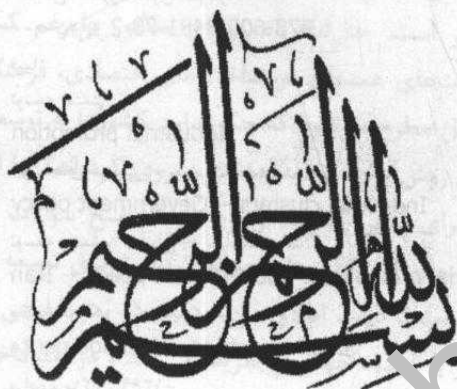




استرانی نوین صنعتی در صنایع
کوچک و متوسط

مولفین

امیر علی براتی کیا (مدرس دانشگاه)

مژگان مرادی (کارشناس ارشد)

۹۷۴-۱۸۹۸-۸۷-۶

نسخه ۵۷۲

سرناسه	: براتی کیا، امیرعلی، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور	: استراتژی توسعه صنعتی در صنایع کوچک و متوسط / مولفین امیرعلی براتی کیا، مژگان مرادی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۰ص:، مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۲۵۰۰۰ ریال 978-600-8481-78-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: توسعه صنعتی
موضوع	: Industrial promotion
موضوع	: خوشه‌های صنعتی -- سیاست دولت
موضوع	: Industrial clusters -- Government policy
موضوع	: توسعه صنعتی -- ایران -- سیاست دولت
موضوع	: Industrial promotion -- Government policy -- Iran
موضوع	: صنایع کوچک -- مدیریت
موضوع	: Small industries -- Management
شناسه افزوده	: م. ی. مژگان، ۱۳۶۹-
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ۳۷ پ / ۱۳۹۷ ۳۷ پ / ۱۳۹۷ ۳۷ پ
رده بندی دیویی	: ۳۳۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۴۹۳



انتشارات شریفزاده

نام کتاب	: استراتژی توسعه صنعتی در صنایع کوچک و متوسط
تالیف:	: امیرعلی براتی کیا- مژگان مرادی
ناشر:	: شریفزاده
سال انتشار	: چاپ اول - ۱۳۹۷
شمارگان	: ۱۰۰۰
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۸۱-۷۸-۲
قیمت	: ۲۵۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ ۱۳۵۶
کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲

پیشگفتار

ارزیابی توسعه صنعتی کشورهای مختلف جهان نشان‌دهنده موفقیت چشمگیر برخی از کشورها در این امر است. حال آنکه کشورهای مذکور علیرغم کسب موفقیت در توسعه صنعتی، دارای تفاوت‌های عمده‌ای در ساختارهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هستند. لذا این سؤال مطرح می‌شود که چگونه این کشورها به توسعه صنعتی دست یافته‌اند؟ آیا همه آنها از یک روش برای توسعه صنعتی پیروی کرده‌اند؟ آیا امکان تقلید از روش‌های به کار گرفته شده، برای سایر کشورها وجود دارد؟ پاسخ سؤالات مذکور را می‌بایست در استراتژی توسعه صنعتی این کشورها جستجو کرد. استراتژی توسعه صنعتی به مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های بلندمدت دولت اطلاق می‌شود که در بُعد خارجی چارچوب و نحوه ارتباط بخش صنعت کشور با اقتصاد جهانی را تعریف می‌کند و در بُعد داخلی به‌طور غیرمستقیم بر تخصیص منابع، صنایع و یا گروه‌های صاحب نفوذ جامعه اثر می‌گذارد؛ بنابراین با در نظر گرفتن مفهوم توسعه صنعتی به عنوان یک مسیر و یا یک مرحله از گذار توسعه اقتصادی، می‌توان استراتژی صنعتی را به نقشه راهی تشبیه کرد که سیاست صنعتی در لایه‌ای پایین‌تر از آن، ابزارها، بودجه، ملزومات و تاکتیک‌های اجرایی طی مسیر را مشخص می‌کند. در واقع، سیاست مذکور دربردارنده کلیه سیاست‌ها - صنعتی، تجاری، ارزی، پولی و مالی است که همگی در یک راستا و به صورت هماهنگ در جهت تحقق استراتژی توسعه صنعتی، تنظیم می‌شوند.

