

企業概論

老師：趙永祥 博士 製作



Chapter 5

策略管理



本章學習目標

- 第一節 策略的意義與目的
- 第二節 策略的形成
- 第三節 策略的類型
- 第四節 策略與管理程序



壹、策略

• 要有一個指導原則，來指引企業如何取得資源，使用資源，分配資源。這個指導原則，就叫做策略。

貳、策略的特質

所有的策略都具有下列四項共同的特質：

一、策略是企業成長期的指導方針。它不是短期的，它不能隨意更改的。

二、策略是有重點的選擇，設定優先順序，把企業的關鍵特色清楚的描繪出來。



三、策略是行動（Action）的準則。可供完成企業目標，達成企業使命（Mission）。

四、策略是企業連結外部關係與內部活動的關鍵因素。



參、策略規劃的目的

- 策略規劃（Strategic Planning）係指整個組織為獲取競爭優勢而擬定的長期性計畫。



▲ 策略規劃的目的在於為公司指引未來發展的方向，即在建立一個綜合性的行動方案，並說明資源運用的重點，以達成組織整體目標。

第二節 策略的形成

- 策略形成的方式，通常有三種：
 - 一、集體的決議。
 - 二、有權力的個人，直覺的決策。
 - 三、系統的分析。



壹、集體的決議

- 通常這種決策的方式是集合一群人，有時候是大家非正式的聊天，有時候是透過正式的會議，作成某種決議，並由大家共同遵循。



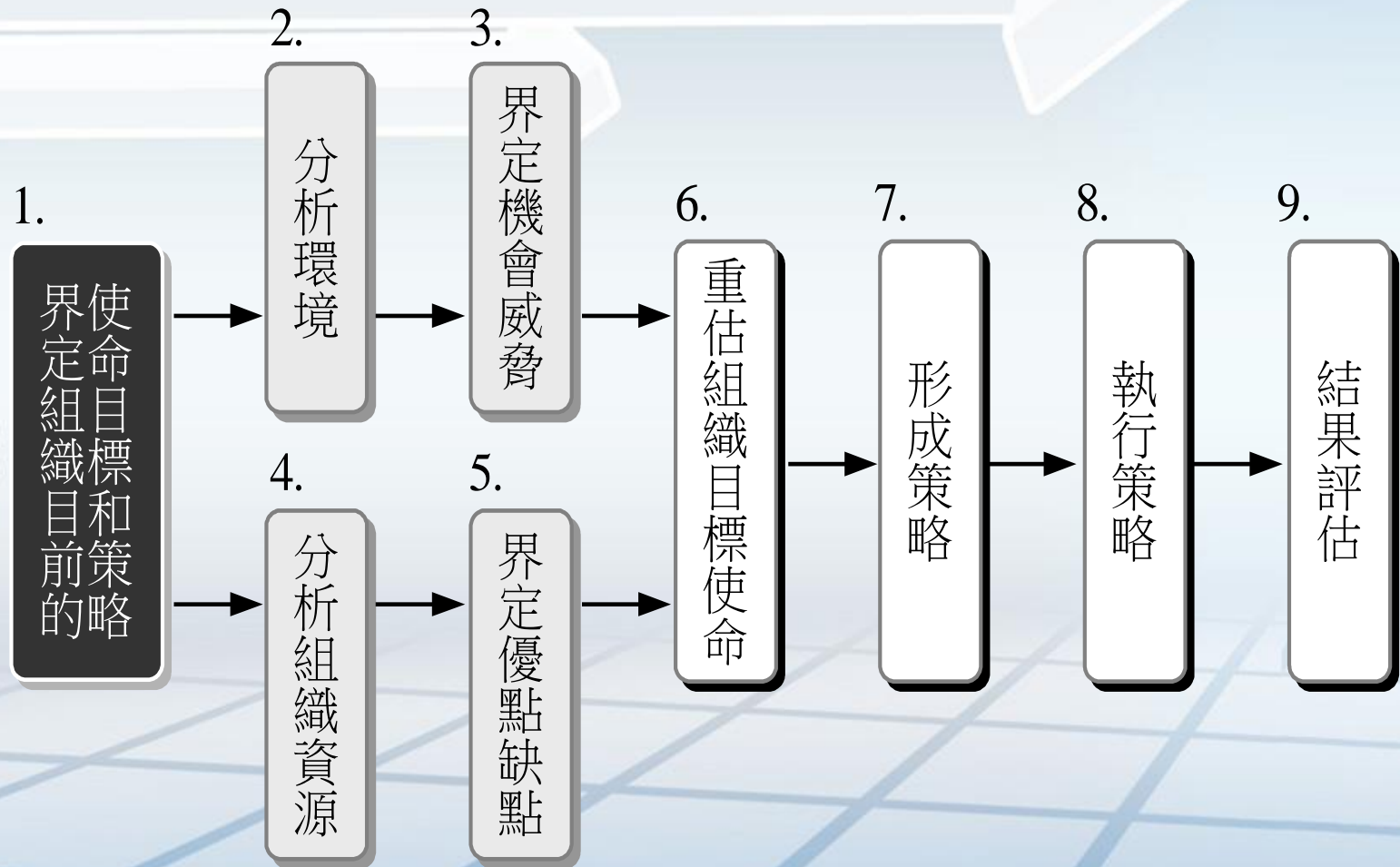
貳、有權力的個人，直覺的決策

• 這種決策大都是企業負責人或高層主管，針對未來的營運，或公司未來的使命所下的一種決定。



▲ 有時策略是高階管理者個人直覺下的產物，靠直覺有可能成功，但也有可能會失敗，這種風險是相當高的。僅是靠直覺，在現代化的經營中是不夠的。

壹、界定組織目前使命，目標及策略



•SWOT 是組織的優勢（ Strengths ）、弱勢（ Weaknesses ）、機會（ Opportunities ）及威脅（ Threats ）等幾個英文字的首字母集合起來的分析工具。

1. 請說明自我的優勢與劣勢，每一項目至少需列出4項以上

2. 我會如何改善目前的劣勢(缺點)

