

به نام خدا

مدیریت استراتژیک

توسعه پایدار سازمان ها

نویسندگان
جی دیوید هانگر
توماس آل. ویلیس

مترجمان
دکتر مهدی حقیقی کفاش
الهام السادات موسوی مقدم



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۴۰۰

سرشناسه	هانگر، دیوید، ۱۹۴۱-م.، نویسنده همکار
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت استراتژیک: توسعه پایدار سازمان ها/ نویسندگان جی دیوید هانگر، توماس ال. ویلن؛ مترجمان مهدی حقیقی کفاش، الهام السادات موسوی مقدم؛ ویراستار علمی وحید ناصحی فر؛ ویراستار لادن صیاف. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۴۰۰.
مشخصات نشر	۳-۷۷۲-۷۷۲-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸
مشخصات ظاهری	فیا
شابک	عنوان اصلی: Strategic management and business policy : towards global sustainability. c20۱۲.
وضعیت فهرست نویسی	عنوان دیگر: توسعه پایدار سازمان ها.
یادداشت	موضوع: برنامه ریزی راهبردی
عنوان دیگر	ویلن، تامس
موضوع	حقیقی کفاش، مهدی. ۱۳۴۸- مترجم
شناسه افزوده	موسوی، الهام، ۱۳۵۹- مترجم
شناسه افزوده	ناصری، وحید، ۱۳۴۸- مترجم
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
شناسه افزوده	HD۳۰/۲۸
زده بندی کنگره	۶۵۸/۴۰۱۲
زده بندی دیویی	۸۶۵۸۲۸۲
شماره کتابشناسی ملی	فیا
اطلاعات رکورد کتابشناسی	



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

مدیریت استراتژیک (توسعه پایدار سازمان ها)

نویسندگان: جی دیوید هانگر، توماس ال. ویلن

مترجمان: دکتر مهدی حقیقی کفاش، الهام السادات موسوی مقدم

ویراستار علمی: دکتر وحید ناصحی فر

ویراستار: لادن صیاف

صفحه آرای: سیده سمانه حسن زاده

طراح جلد: جمال سرور سندان

چاپ اول: زمستان ۱۴۰۰

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۱۳۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۷۲-۳

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

« کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است. »

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۰۲۱-۶۶۹۳۹۳۲۹ / فروشگاه مرکزی: ۰۲۱-۶۶۴۲۵۱۱۸

واحد نشر مکتوب: ۰۲۱-۶۶۴۳۹۲۰۶

واحد نشر الکترونیک: ۰۲۱-۶۶۴۳۹۲۰۲ / www.morakab.com

WWW.CPPC.ir / WWW.TAKBAB.COM

فروشگاه های اینترنتی



مقدمه مترجم

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم بکارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با این گونه مسایل بیش‌تر از گذشته نمایان شده است. این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک باتکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه حل بسیاری از مسایل سازمان‌های امروزی است. پایه‌های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران سازمان‌ها از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریان که در سراسر دنیا دارند، قرار گرفته است. این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت بلندمدت کسب و کار در دنیای امروز است. پس یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره‌گیرند «مدیریت استراتژیک» خواهد بود.

یکی از بهترین کتاب‌هایی که برای شروع مطالعه و تحقیق در حوزه مدیریت استراتژیک و سیاست کسب و کار پیشنهاد می‌شود کتاب مبانی مدیریت استراتژیک هانگرو ویلن است. این کتاب به صورت فشرده و مختصر تعدادی از مهم‌ترین حوزه‌های دانش مدیریت استراتژیک و سیاست کسب و کار را مطرح کرده و با طبقه‌بندی قابل‌تحسین و موشکافان‌های تلاش کرده تا به موضوعات متنوعی که در اداره موفق سازمان‌ها در بلندمدت مورد نیاز است، یکپارچگی و انسجام ببخشد.

نسخه انگلیسی این کتاب در ۶ بخش و ۱۱ فصل، به علاوه ۳ فصل اینترنتی تدوین شده است. این بخش‌ها به نوعی مراحل مختلف مدیریت استراتژیک را در بر می‌گیرند که شامل مقدمه‌ای بر مدیریت استراتژیک، بررسی محیطی، تدوین استراتژی، اجرا و کنترل استراتژی می‌باشد. در هر یک از این بخش‌ها مراحل و فرآیندهایی که در هر گام انجام می‌شود، به تفصیل بیان شده‌اند.

