

مبانی مدیریت استراتژیک

تالیف:

دکتر محمدرضا ذبیحی - دکتر حمید عرفانیان خانزاده

اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

سبزشناسیه	: خبیچی، محمدرضا، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: محمدرضا ذبیحی / مؤلفان محمدرضا ذبیحی، حمید عرفانیان خانزاده.
مشخصات نشر	: مشهد: سنبله ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۰ ص، بدون نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۳۹۲-۸۳۲-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: واژه نامه.
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی
شماره افزوده	: عرفانیان خانزاده حمید ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲/۲۸/۵۲۰
رده بندی دهی	: ۵۸/۲۰۱۲
شماره ثبت کتابخانه ملی	: ۲۹۲۶۱۳۳



انتشارات سنبله

مبانی مدیریت استراتژیک

نویسنده: محمدرضا ذبیحی - حمید عرفانیان خانزاده

ناشر: سنبله

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۴

چاپخانه: دقت (خط) ۳۳۱۲۵+۵۲

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۹۲-۸۳۲-۲

حق چاپ و نشر محفوظ می باشد

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
۴	فصل اول: مفاهیم
۲۶	فصل دوم: استراتژی و انواع آن
۵۵	فصل سوم: رویکردهای استراتژی
۷۱	فصل چهارم: هکاتب و پارادایم‌های مدیریت استراتژیک
۹۳	فصل پنجم: مفاهیم کلیدی مدیریت استراتژیک
۱۰۶	فصل ششم: تجزیه و تحلیل استراتژیک
۱۴۲	فصل هفتم: ابزار تدوین استراتژی
۱۹۱	فصل هشتم: برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۱۶	فصل نهم: محیط
۲۳۶	فصل دهم: تفکر استراتژیک
۲۶۳	فصل یازدهم: استراتژی‌های تفکر استراتژیک
۳۰۳	منابع و مآخذ
۲۹-۱	پیوست‌ها

«إِنَّ الْقُرْصَ تَمُرٌّ مَرَّ السَّحَابِ فَانْتَهِزُوهَا إِذَا أُمَكَّتْ فِي أَبْوَابِ الْخَيْرِ وَ إِلَّا عَادَتْ نَدَمَا»

"فرصت‌ها مانند ابر درگذرند. پس هرگاه فرصتی ایجاد شد، آن را نیک غنیمت شمرد تا

پشیمان نشوید." حضرت علی (ع) - غرر الحکم، جلد ۲

پیشگفتار

پس از چاپ کتاب "مدیریت استراتژیک" و استقبال جامعه دانشگاهی از کتاب، علیرغم مهیا بودن شرایط چاپ مجدد کتاب، بر آن شدیم با توجه به انتقادات و پیشنهادات سازنده فرهیختگان و دوستان کتاب را با رویکردی متفاوت و با اعمال اصلاحات اساسی تجدید چاپ نماییم، لیکن تغییرات ساختاری و محتوایی به حدی قابل توجه شد که ماهیتاً کتابی دیگر را شاهد بودیم. از طرفی در کتاب قبلی مدیریت استراتژیک را بیشتر به عنوان یک ابزار مدیریتی معرفی نمودیم، این در حالی است که مدیریت استراتژیک بیش از اینکه یک ابزار باشد یک فلسفه و رویکرد جدید مدیریتی است و نیازمند تبیین مبانی و اصول مدیریتی محاس خود است. به عبارتی در صورت درک دقیق فلسفه‌ی فضای استراتژیک، این رویکرد خود از البراری استفاده می‌کند که در موقعیت‌های رقابتی فوق‌العاده است؛ با این نگاه جدید عنوان کتاب "مبانی مدیریت استراتژیک" انتخاب شد تا عنوان نماییم کتاب قصد دارد مبانی این رویکرد را معرفی نماید. لذا سعی شده است در کتاب فصول مختلف اصول و الزامات مدیریت استراتژیک را به صورت قطعه‌هایی مستقل در بر گیرد و توانایی و هنر هارمونی این قطعه‌ها بر عهده اساتید گرانقدر و دانشجویان محترم باشد. به عبارتی در انتهای این کتاب باید فصول را طوری جورچین (پازل حل کردن) نمود که برای سازمان‌ها امکان ریختن برنامه‌ی استراتژیک را مهیا نمود.

کتاب دارای ۱۱ فصل می‌باشد و در برگیرنده مفاهیم کلیدی، انواع استراتژی‌ها، ابزار طرح استراتژی، رویکردهای استراتژیک، تجزیه و تحلیل استراتژیک، محیط، تفکر استراتژیک و ... می‌باشد.

