موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

سند تحول
موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

سند تحول موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، به عنوان یک سند راهبردی کلیدی، نقش حیاتی در بازسازی و تقویت جایگاه این موسسه به عنوان مرجع ملی سیاست‌پژوهی در حوزه صنعت، معدن و تجارت ایران ایفا می‌کند. این سند با شناسایی چالش‌های فعلی مانند کاهش سرمایه انسانی، کمبود زیرساخت‌های فناورانه و ضعف در شبکه‌سازی، زمینه‌ای برای گذار از رویکرد سنتی تولید پژوهش به مدل مساله‌محور و اثرگذار فراهم آورده، اهمیت آن در این است که با تمرکز بر نیازهای واقعی سیاست‌گذاران، موسسه را به ابزاری عملی برای تصمیم‌سازی در نظام حکمرانی تبدیل می‌کند.

مهمترین محورهای این سند شامل چشم‌انداز موسسه به عنوان مرجع ملی سیاست‌پژوهی، بیانیه مأموریت برای انجام پژوهش‌های کاربردی و آینده‌نگر، و اصول حاکم مانند مرجعیت علمی، نوآوری و جهت‌گیری مساله‌محور است. سند بر اصول ارزشی مانند صیانت از مالکیت معنوی و یادگیری مستمر تأکید دارد تا پژوهش‌ها نه تنها اصیل باشند، بلکه در حل چالش‌های حوزه وزارت صنعت، معدن و تجارت نقشی عملی و مؤثر بازی کنند. این محورها پایه‌ای برای تغییر پارادایم از تولید پژوهش صرف به سیاست‌پژوهی اثرگذار فراهم می‌کنند، که در آن تمرکز بر اولویت‌های ملی و ارائه راهکارهای اجرایی برای مدیران ارشد است.

سند تحولی که به تازگی در موسسه به تصویب رسیده، مسائل اصلی موسسه در وضعیت فعلی را مانند موانع قانونی برای جذب نیروی جوان، کمبود زیرساخت‌های داده‌محور و ضعف در ارتباطات پژوهشی مورد اشاره قرار داده و اهداف کلان را بر ارتقای مرجعیت نهادی، افزایش اثرگذاری در تصمیم‌سازی، توسعه شبکه ارتباطی، تبدیل به مرکز داده پیشرفته و چابکی ساختار داخلی متمرکز می‌سازد، برای تدوین راهبردهای بهینه نقاط قوت (مانند جایگاه حقوقی و شبکه ارتباطی با وزارت صنعت، معدن و تجارت)، نقاط فرصت (مانند حمایت دولت از سیاست‌گذاری شفاف) و نقاط تهدید (مانند رقابت مراکز جدید) را شناسایی کرده است.

راهبردهای سند شامل تقویت سرمایه انسانی، استانداردسازی خروجی‌ها، توسعه ارتباطات، بهره‌گیری از هوش مصنوعی و بازطراحی ساختار است، که با برنامه‌های اجرایی مانند تدوین نقشه راه زنجیره‌های ارزش، راه‌اندازی رصدخانه روندهای تجاری-صنعتی و داشبوردهای تحلیلی پشتیبانی می‌شود. این برنامه‌ها در سه فاز بازآفرینی نقش سیاستی، نهادسازی و مرجعیت ملی اجرا می‌شوند و دستاوردهای مورد انتظار تا پایان سال سوم شامل چابک‌سازی سازمانی، افزایش سهم در تصمیمات کلان، راه‌اندازی نظام ارزیابی اثر سیاستی و افزایش اعتبار رسانه‌ای است. پیام کلیدی سند، سنجش موفقیت بر اساس اثر ملموس سیاستی به جای کمیت مقالات است. آنچه در ادامه می‌آید خلاصه مدیریتی این سند است.

