

## عنوان مقاله:

مولفه های برنامه ریزی استراتژیک در شرکت های مدیر مالکی

## محل انتشار:

اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

قاسم فرج پور خانابستانی - استادیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرنده تهران

میلاد عظیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرنده تهران

## خلاصه مقاله:

برنامه ریزی استراتژیک نقشی کلیدی در موفقیت سازمان ها در میدان رقابت دارد. این نوع برنامه ریزی که تا کنون اغلب مورد استفاده در شرکت ها و سازمان های بزرگ واقع شده است، اگر به درستی طراحی و پیاده سازی گردد، منجر به پیشرو بودن آن شرکت یا سازمان خواهد شد. این مهم در حالی مطرح می گردد که برداشت عمومی صاحب نظران بر این اصل استوار است که با توجه به هزینه بر بودن برنامه ریزی استراتژیک، تنها شرکت های بزرگ قابلیت انجام مراحل مختلف آن را دارا هستند. تحقیق حاضر در نظر دارد انحصار ایجاد شده را کمرنگ تر جلوه داده و شرکت های کوچک بالاخص مدیر مالکی را به آن حیطه اضافه نماید. بدین منظور 6 مدل مورد مطالعه تطبیقی قرار گرفت که عبارتند از: مدل برنامه ریزی استراتژیک پایه ای کارتر و مکنامارا - مدل برنامه ریزی استراتژیک مازور برای شرکت های کوچک و متوسط - مدل برنامه ریزی استراتژیک فرای و استونر برای شرکت های کوچک و متوسط - مدل برنامه ریزی استراتژیک پیگلز و روجر - مدل برنامه ریزی استراتژیک رایت - مدل برنامه ریزی استراتژیک استونر و فریمن در نتیجه این مقایسه، چهار عامل به شرح زیر به عنوان وجوه مشترک مدل های مذکور شناسایی شده است: (1) مأموریت چشم - انداز، (2) عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و خارجی (فرصت ها و تهدیدات)، (3) استراتژی و برنامه های استراتژیک و (4) نهایتاً برنامه عملیاتی. با توجه به ویژگی خاص شرکت های کوچک و مدیر مالکی از جمله حاکمیت - و تسلط دیدگاه مدیر عامل یا سهامدار اصلی، یک عامل مهم دیگری بایست با عنوان بینش مالکان به مدل اضافه شود که در این تحقیق وابستگی مولفه های دیگر برنامه ریزی استراتژیک را با آن مورد بررسی قرار داده است. فرضیه های اصلی بر این اصل استوار است که - بین بینش و ارزش های مالکان و تدوین مأموریت - بین بینش و ارزش های مالکان و تحلیل نقاط قوت و ضعف سازمانی - بین بینش و ارزش های مالکان و تحلیل فرصت ها و تهدیدات محیطی وابستگی متقابل داشته و سایر مولفه ها، فاقد ارتباط با بینش و ارزش های مالکان می باشد. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است که روایی آن با نظر سنجی از متخصصان برنامه ریزی استراتژیک و پایی آن با روش آلفای کرونباخ از تعداد 30 نمونه ابتدایی، به صورت تصادفی و از سه شرکت با ساختار مدیر مالکی (در سه صنعت متفاوت)، اعتبارسنجی شده است. روش مورد استفاده برای تعیین رابطه جهت داری میان دو متغیر از نرم افزار SMARTPLS در راستای تعیین اثرگذاری بینش و ارزش های مالکان بر سایر مولفه های مدل برنامه ریزی استراتژیک استفاده گردیده است.

## کلمات کلیدی:

شرکت های مدیر مالکی، بینش مالکان، مدل برنامه ریزی استراتژیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374965>



