

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

محیط کسب و کار نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها

تألیف

دکتر محمدعلی مرادی
عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

ویرایش دوم

زمستان ۱۳۹۴



شماره مسلسل ۸۶۷۷

شماره انتشار ۳۵۴۴

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه : مرادی، محمدعلی، ۱۳۳۸-
 عنوان و نام پدیدآور : محیط کسب و کار : نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها / تألیف محمدعلی مرادی.
 مشخصات نشر : تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۳.
 مشخصات ظاهری : ط + ۸۹۶ ص: مصور، جدول، نمودار.
 فروست : انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۳۵۴۴.
 شابک : 978-964-03-6640-0
 یادداشت : چاپ دوم با ویرایش.
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابنامه.
 یادداشت : محیط کار
 موضوع : محیط کار -- ایران -- استانداردها
 موضوع : محیط کار -- ارزشیابی
 شناسه افزوده : دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات
 رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۴ م ۳۷ / ۸ / HF ۵۵۴۸
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۰/۱
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۵۶۵۵۵۷

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود.

ISBN:978-964-03-6640-0



عنوان: محیط کسب و کار : نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها

تألیف: دکتر محمدعلی مرادی

ویراستار: فرشاد رضوان

نوبت چاپ: دوم با ویرایش

تاریخ انتشار: ۱۳۹۴

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلف است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

بها: ۴۵۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

فهرست مطالب کلی

بخش نخست: مبانی، اصول و نظریه‌های محیط کسب و کار

۳.....	فصل نخست: درآمدی بر پایش محیط کسب و کار
۲۹.....	فصل دو: آینده‌پژوهی
۴۹.....	فصل سه: نظام‌های اقتصادی
۷۷.....	فصل چهار: راهبردهای توسعه
۱۰۳.....	فصل پنج: نظریه‌های محیط

بخش دو: محیط درون کسب و کار

۱۵۳.....	فصل شش: فعالیت‌های درون سازمان
۱۷۳.....	فصل هفت: ساختار قانونی و سازمانی کسب و کار
۱۸۹.....	فصل هشت: روش‌های رشد کسب و کارها
۲۰۱.....	فصل نه: فرهنگ سازمانی
۲۲۳.....	فصل ده: نظریه‌های سازمان و مدیریت

بخش سه: محیط خرد کسب و کار

۲۳۷.....	فصل یازده: نظام بازار
۲۶۱.....	فصل دوازده: ساختار بازار
۲۷۱.....	فصل سیزده: ساختار صنعتی

بخش چهار: محیط کلان کسب و کار

۲۸۳.....	فصل چهارده: محیط سیاسی
۳۱۳.....	فصل پانزده: محیط اقتصاد کلان
۳۷۹.....	فصل شانزده: محیط جمعیتی
۳۹۳.....	فصل هفده: محیط اجتماعی
۴۲۳.....	فصل هجده: محیط فرهنگی
۴۳۹.....	فصل نوزده: محیط اخلاقی
۴۶۳.....	فصل بیست: محیط قانونی
۴۸۷.....	فصل بیست و یک: محیط فناوری و نوآوری

بخش پنج: محیط بین‌الملل کسب و کار

۵۰۷.....	فصل بیست و دو: نیروها و عوامل بین‌المللی
۵۲۳.....	فصل بیست و سه: جهانی‌شدن و بین‌المللی‌شدن کسب و کارها

ب □ محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها

فصل بیست و چهار: نهادهای بین‌المللی ۵۳۱

بخش شش: شاخص‌های محیط کسب و کار

فصل بیست و پنج: شاخص دموکراسی ۵۵۵
فصل بیست و شش: شاخص آزادی اقتصادی ۵۶۷
فصل بیست و هفت: شاخص رقابت‌مندی ۵۹۳
فصل بیست و هشت: شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی ۶۰۹
فصل بیست و نه: شاخص اقتصاد دیجیتال ۶۱۹
فصل سی: شاخص نوآوری ۶۲۷
فصل سی و یک: شاخص سهولت انجام فعالیت‌های کسب و کار ۶۳۹
فصل سی و دو: مبانی و اصول شاخص‌سازی ۶۴۹

بخش هفت: روش‌شناسی، مدل‌سازی و پیش‌بینی

فصل سی و سه: روش‌شناسی مدل‌سازی ۶۷۵
فصل سی و چهار: رگرسیون و مدل‌های خطی و غیرخطی ۷۰۱
فصل سی و پنج: پیش‌بینی ۷۲۳

بخش هشت: تکنیک‌های محیط کسب و کار

فصل سی و شش: تکنیک PEST ۷۴۱
فصل سی و هفت: تکنیک SWOT ۷۵۷
فصل سی و هشت: تکنیک پورتر ۷۶۵
فصل سی و نه: تکنیک گزینه‌ای ۷۷۳
فصل چهل: تکنیک دلفی ۷۸۵

بخش نه: بهبود محیط کلان کسب و کار ایران: فرصت‌ها، چالش‌ها و سیاست‌های راهبردی

فصل چهل و یک: فرصت‌های کارآفرینانه: نظریه و عمل ۸۰۱
فصل چهل و دو: موانع و چالش‌های اساسی پیش‌روی کسب و کارها ۸۴۱
فصل چهل و سه: سیاست‌های راهبردی بهبود محیط کسب و کار ۸۵۷

فهرست مطالب تفصیلی

بخش نخست: مبانی، اصول و نظریه‌های محیط کسب‌وکار

فصل نخست: درآمدی بر پایش محیط کسب‌وکار	۳
۱. مقدمه	۳
۲. اهداف پایش	۳
۳. مفهوم و تعریف پایش محیط	۴
۴. مبانی و اصول پایش محیط	۵
۵. کانون توجه پایش محیط	۷
۶. الگوها و روش‌های پایش محیط	۹
۶-۱ قابلیت تحلیل محیط و نفوذ سازمانی	۱۳
۶-۲ پایش محیط برای جست‌وجوی اطلاعات و یادگیری سازمانی	۱۵
۷. کاربرد پایش محیط	۲۲
۸. خلاصه	۲۵

فصل دو: آینده‌پژوهی	۲۹
۱. مقدمه	۲۹
۲. تحولات مفهوم آینده‌پژوهی	۳۰
۳. نگاه ناموفق به آینده و فعالیت کسب‌وکارها	۳۳
۴. اهداف آینده‌پژوهی و شکل‌گیری پارادایم‌ها	۳۵
۵. اولین پارادایم تحقیقات آینده	۳۹
۶. دومین پارادایم تحقیقات آینده	۴۱
۷. پارادایم جدید آینده‌پژوهی	۴۳
۸. فازهای تحقیقات آینده‌پژوهی مدرن	۴۴
۹. خلاصه	۴۶

فصل سه: نظام‌های اقتصادی	۴۹
۱. مقدمه	۴۹
۲. مفاهیم و مبانی	۵۰

۱-۲	کمیابی	۵۰
۲-۲	هزینه فرصت	۵۱
۳-۲	اقتصاد	۵۱
۳	انواع نظام‌های اقتصادی	۵۲
۴	نظام‌های اقتصادی و فعالیت‌های کارآفرینی	۵۸
۵	نظام اقتصادی اسلام: نظریه و عمل	۶۰
۱-۵	اهداف نظام	۶۰
۲-۵	مالکیت	۶۱
۳-۵	اصل آزادی	۶۲
۴-۵	اصل عدالت	۶۳
۵-۵	سازوکار دخالت دولت در متون اسلامی: دیدگاه شهید صدر	۶۳
۶	نظام اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز: نظریه و عمل	۶۴
۱-۶	ویژگی‌های نظام	۶۵
۲-۶	چالش‌های نظام	۶۵
۳-۶	انتقال اقتصاد کشورهای با برنامه‌ریزی متمرکز به بازار آزاد	۶۶
۷	نظام اقتصاد سرمایه‌داری: نظریه و عمل	۶۸
۱-۷	مبانی نظام	۶۸
۲-۷	ویژگی‌های نظام	۶۹
۳-۷	اصلاحات نظام	۷۰
۸	نظام اقتصادی مختلط: نظریه و عمل	۷۳
۹	مبانی و چارچوب الگوی اقتصادی-سیاسی	۷۳
۱۰	خلاصه	۷۵

