

اجزای مدیریت استراتژیک

کتابی برای موفقیت در
استراتژی‌های کسب و کار

✓ نویسنده:

دانیل مارک هیمنز

✓ مترجم:

حسین سبزیان - مسلم حقی - هاشم نوروری فرد

انتشارات آرون

سرشناسه	: دانیل، مارک هینز، ۱۹۵۵، Daniell, Mark Haynes
عنوان و نام پدیدآور	: اجزای مدیریت استراتژیک: کتابی برای موفقیت در استراتژی‌های کسب و کار، نویسنده: مارک دنیل؛ مترجمان حسین سبزیان، مسلم حقی، هاشم نوروزی فرد
عنوان اصلی کتاب	: The elements of strategy: a pocket guide to the essence of successful business strategy, 2006
مشخصات نشر	: تهران، آرون، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	: ۱۲۰ ص
شابک	: ۹۷۸ - ۹۶۴ - ۲۳۱ - ۱۷۸ - ۱
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا
موضوع	: برنامه‌ریزی استراتژیک
شناسه افزوده	: سبزیان، حسین، ۱۳۶۵، مترجم
شناسه افزوده	: حقی، مسلم، ۱۳۶۵، مترجم
شناسه افزوده	: نوروزی فرد، هاشم، ۱۳۵۴، مترجم
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۲ الف ۲ د ۲۸ / ۲۰ HD
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸ / ۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۲۴۹۹۷۷

اجزای مدیریت استراتژیک

(کتابی برای موفقیت در استراتژی‌های کسب و کار)

نویسنده: مارک دنیل

مترجمان: حسین سبزیان - مسلم حقی - هاشم نوروزی فرد

ناشر: انتشارات آرون

حروفچینی و صفحه‌بندی: رضا طاهری

چاپ اول: ۱۳۹۲

چاپخانه حیدری: ۱۵۰۰ نسخه

قیمت ۶۰۰۰ تومان

فهرست مطالب



۷	مقدمه
۷	اهمیت و ارزش استراتژی
۸	بیانیه هدف
۱۱	بخش اول
	فصل اول
۱۳	درس‌هایی از گذشته
۱۳	عنصر ۱: عناصر مفقوده‌ی استراتژی سنتی
۱۷	عنصر ۲: اجزاء مدل‌های سنتی استراتژی
۲۸	عنصر ۳: مدل ۷ اس
۲۹	عنصر ۴: منابع بینش
	فصل دوم
۳۵	مراحل و فرایندهای استراتژیک
۳۵	عنصر ۵: احترام به اصول و فرایندها
۳۹	عنصر ۶: تشخیص
۴۳	عنصر ۷: فاز طراحی (مراحل طراحی)
۴۷	عنصر ۸: پیاده‌سازی (اجرا)
۵۱	عنصر ۹: مستندسازی استراتژیک
	فصل سوم
۵۴	درس‌هایی برای آینده
۵۴	عنصر ۱۰: تفاوت مشخصات (ویژگی‌ها)
۵۸	عنصر ۱۱: بهبود خلاقیت
۶۲	عنصر ۱۲: مدیریت روندها و تأثیرات
۶۷	عنصر ۱۳: مدل ۷ سی به همراه نتایج
۶۹	عنصر ۱۴: استراتژی‌های درست

بخش دوم ۷۱

فصل چهارم

- افزایش تمرکز ۷۳
- عنصر ۱۵: ارزشگذاری اقدام تطبیقی ۷۳
- عنصر ۱۶: تعیین اولویت ها ۷۵
- عنصر ۱۷: اهداف هوشمندانه (دقیق) ۷۷
- عنصر ۱۸: تاکتیک ها ۷۹

فصل پنجم

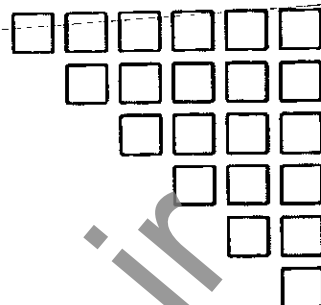
- تعهد و مسئولیت ۸۲
- عنصر ۱۹: مسئولیت شرکت ۸۲
- عنصر ۲۰: چرا تعهد شویم؟ ۸۷
- عنصر ۲۱: نحوه همکاری و کمک بخش خصوصی ۹۱
- عنصر ۲۲: رویکردی عملی ۹۴

فصل ششم

- رهبری و سازمان ۹۹
- عنصر ۲۳: اصول رهبری ۹۹
- عنصر ۲۴: سازمان استراتژیک ۱۰۳
- عنصر ۲۵: روند طراحی سازمانی ۱۰۷
- عنصر ۲۶: اصول فرایند آرفئوس ۱۱۰
- عنصر ۲۷: آزمون طراحی سازمانی ۱۱۲

