

مفاهیم کلیدی
مدیریت استراتژیک

جانان سائرند- دیانا کاول

ترجمه: مهدی مشفق - محمد تقوی

انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)
تهران: بزرگراه شهید چمران
پل مدیریت
تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲
صندوق پستی: ۱۵۹-۱۴۶۵۵
E-mail: isu.press@yahoo.com



دانشگاه امام صادق (ع)

مفاهیم کلیدی مدیریت استراتژیک ■ تألیف: جاناتان ساترلند-دیانا کانول ■ ترجمه: مهدی مشفق-محمد تقوی
ناشر: دانشگاه امام صادق (ع) ■ ویراستار ادبی: محمد حسین بصیری ■ چاپ اول: ۱۳۹۰ ■ قیمت: ۷۵۰۰۰ ریال
شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه ■ چاپ و صحافی: زلال کوثر ■ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۰۹۵-۱
همه حقوق محفوظ و متعلق به ناشر است.

این اثر ترجمه‌ای است از:

Key Concepts in Strategic Management, Jonathan Sutherland and Diane Canwell, palgrave macmillan, 2004.

سرشناسه: ساترلند جاناتان، ۱۹۵۸ - م.
Sutherland, Jonathan
عنوان و نام پدیدآور: مفاهیم کلیدی مدیریت استراتژیک / جاناتان ساترلند، دیانا کانول / ترجمه
مهدی مشفق، محمد تقوی.
مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری: ۳۷۲ ص: جدول.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۱۴-۰۹۵-۱ ریال ۷۵۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی: فیا
پادانست: عنوان اصلی: 2004, key concepts in strategic management.
موضوع: برنامه‌ریزی استراتژیک — واژه‌نامه‌ها
شناسه افزوده: کنول، دیان، ۱۹۵۰ - م.
Canwell, Diane: شناسه افزوده:
شناسه افزوده: مشفق، مهدی، ۱۳۵۹ - مترجم
شناسه افزوده: تقوی، محمد، ۱۳۶۱ - مترجم
شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)
رده بندی کنگره: ۱۳۹۰ ۷۷۱۷/س/۲۰/HD2A
رده بندی دیویی: ۲۰۱۲-۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی: ۲۴۵۲۳۱۰

فهرست مطالب

۲۵	 سخن ناشر
۲۷	 مقدمه

A

۲۹	
۲۹	Absolute cost advantage مزیت مطلق هزینه‌ای
۲۹	Absorptive Capacity ظرفیت جذب
۳۰	Accounting حسابداری
۳۱	Acquisition and restructuring strategy استراتژی مالکیت و بازسازی
۳۲	Acquisitions مالکیت
۳۳	Action planning برنامه‌ریزی اقدامات
۳۴	Activity ratios نسبت‌های فعالیت (نسبت کارایی)
۳۵	Adaptive Culture فرهنگ انطباقی
۳۶	Advanced factors of production عوامل پیشرفته تولید
۳۷	Agency, markets and hierarchies نمایندگی، بازارها و سلسله‌مراتب
۳۸	Ansoff, Igor انسف، ایگور
۳۹	Asset reduction strategy استراتژی کاهش دارایی
۴۰	Aston Group گروه آستون
۴۰	Average collection period متوسط دوره وصول مطالبات

B

۴۱	
۴۱	Balanced Scorecard کارت امتیاز متوازن
۴۲	Barriers to entry موانع ورود
۴۳	Barriers to imitation موانع تقلید
۴۴	Base / baseline مبنا و شالوده

۴۴ Behavioral theory	نظریه رفتاری
۴۵ Benchmarking	بهبه‌کاوی
۴۵ Bonus Plan reward system	طرح‌های پاداش
۴۶ Boston growth matrix	ماتریس رشد بوستون
۴۹ Bottom – up Planning	برنامه‌ریزی از پایین به بالا
۴۹ Brand Loyalty	وفاداری به علامت تجاری
۵۱ Broad differentiator	مؤسسه متمایز گسترده
۵۲ Bureaucratic costs	هزینه‌های دیوانسالاری
۵۲ Business level (competitive) strategy	استراتژی (رقابتی) سطح کسب و کار
۵۳ Business level strategy	استراتژی سطح کسب و کار
۵۴ Business Principles	اصول کسب و کار
۵۵ Business process	فرایندهای کسب و کار
۵۶ Business system	نظام تجاری (کسب و کار)
۵۷ Buyer-supplier relationships	رابط خریدار – فروشنده
۵۹	C
۵۹ Capabilities	قابلیت‌ها
۵۹ Capable competitors	رقبای توانا و قابل
۶۰ Capacity control strategies	استراتژی‌های کنترل ظرفیت
۶۱ Capital structure	ساختار سرمایه
۶۱ Cash cow	گاو شیرده
۶۲ Cash flow	جریان نقدی
۶۳ Centrality	محوریت
۶۴ Centralization	تمرکزگرایی
۶۴ Chaining strategy	استراتژی زنجیره‌ای