فصل چهار: راهبردهای توسعه		
۱	مقدمه	۷۷
۲	مفاهیم، مبانی و اصول	۷۸
۳	راهبرد توسعه جایگزینی واردات	۸۰
۱-۳	مبانی شکل‌گیری راهبرد	۸۱
۲-۳	ماهیت راهبرد	۸۱
۳-۳	سیاست‌های راهبرد	۸۲

۸۲.....	۳-۴ نتایج راهبرد.....
۸۳.....	۳-۵ علل شکست راهبرد.....
۸۴.....	۴. راهبرد توسعه صادرات.....
۸۴.....	۴-۱ مبانی شکل‌گیری راهبرد.....
۸۵.....	۴-۲ ماهیت راهبرد.....
۸۶.....	۴-۳ سیاست‌های راهبرد.....
۸۶.....	۴-۴ نتایج راهبرد.....
۸۶.....	۴-۵ علل شکست راهبرد.....
۸۷.....	۵. نگاهی به اجماع جدید راهبرد توسعه.....
۸۹.....	۶. راهبردهای توسعه و اقتصاد ایران.....
۸۹.....	۶-۱ راهبرد ایران در برنامه‌های توسعه.....
۹۱.....	۶-۲ اتکای اقتصاد کشور به منابع.....
۹۲.....	۶-۳ اوضاع اقتصاد ایران: روند گذشته و وضع موجود.....
۹۵.....	۶-۴ مقایسه ایران با کشورهای منتخب.....
۹۷.....	۷. راهبرد پیشنهادی.....
۹۸.....	۷-۱ مبانی تدوین و معرفی راهبرد توسعه.....
۱۰۰.....	۸. خلاصه.....
۱۰۳.....	فصل پنج: نظریه‌های محیط.....
۱۰۳.....	۱. مقدمه.....
۱۰۴.....	۲. نظریه غیرقطعی (اقتضایی).....
۱۰۴.....	۲-۱ معرفی نظریه.....
۱۰۵.....	۲-۲ ابعاد محیط.....
۱۰۷.....	۲-۳ راهبردها.....
۱۰۷.....	۲-۴ نکات قوت.....
۱۰۷.....	۲-۵ انتقادات.....
۱۰۸.....	۳. نظریه وابستگی منابع.....
۱۰۸.....	۳-۱ معرفی نظریه.....
۱۱۰.....	۳-۲ ابعاد محیط.....
۱۱۱.....	۳-۳ راهبردها.....

۱۱۳	۳-۴ نکات قوت
۱۱۳	۳-۵ انتقادها
۱۱۴	۴. نظریه اقتصاد هزینه مبادله
۱۱۴	۴-۱ معرفی نظریه
۱۱۷	۴-۲ ابعاد محیط
۱۱۷	۴-۳ راهبردها
۱۱۸	۴-۳ نکات قوت
۱۱۸	۴-۴ انتقادها
۱۱۹	۵. نظریه شبکه‌ای (ساختاری)
۱۱۹	۵-۱ معرفی نظریه
۱۲۰	۵-۲ ابعاد محیط
۱۲۰	۵-۳ راهبردها
۱۲۱	۵-۴ نکات قوت
۱۲۱	۵-۵ انتقادها
۱۲۱	۶. نظریه بوم‌شناسی سازمانی
۱۲۱	۶-۱ معرفی نظریه
۱۲۴	۶-۲ ابعاد محیط
۱۲۵	۶-۳ راهبردها
۱۲۵	۶-۳ نکات قوت
۱۲۵	۶-۴ انتقادها
۱۲۶	۷. نظریه نهادگرایی
۱۲۶	۷-۱ معرفی نظریه
۱۲۷	۷-۲ ابعاد محیط
۱۲۹	۷-۳ نکات قوت
۱۲۹	۷-۴ انتقادها
۱۲۹	۸. نظریه اقتصادی
۱۲۹	۸-۱ معرفی نظریه
۱۳۲	۸-۲ ابعاد محیط
۱۳۲	۸-۳ راهبردها

فهرست □ ز

۱۳۴	۹. نظریه سیستمی.....
۱۳۴	۹-۱ معرفی نظریه.....
۱۳۶	۹-۲ ابعاد محیط.....
۱۳۶	۹-۳ راهبرد.....
۱۳۶	۹-۴ نقاط قوت.....
۱۳۶	۹-۵ انتقادات.....
۱۳۷	۱۰. معرفی الگوی کاربردی محیط.....
۱۴۵	۱۱. خلاصه.....

بخش دو: محیط درون کسب و کار

۱۵۳	فصل شش: فعالیت‌های درون سازمان.....
۱۵۳	۱. مقدمه.....
۱۵۳	۲. وظایف مدیریت.....
۱۵۵	۳. تحولات محیطی و مدیریت سازمان.....
۱۵۶	۴. تولید.....
۱۵۸	۵. راهبرد تولید.....
۱۶۰	۶. بازاریابی.....
۱۶۳	۷. مدیریت منابع انسانی.....
۱۶۷	۸. امور مالی و حسابداری.....
۱۶۹	۹. نوآوری.....
۱۷۱	۱۰. خلاصه.....

فصل هفت: ساختار قانونی و سازمانی کسب و کار.....

۱۷۳	۱. مقدمه.....
۱۷۳	۲. اهداف بنیادی کسب و کار.....
۱۷۴	۳. ذی‌نفعان کسب و کار.....
۱۷۵	۴. طبقه‌بندی کسب و کارها بر اساس مالکیت.....
۱۷۵	۴-۱ خوداشتغالی.....
۱۷۶	۴-۲ شرکت با مسئولیت نامحدود.....
۱۷۷	۴-۳ شرکت با مسئولیت محدود.....

۱۷۸	۵. انواع شرکت در ایران
۱۷۹	۱-۵ شرکت با مسئولیت محدود
۱۷۹	۲-۵ شرکت سهامی (خاص و عام)
۱۷۹	۳-۵ شرکت تضامنی
۱۸۰	۴-۵ شرکت غیرسهامی مختلط
۱۸۱	۵-۵ شرکت نسبی
۱۸۱	۶-۵ شرکت تعاونی
۱۸۲	۶. ساختار سازمانی
۱۸۳	۱-۶ مبانی ساختار سازمانی
۱۸۳	۲-۶ ساختار سازمان بر اساس وظیفه
۱۸۵	۳-۶ ساختار سازمان بر اساس بخش‌ها
۱۸۵	۴-۶ ساختار سازمان بر اساس محصول
۱۸۶	۵-۶ ساختار سازمان بر اساس روابط ماتریسی
۱۸۷	۷. خلاصه

فصل هشت: روش‌های رشد کسب و کارها

۱۸۹	۱. مقدمه
۱۸۹	۲. کسب و کار و تخصیص منابع
۱۹۰	۳. مقیاس اقتصادی و رشد
۱۹۲	۴. روش‌های رشد
۱۹۳	۱-۴ رشد کسب و کار از درون
۱۹۳	۲-۴ رشد کسب و کار از بیرون: ادغام یا خرید
۱۹۶	۵. روش‌های تامین مالی رشد
۱۹۸	۶. محدودیت‌های رشد
۱۹۸	۷. خلاصه

فصل نه: فرهنگ سازمانی

۲۰۱	۱. مقدمه
۲۰۲	۲. نظریه‌های فرهنگ سازمانی
۲۰۸	۳. فرهنگ ایمنی سازمانی

فهرست □ ط

۲۱۰.....	۴. نظریهٔ میان فرهنگی سازمانی.....
۲۱۵.....	۵. مدیریت و فرهنگ.....
۲۲۰.....	۶. خلاصه.....

فصل ده: نظریه‌های سازمان و مدیریت..... ۲۲۳

۲۲۳.....	۱. مقدمه.....
۲۲۴.....	۲. نظریه‌های مدیریت کلاسیک.....
۲۲۴.....	۱-۲ نظریهٔ مدیریت علمی.....
۲۲۶.....	۲-۲ نظریهٔ مدیریت اجرایی عمومی.....
۲۲۸.....	۳. نظریه‌های رفتار سازمانی.....
۲۳۰.....	۴. نظریه‌های مبتنی بر رویکردهای معاصر.....
۲۳۰.....	۱-۴ نظریهٔ سیستمی.....
۲۳۲.....	۲-۴ نظریهٔ اقتضایی.....
۲۳۳.....	۵. خلاصه.....

