



BRANDAFARIN JOURNAL OF MANAGEMEMNT

Volume No.: 3, Issue No.: 51, Jun 2024

P-ISSN: 2717-0683 , E-ISSN: 2783-3801

Examining the advantages and disadvantages of strategic management for managers

Abstract:

Every science pursues a goal and seeks to achieve a destination. In the definition of management, it was also stated that the goal is to achieve the goals of the organization. This goal is either providing services or producing products, we can have a winning card in competitive markets and a better world based on that. Therefore, human resources management is a major part of the science and art of management. The current research was conducted with the aim of investigating the advantages and disadvantages of strategic management for managers. Descriptive research method. The current research aims to examine basic concepts (definitions, advantages, disadvantages); carried out in strategic management is. The research method was descriptive and analytical; In order to collect the necessary data to achieve the goals of the research, the available sources related to the research topic were taken and the resulting information was analyzed with qualitative methods. This article has reviewed the brief description of the records and history of strategic management, decision-making skills and the development of the individual and the organization in a conceptual way in this field. Then the concept of management the strategy and the skills obtained from this science as a branch of human knowledge have been deeply investigated, and then the background of past research and the opinions of scientists and elders have been expressed. At the end of the article, practical suggestions are provided.

Keywords: advantages, disadvantages, in strategic management.

بررسی مزایا و معایب مدیریت استراتژیک برای مدیران

امید جانی قربان^۱

چکیده:

هر علمی هدفی را دنبال می‌کند و در پی دستیابی به مقصدی است. در تعریف مدیریت نیز عنوان شد که هدف نیل به اهداف سازمان است. این هدف یا ارائه خدمات یا تولید محصول می‌باشد. لذا مدیریت منابع انسانی قسمتی عمده از قلمرو علم و هنر مدیریت را تشکیل می‌دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی مزایا و معایب مدیریت استراتژیک برای مدیران صورت پذیرفته است. روش پژوهش توصیفی تحلیلی بوده است؛ به منظور گردآوری داده‌های لازم برای نیل به اهداف پژوهش، از منابع موجود و مرتبط با موضوع پژوهش فیش‌برداری شد و اطلاعات حاصل با شیوه‌های کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این مقاله، توصیف مختصر سوابق و تاریخچه‌ی مدیریت استراتژیک، مهارت‌های تصمیم‌گیری و توسعه‌ی فرد و سازمان، را بصورت مفهومی در این زمینه را مرور کرده است. سپس مفهوم مدیریت استراتژیک و مهارت‌های حاصل شده از این علم را به عنوان شاخه‌ای از دانش بشری را مورد بررسی عمیق قرار داده است و سپس پیشینه‌ی تحقیقات گذشته و نظریات دانشمندان و بزرگان بیان شده است. در پایان مقاله، پیشنهادهایی کاربردی ارائه شده است.

کلید واژه‌ها: مزایا، معایب، در مدیریت استراتژیک.

مقدمه:

یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر پژوهش مبانی نظری تحقیق و بررسی سابقه تحقیقاتی موضوع می‌باشد. این بخش از تحقیق تحقیق در رابطه با ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق می‌باشد. در واقع محقق در این بخش مبانی نظری و عملیاتی پژوهش را مورد بررسی قرار می‌دهد تا در این رهگذر با آگاهی کامل از مبانی علمی پژوهش و آن چه در این باره انجام شده است تمامی جوانب موضوع را مطالعه نماید. از این رو در این بخش مباحثی در رابطه با متغیر مدیریت استراتژیک ارائه شده است (نادری، ۱۳۹۹). پیروی از استراتژی درست رقابت در چنین بازاری منجر به تثبیت موقعیت سازمان در صنعت متبوع می‌گردد. استراتژی: یک استراتژی، الگویی است بنیادی از اهداف فعلی و برنامه ریزی شده بهره‌برداری و تخصیص منابع و تعاملات یک سازمان با بازارها، رقبا و دیگر عوامل محیطی (واکر و همکاران، ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۶، ۳۳) یک برنامه جامع برای عملی است که جهت‌گیری عمده سازمان را معین می‌کند. (انسف، ترجمه زندیه، ۱۳۷۵) و در سطح مفهومی و مسیری برای رسیدن به مأموریت سازمانی را مشخص می‌کند (اعرابی، ۱۳۸۵). مدیریت استراتژیک عبارت است از برنامه‌ریزی، نظارت، تجزیه و تحلیل و ارزیابی مستمر تمامی نیازهای یک سازمان برای دستیابی به اهداف و مقاصد خود. تغییرات در محیط‌های کسب‌وکار، سازمان‌ها را ملزم می‌کند که استراتژی‌های موفقیت خود را به طور مداوم ارزیابی کنند. فرآیند مدیریت استراتژی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا وضعیت فعلی خود را ارزیابی کنند، استراتژی‌ها را به کار گیرند و اثربخشی استراتژی‌های مدیریت اجرا شده را تجزیه و تحلیل کنند. استراتژی‌های این نوع مدیریت شامل پنج استراتژی اساسی است و بسته به محیط اطراف می‌تواند در اجرا متفاوت باشد. مدیریت استراتژی هم برای پلتفرم‌های داخلی و هم برای موبایل اعمال می‌شود.

