

عنوان مقاله:

مدل سازی استراتژی تنوع بخشی در شرکت های چند کسب وکاره خصوصی ایرانی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 13، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

سید رامین هاشمی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت استراتژیک، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

اصغر مشبکی اصفهانی - استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

اسدالله کردنائیج - استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

سید حمید خدادادحسینی - استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: هدف این پژوهش یافتن سازوکارهای اتخاذ و اجرای استراتژی تنوع بخشی در شرکت های چند کسب وکاره ایرانی در قالب الگوی محتوا، بستر و فرایند است. تنوع بخشی از دیدگاه مدیران ارشد کاویده شده تا مقوله های اصلی و تاثیرگذار آن شناسایی و الگوی آن جهت بهینه سازی های آینده در هولدینگ های ایرانی احصا شود. روش: روش پژوهش کیفی بوده و با روش تحلیل داده بنیاد نظام مند اجرا شده است. جامعه هدف مدیران و کارشناسان ارشد حوزه استراتژی شرکت های چند کسب وکاره ایرانی است که در فرایند و تصمیمات تنوع بخشی در سازمان هایشان مشارکت داشتند. با نمونه گیری ترکیبی هدفمند، گلوله برفی و نظری و پس از ۲۵ مصاحبه عمیق، اشباع نظری حاصل شد. یافته ها: تحلیل داده ها نشان دهنده این است که شرایط علی انگیزه های فردی، سازمانی، اقتصادی و کاهش ریسک و شرایط مداخله گر میزان ثبات محیط کلان، میزان وجود نهادهای تسهیلگر، وضعیت قوانین و سیاست های حامی و محیط مستعد فرصت جویی های ویژه پدیده تنوع بخشی کسب وکار را در بستر میزان بلوغ در چرخه عمر سازمانی، منابع سازمان، قابلیت های سازمان، مهارت و تفکر استراتژیک مدیران ارشد و جهت گیری های استراتژیک سازمان شکل می دهند. این پدیده با گام های گزینه سازی، گزینه گزینی، مشخص کردن استراتژی ورود، هولدینگ سازی و نهادینه و سیستماتیک سازی اجرایی شده و به پیامدهای مثبتی مانند عملکرد مالی بالاتر، کاهش ریسک، قدرت، رشد و توسعه و سایر پیامدهای مشابه می انجامد. نتیجه گیری: برای موفقیت اجرای استراتژی تنوع بخشی می بایست به مقوله های مهم ۲۷ گانه و مفاهیم مرتبط با آن ها توجه کامل داشت و با آگاهی کامل از آن ها به صورت مناسب بهره برداری نمود.

کلمات کلیدی:

استراتژی، تنوع بخشی، شرکت های چند کسب وکاره، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1386908>

