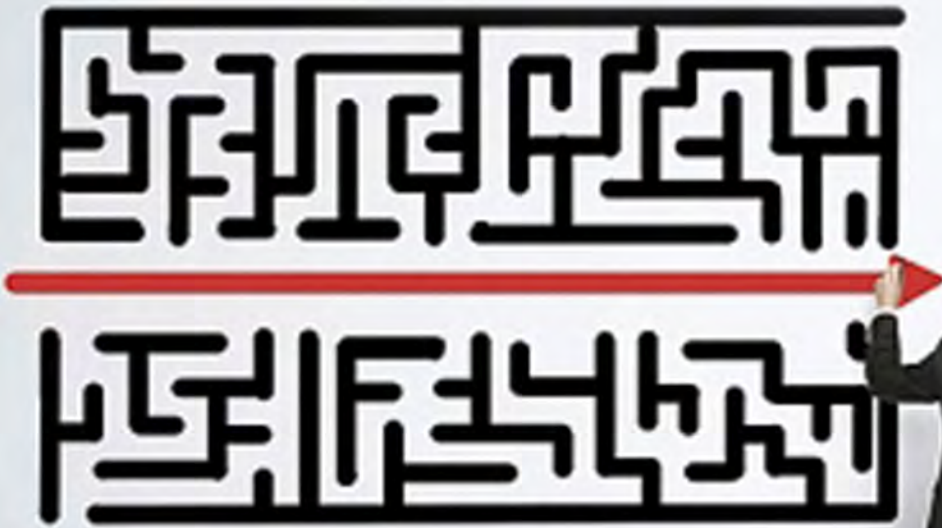


جهت گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی



مؤلف: فاطمه لشگری

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی

تالیف:

فاطمه لشگری

کارشناس ارشد رشته مدیریت اجرایی (گرایش استراتژیک)



انتشارات موجک



سرشناسه: لشگری، فاطمه، ۱۳۵۶ -

عنوان و نام پدیدآور: جهت گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی / تالیف فاطمه لشگری.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۱۸۶ ص.: جدول.

شابک: ۶-۲۶-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸-۲۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۷۵ - ۱۹۴.

موضوع: برنامه ریزی راهبردی

موضوع: Strategic planning

موضوع: برنامه ریزی سازمانی

موضوع: Business planning

موضوع: کارآمدی سازمانی

موضوع: Organizational effectiveness

موضوع: عملکرد -- ارزشیابی

موضوع: Performance -- Evaluation

موضوع: تدارکات بازرگانی -- مدیریت

موضوع: Business logistics – Management

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ج ۹ / ۵ / ۲۸ / ۳۰ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۲۱۹۴۱

انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲-۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: جهت گیری استراتژیک و عملکرد سازمانی

تالیف: فاطمه لشگری

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۱۸۶ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۳۹۷، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۶-۲۶-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

| | |
|----|--|
| ۱ | پیشگفتار |
| ۷ | فصل اول: جهت گیری استراتژیک |
| ۷ | ۱-۱ مقدمه |
| ۸ | ۲-۱ جهت گیری استراتژیک |
| ۱۱ | ۳-۱ تاریخچه استراتژی |
| ۱۲ | ۴-۱ تعریف استراتژی |
| ۱۳ | ۵-۱ مفهوم استراتژی |
| ۱۵ | ۶-۱ ابعاد مختلف مفهوم استراتژی |
| ۲۳ | ۷-۱ رویکردهای استراتژی |
| ۲۴ | ۸-۱ مفهوم نوین استراتژی و انواع استراتژی |
| ۲۵ | ۹-۱ انواع دیدگاه‌های مرتبط با جهت گیری استراتژیک |
| ۲۵ | ۱-۹-۱ رویکرد تشریحی |
| ۲۶ | ۲-۹-۱ رویکرد طبقه‌بندی |
| ۲۶ | ۳-۹-۱ رویکرد تطبیقی |
| ۲۸ | ۱۰-۱ انواع جهت گیری استراتژیک |
| ۲۹ | ۱-۱۰-۱ جهت گیری مشتری |
| ۳۰ | ۲-۱۰-۱ جهت گیری رقیب |
| ۳۱ | ۳-۱۰-۱ جهت گیری بازار |

