

دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده علوم انسانی
پایان نامه دوره دکتری مدیریت سیستم ها

موضوع :

برنامه ریزی استراتژیک در صنعت خودروسازی ایران

استاد راهنما: آقای دکتر احمد تشکری
اساتید مشاور: آقای دکتر عبدالله زندیه، آقای دکتر محمد تقی شهیدی
نگارش: سید محمود حسینی
سال تحصیلی: تیرماه ۱۳۷۲

چکیده:

مدیریت استراتژیک رویکردی (approach) بسیار اثر بخش برای برخورد با زیان مستمر تغییرات است رویکردی که از ادغام بهترین ایده های مربوط به دانش مدیریت به ویژه مباحث سیاست بازرگانی و طرح ریزی بلند مدت به وجود آمده و نه تنها در شرکتها و سازمانهای گوناگون مورد پذیرش قرار گرفته بلکه بعنوان راه اداره کارآمد شرکتها نیز شناخته شده است. فرآیندی که در ایجاد و خلق سازمانی هدفدار و فراتر از محدوده های فعلی را نگر بسته و این اطمینان را بوجود آورده که در یک روند سازگار مدیران را به اهدافشان برساند.

فرایند مدیریت استراتژیک دربرگیرنده سه عنصر یا اجزاء مهم یعنی برنامه ریزی استراتژیک ، اجرای استراتژی و کنترل و نظارت می باشد که پژوهش حاضر به بررسی جزء اول یعنی فرموله کردن استراتژی یا برنامه ریزی استراتژیک پرداخته و برمبنای یافته های علمی و مدل مفهومی به ارزیابی کاربرد مفاهیم مذکور در صنعت خودرو ایران می پردازد ، صنعتی که میلیاردها دلار ارز را مصرف نموده و جزء صنایع مهم و استراتژیک در کشورهای پیشرفته محسوب می گردد.

بدیهی است که اهمیت چنین مطالعه ای بر صاحب نظران و مدیران روشن است چرا که برنامه ریزی مهمترین وظیفه مدیر است و نارسائیها و ضعف های شرکتها در این زمینه در تمامی وظایف مدیر و مدیریت سازمانها تاثیرات جدی و موثر بر جای می گذارد.

دراین پژوهش سعی گردیده با تکیه بر واقعیت ها نه فقط دیدگاهها و عقاید به بررسی فرآیند فرموله کردن استراتژی در شرکتهای خودروسازی پرداخته و ضمن تاکید بر تبیین و توصیف علمی این پدیده

موانع و تنگناهای رشد و تکامل آن را نیز مورد بررسی قرار دهد که در هفت فصل بصورت زیر تنظیم گردیده است:

فصل اول کلیات تحقیق شامل اهمیت موضوع ، علت انتخاب موضوع، ماهیت مسئله فرضیات تحقیق ، روش تحقیق و جامعه آماری .

در فصل دوم به بررسی ابعاد برنامه ریزی استراتژیک در شرکتهای خودروسازی امریکا (جنرال موتور ، کرایسلر) اروپا (ولو ، فولکس واگن ،فورد اروپا) و ژاپن پرداخته و عوامل موثر بر عملکرد آنها را در روند تاریخی مورد ارزیابی قرار می دهیم . روندی که روشنگر نقش و کاربرد مفاهیم برنامه ریزی استراتژیک در این شرکت هاست . همچنین در این فصل به اختصار به تحلیل اطلاعات موجود در زمینه صنعت خودروسازی در ایران قبل از پیروزی انقلاب اسلامی پرداخت و نقش دولت را تبیین می نمایم. در فصل سوم ضمن ارائه نظرات و دیدگاههای صاحب نظران و متفکران مدیریت استراتژیک ، مدل مفهومی مورد نظر یعنی مدل فرمول کردن استراتژی به تفصیل توضیح داده شده است.