چکیده مدیریتی سند تحول موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

۱. چشم‌انداز

مرجع ملی سیاست‌پژوهی حوزه صنعت، معدن و تجارت در نظام حکمرانی ایران

۲. بیانیه مأموریت

انجام مطالعات و پژوهش‌های کاربردی و آینده نگر، شناسایی مسایل و ارائه راه حل‌های عملی و موثر برای چالش‌های حوزه صنعت، معدن و تجارت و توسعه ظرفیت پژوهشی کشور

۳. اصول و ارزش‌های حاکم

مرجعیت، اصالت و اتقان علمی همراه با صیانت نظام‌مند از مالکیت فکری و حفظ کرامت انسانی، نوآوری و چابکی، جهت‌گیری کاربردی و مسئله‌محور در پژوهش‌ها و یادگیری مستمر.

۴. مسئله اصلی مؤسسه در وضعیت فعلی

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، به عنوان بازوی فکری، علمی و دانشی وزارت صنعت، معدن وتجارت در کنار سابقه اثربخش در تولید دانش سیاستی و دارای جایگاه مناسب بین موسسات سیاست پژوهی کشور، با موضوعات زیر مواجه است:

- کاهش سرمایه انسانی و موانع قانونی و مالی برای جایگزینی سرمایه انسانی جوان کارآمد
- کمبود شدید نیروی انسانی موردنیاز در حوزه صنعت و به‌ویژه معدن
- فاصله با مدل‌های اقدام سریع و داده‌محور، کمبود زیرساخت فناورانه و داشبوردهای تحلیلی
- کاهش سهم مؤسسه در تصمیم‌سازی‌های ملی در صورت عدم مستندسازی نظام‌مند اثر سیاستی خروجی‌ها
- تغییر سریع محیط سیاست‌گذاری، افزایش انتظارات دولت و ضعف در دیده‌شدن نقش کلیدی مؤسسه
- ضعف در شبکه‌سازی و ارتباطات موثر و نظام مند پژوهشی داخلی و بین‌المللی
- ناهماهنگی مأموریت سیاست‌پژوهی با شاخص‌ها و نظام ارزیابی دانشگاه‌محور وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

۵. تغییر پارادایم: از «تولید پژوهش صرف» به «پژوهش مسأله‌محور و اثرگذار»

- گذار از نگاه تولید و انتشار پژوهش به سیاست‌پژوهی مسئله‌محور، اثرگذار و تبدیل به نهاد تصمیم‌سازی دولت و سایر بخش‌های مرتبط
- تمرکز بر اولویت‌های اساسی کشور و ارایه راهکارهای اجرایی اثربخش برای مدیران ارشد وزارت صمت، بخش خصوصی و سایر نهادهای کلیدی
- سنجش کارایی براساس اثربخشی و میزان نفوذ سیاستی مشاهده‌پذیر

۶. اهدف کلان

- ارتقای مرجعیت نهادی
- افزایش اثرگذاری در چرخه تصمیم‌سازی
- توسعه شبکه ارتباطی مؤسسه با وزارت صمت، نهادهای تصمیم ساز و موسسات داخلی و بین‌المللی
- تبدیل موسسه به مرکز داده و تحلیل پیشرفته
- چابکی و بهره وری ساختار داخل

۷. راهبردها

- تقویت سرمایه انسانی، انتقال تجربه و پایداری دانش
- استانداردسازی خروجی‌های موسسه متناسب با نیاز ذینفعان
- توسعه ارتباطات راهبردی و توسعه خدمات بیرونی
- توسعه هوش مصنوعی، زیرساخت فنآوری اطلاعات، رصدخانه و داشبوردهای تحلیلی
- بازطراحی ساختار موسسه متناسب با شرایط تحولات روز

