

علم استراتژی در توسعه کسب و کار

سید علیرضا بنی هاشمی کمالی

شهاب شاه حسینی فرد

سرشناسه: بنی‌هاشمی کمالی، سیدعلیرضا، ۱۳۶۸
عنوان و نام پدیدآور: علم استراتژی در توسعه کسب و کار / سید علیرضا بنی‌هاشمی کمالی،
شهاب شاه حسینی فرد.
مشخصات نشر: مشهد: سیمرغ خراسان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری: ۱۰۰ص.
شابک: ۸-۲۶-۷۵۴۴-۶۲۲-۹۷۸-۴۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: برنامه‌ریزی سازمانی
Business planning
برنامه‌ریزی راهبردی
Strategic planning
کسب و کار -- مدیریت
Business -- Management
شناسه افزوده: شاه حسینی فرد، شهاب ۱۳۶۹
رده بندی کنگره: HD۳۰/۲۸
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۵۳۶/۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

www.ketab.ir

عنوان کتاب: علم استراتژی در توسعه کسب و کار
مؤلفان: سید علیرضا بنی‌هاشمی کمالی - شهاب شاه حسینی فرد
طراح و راهنما: مسعود کرباسی معروف
ناشر: سیمرغ خراسان
قطع: رقعی / ۱۴۰۰
شابک: ۸-۲۶-۷۵۴۴-۶۲۲-۹۷۸
قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

مقدمه..... ۷

فصل اول- مدیریت استراتژیک پیشرفته و نقش آن در کسب و کار

مدیریت استراتژیک پیشرفته و نقش آن در کسب و کار..... ۱۳

تدوین استراتژی به عنوان یک فرایند مفهوم سازی..... ۲۵

تدوین استراتژی به عنوان یک فرایند رسمی..... ۲۹

مرحله ممیزی داخلی..... ۳۰

مرحله ارزیابی استراتژی..... ۳۰

مرحله عملی سازی استراتژی..... ۳۰

زمان بندی کل فرایند برنامه ریزی..... ۳۱

تدوین استراتژی به عنوان یک فرایند تحلیلی..... ۳۲

مزایای به کارگیری مدیریت استراتژیک..... ۳۴

بررسی موانع اجرای برنامه های استراتژیک..... ۳۶

مدیریت ریسک..... ۴۰

اهداف مدیریت ریسک..... ۴۲

فرایند تجزیه و تحلیل ریسک..... ۴۳

فصل دوم- نقش هوشمندی کسب و کار در استقرار اثربخش مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها

نقش هوشمندی کسب و کار در استقرار اثربخش مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها.....	۴۷
انواع روش‌های کسب و کار در هزاره سوم.....	۴۸
هوش کسب و کار.....	۵۵
ابعاد اصلی سیستم هوشمندی کسب و کار.....	۵۷
ابعاد مؤلفه‌ها	۵۸
فرآیند هوش کسب و کار در سازمان	۶۱
ضرورت استفاده از هوش کسب و کار در سازمان‌ها.....	۶۲
اجزا و مهارت‌های لازم برای ارتقای هوشمندی کسب و کار	۶۳
انواع ابزارهای هوشمندی کسب و کار	۶۴
پارامترهای اصلی مورد نیاز در سیستم هوشمندی کسب و کار.....	۶۷
روش اجرای یک استراتژی هوشمند کسب و کار.....	۶۸
اهمیت استراتژیک هوش کسب و کار در سطوح مختلف سازمان.....	۷۳
هوشمندی کسب و کار در برنامه‌ریزی و اجرای استراتژیک.....	۷۵
هوشمندی کسب و کار و مدیریت استراتژیک.....	۷۶
رهنمودهایی برای اجرای هوشمندی کسب و کار	۷۷
منابع	۸۱
واژه نامه.....	۹۳

مقدمه

فضای کسب و کار همواره در حال دگرگونی و تحول بوده است؛ اما در سالیان اخیر این تحولات سرعت فزاینده‌ای یافته است. مدیران کسب و کارها برای حفظ و یا حصول به موقعیتی پایدار و مشتریان دائمی و بیشتر، نیازمند آگاهی از این تغییرات به منظور کسب آمادگی‌های مورد نیاز هستند. در این صورت آنان با اتخاذ تدابیر و راهبردهایی متمایز، ضمن هماهنگی با تغییران تلاش مینمایند تا بر آن‌ها فائق آمده و کمتر با اثرات ناخواسته مواجه شوند. تعداد محدودی نیز ضمن پیشسازی و کسب فرصت‌های نهفته در تحولات حتی منشأ فرصتهای جدید برای دیگران خواهند بود.

