



BRANDAFARIN JOURNAL OF MANAGEMENT

Volume No.: 3, Issue No.: 47, Feb 2024

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

**Examining basic concepts (definitions, advantages, disadvantages);
In strategic management**

Abstract:

We are often faced with limitations in terms of resources such as capital, land, energy, equipment, etc., but with a huge and unlimited resource such as the power of creativity and innovation, 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 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 مفاهیم اساسی (تعاریف، مزایا، معایب)؛ در مدیریت استراتژیک

سید محمد حسین طباطبایی امین¹

چکیده:

ما اغلب از نظر منابع نظیر سرمایه، زمین، انرژی، تجهیزات و... با محدودیت رو به رو هستیم ولی با داشتن منبع عظیم و نامحدود چون قدرت خلاقیت و نوآوری می توان برگ برنده ای در بازارهای رقابتی داشت و بر پایه آن دنیای بهتری را ساخت. لذا مدیریت منابع انسانی قسمتی عمده از قلمرو علم و هنر مدیریت را تشکیل می دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی مفاهیم اساسی (تعاریف، مزایا، معایب)؛ در مدیریت استراتژیک 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 فیش برداری 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:

موفقیت شرکتها در رقابتهای پیچیده امروزی مرهون بکارگیری استراتژیهای مناسب و کارا می باشد. می توان ادعا کرد هیچ موفقیتی بدون اتخاذ استراتژیهای راهبردی میسر نمی گردد. استراتژی می تواند به عنوان فرآیند تعیین اهداف بنیادی بلند مدت، اتخاذ شیوه کار و تخصیص منابع لازم برای تحقیق این اهداف تعریف شود. استراتژی به معنای اعمالی است که سازمان برای پاسخ یا پیش بینی تغییرات محیط خارجی طراحی می کند. استراتژی از عوامل موثر بر ویژگی های ساختاری و شکل کلی سازمان نیز می باشد. در محیط پویا و رقابتی کنونی، اهمیت به کارگیری استراتژی مناسب در برابر رقبا بر هیچ مدیر داناایی پوشیده نیست. پیروی از استراتژی درست رقابت در چنین بازاری منجر به تثبیت موقعیت سازمان در صنعت متبوع می گردد. استراتژی: یک استراتژی، الگویی است بنیادی از اهداف فعلی و برنامه ریزی شده بهره برداری و تخصیص منابع و تعاملات یک سازمان با بازارها، رقبا و دیگر عوامل محیطی (واکر و همکاران، ترجمه اعرابی و ایزدی، 1386، 33) یک برنامه جامع برای عملی است که جهت گیری عمده سازمان را معین می کند. (انسف، ترجمه زندیه، 1375) و در سطح مفهومی و مسیری برای رسیدن به مأموریت سازمانی را مشخص می کند (اعرابی، 1385). 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 - دارای مدرک MBA از موسسه آموزش عالی ترجمان علوم

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 بخشی 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 بهبود یافته: 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 بهبود یافته: 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.

مزایای مالی مدیریت استراتژیک

در زیر برخی از مزایای مالی مدیریت استراتژی ذکر شده است.

1. نظارت بر نقدینگی مالی

مدیریت استراتژی به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد که بر جریان نقدینگی نظارت داشته باشند و مطمئن شوند پولی که در دسترس دارند با اهداف بلندمدت هماهنگ است. همچنین، رهبران کسب و کار را قادر می‌سازد تا در صورت لزوم برای عملیات جاری، پول جمع‌آوری کنند.

2. درآمدزایی بهتر

مدیران ارشد ممکن است چشم‌انداز استراتژیک خود را برای در نظر گرفتن واقعیت محلی با درخواست دیدگاه‌های صادقانه و متنوع از روسای واحدهای تجاری اصلاح کنند. این روش مشارکتی و رفت و برگشتی به یک کسب و کار به مدیریت مشتریان خود کمک می‌کند و در نهایت فروش را افزایش می‌دهد، بنابراین درآمدزایی را به یکی از بزرگ‌ترین مزایای مدیریت استراتژی تبدیل می‌کند.

3. افزایش سهم بازار و سودآوری

این یکی از مزایای مهم مدیریت استراتژی است. با کمک مهارت‌های مدیریت استراتژی می‌توان به بازار هدف مناسب نزدیک شد. همه صنایع می‌توانند بخش‌های مصرف‌کننده، محصولات و خدمات بهتری را بررسی کنند و همچنین شرایط بازار بخشی که در آن درگیر هستند را درک کنند، در صورتی که دارای یک برنامه بسیار متمرکز و تفکر استراتژیک باشند.

4. از خطرات قانونی جلوگیری می کند

یکی از مزایای اصلی مدیریت استراتژی این است که کسب و کارها را قادر می سازد تا سیاست های کارکنان را نیز لحاظ کنند. علاوه بر این، سازمان را قادر می سازد تا رویه ها و بررسی های داخلی را برای رسیدگی به تضاد منافع اعضای هیئت مدیره و سهامداران ایجاد کند.

مزایای غیرمالی مدیریت استراتژیک

در زیر برخی از مزایای غیرمالی مدیریت استراتژی ذکر شده است.

1. مسئولیت های هیئت مدیره را از بین می برد

توجه اولیه اکثر سازمان ها برای داشتن یک فرآیند مدیریت استراتژی این است که مسئولیت های هیئت مدیره را از بین می برد.