۶۴	Clarity of expectations	شفافیت انتظارات
۶۵	Close substitutes	جایگزین‌های مشابه
۶۵	Cognitive biases	تورش‌شناختی
۶۵	Commission system	نظام کارمزدی
۶۶	Company infrastructure	زیرساخت شرکت
۶۶	Competitive advantage	مزیت رقابتی
۶۶	Competitive bidding strategy	استراتژی مناقصه‌رقابتی
۶۷	environment Competitive	محیط رقابتی
۷۲	Competitive intelligence	اطلاعات رقابتی
۷۲	Competitive strategies, development of	استراتژی‌های رقابتی، توسعه
۷۴	Competitiveness, determinant of	عوامل تعیین‌کننده رقابت
		رقابت صنایع مرتبط و پشتیبان
۷۴	Competitiveness of related and supporting industries	
۷۵	Complementors	مکمل‌ها
۷۶	Conflict management	مدیریت تعارض
۷۸	Consolidated industry	صنعت مجتمع
۷۹	Consumer-Oriented business definition	تعریف کسب و کار مصرف‌کننده‌گرا
۷۹	Continuum of business activities	پیوستار فعالیت‌های کسب و کار
۷۹	Cooperative strategies	استراتژی‌های همکاری
۸۱	Coordination and control	کنترل و هماهنگی
۸۱	Core and Complementary assets	دارایی‌های اصلی و مکمل
۸۲	Core competences	شایستگی‌های محوری
۸۳	Corporate governance	راهبری (حاکمیت) شرکتی
۸۳	Corporate Level strategy	استراتژی سطح سازمان
۸۳	Corporate Planning Process	فرایند برنامه‌ریزی شرکت

۸۶ Corporate raiders	تصاحب خصمانه شرکت (مهاجم شرکتي)
۸۷ Corporate social responsibility	مسئولیت اجتماعی شرکت
۸۸ Corporate strategic Planning	تغییرات استراتژیک شرکت
۹۰ Cost-Leadership strategy	استراتژی رهبری هزینه
۹۱ Crisis management	مدیریت بحران
۹۱ Critical business issues	مسائل بحرانی کسب و کار
۹۱ Critical business needs	نیازهای بحرانی کسب و کار
۹۲ Critical success factors	عوامل بحرانی موفقیت
۹۲ Cross-cultural communication	ارتباطات میان فرهنگی
۹۲ Current ratio	نسبت جاری
۹۳ Customer defection rate	نرخ فرار مشتری
۹۴ Customer delight	لذت مشتریان
۹۴ Customer response time	زمان واکنش (پاسخ) مشتری
۹۵ Customer responsiveness	پاسخ‌گویی به مشتریان
۹۶ Customer satisfaction	رضایت مشتری
۹۶ Customization	سفارشی شدن محصولات
۹۷	D
۹۷ Day's sales outstanding	میانگین دوره وصول مطالبات
۹۷ Debt to assets ratio	نسبت بدهی به دارایی
۹۸ Debt equity ratio	نسبت بدهی به حقوق صاحبان سهام
۹۹ Decentralization	تمرکززدایی
۹۹ Decision making units (DMUS)	واحد‌های تصمیم‌گیرنده
۱۰۰ Decision tree	درخت تصمیم

۱۰۳	Decline stage	مرحله افول
۱۰۳	Deconstruction analysis and management	مدیریت و تحلیل و ساختگرا
۱۰۳	Delegation	تفویض اختیار
۱۰۴	Developmental change	تغییر توسعه‌ای
۱۰۵	Devil's advocacy	وکیل مدافع شیطان
۱۰۶	Dialectic enquiry	پرسش دیالکتیک
۱۰۶	Differentiation strategy	استراتژی تمایز
۱۰۷	Diseconomies of scale	عدم صرفه‌جویی به مقیاس
۱۰۸	Distinctive competence	شایستگی بارز
۱۰۸	Diversification	تنوع
۱۰۹	Divestiture	حذف فعالیت
۱۰۹	Divestment strategy	استراتژی واگذاری
۱۱۰	Dividend yield	بازده سود سهام
۱۱۱	Division	قسمت (بخش)
۱۱۱	Dog	سگ
۱۱۳	Double loop Learning	یادگیری دومرحله‌ای
۱۱۴	Downsizing	کوچک‌سازی
۱۱۴	Dumb sizing	کوچک‌سازی نامعقول