¹ - کارشناس ارشد گرایش تولید و عملیات

ویژگی‌های مدیریت استراتژیک

تعریف مأموریت و چشم‌انداز: مدیریت استراتژی شامل تعیین یک مأموریت و چشم‌انداز برای سازمان است. مأموریت هدف سازمان را مشخص می‌کند، در حالی که چشم‌انداز آرزوهای آن را بیان می‌کند.

تجزیه و تحلیل محیط بیرونی و داخلی: مدیریت استراتژیک همچنین شامل تجزیه و تحلیل محیط بیرونی و درونی سازمان است. این تجزیه و تحلیل به درک فرصت‌ها و تهدیدهایی که سازمان در معرض آنها قرار دارد و همچنین نقاط قوت و ضعف آن کمک می‌کند.

تعیین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت: پس از تجزیه و تحلیل محیط، مدیریت استراتژی شامل تعیین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت برای سازمان است. این امر سازمان را قادر می‌سازد تا منابع و تلاش خود را در جهت دستیابی به نتایج مطلوب متمرکز کند.

تدوین استراتژی‌ها: تدوین استراتژی‌ها شامل تصمیم‌گیری در مورد اقداماتی است که سازمان باید برای دستیابی به اهداف خود اتخاذ کند. این امر شامل تصمیم‌گیری در مورد نحوه تخصیص و استفاده از منابع است.

پیاده‌سازی استراتژی‌ها: پیاده‌سازی استراتژی‌ها شامل اجرای استراتژی‌های تدوین شده است. این موضوع شامل ایجاد سیستم‌ها و رویه‌های لازم برای اطمینان از اجرای مؤثر استراتژی‌ها است.

ارزیابی عملکرد: ارزیابی عملکرد بخش کلیدی مدیریت استراتژی است. این امر مستلزم نظارت و اندازه‌گیری پیشرفت سازمان در دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت است. این مسئله به شناسایی فرصت‌های بهبود کمک می‌کند.

انواع مدیریت استراتژیک

استراتژی کسب و کار

یک استراتژی تجاری بر توسعه یک برنامه اقدام بلندمدت برای دستیابی به اهداف یک شرکت، مانند افزایش سود یا سهم بازار تمرکز دارد. این نوع استراتژی شامل تجزیه و تحلیل بازار فعلی و رقبا، ایجاد یک چشم‌انداز استراتژیک و تعیین اهداف کوتاه و بلندمدت است.

استراتژی شرکتی

استراتژی شرکتی یک برنامه عملی است که نحوه دستیابی شرکت به اهداف و مقاصد خود را مشخص می‌کند. این شامل تجزیه و تحلیل محیط فعلی، شناسایی اهداف استراتژیک و تعیین بهترین راه برای رسیدن به آنها است.

استراتژی رقابتی

استراتژی رقابتی یک برنامه عملی است که شرکت‌ها برای برتری نسبت به رقبای خود از آن استفاده می‌کنند. این موضوع شامل تجزیه و تحلیل رقبا، شناسایی نقاط قوت و ضعف و ابداع استراتژی‌هایی برای سرمایه‌گذاری از فرصت‌ها و کاهش تهدیدها است.

استراتژی نوآوری

استراتژی نوآوری فرآیند توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید است که می‌تواند به یک شرکت مزیت رقابتی بدهد. این امر شامل شناسایی نیازهای مشتری، ایده‌های طوفان فکری، توسعه نمونه‌های اولیه و آزمایش آنها است.