- ۳۲..... ۴-۱۰-۱ جهت گیری کارآفرینی
- ۳۳..... ۵-۱۰-۱ جهت گیری نوآوری
- ۳۴..... ۶-۱۰-۱ جهت گیری هزینه
- ۳۶..... ۷-۱۰-۱ جهت گیری محیطی
- ۳۷..... ۸-۱۰-۱ جهت گیری زنجیره تأمین

فصل دوم: مدیریت و ارزیابی عملکرد سازمانی ۳۹

- ۳۹..... ۱-۲ مقدمه
- ۴۰..... ۲-۲ مفهوم عملکرد
- ۴۱..... ۳-۲ سنجش عملکرد
- ۴۲..... ۴-۲ شاخص های سنجش عملکرد
- ۴۳..... ۵-۲ ویژگی شاخص های سنجش عملکرد
- ۴۴..... ۶-۲ ضرورت و اهمیت ارزیابی عملکرد
- ۴۴..... ۷-۲ مزایای ارزیابی عملکرد
- ۴۵..... ۸-۲ اهداف ارزیابی عملکرد سازمانی
- ۴۵..... ۹-۲ سطوح ارزیابی عملکرد سازمانی
- ۴۶..... ۱۰-۲ ابعاد ارزیابی عملکرد سازمانی
- ۴۸..... ۱۱-۲ مدیریت عملکرد
- ۴۸..... ۱۲-۲ ارتباط ارزیابی عملکرد و مدیریت عملکرد
- ۴۸..... ۱۳-۲ الگوهای ارائه شده برای عملکرد سازمانی
- ۴۹..... ۱۴-۲ تقسیم بندی مدل های رایج سنجش عملکرد و تعالی سازمانی
- ۵۱..... ۱۵-۲ تعریف اثربخشی
- ۵۲..... ۱۶-۲ مفهوم اثربخشی عملکرد
- ۵۴..... ۱۷-۲ عوامل موثر در اثربخشی عملکرد سازمان
- ۵۶..... ۱۸-۲ سنجش اثربخشی عملکرد

- ۱۹-۲ ادغام معیارهای اثربخشی ۵۷
- ۲۰-۲ مدل‌های ارزیابی اثربخشی ۵۷
- ۱-۲۰-۲ مدل هدف مدار تایلر ۵۷
- ۲-۲۰-۲ روش ادیورنه ۵۸
- ۳-۲۰-۲ روش دفلیپس ۵۸
- ۴-۲۰-۲ روش O.P.I.C ۵۸
- ۵-۲۰-۲ مدل آزمایش اجتماعی ۵۹
- ۶-۲۰-۲ مدل ارزشیابی مبتنی بر مدافعه ۵۹
- ۷-۲۰-۲ الگوی کرک پاتریک ۶۰
- ۲۱-۲ رویکردهای سنتی برای سنجش کارایی و اثربخشی سازمان ۶۱
- ۱-۲۱-۲ روش مبتنی بر تأمین هدف ۶۱
- ۲-۲۱-۲ روش مبتنی بر تأمین منابع ۶۳
- ۳-۲۱-۲ روش مبتنی بر فرآیند درونی ۶۴
- ۲۲-۲ رویکردهای نوین برای سنجش کارایی و اثربخشی سازمان ۶۶
- ۱-۲۲-۲ روش مبتنی بر تأمین رضایت گروه‌های ذینفع ۶۶
- ۲-۲۲-۲ روش مبتنی بر ارزش‌های رقابتی ۶۷

فصل سوم: مدیریت زنجیره تأمین سبز ۷۱

- ۱-۳ مقدمه ۷۱
- ۲-۳ مفهوم مدیریت زنجیره تأمین ۷۲
- ۳-۳ مدیریت زنجیره تأمین سبز ۷۳
- ۴-۳ فرایند کلی زنجیره تأمین سبز ۷۴
- ۱-۴-۳ طراحی سبز ۷۴
- ۲-۴-۳ مواد سبز ۷۴
- ۳-۴-۳ تولید سبز ۷۴