E

۱۱۶	Economy of Scale	صرفه‌جویی به مقیاس
۱۱۶	Economy of Scope	صرفه‌جویی ناشی از تنوع
۱۱۷	Effectiveness	اثربخشی
۱۱۷	Efficiency	کارایی
۱۱۷	Embryonic industry	صنایع جنینی (نارس)

۱۱۸	Emergent strategy	استراتژی نوظهور
۱۱۹	Emotional intelligence	هوش عاطفی
۱۱۹	Motivation	انگیزش
۱۱۹	Empathy	همدلی
۱۲۰	Empowerment	توانمندسازی
۱۲۰	Engagement	تعهد
۱۲۱	Entrepreneur	کارآفرین
۱۲۱	Escalating Commitment	تعهد تشدیدشونده
۱۲۲	Ethical decision making	تصمیم‌گیری اخلاقی
۱۲۴	Evolutionary theory	نظریه تکامل
۱۲۵	Exit barriers	موانع خروج
۱۲۶	Experience curve	منحنی تجربه
۱۲۷	Explanation	تبیین و تفسیر
۱۲۷	External environment	محیط خارجی
۱۲۸	External stakeholders	ذی‌نفعان خارجی
۱۲۹		F
۱۲۹	Factor conditions	شرایط عامل
۱۲۹	Factors endowments	نهاده‌های تولید
۱۳۰	Factors of production	عوامل تولید
۱۳۰	Fayol, Henri	فایول، هنری
۱۳۲	Fiedler contingency theory	مدل اقتضایی فیدلر
۱۳۳	Fill in the blanks	پر کردن جای خالی
۱۳۳	First-mover advantage	مزیت پیشرو بودن
۱۳۴	First-mover disadvantage	آسیب‌های پیشرو بودن

۱۳۵	Five forces model	مدل پنج نیرو
۱۳۶	Flat Structure	ساختار مسطح (تخت)
۱۳۶	Flattening	مسطح‌سازی
۱۳۸	Flexible machine cells	سلول‌های ماشینی منعطف
۱۳۸	Flexible manufacturing technology	فناوری تولید منعطف
۱۳۸	Focus strategy	استراتژی تمرکز
۱۳۹	Follet, Mary Parker	فالت، مری پارکر
۱۴۰	Foreign market entry strategies	استراتژی‌های ورود به بازارهای خارجی
۱۴۱	Foreign operation department	بخش فعالیت‌های خارجی
۱۴۲	Fragmented industry	صنعت بخش‌بندی‌شده
۱۴۲	Franchising	واگذاری امتیاز
۱۴۳	Free cash flow	جریان نقدی آزاد
۱۴۳	Full integration	ادغام کامل
۱۴۴	Functional level strategy	استراتژی سطح وظیفه‌ای
۱۴۴	Functional orientation	رویکرد وظیفه‌ای
۱۴۵	Functional structure	ساختار وظیفه‌ای
۱۴۶	Funnel of development	قیف توسعه

G

۱۴۸		ماتریس وضعیتی جنرال الکتریک (وضعیت تجاری جنرال الکتریک)
۱۴۸	General Electric screen matrix (the General Electric (GE) business screen).....	
۱۴۹	General environment	محیط عمومی
۱۵۰	Geographical structure	ساختار جغرافیایی
۱۵۱	Global area structure	ساختار منطقه‌ای جهانی
۱۵۱	Global learning	یادگیری جهانی

۱۵۱	Global matrix structure	ساختار مبتنی بر ماتریس جهانی
۱۵۲	Global product group structure	ساختار مبتنی بر گروه‌های جهانی محصول
۱۵۳	Global strategic alliances	ائتلاف استراتژیک جهانی
۱۵۴	Global strategic planning	برنامه‌ریزی استراتژیک جهانی
۱۵۴	Global strategy	استراتژی جهانی
۱۵۵	Global web	شبکه جهانی
۱۵۵	Globalization of markets	جهانی‌سازی بازارها
۱۵۶	Globalization of production	جهانی‌سازی تولید
۱۵۶	Goals	اهداف کلی
۱۵۸	Goal characteristic	ویژگی‌های هدف
۱۵۸	Goal congruence	تناسب اهداف
۱۵۸	Goal management	مدیریت هدف
۱۵۹	Governance mechanisms	سازوکارهای حاکمیت
۱۶۰	Green-field investment	سرمایه‌گذاری در مزرعه سبز
۱۶۱	Green mail	پست سبز
۱۶۱	Gross profit margin	حاشیه سود ناخالص (ناویژه)
۱۶۲	Groups and teams	گروه‌ها و تیم‌ها
۱۶۳	Group think	گروه‌اندیشی
۱۶۵	Growth industry	صنعت در حال رشد
۱۶۵	Growth strategy	استراتژی رشد
۱۶۶	Guru concept	نظریات اندیشمندان
۱۶۷		H
۱۶۷	Hamel, Gary	همل، گری
۱۶۸	Hard metrics	معیارهای سخت