استراتژی عملیاتی

استراتژی عملیاتی بر چگونگی بهینه‌سازی منابع و فرآیندها به منظور ایجاد ارزش و دستیابی به اهداف سازمانی تمرکز دارد که شامل تجزیه و تحلیل عملیات جاری، تعیین اهداف و مقاصد و ایجاد برنامه‌هایی برای رسیدن به آن اهداف است.

مزایای مدیریت استراتژیک

به طور کلی تصور می‌شود که مدیریت استراتژیک دارای مزایای مالی و غیرمالی است. فرآیند مدیریت استراتژی به سازمان و رهبری آن کمک می‌کند تا در مورد آینده خود فکر کرده و برای آن برنامه‌ریزی کند و مسئولیت اصلی هیئت‌مدیره را انجام دهد. مدیریت استراتژی جهت سازمان و کارکنان آن را تعیین می‌کند. برخلاف برنامه‌های استراتژی یک بار انجام شده، مدیریت استراتژی مؤثر به

طور مستمر فعالیت‌های یک سازمان را برنامه‌ریزی، نظارت و آزمایش می‌کند و در نتیجه کارایی عملیاتی، سهم بازار و سودآوری بیشتری را به همراه دارد.

تصمیم‌گیری بهبودیافته: مدیریت استراتژی چارچوبی را برای تصمیم‌گیری بهتر با اجازه دادن به مدیران برای ارزیابی تأثیر بالقوه تصمیم‌های خود بر اهداف استراتژیک کلی سازمان فراهم می‌کند.

همکاری پیشرفته: مدیریت استراتژی همکاری بین بخش‌ها و عملکردها را تشویق می‌کند و به اطمینان از اینکه همه در جهت اهداف و مقاصد یکسانی کار می‌کنند، کمک می‌کند.

افزایش عملکرد سازمانی: مدیریت استراتژی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا بر حوزه‌هایی که نیاز به بهبود دارند تمرکز کنند، بهترین راه‌ها برای دستیابی به اهداف و مقاصد خود را شناسایی کنند و پیشرفت را بسنجند.

تخصیص منابع بهبودیافته: مدیریت استراتژی، سازمان‌ها را تشویق می‌کند تا با اطمینان از تخصیص منابع به مهم‌ترین حوزه‌ها، از منابع خود به نحو احسن استفاده کنند.

افزایش رضایت مشتری: مشتریان به احتمال زیاد از کسب و کاری که بر روی دستیابی به اهداف و مقاصد خود متمرکز است، راضی هستند. مدیریت استراتژی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا مشتریان خود را بهتر بشناسند و استراتژی‌هایی را برای رفع نیازهایشان توسعه دهند.

مزایای مالی و غیرمالی مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژی اکنون به بخشی جدایی‌ناپذیر از هر سازمان تجاری تبدیل شده است. تدوین استراتژی و اجرای صحیح آن، بقای کسب و کار را در محیط رقابتی پویا تضمین می‌کند. در ادامه لیستی از مزایای مالی و غیرمالی مدیریت استراتژیک را شرح می‌دهیم.

مدیریت استراتژیک

مدیریت استراتژیک تصمیمات و فعالیت‌های یکپارچه در جهت توسعه استراتژی‌های موثر، اجرا و کنترل نتایج آنهاست. بنابراین مدیریت استراتژیک فعالیت‌های مربوط به بررسی، ارزشیابی و انتخاب استراتژی‌ها، اتخاذ هر گونه تدابیر درون و بیرون سازمانی برای اجرای این استراتژی‌ها و در نهایت کنترل فعالیت‌های انجام‌شده را در برمی‌گیرد. صاحب‌نظران تعاریف متعددی از مدیریت استراتژیک مطرح نمودند که در زیر به بعضی از آنها اشاره می‌شود. همه آنها در این موضوع اشتراک دارند که مدیریت استراتژیک با تدوین (برنامه ریزی با انتخاب)، اجرا و ارزیابی (و یا کنترل) استراتژی سر و کار دارد.

۱) هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی استراتژی (دیوید، ترجمه پارساییان و اعرابی، ۱۳۸۰: ۱۲۴)

۲) بررسی محیطی، تدوین استراتژی، اجرای استراتژی، ارزیابی و کنترل (هانگر و ویلن، ترجمه اعرابی و ایزدی، ۱۳۸۱: ۱۵)

۳) تصمیم‌گیری در مورد جهت‌گیری آینده سازمان، انتخاب جهت‌گیری و اجرای آن در تصمیمات (پهلوانیان، ۱۳۸۵: ۴۹)

۴) پیش‌بینی نیاز به تغییر یا اصلاح استراتژی فعلی، تمهید و گزینش استراتژی مناسب، عملی ساختن یا اجرای استراتژی (رحمان سرشت، ۱۳۸۴: ۳۲).