بخش سه: محیط خرد کسب و کار

فصل یازده: نظام بازار..... ۲۳۷

۲۳۷.....	۱. مقدمه.....
۲۳۷.....	۲. سازوکار بازار.....
۲۳۷.....	۳. تقاضا.....
۲۴۴.....	۴. عرضه.....
۲۴۹.....	۵. بازار محصول.....
۲۵۰.....	۶. مفهوم و تعریف تعادل.....
۲۵۳.....	۷. تغییر همزمان تقاضا و عرضه.....
۲۵۵.....	۸. کشش‌ها.....
۲۵۸.....	۹. سیاست دولت در بازار.....
۲۵۹.....	۷. خلاصه.....

فصل دوازده: ساختار بازار..... ۲۶۱

۲۶۱.....	۱. مقدمه.....
----------	---------------

۲۶۲	۲. بازار رقابت کامل.....
۲۶۴	۳. بازار رقابت انحصاری.....
۲۶۵	۴. بازارهای انحصار فروش.....
۲۶۶	۵. بازارهای انحصار خرید.....
۲۶۷	۶. بازار انحصار طبیعی.....
۲۶۸	۷. خلاصه.....

فصل سیزده: ساختار صنعتی..... ۲۷۱

۲۷۱	۱. مقدمه.....
۲۷۱	۲. ساختار صنعت.....
۲۷۳	۳. ساختار صنعت ایران.....
۲۷۴	۳-۱ ارزش افزوده بخش‌های اصلی اقتصاد.....
۲۷۸	۳-۲ سهم بخش‌ها از ارزش افزوده اقتصاد کشور.....
۲۷۹	۳-۳ اشتغال بخش‌های اصلی اقتصاد.....
۲۸۰	۴. خلاصه.....

بخش چهارم: محیط کلان کسب و کار

فصل چهارده: محیط سیاسی..... ۲۸۳

۲۸۳	۱. مقدمه.....
۲۸۴	۲. مفاهیم و تعاریف.....
۲۸۶	۳. محیط سیاسی.....
۲۸۷	۴. شکل‌گیری جناح‌های سیاسی.....
۲۸۹	۵. انواع نظام‌های سیاسی.....
۲۹۲	۶. تحولات سیاسی و محیط کسب و کار.....
۲۹۳	۷. سطح تاثیرگذاری دولت.....
۲۹۵	۷-۱ الگویی برای فرآیند سیاست‌گذاری.....
۲۹۷	۸. انتخاب رئیس دولت.....
۲۹۹	۹. نهادهای حکومت در ایران.....
۲۹۹	۹-۱ نهاد رهبری.....
۳۰۲	۹-۲ نهاد قوه مجریه.....

۳-۹ نهاد قوه مقننه.....	۳۰۵
۴-۹ نهاد قوه قضائیه.....	۳۰۸
۱۰. خلاصه.....	۳۱۰
فصل پانزده: محیط اقتصاد کلان.....	
۱. مقدمه.....	۳۱۳
۲. جریان واقعی و پولی در اقتصاد.....	۳۱۳
۳. تحولات فعالیت‌های اقتصادی: احصای سیاست‌های اقتصاد کلان.....	۳۱۵
۴. اهداف اقتصاد کلان.....	۳۱۸
۴-۱ ارتقای رشد اقتصادی.....	۳۱۹
۴-۲ مدیریت ادوار تجاری و رشد اقتصادی.....	۳۲۵
۴-۳ کاهش نرخ بیکاری.....	۳۲۹
۴-۴ کنترل نرخ تورم.....	۳۳۱
۴-۵ کنترل استقراض دولت.....	۳۳۷
۴-۶ دستیابی به نرخ ارز باثبات.....	۳۳۸
۴-۷ تعادل تراز پرداختها.....	۳۴۱
۵. اصول سیاست‌گذاری.....	۳۴۲
۵-۱ مداخله دولت و سیاست‌گذاری.....	۳۴۴
۵-۲ فرآیند سیاست‌گذاری.....	۳۴۵
۶. چارچوب سیاست‌های اقتصادی.....	۳۴۷
۷. سیاست‌های سمت عرضه کل اقتصاد.....	۳۴۸
۸. سیاست‌های سمت تقاضای کل اقتصاد.....	۳۵۵
۸-۱ سیاست مالی و بودجه.....	۳۵۵
۸-۲ سیاست پولی.....	۳۶۱
۸-۳ سیاست مالی.....	۳۶۲
۸-۴ سیاست‌های تجاری.....	۳۶۷
۹. سیاست ارزی.....	۳۶۸
۹-۱ عوامل مؤثر بر نرخ ارز.....	۳۷۰
۹-۲ آثار تحولات نرخ ارز.....	۳۷۱
۹-۳ مدیریت بازار ارز ایران.....	۳۷۱

۳۷۴	۱۰. خلاصه.....
فصل شانزده: محیط جمعیتی	
۳۷۹	۱. مقدمه.....
۳۷۹	۲. رویکردهای تاریخی تحولات جمعیت جهان.....
۳۸۱	۳. ارتباط جمعیت و کسب‌وکار.....
۳۸۲	۴. تحولات جمعیت و کسب‌وکار.....
۳۸۳	۵. تحولات جمعیت جهان: گذشته، حال و آینده.....
۳۸۴	۶. مهاجرت و تحولات جمعیتی.....
۳۸۶	۷. تحولات جمعیت ایران: گذشته، حال و آینده.....
۳۸۷	۸. تحولات هرم جمعیت ایران.....
۳۸۸	۹. ویژگی‌های جمعیت.....
۳۸۹	۱۰. تحولات ساختار گروه‌های سنی جمعیت.....
۳۹۰	۱۱. جمعیت مهاجر.....
۴۹۱	۱۲. خلاصه.....
فصل هفده: محیط اجتماعی	
۳۹۳	۱. مقدمه.....
۳۹۳	۲. خانواده به عنوان نهاد اجتماعی.....
۳۹۵	۳. گروه‌های اجتماعی.....
۳۹۶	۴. سرمایه اجتماعی.....
۳۹۹	۵. گروه‌های مرجع.....
۴۰۱	۶. طبقات اجتماعی.....
۴۰۷	۷. روند تحولات اشتغال و بیکاری کشور.....
۴۱۰	۸. روند تحولات اشتغال بخش‌های اقتصادی کشور.....
۴۱۱	۹. روند تحولات اشتغال بخش‌های عمومی و خصوصی.....
۴۱۱	۱۰. بهره‌مندی خانوارهای کشور از تسهیلات و امکانات.....
۴۱۴	۱۱. تحولات درآمد- هزینه خانوارهای شهری کشور.....
۴۱۵	۱۱-۱ تسهیلات و لوازم زندگی.....
۴۱۹	۱۱-۲ روند تحولات الگوی مصرف خانوارهای شهری کشور.....

۱۲. خلاصه..... ۴۲۰

فصل هجده: محیط فرهنگی..... ۴۲۳

۱. مقدمه..... ۴۲۳
۲. مفاهیم و تعاریف..... ۴۲۳
۳. فرهنگ ملی..... ۴۲۴
- ۳-۱ فرهنگ و دین..... ۴۲۵
- ۳-۲ فرهنگ و زبان..... ۴۲۸
- ۳-۳ فرهنگ و نمادهای ملی..... ۴۳۰
- ۳-۴ محیط فرهنگی ایران و کسب و کار..... ۴۳۰
۴. جهانی شدن و تحولات فرهنگ ملی..... ۴۳۲
۶. خلاصه..... ۴۳۵

