

اصول مدیریت کلاس جهانی

(در بنگاههای اقتصادی و کشوره)



مؤلف :

دکتر حسن فارسیجانی

دانشیار دانشگاه شهید بهشتی

سمیه کشاورز دستک - اصغر استیری

انتشارات برآیند پویش

سرشناسه: فارسیجانی، حسن، ۱۳۳۶
عنوان و نام پدیدآور: اصول مدیریت کلاس جهانی (در بنگاه‌های اقتصادی و کشورها) مؤلف / حسن فارسیجانی،
سمیه کشاورز دستک، اصغر استیری
مشخصات ناشر: تهران، برآیند پویش، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری: ۴۲۱ ص. مصور - جدول - نمودار
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۹۰-۴۶-۷ ۲۰۰,۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی: بر اساس اطلاعات فیپا.
شناسه افزوده: کشاور دستک، سمیه، ۱۳۵۷- استیری، اصغر، ۱۳۵۷
موضوع: جهانی شدن - جنبه‌های اقتصادی
موضوع: بازرگانی بین‌المللی
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۲ الف ۶ س ۲ / HS ۱۳۵۹
رده‌بندی دیویی: ۳۳۷
شماره کتابشناسی ملی ایران: ۳۳۸۵۶۹۷

ناشر: برآیند پویش

میدان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان روانمهر نرسیده به فخر رازی - پلاک ۸۹

تلفن: ۶۶۴۹۴۱۰۷

«اصول مدیریت کلاس جهانی (در بنگاه‌های اقتصادی و کشورها)»

تألیف: دکتر حسن فارسیجانی (دانشیار دانشگاه شهید بهشتی)

با همکاری سمیه کشاورز دستک و اصغر استیری

صفحه‌آرایی: فاطمه هاشمی

چاپ: جباری

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۹۰-۴۶-۷

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

کلیه حقوق این اثر برای پخش (علم‌گستر) محفوظ است.

ورود به بازارهای جهانی، یکی از مسائلی مهم است که ذهن مدیران بنگاههای اقتصادی و تصمیم‌گیرندگان کلان اقتصادی کشور را به خود مشغول داشته است. امروزه جهان هر روز بیشتر از گذشته به سمت دهکده جهانی پیش می‌رود و کشورها با برداشتن موانع تعرفه‌ای و حمایتی، بازارهای خود را به روی یکدیگر می‌گشایند و شاهد رقابت در سطحی فراتر از مرزهای ملی هستیم. یکی از سازمانهای تسهیل‌کننده بازرگانی بین کشورها، سازمان تجارت جهانی است. با ظهور سازمان‌های بین‌المللی و ایجاد تفاهم‌نامه‌های منطقه‌ای، تجارت در عرصه جهانی گسترش بیشتری یافته است و محصولات کشورها، مرزهای سیاسی و ملی را طی کرده و به دست مصرف‌کنندگانی می‌رسد که ممکن است از نظر فرهنگی و نژادی، هیچ قرابتی با تولیدکنندگان آن کالاها نداشته باشند. علاوه بر این، امروزه کالاها دیگر به کشور خاصی تعلق ندارند و در قالب شرکت‌های بین‌المللی تولید می‌شوند. این روندهای جهانی باعث شده تا ثبات بازارهای کالاها تولیدی کشورها توسط رقبای خارجی تهدید شود و رقابت از عرصه محلی و منطقه‌ای به عرصه فراملی و جهانی کشیده شود. در این وضعیت، تولیدکنندگانی که با اتکا به روش‌های قدیمی و شیوه‌های سنتی و منسوخ قصد حفظ بازار خود را دارند و غافل از دانش نوین مدیریت هستند، اولین بازندگان این رقابت هستند. زندگی و تولید ارزش در دنیای رقابتی، نیاز به دانش و مهارت‌های نوین دارد. آشنایی با علوم روز، نخستین گام در راه حرکت به سوی مدیریت کلاس جهانی است. مدیریت کلاس جهانی، یک فلسفه نوین مدیریتی است که با کمک راهکارها و ابزارها و مدل‌های نوین نه تنها سطح تولید، بلکه سطح بنگاه اقتصادی و کشور را ارتقاء داده و در رده کلاس جهانی قرار می‌دهد که باعث ورود موفقیت‌آمیز کلیه محصولات به بازارهای جهانی خواهد شد. آشنایی مدیران با این فلسفه نوین و عبور از پارادایم‌های منسوخ می‌تواند منجر به موفقیت در عرصه جهانی شده و رقابت جهانی برای کالاها را تسهیل کند. این راهکار، بسیار پایدارتر از برقراری حمایت‌های دولتی و ایجاد محدودیت برای کالاها مشابه خارجی است و موجب اجحاف در حق مصرف‌کننده و نادیده گرفتن حق مسلم انتخاب او نیز نمی‌شود. بدون شك رقابت‌گریزی راهکاری مطمئن و درست برای حفظ بقای بنگاهها نخواهد بود و پیوستن به معاهدات تجاری جهانی نه يك انتخاب، بلکه يك الزام خواهد شد که در سایه آن، فضای رقابت کشوری به سمت رقابت جهانی پیش خواهد رفت. کتاب (اصول مدیریت کلاس جهانی) شامل مطالب توصیفی و تحلیلی همراه با مورد کاوی است و مطالعه آن برای کلیه مدیران بنگاههای اقتصادی و تصمیم‌گیرندگان کلان اقتصادی کشور و همچنین دانشجویان رشته‌های مختلف اقتصاد و مدیریت و مهندسی و سایر علاقه‌مندان توصیه می‌گردد. در پایان بر خود لازم می‌دانم از همکاری و مساعدت کلیه عزیزانی که در چاپ و انتشار این اثر مشارکت داشته‌اند تقدیر و تشکر کنم.