ضرورت‌های استفاده از مدیریت استراتژیک

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیش از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه‌چیزی 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 پراکنده‌اند، دارند و این عوامل، تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهمترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره‌گیرند مدیریت استراتژیک خواهد بود.

مزایای بکارگیری مدیریت استراتژیک

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 نماید (نه اینکه تنها در برابر کنش‌ها، واکنش نشان دهد) و بدینگونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد. از نظر تاریخی، مزیت اصلی مدیریت استراتژیک این بوده است که به سازمان کمک می‌نماید تا از مجرای استفاده نمودن از روش منظم‌تر، معقول‌تر و منطقی‌تر راه‌ها یا گزینه‌های استراتژیک را انتخاب نماید و بدینگونه استراتژی‌های بهتری را تدوین نماید. تردیدی نیست که این یکی از منافع اصلی مدیریت استراتژیک است ولی نتیجه تحقیقات کنونی نشان می‌دهد که این فرایند می‌تواند در مدیریت استراتژی‌ها نقش مهم‌تری ایفا کند. مدیران و کارکنان از طریق درگیر شدن در این فرایند خود را متعهد به حمایت از سازمان می‌نمایند. یکی دیگر از مهمترین منافع مدیریت استراتژیک این است که موجب تفاهم و تعهد هر چه 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 به وسیله آن کارکنان تشویق و ترغیب می‌شوند در فرایندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند، خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی را تمرین نمایند و بدین گونه اثربخشی آنان افزایش خواهد یافت.

فرایند مدیریت استراتژیک

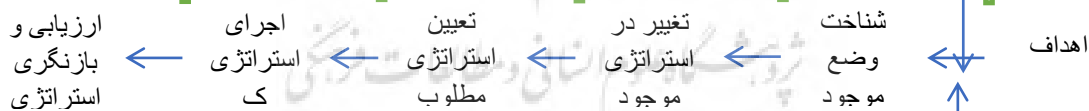
فرایند مدیریت استراتژیک را می‌توان به چهار مرحله تقسیم نمود:

- ۱- تحلیل وضعیت
- ۲- تدوین استراتژی
- ۳- اجرای استراتژی
- ۴- ارزیابی استراتژی

تجزیه و تحلیل عوامل داخلی

- 1- نقاط قوت
- 2- نقاط ضعف

سیستم اطلاعاتی



تجزیه و تحلیل عوامل خارجی:

3- فرصت‌ها

4- تهدیدها

سیستم اطلاعاتی

شکل فرایند مدیریت استراتژیک

۱- تحلیل وضعیت

- اهداف بلندمدت، ماموریت سازمان (علت وجودی و اینکه چه هستیم)، چشم‌انداز سازمان (چه می‌خواهیم باشیم). - تجزیه و تحلیل محیط داخلی و قابلیت‌های سازمان. - تجزیه و تحلیل محیط خارجی

۲- تدوین استراتژی

در تدوین استراتژی باید ابتدا مجموعه استراتژی‌های قابل استفاده را لیست کرده و سپس با استفاده از مدل‌های مختلفی که در بحث‌های مدیریت استراتژیک آمده است و با توجه به نتایج بدست آمده در تحلیل وضعیت که در مرحله اول آمده است استراتژی برتر را انتخاب می‌کنیم. در این مرحله باید مدیران میانی و حتی رده پایین سازمان را نیز مشارکت داد تا در آنها ایجاد انگیزش کند.

۳- اجرای استراتژی

برای اجرای استراتژی‌ها باید از ابزار زیر بهره گرفت:

- ساختار سازمانی متناسب با استراتژی‌ها.

- هماهنگ سازی مهارت‌ها، منابع و توانمندی‌های سازمان در سطح اجرایی.

- ایجاد فرهنگ سازمانی متناسب با استراتژی جدید سازمان.

اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی به همکاری مدیران همه بخش‌ها و واحدهای وظیفه‌ای سازمان نیازمند است.