فصل نوزده: محیط اخلاقی..... ۴۳۹

۱. مقدمه..... ۴۳۹
۲. ارزش‌ها و اخلاق..... ۴۴۰
۳. اخلاق با تاکید بر دیدگاه متفکران اسلامی..... ۴۴۲
۴. اخلاق در کسب و کار..... ۴۴۸
- ۴-۱ اصول اخلاقی کسب و کار..... ۴۴۹
- ۴-۲ اخلاق و مسئولیت‌های درون سازمانی و درون صنعتی کسب و کارها..... ۴۵۱
- ۴-۳ مسئولیت‌های اخلاقی ناشی از ماهیت بازار..... ۴۵۱
- ۴-۴ موضوعات اخلاقی ناشی از مسئولیت کسب و کارها در قبال جامعه..... ۴۵۲
- ۴-۵ واکنش به دغدغه‌های اخلاقی کسب و کارها..... ۴۵۳
۵. اخلاق در محیط زیست..... ۴۵۴
- ۵-۱ مسئولیت اجتماعی کسب و کارها..... ۴۵۴
- ۵-۲ مدیریت زیست محیطی در قبال مسئولیت اجتماعی..... ۴۵۵
- ۵-۳ واکنش کسب و کارها به ملاحظات زیست محیطی..... ۴۵۶
- ۵-۴ رویکردهای ارتقای ملاحظات زیست محیطی در کسب و کارها..... ۴۵۹

۶. مداخله دولت..... ۴۵۹
۷. خلاصه..... ۴۶۰

فصل بیست: محیط قانونی..... ۴۶۳

۱. مقدمه..... ۴۶۳
۲. مبانی، اصول و اهداف قانون..... ۴۶۴
۳. نظام حقوقی کشورها..... ۴۶۶
۴. طبقه‌بندی قانون..... ۴۶۷
۵. قانون‌های حاکم بر تولید و رشد اقتصادی..... ۴۶۹
۶. قانون ضد تراست..... ۴۶۹
۶-۱ مکتب فکری ساختاری..... ۴۶۹
۶-۲ مکتب فکری شیکاگو..... ۴۷۱
۶-۳ مکتب فکری سازمان صنعتی جدید..... ۴۷۳
۷. قانون رقابت و منع انحصار در ایران..... ۴۷۵
۸. قانون‌ها و مقررات حاکم بر فعالیت کسب‌وکارها..... ۴۷۶
۹. نظام قانونگذاری ایران..... ۴۷۸
۹-۱ وظایف قانونگذاری مجلس شورای اسلامی..... ۴۷۸
۹-۲ وظایف نظارتی مجلس شورای اسلامی..... ۴۷۹
۱۰. نظام قضایی ایران..... ۴۸۱
۱۰-۱ اصول نظام قضایی جمهوری اسلامی ایران..... ۴۸۱
۱۰-۲ نظارت قوه قضاییه..... ۴۸۲
۱۱. خلاصه..... ۴۸۴

فصل بیست‌ویک: محیط نوآوری و فناوری..... ۴۸۷

۱. مقدمه..... ۴۸۷
۲. مفاهیم و تعاریف..... ۴۸۸
۳. نظریه‌های توسعه نوآوری فناورانه..... ۴۹۰
۴. پارادایم‌ها و سیاست‌های نوآوری و فناوری..... ۴۹۱
۴-۱ پارادایم نئوکلاسیک‌ها..... ۴۹۲
۴-۲ سیاست‌های توسعه نوآوری و فناوری..... ۴۹۲

۴-۳	چالش‌های پیش‌روی نئوکلاسیک‌ها.....	۴۹۳
۴-۴	پارادایم ساختارگرایان تکاملی.....	۴۹۴
۴-۵	سیاست‌های نوآوری و فناوری.....	۴۹۶
۴-۶	چالش‌های پیش‌روی ساختارگرایان.....	۴۹۷
۴-۷	نقش مکملی پارادایم‌ها.....	۴۹۸
۵.	فناوری و کسب‌وکارها.....	۴۹۸
۶.	زیست‌فناوری.....	۴۹۹
۷.	دانش و فناوری و نقشه جامع علمی ایران.....	۴۹۹
۸.	خلاصه.....	۵۰۲

بخش پنجم: محیط بین‌الملل کسب‌وکار

فصل بیست‌ودو: نیروها و عوامل بین‌المللی شدن.....		۵۰۷
۱.	مقدمه.....	۵۰۷
۲.	راهبردها و بین‌المللی شدن کسب‌وکار.....	۵۰۷
۳.	عوامل بین‌المللی شدن کسب‌وکار.....	۵۰۸
۳-۱	انقلاب ارتباطات.....	۵۰۹
۳-۲	بهبود سیستم حمل‌ونقل.....	۵۰۹
۳-۳	همگنی بازارهای جهانی محصولات.....	۵۱۰
۳-۴	ثبات سیاسی.....	۵۱۲
۴.	انگیزه کسب‌وکارها برای بین‌المللی شدن.....	۵۱۳
۴-۱	عوامل دافعه.....	۵۱۳
۴-۲	عوامل جاذبه.....	۵۱۴
۴-۳	انگیزه توزیع ریسک، نااطمینانی و فرصت.....	۵۱۵
۵.	راهبردهای بین‌المللی شدن.....	۵۱۶
۵-۱	اهداف کمپانی.....	۵۱۶
۵-۲	در دسترس بودن منابع برای توسعه در سطح بین‌المللی.....	۵۱۶
۵-۳	اهمیت نوع محصول و بازار.....	۵۱۶
۵-۴	راهبرد صادرات.....	۵۱۷
۵-۵	راهبرد اعطای نمایندگی یا تحت لیسانس.....	۵۱۸

۵-۶ راهبرد بین‌المللی متحدان و سرمایه‌گذاری مشترک.....	۵۱۹
۵-۷ راهبرد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی.....	۵۱۹
۶. خلاصه.....	۵۲۰

فصل بیست‌وسه: جهانی‌شدن و بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارها..... ۵۲۳

۱. مقدمه.....	۵۲۳
۲. جهانی‌شدن.....	۵۲۳
۳. بین‌المللی‌شدن: نقش سرمایه‌گذاری خارجی.....	۵۲۴
۴. شرکتهای فراملی یا چندملیتی.....	۵۲۶
۵. بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارها.....	۵۲۷
۶. خلاصه.....	۵۲۹

فصل بیست‌وچهار: نهادهای بین‌المللی..... ۵۳۱

۱. مقدمه.....	۵۳۱
۲. سازمان ملل.....	۵۳۱
۲-۱ تأسیس سازمان ملل.....	۵۳۱
۲-۲ اهداف سازمان ملل.....	۵۳۱
۲-۳ ارکان سازمان ملل.....	۵۳۲
۲-۴ نهادهای سازمان ملل.....	۵۳۳
۳. بانک جهانی.....	۵۳۵
۳-۱ تأسیس بانک.....	۵۳۵
۳-۲ فلسفه تأسیس بانک.....	۵۳۵
۳-۳ انتقادات مطرح درباره بانک جهانی.....	۵۳۷
۴. صندوق بین‌المللی پول.....	۵۳۷
۴-۱ تأسیس صندوق.....	۵۳۷
۴-۲ فلسفه تأسیس صندوق.....	۵۳۸
۴-۳ آغاز و پایان نظام پولی برتن‌وودز.....	۵۳۹
۴-۴ فعالیتهای صندوق بین‌المللی پول بعد از نظام برتن‌وودز.....	۵۴۰
۴-۵ انتقادات مطرح درباره صندوق.....	۵۴۰
۵. سازمان تجارت جهانی.....	۵۴۱

فهرست □ ف

۵۴۱	۱-۵ تأسیس سازمان
۵۴۲	۲-۵ فلسفه تأسیس سازمان
۵۴۶	۳-۵ اصول سازمان
۵۴۷	۴-۵ عملکرد سازمان
۵۴۸	۵-۵ عضویت در سازمان
۵۵۰	۶-۵ انتقادهای مطرح در باره سازمان
۵۵۰	۶. خلاصه

بخش شش: شاخص‌های محیط کسب‌وکار

۵۵۵	فصل بیست‌وپنج: شاخص دمکراسی
۵۵۵	۱. مقدمه
۵۵۶	۲. هدف
۵۵۶	۳. تعریف
۵۵۶	۴. نهاد محاسبه‌کننده
۵۵۷	۵. چارچوب فکری - نظری
۵۵۷	۶. محورهای موضوعی
۵۵۷	۷. روش‌شناسی
۵۶۰	۸. نتایج
۵۶۱	۹. انتقادات
۵۶۵	۱۰. خلاصه

