

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





«مدیریت استراتژیک و سیاست های کسب و کار»

استراتژی وظیفه ای و انتخاب استراتژیک

ارائه کننده:

احسان معینی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

Moeini1404@gmail.com





استراتژی وظیفه ای:

نگرش مورد استفاده یک حوزه کاری برای کسب اهداف و استراتژی های بنگاه و کسب و کار از طریق حداکثر کردن بهره وری منابع است.



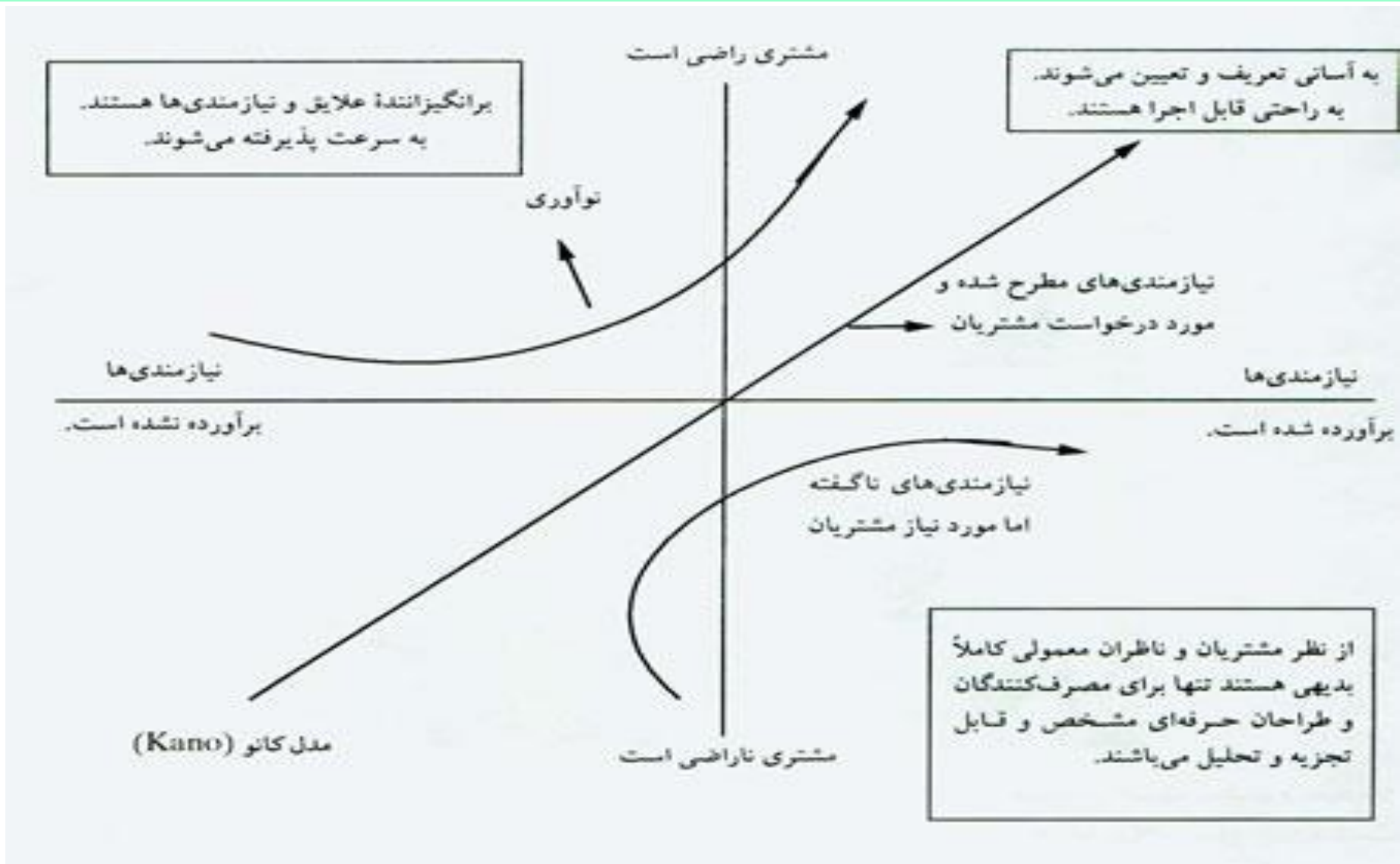
شایستگی محوری / قابلیت محوری:

- آن چیزی است که شرکت می تواند بسیار خوب انجام دهد.
- در بر گیرنده چند مهارت اساسی است.
- یک قدرت و امتیاز کلیدی است.