" فردا همواره فرا خواهد رسید و همیشه با روزهای دیگر متفاوت خواهد بود. فردا حتی بزرگترین شرکت‌ها نیز در معرض رقابت، خطر و نابودی خواهند بود. اگر در مورد آینده‌شان اندیشه و تدبیر نکرده باشند." پیترا دراکر - ۱۹۶۴ م

"و امروز، همان فردای پیش‌بینی شده پیترا دراکر است و البته مهیج‌تر، پوخطرت‌تر و پرقاب‌تر از آنچه دراکر فریادش می‌زد".
مولفین - ۲۰۱۵ (۱۳۹۳ ه ش)

کلیات

شاید یکی از مهمترین فعالیت‌ها در زندگی اجتماعی بشر امروز را بتوان مدیریت دانست. در عصر حاضر به مدد این فعالیت است که ماموریت‌ها و اهداف سازمان‌ها تحقق می‌یابند، از منابع و امکانات موجود بهره‌برداری می‌شود و توانایی و استعداد انسان‌ها از قوه به فعل در می‌آید. مدیران در انجام وظایف خود فرایندی را دنبال می‌کنند که شامل اجزایی چون برنامه‌ریزی^۱، سازمان‌دهی^۲، نظارت و کنترل^۳، انگیزش^۴، ارتباطات^۵، هدایت^۶ و تصمیم‌گیری^۷ است. مجموعه این فعالیت‌ها است که مدیریت را شکل می‌دهد و هماهنگی و نیل به اهداف را میسر می‌سازد (الوانی، ۱۳۷۴، ۱۷).

در حال حاضر علم مدیریت با سه چالش (به صورت همزمان) روبرو است، بدون شک اولین آن تغییرات بسیار زیاد و سریع در تمام حوزه‌ها می‌باشد که مدیران را با چالش‌های زیادی روبرو کرده است و داشتن چشم‌اندازی برای آینده و برنامه‌ای برای رویا و رویی با تغییرات را ضروری نموده است. دومین چالش پیش‌روی مدیران، نیاز به حرکت در جهت حفظ محیط زیست و توجه به جنبه‌های زیست محیطی و نیز رعایت اصول اخلاقی در روابط انسانی میان اعضای سازمان و کل جامعه است، به عبارتی مدیران باید ضمن داشتن مسئولیت اجتماعی به دنبال توسعه پایدار باشند و چالش سوم نیز ناهمگونی نیروی کار است و بالطبع واکنش مناسب در برابر این ناهمگونی (تنوع فرهنگی - تنوع جنسیتی کارکنان) است که به طور روزافزونی در حال گسترش است. ناهمگونی نیروی کار موجود

1. Planning

2. Organizing

3. Control

4. Motivation

5. Communications

6. Directing

7. Decision making

در سازمان‌ها امروزه به‌عنوان یک چالش مهم در پیش‌روی مدیران قرار دارد و شرکتها برای این که بتوانند در صحنه رقابت باقی بمانند باید این مطلب را بیاموزند که چگونه با این پدیده جدید به شیوه‌ای موفقیت‌آمیز رفتار نمایند. شیوه‌ای که مدیران می‌توانند کار یا وظیفه خود را انجام دهند (عملکرد مدیریت) موضوع بسیاری از بحث‌ها، تجزیه و تحلیل‌ها و ابهام‌هایی است که در ایالات متحده آمریکا و بسیاری از کشورهای دیگر وجود دارد. آنچه در این کشورها توسعه یافته و در حال توسعه به‌عنوان رویکرد مناسب برای رویارویی با چالش‌ها معرفی شده است، مدیریت استراتژیک می‌باشد. اغلب سازمان‌های کوچک و بزرگ در دنیا، موفقیت در برنامه‌ریزی استراتژیک را موفقیت در اهداف سازمان معرفی نموده‌اند.

نوسان حجم تولید کالاها، خدمات، تغییر تکنولوژی و سایر شرایط، اغلب باعث نوسان در سطح نیازمندی‌های مردم و مصرف‌کنندگان شده است و بالطبع سازمان و مدیریت نسبت به این تغییر رویکرد، مسئول است و باید رویکرد استراتژیک داشته باشد. البته تاریخ را که ورق می‌زنیم متوجه اهمیت مدیریت استراتژیک در عصر حاضر می‌شویم، چه اینکه در گذشته نیازی به داشتن این رویکرد نبوده است. در گذشته فضای انحصاری بر ارائه محصولات و خدمات سایه داشته است. تا اینکه در سال‌های ۱۹۸۵ الی ۱۹۹۰ فضای رقابت و نگاه بلندمدت اهمیت پیدا می‌کند. دو نکته رقابت و داشتن چشم‌انداز بلند مدت فلسفه مدیریت استراتژیک است که آن را با مدیریت سنتی متمایز یا حداقل متفاوت می‌کند.