- ۴-۳-۴ بازاریابی سبز ۷۶
- ۴-۳-۵ مصرف سبز ۷۶
- ۴-۳-۶ بازیافت سبز ۷۷
- ۳-۵ دلایل اهمیت مدیریت زنجیره تامین سبز ۷۷
- ۳-۶ مزایای سیستم مدیریت زنجیره تامین سبز ۷۸
- ۳-۷ محرک‌های سازمان برای پذیرش مدیریت زنجیره تامین سبز ۷۸
- ۳-۸ تفاوت بین مدیریت زنجیره تامین سبز و سنتی ۸۰
- ۳-۹ نقش زنجیره تامین سبز در کسب مزیت رقابتی ۸۱
- ۳-۱۰ موانع پیش رو برای دستیابی به زنجیره تامین سبز ۸۲

فصل چهارم: مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک ۸۵

- ۴-۱ مقدمه ۸۵
- ۴-۲ تعریف برنامه‌ریزی ۸۶
- ۴-۳ سیر تحول برنامه‌ریزی در جهان ۹۰
- ۴-۴ تاریخچه برنامه‌ریزی در ایران ۹۷
- ۴-۵ اصول برنامه‌ریزی ۱۰۵
- ۴-۵-۱ برنامه بلند مدت یا برنامه دوربرد ۱۰۶
- ۴-۵-۲ برنامه‌ریزی مستقیم و غیرمستقیم ۱۰۷
- ۴-۵-۳ پیش‌بینی ۱۰۸
- ۴-۵-۴ آینده شناسی ۱۰۹
- ۴-۵-۵ پیوستگی و سازگاری برنامه‌ها ۱۱۲
- ۴-۵-۶ همراهی مردم ۱۱۲
- ۴-۵-۷ ظرفیت اجرا ۱۱۵
- ۴-۵-۸ ضرورت تدوین برنامه اضطراری ۱۱۶
- ۴-۵-۹ گزارش‌گیری ۱۱۷

- ۱۱۹ ارزیابی ۱۰-۵-۴
- ۱۲۱ ارزیابی حین اجرای برنامه ۱۱-۵-۴
- ۱۲۲ آمار و اطلاعات ۱۲-۵-۴
- ۱۲۴ تعیین اهداف ۱۳-۵-۴
- ۱۲۵ هدف‌های چندگانه ۱۴-۵-۴
- ۱۲۷ ۶-۴ تعریف برنامه‌ریزی
- ۱۲۷ ۷-۴ تعریف برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۱۳۴ ۸-۴ سطوح برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۱۳۴ ۱-۸-۴ استراتژی سطح شرکت
- ۱۳۴ ۲-۸-۴ استراتژی سطح بازرگانی
- ۱۳۵ ۳-۸-۴ استراتژی سطح وظیفه‌ای
- ۱۳۵ ۹-۴ اهداف برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۱۳۶ ۱۰-۴ موانع و مشکلات طراحی برنامه‌های استراتژیک
- ۱۳۷ ۱۱-۴ تفاوت برنامه‌ریزی استراتژیک با سایر روش‌های برنامه‌ریزی
- ۱۴۳ ۱۲-۴ ویژگی‌ها و ماهیت برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۱۴۷ ۱۳-۴ مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۱۴۸ ۱-۱۳-۴ مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید
- ۱۴۹ ۲-۱۳-۴ مدل برنامه‌ریزی استراتژیک هیل
- ۱۵۰ ۳-۱۳-۴ مدل برنامه‌ریزی استراتژیک گوداشتان و همکاران
- ۱۵۱ ۴-۱۳-۴ مدل برنامه‌ریزی استراتژیک برایسون
- ۱۵۲ ۱۴-۴ مفهوم مدیریت استراتژیک
- ۱۵۸ ۱۵-۴ مراحل مدیریت استراتژیک
- ۱۵۸ ۱-۱۵-۴ تدوین استراتژی
- ۱۵۹ ۲-۱۵-۴ اجرای استراتژی
- ۱۵۹ ۳-۱۵-۴ ارزیابی استراتژی

