

عنوان مقاله:

الگوی کنترل استراتژی در سازمانهای هلدینگ با رویکرد نقاط مرجع استراتژیک

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه اقتصادی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 35

نویسنده:

داریوش مهدیزاده - کارشناس مهندسی عمران - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع (سیستم ها) - دانشجوی دکتری مدیریت، موسسه جهاد توسعه

خلاصه مقاله:

مدیران عالی در ستاد مرکزی شرکت های هلدینگ که اکثر درآمد و سود خود را از شرکت های فرعی بدست می آورند و بخش مهمی از دارائیهای شرکت آنان رادارائیهای شرکت های فرعی تشکیل می دهد، نه تنها مایل به اطمینان نسبت به تداوم نقش شرکت های فرعی در موفقیت کل شرکت هستند ، بلکه علاقمند به اعمال کنترل بر شرکتهای فرعی می باشند. با گسترده شدن سازمان، طراحی سیستم کنترل نقش مهمی را در موفقیت سازمان ایفاء می کند. افزایش پیچیدگی و تفاوت در ساختارها ، نیاز اساسی به فعالیت های هماهنگی و نظارت را افزایش می دهد. در شرکت های هلدینگ[که دارای فعالیت های متعدد و ساختارهای پیچیده می باشند]، ستاد مرکزی باید اطمینان حاصل کند که فعالیت های شرکتهای فرعی با اهداف و منافع شرکت مادر هماهنگی و همراستایی دارد. لذا رابطه بین ستاد مرکزی و شرکت های فرعی نیز از جنس رابطه موکل(اصیل) و نماینده است. در این حوزه نظریه نمایندگی رابطه بین اصیل(شرکت مادر) و نماینده(شرکت های فرعی) را به خوبی تشریح می نماید. کنترل استراتژیک، جزئی از الگوی جامع مدیریت استراتژیک است و به فرآیندهای رسمی و غیررسمی اطلاق میشود که سازمان را در ایجاد و حفظ پویایی آن یاری می بخشد. پویایی در بردارنده جهت، اثربخشی و هماهنگی استراتژیک است. موضوع کنترل استراتژیک، به خودی خود پیچیده است و این موضوع در شرکت های هلدینگ دارای پیچیدگی مضاعف می شود. از آنجا که در شرکت های هلدینگ، شرکت مادر از یک سو در سطح سازمانی بالاتر از شرکتهای فرعی در سلسله مراتب استراتژیک قرار دارد و از سوی دیگر مالکیت شرکت های فرعی را داراست، نظام کنترل استراتژیک و حاکمیت شرکتی آن دارای همپوشانی هایی خواهد بود

کلمات کلیدی:

سازمانهای هلدینگ ، هماهنگی استراتژی ، نقاط مرجع استراتژیک 1، برنامه ریزی و اجرا استراتژی ، کنترل استراتژیک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/503569>

