

۲۲۱۷۸۸۹

به نام خدا

---

# فرایند برنامه ریزی استراتژیک (رویکرد عملیاتی)

---

نویسندگان:

رودولف گرونیگ - ریچارد کوهن

مترجمان:

دکتر سجاد اعتمادیان - دکتر محمد مهدی پرهیزگار



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۴۰۰

سرشناسه  
عنوان و نام پدیدآور  
مشخصات نشر  
مشخصات ظاهری  
شابک

گرونیگ، رودلف، ۱۹۵۴ - م.  
فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک (رویکرد عملیاتی) / نویسندگان رودلف گرونیگ، ریچارد کوهن؛  
مترجمان سجاد اعتمادیان، محمد مهدی پرهیزگار؛ ویراستار علمی خلیل حیدری.  
تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۴۰۰.  
۳۶۵ ص:، جدول، نمودار: ۱۴/۲۱×۵/۵ س.م.  
۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۹۹-۷

عنوان اصلی: The strategy planning process : analyses , options , projects . [۲۰۱۸].  
عنوان اصلی:  
کتابنامه.

Strategic planning  
Business planning  
Ku hn, Richard

موضوع  
موضوع  
شناسه افورده  
شناسه افورده  
شناسه افورده  
شناسه افورده  
رده بندی کنگره  
رده بندی دیویی  
شماره کتابشناسی ملی  
اطلاعات رکورد کتابشناسی

برنامه‌ریزی راهبردی  
برنامه‌ریزی سازمانی  
کوهن، ریچارد، ۱۹۳۹ - م.  
اعتمادیان، سجاد، ۱۳۶۱ -، مترجم  
پرهیزگار، محمد مهدی، ۱۳۴۲ -، مترجم  
حیدری، خلیل، ۱۳۲۹ -، ویراستار  
HD۳۰/۲۸:  
۶۵۸/۲۰۱۲:  
۸۱۹۶۲۱۰:  
فیبیا



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک (رویکرد عملیاتی)

نویسندگان: رودلف گرونیگ، ریچارد کوهن  
مترجمان: دکتر سجاد اعتمادیان - دکتر محمد مهدی پرهیزگار  
ویراستار علمی: دکتر خلیل حیدری

صفحه‌آرا: سولماز دمندان

طراح جلد: پاشا دارابی

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۰

قیمت: ۹۷۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۹۹-۷

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

« کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است. »

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ / ۰۲۱ - / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد نشر مکتوب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ - WWW.MORAKAB.COM

WWW.CPPC.ir / WWW.TAKBAB.COM

فروشگاه‌های اینترنتی



## فهرست مطالب

۹	مقدمه نویسندگان
۱۱	مقدمه مترجمان
۱۳	مقدمه
	قسمت اول - کلیات و ایده برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۱	فصل اول: ایده برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۳	فصل دوم: استراتژی‌ها، برنامه‌ریزی استراتژیک و ظرفیت‌های موفقیت
۲۳	۱-۲ استراتژی‌ها
۲۶	۲-۲ برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۸	۳-۲ ایجاد و حفظ ظرفیت‌های موفقیت به عنوان هدف اصلی ...
۳۶	References
۳۷	فصل سوم: توسعه برنامه‌ریزی استراتژیک و ادغام آن در مدیریت استراتژیک
۳۷	۱-۳ توسعه برنامه‌ریزی استراتژیک
۴۴	۲-۳ ادغام برنامه‌ریزی استراتژیک در مدیریت استراتژیک
۴۸	Reference

۴۹	فصل چهارم: ارزیابی اهداف استراتژیک
۴۹	۱-۴ سطح‌بندی متمرکز اهداف استراتژیک
۵۲	۲-۴ ارزیابی ظرفیت‌ها و استراتژی‌های موفقیت
۵۵	۳-۴ ارزیابی پروژه‌های استراتژیک
۵۷	Reference