- ۱۶-۴ ضرورت‌های مدیریت استراتژیک در جهان معاصر ۱۶۰
- ۱۷-۴ ضرورت استفاده از مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها ۱۶۳
- ۱۸-۴ نحوه تکامل مدیریت استراتژیک ۱۶۴
- ۱۹-۴ پارادایم‌ها و مکاتب مدیریت استراتژیک ۱۶۴
- ۱-۱۹-۴ پارادایم تجویزی ۱۶۴
- ۲-۱۹-۴ پارادایم توصیفی (تجربی - انطباقی) ۱۶۶
- ۳-۱۹-۴ پارادایم تلفیقی ۱۶۸

منابع ۱۶۹

- منابع فارسی ۱۶۹
- منابع انگلیسی ۱۷۹

پیشگفتار

دنیای امروز به طور مداوم در حال تغییر است. بازارها، وضعیت ثابتی ندارند و زمینه‌های سیاسی و قانونی بیشتر جابجا می‌شوند. فراتر از این موارد، تغییرات فناوری، سرعت ارتباطات را افزایش داده و سازمان‌ها را ملزم به بررسی و پاسخ به تغییرات کرده است. سازمان‌ها باید با تکیه بر یادگیری و تجربه‌های خود و دیگران و مطالعه بازار، به شناخت مناسبی از محیط کسب و کار دست یابند و از این طریق بر هوشیاری و دانش خود نسبت به تهدیدها و فرصت‌های محیطی و نقاط قوت و ضعف رقبا بیفزایند (رحیم نیا و سجاد، ۱۳۹۴). شرایط محیط فعالیت بنگاه‌ها با ویژگی پویایی، پیچیدگی و تغییرات مستمر ایجاب می‌کند که شرکت‌ها برای بقاء از برنامه‌ریزی استفاده نمایند که متناسب با این تحولات باشد. برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند جوابگوی محیط متغیر کنونی باشد (دیوید، ۱۳۹۱).

در سده‌های اخیر توسعه صنعتی جای خود را به توسعه پایدار داده است. در این میان مدیران صنایع به ویژه در کشورهای پیشرفته، به دنبال روش‌هایی هستند که ضمن حمایت از محیط زیست، عملکرد سازمان خود را افزایش دهند. استراتژی هماهنگ برای تحقق این هدف، بهره‌وری سبز است که به عنوان کلید توسعه پایدار مطرح شده است. یکی از ابزارهای این رویکرد، زنجیره تامین سبز است.

امروزه تغییرات و پیچیدگی روز افزون از یک طرف و ابهام ناشی از اطلاعات در محیط از سوی دیگر، منجر به عدم موفقیت در سازمان‌ها می‌شود. در این شرایط استراتژی در یک سازمان می‌تواند بعنوان ابزاری مفید عمل کند و سمت و سوی معینی را برای سازمان تعیین سازد و قوت‌ها و ضعف‌ها را با فرصت‌ها و تهدیدها تطبیق دهد. فرایند توسعه استراتژی در سازمان توسط عوامل و مقدماتی تحت تاثیر قرار می‌گیرد. جهت‌گیری استراتژیک یکی از این مقدمات است که به عنوان راهنمای برنامه‌ریزی استراتژیک و فرایند توسعه استراتژیک است (رحیم نیا و همکاران، ۱۳۹۱) که به وضعیت بلندمدت سازمان در محیط رقابتی و تخصیص اولویت منابع شرکت اشاره

دارد. جهت‌گیری استراتژیک جهت‌دهی به اهدافی است که سازمان در پی دستیابی به آن است (لاو^۱، ۲۰۱۱).