۵۶۷	فصل بیست‌وشش: شاخص آزادی اقتصادی
۵۶۷	۱. مقدمه
۵۶۸	۲. هدف
۵۶۹	۳. تعریف
۵۶۹	۴. نهاد محاسبه‌کننده
۵۷۰	۵. چارچوب فکری - نظری
۵۷۱	۶. محورهای موضوعی
۵۷۹	۷. روش‌شناسی
۵۸۳	۸. نتایج

۹. انتقاداتها..... ۵۸۵
۱۰. خلاصه..... ۵۸۹

فصل بیست و هفت: شاخص رقابت‌مندی..... ۵۹۳

۱. مقدمه..... ۵۹۳
۲. هدف..... ۵۹۳
۳. تعریف..... ۵۹۴
۴. نهاد محاسبه‌کننده..... ۵۹۴
۵. چارچوب فکری - نظری..... ۵۹۵
۶. محورهای موضوعی..... ۵۹۸
۷. روش‌شناسی..... ۵۹۸
۸. نتایج..... ۵۹۸
۹. انتقاداتها..... ۶۰۱
۱۰. خلاصه..... ۶۰۵

فصل بیست و هشتم: شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی..... ۶۰۹

۱. مقدمه..... ۶۰۹
۲. هدف..... ۶۰۹
۳. تعریف..... ۶۱۰
۴. نهاد محاسبه‌کننده..... ۶۱۰
۵. چارچوب فکری - نظری..... ۶۱۰
۶. محورهای موضوعی..... ۶۱۱
۷. روش‌شناسی..... ۶۱۲
۸. نتایج..... ۶۱۴
۹. انتقاداتها..... ۶۱۶
۱۰. خلاصه..... ۶۱۷

فصل بیست و نهم: شاخص اقتصاد دیجیتال..... ۶۱۹

۱. مقدمه..... ۶۱۹
۲. هدف..... ۶۱۹

فهرست □ ق

۶۲۰	۳. تعریف.....
۶۲۰	۴. نهاد محاسبه‌کننده.....
۶۲۰	۵. چارچوب فکری - نظری.....
۶۲۰	۶. محورهای موضوعی.....
۶۲۱	۷. روش‌شناسی.....
۶۲۱	۸. نتایج.....
۶۲۳	۹. انتقادات.....
۶۲۴	۱۰. خلاصه.....

فصل سی: شاخص نوآوری..... ۶۲۷

۶۲۷	۱. مقدمه.....
۶۲۸	۲. هدف.....
۶۲۹	۳. تعریف.....
۶۲۹	۴. نهاد محاسبه‌کننده.....
۶۳۰	۵. چارچوب فکری - نظری.....
۶۳۰	۶. محورهای موضوعی.....
۶۳۱	۷. روش‌شناسی.....
۶۳۳	۸. نتایج.....
۶۳۵	۹. انتقادات.....
۶۳۶	۱۰. خلاصه.....

فصل سی‌ویک: شاخص سهولت انجام فعالیت‌های کسب‌وکار..... ۶۳۹

۶۳۹	۱. مقدمه.....
۶۳۹	۲. هدف.....
۶۴۰	۳. تعریف.....
۶۴۰	۴. نهاد محاسبه‌کننده.....
۶۴۰	۵. چارچوب فکری - نظری.....
۶۴۱	۶. محورهای موضوعی.....
۶۴۳	۷. روش‌شناسی.....
۶۴۳	۸. نتایج.....

۶۴۴	۹. انتقادها
۶۴۶	۱۰. خلاصه
فصل سی و دو: مبانی و اصول شاخص‌سازی	
۶۴۹	۱. مقدمه
۶۴۹	۲. تعریف واژه‌های تخصصی
۶۵۲	۳. مفهوم پردازش
۶۵۵	۴. نظریه پردازش
۶۵۶	۵. دولت و آزادی اقتصادی
۶۶۱	۶. نظریه‌های مکمل شاخص‌سازی
۶۶۴	۷. شناسایی مؤلفه‌های شاخص
۶۶۵	۸. اندازه‌گیری کمی مؤلفه‌ها
۶۶۶	۹. تجمیع مؤلفه‌ها
۶۶۷	۱۰. خلاصه

بخش هفت: روش شناسی، مدل‌سازی و پیش‌بینی

۶۷۴	فصل سی و سه: روش شناسی مدل‌سازی
۶۷۶	۱. مقدمه
۶۷۶	۲. مفهوم و تعریف‌ها
۶۷۶	۳. روش کمیسیون کاول
۶۷۸	۴. روش سیستمی VAR و VECM
۶۷۹	۵. روش ادوار تجاری واقعی
۶۸۰	۶. روش LSE
۶۸۴	۷. مسائل کلیدی در روش شناسی
۶۸۷	۷-۱ مدل‌سازی انتظارات
۶۸۸	۷-۲ همزمانی
۶۸۸	۷-۳ احتمالات
۶۸۹	۸. موفقیت‌ها و چالش‌های پیش‌روی روش شناسی
۶۸۹	۸-۱ روابط ضعیف
۶۹۰	۸-۲ تجمیع

فهرست □ ش

۶۹۰	۳-۸ سلسله مراتب
۶۹۱	۴-۸ پیشینه موضوع و مدل سازی
۶۹۲	۵-۸ نسبت t
۶۹۳	۶-۸ برآورد مدل تحت شرایط نااطمینانی
۶۹۵	۹. خلاصه

فصل سی و چهار: رگرسیون و مدل های خطی و غیر خطی

۷۰۱	۱. مقدمه
۷۰۱	۲. مبانی و خواص مدل های رگرسیونی
۷۰۲	۳. مدل رگرسیون خطی کلاسیک
۷۰۴	۴. پایایی سری زمانی
۷۰۹	۵. مدل سازی VAR(P)
۷۱۰	۶. کاربرد رگرسیون برای محیط کسب و کار
۷۱۴	۷. مدل های GRACH و مدل سازی نااطمینانی
۷۱۷	۸. مدل های غیر خطی خانواده ESAR و LSTAR
۷۱۹	۹. خلاصه

فصل سی و پنج: پیش بینی

۷۲۱	۱. مقدمه
۷۲۳	۲. هدف پیش بینی
۷۲۴	۳. انواع پیش بینی
۷۲۶	۴. روش های پیش بینی کیفی
۷۲۶	۴-۱ روش ایفای نقش
۷۲۸	۴-۲ روش قصد
۷۲۹	۴-۳ روش تحلیل یکپارچه
۷۳۰	۴-۴ روش نظرات کارشناسی
۷۳۰	۴-۵ روش قضاوتی تلفیقی کارشناسی
۷۳۱	۵. روش های پیش بینی کمی
۷۳۲	۵-۱ مدل های یک متغیره
۷۳۴	۵-۲ مدل های چند متغیره

ت □ محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها

۶. شاخص‌های اندازه‌گیری اعتبار پیش‌بینی ۷۳۵
۷. خلاصه ۷۳۸

بخش هشت: تکنیک‌های محیط کسب و کار

- فصل سی‌وشش: تکنیک PEST ۷۴۱
۱. مقدمه ۷۴۱
۲. مبانی مدل محیط کلان کسب و کار ۷۴۱
۳. مؤلفه‌های کلیدی حوزه‌های موضوعی ۷۴۲
۴. کاربرد PEST ۷۴۶
۵. خلاصه ۷۵۴

- فصل سی‌وهفت: تکنیک SWOT ۷۵۷
۱. مقدمه ۷۵۷
۲. ادبیات SWOT ۷۵۷
۳. تحلیل SWOT (TOWS) ۷۶۰
۴. ایرادهای تکنیک SWOT و راه‌حل‌ها ۷۶۱
۵. خلاصه ۷۶۱

- فصل سی‌وهشت: تکنیک پورتر ۷۶۵
۱. مقدمه ۷۶۵
۲. ادبیات الگوی رقابت پنج نیرویی پورتر ۷۶۵
۳. مؤلفه کلیدی سازمان ۷۶۹
۴. تلفیق الگوی پورتر با فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی ۷۶۹
۵. خلاصه ۷۷۱

- فصل سی‌ونه: تکنیک گزینه‌ای ۷۷۳
۱. مقدمه ۷۷۳
۲. مفهوم و تعریف‌ها ۷۷۳
۳. تحولات تاریخی ۷۷۴
۴. روش‌شناسی و کاربرد ۷۷۵

۷۸۱	۵. خلاصه.....
۷۸۵	فصل چهل: تکنیک دلفی.....
۷۸۵	۱. مقدمه.....
۷۸۵	۲. مفهوم و تعریف‌ها.....
۷۸۶	۳. تحولات تاریخی.....
۷۹۰	۴. روش‌شناسی و کاربرد.....
۷۹۶	۵. خلاصه.....

