

مبانی اقتصادی استراتژی

مؤلف:

پروفسور جوزف . تی . ماهونی

مترجمان:

دکتر محمدهادی مؤذن جامی و

مهندس سجاد حجی فروش

نشر شهر

۱۳۹۲

سرشناسه	ماهوئی، جوزف تی. Mahoney, Joseph T.
عنوان و نام پدیدآورنده	مبانی اقتصادی استراتژی / مؤلف: جوزف، تی ماهوئی؛ مترجمان: محمدهادی مؤذن جامی، سجاد حج فروش.
مشخصات نشر	تهران: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، مؤسسه نشر شهر، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۴۰۰ ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۲۰۲-۶
وضعیت فهرست نویسی	فیا
پادداشت	عنوان اصلی: Economic foundations of strategy
موضوع	اقتصاد مدیریت
موضوع	اقتصاد مدیریت - نمونه پژوهی
شناسه افزوده	مؤذن جامی - محمدهادی، ۱۳۴۲ - مترجم
شناسه افزوده	حج فروش، سجاد، ۱۳۴۳ - مترجم
شناسه افزوده	سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، مؤسسه نشر شهر.
رده بندی کنگر	۱۳۸۸ م/۲۲/۲۲ HD۳۰
رده بندی دیویی	۳۳۸/۶۰۱
شماره کتاب شناسی ملی	۱۹۲۶۲۷۶



مؤسسه نشر شهر
سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

مبانی اقتصادی استراتژی

مؤلف: پروفسور جوزف. تی. ماهوئی

مترجمان: دکتر محمدهادی مؤذن جامی، مهدیس سجاد حج فروش

ناشر: مؤسسه نشر شهر

نوبت و تاریخ نشر: اول - ۱۳۹۲

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

آماده سازی و چاپ: مؤسسه نشر شهر

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۸-۲۰۲-۶

بها: ۱۲۰/۰۰۰ ریال

همه حقوق محفوظ است. ©

Printed in Iran.

نشانی ناشر: تهران، بلوار آفریقا، نرسیده به میدان آرژانتین، روبروی پارک سوار بیهقی،

شماره ۶ مؤسسه نشر شهر تلفن: ۸۸۱۹۳۳۰۱-۲ ۸۸۱۹۳۳۰۴-۶

فروشگاه مرکزی: ۸۸۹۵۲۵۳۴ مرکز چاپ: ۸۸۴۲۱۹۰۶ - ۸۸۴۴۸۳۰۵

E-mail: info@shahrpress.ir

www.shahrpress.ir

فهرست

۷	مقدمه‌ای بر مبانی اقتصادی استراتژی
۹	مقدمه ویراستار
۱۳	پیش‌گفتار
۱۷	مروود
۲۱	فصل اول: نظریه رفتاری بنگاه
۲۷	وظایف مدیر اجرایی (بارنارد، ۱۹۳۸)
۳۲	رفتار اداری (سایمون، ۱۹۴۷)
۶۰	سازمان‌ها (مارچ و سایمون، ۱۹۵۸)
۷۸	نظریه رفتاری بنگاه (سایریت و مارچ، ۱۹۶۳)
۸۳	چکیده نظریه سایریت و مارچ (۱۹۶۳)
۹۰	الگوهای عقلانیت محدود: اقتصاد رفتاری و سازمان تجاری (سایمون، ۱۹۸۲)
۱۱۵	فصل دوم: نظریه هزینه‌های معاملاتی
۱۲۰	محدودیت‌های سازمان (ارو، ۱۹۷۴)
۱۴۱	بنگاه، بازار و قانون (کوز، ۱۹۸۸)
۱۴۸	بازارها و سلسله مراتب: تحلیل و مفاهیم ضدتراست (ویلیامسون، ۱۹۷۵)
۱۷۴	نهادهای اقتصادی سرمایه‌داری (ویلیامسون، ۱۹۸۵)
۱۸۶	محدودیت‌های بنگاه‌ها: انگیزه و خصوصیات بوروکراتیک
۱۹۰	تفسیر انتقادی بر نظریه نمایندگی
۱۹۲	مکانیسم‌های حکمرانی (ویلیامسون، ۱۹۹۶)

