

## عنوان مقاله:

ارائه الگویی برای شکل گیری تنوع دوستوانی در شرکت های چند کسب وکاره در ایران

## محل انتشار:

پژوهشهای مدیریت عمومی، دوره 15، شماره 56 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

## نویسندگان:

سلمان عیوضی نژاد - دکتری سیاست گذاری بازرگانی، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

محسن اکبری - دانشیار، مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

علی پریشانی - دانشجوی دکتری، سیاست گذاری بازرگانی، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به تغییرات زیاد محیطی و عدم اطمینان ناشی از آن، نیاز به استراتژی تنوع در شرکت های چند کسب وکاره از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این پژوهش به بررسی عوامل موثر بر شکل گیری تنوع همگون و ناهمگون (تنوع دوستوانی) پرداخته شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت های چند کسب وکاره ای هستند که در مرحله رشد خود قرار دارند. بر این اساس کلیه مدیران و دانشگاهیانی که سابقه حضور فعال در چنین شرکت های چند کسب وکاره را داشته، انتخاب و ۱۳ نفر از آن ها به روش نمونه گیری غیراحتمالی گلوله برفی برگزیده شدند. جمع آوری اطلاعات نیز با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت پذیرفت. بعد از جمع بندی مصاحبه ها تعداد ۴۲ شاخص موثر در ۵ مضمون اصلی و ۲ دسته کلی محیط خارجی و محیط داخلی تقسیم بندی شدند. محیط خارجی دارای سه بعد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و محیط داخلی دارای دو بعد فردی و سیستمی شدند. بر اساس فراوانی کدهای به دست آمده، عوامل فردی ارتباط با افراد بالادستی در بین عوامل سیاسی، قوانین و مقررات تسهیل کننده برای ورود به کسب وکارهای تابعه در بین شاخص های مربوط به عوامل سیستمی، سودآوری و سرمایه بالا، در بین شاخص های مربوط به عوامل فرهنگی ادراک مربوط نسبت به کسب وکارهای محوری و در بین شاخص های مربوط به عوامل اقتصادی بی ثباتی شاخص های اقتصادی به عنوان مولفه های نهایی الگوی پژوهش انتخاب شدند.

## کلمات کلیدی:

شرکت های چندکسب و کاره، دوستوانی، تنوع ناهمگون، تنوع همگون، تحلیل مضمون

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1539555>