در ترجمه این کتاب از راهنمایی‌های اساتید معتبر مدیریت استراتژیک استفاده شده است. هم‌چنین

همکاری بی‌شائبه سرکار خانم وحیده نورانی در بازخوانی‌های مکرر متن و تذکرات به جا و منطقی بسیار موثر بود.

در پایان امیدواریم که این کتاب مورد توجه و استفاده اساتید، دانشجویان، پژوهشگران و همه علاقمندان به حوزه مدیریت استراتژیک قرار گیرد. قطعاً نظرات، انتقادات و پیشنهادات شما عزیزان در چاپ‌های آتی در این کتاب راه‌گشای ما خواهد بود.

دکتر مهدی حقیقی کفاش

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

فهرست مطالب

۳	مقدمه مترجم
۱۳	فصل اول: مفاهیم اولیه مدیریت استراتژیک
۱۳	۱-۱- مطالعه مدیریت استراتژیک
۱۴	مراحل مدیریت استراتژیک
۱۵	مزایای مدیریت استراتژیک
۱۸	۱-۲- جهانی شدن و پایداری محیطی: چالش های مدیریت استراتژیک
۱۸	تأثیر جهانی شدن
۲۰	تأثیر پایداری زیست محیطی
۲۴	۱-۳- تئوری های تطبیق سازمانی
۲۵	۱-۴- ایجاد یک سازمان یادگیرنده
۲۸	بررسی محیطی
۲۹	تدوین استراتژی
۳۰	ماموریت
۳۱	اهداف
۳۲	استراتژی ها
۳۵	سیاست ها
۳۶	اجرای استراتژی
۳۷	برنامه ها
۳۷	بودجه ها
۳۸	رویه ها
۳۸	ارزیابی و کنترل
۳۹	فرآیند بازخورد / یادگیری
۴۰	۱-۶- شروع استراتژی: رویدادهای بیدار کننده
۴۱	۱-۷- تصمیم گیری استراتژیک
۴۳	سبک های تصمیم گیری استراتژیک مینتزبرگ
۴۵	فرآیند تصمیم گیری استراتژیک: کمک به تصمیمات برتر
۴۶	۱-۸- ممیزی استراتژیک: کمک به تصمیم گیری استراتژیک
۴۹	منابع

۵۳	فصل دوم: حاکمیت شرکتی
۵۳	۱-۲- نقش هیئت مدیره
۵۴	مسئولیت‌های هیئت مدیره
۵۶	نقش هیئت مدیره در مدیریت استراتژیک
۵۶	طیف هیئت‌های مدیره
۵۹	اعضای هیئت مدیره
۶۳	تصمیم‌گیری مشارکتی: آیا کارمندان می‌توانند عضو هیئت مدیره شوند؟
۶۴	مدیریت مشترک
۶۵	انتخاب و تعیین اعضای هیئت مدیره
۶۷	سازماندهی هیئت مدیره
۶۹	تأثیر قانون ساربناکس- آکسلی بر حاکمیت شرکتی ایالات متحده
۷۰	بهبود حاکمیت
۷۱	ارزیابی حاکمیت
۷۲	اجتناب از پیشرفت‌های حاکمیتی
۷۲	روندهای موجود در حاکمیت شرکتی
۷۴	۲-۲- نقش مدیر ارشد
۷۴	مسئولیت‌های مدیر ارشد
۷۵	رهبری اجرایی و چشم‌انداز استراتژیک
۷۷	مدیریت فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک
۷۹	منابع
۸۳	فصل سوم: مسئولیت اجتماعی و اخلاقیات در مدیریت استراتژیک
۸۳	۱-۳- مسئولیت‌های اجتماعی تصمیم‌گیران استراتژیک
۸۴	مسئولیت‌های یک پنگاه کسب و کار
۸۴	دیدگاه سنتی فریدمن درباره مسئولیت کسب و کار
۸۵	چهار مسئولیت کسب و کار از دیدگاه کارول
۸۸	پایداری: بیش از زیست محیطی؟
۸۹	ذی نفعان شرکت
۸۹	تجزیه و تحلیل ذی نفعان
۹۱	ورودی ذی نفعان
۹۱	۲-۳- تصمیم‌گیری اخلاقی
۹۲	دلایل رفتارهای غیر اخلاقی
۹۳	نسبیت‌گرایی اخلاقی
۹۴	سطوح پیشرفت اخلاقی کولبرگ
۹۵	تشویق رفتار اخلاقی
۹۵	کدهای اخلاقی
۹۶	دستورالعمل‌های رفتار اخلاقی
۹۹	منابع