پویا و رقابتی، نقش مهمی در تبدیل علوم نظری ستاده

دانشگاه ها به علوم کاربردی مورد استفاده بنگاه های اقتصادی فعال در صنایع، ایفا می کند. شرکت های مشاوره ای منابعی را

که به راحتی در اختیار مشتریان قرار نمی گیرد، برای آنان فراهم می سازد.

### **خروجی های صنعت مشاوره (دانش کاربردی، منبع مزیت)**

تخصص به صورت دانش، تجربه، زمان، مهارت های خاص یا خلاقیت، از منابعی است که مشاوران برای صنایع و بنگاه های

فعال در صنایع فراهم می کنند. صنعت مشاوره در حداکثر کردن دانش بنگاهها نقش عمده ای ایفا می کند و عمده ترین

خدمت مؤسسات مشاوره ای، خلق و ارائه دانش صریح، ضمنی و کاربردی به مشتریان است. محصول صنعت مشاوره

نوآوری هایی است که حاصل تجربیات فعالیت های مختلف بنگاه ها و کشورها است.

صرف هزینه برای رقابتی کردن صنعت مشاوره، در موفقیت کشور تاثیر به سزائی دارد. از آنجائیکه بقای صنعت مشاوره در ارائه خدماتی است که باعث رقابتی شدن خریداران خود می شود بنابراین رقابتی شدن هر خریدار فشاری به رقباى آن وارد می سازد تا آنها نیز رقابتی تر شوند. در فرآیند چنین تعاملی هم خریداران صنعت مشاوره و هم خود این صنعت دائما به صورت پویا رقابتی می شوند.<sup>۶۷</sup>

نتیجه استفاده نکردن از مشاور خوب، ایجاد موانع توسعه است. صنعت مشاوره، در کاستن شکاف توسعه، عامل مزیت زای بین المللی و کشوری است. دولت های کشورهای پیشرفته در برنامه های کلان خود از مشاوران متخصص و با تجربه بهره می برند.

## آزمون فرضیه ومدل و یافته ها

برای آزمون فرضیه و مدل پژوهش از آزمون همبستگی استفاده شده است. نتیجه این آزمون در جدول شماره ۱، آمده است.

فرضیه) بین وجود صنعت مشاوره رقابتی و توسعه کشور، رابطه معنی داری برقرار است..

جدول شماره ۱- آزمون همبستگی اسپیرمن

عنوان متغیر	مشخصه آماری	مؤسسات مشاوره ای	تولید ناخالص ملی
مؤسسات مشاوره ای	۱	۱.۰۰۰	.248(**)
تولید ناخالص ملی <sup>۶۸</sup>	۱	.248(**)	۱.۰۰۰

(\*\*) بیانگر ارتباط همبستگی معنی دار

فرضیه های آماری آزمون همبستگی به صورت زیر بیان می شوند:

:: بین صنعت مشاوره رقابتی و توسعه کشور، همبستگی وجود ندارد. H0

: بین صنعت مشاوره رقابتی و توسعه کشور، همبستگی وجود دارد. H1



همان‌طور که در جدول ۱، مشاهده می‌شود، فرضیه یک با سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید و فرضیه صفر با سطح

خطای ۵ درصد رد می‌شود. به عبارت دیگر، ضریب همبستگی ۰/۲۴۸ نشان می‌دهد بین تعداد مؤسسات مشاوره‌ای موفق و تولید ناخالص ملی، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مدل مفهومی ایده آل پژوهش نیز، با مراجعه به اطلاعات کشورهای توسعه‌یافته، تأیید شده است.

## پیشنهادها

### الف- پیشنهادهای اجرایی تحقیق

پیشنهادهای اجرایی برای دو گروه دولت و صنعت مشاوره، ارائه می‌شود:

#### پیشنادهایی برای دولت

۱- قرار گرفتن صنعت مشاوره مدیریت در جایگاه مناسب (بین صنعت و دانشگاه)؛ چنانچه نتایج آزمون فرضیه بنیادین تحقیق، نشان داد، صنعت مشاوره، میانبر رقابتی است که در صورت قرار گرفتن در جایگاه مناسب، مزیت‌های فراوانی به وجود خواهد آورد.