براتی کیا، مرادی

فهرست مطالب

۱۳	فصل ۱
۱۳	استراتژی توسعه صنعتی
۱۳	مقدمه
۱۳	اهداف استراتژی توسعه صنعتی و راه‌های دستیابی به آن
۱۴	ضرورت تدوین استراتژی توسعه صنعتی
۱۴	سیاست‌های صنعتی
۱۶	انواع سیاست‌های صنعتی
۱۷	نگاهی به استراتژی توسعه صنعتی در ایران
۱۹	نقش استراتژی توسعه صنعتی در توسعه اقتصادی
۱۹	• مفهوم توسعه
۲۰	• شاخص‌های توسعه اقتصادی
۲۱	• استراتژی‌های توسعه
۲۳	• توسعه اقتصادی با محوریت استراتژی توسعه صنعتی
۲۵	• مطالعات تطبیقی استراتژی توسعه صنعتی
۲۶	• مقایسه برخی کشورها در انتخاب استراتژی جایگزینی واردات و توسعه صادرات
۲۷	• شکل‌گیری شرایط انحصاری در صنایع بزرگ به دلیل تأسیس این واحدها توسط دولت
۲۸	• عوامل و دساوردهای رشد در اقتصادهای نوظهور صنعتی شرق آسیا
۲۸	• بازسازی و اصلاح‌بخش دولتی
۲۸	عوامل زمینه‌ساز توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه
۳۳	فصل ۲
۳۳	خوشه‌های صنعتی
۳۳	مقدمه
۳۳	تاریخچه خوشه‌های صنعتی
۳۴	تحولات تاریخی و دیدگاه‌های مختلف درباره خوشه‌های صنعتی
۳۴	الفرد مارشال، پدر خوشه‌های صنعتی

۳۵	خوشه های صنعتی پس از آلفرد مارشال
۳۶	ایتالیای سوم
۳۷	عملکرد اقتصادی ایتالیای سوم
۳۷	گسترش بحث به خارج از ایتالیا
۳۸	تجربه ایتالیا و عدم بهره گیری از سیاستهای تعرفه ای
۳۸	مفهوم و تعریف خوشه های صنعتی
۳۹	تعاریف موجود از خوشه های صنعتی
۴۰	مؤسسه علم و تکنولوژی کنتاکی (KSTC):
۴۰	کانون کارآفرینی استارتلند (SE)
۴۰	سازمان توسعه صنعتی وابسته به سازمان ملل (UNIDO)
۴۳	اطلاعات تکمیلی در ارتباط خوشه های صنعتی
۴۴	مفاهیم کلیدی در ارتباط با خوشه های صنعتی
۴۵	مزیت تولید انبوه
۴۵	مزیت های هدف
۴۵	صرفه های حاصل از تجمع (صرفه های هم مکان)
۴۵	صرفه های شهری شدن
۴۵	صرفه های مقیاس
۴۶	صرفه ناشی از تنوع
۴۶	نقش و اهمیت خوشه های صنعتی
۴۸	مزیت های خوشه صنعتی از دیدگاه اشمیتز
۴۸	نمونه های موفق خوشه های صنعتی در جهان
۴۸	سامان دهی خوشه های صنعتی در فعالیتهای اقتصادی
۵۰	خوشه های صنعتی و عناصر تشکیل دهنده آن
۵۱	فرآیند تشکیل خوشه و نتایج حاصل از آن
۵۱	راهکارهای اساسی تشکیل خوشه های صنعتی
۵۳	خوشه های صنعتی و نقش آنها در صادرات
۵۴	اقتصاد مبتنی بر خوشه
۵۴	تفاوت خوشه و شبکه
۵۵	شبکه های افقی