۴- **ارزیابی استراتژی:** برای تعیین حدود دستیابی به هدف‌ها، استراتژی اجرا شده باید مورد کنترل و نظارت قرار گیرد. ارزیابی استراتژی شامل سه فعالیت اصلی می‌شود: بررسی مبانی اصلی استراتژی‌های شرکت. - مقایسه نتیجه‌های موردانتظار با نتیجه‌های واقعی. - انجام دادن اقدامات اصلاحی به منظور اطمینان یافتن از اینکه عملکردها با برنامه‌های پیش‌بینی شده مطابقت دارند. اطلاعاتی که از فرایند ارزیابی استراتژی به دست می‌آید باید به گونه‌ای باشد که عملیات و اقدامات را تسهیل نماید و باید کسانی یا واحدهایی را معرفی نماید که نیاز به اصلاح دارند.

سطوح مدیریت استراتژیک: فرآیند مدیریت استراتژیک دارای سه سطح است. بدین معنی که در سازمان‌های مادر تخصصی یا شرکت‌هایی که دارای چند کسب و کار هستند، استراتژی‌ها در سه سطح از سازمان تعیین می‌شود، در سازمان‌هایی که کوچک بوده و از ساختار تخت تری برخوردارند، ممکن است در دو سطح تعیین شوند معمولاً سطح کل سازمان و سطح واحدهای کسب و کار یکی است. سطوح سه گانه مدیریت استراتژیک عبارتند از:

- سطح کل سازمان: هدف از تدوین استراتژی در این سطح، هدایت کل مجموعه و تخصیص بهینه منابع در آن است. در واقع جهت حرکت کل گروه سازمانی در این سطح مشخص می‌شود و اهداف و مقاصد عمومی به منظور نیل به آنها تعیین می‌شوند. استراتژی‌های این سطح را استراتژی‌های کل شرکت می‌نامند.

- سطح بخشی/ واحد تجاری استراتژیک/ کسب و کار: در سازمان‌های بزرگ که دارای واحدهای مستقل مختلفی هستند، در راستای ماموریت و استراتژی‌های سطح کل سازمان، برای هر کدام از کسب و کارها/ واحدهای تجاری استراتژیک سازمان نیز، ماموریت و استراتژی‌هایی تعیین می‌شود. به استراتژی‌های این سطح استراتژی‌های کسب و کار اطلاق می‌شود.

- سطح وظیفه‌ای: در این سطح نیز بر اساس اهداف و استراتژی‌های سطوح بالاتر برای هر کدام از وظایف واحدهای تجاری استراتژیک، استراتژی وظیفه‌ای تعیین می‌شود. مسئولیت بزرگ‌تر و اصلی مدیران این سطح، اجراء پیاده کردن استراتژی‌ها و برنامه‌های استراتژیک سازمان است. برای سطح وظیفه‌ای ممکن است مجموعه‌ای از استراتژی‌ها وجود داشته باشد که هر کدام در جهت استفاده بهینه از منابع در دسترس به منظور کمک به استراتژی‌های واحد بازرگانی تدوین می‌شوند. استراتژی‌های این سطح را استراتژی‌های وظیفه‌ای می‌گویند. (اعرابی، ۱۳۸۵: ۷-۶)

مدیریت استراتژیک برخورد نظام یافته با یک وظیفه بزرگ و یک مسئولیت روز افزون در قلمرو مدیریت عمومی است تا به نحوی که موفقیت مستمر موسسه را تضمین و از پیشامدهای ناگهانی پیشگیری کند، موسسه را با بستر حرکت خود "محیط" ارتباط دهد و موضع گیری نماید (فروزنده دهکردی، ۱۳۸۳: ۸) فرآیند مدیریت استراتژیک را در نمایش داده شده است.

معایب مدیریت استراتژیک

برخلاف مزایا، معایب زیر نیز در مدیریت استراتژی وجود دارد:

فرآیند پیچیده: چندین نوع فرآیند پیوسته که تمام اجزای اصلی حیاتی را تأیید می‌کنند، بخشی از مدیریت استراتژیک هستند. ساختار سازمانی نیز باید همراه با محیط داخلی و خارجی، اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت و کنترل استراتژیک منابع شرکت مورد بررسی قرار گیرد.

فرآیند زمان‌بر: مدیریت ارشد باید زمان کافی را به اجرای مدیریت استراتژی اختصاص دهد تا فرآیند به درستی انجام شود. مدیران باید زمان زیادی را برای یادگیری این مدیریت جدید، آماده شدن و آموزش کارکنان صرف کنند. امور روزانه به طور قابل توجهی تحت تأثیر قرار می‌گیرد و کسب و کار ممکن است از عواقب بلندمدت متحمل شود.

