

عنوان مقاله:

ارائه خدمات و ارزش افزوده شرکتهای مشاوره مدیریت در جهان

محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سمانه هداوند - کارشناس ارشد تحلیل سیستمها و روشها-سازمان راهداری و حملونقل جادهای، شهر تهران

احسان نظری سلمانی - مدیر بازاریابی- مرکز مشاوره مدیریت ماهان، شهر تهران

خلاصه مقاله:

کسب و کارهای امروزی با پیچیدگی ها، مشکلات و بحرانهای متعددی دست به گریبان هستند و برای حل این مشکلات نیازمند افراد و مراکزی هستند که قدرت حل مسئله و ارائه راهکارهای ناب را داشته باشند و از سایرین نیز متمایز باشند، ازاینرو شرکتهای انحصاری ارائه دهنده خدمات مشاوره مدیریت در جهان قد برافراشته اند تا این نقش را بر عهده بگیرند. ازجمله متمایزترین این مراکز میتوان به McKinsey & Company، BCG(Boston consultancy group)، Company Bain and، KPMG، Deloitte PWC(pricewaterhouse coopers)، Booz Allen Hamilton.group، Oliver Wyman، IBM، Kearney، Brattle، EY

و Accenture اشاره کرد که برخی از آنها سابقه ای بیش از یک قرن فعالیت رادارند. الگوبرداری¹ و ایجاد چنین ساختارهایی در کشور میتواند کمک بسزایی به وضعیت اقتصادی و کسب و کارهای ایرانی بکند. ازاینرو در این مقاله سعی شده است انواع فعالیتهای خدمات و ارزشهای پیشنهادی ارائه شده توسط این مراکز بررسی گردد. ازجمله خدمات این شرکتهای میتوان به تربیت مشاوران حرفه ای، برگزاری کنفرانسهای آموزشی، انتشار کتب و نشریات، تشکیل کمیته ها و آژانس های تخصصی مشاوره مدیریت اشاره کرد. شرکتهای مشاوره مدیریت انواع مختلفی دارند که هرکدام در یک زمینه، تخصص دارند و به مشتریان خود خدمات مشاورهای ارائه میدهند. به صورت کلی دو دسته اصلی در این صنعت وجود دارد که شامل مشاوره مدیریت استراتژی و مشاوره مدیریت کسب و کار (بازاریابی) است. تدوین برنامه های استراتژیک سازمانها، تعیین راهبردهای بازاریابی، منابع انسانی و مالی و حسابداری و ... از موضوعات این صنعت میباشد. در این مقاله به چشمانداز، مأموریت و اهداف مشخص این مراکز که با رویکرد ارائه خدمات مشاوره به سازمانها تأسیس شده اند، پرداخته خواهد شد. در چند سال اخیر مؤسسات و شرکتهای خصوصی در ایران همچون مرکز مشاوره مدیریت ماهان و مشاوران مدیریت شاپرک نیز در این زمینه شروع به فعالیت نموده اند که مقاله پیش رو میتواند الگویی مناسبی برای این مراکز و مراکز مشابه مشاوره مدیریت باشد.

کلمات کلیدی:

مشاوره مدیریت، خدمات، الگوبرداری، ارزش افزوده، شرکتهای مشاوره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1120868>

