

عنوان مقاله:

تنوع بخشی: مبانی، تعاریف، تاریخچه و شیوه های اندازه گیری آن

محل انتشار:

دوماهنامه بررسی های بازرگانی، دوره 11، شماره 60 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سعید خدامرادی - استادیار مدیریت صنعتی دانشگاه شاهد

جمال جلیلیان - استادیار مدیریت صنعتی دانشگاه شاهد

خلاصه مقاله:

تنوع بخشی به عنوان روش رشد و توسعه سازمان ها یکی از استراتژی های اصلی شرکت های چند کسب و کاره محسوب می شود. کسب و کارها می توانند از طریق تنوع مرتبط یا غیر مرتبط ایجاد شده یا توسعه یابند. تنوع مرتبط سبب برخورداری از هم افزایی یا اشتراک استفاده منابع خواهد شد. مزایا و معایب یا دلایل له و علیه تنوع در تحقیقات متعددی مورد اشاره بوده اند. شیوه سنجش تنوع از مقولاتی است که از ابتدای طرح موضوع تنوع بخشی مطرح نظر محققین بوده و چندین روش نیز ارائه شده اند. عمده روش ها متکی به استفاده از نظام های بین المللی طبقه بندی کالا یعنی SIC و ISIC هستند. این مقاله درصدد ارائه و تبیین مبانی و مفاهیم تنوع بخشی و اشاره به شیوه های اندازه گیری آن به عنوان نقطه شروعی بر مطالعات تنوع بخشی در سازمان های ایرانی است.

کلمات کلیدی:

تنوع بخشی / استراتژی / کسب و کار / اندازه گیری / شاخص

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1379310>