بخش نه: بهبود محیط کلان کسب‌وکار ایران: فرصت‌ها، چالش‌ها و سیاست‌های راهبردی

۸۰۱	فصل چهل‌ویک: فرصت‌های کارآفرینانه: نظریه و عمل.....
۸۰۱	۱. مقدمه.....
۸۰۱	۲. مفهوم و تعریف فرصت‌های کارآفرینانه.....
۸۰۲	۳. ارتباط کارآفرینی و فرصت‌های کارآفرینانه.....
۸۰۴	۴. رویکرد بازار به عنوان فرآیند تخصیص منابع.....
۸۱۰	۵. رویکرد بازار به عنوان فرآیند کشف فرصت‌ها.....
۸۱۴	۶. رویکرد بازار به عنوان فرآیند خلق فرصت‌ها.....
۸۲۰	۷. توسعه فرصت‌های کارآفرینانه ایران.....
۸۲۰	۷-۱ ظرفیت جذب.....
۸۲۳	۷-۲ دسترسی به بازار.....
۸۲۶	۷-۳ خاستگاه عمومی.....
۸۲۷	۷-۴ خلق بازارهای جدید.....
۸۲۷	۸. بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه.....
۸۲۷	۸-۱ منابع و ظرفیت‌های اقتصادی کشور.....
۸۲۸	۸-۲ دسترسی به بازار.....
۸۳۳	۹. ظرفیت‌های سمت عرضه کارآفرین.....
۸۳۶	۱۰. خلاصه.....

فصل چهل‌ودو: موانع و چالش‌های اساسی پیش‌روی کسب‌وکارها.....

۸۴۱	۱. مقدمه.....
-----	---------------

۲. موانع کسب و کارها در سطح بین‌المللی و منطقه‌ای.....	۸۴۲
۳. موانع کسب و کارهای ایران	۸۴۵
۳-۱ گزارش مجمع جهانی اقتصاد.....	۸۴۶
۳-۲ گزارش پایش محیط کسب و کار در سطح ملی و استانی	۸۴۷
۳-۳ موانع و چالش‌های کسب و کارها در آستانه برنامه پنجم توسعه	۸۴۹
۴. حقایق آشکار شده ایران و چالش‌های اساسی	۸۵۱
۵. جمع‌بندی موانع و چالش‌های ایران	۸۵۳
۶. خلاصه.....	۸۵۵

فصل چهارم: سیاست‌های راهبردی بهبود محیط کسب و کار.....

۱. مقدمه.....	۸۵۹
۲. مفاهیم، مبانی و چارچوب سیاستگذاری	۸۵۹
۳. سیاستگذاری و مداخله دولت	۸۶۰
۴. مراحل سیاستگذاری	۸۶۵
۵. دلایل شکست سیاست‌های دولت.....	۸۶۷
۶. منشأ شکست دولت.....	۸۶۷
۷. تجارب شکست برنامه‌ها و سیاست‌های دولت	۸۶۸
۸. سیاست راهبردی ارتقای کارآمدی نهادها.....	۸۷۰
۹. سیاست راهبردی توسعه دانش، فناوری و نوآوری.....	۸۷۴
۱۰. سیاست راهبردی ارتقای کارایی و توسعه بازارهای اقتصاد کلان.....	۸۸۱
۱۱. سیاست راهبردی باثبات‌سازی محیط کلان.....	۸۸۴
۱۲. خلاصه.....	۸۹۳

مقدمه ویرایش دوم

ویرایش اول این کتاب در سال ۱۳۹۳ منتشر شد. اکنون که این کتاب در آستانهٔ چاپ دوم قرار دارد، فرصت را مغتنم شمرده و مواردی که به اصلاح نیاز داشت انجام شده است. ویرایش حاضر کتاب از چند نظر اصلاح شده است. با عنایت به اینکه در این فاصله آمارهای جدیدی منتشر شده بود، از آمارهای رسمی استفاده و حداقل امکان سعی شد مطالب فصول مختلف کتاب از نظر آماری به‌روز و اصلاح شود. علاوه بر آن، تمامی فصول کتاب بازخوانی شد و تا جایی که ممکن بود اصلاحات نگارشی، ویرایشی و علمی انجام گرفت. همچنین، فصل سی با عنوان شاخص نوآوری که ویرایش قبلی این فصل بر اساس شاخص نوآوری نوشته و تنظیم شده بود، در این ویرایش با محوریت شاخص نوآوری جهانی بازنویسی و اصلاح شد. شاخص نوآوری جهانی از نظر شناسایی نهاده‌ها و محصولات، نسبت به مدل نوآوری جامع‌تر است. علاوه بر آن تعداد کشورهای تحت پوشش بجای ۸۲ کشور، ۱۴۳ کشور است و در نهایت اینکه آمارهای این شاخص به‌صورت منظم زیر نظر سازمان دارایی‌های معنوی جهانی (WIPO) به عنوان یکی از ۱۷ نهاد تخصصی سازمان ملل، تهیه و منتشر می‌شود.

در این فرصت از تمامی استادان، پژوهشگران، دانشجویان، کارشناسان و سیاستگذاران ارجمند درخواست می‌نماید با ارائهٔ نظرات و پیشنهادهای ارزندهٔ خودشان در خصوص این اثر، مؤلف را در ارتقای کیفی کتاب یاری نمایند.

محمدعلی مرادی

عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

زمستان ۱۳۹۴

مقدمه ویرایش اول

کسب‌وکار برای فعالیت‌های کارآفرینانه به محیط مناسب نیازمند است. پس، آگاهی از وضعیت محیط کسب‌وکار برای دولت و کسب‌وکارها اهمیت دارد. فعالیت کسب‌وکارها نظیر تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری و به‌کارگیری نیروی کار، برای افق زمانی طولانی‌تر صورت می‌گیرد. بنابراین، کارآفرینان نه‌تنها اوضاع جاری محیط کسب‌وکار را در تصمیمات خود لحاظ می‌کنند بلکه چشم‌انداز کشور، منطقه و جهان را هم لحاظ می‌کنند. با عنایت به نقش حاکمیتی دولت‌ها در امور اقتصادی، آنها وظیفه دارند نظام اقتصادی کارآمد تخصیص منابع برای فعالیت‌های اقتصادی و ساختار انگیزش مناسبی برای فعالیت کارآفرینان فراهم کنند. علاوه بر آن، تبیین راهبرد توسعه در سطوح ملی و منطقه‌ای، جهت‌گیری اصلی نگرش دولت‌ها را برای فعالیت‌ها فراهم می‌کند. در این زمینه، اتخاذ سیاست‌های مؤثر و کارآمد برای هدایت فعالان اقتصادی و فراهم کردن زمینه تخصیص کارآمد منابع بخش خصوصی، نقش بسزایی دارد. این در شرایطی است که دولت‌ها با اتخاذ این سیاست‌ها؛ در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، نوآوری و فناوری، فرهنگی، سیاسی، قانونی و زیست‌محیطی؛ در شکل‌گیری محیط کسب‌وکار نقش ایفا می‌کنند. سیاست‌ها و تحولات جهانی نیز محیط کسب‌وکار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این موارد در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه بر ترکیب بخش‌های رسمی و غیررسمی تأثیر می‌گذارد. در صورتی که محیط کسب‌وکار مناسب باشد، علاوه بر اینکه حجم فعالیت‌های اقتصادی افزایش می‌یابد، حجم فعالیت‌های بخش غیررسمی را کاهش خواهد داد.

با عنایت به تحولات مذکور، تمامی کسب‌وکارها اعم از کسب‌وکارهای خصوصی، دولتی، کوچک و بزرگ به دیده‌بانی و پایش محیط کسب‌وکار نیاز دارند تا روندها و رویدادهای مؤثر بالفعل و بالقوه بر کسب‌وکارشان را شناسایی کنند و از این طریق راهبرد و سیاست مناسب برای مدیریت آثار آنها اتخاذ کنند. همچنین دولت به منظور سیاست‌گذاری برای بهبود محیط کسب‌وکار به پایش محیط نیاز دارد تا توان رقابتی کشور در سطح ملی و جهانی را ارتقا دهد و آثار مثبت آن را در تولید و رشد اقتصادی، اشتغال و توزیع درآمد تقویت کند.