۱۶۸	Hawthorn experiments	مطالعات هاثورن
۱۷۰	Hierarchies of strategy	سلسله‌مراتب استراتژی
۱۷۱	Historical financial analysis	تحلیل مالی بر مبنای گذشته
۱۷۲	Hold and maintain strategy	استراتژی حفظ و بقا
۱۷۲	Horizontal differentiation	تمایز افقی
۱۷۲	Horizontal growth	رشد افقی
۱۷۳	Horizontal hierarchical structures	ساختار سلسله‌مراتبی افقی
۱۷۳	Horizontal merger	ادغام افقی
۱۷۳	Hubris hypothesis	فرضیه غرور
۱۷۴	Human relation	روابط انسانی
۱۷۵	Human resources	منابع انسانی
۱۷۶	Hypercompetitive industries	صنایع فرا رقابتی

I

۱۷۷		
۱۷۷	Icarus Paradox	تناقض ایکاروس
۱۷۸	Illusion of control	توهم کنترل
۱۷۹	Implementation strategy	استراتژی اجرا
۱۸۰	Incremental innovation	نوآوری تدریجی
۱۸۰	Incumbent advantage	مزیت حضور (حاکمیت)
۱۸۰	Index / indexes / indices	شاخص
۱۸۱	Industry lifecycle model	الگوی چرخه عمر صنعت
۱۸۲	Inert cultures	فرهنگ‌های خشی (بی‌اثر)
۱۸۳	Informal power	قدرت غیررسمی
۱۸۳	Innovation adoption model	الگوی پذیرش نوآوری
۱۸۴	Innovation clusters	خوشه‌های فناوری

۱۸۵	Input measure	سنجش ورودی
۱۸۶	Intangible assets	دارایی‌های نامشهود
۱۸۶	Integrating mechanism	سازوکار یکپارچه‌سازی
۱۸۷	Intended strategies	استراتژی‌های مورد نظر
۱۸۷	Interface management	مدیریت تعامل
۱۸۸	Internal marketing	بازاریابی داخلی
۱۸۹	Internal stakeholders	ذی‌نفعان داخلی
۱۸۹	International business operations	فعالیت‌های تجاری بین‌المللی
۱۹۰	International licensing	اعطای مجوزهای بین‌المللی
۱۹۰	International strategy	استراتژی بین‌المللی
۱۹۱	Inter – Organizational relations	روابط بین سازمانی
۱۹۲	Intreprenuer	کارآفرین درون‌سازمانی
۱۹۲	Inventory turnover	گردش موجودی کالا
۱۹۲	Investment strategy	استراتژی سرمایه‌گذاری
۱۹۳	Invisible hand	دست نامرئی
۱۹۳	Irregular measures	سنجش نامنظم (بی‌قاعده)
۱۹۴	Issue agenda building	مسائل در دستور کار قرار گرفته
۱۹۴	Ivory tower planning	برنامه‌ریزی برج عاج

۱۹۶	J	
۱۹۶	Japanese business strategy	استراتژی کسب و کار ژاپنی
۱۹۶	Joint venture	سرمایه‌گذاری مشترک
۱۹۷	Junk bond	اوراق قرضه بی‌ارزش (بنجل)
۱۹۷	Just in time (JIT)	سیستم به‌هنگام

K

- ۱۹۹
 ۱۹۹ Kanter, Rosabeth Moss کانتر، روزابت ماس
 ۱۹۹ Keiretsu system سیستم کی‌رتسو