2. اجبار یک ارزیابی عینی

نظم و انضباط مدیریت استراتژی به هیئت مدیره و مدیریت ارشد این توانایی را می دهد که امور روزمره شرکت و سازمان را طبق نظم و برنامه پیش بروند و آینده سازمان را در نظر بگیرند.

3. تصمیمات تجاری بهتری بگیرید

یکی از مزایای کلیدی مدیریت استراتژی این است که برای هر یک از اعضای نیروی کار چارچوبی ایجاد می کند که در آن می توانند تصمیمات عملیاتی روزانه را از منظر تجاری بگیرند و بدانند که همه آنها شرکت را در یک جهت هدایت می کنند.

4. حمایت و پشتیبانی در صورت آگاهی

اگر به افراد اجازه داده شود در گفتگوی استراتژی شرکت کنند، هیئت مدیره و کارمندان می توانند مسیر، منطق پشت آن و مزایایی که به همراه دارد را بهتر درک کنند. در حالی که برخی از افراد حتماً باید از زیر و بم کار آگاهی داشته باشند، تا به طور کامل از آن حمایت کنند.

5. سنجش پیشرفت امکان پذیر می شود

امکان سنجش پیشرفت یکی از مزایای متعدد مدیریت استراتژیک است. یک سازمان باید اهداف و معیارهای موفقیت را به عنوان بخشی از فرآیند مدیریت استراتژی ایجاد کند. به منظور توسعه اهداف و حفظ این معیارهای مهم در مقابل هیئت مدیره و مدیریت ارشد، کسب و کار باید ابتدا عواملی را که برای موفقیت مستمر آن ضروری هستند شناسایی کند.

6. جوان سازی نیروی انسانی

یکی از مزایای مدیریت استراتژی، اتخاذ تصمیمات استراتژیک برای توسعه استراتژی استخدام بر اساس بازخورد جامع است که توانمندترین متخصصان را برای اطمینان از موفقیت و پیشرفت شرکت جذب می کند.

7. دیدگاه سازمانی را ارائه می دهد

مدیریت چالش های عملیاتی به ندرت وابستگی متقابل بسیاری از بخش های سازمان را به عنوان یک کل در نظر می گیرد. به منظور ایجاد یک استراتژی که برای کل شرکت بهترین باشد، مدیریت استراتژی نه تنها یک جزء، بلکه یک دیدگاه سازمانی را اتخاذ و همه اجزا و تعاملات آنها را بررسی می کند.

8. خلق آینده ای بهتر

اثربخشی سازمان شما زمانی افزایش می‌یابد که تصمیمات استراتژیک در عمل به کار گرفته شوند، که این یکی از برجسته‌ترین مزایای آنها است. تنظیم لحن برای کل سازمان با تصمیماتی که امروز می‌گیرید آغاز می‌شود. یک استراتژی پیشگیرانه خطرات احتمالی را کاهش می‌دهد.

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، زیرمجموعه‌ای 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 قبلی 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 مونتاژ 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:

- بازرگان، عباس؛ سرمد، زهره و حجازی، الهه (1389) روش پژوهش در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه.
- بیدآباد، بیژن (1390) ارتباطات بین بخشی و هدفگذاری افزایش اشتغال کشور. " تهران، ماهنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره 46.
- حسینی طولی، فرشید (1389)، تفاوت قدرت رقابتی موجود بین رقابت کنندگان کم هزینه و شرکت های تمایز یافته، پایان نامه دکتری، دانشگاه تهران، به راهنمایی طهمورث حسن قلیپور.
- دفتر تعاونیهای تولیدی وزارت تعاون (1387)، تنوع محصول و تاثیر آن بر حفظ اعتبار علامت تجاری، تهران، وزارت تعاون. دهدشتی شاهرخ، زهره (1386)، عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکتهای کوچک و متوسط، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره 53. ده یادگاری، سعید (1386)، بررسی رابطه بین ابعاد مزیت رقابتی و عملکرد صادراتی شرکتهای تولیدی، پژوهشنامه بازرگانی.

Aaby, Nils-Erik, and Stanley F. Slater. 1989. "Management influences on competitive strategies: A review of the empirical literature 1978-1988." *International Marketing Review* 6(4):7-26.

Bani-Hani J. & AlHawary F. (2009) The Impact of Core Competencies on Competitive Advantage: Strategic Challenge. *International Bulletin of Business Administration*. Issue 6, PP.93-104.

Baldauf, A., Cravens, D. W., & Wagner, U. 2000. Examining determinants of porter strategies in small open economies. *Journal of World Business*, 35(1): 61-79.

Barney, J. (1996). Gaining and sustaining competitive advantage. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.

Kim M & Azizi W. (2009). The Relationship between Innovativeness, Strategy Types, Environment and the competitive Performance of Small and Medium size Enterprises (SMEs) of Malaysian Manufacturing Sector. The Business Review, Cambridge * Vol. 13 * Num. 2. PP. 145-154.

Kim Man M.M. (2010). The Relationship between Distinctive Capabilities, Innovativeness, Strategy Types and the Export Performance of Small and Medium-Size Enterprises (SMEs) of Malaysian Manufacturing Sector. International Journal of Management and Innovation, Volume 2, Issue 1. PP. 15-30.