اجرای سخت: ارتباط کامل بین کارفرما و کارکنان برای فرآیند اجرا مورد نیاز است. فرآیند مدیریت استراتژی باید به گونه‌ای انجام شود که کارکنان ملزم به توجه دقیق، مشارکت فعال و مسئولیت کار خود باشند.

برنامه‌ریزی مناسب: چیزی را نمی‌توان به سادگی روی کاغذ آورد و نادیده گرفت. این امر مستلزم برنامه‌ریزی دقیق و معقول است که نیاز به تلاش گروهی دارد و نمی‌تواند توسط یک فرد به تنهایی انجام شود. شما باید تعدادی از فعالیت‌های معمول تصمیم‌گیری را کنار بگذارید که در نهایت با اعمال این نوع فرآیندها به کسب و کار آسیب می‌رساند. بسیار مهم است که به خوبی با مزایا و معایب مدیریت استراتژیک آشنا باشید و در عین حال از مزایای آن استفاده کنید.

اهمیت مدیریت استراتژی: مدیریت استراتژی مهم است زیرا به سازمان‌ها جهت می‌دهد و آنها را قادر می‌سازد تا از قبل برنامه‌ریزی کنند و اهداف تعیین کنند. همچنین به سازمان‌ها کمک می‌کند تا محیط بیرونی و چگونگی پاسخگویی به تغییرات را درک کنند.

مدیریت استراتژیک سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا عملکرد فعلی خود را ارزیابی کرده و برای بهبود آن تصمیم‌گیری کنند. علاوه بر این، داشتن یک استراتژی می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا رقابتی باقی بمانند و همچنین فرصت‌های رشد را شناسایی کنند. در نهایت، مدیریت استراتژی می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا اهداف خود را با منابع همسو کنند و به آنها اجازه می‌دهد کارآمدتر و مؤثرتر باشند. تأثیر مدیریت استراتژی بر کسب و کار می‌تواند قابل توجه باشد. یک استراتژی مؤثر می‌تواند منجر به افزایش سودآوری، بهبود مزیت رقابتی و روابط بهتر با مشتری شود. همچنین می‌تواند به جذب و حفظ کارکنان با استعداد، شناسایی و توسعه بازارهای جدید و تضمین پایداری کسب و کار کمک کند. یک استراتژی موفق می‌تواند به بهبود کارایی، تصمیم‌گیری بهتر و روحیه بالاتر کارکنان منجر شود. به طور کلی، مدیریت استراتژی می‌تواند به کسب و کارها کمک کند تا در بازارهای مربوطه خود موفق‌تر و رقابتی‌تر شوند.

مفهوم نیاز به مدیریت استراتژیک: برنامه‌ریزی و استراتژی: مدیریت استراتژیک به تعیین ریسک‌ها و طراحی استراتژی برای رسیدگی به آنها کمک می‌کند.

دستیابی به اهداف: یکی از مزایای کلیدی مدیریت استراتژی دستیابی به اهداف سازمانی مانند رهبری، رقابت بین‌المللی، آگاهی از برند و در عین حال غلبه بر همه موانع است.

مقدمه‌ای بر ابزارها و فن‌آوری‌های جدید: مدیریت استراتژی به سازمان‌ها یا کسب‌وکارها کمک می‌کند تا با ادغام فرآیندها، ابزارها و فناوری‌های جدید، از صنعت رقابتی جلوتر باشند.

تعیین و تخصیص نقش‌ها و مسئولیت‌ها: تعیین و تخصیص نقش‌ها و مسئولیت‌ها از مزایای اصلی مدیریت استراتژی است. اجرای یک برنامه استراتژی برای اطمینان از روابط قوی کارکنان برای ارتباطات و کارایی بهتر.

