



برنامه‌ریزی استراتژیک

مؤلف و گردآورنده:

حبیب میدانچی

انتشارات میدانچی

زمستان ۱۳۹۳



سرتاسره : میدانچی، جیب، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور : برنامه‌ریزی استراتژیک / مولف و گردآورنده حبیب میدانچی.
مشخصات نشر : تهران : انتشارات میدانچی، ۱۳۹۳.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۹۳-۱-۵ / ریال ۷۵۰۰۰
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
موضوع : برنامه‌ریزی راهبردی
رده‌بندی کنگره : HD۳۰ / ۲۸ / م۹، ۳۴ ۱۳۹۳
رده‌بندی دیوئی : ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی : ۳۷۳۳۹۷۰

برنامه‌ریزی استراتژیک

مولف و گردآورنده:

حبیب میدانچی

مدیر تولید: حسین کریمی
مدیر اجرایی: مرضیه حیدری
طراح جلد و صفحات داخلی: آتلیه انتشارات میدانچی
حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات میدانچی
ارتباطات: عاطفه سوری، عطیه رسولی
قطع: رقعی
نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۳
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
بها: ۷۵۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۹۳-۱-۵

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

هرگونه کپی‌برداری و درج مطالب این کتاب در منابع دیگر منوط به اجازه کتبی ناشر بوده و طبق قوانین حمایتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

دفتر مرکزی: تهران، سهرودی شمالی،
کوی منجیری، پلاک ۶۰، طبقه ۳، واحد ۱۲

بایگ‌آیدترنتی
WWW.MEIDANCHI.IR

تلفن: ۵۰ ۵۱۵۱ ۸۸

از مراکز بخش کتاب و کتابفروشی‌های تهران و شهرستان‌ها خواهشمندیم جهت دریافت امتیاز بخش کتاب‌های انتشارات میدانچی فقط با تلفن ۸۸۵۱۵۱۵۰ تماس حاصل نمایند.

فهرست مطالب

فصل ۱: مقدمه‌ای بر مبانی برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۷
۱-۱- استراتژی چیست؟.....	۸
۱-۲- تاریخچه استراتژی.....	۹
۱-۳- سلسله مراتب استراتژی‌ها.....	۱۰
۱-۳-۱- سطح کل سازمان.....	۱۱
۱-۳-۲- سطح بخش/واحد تجاری استراتژیک/ کسب و کار.....	۱۱
۱-۳-۳- سطح کارکردی/ وظیفه‌ای.....	۱۱
۱-۴- چارچوب تدوین و تنظیم استراتژی.....	۱۲
۱-۴-۱- مرحله شروع.....	۱۲
۱-۴-۲- مرحله تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک.....	۱۲
۱-۴-۳- مرحله تطبیق یا مقایسه.....	۱۳
۱-۴-۴- مرحله تصمیم‌گیری.....	۱۳
۱-۵- برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۱۴
۱-۵-۱- آیا برنامه‌ریزی استراتژیک همان برنامه‌ریزی بلندمدت است؟.....	۱۵
۱-۵-۲- پیش‌نیازهای برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۱۶
۱-۵-۳- ویژگی‌ها و محاسن برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۱۷
فصل ۲: ارتباط بین تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۱۹
۲-۱- تعریف تفکر استراتژیک.....	۱۹
۲-۲- ویژگی‌های تفکر استراتژیک.....	۲۱
۲-۲-۱- شناخت.....	۲۲
۲-۲-۲- تفکر سیستمی.....	۲۴
۲-۲-۳- تفکر مفهومی.....	۲۶
۲-۲-۴- رهبری تحول‌گرا.....	۲۷
۲-۲-۵- فرصت‌طلبی.....	۲۸
۲-۲-۶- آینده‌نگری.....	۲۸
۲-۳- تفکر استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۲۹
فصل ۳: مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۳۱
۳-۱- مرحله اول: اتفاق نظر برای تلاش در جهت برنامه‌ریزی استراتژیک.....	۳۲
۳-۱-۱- زمینه‌های اتفاق نظر.....	۳۲

۳۳	۱-۲-۳ چرا باید پیش از شروع برنامه‌ریزی به توافق برسیم؟
۳۵	۱-۳-۳ تدوین توافق مقدماتی
۳۷	۱-۳-۴ توافق چه محتوایی باید داشته باشد
۳۸	۱-۳-۵ چگونه کار را آغاز کنیم؟
۳۸	۱-۳-۶ رهنمودهایی برای تسهیل و اثربخش‌تر کردن توافقات اولیه
۴۰	۲-۳ مرحله دوم: بررسی، تشخیص و تعیین تعهدات و تکالیف
۴۱	۱-۲-۳ فواید و رهنمودهای اجرای این مرحله
۴۲	۳-۳ مرحله سوم: تبیین، تدوین و تنظیم رسالت و مأموریت سازمان
۴۳	۱-۳-۳ تحلیل ذینفعان
۴۳	۲-۳-۳ محورهای مأموریت سازمان
۴۷	۳-۳-۳ فواید تدوین بیانیه مأموریت
۵۲	۴-۳-۳ چشم‌انداز
۵۲	۴-۳ مرحله چهارم: ارزیابی محیط بیرونی
۵۵	۱-۴-۳ محیط تخصصی (خرد)
۶۰	۲-۴-۳ محیط عمومی (کلان)
۶۴	۳-۴-۳ ماتریس ارزیابی عوامل خارجی
۷۲	۴-۴-۳ روش تحلیل پروفایل رقابتی (CPM)
۷۳	۵-۳ مرحله پنجم: ارزیابی محیط درونی
۷۴	۱-۵-۳ نگرش منبع محور
۷۷	۲-۵-۳ بررسی عوامل داخلی با رویکرد وظیفه‌ای
۸۵	۳-۵-۳ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
۹۱	۴-۵-۳ فواید تحلیل SWOT
۹۲	۶-۳ مرحله ششم: تشخیص و تبیین مسائل استراتژیک و استراتژی‌ها مربوط به آنها
۹۴	۱-۶-۳ استراتژی‌های سطح کل سازمان / شرکت
۹۵	۱-۶-۳ استراتژی‌های هدایتی
۱۰۴	۲-۶-۳ استراتژی‌های پرتفولیو (تجزیه و تحلیل پرتفولیو)
۱۰۴	۳-۶-۳ استراتژی‌های سرپرستی
۱۰۶	۲-۶-۳ استراتژی‌های سطح کسب و کار
۱۰۷	۱-۲-۶-۳ استراتژی‌های توسعه
۱۰۷	۲-۲-۶-۳ استراتژی‌های رقابتی
۱۰۹	۳-۲-۶-۳ استراتژی‌های مشارکتی
۱۰۹	۴-۲-۶-۳ ائتلاف استراتژیک

۱۱۱	۳-۶-۳- استراتژی‌های سطح وظیفه‌ای.....
۱۱۲	۳-۶-۳-۱- استراتژی‌های بازاریابی.....
۱۱۳	۳-۶-۳-۲- استراتژی‌های مالی.....
۱۱۴	۳-۶-۳-۳- استراتژی‌های تحقیق و توسعه.....
۱۱۵	۳-۶-۳-۴- استراتژی‌های تولید و عملیات.....
۱۱۶	۳-۶-۳-۵- استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی.....
۱۱۷	۳-۶-۳-۶- استراتژی‌های سیستم‌های اطلاعاتی.....
۱۱۷	۳-۶-۴- تجزیه و تحلیل سوابق.....
۱۲۰	۳-۶-۵- تجزیه و تحلیل داخلی و خارجی.....
۱۲۳	۳-۶-۶- شناسایی استراتژی‌های ممکن.....
۱۲۸	۳-۷-۱- مرحله هشتم: برپایی استراتژی‌ها.....
۱۲۸	۳-۷-۱- ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی.....
۱۳۴	۳-۸-۱- مرحله هشتم: تشریح و توصیف موقعیت آتی سازمان.....
۱۳۴	۳-۹-۱- مرحله نهم: طرح‌ریزی برای اجرا و ارزیابی.....
۱۳۵	۳-۱۰-۱- نگاهی اجمالی به مراحل برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۱۴۵	فصل ۴: موانع و خطاهای احتمالی برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۴۵	۴-۱-۱- دلایل مقاومت در برابر برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۱۵۰	۴-۲-۱- مقابله با ذهنیت‌های ضد برنامه‌ای.....
۱۵۳	۴-۳-۱- خطرات برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۱۵۵	۴-۴-۱- ده اشتباه یا خطای عمده در برنامه‌ریزی.....
۱۵۹	فصل ۵: برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌های خصوصی و دولتی
۱۶۰	۵-۱-۱- تفاوت گام‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان‌های خصوصی و دولتی.....
۱۶۵	ضمیمه
۱۶۵	مورد ۱: نمونه‌ی برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت سایپا دیزل.....
۱۷۵	مورد ۲: تدوین استراتژی شرکت پاک‌گستر.....
۲۰۷	منابع