

مدیریت استراتژیک

در سطح ملی

گردآوری و تالیف:

مهدی جباریان

سرسناسه	:	جباریان، مهدی - ۱۳۶۲
متوان و نام پدیدآور	:	مدیریت استراتژیک در سطح ملی / گردآوری: مهدی جباریان.
م. حصات نشر	:	تهران، نوین توسعه، ۱۳۹۶.
مشخصات فیزیکی	:	۳۱۲ صفحه.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۷-۴
فهرستبر	:	فیپا
موضوع	:	استراتژی، راهبرد، مدیریت استراتژیک
رده‌بندی کنگره	:	۱۳۹، ۴م۲۳ج / ۲۸ / ۳۰ HD
رده‌بندی دیویی	:	۶۵۸، ۰۰۱
شماره کتابشناسی	:	۵۰، ۰۲۳
ملی		

نشر نوین

nashrenovin.ir



عنوان:	مدیریت استراتژیک در سطح ملی
گردآوری:	مهدی جباریان
زمان و نوبت چاپ:	۱۳۹۶، اول
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
ناشر:	نشر نوین توسعه
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۸-۳۷-۴
قیمت:	۲۵،۰۰۰ تومان

کلیه حقوق کتاب برای ناشر محفوظ است.

فهرست

پیش‌گفتار ۱۱

مقدمه (پایستی استراتژی ۱۳

۱۴	ریشه‌های استراتژی
۱۶	استراتژی چیست
۱۹	وجوه استراتژی
۲۲	مدیریت استراتژیک
۲۵	استراتژی در سطح ملی

فصل ۱) رقابت‌پذیری ۲۷

۲۸	مقدمه
۳۰	تعریف رقابت‌پذیری
۳۳	رویکردها در رقابت‌پذیری
۳۷	سطوح رقابت‌پذیری
۴۰	ابعاد رقابت‌پذیری
۴۷	نمایه رقابت‌پذیری جهانی
۵۰	رقابت‌پذیری و سیستم‌های ارزشی
۶۰	سیستم‌های ارزشی در طول زمان تغییر می‌کنند
۶۴	از جمع‌گرایی تا فردگرایی
۶۵	سیستم‌های ارزشی در چه مدت زمانی تکامل می‌یابند؟
۶۵	مدیریت سیستم‌های ارزشی برای رقابت‌پذیری
۶۶	تنوع به عنوان مرحله بعدی سیستم‌های ارزشی

۶۷ جمع بندی

فصل ۲) سیاست صنعتی ۶۹

۷۰	 مقدمه
۷۱	 مفهوم سیاست صنعتی
۷۷	 تاریخچه سیاست صنعتی
۷۹	 ابزارهای سیاست صنعتی
۸۰	 طبقه بندی ابزارها در سیاست صنعتی
۸۲	 بکردهای جدید در سیاست صنعتی
	سیاست صنعتی در کشورهای کم درآمد و کشورهای دارای درآمد
۸۴	 پایین تر از متوسط
۱۰۹	 توانمندی های ماباوت در مدیریت سیاست صنعتی
۱۲۷	 انتقادات به بهره سیاست صنعتی
۱۳۱	 بحث های پیرامون چگونگی سیاست های صنعتی

فصل ۳) نظریات در سطح ملی ۱۳۳

۱۳۴	 مقدمه
۱۳۴	 مدل الماس پورتر
۱۴۶	 نظریه مکعب، کار بر روی رقابت پذیر ملی
۱۵۸	 مزیت رقابتی پایدار حمایت شده
۱۶۷	 خوشه ها

فصل ۴) استراتژی در بخش عمومی ۱۸۱

۱۸۲	 مقدمه
۱۸۲	 استراتژی های بخش عمومی
۱۸۳	 تحلیل محیط استراتژیک در استراتژی بخش عمومی
۱۸۴	 مزایای مکانیسم بازار برای بخش عمومی
۱۸۵	 هزینه های مکانیسم بازار برای بخش عمومی

۱۸۶	مفهوم ارزش عمومی
۱۸۷	قدرت دینفعان و پیچیدگی
۱۸۸	تحلیل محیط استراتژی بخش عمومی
۱۸۹	تحلیل منابع در بخش عمومی
۱۹۱	طبیعت خاص منابع بخش عمومی
۱۹۲	قوت عمومی به عنوان یک منبع
۱۹۳	ریشه ها و منافع منابع عمومی
۱۹۴	کشف هدف در سازمانهای عمومی
۱۹۵	دینفعان، اراده و قدرت
۱۹۶	کشف و آشکارسازی هدف
۱۹۶	معمایها و تعارضات
۱۹۷	متن، محتوی و فرایند در استراتژی بخش عمومی
۱۹۷	متن استراتژیک
۱۹۹	محتوای استراتژی
۲۰۰	فرآیند استراتژیک
۲۰۱	پیاده سازی در استراتژی سازی سطح عمومی
۲۰۴	مفهوم استراتژی در بخش عمومی
۲۰۴	استراتژی در بخش عمومی و خصوصی
۲۰۶	استراتژی در سیستم وست مینیستر
۲۰۷	محدودیت های استراتژی
۲۰۸	مدیریت عمومی جدید و سیاست
۲۱۰	بعد مدیریت استراتژیک در بخش عمومی
۲۱۳	نتیجه گیری