آزمون هایی برای تشخیص شایستگی متمایز:

۱. آزمون ارزش مشتری
۲. آزمون رقیب بی نظیر
۳. آزمون قابلیت گسترش







وظیفه ها کجا باید انجام گیرند؟

آیا باید آن را با بهره گیری از منابع سازمان اجرا کرد یا از یک پیمانکار خواست

که آن وظیفه را انجام دهد؟





ماتریس برون سپاری پیشنهادی

کل ارزش افزوده فعالیت بر کالاها و خدمات شرکت

	کم	زیاد
زیاد	یکپارچگی عمودی ناقص: برخی تولیدات به صورت داخلی	یکپارچگی عمودی کامل: کل تولید به صورت داخلی
کم	برون سپاری کامل: خرید از بازار آزاد	برون سپاری کامل: خرید با قراردادهای بلند مدت

پتانسیل فعالیت برای ایجاد مزیت رقابتی



استراتژی بازاریابی:

به مسائلی چون قیمت گذاری ، فروش و توزیع یک محصول می پردازد.

۱. توسعه بازار
۲. توسعه محصول
۳. توسعه محصول ثانویه
۴. فشار یا کشش
۵. عرضه گسترده یا واسطه ها و توزیع کنندگان
۶. قیمت گذاری خاص
۷. قیمت گذاری نفوذی



استراتژی مالی:

به مسائل مالی شرکت و گزینه های استراتژیک فراروی آن می پردازد و بهترین اقدامات را از حیث اهمیت مالی آن ها ، شناسایی و معرفی می کند.



استراتژی مالی:

- استراتژی خرید مصلحتی

- استراتژی سهام نشان



استراتژی تحقیق و توسعه:

به نوآوری و خلاقیت در محصول و فرآیند تولید محصول و بهبود کیفیت هر دوی آن ها می پردازد.

۱. رهبری تکنولوژیک (پیشگام در نوآوری)

۲. پیروی تکنولوژیک (تقلید از محصولات رقیب)



استراتژی تحقیق و توسعه و مزیت رقابتی

پیروی تکنولوژیک	رهبری تکنولوژیک	
<p>هزینه محصول یا فعالیت های با ارزش را از طریق بهره گیری از تجربیات رهبری، کاهش دهید. با تقلید از رهبر، در هزینه های تحقیق و توسعه صرفه جویی کنید.</p>	<p>در طراحی محصول با کمترین هزینه پیشقدم شوید. اولین شرکتی باشید که با طراحی روش های هزینه، فعالیت های با ارزش انجام می دهد.</p>	<p>مزیت هزینه ای</p>
<p>آن محصولات را انتخاب کنید که به نیازهای خریدار نزدیک تر باشد. این انتخاب را با بهره گیری از تجربیات رهبر انجام دهید.</p>	<p>در تولید محصول متمایز که برای خریدار ارزش بیشتری داشته باشد، پیشگام شوید. فعالیت های بدیع و جدید دیگر طراحی و اجرا کنید تا به این ترتیب ارزش بیشتری برای مشتری قائل شوید.</p>	<p>تمایز</p>



استراتژی تولید:

۱. روش و محل تولید یک محصول
۲. میزان و سطح یکپارچگی عمودی
۳. توسعه منابع فیزیکی



استراتژی خرید:

با به دست آوردن مواد خام ، قطعات و تجهیزات مورد نیاز برای انجام تولید و عملیات سر و کار دارد.

گزینه های اصلی استراتژی خرید:

۱. منبع یابی چندگانه
۲. منبع یابی یگانه
۳. منبع یابی موازی



استراتژی لجستیک :

با جریان محصولات در داخل و خارج فرآیند تولید در ارتباط است.

- تمرکز
- برون سپاری
- استفاده از اینترنت



استراتژی مدیریت منابع انسانی:

به دنبال ایجاد حداکثر هماهنگی و همراهی میان کارکنان و سازمان است.

