

مبانی نظری طراحی ساختار سازمانی شرکت های هلدینگ

www.ketab.ir

تألیف و تدوین:
بهروز شیخ رودی

سرشناسه:	شیخ‌رودی، بهروز، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور:	مبانی نظری طراحی ساختار سازمانی شرکت‌های هلدینگ/ تالیف و تدوین بهروز شیخ‌رودی؛ ویراستاری زهرا مجنونى.
مشخصات نشر:	گرگان: تنعیم، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری:	۸۵ ص.: نمودار.
شابک:	۷۰۰۰ ریال ۸-۶-۹۳۶۹۷-۹۷۸-۶۰۰
وضعیت فهرست‌نویسی:	فیا
موضوع:	شرکت‌های صاحب‌سهم
موضوع:	شرکت‌های صاحب‌سهم—مدیریت
موضوع:	شرکت‌های اقتصادی ادغام‌شده
شناسه افزوده:	مجنونى، زهرا، ۱۳۶۱ -، ویراستار
رده‌بندی کنگره:	۱۳۹۲۲۷۵۸HD ۹م۲ش/
رده‌بندی دیویی:	۳۳۸/۸۶
شماره کتابشناسی ملی:	۳۳۸۸۶۵۷

مبانی نظری طراحی ساختار سازمانی شرکت‌های هلدینگ

ناشر: نشر تنعیم

تالیف و تدوین: بهروز شیخ‌رودی

طرح جلد: نجمه رهنما

صفحه‌بندی: نجمه رهنما

ویراستاری: زهرا مجنونى

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۶۹۷-۶-۸

چاپ: سراج

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۴

تعداد صفحه: ۸۵ صفحه

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

همه حقوق این اثر برای مولف و ناشر محفوظ است. در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

مقدمه	۷
فصل یک: مبانی و مفهوم هلدینگ	۹
۱-۱- تعاریف و ویژگی‌های شرکت‌های هلدینگ	۹
۱-۲- تاریخچه تشکیل شرکت‌های هلدینگ	۱۰
۱-۳- شرکت هلدینگ به عنوان نوعی از شرکت‌ها	۱۱
۱-۴- تفویض اختیار در شرکت‌های هلدینگ	۱۴
۱-۵- نقش مرکزیت ستاد در شرکت‌های هلدینگ	۱۵
۱-۶- اهداف تشکیل شرکت‌های هلدینگ	۱۷
۱-۷- نقاط قوت تشکیل شرکت‌های هلدینگ	۱۷
۱-۸- موانع و چالش‌های پیش روی شرکت‌های هلدینگ	۱۹
فصل دو - مدل‌ها و سبک‌های اداره هلدینگ	۲۱
۲-۱- انواع شرکت‌های هلدینگ	۲۱
۲-۱-۱- شرکت‌های سرمایه‌گذاری با مالی	۲۱
۲-۱-۲- شرکت‌های مادر	۲۱
۲-۲- رابطه شرکت‌های مادر تخصصی و شرکت‌های تابعه	۲۲
۲-۲-۱- مفهوم مزیت ستاد	۲۲
۲-۲-۲- بررسی تاریخی استراتژی‌های ستاد	۲۳
۲-۲-۳- بررسی و تحلیل عملکرد شرکت‌های مادر تخصصی موفق	۲۶
۲-۲-۴- ساختار، سیستم‌ها و فرایندها	۲۷
۲-۲-۵- عملیات، خدمات مرکزی و منابع	۲۷
۲-۲-۶- کانون تجارت	۲۹
۲-۳- راهکارهای ارزش آفرینی	۲۹
۲-۳-۱- نفوذ انفرادی	۲۹
۲-۳-۲- نفوذ اتصال	۲۹
۲-۳-۳- نفوذ عملیاتی و خدماتی مرکزی	۳۰
۲-۳-۴- نفوذ توسعه ای	۳۰
۲-۴- هم‌افزایی در مجموعه شرکت‌های تابعه	۳۱
۲-۵- بررسی سبک‌های نظارتی در شرکت‌های هلدینگ	۳۲
۲-۵-۱- سبک برنامه ریزی استراتژیک	۳۲
۲-۵-۲- سبک کنترل مالی	۳۴
۲-۵-۳- سبک کنترل استراتژیک	۳۵
۲-۶- جمع‌بندی	۳۸
فصل سه: طراحی ساختار سازمانی هلدینگ	۳۹
۳-۱- تعریف ساختار سازمانی	۳۹
۳-۲- ارکان طرح‌ریزی ساختار سازمانی	۴۱
۳-۳- انواع ساختار سازمانی	۴۳
۳-۳-۱- ساختارهای عملی: بر اساس گروه بندی فعالیت‌های سازمان	۴۳