۵۶	شبکه های عمودی
۵۹	فصل ۳
۵۹	بازاریابی الکترونیک
۵۹	مفهوم بازاریابی الکترونیک
۶۰	۲-۱-۳ مزایای بکارگیری بازاریابی اینترنتی
۶۰	تعامل پذیری و توانایی در ارائه اطلاعات همزمان
۶۱	۳-۱-۳ علل تشکیل و نیاز به بازار الکترونیکی
۶۲	۴-۱-۳ رویکرد شایستگی الکترونیکی
۶۴	۵-۱-۳ اجزاء بازاریابی اینترنتی
۶۵	۶-۱-۲ آمیختگی بازاریابی اینترنتی
۶۶	۷-۱-۲ تاثیر بازاریابی الکترونیک بر اینترنت و بر محصول
۶۶	۸-۱-۲ تاثیر بازاریابی الکترونیک بر اینترنت در توزیع
۶۶	۹-۱-۲ تاثیر بازاریابی الکترونیک بر اینترنت قیمت
۶۷	۱۰-۱-۲ تاثیر اینترنت و بازاریابی اینترنتی بر سرمایه
۶۷	۱۱-۱-۲ مدل انتقال از بازاریابی سنتی به بازاریابی الکترونیک
۶۷	۱۲-۱-۲ مدل پیشنهادی اسپالتر دارای هفت جزء اصلی این اجزاء عبارتند از:
۶۸	۱۳-۱-۳ توسعه بازاریابی الکترونیک
۶۹	۱۴-۱-۳ استراتژی های بازاریابی الکترونیک
۶۹	۱-۱۴-۱-۳ بازاریابی مبادله ای
۷۰	۲-۱۴-۱-۳ بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده:
۷۱	۴- استراتژی بازاریابی مبتنی بر دانش
۷۲	۱۵-۱-۳ تعیین استراتژی بازاریابی الکترونیک
۷۴	۱۶-۱-۳ عوامل موفقیت بازاریابی الکترونیک
۷۴	۱-۱۶-۱-۳ تعهد و حمایت مدیران عالی سازمان
۷۴	۲-۱۶-۱-۳ اهداف استراتژیک بازاریابی الکترونیک
۷۴	۳-۱۶-۱-۳ همکاری مناسب در طول زنجیره ارزش
۷۴	۴-۱۶-۱-۳ مشتریان و مخاطبین بالقوه
۷۴	۵-۱۷-۱-۳ اعتماد به وب سایت
۷۵	۶-۱۶-۱-۳ امنیت وب سایت

۷۵	۷-۱۶-۱-۳ میزان دسترسی
۷۵	۸-۱۶-۱-۳ پذیرش مشتری
۷۶	۹-۱۶-۱-۳ زیر ساخت تکنولوژیک
۷۶	۱۰-۱۶-۱-۳ فرهنگ داخلی سازمان
۷۶	۱۱-۱۶-۱-۳ نقش نیروی فروش
۷۶	۱۲-۱۶-۱-۳ برنامه های آموزشی
۷۶	۱۳-۱۶-۱-۳ ساده نگه داشتن وب سایت
۷۶	۱۴-۱۶-۱-۳ سازماندهی و بروز رسانی وب سایت
۷۶	۱۵-۱۶-۱-۳ سرور، داتابیس
۷۶	۱۶-۱۶-۱-۳ پاسخگویی سریع به مشتریان
۷۷	۱۷-۱۶-۱-۳ پیشبرد فروش
۷۷	۱۸-۱۶-۱-۳ درک درست از محیط های بازاریابی خارجی
۷۹	فصل چهارم:
۷۹	فضای کسب و کار در صنعت پتروشیمی
۷۹	آشنایی با صنعت پتروشیمی
۷۹	تاریخچه:
۷۹	- معرفی صنعت پتروشیمی
۸۱	- مواد اولیه و موارد کاربرد صنعت پتروشیمی
۸۲	- معرفی محصولات و تولیدات مجتمع های پتروشیمی
۸۴	- توانمندیهای تولید و صادرات پتروشیمی کشور
۸۵	- مروری بر موانع توسعه صنعت پتروشیمی در ایران
۸۸	- آثار زیست محیطی صنعت پتروشیمی
۸۸	- وضعیت صنعت پتروشیمی در ایران
۹۰	- مولفههای مهم ایجادکننده مزیت برای صنعت پتروشیمی ایران
۹۰	الف: مواد اولیه
۹۰	ب: محل استقرار
۹۱	- عوامل مهم موجود در تولید، مصرف و تقاضای محصولات پتروشیمی
۹۴	- معرفی شرکتهای اصلی تولیدکننده محصولات پتروشیمی
۹۵	عوامل اساسی موفقیت در صنعت پتروشیمی