مفاهیم مدیریت استراتژیک: مدیریت استراتژی مبتنی بر درک واضح سازمان از مأموریت خود است. چشم‌انداز آن برای جایی که می‌خواهد در آینده باشد. و ارزش‌هایی که اقدامات آن را هدایت می‌کند. این فرآیند مستلزم تعهد به برنامه‌ریزی استراتژیک است، زیرا مجموعه‌ای از مدیریت کسب و کار که شامل توانایی سازمان برای تعیین اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت است. برنامه‌ریزی استراتژیک همچنین شامل برنامه‌ریزی تصمیمات استراتژیک، فعالیت‌ها و تخصیص منابع مورد نیاز برای دستیابی به آن اهداف است. داشتن یک فرآیند تعریف‌شده برای مدیریت استراتژی‌های یک مؤسسه به سازمان‌ها کمک می‌کند تا تصمیمات منطقی بگیرند و اهداف جدید را به سرعت توسعه دهند تا همگام با فناوری در حال تحول، بازار و شرایط کسب‌وکار باشند. بنابراین، مدیریت استراتژیک می‌تواند به سازمان کمک کند تا مزیت رقابتی کسب کند، سهم بازار را بهبود بخشد و برای آینده خود برنامه‌ریزی کند.

پنج مرحله فرآیند مدیریت استراتژیک: مکاتب فکری زیادی در مورد نحوه انجام مدیریت استراتژی وجود دارد و دانشگاهیان و مدیران چارچوب‌های متعددی را برای هدایت فرآیند مدیریت استراتژی ایجاد کرده‌اند. به طور کلی، فرآیند معمولاً شامل پنج مرحله است:

ارتباطات مؤثر، جمع‌آوری داده‌ها و فرهنگ سازمانی نیز نقش مهمی در فرآیند مدیریت استراتژی ایفا می‌کنند - به ویژه در شرکت‌های بزرگ و پیچیده. فقدان ارتباطات و فرهنگ منفی سازمانی می‌تواند منجر به ناهماهنگی برنامه مدیریت استراتژی سازمان و فعالیت‌های انجام شده توسط واحدها و بخش‌های مختلف تجاری آن شود. بنابراین، مدیریت استراتژی شامل تجزیه و تحلیل تصمیمات تجاری بین عملکردهای قبل از اجرای آنها برای اطمینان از همسویی آنها با برنامه‌های استراتژی است.

تعیین مأموریت و اهداف: اولین گام مدیریت استراتژیک، تعیین مأموریت و اهداف سازمان است. این مسئله به تعیین هدف و جهت سازمان کمک می‌کند.

تجزیه و تحلیل استراتژیک: این مرحله شامل انجام تجزیه و تحلیل دقیق از محیط خارجی و داخلی سازمان است. این مرحله شامل ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان، تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و درک محیط رقابتی فعلی است.

تدوین استراتژی‌ها: این مرحله شامل تدوین استراتژی‌هایی برای دستیابی به مأموریت و اهداف سازمان است. شناسایی مناسب‌ترین استراتژی‌ها بر اساس تحلیل استراتژیک مهم است.

پیاده‌سازی استراتژی‌ها: پس از تدوین استراتژی‌ها، گام بعدی اجرای آنهاست. این امر شامل توسعه برنامه‌ها، تخصیص منابع و اطمینان از اینکه همه افراد درگیر در سازمان با استراتژی‌ها موافق هستند، می‌شود.

ارزیابی و کنترل: مرحله نهایی فرآیند مدیریت استراتژیک، ارزیابی و کنترل استراتژی‌هایی است که اجرا شده‌اند. این نکته شامل اندازه‌گیری نتایج استراتژی‌ها و ایجاد تغییرات در صورت نیاز است. این مرحله کمک می‌کند تا اطمینان حاصل شود که سازمان در مسیر رسیدن به اهداف خود قرار دارد.

ارزش فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی می‌تواند موفقیت و شکست یک کسب و کار را تعیین کند و جزء کلیدی است که رهبران استراتژی باید در فرآیند مدیریت استراتژی در نظر بگیرند. این مسئله عامل اصلی در نحوه ترسیم اهداف، اجرای وظایف و سازماندهی منابع توسط افراد سازمان است. فرهنگ سازمانی قوی باعث می‌شود که رهبران و مدیران انگیزه کارکنان را برای اجرای وظایف خود در راستای استراتژی‌های مشخص شده آسان‌تر کنند. در سازمان‌هایی که انتظار می‌رود مدیران و کارکنان سطوح پایین‌تر در تصمیم‌گیری و استراتژی مشارکت داشته باشند، فرآیند مدیریت استراتژیک باید آنها را قادر به انجام این کار کند. ایجاد استراتژی‌های مناسب برای فرهنگ سازمان بسیار مهم است. اگر یک استراتژی خاص با فرهنگ سازمان مطابقت نداشته باشد، مانع از توانایی دستیابی به نتایج مورد نظر استراتژی خواهد شد. مدیریت استراتژی مونتاز و مدیریت منابع برای دستیابی به اهداف یک شرکت است. مدیریت استراتژی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا اهداف را تعیین کنند، یک امتیاز رقابتی کسب کنند، منابع خود را بهتر مدیریت کنند و موارد دیگر. اما برای همه سازمان‌ها یک نسخه وجود ندارد. شرکت‌ها باید یک فرآیند مدیریت استراتژی را ایجاد و تطبیق دهند که برای شرکت خود و کسانی که در آن خدمت می‌کنند بهترین کارایی را داشته باشد. مدیریت استراتژی با اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌ها پایان نمی‌یابد.