جهت‌گیری استراتژیک، یکی از موضوع‌های ویژه در ادبیات مدیریت راهبردی، کارآفرینی و بازاریابی است. امروزه شناسایی ترکیب موفقیت آمیزی از این جهت‌گیری‌ها چالش عمده‌ای برای مدیریت محسوب می‌شود. مطالعات نشان می‌دهد که سازمان‌هایی با جهت‌گیری استراتژیک تک سویه در افزایش عملکرد سازمان، مداوم شکست خورده‌اند ولی شرکت‌هایی با دو یا چند گرایش راهبردی، به عملکرد بالاتری دست یافتند (رحیم‌نیا و سجادی، ۱۳۹۴).

از آنجا که منابع یک کشور عموماً محدود است، افزایش عملکرد به عنوان یک ضرورت اساسی برای ارتقاء استاندارد زندگی یک ملت، اهمیت پیدا می‌کند. در جهان امروز، با توجه به محدودیت عوامل مختلف تولید، نیاز به بهره‌وری چه در کشورهای پیشرفته و چه در کشورهای در حال توسعه امری حیاتی و ضروری است. اهمیت عملکرد سازمانی با توجه به گسترش سطح رقابت، پیچیدگی فناوری، سرعت تبادل اطلاعات، تنوع سلیقه‌ها بر کسی پوشیده نیست. امروزه افزایش عملکرد و کارایی جایگاه ارزشمندی در نزد مدیران دارد و همه در جستجوی کارایی بیشتر و اثربخشی فزون‌ترند و تلاش آنان نیز در همین راستا شکل می‌گیرد تا ثبات سازمان را در دنیای پرقاب‌ت تضمین کند (زارعی و همکاران، ۱۳۹۴). توجه به عملکرد و اهمیت آن در راستای تحقق اهداف، و نیز عواملی که می‌توانند اثربخشی و کارایی آن را تحت تأثیر قرار دهند در اغلب سازمان‌ها، شرکت‌های دولتی و خصوصی و آموزشی مطرح است (بیگی و فطرس، ۱۳۸۸). بنابراین با توجه به اهمیتی که عملکرد در تحقق اهداف و پیشبرد امر سازمان دارد، ضرورت دارد با حساسیت بیشتری عملکرد سازمانی را مورد بررسی قرار داده و عواملی را که در بهبود و اثربخشی بیشتر آن نقش دارند شناسایی و در جهت رشد و تقویت این عوامل اقدام لازم را به عمل آورد.

محیط زیست و حفاظت از آن موضوعی است که شاید از ابتدای زندگی اجتماعی بشر قابل توجه بوده است. امروزه با شدت گرفتن رقابت در عرصه تولید و تجارت و ارتقای سطوح محلی و ملی به سطوح بین‌المللی و با توجه به نیازهای نوین جامعه بشری و نیز وجود مسائل و مشکلاتی نظیر آلودگی محیط زیست، مشکل رفع پسماندهای صنعتی، بحران انرژی و غیره لزوم توجه به

¹ Lau

امر حفاظت از محیط زیست، از جمله پیش شرط‌های لازم برای پایداری برنامه‌های رشد و توسعه تلقی می‌شود. از سوی دیگر، تحولات صنعتی قابل ملاحظه در دو قرن منجر به شکوفایی و رونق قابل ملاحظه‌ای شده است (سریواستاوا^۱، ۲۰۰۷). محققان بسیاری باور دارند که این تحولات سریع، ناپایدار بوده و منجر به تخریب‌های زیست محیطی از قبیل حوادث صنعتی، تخریب لایه ازن و گرم شدن کره زمین شده است (پالوراج، چن و بلومه^۲، ۲۰۱۵). بحران‌های اقتصادی جهانی اخیر نیاز به رشد پایدار را سرعت بخشیده است، زیرا اقتصاد سبز می‌تواند رفاه بهتری را با استفاده از منابع طبیعی ایجاد کند، چون نیازهای حال حاضر جامعه را برآورده کرده و منجر به افزایش توانایی نسل‌های آینده جهت برآورده کردن نیازهای خود می‌شود (جوهانسون^۳ و همکاران، ۲۰۱۰). در واقع، شرکت‌های امروزی همواره تحت فشار ذینفعان خود از جمله مشتریان، سازمان‌های غیردولتی و حتی کارکنان قرار دارند که به طور فزاینده‌ای خواستار مدیریت اثربخش اثرات زیست محیطی زنجیره تأمین‌شان هستند (کارت و استون^۴، ۲۰۱۱؛ کرچوف^۵ و همکاران، ۲۰۱۶).

