

عنوان مقاله:

دکترین استراتژیک در سازمان های پیشرو

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

علیرضا علیقلی زاده - کارشناس ارشد برنامه ریزی - شرکت برق منطقه ای تهران

خلاصه مقاله:

مدیران، مشاوران و کارشناسان برنامه ریز، همواره در جست وجوی روشهای موثرتری برای تدوین استراتژی هستند. روش هایی که در صورت به کارگیری، نتایج بهتر و ملموس تری را به همراه داشته باشد. این جست و جو از سوی محققان، اندیشمندان و مراکز آکادمیک، بارائه مستمر الگوهای تازه و تکامل یافته تری پشتیبانی میشود. این مقاله روش جدیدی را برای تدوین استراتژی معرفی می کند؛ استراتژی سه جانبه با گردآوری و تلفیق اطلاعات مربوط به بازار، رقیب و سازمان، ابتدا حوزه اثربخشی استراتژی را مشخص کرده و سپس با استفاده از یک جدول تحلیلی، زمینه خلق استراتژی های مناسب کسب و کار را فراهم می سازد. این روش، به موازات متدولوژی و فرایندهای گام به گام، بر اقدامات شناختی و فهم قواعد کسب و کار تاکید داشته و در این راستا از الگوهای مفهومی و توصیه های تفکر استراتژیک بهره می جوید. استراتژی سه جانبه فلسفه خود را بر ماهیت فضای رقابتی متشکل از سازمان، رقیب و مشتری استوار ساخته و شرایط این سه بازیگر را برای تدوین استراتژی به کار میگیرد. این روش جدید با تاکید بر مفاهیم شناختی و تکیه بر ارکان کسب و کار، شیوه متفاوتی را برای تلفیق و تحلیل اطلاعات و تدوین استراتژی پیشنهاد می کند، هر چند در رابطه با اثربخشی استراتژی، علاوه بر روش، باید بر نقش قدرت تحلیل و خلاقیت ذهنی استراتژیست نیز تاکید شود

کلمات کلیدی:

دکترین، استراتژیک، سازمان های پیشرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314475>