فصل هفتم

- عنصر نهایی: استراتژی خودتان را شروع کنید ۱۱۶



مقدمه

اهمیت و ارزش استراتژی

چرا استراتژی بسیار مهم است؟ چگونه ما به عنوان کارمندان، مدیران یا مالکان سازمان می‌توانیم اطمینان حاصل کنیم که استراتژی‌های که به کار می‌بریم تا جای ممکن اثر بخش هستند؟

این کتاب به بسیاری از سؤالات در این زمینه، برای افرادی که مشتاقند تا به آینده‌ی سازمانشان کمک کنند پاسخ می‌دهد. بهتر است که با تعریف استراتژی آغاز کنیم. بعد از سی سال کار کردن در یکی از پیش‌تازترین شرکت‌های مشاوره‌ی استراتژیک جهان و بهره‌گیری از تجربیات مضاعف در مقام مدیر یک بانک سرمایه‌گذاری بین‌المللی و به عنوان یک کارآفرین و مدیر کل یک شرکت بسیار معتبر دولتی، مفیدترین تعریفی که از استراتژی گسست و کار سراغ دارم جمله‌ی ساده‌ی ذیل است:

استراتژی هنر و علم عمل آگاهانه به منظور تحقق یک چشم‌انداز خاص، یک هدف بنیادی یا هدف بالاتری برای یک سازمان تجاری است. استراتژی شامل رشته‌ها و حوزه‌های متعددی از فعالیت‌های تجاری (عناصر) نظیر رقابت، منابع انسانی، فن‌آوری، سازمان‌دهی، رهبری، ارتباطات، اجرا و الهام می‌باشد

برای آنکه سازمان به مسیری درست هدایت گردد و سریع تر و کارتر از رقیبان خود به مقاصد نهایی اش برسد، ضروری است تا مدیران عناصر استراتژی را با یکدیگر ترکیب نمایند.

استراتژی قوی مسیر پیشرفت را هموار می سازد، عملیات کاری را بهبود می دهد، سازمان را تقویت می کند، مخاطرات را کاهش و چشم اندازه های مورد نظر را محقق می گرداند. یک استراتژی قوی منشای از الهام برای همکاران شما محسوب می شود و قابلیت های سازمان شما را تقویت می کند.

بینش، تصمیم و عمل هر فرد به شکل گیری یک برنامه ی استراتژیک جامع کمک می کند. یکی از مهم ترین اهداف طراحان استراتژی (استراتژیست ها) حصول اطمینان از این نکته است که هر کدام از این عناصر به نحوی شایسته مورد ملاحظه قرار گیرد و نکته ای بسیار مهم دیگر اطمینان مدیران از این نکته است که این اجزاء برای تحقق اهداف سازمان متحد گردند.

استراتژی درباره ی عمل و نتیجه می باشد نظریه، نیت خیر، اسناد مفصل، نمایش های شفاف و حتی طرح های استراتژیک موشکافی شده هرگز کافی نمی باشند. ایده ها باید اجرا شوند و نتایج حاصل گردند همانطور که جان گارنر می گوید:

«در عصر پیچیدگی، سازمان های بزرگ به وسیله ی افرادی طراحی و مدیریت می شود که دارای چشم اندازی روشن و استراتژی عملی برای رسیدن به آنجا هستند، انسانی که دارای اندیشه ای (ایده ای) در سر و ابزاری (آچار فرانسه ای) در دست است. این کلمات القاء کننده ی معنای قدرتمندی است که از طریق اتخاذ و پیاده سازی یک برنامه استراتژیک اثربخش در سازمان هایتان به دست می آید.»

بیانیه هدف

هدف ویژه ی این کتاب ارائه ی یک راهنمای مختصر و دقیق درخصوص اجزاء اصلی استراتژی موفق است که به نحوی مفصل تر در کتاب استراتژی: رویکردی

گام به گام برای تدوین و ارائه‌ی استراتژی تجاری در سطح جهانی (پالگریو مک‌میلان^۱، ۲۰۰۴) پوشش داده شده است.

امید آن دارم که از طریق مطالعه‌ی این اثر به توانایی بهبود کیفیت و محتوای استراتژی‌های خود دست یابید و افزون بر آن، قادر باشید تا بر مبنای نتایج به دست آمدم در بازارهای حقیقی که در آن‌ها فعالیت می‌کنید، آن استراتژی‌ها را تصحیح نموده و بهتر کنید.