

مراحل برنامه ریزی استراتژیک

استراتژی

برنامه ریزی استراتژیک :

(برنامه ریزی استراتژیک یا راهبردی، روشی است سازمان یافته، سیستماتیک و هماهنگ در جهت برنامه ریزی برای دستیابی به اهداف مشخص.)

برنامه ریزی استراتژیک شامل ۲ مرحله و از ۸ عنصر کلیدی تشکیل شده است:

الف: مراحل پیش از تهیه برنامه استراتژیک

۱. مقدمه ، بیان مساله، ضرورت و اهمیت برنامه
۲. امکان سنجی (معرفی امکانات و شرایط سازمان)
- ۳: نیازسنجی (سنجش و بیان نیازها و کمبودهای سازمان)

ب: عناصر اصلی و کلیدی برنامه استراتژیک

۱. بیانیه چشم انداز
۲. بیانیه مأموریت
۳. ارزش های اصلی سازمان
۴. تجزیه و تحلیل SWOT
۵. اهداف بلندمدت
۶. اهداف سالیانه
۷. برنامه های عملیاتی
۸. ارزشیابی

. بیانیه چشم انداز:

پیش بینی آینده کسب و کار یا سازمان چشم انداز آن محسوب می شود. تمام کارمندان ، مشتریان و عناصر مرتبط با کسب و کار و یا سازمان باید با این چشم انداز ارتباط داشته باشند. معمولاً چشم اندازهای هر سازمان یا کسب و کار به صورت منظم بررسی می شوند. تا مدیران آن سازمان یا کسب و کار مطمئن شوند که روش هایی که در حال استفاده از آن هستند، کارآمدترین راه برای رسیدن به اهداف هستند.

. بیانیه ماموریت:

بیانیه ماموریت با پاسخ دادن به سه سوال زیر مشخص خواهد شد:

۱. کسب و کار ما چه کاری انجام می دهد؟

۲. ما برای چه کسی کار می کنیم؟ (مخاطب کسب و کار ما کیست؟)

۳. ما چگونه خدماتمان را انجام می دهیم؟

بیانیه ماموریت همیشه بعد از مشخص شدن چشم انداز کسب و کار انجام می شود. تا بتوانند مراحل برنامه ریزی استراتژیک را راحت تر طراحی کنند. تمرکز کردن روی بیانیه ماموریت راه رسیدن به اهداف را هموارتر خواهد کرد.

در واقع بیانیه ماموریت با گستردگی یا محدودیت انتخاب های شما ارتباط مستقیم دارد.

. مشخص کردن ارزش های اصلی سازمان:

ارزش های اصلی هر سازمان در واقع ویژگی هایی است که به مدیران آن ها امکان رسیدن به چشم اندازها و اهداف سازمان یا کسب و کار را می دهد. معیارهایی از جمله:

• اعتقادات

• رفتار

• معیارها

• تجزیه تحلیل کردن: SWOT

تجزیه تحلیل SWOT یک ابزار کاربردی برای رسیدن به اهداف و همچنین به دست آوردن سهم بیشتر از بازار است. این ابزار برگرفته از ۴ عامل است که در ادامه آن ها را بررسی خواهیم کرد:

* نقاط قوت (Strengths)

* نقاط ضعف (Weaknesses)

* فرصت ها (Opportunities)

* تهدیدها (Threats)

هر مدیر کارآمد و با سواد با بررسی چهار عامل بالا برای تهدیدات کسب و کار خود راه حل پیدا کرده و از فرصت های پیش رو با تکیه بر نقاط قوت و تقویت نقاط ضعف نهایت استفاده را خواهد برد.

لازم به ذکر است که بررسی نقاط ضعف و قدرت مربوط به بررسی داخلی سازمان است. و بررسی فرصت ها و تهدیدها مربوط به بررسی خارج از سازمان است.

• اهداف بلندمدت در طراحی مراحل برنامه ریزی استراتژیک:

اهداف بلند مدت یک سازمان و یا کسب و کار در یک مرحله پایین تر از چشم انداز سازمان قرار می گیرند. در نتیجه اهداف بلندمدت و چشم انداز متفاوت هستند.

اهداف بلند مدت معمولاً در بازه های زمانی ۳ تا ۵ سال مشخص و برنامه ریزی می شوند که منطبق با ماموریت های سازمان هستند.

در واقع این اهداف چندساله هستند که مراحل برنامه ریزی استراتژیک برای رسیدن به چشم اندازها را مشخص می کنند.

به عبارتی دیگر اهداف ۳ تا ۵ ساله نقاط عطف هر سازمان یا کسب و کار هستند که نقش راهنما برای رسیدن به چشم اندازها را مشخص می کنند.

اهداف سالانه:

هر هدف بلند مدت تشکیل شده از چند هدف یک ساله است. بهترین روش برای برنامه ریزی سالانه استفاده از روش برنامه ریزی SMART است. هر برنامه ریزی استاندارد باید ویژگی های برنامه ریزی اسمارت را داشته بشد. این ویژگی ها عبارت اند از:

۱. خاص و مشخص (S: Specific)

۲. قابل اندازه گیری (M: Measurable)

۳. قابل دستیابی، (R : Realistic)

۴. مبتنی بر زمان (T : Tim-based)

شما می توانید بعد از برنامه ریزی یک ساله به روش اسمارت اهداف سالانه خود را دوباره به اهداف ماهانه ، هفتگی و روزانه تبدیل کنید.

برنامه های عملیاتی در طراحی مراحل برنامه ریزی استراتژیک:

هر هدف باید به چندین مرحله برای رسیدن به آن تقسیم شود. جزئیات این مراحل باید به صورت کامل برای مدیر کسب و کار و کارمندان مشخص شده باشد. البته انعطاف پذیری در جزئیات چه برای مدیران و چه برای کارمندان نباید فراموش شود. اگر جزئیات مراحل برنامه ریزی استراتژیک بیش از حد مشخص شده باشد قدرت انتخاب ، خلاقیت و انعطاف پذیری را از مسئولین اجرای این برنامه ریزی می گیرید.

ارزشیابی استراتژیک:

* ارزیابی استراتژیک به معنای جمع آوری اطلاعات پیرامون کیفیت اجرای فرآیند برنامه ریزی استراتژیک است.

* به عبارتی دیگر ارزیابی استراتژیک فرآیند تعیین اثربخشی استراتژی های خاص در جهت دستیابی به اهداف سازمانی و انجام عملیات اصلاحی می باشد.

* ارزیابی استراتژی مرحله نهایی مدیریت استراتژیک را تشکیل می دهد