۲۰۱	امور مالی شرکت و حکمرانی شرکت
۲۰۲	راهبردی کردن، رعایت صرفجویی و سازمان اقتصادی
۲۰۳	بازی تعاونی و تعهد (هزینه مستهلك) متقابل
۲۰۹	فصل سوم: نظریه حقوق مالکیت
۲۱۴	بستن قرارداد برای حقوق مالکیت (لیکپ، ۱۹۸۹)
۲۲۶	نهادها، تغییر نهادی و عملکرد اقتصادی (نورث، ۱۹۹۰)
۲۳۵	تحلیل اقتصادی حقوق مالکیت (بارزل، ۱۹۸۹)
۲۳۸	رفتار اقتصادی و نهادها (اگرتسون، ۱۹۹۰)
۲۴۲	بنگاهها، قراردادها و ساختار مالی (هارت، ۱۹۹۵)
۲۵۳	نقش دارایی‌های غیر انسانی و اهمیت قدرت و اختیار در نظریه حقوق مالکیت
۲۵۹	فصل چهارم: نظریه نمایندگی
۲۶۸	شرکت تجاری جدید
۲۷۱	مروری بر رؤسا و عاملان: ساختار کسب و کار (پرت و زکهاوزر، ۱۹۸۵)
۲۷۸	اقتصاد نمایندگی - رؤسا و عاملان: ساختار کسب و کار
۲۸۸	پیوست: پیمایش مدل‌های نمایندگی سازمان‌ها (لویتال، ۱۹۸۸)
۲۸۹	مدل نمایندگی
۲۹۸	نظریه بنگاه: رفتار مدیریتی، هزینه‌های عاملیت و ساختار سرمایه (جنس و مکینگ، ۱۹۶۷)
۳۰۳	فصل پنجم: نظریه مبتنی بر منبع، قابلیت‌های پویا و انتخاب‌های واقعی
۳۰۸	نظریه رشد بنگاه (پنروز، ۱۹۵۹)
۳۲۳	مقیاس و وسعت: پویایی سرمایه‌گرایی (چندلر، ۱۹۹۰)
۳۳۱	بسیج کردن دارایی‌های نامرئی (ایتامی و روهل، ۱۹۸۷)
۳۳۵	نظریه تکاملی تغییر اقتصادی (نلسون و ویتتر، ۱۹۸۲)
۳۷۲	انتخاب‌های واقعی: انحطاط‌پذیری مدیریتی و استراتژی در تخصیص منبع (تریگنور گیس، ۱۹۹۷)
۳۸۷	فصل ششم: مؤلفه‌های نظری اقتصادی سازمانی
۳۹۹	در مورد مؤلف

مقدمه‌ای بر مبانی اقتصادی استراتژی

اگر استراتژی را در هنر فرماندهی و مدیریت، تمرکز قدرت در مقابل ضعف بدانیم و اقتصاد را هنر بهره‌داری بهینه از منابع کمیاب تولید، آنگاه اهمیت مطالعاتی که به موضوع راهبردی مبانی اقتصادی استراتژی و یا استراتژی‌ها به‌ویژه در سطح بنگاه‌های اقتصادی اختصاص دارند، بیشتر و بیشتر مشخص می‌گردد.

در ادبیات کلاسیک و نوکلاسیک اقتصادی، رشد و توسعه و نهایتاً مبانی ثروت ملل مرهون کارکرد مناسب بنگاه و اجرای طرح‌های توسعه‌ای مؤثر بوده است. به‌همین دلیل تئوری بنگاه همواره به‌عنوان دل‌مشغولی صاحب‌نظران مختلف توسعه مطرح شده است. در این رابطه تقریباً مهم‌ترین سئوالات از گذشته مشترک بوده است: چگونه می‌توان مازاد اقتصادی را در فرایند فعالیت‌ها ایجاد کرد؟ چگونه منابع حاصله را می‌توان به بهترین انتخاب‌ها اختصاص داد؟ و از همه مهم‌تر اقتصاد سازمان را چگونه می‌توان در طول زمان هم از لحاظ نظری و هم در عمل توسعه داد و به نتایج آن برای آینده امیدوار بود؟

روشن است که استراتژی‌های بنگاه نه در خلاء شکل می‌گیرند و نه مستقل از پیش‌فرض‌های طراحان آنها اصولاً قابل ارزیابی هستند؛ از

این رو ناگزیر باید قبل از پرداختن به هر پیشنهادی در این رابطه به تنوری‌های (اقتصادی‌ای) که مبانی استراتژی‌ها را شکل می‌بخشند بیشتر بها داد و در مورد آنها به کنکاش پرداخت.

این الزام است که کتاب حاضر را از اهمیت در خوری برخوردار می‌سازد. کتاب با دقت بسیار، پنج تنوری اصلی در این رابطه را به صورت تفصیلی و در عین حال تطبیقی مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد و این امکان را برای خواننده خود فراهم می‌سازد که نقاط قوت و ضعف این تنوری‌ها و اشتراکات و پیوندهای آنها را نسبت به هم یکجا در اختیار قرار دهد.

مراتب فوق، دلیل و انگیزه مشارکت مرکز مطالعات اقتصادی - اجتماعی گروه اقتصادی گرامی برای ارائه کتاب «مبانی اقتصادی استراتژی» به دانش‌پژوهان است که امید است مورد استفاده ایشان برای بسط و توسعه اندیشه اقتصاد سازمان در ایران عزیز اسلامی قرار گیرد.

مرکز مطالعات اقتصادی - اجتماعی

گروه اقتصادی گرامی