فصل ۵) کاربرد استراتژی های بازرگانی در بخش عمومی ۲۱۵

۲۱۶	مقدمه
-----	-------

۲۱۶	تفکر استراتژیک
۲۲۷	تحلیل موقعیت، ابزار کمکی در تصمیم گیری
۲۳۵	دیدگاه منبع محور
۲۳۹	بهره گیری از کارت امتیازی متوازن در سازمانهای دولتی
۲۴۱	جمع بندی

فصل ۶) فرآیند استراتژی سازی در سطح ملی ۲۴۳

۲۴۴	مقدمه
۲۴۵	تأاعد بیش رو
۲۴۶	آمار درست و کارآ
۲۴۷	تحلیل وضع موجود
۲۵۵	ایجاد گزینه ها: سیاست گذاری
۲۵۸	استراتژی سطح عمومی
۲۶۰	مدیریت دولتی جدید
۲۶۲	موضوعاتی در استراتژی سطح ملی
۲۷۱	پیاده سازی

پیوست ۲۸۷

۲۸۷	مقدمه
۲۸۸	۱. لابی کردن چیست؟
۲۹۰	۲. روش شناسی در لابی کردن:
۲۹۸	۳. مشخصه های لابیست اثربخش
۳۰۲	۴. نقش سازمان در لابی کردن
۳۰۷	جمع بندی

پیش‌گفتار

همواره دیدگاهی که در مورد اقتصاد در سطح ملی مطرح بوده، دیدگاهی است که اقتصاد کلان در آن سردمداری می‌کند، اما سؤالاتی به وجود آمده‌اند که اقتصاد کلان توانایی پاسخگویی جامع به آنرا نداشته است. بسیاری از طرح‌های توسعه‌ای که کشورها به پیاده‌سازی آن می‌پردازند شکست می‌خورند. از طرفی، برخی دیگر از کشورها با وجود کاستی‌های بسیار در دسترسی به منابع اولیه، توانسته‌اند در عرصه اقتصاد جهانی عملکرد سطح بالایی داشته باشند و آینده خود را تغییر دهند. بخشی از سبب در برخی کشورها به دلایلی خاص، این فرصت را می‌یابند تا تبدیل به قه‌ان ملی شوند و عامل ارتقای رفاه در سطح عمومی شوند.

از سوی دیگر می‌توان با اطمینان گفت که دلایل اصلی انحطاط ملت‌ها و نظام‌های حاکمیتی در طول تاریخ، تحت تاثیر مسائل اقتصادی عمومی بوده است. در واقع بیشتر کشورها و حکام از بین نرفته‌اند به نوعی تحت تاثیر عدم تعادل مالی و یا ورشکستگی قرار گرفته‌اند که خود عوالب دنی را در بر داشته است.

دانش استراتژی، با اینکه خود پهنه‌ای جدید از دانش است که پا به درسه کسب‌وکار گذاشته، به سرعت و تنها پس از بیست سال در سطح ملی شروع به خودنمایی کرد و می‌تواند مسیر آینده ملت‌ها را به کلی تغییر دهد و البته تاثیرات آن جهانی خواهد بود.

کتاب حاضر، حاصل مطالعه و جمع‌بندی ده‌ها مقاله و کتاب در این زمینه است و نتیجه دیدگاه محققانی است که اعتقاد دارند مدیریت استراتژیک می‌تواند نه تنها در سطح کسب‌وکار، بلکه در سطح ملی نیز کارا باشد. ادعای این کتاب این نیست که تمام موضوعات این حوزه را پوشش دهد، بلکه هدف از ایجاد آن، تغییر دیدگاه نسبت به اقتصاد در سطح کلان و در نظر گرفتن استراتژی‌ها و ایجاد اعتقاد به بهره‌گیری از این دانش است.

در فصول گوناگون کتاب سعی شده تا مباحثی که تا به امروز در این حوزه مطرح شده‌اند، بیان شده و با بهره‌گیری از منطق کاربردی در کنار هم قرار گیرند. همانطور که قبلاً ذکر شد، این حیطة بسیار جوان است و به همین دلیل دانش گسترده‌ای در مورد آن، به خصوص به صورت جمع‌بندی شده وجود ندارد یا لاقلاً توسط نگارنده است.

امید است که این کتاب بتواند سنگ بنای بهره‌گیری از دانش مدیریت استراتژیک به منظور ایجاد رفاه عمومی برای مردم را ایجاد نماید و اساسی باشد برای مطالعات بیشتری که می‌تواند در سطح ملی ایجاد رشد و توسعه پایدار نماید.