۹۷	نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدها در صنعت پتروشیمی ایران
۹۸	تحقیقات در زمینه فضای کسب و کار
۱۰۷	فصل ۵
۱۰۷	مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار
۱۰۷	۱-مقدمه
۱۰۷	۵-۲- تاریخچه مهندسی مجدد
۱۰۸	۵-۳- تکنولوژی اطلاعات، خاستگاه مهندسی مجدد
۱۰۹	۵-۴- مهندسی مجدد را بهتر بشناسیم
۱۱۰	۵-۵- تعریف مهندسی مجدد
۱۱۱	۵-۶- چرا به مهندسی مجدد نیاز داریم؟
۱۱۲	۵-۷- بحران در سازمان ها
۱۱۵	۵-۸- فرآیند چیست؟
۱۱۶	۵-۹- تشخیص و شناسایی فرایندها
۱۱۷	۲-۱۰- انواع فرایندها
۱۱۸	فرآیندگرایی و مدیران سنتی
۱۱۹	۵-۱۱- تاثیر فرآیندگرایی بر رضایت مشتریان
۱۲۰	۵-۱۲- نقش مهندسی مجدد در سازمان
۱۲۱	۵-۱۳- ایده ها و نظرات بنیادی در مهندسی مجدد
۱۲۲	۵-۱۴- بازاندیشی در فرآیند کسب و کار
۱۲۷	فصل ۶
۱۲۷	برنامه ریزی منابع سازمان ERP
۱۲۷	۷-۱-مقدمه
۱۲۷	۷-۲- پیدایش ERP
۱۳۰	۷-۳- حرکت سیستم های ERP
۱۳۱	۷-۳-۱- سیستم های ERP سنتی
۱۳۵	۷-۳-۲- افول سیستم ERP سنتی
۱۳۷	۷-۳-۳- نسل جدید سیستم های ERP
۱۴۰	۷-۳-۴- سیستم های ERP در آینده
۱۴۰	الف) افزودن امکانات بیشتر در زمینه اینترنت و تکنولوژی اطلاعاتی

۱۴۱	ب) ساختار و معماری سیستم های ERP جدید
۱۴۲	ج) جهت گیری ماژول های مورد استفاده در سیستم های ERP
۱۴۲	۴-۷) مشکلات مرتبط با پیاده سازی سیستم های ERP
۱۴۴	۵-۷) نکاتی که باید در پیاده سازی ERP در نظر گرفته شود (جعفرنژاد، ۱۳۹۱):
۱۴۵	۶-۷) ERP و جامعه آکادمیک
۱۴۷	۷-۷) عوامل و معیارهای موثر بر پیاده سازی سیستم های ERP
۱۴۷	الف) عوامل موثر در ترغیب شرکت ها برای پیاده سازی سیستم های ERP
۱۴۸	مزایای پیاده سازی ERP
۱۴۹	۸-۷) عوامل موثر بر ترغیب شرکت های تولیدی ایران برای پیاده سازی سیستم های ERP
۱۵۰	۸-۷) ۱) احساس شرکت های تولیدی در قرار داشتن در بازار رقابتی
۱۵۰	۸-۷) ۲) اعتقاد شرکت ها در ابزار با پیشرفته و مکانیزه برنامه ریزی و مدیریت
۱۵۱	۸-۷) ۳) شناخت کلی شرکت های تولیدی از سیستم های ERP
۱۵۱	۸-۷) ۴) شناخت دقیق شرکت های نرم افزار و مشاوره ای از سیستم ERP
۱۵۲	۸-۷) ۵) وجود توانایی در شرکت های دانشی برای تولید و پیاده سازی نرم افزارهای ERP
۱۵۳	۸-۷) ۶) عوامل موثر بر پیاده سازی موفق سیستم های ERP در شرکت های تولیدی ایران
۱۵۵	۸-۷) ۱-۶) شناخت دقیق شرکت های نرم افزاری از سیستم های ERP
۱۵۵	۸-۷) ۲-۶) وجود توانایی ها و قابلیت های لازم در شرکت های نرم افزاری و مشاوره ای برای تولید و پیاده سازی نرم افزارهای ERP
۱۵۵	۹-۷) نحوه سنجش عوامل و معیارهای شناخته شده
۱۵۷	۹-۷) ۱) نحوه سنجش عوامل و معیارهای سازمانی وابسته به شرکت های نرم افزاری و مشاوره ای
۱۵۷	۹-۷) ۲) نحوه سنجش عوامل و معیارهای سازمانی وابسته به شرکت های تولیدی
۱۵۷	۷-۱۰) فاصله ما تا ERP
۱۶۰	۷-۱۲) حضور در بازار رقابتی
۱۶۱	فصل ۷
۱۶۱	صنایع کوچک و متوسط
۱۶۱	مقدمه
۱۶۱	تعریف صنایع کوچک
۱۶۲	جایگاه بنگاه های کوچک و متوسط در اقتصاد
۱۶۳	مزایای صنایع کوچک و متوسط

