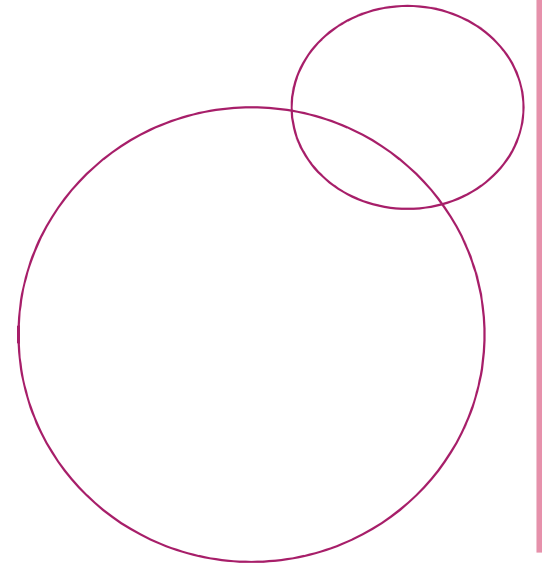




استراتژی اثربخش

محمد رضا صدقیانی فر

www.sadaghianifar.com





جلسه چهارم

تحلیل گلوگاه ها

www.sadaghianifar.com



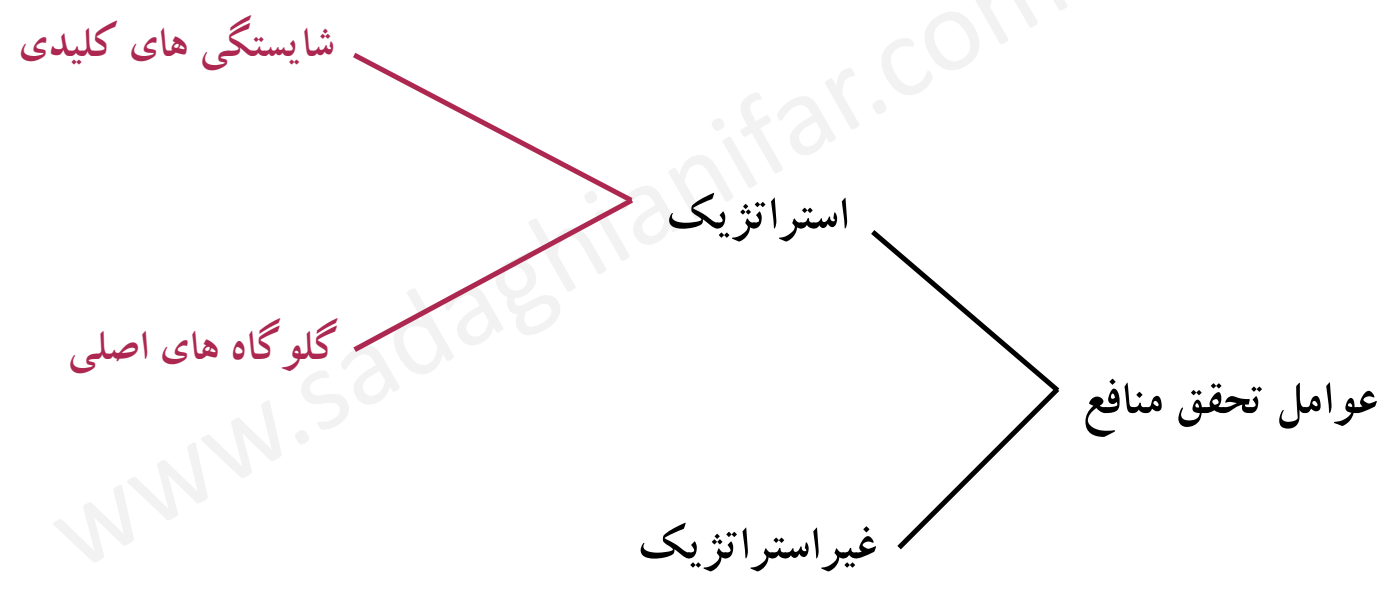
گلوگاه ها

موانع اصلی سازمان در دستیابی به اهداف استراتژیک (منافع نهفته در فرصت های استراتژیک) به شمار می آیند.

هیچ سازمانی از مواجهه با گلوگاه ها استقبال نمیکنند ولی گلوگاه ها حافظ منافع بصورت بالقوه هستند.



