

برنامه ریزی مدیریت استراتژیک و ارائه راهکارهای بهبود جایگاه برند

مطالعه موردی صدا و سیمای بوشهر

نویسنده اول¹* ماشاءاله خورشیدی ، نویسنده دوم²، یداله مهرعلیزاده ، نویسنده سوم. 3 محمد حسین پور

- 1 * ماشاءاله خورشیدی، دانشجوی دوره دکترای مدیریت آموزشی، گروه مدیریت آموزشی ، واحد اهواز ، دانشگاه آزاد اسلامی ، اهواز ، ایران
- 2 - یداله مهر علی زاده ، استادمدریت آموزشی ، گروه مدیریت آموزشی، واحد اهواز ، دانشگاه شهید چمران، اهواز ، ایران
- 3 - محمد حسین پور ، دانشیار مدیریت آموزشی ، گروه مدیریت آموزشی ، واحد اهواز ، دانشگاه آزاد اسلامی ، اهواز ، ایران

چکیده

در دنیای امروز که شاهد تغییر و تحولات شگرف در زمینه های مختلف هستیم، محیط باتلاطم و عدم اطمینان بسیاری مواجه است و رقابت شدت زیادی پیدا کرده است. سیستم های سازمانی در راستای کسب موفقیت در میدان رقابت باید از نوعی برنامه ریزی بهره گیرند که آینده نگر و محیط گرا باشد به طوری که ضمن شناسایی عوامل و تحولات محیطی، در یک افق زمانی بلندمدت تاثیر آنها را بر سازمان و نحوه تعامل سازمان با آنها را مشخص کند. این نوع برنامه ریزی در واقع همان برنامه ریزی استراتژیک است که با بررسی محیط خارج و داخل سازمان، فرصتها و تهدیدهای محیطی و قوتها و ضعف های داخلی را شناسایی می کند و با در نظر داشتن مأموریت سازمان، اهداف بلندمدت برای سازمان تنظیم می کند و برای دستیابی به این اهداف، از بین گزینه های استراتژیک اقدام به انتخاب استراتژی هایی می کند که با تکیه بر قوتها و رفع ضعفها، از فرصتهای پیش آمده به نحو شایسته استفاده کرده و از تهدیدها پرهیز می کند تا در صورت اجرای صحیح باعث موفقیت سازمان در میدان رقابت شود. تحقیق حاضر با انجام یک مطالعه موردی صدا و سیمای بوشهر بعنوان یک سازمان فرهنگی و استفاده از روش پیمایش و مطالعات میدانی فرایند ارزیابی محیط داخل و خارج سازمان از طریق تحلیل SWOT بعنوان ابزار ارزیابی نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی سازمان و فرصت ها و تهدیدها در محیط خارجی سازمان، مورد تحلیل قرار گرفته است. که نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد صدا و سیمای مرکز بوشهر از شرایط مطلوب درونی برخوردار نیست، ولی از فرصت محیطی مناسبی برای رشد و بالندگی برخوردار است.

واژه های کلیدی: برنامه ریزی استراتژیک ، صدا و سیمای بوشهر ، مدل SWOT

1- مقدمه

امروزه دانش مدیریت، مهم ترین عامل توسعه همه جانبه در سطوح کلان و خرد است. به نظر می رسد در جهان پیچیده و پرتلاطم و بحران امروزی، بدون دانش مدیریت، حتی امکان بقا و دوام سازمان نیز وجود نداشته باشد. مدیریت استراتژیک به عنوان یکی از مهم ترین شاخه های دانش مدیریت، ابزاری توانمند برای ایجاد و هدایت تغییرات ، برای رویارویی با بحران ها و تهدیدهاست. هدایت و رهبری بخش فرهنگ نیز به عنوان زیرساختی ترین عامل بقا و توسعه جامعه، نیازمند مدیریت استراتژیک است؛ و فقدان آن در جامعه امروزی کماکان به چشم می خورد (اعرابی ، 1387). امروزه بسیاری از سازمان ها و حتی دولت ها از این مدیریت به عنوان ابزاری توانا برای ایجاد و هدایت تغییرات مورد نظر و یا مقابله با بحران های مخاطره آمیز استفاده می کنند. صرف نظر از مدون شدن یا نشدن و به عبارتی دیگر رسمی و غیررسمی بودن (فرموله کردن) عملیات استراتژیک در یک سازمان، تحقیقات نشان داده است که عملکرد سازمان هایی که به مدیریت استراتژیک می پردازند، به مراتب موفق تر از سازمان های مشابه بوده است. این نوع از مدیریت، یک سازمان را برای مواجهه با محیط پیچیده خارجی و داخلی اش آماده می کند و توانمندی سازمانی و رهبری امکان پاسخگویی به تهدیدها و فرصت های پیش بینی شده را به