

چکیده

مدیریت استراتژی عبارت است از تعیین اهداف و آرمان های بلند مدت و اساسی برای یک شرکت و پذیرش مجموعه ای از اقدامات و تخصیص منابع لازم برای حصول به این اهداف و آرمان ها و دارای سه مفهوم کلیدی مزیت رقابتی، قابلیت های متمایز و هماهنگی استراتژیک می باشد (چندلر، 1962) برنامه ریزی منابع انسانی مستلزم تفسیر طرح های مبتکرانه استراتژیک در سطح سازمان و تبدیل آن به برنامه ای عملی است که از طریق آن یک سازمان اطمینان می یابد که برای دستیابی به هدف های خویش به چه تعداد منابع انسانی، با چه نوع تخصص و مهارت هایی، برای چه مشاغلی (مکان مناسب) و در چه زمانی (زمان مناسب) نیاز دارد تا بتواند به گونه ای اثربخش و کارآمد عمل کند (دی سنزو و رابینز، 1996). به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از مدل رگرسیون و آزمون والد استفاده شده است. با عنایت به ضریب و مقدار معناداری آماره والد محاسبه شده برای متغیر بین مدیریت روابط انسانی به ترتیب برابر با 6/744 و 0/003 می باشد که بیانگر این است که مدیریت استراتژیک در یک موسسه رابطه مثبت و معنی داری بر در بکارگیری تناسب مسئولیت و اختیار کارکنان، برنامه ریزی منابع انسانی، بستر سازی در زمینه خلق نوآوری، توجه به دغدغه های شخصی کارکنان، بازده آموزش و توانمند سازی کارکنان موجود، و ریسک جابه جایی محل کار کارکنان دارد. و همچنین ضریب و مقدار معناداری آماره والد محاسبه شده برای متغیر سرمایه گذاری به ترتیب برابر با 3/102 و 0/002 می باشد که بیانگر این است که بدهی شرکت رابطه مثبت و معناداری بین متغیرهای کاهش بهای تمام شده، توسعه قابلیت تولید، افزایش تبلیغات، دسترسی آسان مشتریان به خدمات و زنجیره ارزش وجود دارد.

کلمات کلیدی: مدیریت استراتژیک، اهداف بلند مدت، مزیت رقابتی، تدوین استراتژیک، شرکت های دولتی