L

- ۲۰۱
 ۲۰۱ Lag strategy استراتژی تابع یا پیامد
 ۲۰۱ Lagging indicator شاخص تابع یا پیامد
 ۲۰۲ Lead strategy استراتژی هادی
 ۲۰۲ Leadership strategy استراتژی رهبری
 ۲۰۳ Leading indicator شاخص‌های هادی
 ۲۰۴ Lean production تولید ناب
 ۲۰۴ Learning effect اثر یادگیری
 ۲۰۵ Legitimate power قدرت قانونی
 ۲۰۵ Leverage buy-out (LBO) خریدهای استقراضی
 ۲۰۶ Liquidation انحلال
 ۲۰۷ Liquidity نقدشوندگی
 ۲۰۸ Local demand conditions شرایط تقاضای محلی
 ۲۰۸ Local economies صرفه‌جویی‌های مکانی
 ۲۰۹ Locked in قفل‌شدگی (تمایل به عدم خروج از سازمان)
 ۲۰۹ Logical incrementalism افزایش تدریجی منطقی
 ۲۱۰ Logistics تهیه و توزیع (تدارکات)
 ۲۱۰ Long-term contracts قراردادهای بلندمدت
 ۲۱۱ Loose-tight principle اصل اختیار شکننده

۲۱۲		M
۲۱۲	Macro-environment	محیط کلان خارجی
۲۱۲	Make or buy strategy	استراتژی ساخت یا خرید
۲۱۳	Management buy-out	خرید سهام شرکت توسط مدیریت
۲۱۴	Management by objectives (MBO)	مدیریت بر مبنای هدف
۲۱۵	Managerial behavioral	رفتارهای مدیریتی
۲۱۶	Managerial culture	فرهنگ مدیریتی
۲۱۶	Manufacturing strategy	استراتژی تولید (ساخت)
۲۱۸	Market concentration strategy	استراتژی تمرکز بازار
۲۱۸	Market development strategy	استراتژی توسعه بازار
۲۱۹	Market penetration	رسوخ در بازار
۲۱۹	Market segmentation	بخش‌بندی بازار (تقسیم بازار)
۲۲۳	Market share	سهم بازار
۲۲۴	Market to book value	نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری
۲۲۵	Marketing strategy	استراتژی بازاریابی
۲۲۵	Mass customization	تولید سفارشی انبوه
۲۲۶	materials management	مدیریت مواد اولیه
۲۲۶	Matrix and matrix structure	ساختار ماتریسی
۲۲۸	Matrix in the mind	ماتریس ذهنی
۲۲۹	McGregor, Douglas	مک‌گریگور، داگلاس (۱۹۰۶-۶۴)
۲۳۰	Micro-environment	محیط خُرد
۲۳۱	Minimum efficient scale	کمینه مقیاس کارایی
۲۳۱	Mintzberg, Henry	میتزبرگ، هنری
۲۳۳	Mission statement	بیانیه مأموریت
۲۳۴	Moore, Geoffery	مور، جفری

۲۳۴	Motivation	انگیزش
۲۳۵	Multi-dimensional measure	سنجش چندبعدی
۲۳۵	Multi-divisional structure	ساختار چندبخشی
۲۳۶	Multi-domestic strategy	استراتژی چندمحلی
۲۳۶	Mutual dependence	وابستگی متقابل

۲۳۷		N
۲۳۷	Naisbit, John	نیزبیت، جان
۲۳۸	Negative sum game	بازی جمع منفی
۲۳۸	Net profit margin	حاشیه سود خالص
۲۳۹	Network economics	اقتصاد شبکه‌ای
۲۳۹	Network structure	ساختار شبکه‌ای
۲۴۰	New venture division	بخش‌های مشارکتی جدید
۲۴۱	New venture	سرمایه‌گذاری‌های جدید
۲۴۲	Niche strategy	استراتژی بازار خاص (ممتاز)
۲۴۳	Non-price competition	رقابت غیرقیمتی
۲۴۳	Non-for-profit organization	سازمان‌های غیرانتفاعی

۲۴۶		O
۲۴۶	Objectives	اهداف عملیاتی
۲۴۶	Occupational psychology	روان‌شناسی شغلی
۲۴۷	On-the-job consumption	استفاده شخصی از جایگاه شغلی
۲۴۷	Operating budget	بودجه عملیاتی
۲۴۸	Operating responsibility	مسئولیت عملیاتی
۲۴۸	Operation management	مدیریت عملیات