۴۴.....	۳-۳-۱- ساختار مبتنی بر وظیفه
۴۶.....	۳-۳-۲- ساختار مبتنی بر نوع محصول
۴۸.....	۳-۳-۳- ساختار مبتنی بر منطقه جغرافیایی
۵۰.....	۳-۳-۴- ساختار پیوندی
۵۳.....	۳-۳-۵- ساختار ماتریسی
۵۵.....	۳-۳-۶- ساختار عملی بر اساس تقسیم بندی پنج گانه بخش های سازمان
۶۰.....	۳-۳-۷- ساختار مکانیکی
۶۰.....	۳-۳-۸- ویژگی های سازمان های مکانیکی
۶۱.....	۳-۳-۹- ساختار ارگاتیک
۶۱.....	۳-۳-۱۰- ویژگی های سازمان های ارگاتیکی
۶۳.....	۳-۴-۱- ابعاد سازمانی تأثیرگذار بر ساختار
۶۴.....	۳-۴-۲- ارتباط مابین متغیرهای ساختاری
۶۵.....	۳-۴-۳- ارتباط مابین متغیرهای ساختاری و محتوایی
۷۰.....	۳-۵-۱- ساختار سازمانی شرکت های هلدینگ
۷۱.....	۳-۵-۲- طراحی ساختار سازمانی شرکت های هلدینگ
۷۸.....	۳-۵-۳- اصول اساسی در طراحی و استقرار ساختار سازمانی در شرکت های هلدینگ
۷۹.....	۳-۵-۴- اندازه ستاد در ساختار شرکت های هلدینگ
۸۰.....	۳-۵-۵- انواع الگوهای سازماندهی در شرکت های هلدینگ

مقدمه

وضعیت پیچیده فعلی جهان تجارت، توانایی‌های بسیار متفاوت سازمان‌ها (توان مالی، توان تخصصی، نیروی انسانی، توان تکنولوژیکی و ...)، ناپایداری محیط‌های بازار و تلاش شرکت‌ها به منظور کسب سهم بیشتری از بازار و امکان ورود به فعالیت‌های جدید و سودآور تجاری، باعث شده است تا مقوله ادغام و گروهی شدن شرکت‌ها به منظور استفاده بهینه از توانایی‌های یکدیگر و فعالیت به صورت شرکت‌های هلدینگ متداول گردد. از این رو سازمان‌های توانا تمایل زیادی برای فعالیت در قالب هلدینگ و بهره‌گیری از توانایی‌های یکدیگر دارند تا بدین وسیله ضمن فائق آمدن بر مسائل و مشکلات خود، به رقابت در سطوح بالاتری و فعالیت در عرصه جهانی بپردازند. یادآوری این نکته ضروری است که با چنین اقدامی و تبدیل شدن چندین شرکت به یک مجموعه هلدینگ، برنامه تدوین شده و ساختار سازمانی قبلی شرکت‌ها جوابگوی وضعیت فعلی نخواهد بود و باید بازنگری و اصلاحات لازم در خصوص موارد فوق صورت پذیرد.

در کشور ما، موفقیت تلاش‌های انجام شده در زمینه گروهی شدن شرکت‌ها و فعالیت به صورت شرکت‌های هلدینگ، مستلزم توجه به دو موضوع مهم یعنی اجرای دقیق فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک و ساختار سازمانی متناسب است که در غیر این صورت عملکرد شرکت‌های هلدینگ در داخل کشور از بازدهی مناسبی برخوردار نبوده و نتیجه چندان مطلوبی به همراه ندارد. طرح‌ریزی مجدد ساختار سازمان یک فعالیت استراتژیک است که با توجه به اهداف و مأموریت‌های هر سازمان در شرایط زیر ضرورت پیدا می‌کند:

- تغییر اساسی در اهداف، استراتژی‌ها و خط مشی‌های سازمان

- تغییر در فناوری‌ها

- تغییر در نوع فعالیت و یا شرایط بازار - محصول و کار

- تغییر در شرایط محیطی

- تغییر در اندازه و ابعاد سازمان

- آگاهی از عملکرد نامطلوب

- بروز بحران‌ها و مشکلات - پرسنلی و مالی

با توجه به فقدان مجموعه‌ای مدون در طرح‌ریزی ساختار سازمانی شرکت‌های هلدینگ این مجموعه با هدف ارائه تصویری روشن از مبانی نظری تأسیس و طرح‌ریزی شرکت‌های هلدینگ تهیه و برای بهره‌برداری علاقه‌مندان به‌ویژه مدیران و کارشناسان سازمان و روش‌های شرکت‌های هلدینگ و مادر تخصصی منتشر می‌گردد.

در بخش اول این کتاب با توجه به لزوم شناخت دقیق شرکت‌های هلدینگ به بررسی مفهوم شرکت‌های هلدینگ و ماهیت این گونه شرکت‌ها می‌پردازیم.

امید آن دارم این تلاش اندک مورد توجه صاحبان اندیشه و ایده‌پردازان طرح‌ریزی ساختار سازمانی شرکت‌های هلدینگ کشور قرار گیرد و در ارزش آفرینی روزافزون برای سرمایه ایرانی در سپهر جهانی موثر واقع شود.

بهروز شیخ رودی

Sheikhrodi.ir