



تنظیم و اجرای استراتژی

مؤلف:

مؤسسه هاروارد

مترجم:

دکتر محمد علی شاه حسینی

(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

سحر زندی محب

www.ketab.ir

مشخصات کتاب

سرشناسه: مؤسسه هاروارد /

عنوان و نام پدیدآور: تنظیم و اجرای استراتژی /

مؤسسه هاروارد / مترجمان: محمد علی شاه حسینی

سحر زندگی محب

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۲۰۶ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۴۱-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: برنامه ریزی راهبردی / کارآمدی سازمانی

موضوع: ۲۰۲۰ Setting Your Strategy

رده بندی کنگره: HD۳۰/۲۸

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲

شماره کتاب شناسی ملی: ۸۷۳۰۰۷۴

دست اندرکاران

صفحه آرا: گلنوش صلاحی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۷۰۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب های مدیریت،
بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز
می باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی،
تکثیر، استفاده در کارگاه های آموزشی) بدون
اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

ساختمان ۲۸۶، طبقه اول، واحد ۵،

تلفن ۶۶۹۵۶۸۱۲-۱۵

مقدمه مترجمان

یک استراتژی برای آنکه بتواند به موفقیت کسب و کار شما کمک کند و در عین حال پاسخگوی رقبای جدید و تغییرات در صنعت شما نیز باشد موضوعی حیاتی می باشد. کتاب حاضر، مملو از نکات مهم و ضروری ارائه شده توسط مدیران برجسته دنیا در تنظیم و اجرای استراتژی برای دانشجویان و مدیران کسب و کار می باشد. وجود مثال ها و موردکاوی های آموزشی اغلب حاصل تجربه های نویسندگان است که با دانش علمی آن ها ترکیب شده است که این اثر را سرشار از نکات آموزنده کرده است. هدف ما از ترجمه این کتاب ارائه پاسخ های هوشمندانه ایی به مهمترین چالش های کاری توسط کارشناسان برجسته دنیا می باشد.

کتاب حاضر از ۲۴ موضوع در زمینه تنظیم و اجرای موفق استراتژی شکل گرفته است. موضوعات همگی توسط مدیران برجسته کسب و کارها مطرح گردیده که در مجله کسب و کار هاروارد منتشر شده است. مجله کسب و کار هاروارد نشریه ی مدیریتی است که توسط انتشارات دانشگاه هاروارد تولید، تنظیم و منتشر می شود. انتشار مجله هاروارد بیزینس ریویو از سال ۱۹۲۲ آغاز شده و اکنون صد ساله شده است. به خاطر همین عمر طولانی و مخاطبانی که از سراسر جهان آن را می خوانند، شاید بتوان آن را مشهورترین مجله کسب و کار جهان دانست.

با وجود در دسترس بودن کتاب های قوی بسیاری در حوزه مدیریت استراتژیک هنوز هم تقاضا در این زمینه وجود دارد. اغلب کتاب های موجود در بازار بر طراحی و فرموله کردن استراتژی تمرکز دارند و این در حالی است که کتاب حاضر تمرکز خود را بر اجرای

استراتژی به عنوان یکی از مهمترین مراحل مدیریت استراتژیک در سازمان ها و بنگاه ها قرار داده است. بنابراین تلاش کردیم با بیانی شیوا به ترجمه کتاب پردازیم و آن را به عنوان یک اقدام کوچک در اختیار مخاطبان این حوزه قرار دهیم. امید آن است که اساتید و دانشجویان و مدیران محترم با نقد و بررسی سنجیده خود کاستی های ترجمه کتاب را به مترجمان بازتاب دهند تا با دریافت بازخورها و نقدهای ارزشمند شما عزیزان بر غنای مطالب چاپ های بعدی کتاب افزوده شود. در نهایت از همه عزیزانی که ما در مرور و بازخوانی کتاب یاری کردند تشکر و قدردانی کنیم.

محمد علی شاه حسینی

سحرزندی محب

زمستان ۱۴۰۰

www.ketab.ir

فهرست مندرجات

عنوان

صفحات

مقدمه: استراتژی مورد نیاز خود را هم اکنون به دست آورید ۹

بخش اول: استراتژی چیست؟ ۱۷

تعریف استراتژی، پیاده‌سازی و اجرا ۱۹

پنج افسانه در مورد استراتژی ۲۵

برنامه‌های استراتژیک شما نه تنها استراتژیک نیستند، بلکه حتی برنامه هم نیستند ۳۱

بخش دوم: پایه‌گذاری ۳۵

استراتژی شما نیاز به استراتژی دارد ۳۷

رویکردهای متفاوتی که شرکت‌ها برای تنظیم استراتژی استفاده می‌کنند ۵۱

شش نکته برای اجرای جلسات فراکاری، که اتلاف وقت نیست ۵۹

اول سهامداران، دوم استراتژی ۶۷

بخش سوم: استراتژی خود را توسعه دهید ۷۳

استراتژی به خلاقیت نیاز دارد ۷۵

پنج پرسش برای تدوین استراتژی ۹۱

چهار نوع رقابت که می‌تواند شرکت شما را تهدید کند ۹۹

چگونه می‌توان مانند یک فرد آینده‌نگر برنامه‌ریزی استراتژی انجام داد؟ ۱۰۷

اکوسیستم کسب‌وکار، در حال تغییر قوانین استراتژی هستند ۱۱۵

تعیین «هدف» به عنوان هسته اصلی استراتژی ۱۲۳

بخش چهارم: انتخاب‌ها و تصمیمات استراتژی خود را بسنجید ۱۳۹

چهار روش برای تست فشار استراتژی ۱۴۱

گرفتار کدام یک از استراتژی «دام‌های آرامش» می‌شوید؟ ۱۴۷

تشخیص قابلیت‌ها و توانایی‌های جدید مورد نیازتان ۱۵۳

روشی ساده برای آزمودن هم‌سویی استراتژیک شرکت شما ۱۵۷

بخش پنجم: استراتژی خود را ابلاغ کنید ۱۶۵

رهبری تغییر و انتقال‌های استراتژیک ۱۶۷

استراتژی جدیدتان را با تأکید بر آنچه که نیست، توصیف کنید ۱۷۵

بحث درباره استراتژی در فرهنگ‌ها ۱۷۹

بخش ششم: استراتژی را اجرا کنید و از آن درس بگیرید ۱۸۳

استراتژی شما باید یک فرضیه باشد که دائماً آن را تنظیم می‌کنید ۱۸۵

نه تنها استراتژی باید منطقی باشد، بلکه اجرای آن توسط شما نیز باید منطقی باشد. ۱۹۱

اجازه ندهید اعداد (سه ماه یکبار) استراتژی شما را تعیین کنند ۱۹۷

همه چیز استراتژی در تمرین و ممارست است ۲۰۳