

مدیریت راهبردی

در سازمان

مؤلف : امیر نجف زاده

استاد دانشگاه

سرشناسه	: نجف‌زاده، امیر، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت راهبردی در سازمان/مولف امیر نجف‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران: آرنا، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۸ص: مصور، جدول.
شابک	: 978-600-356-138-0
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۹۶ - ۱۹۸.
موضوع	: برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع	: سازمان
رده بندی کنگره	: HD ۲۸/۳۰ن/۴۱۳۹۳م
رده بندی دیویی	: ۴۰۱۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۶۱۵۳۸۲



نشر آرنا

عنوان	: مدیریت راهبردی در سازمان
مولف	: امیر نجف‌زاده
ناشر	: آرنا
طرح جلد	: رامین نوروزی فرد
چاپ	: اول ۱۳۹۳
شمارگان	: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۱۲۵۰۰ تومان	
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۵۶-۱۳۸-۰

www.arnapub.com

فهرست مطالب:

فصل اول - سازمان، اطلاعات و مدیران	۶
فصل دوم - سازماندهی	۱۹
فصل سوم - برنامه ریزی و تصمیم گیری	۶۶
فصل چهارم - سیستم های اطلاعات مدیریت راهبردی	۱۱۲
فصل پنجم - توسعه سیستمهای اطلاعاتی	۱۵۰
فصل ششم - داده و مدیریت راهبردی داده ها	۱۷۳
فصل هفتم - شبکه و ارتباطات	۱۸۹
فصل هشتم - مدیریت راهبردی	۱۹۷
فصل نهم - بکارگیری راهبردی سیستمهای اطلاعاتی	۲۳۰

مقدمه :

کارآمدترین مدیران نیز، اگر از منابع انسانی مناسب و متناسب بهره مند نباشند، نمی توانند تحقق اهداف و برنامه های کلان سازمان را محقق نمایند. این مدیران باید ابتدا بتوانند انتظارات و نیازهای خود را از بخش منابع انسانی سازمانشان، هر چه شفاف تر، تصور کنند. اگر این انتظارات مدون و مکتوب نشوند، همواره این خطر وجود دارد که در عین ثابت ماندن اهداف و برنامه های راهبردی، انتظارات از منابع سازمانی دستخوش تغییرات و یا تغییرات سلیقه ای شود.

از این رو بهتر است که این انتظارات به صورت شفاف و به دور از کلی گویی (استفاده از جملات کلی) تدوین شوند. واضح است که تدوین این انتظارات به مفهوم غیر قابل تغییر بودن آنها نیست و در مواعد زمانی مشخص، می توان بر اساس برنامه های بازنگری، به تغییر و اصلاح آنها مبادرت نمود.

در این مرحله مدیر ارشد سازمان، بر اساس ساختار سازمانی موجود، انتظارات خود را از هر بخش (نه از هر فرد) تدوین می کند. از این رو می توان گفت که توقعات از هر یک از بخشها در مراحل مختلف عمر سازمانی، ممکن است تفاوت کند و همین عامل سبب جابجایی نیروها در مقاطع مختلف از عمر سازمان می شود.

پیشگفتار:

با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم به کارگیری برنامه ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل، بیشتر از گذشته ملموس می شود.

مدیریت راهبردی با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده نگر، جامع نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسائل سازمانهای امروزی است. پایه های مدیریت راهبردی بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکتهای رقیب، بازارها، قیمتها، عرضه کنندگان مواد اولیه، توزیع کنندگان، دولتها، بستانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند، قرار دارد و این عوامل تعیین کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهایی که سازمانها برای حصول موفقیت در آینده می توانند از آن بهره گیرند مدیریت راهبردی خواهد بود.

مدیریت راهبردی به سازمان این امکان را می دهد که به شیوه های خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریت باعث می شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیتهايش به گونه ای درآید که اعمال نفوذ نماید (نه اینکه تنها در برابر کنش ها، واکنش نشان دهد) و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد.

مدیران و کارکنان از طریق درگیر شدن در فرایند مدیریت راهبردی، خود را متعهد به حمایت از سازمان می نمایند. از مهمترین مزایای مدیریت راهبردی این است که موجب فرصتی می شود تا به کارکنان تفویض اختیار شود. تفویض اختیار عملی است که به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می شوند. در فرایندهای تصمیم گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثر بخشی آنها افزایش خواهد یافت.