۲- ایجاد بنیاد مشاوره مدیریت و استفاده از مشاوران با تجربه و خبره در شکل‌گیری و تعیین استراتژی آن؛

۳- استفاده بخش دولتی از مشاوران مدیریت؛

۴- حمایت دولت از صنعت مشاوره<sup>۶۹</sup>؛

۵- فرهنگ‌سازی: نقش مشاوران مدیریت در اصلاح فرهنگ سازمانی، رفتار مدیران و فرهنگ جامعه در آن افزایش یابد.<sup>۷۰</sup>

#### پیشنادهایی برای دست‌اندرکاران صنعت مشاوره

۱- اتخاذ استراتژی مناسب: شواهد علمی و عینی نشان می‌دهد، صنعت مشاوره‌ای که خود باید برای سایر صنایع استراتژی تعیین کند، بدون استراتژی است.

۲- رقابتی کردن صنعت مشاوره؛

۳- شناساندن و معرفی صنعت مشاوره به مشتریان؛

۴- ارتباط پویای مؤسسات مشاوره ای داخلی و خارجی؛

۵- جذب و نگهداری نخبگان دانشگاه ها؛

۶- ارتباط پویا با صنعت و دانشگاه؛

۷- برگزاری دوره ها و سمینارهای آموزشی؛

۸- تعیین چارچوب مشخص و تعریف روشن قوانین مرتبط با صنعت مشاوره؛

۹- افزایش کمی مؤسسات مشاوره ای.

**ب- پیشنهادهایی برای محققان آینده**

- بررسی نقش دانشگاه در صنعت مشاوره؛

- مؤسسات دانش محور و مؤسسات مشاوره ای؛

- عوامل موفقیت صنعت مشاوره؛

- پیامدهای به کارگیری صنعت مشاوره؛

- تعامل صنعت و مشاوره.

## منابع

<sup>۱</sup> دکتر مجید جمالی، ۱۳۸۵.

<sup>۲</sup> Kipping, M. (1996) "The US influence on the evolution of management consultancies in Britain, France and Germany since 1954" Business and Economic.

<sup>۳</sup> KENNEDY INFORMATION" (2003)

<sup>۴</sup> www.feaco.org (2003)

<sup>۵</sup> Ibid

<sup>۶</sup> KENNEDY INFORMATION" (2003)

<sup>۷</sup> Ibid

<sup>۸</sup> Staffan Canback (1998) "Why Do Transaction Cost Theory and Consultants Exist, Consulting Journal of Consulting Management, Vol 10. Page 3-11 .

<sup>9</sup> Ibid

<sup>10</sup> Ibid

<sup>11</sup> Ibid

<sup>۱۲</sup> همان منبع

<sup>13</sup> Maryam Alavi(2000)"Managing Organization Knowledge".Cinivinati,OH:Pinnaflex Educational Resources

<sup>14</sup>Drucker,Peter(1995)"ThePost-Capitalist Society",Oxford : Butterworth-Heineman,p:12

<sup>15</sup> Frans A. J.Van Den Bosch,Marc G.BAA/Jand Henk W.Volberada{2005)"How Knowledge Accumulation Changed the Competitive Advantage of Strategy Consulting Firms"ERIM,PP1-18

<sup>16</sup> Grant,R.M(1996)"Toward a Knowledge – Based Theory of the firm",Strategic Management Jornal,Winter Special Issue PP109-122

<sup>17</sup>Van den Bouch.F.A.J.,Volberda,M.de Boer(1999),"Co-evolution of Firm Absortive Capacity and Knowledge Environment":Organization and Combinative Capabilities, Organization Science,vol.10,5,p. 551-568.

<sup>18</sup> Van den Bouch.F.A.J.,Volberda,M.de Boer(2003),"Management Consulting:Emergence and Dynamic of Knowledge industry", Administrative Science Quarterly.48(4),vol.10,695-699.