امروزه تضمین توسعه پایدار هر کشور منوط به حفظ و استفاده بهینه از منابع محدود و غیر قابل جایگزین در آن کشور شده است و اقدامات گوناگونی برای مواجهه با این مسئله توسط دولت‌ها انجام گرفته است که از جمله آنها اعمال قوانین و اصول سبز مانند استفاده از مواد خام سازگار با محیط زیست در مراکز تولیدی و صنعتی، کاهش استفاده از منابع انرژی فسیلی و نفتی، بازیابی کاغذها و استفاده مجدد ضایعات بر شرکت‌ها و سازمان‌های بخش دولتی و خصوصی است. تسریع قوانین و مقررات دولتی جهت اخذ استانداردهای زیست محیطی و تقاضای رو به رشد مصرف کنندگان برای عرضه محصولات سبز به زنجیره‌ی تأمین که تمام فعالیت‌های مرتبط با جریان کالا از مرحله ماده خام تا تحویل کالا به مصرف کنندگان نهایی، به انضمام جریان اطلاعات در سرتاسر زنجیره را در بر می‌گیرد، موجب ظهور مفهوم جدید "مدیریت زنجیره‌ی تأمین سبز" شده است که در برگیرنده مراحل چرخه عمر محصول از طراحی تا بازیافت است. اتخاذ استراتژی سرمایه‌گذاری در زمینه بهبود عملکرد زیست محیطی زنجیره تأمین مزایا و منافع زیادی را مانند

¹ Srivastava

² Paulraj, Chen & Blome

³ Johansson

⁴ Carter & Liane Easton

⁵ Kirchoff

صرفه جویی در منابع انرژی، کاهش آلاینده‌ها، حذف یا کاهش ضایعات، ایجاد ارزش برای مشتریان و نهایتاً افزایش بهره‌وری برای سازمان‌های تولید و خدماتی به همراه خواهد داشت (الفت و همکاران، ۱۳۹۰)

سازمان‌های امروزی مدیریت زنجیره تأمین پایدار را جهت بهبود مزیت رقابتی و سودآوری پذیرفته‌اند. با توجه به اینکه مدیریت زنجیره تأمین پایدار عوامل زیست محیطی، فرهنگی و اقتصادی را با زنجیره تأمین از طریق طراحی محصول، خرید مواد، فرآیندهای تولیدی، تحویل محصول نهایی به مشتری، مدیریت پایان عمر محصول یکپارچه کرده است (سریوستاوا، ۲۰۰۷). به طور کلی، ایجاد زنجیره تأمین سبز و توجه به مسایل محیط‌زیستی سبب کاهش هزینه‌ها و بهبود عملکرد می‌شود و اعتبار و شهرت شرکت را افزایش می‌دهد (هروانی و هلمز^۱، ۲۰۰۵). بنابراین مدیریت زنجیره تأمین سبز می‌تواند عملکرد مالی و زیست محیطی و عملیاتی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد.

