

عنوان مقاله:

استراتژی هولدینگ و مصائب آنها

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سهراب خلیلی شورینی - عضو هیئت علمی دانشگاه صنعت نفت تهران

سیدمحمد زرگر - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله تصریح این موضوع است که استراتژی مربوط به کسب و کار است و کورپوریشن و وظیفه ها فاقد استراتژی به معنای رایج آن هستند. برای نشان دادن این ادعا نویسندگان مدلهای اصلی برنامه ریزی استراتژیک که انگشت شماری هم بیش نیستند را مورد بررسی قرار داده حاصل این که رهنمودها و مدلهای رایج و جریان مسلط برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک غالباً مربوط به سطح کسب و کارند و ادبیات مدیریت برای سطح کورپوریشن و همین طور سطح وظایف سازمانی چیز چندان قابل توجهی ندارد ضرورت این دقت نظر و بررسی در این است که اکثر مشاوران دانشگاهیان و مدیران اجرایی این ابزارها را تا آنجا که نابجا به کار می برند که گویی سرنگ چارپایان تنومندی چون اسب و فیل و کرگدن را برای لاغر اندامانی چون پرستو و کبوتر استفاده می کنند و برعکس، در هر دو حالت متأسفانه نتیجه این حاصل نمی کنند در صورت اول موجبات قتل فجیع این نازک بالان ظریف را فراهم می کنند و در حالت دوم کفاف کی دهد این باده ها به مستی فیل!

کلمات کلیدی:

مدیریت استراتژیک، استراتژیهای هولدینگ، استراتژیهای کسب و کار، استراتژیهای وظیفه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/102914>