جهان در سده‌دهم عصری نوین قرار گرفته است و مهم‌ترین سالهای تاریخ تمدن بشری را در پیش رو دارد. سالهایی که اکتشاف نوآوری‌های شگفت‌انگیز فناوری، فرصتهای بی‌سابقه اقتصادی و نوزایی پر عظمت فرهنگ‌هاست. سالهایی که در پیش است هرگز مثل و مانندی نداشته‌اند و بی‌گمان در هزاره جدید و نخستین دهه‌های آن شگفتی‌های بی‌شمار به بار خواهد آورد. در این دوران دنیا حامل تغییرات سریع، رقابتهای فشرده و نیازهای متنوع است. سازمان‌هایی در این شرایط موفق هستند که به خوبی فضای موجود و تعاملات آینده را بشناسند و بر مبنای آن چشم‌انداز، راهبرد و برنامه‌های مناسبی را اتخاذ نمایند. امروزه هیچ کشوری از نفوذ پیشرفت‌های حیرت‌انگیز فناوری اطلاعات و ارتباطات و بیوتکنولوژی و نانوتکنولوژی مصون نیست. انقلاب جهانی فناوری در دهه‌های اخیر با تغییرات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی در سراسر جهان همراه بوده است؛ مانند انقلابهای کشاورزی و صنعتی در گذشته، این انقلاب فناوری نیز از پتانسیل دگرگون‌سازی کیفیت زندگی و طول عمر، تحول در کار و صنعت، تغییر و تبدیل ثروت، جابجایی قدرت در سطح ملت‌ها

و افزایش تنش و تعارض برخوردار است. دستاوردهای بشر در عرصه‌های مختلف علوم مانند بیوتکنولوژی، نانوتکنولوژی، فناوری مواد و فناوری اطلاعات و ارتباطات به شناخت بیشتر بشر از ارگانیسم‌های زنده و چگونگی فعالیت، بهبود و کنترل آن، تولید محصولات، قطعات و سیستم‌های ارزان‌تر، هوشمندتر، چند منظوره، سازگار با محیط‌زیست، تغییر شیوه تولید و... شده است. دستاورد بشر در دهه‌های اخیر به ویژه شبکه جهانی اینترنت در مقوله فناوری ارتباطات باعث گردیده شیب منحنی رشد علم و فناوری در سالهای اخیر به شدت زیاد و به صورت یک منحنی متمایل به عمود تبدیل گردد که نشان از کوتاه‌تر شدن هرچه بیشتر چرخه زمانی تولید علم است.

بنابراین، ما در جهانی زندگی می‌کنیم که ویژگی بارز آن، اول تغییرات شتابنده، دوم غیرقابل پیش‌بینی بودن آینده است. این ویژگیها از اصول پارادایم نوین مدیریت یعنی مدیریت در محیط پویا و بی‌ثبات و غیرقابل پیش‌بینی را نیز شامل می‌شود. حال این سؤال مطرح است که مدیران در قبال این تغییرات شتابنده محیطی چه وظایفی دارند؟ ضرورت آینده‌پژوهی و آینده‌گرایی در مدیریت چیست؟ مدیران در محیطی که متغیرها به صورت غیرخطی بر همدیگر تأثیر می‌گذارند چه نقشی دارند؟ از این‌رو مدیران، به ویژه مدیران اقتصادی کشور بایستی ضمن الزام به تجهیز علم آینده‌شناسی و آینده‌نگری، هنر مدیریت در محیط بی‌ثبات و پویا و چگونگی برخورد با پدیده تغییر و بهره‌برداری از آن را بیاموزند. داشتن نگرش عمیق و ژرف‌نگری از تحولات شتابنده محیطی و کلان‌نگری که حاصل توجه عمیق به آینده است نیاز مدیران کشور است.

مدیران قرن بیست‌ویکم منتظر نمی‌مانند تا فرصت به سراغ آنان برود بلکه تغییر سکه‌ای است که دو رو دارد که یک روی آن فرصت و روی دیگر آن تهدید است. مدیران عصر

حاضر بایستی ضمن دارا بودن توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصتها، هنر تبدیل تهدید به فرصت را نیز بدانند. هنر بهره‌برداری از تغییر ناشی از انقلاب فناوری مهمترین هنر مدیران امروز است. باید نبض تفکر و نیازهای آینده جامعه را همیشه در دست خود داشته باشید و همواره چند قدم جلوتر از حوادث، آماده عکس‌العمل مناسب باشید؛ چه بسا شیوه‌های رایج اداره امور مردم در سالهای آینده تغییر کند. همه چیز در جهان در حال دگرگونی و تغییر است. به قول مایکل دل «تنها چیز ثابت خود تغییر است».