۲۴۹	Operation research	پژوهش عملیاتی
۲۵۰	Operation strategy	استراتژی عملیاتی
۲۵۰	Organization types	اشکال سازمانی
۲۵۱	Organizational behavior	رفتار سازمانی
۲۵۲	Organizational convergence	همگرایی سازمانی
۲۵۳	organizational culture	فرهنگ سازمانی
۲۵۶	Organizational design	طراحی سازمانی
۲۵۷	Organizational development	توسعه سازمانی
۲۵۸	Organizational evolution	تکامل سازمانی
۲۵۹	Organizational learning	یادگیری سازمانی
۲۶۰	Organizational mapping	نقشه سازمانی
۲۶۰	Organizational norms	هنجارهای سازمانی
۲۶۰	Organizational performance	عملکرد سازمانی
۲۶۱	Organizational politics	سیاست‌های سازمانی
۲۶۲	Organizational population	جمعیت سازمانی
۲۶۳	Organizational socialization	جامعه‌پذیری سازمانی
۲۶۳	Organizational strategy	استراتژی سازمانی
۲۶۴	Organizational structure	ساختار سازمانی
۲۶۵	Organizational values	ارزش‌های سازمانی
۲۶۵	Outcome measure	سنجش پیامد
۲۶۶	Output control	کنترل محصول
۲۶۶	Output measure	سنجش محصول
۲۶۶	Outsourcing	پرون‌سپاری

P

۲۶۸		
۲۶۸	Parallel sourcing	منبع‌یابی موازی
۲۶۸	Parenting advantage	مزیت سرپرستی
۲۷۰	Performance drivers	محرك‌های عملکردی
۲۷۱	Performance gap	شکاف عملکردی
۲۷۱	Performance goal	اهداف عملکردی
۲۷۲	Performance importance grid	شبکه اهمیت عملکرد
۲۷۳	Performance indicator	شاخص عملکرد
۲۷۳	Performance management	مدیریت عملکرد
۲۷۵	Performance measurement	سنجش عملکرد
۲۷۵	PEST	تجزیه و تحلیل محیط
۲۷۶	Peters, Tom	پترز، تام
۲۷۷	Pettigrew, Andrew	پتیگرو، آندرو
۲۷۹	Pice-work plan	طرح کارمزدی
۲۷۹	Pioneering costs	هزینه‌های پیشرو
۲۸۰	Politics of strategy	استراتژی‌های سیاسی
۲۸۰	Poor commercialization	تجاری‌سازی ضعیف
		استراتژی‌های عمومی چهارگانه پورتر
۲۸۱	Porter's four generic competitive strategies	
۲۸۱	Portfolio strategy	استراتژی پورتفولیو
۲۸۴	Positioning strategy	استراتژی موضع‌یابی
۲۸۵	Positive sum game	بازی جمع مثبت
۲۸۶	Power	قدرت
۲۸۶	Prahalad, C.K.	پراهالد، سی. کی
۲۸۷	Price to earnings ratio	نسبت قیمت به درآمد

۲۸۸	Pricing strategies / policies		استراتژی‌ها / سیاست‌های قیمت‌گذاری
۲۹۰	Prior hypothesis bias		انحراف ناشی از پیش‌فرض / سوگیری پیش‌فرض
۲۹۰	Procedural justice		عدالت رویه‌ای
۲۹۰	Process management		مدیریت فرایند
۲۹۲	Process paradox		ناسازگاری فرایندی
۲۹۲	Process planning		برنامه‌ریزی فرایند
۲۹۳	Product development		توسعه محصول
۲۹۵	Product differentiation		تمایز محصول
۲۹۵	Product life cycle analysis		تجزیه و تحلیل چرخه عمر محصول
۲۹۹	Product proliferation		تکثیر محصول
۲۹۹	Product team structure		ساختار تیم محصول
۳۰۰	Productivity		بهره‌وری
۳۰۰	Profit ratio		نسبت سود
۳۰۰	Profit sharing		مشارکت کارکنان در سود
۳۰۲	Profit strategy		استراتژی سود
۳۰۳	Project boss/manager		مدیر / رئیس پروژه
۳۰۴	Punctuated equilibrium		تبادل نقطه جدایی (منقطع)
۳۰۶			Q
۳۰۶	Quality		کیفیت
۳۰۷	Quality assurance		تضمین کیفیت
۳۰۷	Quality circles		چرخه کیفیت
۳۰۸	Quantum innovation		نوآوری کوانتومی
۳۰۸	Quick ratio		نسبت آنی
۳۰۹	Quinn, R.E		کوئین، آر، ای