<sup>19</sup> Sherry L.Buschmann(2001)"knowledge Management:Obstacles and Opportunities-What Can NASA Learn from the Consulting Industry?"Sloan School of Management

<sup>۲۰</sup> رضائیان، علی (۱۳۸۱) " نقش مدیر عالی دانش در مدیریت دانش "پیام مدیریت ، شماره ۳ و ۴ ، صص۱۶-۴۰.

<sup>21</sup> Alavi, Maryam (1999)"Knowledge Management Systems:Issues, Challenges, and Benefits".Robert H.Smith Scool of Business ,Volume 1P2

<sup>22</sup> Hilliard, R. (2004), "Tacit Knowledge and Dynamic Capability: The Importance of Penrose Image", Paper to be presented at the DRUID, 1 May.

<sup>23</sup> Knights, D. and Morgan, G. (1991), "Corporate strategy, organizations and the subject- acritique". Organization Studies, 12(2): 251-73

<sup>۲۴</sup> علی رضائیان (۱۳۸۲) " چرخه حیات دانش "پیام مدیریت ، شماره ۷ و ۸ ، صص۴-۲۷-

<sup>۲۵</sup> Furusten, S. (1995). "The Managerial Discourse: A study of the Creation and Diffusion of popular Management knowledge (Diss.)". Uppsala University: Department of business studies.

<sup>26</sup> Betsy J. Blunsdon(2002)"Beneath fashion:Why is there a market for management consulting services?"Professional Service Firms Workshop,University of Alberta.

<sup>27</sup>Jonas Bäcklund & Andreas Wer(2001) ,"The construction of global management consulting"-a study of consultancies' web presentations",Department of Business Studies, Uppsala University Business Administration No :3February

<sup>28</sup> Ajay Prakash,Andrew A.Samwick,(2003),"The Announcement and Long –Term Effects of Hiring aManagement Consulting Firm",Dartmouth College.

<sup>29</sup> Crucini,C. And Kipping,M.(2001)"Management consultancies as global change agents? Evidence from Italy."Journal of Organizational Change Management Vol14(6)

دکتر جمالی <sup>۳۰</sup>

<sup>31</sup>Arnoldo C.Hax and Dean L.Wilde,(2002),"The Delta Model-Toward a Unified Frammework of Strategy,MIT Sloan Scool of Management

<sup>32</sup> Porter, M. (1986), Competition in Global Industries, Boston: Harvard Business School Press

<sup>33</sup>Grant,R.M(1996)"Toward a Knowledge – Based Theory of the firm,Strategic Management Jornal,Winter Special Issue PP109-122

<sup>۳۴</sup> اقتصاد ایران ۱۳۷۹. تاریخچه صنعت ایران. شماره ۱۷. سال دوم. ص ۱۲-۱۸.

<sup>۳۵</sup> همان منبع.

<sup>۳۶</sup> همان منبع.

<sup>۳۷</sup> خلاصه تحولات اقتصادی کشور ۱۳۸۳، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ص ۷.

<sup>38</sup> The World Bank Group,2006

<sup>39</sup><http://devdata.worldbankorg/wdi2006.contents/coverhtm/Sun>

2006/07/06.10:41 am)

<sup>۴۰</sup> اقتصاد ایران ۱۳۸۵. چشم انداز اقتصاد ایران. اردیبهشت ۸۵. شماره ۸۷. سال هشتم

<sup>۴۱</sup> محمدرضا شجائی، (۱۳۸۴)، "سازوکار تعامل دانشگاه و صنعت"، روزنامه ایران ۲۱-۲۲ آبان

<sup>۴۲</sup> همان منبع

<sup>۴۳</sup> امیری، حسین، (۱۳۸۵) نظام علمی-کاربردی حلقه مفقوده صنعت و دانشگاه، مجله جامع، صص ۴-۵

<sup>۴۴</sup> همان منبع

<sup>۴۵</sup> محمود مصطفوی دومین کنگره بین‌المللی و پنجمین کنگره سراسری همکاری‌های سه‌جانبه دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی،

<sup>46</sup> The World Bank Group, 2006

<sup>۴۷</sup> طبیبی، سید جمال الدین، نقش دانشگاه و پژوهش در توسعه ملی. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. شماره ۳ و ۴. سال ۷۳.

