

تدوین برنامه استراتژیک (با تاکید بر کسب و کارهای کوچک و متوسط تولیدی یا خدماتی)

افراد مرتبط با خدمت تدوین برنامه استراتژیک در گروه اجرایی پایگاه اطلاع رسانی صنعت

آقای سید حمیدرضا عظیمی - مدیر پایگاه اطلاع رسانی صنعت

آقای سید یاسر شریعت - سرپرست بخش مدیریت استراتژیک

www.myindustry.ir

تدوین برنامه استراتژیک



استراتژی یک الگوی پایه برای تنظیم اهداف ، نحوه بهره برداری و تخصیص منابع و همچنین مواجهه با عوامل محیطی ، بازار و رقباست. استراتژی به ما می گوید، چه اهدافی را باید دنبال کنیم، روی چه صنعت یا محصولی تمرکز کنیم، چگونه با توجه به فرصتها و تهدیدات محیط به مزیت رقابتی دست پیدا کنیم. برنامه ریزی استراتژیک برای بنگاه های اقتصادی که در مرحله تولد و یا اوایل دوره رشد خود قرار دارند و می خواهند نسبت به آینده خود با برنامه ریزی عمل نمایند و همچنین برای سازمان هایی که در مرحله رشد هستند بسیار مفید و حتی ضروریست.

با توجه به تغییرات محیطی پر شتاب و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه های جامع برای مواجهه با اینگونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس میشود. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. پایه های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان شناختی است که مدیران از شرکتهای رقیب، بازارها، قیمتها، عرضهکنندگان مواد اولیه، توزیعکنندگان و ... دارند و این عوامل تعیین کننده ی موفقیت های تجاری در فضای کسب و کار است.

مدیریت استراتژیک به سازمان این امکان را میدهد 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 در مقابل مسائل پیش رو به خوبی و با برنامه ریزی از قبل عمل کند. (نه اینکه تنها در برابر کنشها، واکنش نشان دهد) و بدین گونه سرنوشت خود را رقم بزند و آینده را تحت کنترل درآورد. یکی از مهمترین منافع مدیریت استراتژیک ایجاد تفاهم و تعهد متقابل هر چه بیشتر مدیران و کارکنان است.

گروه اجرایی پایگاه اطلاع رسانی صنعت با تدوین برنامه استراتژیک در بخشهای زیر و جلسات مشاوره، به مدیران بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط در جهت پیاده سازی اصول مدیریت استراتژیک و بهرهگیری از برنامههای مدون در کسب و کار یاری می رسانند:

1- تعریف بیانیه ماموریت، چشم انداز، ارزش ها

2- یافتن و تحلیل نقاط قوت و ضعف سازمان و تهدیدها و فرصتهایی که در اطراف سازمان قرار دارد

• تحلیل محیطی: یافتن فرصت ها و تهدیدهای پیش روی سازمان

با استفاده از انواع تحلیل های استراتژیک همچون **تحلیل PESTEL**، **تحلیل نیروهای رقابتی پورتر**، تحلیل بازار و صنعت، تحلیل دوره عمر، تحلیل رقبا، تعیین عوامل کلیدی موفقیت و ...

• تحلیل داخلی: یافتن نقاط قوت و ضعف سازمان

- تعیین عوامل کلیدی موفقیت در صنعت

- مشخص نمودن نقاط قوت و ضعف سازمان با استفاده از روش هایی مانند: طوفان فکری، دلفی، نظرات خبرگان و استفاده از روش های کمی مانند ماتریس IFE

3- تعیین استراتژی های سازمان با استفاده از روش های کیفی و کمی

• تشکیل ماتریس SWOT با استفاده از خروجی های مراحل قبل و تعیین استراتژی های سازمان

4- تعیین اهداف سالیانه برای حرکت در جهت اهداف کلان و استراتژی های تعیین شده

• ایجاد اهداف سالیانه با توجه به استراتژی انتخاب شده

• تعیین شاخص های لازم برای سنجش میزان دستیابی به اهداف تعیین شده

5- تعیین برنامه عملیاتی لازم به منظور دستیابی به اهداف مشخص شده

• مشخص نمودن منابع مورد نیاز برای رسیدن به اهداف (مالی، انسانی، سخت افزاری و...)

• تعیین برنامه دقیق و قابل سنجش برای دستیابی به اهداف

برای کسب اطلاعات بیشتر و مشاوره تلفنی پیرامون « تدوین برنامه استراتژیک » [با ما تماس بگیرید](#)

با ما تماس بگیرید

۶-۶۶۳۸۹۵۲۵ (۰۲۱)