### قسمت دوم - اسناد استراتژیک و استراتژی

۶۰	فرایند برنامه‌ریزی
۶۱	فصل پنجم: اسناد استراتژیک
۶۱	۱-۵ طبقه‌بندی اسناد استراتژیک
۶۵	۲-۵ ترکیب خاص اسناد استراتژیک شرکت
۶۷	References
۶۹	فصل ششم: فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک
۶۹	۱-۶ مبانی فرایندها
۷۱	۲-۶ فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک پیشنهادی
۷۸	۳-۶ ارتباط فرایند با ابزارهای اصلی تحلیل و برنامه‌ریزی
۸۴	References

### قسمت سوم - شروع برنامه‌ریزی استراتژیک

۸۹	فصل هفتم: تعریف کسب و کارهای استراتژیک فعلی
۸۹	۱-۷ مقدمه
۸۹	۲-۷ تعریف و ساخت بازارها
۹۳	۳-۷ مفهوم انواع کسب و کار استراتژیک
۹۸	۴-۷ فرایند تعریف کسب و کار فعلی استراتژیک
۱۰۵	References

۱۰۷	فصل هشتم: تهیه پروژه برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۰۷	۱-۸ مقدمه
۱۰۸	۲-۸ فرآیند تهیه پروژه برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۱۶	References

۱۱۷	فصل نهم: تحلیل سهام‌داران و بازرنگری در بیانیه مأموریت
۱۱۷	۱-۹ مقدمه
۱۱۸	۲-۹ تجزیه و تحلیل ذینفعان
۱۱۹	۳-۹ مفهوم، اثرات و محتوای بیانیه‌های مأموریت
۱۲۲	۴-۹ فرآیند تجزیه و تحلیل ذینفعان و بازرنگری در بیانیه مأموریت
۱۲۵	References

### تکمیل چهارم - تحلیل استراتژیک در سطح شرکت

۱۳۱	فصل دهم: تجزیه و تحلیل محیط جهانی
۱۳۱	۱-۱۰ مقدمه
۱۳۲	۲-۱۰ تجزیه و تحلیل PESTEL
۱۳۵	۳-۱۰ تجزیه و تحلیل سناریو
۱۳۹	۴-۱۰ فرآیند تحلیل محیط جهانی
۱۴۱	References

۱۴۳	فصل یازدهم: تجزیه و تحلیل صنایع مرتبط
۱۴۳	۱-۱۱ مقدمه
۱۴۵	۲-۱۱ مدل پنج نیرو
۱۵۱	۳-۱۱ مدل گروه‌های استراتژیک
۱۵۶	۴-۱۱ فرآیند تجزیه و تحلیل صنایع مرتبط
۱۵۹	References

## مقدمه

وظیفه اصلی مدیریت استراتژیک این است که زمینه را برای توسعه و موفقیت بلندمدت شرکت فراهم کند. این وظیفه را می‌توان به تدوین، اجرا و کنترل برنامه‌ریزی استراتژیک تقسیم کرد. تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک پایه و اساس دو وظیفه دیگر را تشکیل می‌دهد. بنابراین توسعه استراتژی‌های موفق اهمیت اساسی دارد، زمانی که مسائل استراتژیک مورد بحث قرار می‌گیرند نه تنها در ادبیات بلکه به صورت عملی در شرکت‌ها مورد بررسی و توجه قرار می‌گیرند.

افزایش شدت رقابت ناشی از رفع محدودیت‌ها و بین‌المللی شدن، همراه با تغییرات سریع تکنولوژی و دوره‌های کوتاه‌مدت بازار، به طور قابل توجهی باعث افزایش خطا شده است. می‌توان این انتظار را داشت که شرکت‌هایی که برنامه‌ریزی استراتژیک را نادیده می‌گیرند با وضعیت ناامیدکننده‌ای در مدیریت مواجه شوند.

بنابراین، بسیاری از مدیران و محققان، برنامه‌ریزی استراتژیک سیستماتیک را به عنوان یک شرط برای تأمین موفقیت بلندمدت شرکت‌ها در نظر می‌گیرند. به عنوان نمونه (بریزز؛ ۲۰۰۲۰۱۰) معتقد است که بسیاری از مطالعات تجربی تأیید می‌کنند که این دیدگاه برنامه‌ریزی استراتژیک سیستماتیک که منجر به موفقیت بلندمدت می‌شود درست است.