<sup>۴۸</sup> مدنی، امیر باقر. استراتژی توسعه اقتصادی. مقایسه روش‌های توسعه ایران با کره جنوبی. تهران انتشارات آذر. ۱۳۶۷ (ص ۹۷)

<sup>۴۹</sup> دکتر جمالی، ۱۳۸۵

<sup>۵۰</sup> محمود مصطفوی دومین کنگره بین‌المللی و پنجمین کنگره سراسری همکاری‌های سه‌جانبه دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی،

<sup>51</sup> Etzkowitz, Henry and Loet Leydesdorff, 2006. "The Triple Helix: University - Industry - Government Relations". <http://www.TheTripleHelixUniversity-Industry-GovernmentRelations.htm>. 20/12/2006 .

<sup>52</sup> Etzkowitz, Henry & Loet Leydesdorff (1995). "The Triple Helix of University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development," *EASST Review* 14, no. 1, pp. 11-19. <http://www.ReportoftheConferenceinAmsterdam,3-6January1996.htm> .

<sup>53</sup> Etzkowitz, Henry and Loet Leydesdorff, 2006. "The Triple Helix: University - Industry - Government Relations". <http://www.TheTripleHelixUniversity-Industry-GovernmentRelations.htm>. 20/12/2006

<sup>54</sup> Etzkowitz, Henry. Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations *Social Science Information*, Vol. 42, No. 3, 293-337 (2003)

DOI:10.1177/05390184030423002 © 2003 Maison des Sciences de l'Homme , SAGE Publications.

---

Innovation in Innovation The Triple Helix of University-Industry-Government Relations --

Etzkowitz.htm.20/12/2006

<sup>55</sup> Wessner, Charles ed. 1999. The Advanced Technology Program: Challenges and Opportunities. (Washington D.C. National Academy Press) .

<sup>56</sup> Etzkowitz, Henry Working paper 2002·11." The Triple Helix: University - Industry - Government" Implications for Policy and Evaluation . Institutet för studier av utbildning och forskning .

[www.sister.nu](http://www.sister.nu) .

<sup>57</sup> Etzkowitz, Henry Working paper 2002·11." The Triple Helix: University - Industry - Government" Implications for Policy and Evaluation . Institutet för studier av utbildning och forskning .

[www.sister.nu](http://www.sister.nu) .

<sup>58</sup> **Viale, Riccardo, and Sergio Campodall'Orto. 2000. "Neocorporations or Evolutionary Triple Helix? Suggestions Coming from European Regions." Presented at the Third Triple Helix Conference, Rio de Janeiro**

<sup>59</sup> دکتر جمالی (۱۳۸۵)

<sup>60</sup> دکتر جمالی، ۱۳۸۵

<sup>61</sup> همان منبع

<sup>62</sup> همان منبع

<sup>63</sup> همان منبع

<sup>64</sup> همان منبع

<sup>65</sup> همان منبع

<sup>66</sup> دیوید کوشمن کویل توسعه ملی ونحوه عمل آن. ترجمه

منوچهر شجاعی. تهران انتشارات دانشگاه

تهران. ۱۳۵۶. ص. ۱۰

<sup>67</sup> دکتر جمالی، ۱۳۸۵

<sup>68</sup>List of countries by GDP (PPP) per capita - Wikipedia, the free encyclopedia

<sup>69</sup> آذر هوش فریدون (۱۳۸۴) حمایت دولت از ظرفیت سازی

در صنعت مشاوره مدیریت، نخستین همایش مشاوران

مدیریت و توسعه ملی گزارش از: محمد آزادی

---

۷۰ بنی اسدی، محمد حسین (۱۳۸۴) حمایت دولت از ظرفیت  
سازی در صنعت مشاوره مدیریت

FEBBPCO.ir