۳۱۱	R
۳۱۱	استراتژی‌های انفعالی Reactive strategies
۳۱۱	استراتژی تحقق‌یافته Realized strategy
۳۱۱	استدلال قیاسی (تمثیلی) Reasoning by analogy
۳۱۲	کارمندیابی و انتخاب Recruitment and selection
۳۱۴	مهندسی مجدد Re-engineering
۳۱۴	سنجه‌های رسمی رایج Regular formal measures
۳۱۴	سنجه‌های غیررسمی رایج Regular informal measures
۳۱۵	تنوع همگون Related diversification
۳۱۵	سهم بازار نسبی Relative market share
۳۱۵	تحقیق و توسعه Research and development
۳۱۷	وابستگی منابع Resource dependency
۳۱۹	تجدید ساختار Restructuring
۳۱۹	استراتژی‌های کاهش Retrenchment strategies
۳۲۰	نرخ بازده سرمایه‌گذاری Return on investment (ROI)
۳۲۱	بازده حقوق صاحبان سهام Return on stockholder/shareholder's equity
۳۲۱	بازده مجموع دارایی‌ها Return on total assets
۳۲۱	مدیریت ریسک Risk management
۳۲۴	S
۳۲۴	واحد تجاری استراتژیک Strategic business unit (SBU)
۳۲۵	برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو Scenario planning
۳۲۶	خودتنظیمی Self-regulation
۳۲۶	چارچوب هفت-اس Seven s framework
۳۲۶	دوره رکود Shake-out stage

.....	استراتژی ایجاد سهم / استراتژی افزایش سهم
۳۲۷	Share building strategy/ share increasing strategy
۳۲۸	Simple structure ساختار ساده
۳۲۸	Single-dimensional measure سنجش تک‌بعدی
۳۲۸	Situational analysis تجزیه و تحلیل وضعیت
۳۲۹	Soft metrics معیارهای نرم
۳۲۹	Span of control حیطه نظارت
۳۳۰	Stability strategies استراتژی‌های ثبات
۳۳۱	Stakeholder ذی‌نفع
۳۳۱	Stakeholder analysis تجزیه و تحلیل ذی‌نفعان
۳۳۴	Standardization استانداردسازی
۳۳۵	Star ستاره
۳۳۵	Strategic alliance ائتلاف استراتژیک
۳۳۷	Strategic change تغییر استراتژیک
۳۳۸	Strategic choice انتخاب استراتژیک
۳۳۸	Strategic commitment تعهد استراتژیک
۳۳۹	Strategic competence شایستگی استراتژیک
۳۴۰	Strategic control کنترل استراتژیک
۳۴۲	Strategic control systems سیستم‌های کنترل استراتژیک
۳۴۳	Strategic groups گروه‌های استراتژیک
۳۴۳	Strategic intent قصد استراتژیک
۳۴۳	Strategic leadership رهبری استراتژیک
۳۴۴	Strategic management مدیریت استراتژیک
۳۴۴	Strategic management process فرایند مدیریت استراتژیک
۳۴۶	Strategic marketing بازاریابی استراتژیک

۳۴۶ Strategic marketing planning	برنامه‌ریزی بازاریابی استراتژیک
۳۴۶ planning Strategic	برنامه‌ریزی استراتژیک
۳۴۷ Strategic planning gap	شکاف برنامه‌ریزی استراتژیک
۳۴۸ Strategic responsibility	مسئولیت استراتژیک
۳۴۸ Strategic thinking	تفکر استراتژیک
۳۴۹ Strategic turnaround	تغییر جهت استراتژیک
۳۴۹ Strategic formulation	تدوین استراتژی
۳۵۰ Sun tzu	سان تزو
۳۵۰ Sustained competitive advantage	مزیت رقابتی پایدار
۳۵۱ Switching costs	هزینه‌های تغییر (جایگزینی)
۳۵۱ Synergy	هم‌افزایی

T

۳۵۲	
۳۵۲ Take-over constraint	اعمال محدودیت
۳۵۲ Tangible resource/asset	دارایی / منابع مشهود
۳۵۳ Taper integration	یکپارچگی ناقص
۳۵۳ Taylor, Frederick Winslow	تیلور، فردریک وینسلو
۳۵۴ Technical strategy	استراتژی فنی
۳۵۴ Technical myopia	نزدیک‌بینی فنی
۳۵۵ Technology management	مدیریت فناوری
۳۵۶ Times covered ratio	نسبت پوشش زمانی
۳۵۶ Timing of entry	زمان‌بندی ورود
۳۵۶ Top-down change	تغییر از بالا به پایین
۳۵۷ Top-down planning	برنامه‌ریزی از بالا به پایین
۳۵۷ Total asset turnover ratio	نسبت گردش مجموع دارایی‌ها

