

توسعه شرکت «تاتا» از طریق به کارگیری سیاست ادغام




TATA
UPCOMING
CARS

بعد از اندازه گیری ارزش خروجی سازمان‌ها، مشخص شد که شرکت تاتا، یکی از بزرگترین شرکت‌های آسیایی است. این شرکت، در صنایع گوناگون برق، استیل، اتومبیل، مواد شیمیایی، هتل و حتی چای مشغول به فعالیت است. رشد و توسعه این شرکت، ناشی از ادغام نامتجانس با سایر کسب و کارها است.

به عنوان مثال این شرکت بخش تولید قطعات ماشین‌های سنگین «دوو»^۱ در کره جنوبی و «جگوار لندروور»^۲ در انگلستان را خریداری کرد. بخش تولید خودروی این شرکت، بسیاری از محصولات مورد نیاز تولیداتش از قبیل فولاد و پلاستیک را از سایر کارخانجات همین شرکت تأمین می‌کند. در مدیریت هر بخش از این‌طور وسیع شرکت تاتا، شاهد استقلال زیادی هستیم. این بدان معنا است که تصمیمات مهم و حیاتی، لزوماً در دفتر مرکزی اخذ نمی‌شوند. موفقیت این شرکت در بخش خودرو، در مقایسه با شرکت «SAAB»، که شرکت سازنده خودرو است، بسیار عالی و چشمگیر است. لذا این کسب و کار در سال ۲۰۱۲ تا کام ماند و تولید خودرو در آن متوقف شد. مدل‌های جدید این شرکت، بسیار گران قیمت بوده و توانایی مطابقت با نیازهای در حال تغییر مشتریان را نداشته‌اند. به این ترتیب با کاهش هر چه بیشتر فروش محصولات، از میزان وجه نقد شرکت کاسته شد.

-
1. Tata
 2. Daewoo
 3. Land Rover



نکات مورد بحث

- ★ ترکیبی و چند بخشی بودن شرکت تاتا، چه مزایایی برای آن داشت؟
- ★ به نظر شما، چرا مدیران این شرکت از روش خرید به عنوان یک روش توسعه استفاده کردند؟
- ★ چنانچه بخش تولید خودروی این شرکت، خواهان مشارکت یا زنجیره کارخاناتجارت فروش خودرو باشد، چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ آیا این اقدام به توقع شرکت خواهد بود؟

آموخته‌های این فصل:



- شناسایی کارآفرین و ویژگی‌های شخصیتی او
- نیازها و خواسته‌های کسب‌وکارهای تازه تأسیس و نوپا
- اهمیت طرح تجاری کسب‌وکار
- معیار اندازه‌گیری کسب‌وکارها
- راهکارهای توسعه کسب‌وکار
- مشکلات ناشی از گسترش کسب‌وکارها
- دلیل عدم توسعه بختگی و ورشکستی برخی از کسب‌وکارها