۸. محور مسایل تحول SWOT

ردیف	نقاط قوت (S)	فرصت‌ها (O)	نقاط ضعف (W)	تهدیدها (T)	محور مسأله تحول
۱	جایگاه حقوقی مؤسسه، شبکه ارتباطی با وزارت	حمایت دولت از نظام شفاف سیاست‌گذاری	ضعف برند در اکوسیستم سیاستی	رقابت مراکز سیاستی جدید	تثبیت جایگاه و مرجعیت نهادی
۲	مرجعیت در حوزه سیاست صنعتی، سیاست تجاری، آمایش، نظام توزیع	گرایش دولت به تصمیم‌سازی تحلیلی	نداشتن فرآیند استاندارد ورود به تصمیم	بی‌ثباتی مسیر سیاست‌گذاری	اثرگذاری در چرخه تصمیم‌سازی
۳	سابقه همکاری با بخش دولتی	امکان جذب مشتری جدید، توسعه صادرات دانش	اتکای بیش از حد به مشتری اصلی	ورود بازیگران خصوصی	توسعه خدمات و شرکای بیرونی
۴	منابع انسانی نخبه، دسترسی به آرشیو	فرصت جذب استعدادهای جدید	فرسایش انگیزشی و مهاجرت پژوهشگران	کمبود منابع و افزایش مهاجرت	سرمایه انسانی و پایداری دانشی
۵	تجارب گذشته، آرشیو دانشی	نیاز فوری سیاست‌گذار به تحلیل سریع	فرآیند سنتی، ضعف ابزار داده‌محور	تحول فناوری، عقب‌ماندگی ابزارها	گذار به سیاست پژوهی داده محور و فناورانه

۹. برنامه‌های اجرایی

فاز	اقدام اجرایی مشخص	برخی مصادیق موارد ستاره دار
فاز اول: بازآفرینی نقش سیاستی (از طریق اتصال رسمی به تصمیم وزارت و توسعه زیرساخت‌ها)	▪ تعریف «**پروژه سیاستی وزارت‌محور کلان**»* ▪ توسعه پایگاه داده‌های آماری ▪ راه اندازی آزمایشگاه سیاستی ▪ توسعه ابزار هوش مصنوعی ▪ اصلاح نظام ارزیابی عملکرد (برمبنای خروجی سیاستی)	۱. تدوین نقشه راه ارتقای زنجیره‌های ارزش کشور (با تاکید بر آمایش صمت)؛ ۲. بازطراحی نظام تعرفه‌ای واردات در راستای حمایت هدفمند از تولید داخلی؛ ۳. طراحی بسته سیاستی مدیریت ناترازی انرژی در صنایع کشور با تمرکز ۴. تحلیل رقابت پذیری و پایش مستمر وضعیت صنایع کلیدی در برابر رقبا ۵. تاثیرپذیری بخش صمت از سیاست‌های کلان اقتصادی

فاز	اقدام اجرایی مشخص	برخی مصادیق موارد ستاره دار
فاز دوم: نهادسازی و ابزارسازی (از طریق تبدیل گزارش به ابزار سیاست)	▪ استقرار بسته‌های تصمیم یار (استانداردسازی قالب‌های (Policy Brief، Scenario Note، Decision memo ▪ طراحی حداقل سه **ابزار سیاستی***	ابزارهای سیاستی: ۱. تعرفه؛ ۲. مالیات؛ ۳. نرخ ارز و ۴. تسهیلات
فاز سوم: مرجعیت ملی (از طریق پیش دستی سیاستی)	▪ راه‌اندازی **رصدخانه روندهای تجاری-صنعتی** (ایجاد هسته داده و تحلیل سیاستی)* ▪ توسعه **داشبوردهای تحلیلی** برای پشتیبانی تصمیم مدیران ارشد* ▪ انتشار سالانه ۱-۲ **گزارش پرچم‌دار ملی*** (Flagship Report) ▪ استقرار نظام **هشدار سیاستی** (Early Warning)*	▪ ***رصدخانه روندهای تجاری-صنعتی** (پایش مستمر شاخص‌های تجارت و صنعت؛ تحلیل روندهای جهانی و منطقه‌ای؛ آینده‌نگاری و سناریوسازی صنعتی-تجاری؛ ارزیابی اثر سیاست‌ها و مقررات؛ سیستم هشدار زودهنگام؛ انتقال سریع دانش به سیاست‌گذار) ▪ ***داشبوردهای تحلیلی** (۱-ریسک‌های سیاستی کلان: کدام ریسک اقتصادی-صنعتی نیاز به مداخله دارد؟ / ۲- رقابت‌پذیری و بهره‌وری صنعتی: چرا بنگاه‌ها یا صنایع در حال از دست دادن رقابت‌پذیری‌اند؟ / ۳- تجارت خارجی و بازارهای هدف: کدام بازار صادراتی در معرض ریسک یا فرصت فوری است؟ / ۴- ناترازی نهاده‌های کلیدی تولید: کدام نهاده می‌تواند تولید را در ۳-۶ ماه آینده مختل کند؟) ▪ ***گزارش پرچم دار** (۱- سالنامه و چشم‌انداز صنعتی، معدنی و تجاری ایران شامل تحلیل وضع موجود سیاست‌ها؛ سناریوهای رشد صنعتی (خوش‌بینانه/محتمل/بدبینانه) و توصیه‌های سیاستی برای تنظیم بسته‌های حمایتی و سرمایه‌گذاری؛ ۲- رصد سیاست صنعتی قدرت‌های بزرگ شامل هشدار سیاستی نسبت به عقب‌ماندن صنایع حساس و پیشنهاد اصلاح قوانین سرمایه‌گذاری و حمایت صنعتی) ▪ ***هشدار سیاستی** (انرژی و نهاده‌های تولید، تجارت خارجی، زنجیره ارزش صنعتی، سیاست صنعتی رقبا، فنآوری و مقررات و ثبات بنگاه‌ها)
پایش مستمر	گزارش فصلی «**اثرگذاری سیاستی**»	