۱۶۵	ارتباط صنایع بزرگ و صنایع کوچک و متوسط
۱۶۷	صنایع کوچک و متوسط در سایر کشورها
۱۶۷	شاخص های اصلی در تعریف صنایع کوچک
۱۶۷	صنایع کوچک، کارآفرینی و رشد اقتصادی
۱۶۸	سهم صنایع کوچک
۱۷۰	چهار عامل موثر در بزرگ شدن صنایع
۱۷۵	نقاط توازن در مدل های توسعه اقتصادی
۱۷۷	بررسی صنایع کوچک در دنیا
۱۷۷	صنایع کوچک و متوسط هند
۱۷۹	بنگاه های کوچک و متوسط اندونزی
۱۸۱	بنگاه های کوچک و متوسط مالزی
۱۸۵	تعامل صنایع کوچک و بزرگ
۱۸۵	دیدگاه های بلند مدت و کوتاه مدت
۱۹۱	مقیاس بنگاه، نوآوری و تغییر فناوری
۱۹۵	پویایی صنعت
۱۹۷	نقش پویایی صنایع کوچک در توسعه اقتصادی
۲۰۱	قوانین خاص صنایع کوچک و متوسط
۲۰۲	راهبرد حمایت از صنایع کوچک و متوسط در کره جنوبی
۲۱۰	توسعه صنعتی کشورها
۲۱۰	توسعه صنعتی کره جنوبی
۲۱۱	توسعه صنعتی تایوان
۲۱۳	توسعه صنعتی مالزی
۲۱۴	توسعه صنعتی اندونزی
۲۱۵	توسعه صنعتی تایلند
۲۱۶	توسعه صنعتی هند
۲۱۶	توسعه صنعتی فیلیپین
۲۱۷	توسعه صنعتی بنگلادش
۲۱۷	توسعه صنعتی هنگ کنگ
۲۱۹	سیاست توسعه صنایع کوچک و متوسط

۲۲۰	 نمایندگان تجاری دولت هند در خارج از کشور
۲۲۳	 سیاست های توسعه صنایع کوچک و متوسط در کره جنوبی
۲۲۴	 سیاست های حمایت مالی
۲۲۵	 قوانین خاص صنایع کوچک و متوسط
۲۲۶	 قانون هماهنگی معاملاتی بنگاه های کوچک و متوسط
۲۲۹	 کمک های مالی به صنایع جدید
۲۳۳	 راهبرد حمایت از صنایع کوچک و متوسط در تایوان
۲۳۵	 راهبرد حمایت از صنایع کوچک و متوسط در مالزی
۲۳۸	 صندوق ضمانت و پشتیبانی کننده توسعه صنایع کوچک و متوسط
۲۴۴	 چالش های توسعه صنایع کوچک و متوسط
۲۴۶	 بنگاه های صنعتی چالش های پیش روی
۲۴۷	 منابع و مآخذ: