

به نام او که شایسته پرستش است

مدیریت راهبردی، با تجربه‌های جهانی

نویسندگان:

GREGORY G. DESS, GERRY McNAMARA,
ALAN B. EISNER, SEUNG-HYUN (SEAN)-LEE

برگردانان

دکتر احمد روحانی

دکتر فرامرز نصری

دکتر عماد رایان پور

ویراستار

هادی جهان بخش

■ **سوشناسه: گرگوری جی. دس، ۱۹۷۰-م** ■ **DESS GREGORY G., 1970- عنوان و نام پدیدآور:**
مدیریت راهبردی؛ با تجربه‌های جهانی [گرگوری جی. دس... و دیگران] برگردان: احمد روحانی، فرامرز
نصری و عماد رایان‌پور ■ **مشخصات نشر: نشر انتخاب ۱۳۹۹** ■ **مشخصات ظاهری: ۵۴۰ ص. ۱۷ × ۲۳/۵ س. م.**
ISBN: 978-622-730225-7 ■
وضعیت فهرست نویسی: فیپا ■ **یادداشت: عنوان اصلی Strategic Management; Text and Cases, Nine**
edition ■ **موضوع: مدیریت راهبردی** ■ **موضوع: Strategic Mngement** ■ **شناسه افزوده: دس، گریگور**
جی ■ **شناسه افزوده: DESS GREGORY G.** ■ **شناسه افزوده: روحانی، احمد، ۱۳۵۱-** مترجم ■ **شناسه افزوده نصری،**
فرامرز، ۱۳۲۷- مترجم ■ **شناسه افزوده: عماد رایان‌پور، ۱۳۴۶-** مترجم ■ **شناسه افزوده: هادی جهان بخش،**
۱۳۵۸ ویراستار ■ **رده بندی کنگره: ۳۰۲۸ HD** ■ **رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲** ■ **شماره کتابشناسی ملی: ۷۳۲۳۲۳۲**



نشر انتخاب

نشر کتاب‌های دانشگاهی

مدیریت راهبردی؛ با تجربه‌های جهانی

گریگور جی. دس و دیگران

برگردان

دکتر احمد روحانی، دکتر فرامرز نصری، دکتر عماد رایان‌پور

ویراستار علمی: هادی جهان بخش

| حروفچینی زری حبیبی | چاپ و صحافی چاپ دیجیتال ایران | چاپ اول ۱۳۹۹ |

| شمارگان ۵۰۰ جلد | شابک ۷-۲۲۵-۷۳۰۶۲۲-۹۷۸ |

تهران: خیابان ۱۲ فروردین، خ شهدای ژاندارمری، شماره ۱۲۶، طبقه چهار. ۶۶۹۶۰۶۵۱

www.nashrentekhab.com
nashrentekhab@gmail.com

پیشگفتار مترجمان

مدیران امروزی به جای اینکه تنها مسئولان و متولیان شرایط کنونی شناخته شوند، باید رهبرانی فعال بوده، تغییرات را پیش‌بینی کرده و پیوسته در حال چیدن کمبودها و بهبود کارایی‌ها باشند و چنانچه باید، تغییرات چشمگیری در راهبردهایشان بر جای گذارند. برنامه‌ریزی راهبردی سازمان باید آمیزه‌ای از شیوه تفکر در سراسر سازمان باشد.

آنها با ورود چالش‌ها و فرصت‌های زیاد در بازار جهانی، باید بیش از پیش به تنظیم راهبردهای بلند مدت پرداخته و در پی بهترین‌ها باشند. باید پا را فراتر گذاشته و به سوی «مدیریت ترقی» بگرایند نه به سبب آن، به شغلشان به عنوان ایجاد یک سری تغییرات کوچک برای بهبود کارایی شرکت بنگرند. رقابت در هر صنعتی پایدار، ساده و پیوسته، پسندیده است. اما بسیاری از این‌ها شدنی نیست. شتاب دگرگونی - و همچنین فشار بر مدیران برای بهبودهای کوچک و بزرگ در جهت‌گیری‌های راهبردی شرکت - را رو به افزایش است.

ماهیت برنامه‌ریزی راهبردی، مطالعه دلیل بر سر برخی شرکت‌ها نسبت به دیگران است. بنابراین، باید مدیران چگونگی رقابت شرکت را برای دستیابی به مزیت‌های پایدار در یک دوره زمانی بلندمدت تعیین کنند.

مدیریت راهبردی، مدیریتی شامل تحلیل‌ها، تصمیمات و رفتارهایی است که سازمان مزیت‌های رقابتی را خلق و حفظ می‌کند. بنابراین؛ چالش اساسی مدیران روی آنها؛ بازشناسی راهبردهایی است که مزیت‌هایی فراهم می‌کنند که بتوان در طول زمان حفظ کرد. مدیریت راهبردی در جهت چهار هدف سازمانی کلی است که شامل چند سهامدار سود، چشم‌اندازهای کوتاه‌مدت و بلندمدت دارد و روابط بین کارایی و بازدهی را تشخیص می‌دهد.

کتاب پیش رو، در بر دارنده جنبه‌های چرخه مدیریت راهبردی به همراه نمونه‌هایی از حوزه‌های گوناگون کسب و کار از سراسر جهان است. با هدف آشنایی هر چه بیشتر خوانندگان به مؤلفه‌های پیوند یافته به راهبردهای شرکت‌ها در جای جای جهان. برای آن، مطالعات میدان

گسترده‌ای در دستور کار قرار داشت. از این رو، می‌توان آن را برای تدریس در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری گرایش‌های مدیریت و مهندسی صنایع استفاده کرد.

محتوای کلی این کتاب به قرار زیر است:

- فصل ۱: مبانی مدیریت راهبردی،
- فصل ۲: بررسی محیط خارجی شرکت،
- فصل ۳: ارزیابی محیط داخلی شرکت،
- فصل ۴: دارایی‌های فکری شرکت،
- فصل ۵: راهبرد در سطح کسب و کار ایجاد و نگهداری مزایای رقابتی،
- فصل ۶: راهبرد در سطح شرکت،
- فصل ۷: راهبرد - پیرامونی،
- فصل ۸: راهبرد کرافت‌نی و پویایی رقابتی،
- فصل ۹: کنترل راهبرد، راحکیت شرکت،
- فصل ۱۰: ایجاد طرح‌های مدیر سازمانی،
- فصل ۱۱: رهبری راهبردی؛ ایجاد یک سازمان فراگیر و اخلاقی،
- فصل ۱۲: مدیریت نوآوری و تسبیح کرافتی شرکت،
- فصل ۱۳: تحلیل موارد مدیریت راهبرد.

با امید به این که این کتاب برای خوانندگان گرامی سودمند باشد، درخواست می‌شود، هر گونه پیشنهاد بهتر کننده این اثر را به نویسندگان خبر دهند.

در پایان از کلیه کسانی که با همفکری‌های ارزشمند، تسکون هر چه بهتر محتوای این اثر همکاری کرده‌اند، سپاسگزاریم. و همچنین از مدیریت محترم انتشارات، بابت حوصله و سلیقه در حفظ کیفیت چاپ این اثر.

فهرست مطالب

شماره صفحه

عنوان

۱	فصل اول - ارکان مدیریت راهبردی
۲	مقدمه
۳	پند گرفتن از حطاب
۱۰	چیستی مدیریت راهبردی
۱۱	تعریف مدیریت راهبردی
۱۳	ویژگی‌های مدیریت راهبردی
۱۷	فرایند مدیریت راهبردی
۱۷	تحلیل راهبرد
۱۸	تدوین راهبرد
۱۹	اجرای راهبرد
۲۰	نقش نظارت شرکتی و مدیریت ذی‌نفعان
۲۲	چشم‌اندازهای مدیریت ذی‌نفعان
۲۶	منع‌یابی جمعیتی، نقش نو ذی‌نفعان
۲۹	مسئولیت اجتماعی و پایداری محیطی
۳۱	ارزش مشترک
۳۳	هزینه‌های مالی، محیطی و اجتماعی
۳۶	چشم‌انداز؛ دستور کاری برای همه سازمان‌ها
۳۹	تضمین انسجام در راستای راهبردی
۴۰	چشم‌انداز سازمانی

۷	بیانیه‌های مأموریت
۵	اهداف راهبردی
۶	بررسی مفاهیم حرفه
۹	فصل دوم- ارزیابی محیط خارجی سازمان
۰	مقدمه
۱	پند گرفتن از خطاها
۳	سازمانی هوشیار به محیط زیست
۳	نقش بورس، نظارت، هوش رقابتی و پیش‌بینی
۶۱	محیط کلی
۶۲	بخش جمعیت
۶۴	بخش اجتماعی/فرسنگ
۶۴	بخش سیاسی/قانونی
۶۴	بخش فناوریانه
۶۶	بخش اقتصادی
۶۷	بخش جهانی
۶۸	روابط میان عناصر محیط کلی
۷۰	محیط رقابتی
۷۱	الگوی پنج نیروی رقابت صنعتی پورتر
۸۱	اثر اینترنت و فناوری‌های دیجیتال بر نیروهای رقابتی
۸۷	تحلیل صنعت
۹۱	گروه‌های راهبردی در صنایع
۹۳	بررسی مفاهیم حرفه

۹۵	فصل سوم- ارزیابی محیط داخلی سازمان
۹۶	مقدمه
۹۷	پند گرفتن از خطاها
۱۰۱	تحلیل زنجیره ارزش
۱۰۲	فعالیت های اصلی و پشتیبانی
۱۰۲	فعالیت های اصلی
۱۰۸	فعالیت های پشتیبانی
۱۱۲	روابط میان فعالیت های زنجیره ارزش در سازمان ها و میان آنها
۱۱۳	مشتری زایی
۱۱۳	زنجیره ارزش برای سازمان های خدماتی
۱۱۴	دیدگاه منبع محور شرکت
۱۱۷	انواع منابع شرکت
۱۱۸	منابع شرکت و مزیت های رقابتی پایدار
۱۳۱	تولید و توزیع سودهای شرکتی: تامین دیدگاه منبع محور
۱۳۳	دو نگرش به ارزیابی عملکرد شرکت
۱۳۳	تحلیل نسبت مالی
۱۳۷	یکپارچگی تحلیل مالی و خواسته های ذی نفعان
۱۳۸	کارت امتیاز متوازن
۱۴۰	محدودیت ها و معایب کارت امتیاز متوازن
۱۴۲	بررسی مفاهیم حرفه
۱۴۵	فصل چهارم- دارایی های فکری
۱۴۶	مقدمه
۱۴۷	پند گرفتن از خطاها

۱۴۹	 نقش محوری دانش در اقتصاد امروزی
۱۵۴	 سرمایه انسانی؛ پایه سرمایه فکری
۱۵۵	 فعالیت‌های وابسته به یکدیگر
۱۵۶	 جذب سرمایه انسانی
۱۵۶	 استخدام به خاطر نگرش، آموزش به خاطر مهارت
۱۵۷	 شبکه‌بندی و روش‌های کارآمد به کارگیری
۱۶۰	 توسعه سرمایه انسانی
۱۶۴	 جذب سرمایه انسانی
۱۶۷	 تقویت سرمایه انسانی
۱۶۹	 سرمایه اجتماعی
۱۷۱	 نقش سرمایه اجتماعی در حفظ استعدادها
۱۷۳	 شبکه‌های اجتماعی، مدیریت دانش، موفقیت شغلی
۱۷۴	 شبکه‌های اجتماعی ساده‌سازی شده
۱۸۱	 فصل پنجم- راهبرد سطح کسب و کار؛ مرایای رقابتی
۱۸۲	 مقدمه
۱۸۳	 راهبرد نوآوری شرکت اطلس درب
۱۸۴	 جنبه مثبت راهبرد اطلس درب
۱۸۵	 جنبه منفی راهبرد اطلس درب
۱۸۷	 نقش اینترنت و فناوری‌های دیجیتال بر راهبردهای رقابتی
۱۸۸	 راهبرد رهبری کل هزینه
۱۸۹	 دام‌های اینترنت در راهبرد رهبری هزینه
۱۸۹	 راهبرد تمایز
۱۹۰	 دام‌های اینترنت در راهبرد تمایز