نظر به اینکه جهانی شدن فعالیت‌های اقتصادی و تأثیرپذیری کسب‌وکار از تحولات و رخدادهای کلان و بین‌المللی، دستیابی به اهداف رشد اقتصادی بالا، ارتقای بهره‌وری، توسعه فرصت‌های شغلی و بهبود توزیع درآمد؛ مستلزم داشتن محیط کسب‌وکار مناسب برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است. با توجه به فرآیند جهانی‌سازی و تأثیر عوامل جهانی و ملی در فعالیت کسب‌وکارها، شناسایی محیط کسب‌وکارها و عوامل کلیدی مؤثر بر آنها بیش از گذشته اهمیت دارد. جهانی شدن و نحوه تعامل دولت‌ها با نهادهای بین‌المللی و منطقه‌ای بر محیط کسب‌وکارها تأثیرگذار هستند. دامنه تأثیرگذاری دولت و عوامل سیاسی بر کسب‌وکارها، سطوح متفاوتی دارد و شاید محلی، ملی، منطقه‌ای، فراملی و جهانی باشد. این تأثیرها یک‌طرفه نیستند بلکه کسب‌وکارها هم به صورت مستقیم و غیرمستقیم در

و □ محیط کسب و کار: نظریه‌ها، شاخص‌ها و تکنیک‌ها

انتخاب دولت‌ها و نمایندگان مجلس و به تبع آن در تدوین و تصویب قانون‌ها و مقررات و سیاست‌های ناظر بر کسب و کارها نقش دارند.

دانشگاهیان، سیاستگذاران، پژوهشگران و کارشناسان به‌طور مکرر از محیط صحبت می‌کنند. محیط کسب و کار عبارتی است که هر روز بر زبان‌ها جاری است در حالی که ابعاد آن به عنوان موضوعی علمی چندان تبیین نشده است. ابعاد موضوعی آن گسترده و ملغمه‌ای از رشته‌های علمی متعدد است. محیط کسب و کار به عنوان رشته‌ای از علوم اجتماعی در اغلب رشته‌های علمی نظیر کارآفرینی، اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی، سیاست و حقوق ریشه دارد و گستره آن طیف وسیعی از سطوح سازمان، صنعت و بخش و نیز سطوح ملی و جهانی را پوشش می‌دهد و از نظر زمان، افق‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت با محوریت گذشته، حال و آینده را بررسی می‌کند. به همین دلیل، محیط کسب و کار در مقایسه با محیط‌های فیزیکی، بسیار گسترده و پیچیده است.

محیط کسب و کار واقعیتی عینی است. زیرا تعریف و اندازه‌گیری شدنی است. از طرف دیگر محیط کسب و کار واقعیتی ذهنی است. چون وضعیت و مشخصات محیط به گونه متفاوت، توسط افراد تجسم می‌شود و این تجسم و ابعاد آن بر اساس میزان دانش و آگاهی افراد، از فردی به فرد دیگر متفاوت است و در نهایت محیط یک وضعیت ایجاد شده و ساختگی است که در آن تفکیک بین سازمان و محیط به طور دقیق امکان‌پذیر نیست. مسائلی نظیر توسعه رقابت، کاهش مقررات، بین‌المللی شدن کسب و کارها و تغییرات پرشتاب فناوری؛ بخشی از ابعاد پیچیده محیط را نشان می‌دهند. علاوه بر آن، نااطمینانی، پویایی و ظرفیت، در شکل‌گیری محیط نقش اساسی دارد. عوامل محیطی در ابعاد مختلف فعالیت‌های کسب و کار تأثیر می‌گذارند. سرعت ایجاد و میزان بقای کسب و کار، سطح دانش، فناوری و نوآوری، کارآفرینی و سطح سرمایه انسانی، میزان موجودی سرمایه فیزیکی و مالی کسب و کار از محورهای کلیدی هستند که قدرت رقابتی کسب و کارها را افزایش می‌دهد و بر تولید و ارزش افزوده و در نهایت بر ارتقای بهره‌وری و رشد اقتصادی، اشتغال و توزیع درآمد تأثیر بسزایی دارد. بدیهی است عوامل تأثیرگذار محیطی برای تحقیق و توسعه کسب و کار با عوامل تأثیرگذار محیطی برای فروش محصول آن متفاوت است. به همین دلیل، کسب و کارها بر اساس متغیر هدفی که انتخاب می‌کنند، عوامل محیطی را برای آن بررسی، تحلیل و ارزیابی خواهند کرد.

در مفهوم کلی محیط به عواملی اطلاق می‌شود که یک سیستم و نظام را احاطه می‌کند. به بیان دیگر، محیط مجموعه عواملی را پوشش می‌دهد که بر فعالیت‌های سازمان تأثیرگذار است. منظور از کسب و کار، هر نوع سازمانی را در بر دارد. این سازمان ممکن است بنگاهی خصوصی باشد. در این حالت کسب و کار معمولاً برای کسب سود فعالیت می‌کند. شکل دیگر این است که کسب و کار واحد دولتی باشد. در این حالت فعالیت آن به صورت غیرانتفاعی است. نوع سوم اینکه کسب و کار شاید مؤسسه خیریه باشد و در امور عام‌المنفعه فعالیت کند. محیط کسب و کار در مفهوم وسیع خود شامل مجموعه‌ای از عوامل است که بر سازمان مورد مطالعه تأثیر می‌گذارد. در ابتدا، محیط به مجموعه‌ای از عواملی اختصاص داشت که سازمان روی آنها کنترل ندارد اما با توسعه ادبیات محیط کسب و کار، محیط هم مجموعه عوامل بیرونی و درونی سازمان را پوشش می‌دهد که بر فعالیت سازمان تأثیر دارند. با عنایت

به تنوع حوزه‌های موضوعی محیط کسب‌وکار، در متون مختلف واژه‌های متفاوتی برای کسب‌وکار استفاده شده است. در این کتاب سعی شده برای روان شدن متن فصول مختلف، از واژه‌های مناسب حوزه موضوعی مرتبط با آن استفاده شود. پس، کسب و کار، بنگاه، کمپانی، سازمان در این کتاب بجای یکدیگر استفاده شده است. با وجود این، واژه مناسب برای کتاب، کسب‌وکار انتخاب شده است که مفهوم عام‌تری دارد و اغلب استفاده می‌شود.

ثبات و ناپایداری محیط برای همه کسب‌وکارها یکسان نیست. ماهیت فعالیت بعضی کسب و کارها به‌گونه‌ای است که در کوتاه‌مدت و میان‌مدت به‌طور نسبی دارای محیط باثبات‌تری هستند. برای مثال واحدها دولتی یا صنایع سنگین به‌طور نسبی، محیط با ثبات‌تری دارد. با وجود این باید تصریح کرد به تبع توسعه جهانی شدن، این کسب‌وکار نیز هر آن ممکن است از طریق تکانه‌های ملی و بین‌المللی متعدد، تحت تأثیر قرار گیرند. در مقابل بعضی کسب‌وکارها مانند خرده‌فروشی‌ها و بازار الکترونیکی دارای محیط شکننده‌تری هستند. این نوع کسب‌وکارها باید هر آن محیط خود را دیده‌بانی کنند و تحولات فناوری و نوآوری محیط را زیر نظر داشته باشند تا قادر باشند بقای خودشان را در محیط حفظ کنند.

درس «تحلیل محیط کسب‌وکار» یکی از دروس رشته کارآفرینی است. این درس در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران تاکنون بالغ بر ۷۰ بار توسط نویسنده تدریس شده است. علاوه بر آن، درس مذکور در دانشگاه علامه طباطبایی و مباحث پیشرفته محیط کسب‌وکار در درس «توسعه محیط کسب‌وکار» برای مقطع دکتری چندین ترم تحصیلی توسط نویسنده تدریس شده است. فقدان کتاب جامع و متناسب با محورهای موضوعی این درس با رویکرد کاربردی برای ایران یکی از انگیزهای اصلی تألیف این کتاب بوده است.