عوامل تحقق منافع نهفته در فرصت





گلوگاه ها (CSF) معمولا به دو صورت ظاهر می شوند:

کلیه عوامل لازم برای تولید که از خارج سازمان تامین میشود و شامل مواد اولیه ، اعتبارات ، ارتباطات حرفه ای و سیاسی، منابع انسانی ویژه و از این قبیل می باشند.

کلیدی؟

منابع

متوجه سازوکارهای داخلی سازمان بوده و ایجاد کننده ارزش کالاها و خدمات سازمان از دیدگاه مشتری هستند (قیمت و مطلوبیت).

کلیدی؟

فرایندها



چگونه گلوگاه ها (CSF) را تشخیص دهیم؟

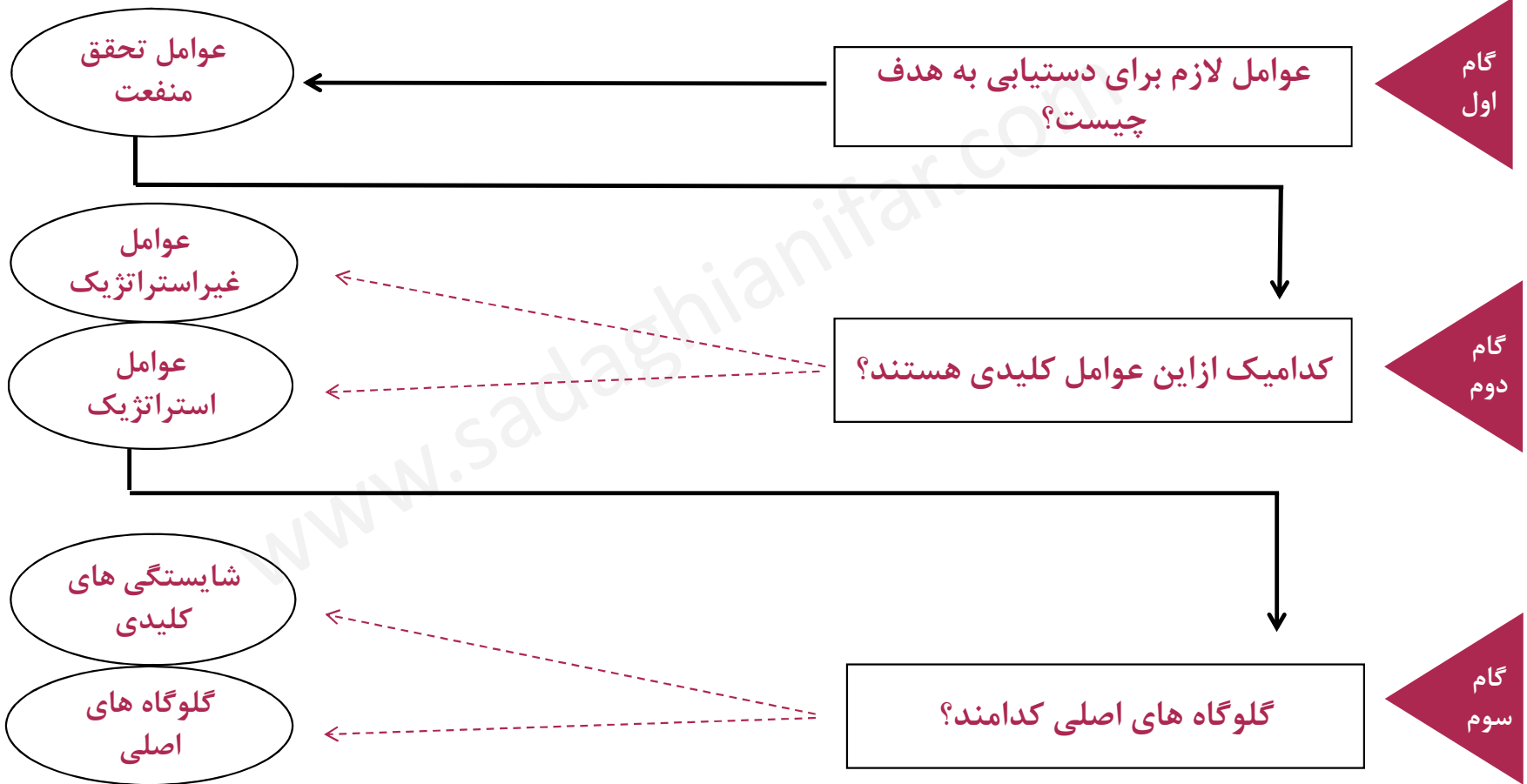
گام اول : شناسایی عوامل لازم برای تحقق منافع نهفته در فرصت ها

