

رحلة ضرات في مقياس إستراتيجية المؤسسة – السنة الثالثة اقتصاد وتسيير المؤسسات د. معمر قوادري فضيلة جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- شعبة العلوم الاقتصادية السنة الجامعية: 2024-2025 ل صياغة الإستراتيجية الخطوة الأولى في التحول من الإطار العام م 2 – مرحلة صياغة الإستراتيجية: ت لالتجاه الإستراتيجي والتحليل البيئي لمؤسسة الأعمال إلى أدلة ذات معنى يمكن أن هتدى ي بها صانعو القرار عند اتخاذ القرارات المختلفة. وتعني الصياغة تطوير الخطة الرئيسية لمؤسسة الأعمال. تتضمن صياغة وتحديد نقاط القوة وتوليد البدائل الإستراتيجية، واختيار إستراتيجيات خاصة للمتابعة. المؤسسة، وما هي الأعمال التي ستتخلى عنها، سواء لتوسيع عملياتها أو التنويع، وعلى المؤسسة في تجيب رؤية المؤسسة عن سؤال جوهري مهم: (Vision) مرحلة الصياغة أن تقوم بصياغة كل من رؤية ورسالة المؤسسة. فالرؤية فهي بيان (What We Want To Become?) (الرسالة أما (Mission: في أسلوبها، وهو ماذا نرغب أن نكون؟ المؤسسة ز الغرض الذي يمي عن غيرها من المؤسسات المماثلة. فهناك حاجة للتأكد من توافر عدد من من الآليات الهيكلية والتنظيمية والإدارية المناسبة والقابلة للعمل على نحو يدعم من التوجه الإستراتيجي. الإستراتيجية، الأنظمة، القيم المشتركة، تنفيذ الإستراتيجية هي تلك العملية التي بمقتضاها يتم وضع الإستراتيجيات والسياسات موضع التنفيذ من خلال تنمية الب ارمج والموازنات والإج اراءات، ويتم تنفيذ هذه العملية من قبل مديري الإدارة الوسطى والإشرافية، ولكنها تراجع من قبل الإدارة العليا، ويشار إليها أحيانا بالتخطيط التشغيلي، وهي تهتم بالمشكالت