مدیریت استراتژیک یک فرآیند بسیار سودمند است که می‌تواند برای اکثر سازمان‌ها اعمال شود، با توجه به اینکه شما آن را به درستی برنامه‌ریزی و اجرا می‌کنید. اگر می‌دانید چگونه از آن به نفع خود استفاده کنید، بسیار موفق خواهید بود.

منابع و مآخذ:

- ✓ ابوالفتحی، جمشید؛ رسولی، رضا؛ ضماهنی، مجید؛ استیری، مهرداد (۱۳۹۷). طراحی و تبیین مدل مدیریت استراتژیک منابع انسانی با رویکرد سیستم‌های کاری با عملکرد بالا مطالعه موردی: شرکت‌های دانش بنیان، مجله: مدیریت سازمان های دولتی، شماره ۲۴، ۲۵-۳۶.
- ✓ اکبری، پیمان (۱۳۹۷). طراحی مدل عوامل موثر استقرار سیستم مدیریت دانش استراتژیک در دانشگاه پیام نور غرب کشور به روش آمیخته (کیفی-کمی)، مجله: مدیریت اطلاعات و دانش شناسی، سال پنجم، شماره ۲، ص ۴۷-۶۱.
- ✓ بازرگان، عباس؛ سرمد، زهره و حجازی، الهه (۱۳۸۹). روش پژوهش در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه.
- ✓ بیدآباد، بیژن (۱۳۹۰). ارتباطات بین بخشی و هدفگذاری افزایش اشتغال کشور. " تهران، ماهنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره ۴۶.
- ✓ حسینی
- ✓ دفتر تعاونیهای تولیدی وزارت تعاون (۱۳۸۷)، تنوع محصول و تاثیر آن بر حفظ اعتبار علامت تجاری، تهران، وزارت تعاون.
- ✓ ده یادگاری، سعید (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین ابعاد مزیت رقابتی و عملکرد صادراتی شرکتهای تولیدی، پژوهشنامه بازرگانی.
- ✓ دهدشتی شاهرخ، زهره (۱۳۸۶)، عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکتهای کوچک و متوسط، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۵۳.
- ✓ طولی، فرشید (۱۳۸۹)، تفاوت قدرت رقابتی موجود بین رقابت کنندگان کم هزینه و شرکت های تمایز یافته، پایان نامه دکتری، دانشگاه تهران، به راهنمایی طهمورث حسن قلیپور.
- ✓ گلشنی، علیرضا؛ سهرابی، حمید رضا (۱۳۹۱). نقش ژئوپولیتیک جمهوری اسلامی ایران در امنیت انرژی جهانی براساس مدل مدیریت استراتژیک «SWOT»، مجله: تحقیقات سیاسی و بین المللی، شماره ۱۳، ص ۱۶۳-۲۰۴.
- ✓ نبوی چاشمی، سید رضی؛ رستگار، عباسعلی؛ نویسنده مسئول: فیض، داود (۱۳۹۷). طراحی و تبیین مدل مدیریت استراتژیک منابع انسانی اسرای جنگی ایران در اردوگاه‌های عراق، مجله: مطالعات راهبردی بسیج، شماره ۸۰، ۳۱-۵۷.

- ✓ Andre Sujova, Rstislav Rajnoha, The Management Model of Strategic Change based on Process Principles, , Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 62, Pages 1286-1291
- ✓ Ismael Barros, Juan Hernangómez, Natalia Martin-Cruz (2016). A theoretical model of strategic management of family firms, A dynamic capabilities approach, Journal of Family Business Strategy, Volume 7, Issue 3, Pages 149-159.
- ✓ Khalfan Zahran AlHijji, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 147, 25 August 2014, Pages 9-15.