شرکت ها دریافته اند که داشتن نیروی کارمتنوع می تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود.

تنوع از لحاظ سن و ملیت باعث کسب سود بیشتر می شود.



استراتژی سیستم های اطلاعاتی:

شرکت ها بیش از پیش به بهره گیری از استراتژی های سیستم های اطلاعاتی روی آورده اند تا بتوانند از تکنولوژی اطلاعات برای ایجاد مزیت رقابتی برای واحدهای تجاری خود استفاده کنند.



برخی از استراتژی های سطح بنگاه ، کسب و کار و وظیفه ای بسیار خطرناکند که نباید از آنها استفاده شود.

مدیرانی که نمی توانند محیط داخلی و خارجی را به درستی تجزیه و تحلیل کنند یا فاقد خلاقیت هستند ، ممکن است در دام یکی از استراتژی های نامناسب بیفتند.



۱. پیروی از پیش گام

۲. اقدام به عملی شگفت آور

۳. مسابقه تسلیحاتی

۴. دست به هر کاری زدن

۵. از دست دادن کنترل





عبارت است از ارزیابی استراتژی های مختلف و انتخاب بهترین آن ها.

هرگاه شرکت با محیطی پویا مواجه می شود ، بهترین تصمیم های استراتژیک لزوماً از طریق اجماع که همه بر سر یک گزینه مشخص توافق داشته باشند ، اتخاذ نمی شود.





انتخاب بهترین استراتژی:

توانایی آن استراتژی در پرداختن به آن دسته از عوامل استراتژیک خاص باشد که در تجزیه و تحلیل نقاط قوت ، ضعف ، فرصت ها و تهدیدها مورد شناسایی و توجه قرار گرفته اند.

توانایی آن استراتژی در تامین اهداف شرکت با بهره گیری از حداقل منابع و به جای گذاشتن حداقل عوارض جانبی است.



اثر فشارهای وارده از طرف گروه های ذینفع:

جذابیت یک گزینه استراتژیک ، تحت تاثیر قابلیت سازگاری آن استراتژی با خواسته های

گروه های ذینفع متنفذ در یک محیط کاری قرار دارد.



ماتریس اولویت گروه های ذینفع

	قدرت کم	قدرت متوسط	قدرت زیاد
منافع بالا	اولویت متوسط	اولویت بالا	اولویت بالا
منافع متوسط	اولویت پایین	اولویت متوسط	اولویت بالا
منافع کم	اولویت پایین	اولویت پایین	اولویت متوسط



فشارهای وارده از طرف فرهنگ سازمانی:

اگر استراتژی با فرهنگ سازمانی هم خوانی و مطابقت نداشته باشد ، احتمالاً شکست خواهد خورد.

مدیران استراتژی ساز ، به هنگام بررسی یک گزینه استراتژیک ، باید قابلیت سازگار شدن استراتژی با فرهنگ سازمانی شرکت را ارزیابی و تعیین کنند.



نقش نیازها و امیال مدیران کلیدی:

ممکن است برخی افراد به برخی پیشنهادهای خاص آن قدر دل بسته شوند که قویا از آن حمایت کرده و به شدت با دیگر گزینه ها مخالفت کنند. در نتیجه ممکن است وی پیش بینی های نامناسب و تغییر یافته ای داشته باشد که بیشتر منطبق بر گزینه های مورد علاقه فرد باشد.





روش های پرهیز از دام همزبانی :

- عضو مخالف

- پرس و جوی دیالکتیکی



معیارهای توانایی گزینه استراتژیک:

۱. موفقیت
۲. جامعیت
۳. انحصار متقابل
۴. سازگاری درونی





انتخاب بهترین گزینه استراتژیک به معنای خاتمه مرحله تدوین یا طراحی استراتژی نیست. مدیریت باید سیاست هایی را تبیین کند که قواعد اساسی مربوط به اجرای استراتژی را تعریف می کنند و راهنمای مدیران و کارکنان در تصمیم گیری و اقدامات لازم باشند.





استراتژی وظیفه ای و انتخاب استراتژیک

مدیریت استراتژیک



با تشکر از همراهی شما