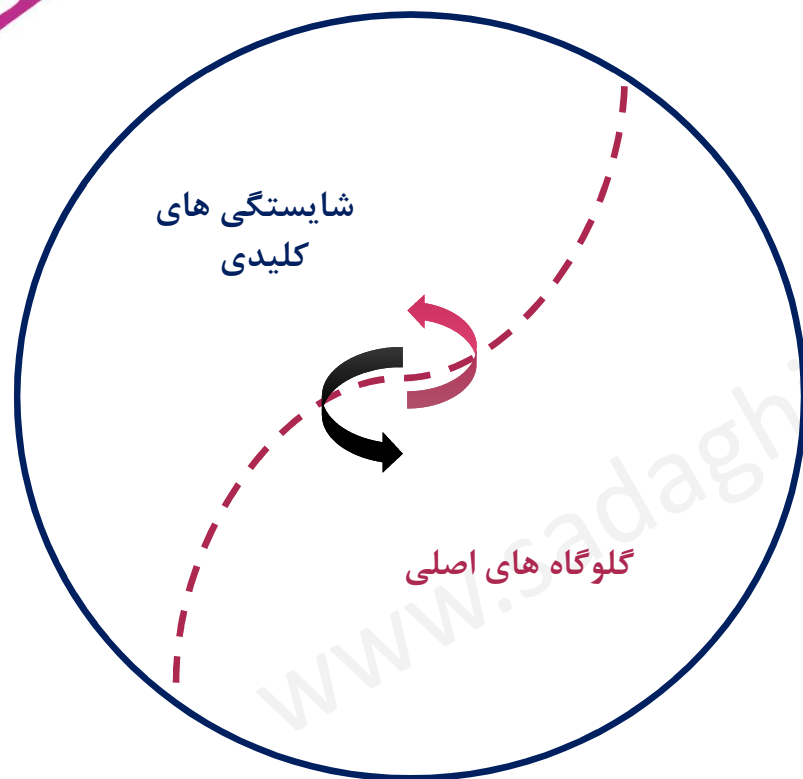
گام دوم : تقسیم بندی عوامل شناسایی شده به دو دسته استراتژیک و غیراستراتژیک

گام سوم : مقایسه عوامل استراتژیک با قابلیت های سازمان



تجزیه و تحلیل گلوگاه درسه گام

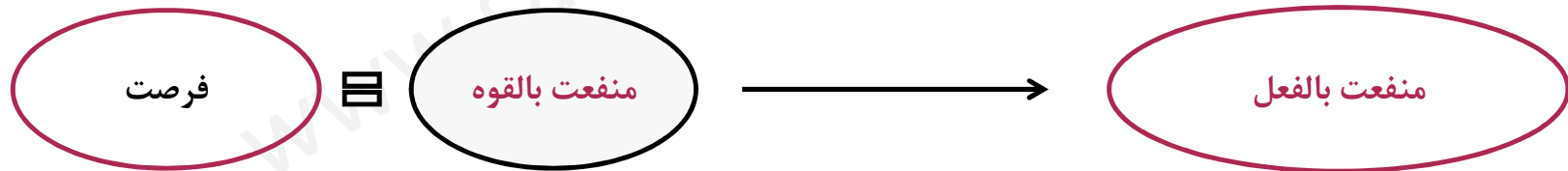




گلوگاه ها و شایستگی های کلیدی، وابسته به اهداف استراتژیک سازمان هستند؛ یعنی از سازمانی به سازمان دیگر، و در یک سازمان از زمانی به زمان دیگر، تغییری کنند.



تبدیل CC و CSF به یکدیگر





گلوگاه چیست؟

چگونه گلوگاه را تشخیص دهیم؟

خاصیت و قابلیت گلوگاه چیست؟



www.sadaghianifar.com



sadaghianifar

www.sadaghianifar@hotmail.com

0912-4969-112