

# مطالعه‌ی ادغام و اکتساب و بررسی موانع آن در صنعت مواد غذایی ایران

بهروز زارعی

دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، [Bzareei@ut.ac.ir](mailto:Bzareei@ut.ac.ir)

صالح سالاری (نویسنده مسئول)

دانشجوی مدیریت دولتی، دانشگاه تهران، شماره تلفن ۰۹۱۳۷۰۵۶۰۲۹، [Saleh.Salari@ut.ac.ir](mailto:Saleh.Salari@ut.ac.ir)

## چکیده

یکی از روش‌های مناسب برای رشد و توسعه شرکت‌ها، ادغام و اکتساب شرکت‌ها و دارایی‌های موجود می‌باشد. این فعالیت ریسک و هزینه کمتر و سرعت بیشتری نسبت به راه‌اندازی یک فعالیت مخاطره آمیز جدید دارد (باور، ۲۰۰۱). سرمایه‌گذاری جهانی در ادغام و اکتساب در سال‌های اخیر به رشد غیرقابل پیش‌بینی و تصویری رسیده است (بارکما و شیون، ۲۰۰۸). از طرفی روند ادغام و اکتساب در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه روندی رو به رشد بوده است، اما در همین زمان، کشورهای جهان سوم مانند ایران پیشرفتی چندانی در این امر نداشته‌اند. حجم مبادلات ادغام و اکتساب در کشورمان نسبت به حجم جهانی دارای تفاوت بالایی می‌باشد و حجم این مبادلات در کشورمان بسیار اندک است، از طرفی بنا بر عقیده عارفی و جهانخانی (۱۳۸۶)، عمده مبادلات ادغام و اکتساب در ایران مربوط به مبادلات اکتساب می‌باشد و حجم مبادلات ادغام تقریباً برابر با صفر است، لذا خلا تحقیقی جامع که این پدیده را مورد بررسی قرار دهد احساس می‌شود. هدف تحقیق حاضر مطالعه موانع ادغام و اکتساب در صنعت مواد غذایی در ایران می‌باشد.

برای این منظور، موانع ادغام و اکتساب در صنعت مواد غذایی ایران، مبتنی بر روش‌شناسی «نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها» تحلیل شده است و مدل مفهومی برگرفته از مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های نظام‌مند با مدیران ۱۵ شرکت فعال در صنعت مواد غذایی، استخراج می‌گردد.

در پایان این نتیجه حاصل شد که در صنعت مواد غذایی مقوله قانونی «عدم اعتماد بین شرکت‌ها» می‌باشد، در واقع فعالین این صنعت بر این باور بودند که عواملی مانند نبود اطلاعات شفاف از شرکت‌ها و عدم رابطه شبکه‌ای بین آن‌ها و نبود اتحادیه‌هایی مانند اتحادیه‌های استراتژیک در این صنعت بذر عدم شناخت و بی‌اعتمادی را در بین فعالین این صنعت می‌افکند و این خود دلیلی بزرگ برای عدم تمایل شرکت‌های این صنعت به همکاری با یکدیگر است.

**کلمات کلیدی:** ادغام و اکتساب، استراتژی، صنعت مواد غذایی