

امروزه عامل موفقیت یک مؤسسه داشتن استراتژی تهاجمی است .

هدف اصلی استراتژیک در مدل رقابتی پورتر \Leftarrow یافتن موقعیت مناسب در صنعت

اساس مدل پورتر \Leftarrow رقابت

در نظام برنامه ریزی استراتژیک این سوال که امکانات ما برای اقدام چیست، بیانگر بودجه است .

در مدل برنامه ریزی استراتژیک ، چگونه میخواهیم به مقصد برسیم و چگونه آگاه می شویم که در مسیر درست حرکت می کنیم در استراتژی ها - کنترل بیان شده است .

مدل نظام برنامه ریزی استراتژیک در شرایط جامعیت، عقلانی، تمرکز، کنترل شدید کاربرد دارد .

از مفروضات مدل برنامه ریزی استراتژیک این است که سازمان می تواند از مرکز کلیه یا اکثر عملیات داخلی را کنترل کند.

یکی از ایرادهایی که بر مدل نظام برنامه ریزی استراتژیک وارد شده است عبارت است از جامعیت مدل .

برای اجرای استراتژی در مدل رایت توجه به سه عنصر در نظر می باشند که عبارت اند از : ساختار - رهبری - فرهنگ سازمان .

در انتخاب استراتژی مینزبرگ به متغیرهای باورها و ارزشهای اجتماعی - باورهای مدیر توجه کرده است .

استراتژیها در مدل رایت در سه سطح منظم می شوند .

در مدل رایت، مراحل تدوین استراتژی تحت تأثیر نظام است .

سطوح تدوین استراتژی در مدل رایت شامل وظیفه است .

اگر سازمانی دارای استراتژی مدون نباشد نمی تواند عملاً از مدل هیل استفاده کند .

براساس مدل هیل ، استراتژی قدیم مورد علاقه و بررسی قرار می گیرد و استراتژی جدید انتخاب می شود .

در مدل هیل، استراتژی جدید بر مبنای استراتژی گذشته انتخاب شده و انتخاب استراتژی بر مبنای دید گذشته - نگر است.

گامهای برنامه ریزی استراتژیک در مدل دیوید : تدوین، اجرا، ارزیابی

هیل برای انتخاب استراتژی در مدل خود توجه به استراتژی فعلی را مورد تأکید قرار داده است .

بررسی محیط می تواند برای سازمان محدودیتها یا فرصت ها را ایجاد کند .

نتایج هر استراتژی از طریق بازخور مورد ارزیابی قرار می گیرد .

جدول SWOT دارای دو بعد است .

فراگرد برنامه ریزی استراتژیک توسط استرمن بیان شد .

مدل رایت ، ابتدا محیط صنعت و عوامل مؤثر محیطی برای طراحی استراتژی بررسی می کند.

در مدل دیوید برای اجرای استراتژی بایستی به عناصر مدیریت - بازاریابی - مالی - تولید - تحقیق و توسعه توجه کرد .

مدیریت برای انتخاب مدل استراتژی به نکات سبک رهبری خود و شرایط سازمان بایستی توجه کند .

برای تدوین استراتژی بایستی به متغیرهای فرصتها و تهدیدات محیطی و نقاط قوت و ضعف داخلی توجه کرد که در تمام مدلها مورد بررسی قرار گرفته است .

مدل نظام برنامه ریزی استراتژیک توسط لورنج در سال ۱۹۸۰ و نیز توسط ولانج در سال ۱۹۸۶ ارائه گردید.

در گام چهارم از مراحل فرآیند برنامه ریزی استراتژیک ، میزان دسترسی سازمان به منابع مورد بررسی قرار می گیرد .

اندروز ⇐ استراتژی الگویی از مقاصد و خط مشیهای معرف شرکت و کسب و کار آن است .

از نقاط قوت مدل هاروارد به جامعیت و ارائه دید استراتژیک به مدیر اشاره شده است.

مدل هیل ابتدا به تحلیل صنعت و محیط بیرون می پردازد .

مدل خطمشی هاروارد توسط اندرسن در سال ۱۹۸۰ مطرح گردید.

نقطه قوت مدل رقابتی پورتر ، روش نظام گرایی است که برای سنجش جنبه های اقتصادی هر صنعت ارائه می دهد.

مدل رایت در سال ۱۹۹۲ بیان شد و دارای ۵ مرحله بوده که همه مراحل تحت تأثیر نظام اطلاعاتی است .

در مدل دیوید اهداف غایی براساس اهداف عملیاتی و استراتژی تدوین می شود .

فصل سوم

هدف های بلندمدت به گروه های ذینفعه کمک می کند تا نقش خود را در آینده سازمان درک کنند و برای مدیرانی که دارای ارزشهای متفاوت هستند، مبنای پایدار ارائه دهد .

به هنگام تعیین اهداف، اولویت سازمانی تعیین می شود.

هدف ، معیار ارزیابی عملکردها و مسیر رشد و ترقی سازمان را نشان می دهد .

هدفهای بلندمدت با ایجاد اتفاق نظر در افراد در مرحله اجرای استراتژی، میزان تعارض و تضاد را کاهش می دهد .

هدف های بلندمدت نتایجی هستند که از اجرای استراتژی های خاصی انتظار داریم کسب کنیم.

این که مؤسسه در بازار رهبر باشد یا پیرو بستگی به تکنولوژی دارد .

موقعیت رقابتی براساس معیار توانایی تولید تعیین می شود .

رابطه منطقی بین ستاده ها و داده ها می تواند بهره وری را تضمین کند.

سازمان ها با اتخاذ هدف های بلندمدت در حوزه مسئولیت اجتماعی به دنبال شهروند مسئول می باشند .

هدف سودی برای شرکتهایی است که به صورت استراتژیک مدیریت می شوند.

این که افراد احساس کنند بین اهداف شخصی و سازمانی سازگاری وجود دارد که تلاش مضاعفی برای تحقق اهداف

سازمان داشته باشند به برانگیزاننده (از ویژگیهای هدفهای بلندمدت) اشاره دارد .

انعطاف پذیری - قابل دسترسی جزء ویژگی هدف های بلندمدت محسوب می شود .

برای ایجاد انعطاف پذیری در یک هدف و در عین حال به حداقل رساندن اثرات منفی ناشی از انعطاف پذیری راه حل تغییر در میزان و سطح هدف است .

در صورتی که تغییرات قابل پیش بینی در محیط مؤسسه رخ دهد، اهداف بلندمدت سازمان باید حائز انعطاف پذیری باشند.

مدیران بیشتر هدفهایی را تعقیب می کنند که ادراک و رجحان آنها سازگار باشد، بیانگر قابل قبول بودن (از ویژگیهای هدفهای بلندمدت) می باشد .

در استراتژی ادغام عمودی به پایین شرکت می کوشد در اجرای آن بر مالکیت خود بیافزاید و شرکت عرضهکننده مواد اولیه را خریداری نماید .

استراتژی ادغام پایین زمانی مناسب است که شرکت به عرضه کنندگان مواد اولیه اعتماد ندارد و یا آنها قیمت ها را بالا منظور می کنند.