کتاب برای تدریس در دوره‌های تحصیلات تکمیلی نگارش شده است. به‌ویژه، کتاب برای تدریس در مقطع کارشناسی‌ارشد و مباحث پیشرفته آن برای مقطع دکتری رشته کارآفرینی مناسب است. این کتاب برای تدریس در رشته‌های مدیریت، مدیریت اجرایی و کسب‌وکار امکان ارائه دارد. علاوه بر آنها، کتاب حاضر برای برنامه‌ریزان، مدیران ارشد دولتی در سطح ملی و منطقه‌ای، کارشناسان واحدهای ستادی (برای آگاهی از ابعاد محیط و عوامل مؤثر بر آن و تنظیم و اجرای سیاست‌های بهبود محیط کسب‌وکار برای فعالیتهای کارآفرینی)، تصمیم‌گیران و سیاستگذاران مفید خواهد بود. همچنین، این کتاب برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارها و پژوهشگران به‌منظور تحلیل محیط کسب‌وکار مفید خواهد بود.

این کتاب در ۹ بخش و ۴۳ فصل تهیه و تنظیم شده است. بخش نخست مبانی، اصول و نظریه‌های محیط کسب‌وکار را تبیین می‌کند. بخش‌های دو تا پنج به ترتیب محیط درونی، محیط خرد، محیط کلان و محیط بین‌المللی را معرفی می‌نماید. بخش شش انواع شاخص‌های محیط کسب‌وکار و اصول شاخص‌سازی را تبیین می‌کند. بخش‌های هفت و هشت، روش‌شناسی و تکنیک‌های مختلف مدل‌سازی و پیش‌بینی را که برای تحلیل محیط کسب‌وکار استفاده می‌شود، اختصاص دارد.

بخش نه فرصت‌ها، چالش‌ها و سیاست‌های راهبردی بهبود محیط کسب‌وکار با محوریت ایران را پوشش می‌دهد.

این کتاب دارای ویژگی‌هایی است که به اهم آنها اشاره می‌شود. کتاب حاضر برای محیط کسب‌وکار ایران تألیف شده است و طی آن زمینه‌ها و حقایق آشکار شده ایران در حوزه‌های مختلف بررسی و آمار و اطلاعات نماگرهای کشور گزارش، تحلیل و طی آن ملاحظات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نوآوری و فناوری و قانونی کشور بررسی شده است. پرداختن به موضوعاتی نظیر اخلاق و ارزش‌ها، نظام اقتصادی اسلام، راهبرد ملی توسعه، چالش‌های محیط کسب‌وکار، فرصت‌ها و ارائه سیاست‌های راهبردی برای بهبود محیط کسب‌وکار کشور بخشی از مسائل و ویژگی‌های بومی را تشکیل می‌دهد که در این کتاب به آنها پرداخته شده است. کتاب‌های زیادی در زمینه نظریه‌های سازمان، بازاریابی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت راهبردی تدوین شده است که بیشتر بر مسائل درون سازمان متمرکز هستند. در حالی که آنها کمتر به محیط تأثیرگذار همزمان درون و بیرون سازمان پرداخته‌اند. در کتاب حاضر، سعی شده است این خلاء پر شود و ابعاد محیط بیرونی و درونی را به‌طور جامع تبیین و بررسی کند. پس، در این کتاب عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر فعالیت کسب‌وکارها با محوریت ایران تبیین و طی آن ابعاد گسترده و پیچیده محیط کسب‌وکار، شناسایی و تحلیل شده است. نظریه‌های محیط کسب‌وکار در سطح گسترده ارائه و ضمن تبیین ویژگی هر نظریه، نقد و انتقادهای مطرح بر آنها ارائه شده و در نهایت با الهام از یافته‌های نظریه‌های محیط کسب‌وکار، الگوی کاربردی برای بررسی محیط کسب‌وکار، معرفی شده است. در این کتاب شاخص‌ها و تکنیک‌هایی مختلف (که در تحلیل و ارزیابی محیط کسب‌وکار استفاده می‌شود) معرفی و نکات قوت و ضعف آنها ارزیابی شده‌اند. بخش مستقل به منظور ارزیابی و بهبود محیط کلان کسب‌وکار ایران اختصاص یافته است. با عنایت به اینکه آثار تمامی تحولات محیطی، سبب ایجاد فرصت و چالش برای کسب‌وکارها می‌شود، در این بخش فرصت‌های کسب‌وکار در سطوح ملی و بین‌المللی برای ایران شناسایی و معرفی شده و موانع و چالش‌های اساسی پیش‌روی کسب‌وکارها احصا شده و در نهایت سیاست‌های راهبردی برای بهره‌برداری از فرصت‌ها و رفع موانع و چالش‌ها با رویکرد بهبود محیط کسب‌وکار ایران، ارائه شده است.

فرصت را مغتنم می‌شمردم و از تمامی استادان، دانشجویان و کارکنان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران که زمینه مناسب تدریس، پژوهش و نگارش این کتاب را در محیطی صمیمی فراهم کردند، سپاسگزاری می‌کنم. در این میان، جناب آقای مهدی واحد وحدت‌کار دانشجوی دوره دکتری رشته کارآفرینی دانشگاه تهران علاوه بر آنکه در چند سال گذشته به عنوان دستیار درس تحلیل محیط کسب‌وکار در دوره کارشناسی‌ارشد دانشگاه تهران با اینجانب همکاری مفید و ارزشمندی داشته‌اند، پیش‌نویس تمامی فصل‌های این کتاب را بزرگوارانه به دقت مطالعه و اشکالات و نارسایی‌های باقیمانده آن را به شایستگی اعلام کردند. از ایشان به‌دلیل تلاش‌ها و همکاری‌های صمیمانه و ارائه پیشنهادهای مفید و ارزنده تقدیر و تشکر می‌کنم. سرکار خانم پریسا فتایی و سرکار خانم الهه کیانی که از دانشجویان کوشا و موفق درس تحلیل محیط کسب‌وکار اینجانب در دوره کارشناسی‌ارشد دانشگاه

تهران بودند، تنظیم کتاب را بر اساس دستورالعمل مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران بر عهده داشتند و با شایستگی این مهم را انجام دادند. علاوه بر آن، ایشان ویرایش نهایی کتاب را با دقت مضاعف نمونه خوانی کردند تا اشکالات تایپی و نگارشی کتاب به حداقل برسد. همکاری مستمر، دقت و عنایت ایشان موجب امتنان و سپاسگزاری است.

از داوران محترم کتاب در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران به خاطر اختصاص وقت ارزشمندشان برای مطالعه کتاب و ارائه نظرات ارزنده در این زمینه، قدردانی می‌نمایم. جناب آقای فرشاد رضوان که با حمیت تحسین‌پذیری ویراستاری ادبی کتاب را انجام دادند، سپاسگزاری می‌کنم. از تمامی عزیزانی که در مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران در فرآیندهای مختلف امور اجرایی، آماده‌سازی و چاپ کتاب همکاری صمیمانه داشتند، قدردانی می‌کنم.

فرصت را مغتنم و از همسر مهربانم و فرزندان عزیزم فائزه و احسان که بیشتر اوقات صرف شده برای نگارش این کتاب به آنها تعلق داشت و همچنین با مهربانی، صبوری و صمیمیت وصف‌ناپذیری اینجانب را یاری دادند، تقدیر و تشکر می‌کنم. بی‌شک، فراهم کردن محیط مطلوب خانواده بود که نگارش این کتاب را میسر کرد. خداوند رحمان را به پاس اعطای چنین نعماتی سپاسگزارم و توفیق به-جای آوردن شکرش را از درگاه احدیت خواهانم.

در پایان از تمامی خوانندگان کتاب، ارسال پیشنهادهای مفیدشان را برای رفع اشکالات باقیمانده و تکمیل کتاب و استفاده در ویرایش بعدی آن تقاضا دارم. موجب امتنان است نظرات خود را به پست الکترونیکی mamoradi@ut.ac.ir برای اینجانب ارسال کنند.

محمدعلی مرادی

عضو هیأت علمی دانشگاه تهران

بهار ۱۳۹۳