

عنوان مقاله:

تدوین استراتژی با بیانی ساده مطالعه موردی: شرکت های توزیع برق تهران

محل انتشار:

کنفرانس سالیانه مدیریت استراتژیک (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

علی میغی - مدیر دفتر توسعه مدیریت و تحول اداری شرکت توزیع برق تهران

خلاصه مقاله:

وقتی از استراتژی شرکت توزیع نیروی برق تهران سخن می گوئیم، شاید این گونه به نظر بیاید که این استراتژی ها روشن هستند و نیازی به کنکاش نیست. اما لازم است که به روشی نظام مند نسبت به شناسایی استراتژیها اقدام شود. این امر دو مزیت عمده دارد؛ اول این که از انتخاب درست استراتژی های شرکت اطمینان حاصل می کنیم. حتی اگر برداشت شهودی ما با نتایج بررسی هایمان یکسان باشد، حصول این اطمینان ضروری است. دوم، در حین بررسی ها شیوه برنامه ریزی استراتژیک در سازمان نهادینه شده و مهمتر این که به برداشت مشترکی از استراتژی نزد مدیران شرکت دست خواهیم یافت. فهم مشترک از استراتژی و رویکرد نظام مند به استخراج استراتژی شرکت، دستاوردهای مهمی هستند که با برگزاری جلسه های کمیته راهبری با حضور مدیران ارشد شرکت توزیع نیروی برق تهران به آن دست یافته ایم. برای انجام این مهم، برنامه ریزی و تسری استراتژی، طی پنج مرحله طرح ریزی شده است. تعیین موضوع های استراتژیک، تدوین نقشه استراتژی، تدوین کارت امتیازی متوازن، ایجاد زمینه اجرای استراتژی و تسری استراتژی به واحدهای عملیاتی. با توجه به تحلیل ها میتوان مهمترین موضوع ها و اهداف کلان شرکت توزیع نیروی برق تهران را در راستای تجاری سازی یا افزایش سطح رقابت پذیری دریافت تحقق این هدف کلان مستلزم پرداختن به موضوعهایی از جمله هوشمندسازی شبکه، تأمین منابع مالی و مدیریت نقدینگی، کاهش قیمت تمام شده خدمات و همچنین مدیریت بهینه سازی شبکه و تأمین و توزیع پایدار برق است. این اهداف نیز بدون توجه به توسعه مهارتهای برنامه ریزی و مدیریت پروژه و رشد و یادگیری سازمانی محقق نخواهد شد.

کلمات کلیدی:

استراتژی، شرکتهای توزیع نیروی برق، کارت امتیازی متوازن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/558318>