۳۵۸	Total quality management (TQM)	مدیریت کیفیت فراگیر
۳۶۰	Total shareholder return	عایدی کل سرمایه‌گذاری (حقوق صاحبان سهام)
۳۶۰	Transfer pricing	قیمت‌گذاری انتقالی
۳۶۱	Transformational change	تغییر بنیادی
۳۶۲	Transitional change	تغییرات انتقالی (گذاری)
۳۶۲	Tow-boss employees	کارکنان دورنیه
۳۶۳		U
۳۶۳	Unrelated (conglomerate) diversification	تنوع ناهمگون
۳۶۴		V
۳۶۴	Value chain	زنجیره ارزش
۳۶۶	Value chain analysis	تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش
۳۶۷	Values	ارزش‌ها
۳۶۷	Vertical hierarchical structure	ساختار سلسله‌مراتبی عمودی
۳۶۸	Vertical integration	یکپارچگی عمودی
۳۶۸	Virtual corporation	سازمان مجازی
۳۶۸	Vision statement	بیانیه چشم‌انداز
۳۷۰	Von Clauswitz, Carl	فون کلاس‌ووتیز، کارل
۳۷۱		W
۳۷۱	Weber, Max	ویر، ماکس
۳۷۲	White spaces	فاصله سفید یا جداکننده‌ها
۳۷۲	Wholly owned subsidiary	مالکیت کامل شرکت تابعه

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
 وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
 فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
 (قرآن کریم، سوره مبارکه النمل، آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که از سوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند. از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متاثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام درواقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که بیش از «ربع قرن» تجربه دارد و هم اکنون ثمرات نیکوی این شجره طیبه در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول ثبوت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود در طلیعه دور جدید فعالیتش بتواند به توسعه و تقویت آنها در پرتو عنایات حضرت حق تعالی، اهتمام ورزد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آن‌ها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق علیه السلام را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

مقدمه

کتاب حاضر به مثابه منبعی در زمینه مدیریت استراتژیک مفاهیم کلیدی را در این حوزه توضیح و توصیف می‌کند و مرجعی را برای مطالعه در اختیار خوانندگان آن قرار می‌دهد. از دلایل مهم انتخاب این کتاب برای ترجمه، نبود کتب مشابهی در این زمینه است. گرچه کتاب‌های زیادی در حوزه مدیریت و تفکر استراتژیک در ایران تألیف یا ترجمه شده است، مرجع کاملی که واژگان و اصطلاحات این حوزه را توصیف یا تشریح کرده باشد، تاکنون وجود نداشته است.

دلیل دیگری که باعث شد تا کتاب پیش رو برای ترجمه انتخاب شود، اهمیت توجه و ورود به مباحث مدیریت استراتژیک و ایجاد زمینه آشنایی آن توسط مدیران بخش‌های مختلف کشور بوده است. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم به کارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با این گونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسائل سازمان‌های امروزی است. پایه‌های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند، قرار دارد و این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت می‌توانند از آن بهره گیرند، «مدیریت استراتژیک» خواهد بود.

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌ای خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیت‌هایش به گونه‌ای درآید که اعمال نفوذ کند (نه اینکه تنها در برابر کنش‌ها، واکنش نشان دهد) و بدین صورت سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

از بعد تاریخی، مزیت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک می‌کند از مجرای استفاده کردن از روش منظم‌تر، معقول‌تر و منطقی‌تر راه‌ها یا گزینه‌های استراتژیک را انتخاب کند و بدین‌صورت استراتژی‌های بهتری را تدوین کند. تردیدی نیست که این یکی از منافع اصلی مدیریت استراتژیک است، ولی نتیجه تحقیقات کنونی نشان می‌دهد که این فرایند می‌تواند در مدیریت استراتژیک نقش مهم‌تری ایفا کند. مدیران و کارکنان از طریق درگیر شدن در این فرایند خود را متعهد به حمایت از سازمان می‌کنند. یکی دیگر از مهم‌ترین منافع مدیریت استراتژیک این است که موجب تفاهم و تعهد هرچه بیشتر مدیران و کارکنان می‌شود. یکی از منافع بزرگ مدیریت استراتژیک این است که موجب فرصتی می‌شود تا به کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به‌وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می‌شوند در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی را تمرین کنند و بدین‌صورت اثربخشی آن‌ها افزایش خواهد یافت.

این کتاب می‌تواند مرجع مناسبی برای مدیران، دانشجویان و علاقه‌مندان حوزه مدیریت استراتژیک باشد.

همچنین از صاحب‌نظران، اساتید و خوانندگان عزیز این اثر می‌خواهیم تا با ارائه دیدگاه‌های خود، مترجمان را در رفع کاستی‌های موجود در ترجمه آن مطلع کنند تا ان‌شاءالله نسبت به رفع آن‌ها اقدام شود.

مهدی مشفق - محمد تقوی