فصل چهارم به بررسی متدلوژی تحقیق پرداخته و نشان میدهد که پژوهش در این حوزه از پیچیدگی و مشکلات خاصی برخوردار بوده و لازم است که قبل از اینکه به مرحله آزمون فرضیات برسیم خود این پدیده را بطور مناسب فهمیده و توصیف نمائیم چرا که پدیده مذکور (فرموله کردن استراتژی) پدیده ایست پیچیده و دارای ابعاد و متغیرهای گوناگون ، آنهممتغیرهایی که ارزیابی کمی و دقیق آنها مشکل بوده و ایجاب می کند که از روشها و تکنیک های کیفی در سنجش آنها استفاده نماییم .

فصول پنجم و ششم در واقع هسته اصلی و اساسی تحقیق را تشکیل می دهند که بررسی فرآیند برنامه ریزی استراتژیک و توصیف ابعاد آن در سطح وزارت صنایع سنگین و شرکت ها در فصل پنجم و ارزیابی موانع و تنگناهای رشد و توسعه برنامه ریزی در فصل ششم انجام شده است. یافته های این دو فصل نشان می دهد که فاصله و شکاف عمیقی میان برنامه ریزی استراتژیک به مفهوم علمی و کاربرد آن در صنعت خودروسازی وجود دارد که فقدان ثبات در سیاست های دولت مهمترین متغیر یا عامل موثر در ایجاد این فاصله می باشد.

فصل هفتم به اختصار نتایج تحقیق را در چهارچوب فرضیات مورد نظر جمع بندی نموده و پیشنهادات و توصیه های محقق را نیز شامل می شود.

در پایان بر خود لازم و واجب می دانم که از راهنمائیها و همکاریهای ارزشمند استاد و محقق گرامی جناب آقای دکتر تشکری و اساتید مشاور جناب آقای دکتر زندیه و جناب آقای دکتر شهیدی تشکر و قدردانی نمایم. همچنین از همه صاحب نظران و مدیران شرکت های خودروسازی به ویژه جناب آقای مهندس بهزاد نبوی که در انجام این پژوهش با محقق همکاری نموده اند تشکر نمایم.

فهرست مندرجات

پیش گفتار

فهرست جداول و شکل ها

فصل اول : کلیات

فصل دوم : صنعت خودروسازی درایران و جهان

I- صنعت خودرو سازی درایران

نقش دولت در صنعت

خلاصه و جمع بندی

II- صنعت خودروسازی در جهان

الف -صنعت اتوموبیل سازی در امریکا

ب- " " " در اروپا

ج - " " " در ژاپن

فصل سوم: تکامل برنامه ریزی در سازمانها و شرکت ها

دیدگاهها

برنامه ریزی مالی

طرح ریزی بلند مدت

برنامه ریزی استراتژیک

مدیریت استراتژیک

فرآیند فرموله کردن استراتژی

فصل چهارم : متدلوژی تحقیق

جامعه آماری و مشخصات آن

روشها و تکنیک های تحقیق

سنجش متغیرها

تکنیک های جمع آوری اطلاعات

فصل پنجم : صنعت خودرو سازی در ایران و برنامه ریزی استراتژیک

برنامه ریزی استراتژیک و صنعت خودرو (۶۸-۶۲)

وزارت صنایع سنگین و برنامه ریزی

برنامه ریزی استراتژی و صنعت خودرو

اقدامات وزارت صنایع سنگین

برنامه ریزی استراتژیک و شرکت ها

برنامه ریزی استراتژیک در دوره جدید (۷۲-۶۸)

تحلیل وضعیت موجود صنایع

برنامه ریزی استراتژیک و صنعت خودرو (سطح وزارت)

جمع بندی جلسات ستاد سیاستگذاری

برنامه ریزی استراتژیک و شرکت ها

فصل ششم : موانع و تنگناهای رشد برنامه ریزی استراتژیک در صنعت خودرو

الف: فقدان ثبات در سیاستهای دولت

ب: نارسائیهای مدیریتی

I- نگرش ومهارت مدیران

II- نقش استراتژیستها

فصل هفتم : خلاصه تحقیق و پیشنهادات

خلاصه تحقیق

پیشنهادها

