

عنوان مقاله:

دیدگاه سازمان محور بعنوان رکن سوم استراتژی و چرایی عدم کارایی استراتژی متمرکز در بازارهای نوظهور

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

سعید پوربافرانی - دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

این مقاله به شناسایی ظهور دیدگاه سازمان محور به عنوان سومین چشم انداز پیشرو در مدیریت استراتژیک می پردازد (دیدگاه صنعت محور و دیدگاه منبع محور، دو دیدگاه دیگر هستند). در این مقاله نخست ریشه های دیدگاه سازمان محور را بررسی میکنیم؛ به بررسی لزوم تناسب استراتژی شرکت ها با ساختار سازمانی، محصول شرکت، بازار سرمایه و بازار کار، نظام رگولاتوری و مکانیسم های آن برای اجرای قراردادهای می پردازیم؛ سپس دو گزاره اصلی دیدگاه سازمان محور را بیان می کنیم؛ و در نهایت، چهار پرسش اساسی در استراتژی را از منظر این دیدگاه بررسی میکنیم. به طور کلی ما به این مطلب اشاره میکنیم که دیدگاه سازمان محور، سومین رکن در سه رکنی استراتژی است که بر انتقادهای دراز مدت راجع به عدم توجه به زمینه در دیدگاه های صنعت محور و منبع محور فائق می آید و به عنوان بخشی از جنبش فکری متمرکز بر سازمان گرایی جدید، بینش های نوینی ارائه میکند. شایان ذکر است که برخلاف اقتصادهای پیشرفته، بازارهای نوظهور در تمام یا اغلب حوزه ها با ضعف سازمانی روبرو هستند. این تفاوت در زمینه سازمانی است که توجیه گر موفقیت شرکت های بزرگ و متنوع در کشورهای در حال توسعه مانند اندونزی و هند و شکست آنها در اقتصادهای پیشرفته مانند ایالات متحده و انگلستان است.

کلمات کلیدی:

دیدگاه سازمان محور، استراتژی متمرکز، بازارهای نوظهور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986746>