ارتباط مثبت بین جهت‌گیری استراتژیک و عملکرد سازمان در مطالعات زیادی تأیید شده است. به عنوان مثال ژو^۲ و همکاران (۲۰۱۳)؛ لائو (۲۰۱۱) و فرارسی^۳ و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که جهت‌گیری استراتژیک رابطه مثبتی با عملکرد سازمانی دارد. مدیران همواره به دنبال فعالیت‌ها و روش‌هایی هستند که ضمن حمایت از محیط زیست، عملکرد سازمانی خود را افزایش دهند. به عبارت دیگر، در دو دهه اخیر، عملکرد به یکی از موضوعات مورد توجه و جذاب تبدیل شده است و این تمایل هم در زمینه‌های تحقیقاتی و هم در زمینه‌های کاربردی به بروز نوآوری‌هایی منجر شده است. همواره در اکثر سازمان‌های جهان مدیران و رهبران سازمانی در پی ارتقا و بهبود عملکرد سازمان‌های خویش می‌باشند. بنابر شناسایی متغیرهای تأثیرگذار بر عملکرد سازمانی که ملاحظات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را نیز در نظر گرفته باشد دارای اهمیت بسیاری است. در این راستا مدیریت زنجیره تأمین می‌تواند نقش مؤثری در جلوگیری از هدر رفتن منابع مالی، انسانی و زمانی داشته باشد و منجر به اصلاح ساختار مصرف انرژی در صنایع تولیدی و خدماتی شود. در این پژوهش تأثیر مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد بررسی می‌شود. در این تحقیق ارتباط جهت‌گیری استراتژیک، مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد مورد بررسی قرار می‌گیرد. علاوه

¹ Hervani & Helms

² Zho

³ Ferraresi

بر این، امروزه در صنعت به دلیل کوتاه شدن دوره عمر و متنوع شدن محصولات، تصمیم‌گیری در مدیریت زنجیره تأمین از حساسیت خاصی برخوردار است. بکارگیری مدیریت زنجیره تأمین سبز به دلایل زیر دارای اهمیت است:

- ایجاد مطلوبیت و رضایت مندی از نظر زیست محیطی در سراسر زنجیره تأمین و دست‌یابی به بازار جدید از طریق عرضه محصولات سازگار با محیط زیست.
 - کاهش هزینه‌ها از طریق صرفه‌جویی در منابع، هزینه سوخت، تعداد ساعات کار کارگران، حذف ضایعات و بهبود عملکرد.
 - بهره‌مندی از مزایای رقابتی از طریق خلق و ارائه ارزش برای مشتریان نسبت به محصولات و نهایتاً افزایش سودآوری بنگاه (چینی فروش و شیخ زاده، ۱۳۸۹).
- تعداد زیادی از محققان دریافته‌اند که جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد سازمان، تاثیر مثبت دارد. لذا با توجه به جایگاه جهت‌گیری استراتژیک در مدیریت استراتژیک و فرایند تدوین استراتژی، هدف این کتاب بررسی تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد سازمانی است.

دنیای امروز به طور مداوم در حال تغییر است. بازارها، وضعیت ثابتی ندارند و زمینه‌های سیاسی و قانونی بیشتر جابجا می‌شوند. فراتر از این موارد، تغییرات فناوری، سرعت ارتباطات را افزایش داده و سازمان‌ها را ملزم به بررسی و پاسخ به تغییرات کرده است. سازمان‌ها باید با تکیه بر یادگیری و تجربه‌های خود و دیگران و مطالعه بازار، به شناخت مناسبی از محیط کسب و کار دست یابند و از این طریق بر هوشیاری و دانش خود نسبت به تهدیدها و فرصت‌های محیطی و نقاط قوت و ضعف رقبا بیفزایند. شرایط محیط فعالیت بنگاه‌ها با ویژگی پویایی، پیچیدگی و تغییرات مستمر ایجاب می‌کند که شرکت‌ها برای بقاء از برنامه‌ریزی استفاده نمایند که متناسب با این تحولات باشد. برنامه‌ریزی استراتژیک می‌تواند جوابگوی محیط متغیر کنونی باشد. تعداد زیادی از محققان دریافته‌اند که جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد سازمان، تأثیر مثبت دارد. لذا با توجه به جایگاه جهت‌گیری استراتژیک در مدیریت استراتژیک و فرایند تدوین استراتژی، هدف این کتاب بررسی تأثیر جهت‌گیری استراتژیک بر عملکرد سازمانی است.

ISBN: 978-600-8307-26-6



انتشارات موجک