- رصدخانه: (☑ آمار تولید نمی‌کند ← تفسیر می‌کند / ☑ گزارش بلند نمی‌نویسد ← هشدار می‌دهد / ☑ مطالعه دانشگاهی نیست ← ابزار تصمیم‌سازی دولت است)

- داشبوردهای تحلیلی (☑ مستقیماً به تصمیم مدیریتی منجر شود / ☑ به نظام هشدار سیاستی وصل باشد / ☑ برای جلسه ادواری کاملاً قابل استفاده باشد / ☑ بدون جزئیات غیرتصمیمی و اتصال مستقیم به «یادداشت هشدار» یا «یاداشت تصمیم»)

- گزارش پرچم‌دار(☑ زمان‌مند/ ☑ تصمیم‌ساز/ ☑ مسئله‌محور/ ☑ مختصر ولی عمیق/ ☒ مقاله‌محور/ ☒ انباشته از متن/ ☒ بدون خروجی اجرایی)

- هشدار سیاستی (☑ ابزارمحور؛ چه تغییری مثلا در مالیات، تعرفه یا نرخ ارز/ ☑ زمان‌دار؛ تا کی فرصت داریم / ☑ پیش‌نگر / ☑ سطح‌بندی هشدار)

۱۰. اهم دستاوردهای مورد انتظار تا پایان سال سوم

در پایان برنامه سه‌ساله، موسسه باید این دستاوردها را محقق کند:

- چابک‌سازی و جوان‌سازی ساختار سازمانی و توسعه مهارت‌های سیاست‌پژوهی و علم داده
- افزایش قابل توجه سهم سیاست‌پژوهی موسسه در تصمیمات کلان وزارت صمت و دولت
- راه‌اندازی نظام ارزیابی مستقل و داشبورد اثر سیاستی برای سنجش اثربخشی خروجی‌ها
- افزایش اعتبار رسانه‌ای و علمی موسسه در سطح ملی و بین‌المللی
- ایجاد و استقرار مجموعه شاخص‌های اثر سیاستی و مستندسازی استاندارد عملکرد

۱۱. پیام کلیدی برای تصمیم‌گیران:

موفقیت موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی باید با معیار اثر ملموس سیاستی، افزایش نفوذ در حکمرانی اقتصادی کشور و تبدیل داده و دانش به ابزار سریع تصمیم‌سازی سنجیده شود؛ نه با رتبه‌بندی علمی یا کمیت مقالات تولیدی.