



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

پایان نامه کارشناسی ارشد

**بررسی تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد
و دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد**

از:

یعقوب ممینی

استاد راهنما:

دکتر محمود مرادی

شهریورماه ۱۳۹۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

گروه مدیریت

مدیریت صنعتی

بررسی تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد
و دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد

از:

یعقوب ممبنی

استاد راهنما:

دکتر محمود مرادی

استاد مشاور:

دکتر مصطفی ابراهیم پور

شهریورماه ۱۳۹۳

روح پاک پدر عزیزم

که مهرش بنایی شد برای تلاش پرشورم در کسب دانش و او که سال‌ها رشد مرا سرشار از حکمت کرد، او که ناتوان شد تا من به توانایی برسم و عاشقانه سوخت تا من به روشنایی برسم و عالمانه به من آموخت تا چگونه در عرصه زندگی، ایستادگی را تجربه نمایم؛ اما افسوس، آن‌گاه که نیست دانند که کیست ... یک سال است که رخت از این دیار برگرفت و من در پس گام‌هایش چه بی‌صدا گریستم و در شمارش گام‌هایش، اشک‌هایم را به ترنم خزان نشاندم. ای کاش پدر بود و خاک‌پایش را طوطیای دیده می‌کردم. با اشک چشمم خاک‌پایش را می‌شستم، مثل پروانه گرد وجودش می‌گشتم و استدعا می‌کردم یک‌نفس که فقط یک‌نفس دعایم کند که برکت دنیا و آخرت نصیبم شود. ای کاش سرنوشت چیز دیگری می‌خواست ...

مادر مهربان و عزیزم

دریای بی‌کران فداکاری و عشق که مهرش در دلم گرامی و مقدس است و نهال نازک دستانش از عشق خدا و نگاه مهربانش همواره آرامش‌بخش وجودم بوده، هست و خواهد بود. سپاس بیکران بر همدلی و همراهی و همگامی مادرم که سجده‌ایثارش گل محبت را در وجودم پروراند و دامن گهربارش لحظه‌های مهربانی را به من آموخت و سبزترین نگاه و امید زندگانیم هست.

خواهران و برادران عزیزم

که سختی‌ها را به جان خریدند و خود را سپر بالای مشکلات و ناملازمات کردند و دعای خیرشان همیشه بدرقه راهم بود تا من به جایگاهی که اکنون در آن ایستاده‌ام برسم.

و به تمام آزاد مردانی که نیک می‌اندیشند و عقل و منطق را پیشه خود نموده و جز رضای الهی و پیشرفت و سعادت جامعه، هدفی ندارند. دانشمندان، بزرگان و جوانمردانی که جان و مال خود را در حفظ و اعتلای این مرزوبوم فدا نموده و می‌نمایند.

و به تمامی شهدا و جانبازانی که از نفس افتادند تا ما امروز نفس بکشیم.

«حمد و سپاس بی‌کران خدایی را که دانشش جبران‌ناپذیر است و سختی‌ها را بر بندگانش آسان می‌کند.

منت خدای را غز و جل که طاعتش موجب قربت است و به سگزارندرش مزید نعمت.»

با سپاس از خداوند بزرگ که این فرصت را به من عطا فرمود تا با حضور در مرحله دیگری از مقاطع فراگیری علم و دانش، همچنان شوق یادگیری را در وجودم زنده نگاه دارم؛ و اکنون که با الطاف او به سرانجام این پژوهش رسیده‌ام، به مصداق «من لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق» بر خود واجب و لازم می‌دانم از همه عزیزانی که مرا در این مسیر یاری نموده‌اند به رسم ادب و شاگردی تشکر و قدردانی نمایم.

مراتب سپاس و احترام، تقدیم حضور:

استاد بزرگوارم، جناب آقای دکتر محمود مرادی که با توجهات موشکافانه، تجربیات گران‌قدر و راهنمایی‌های بی‌دریغانه و ارزنده علمی و اخلاقی، در امر این پژوهش همراه و چراغ راهم بودند و در این دوره دلسوزانه مرا به سمت مرزهای علم و دانش هدایت نمودند.

استاد بزرگوارم، جناب آقای دکتر مصطفی ابراهیم پور که صبورانه و صمیمانه هدایت و راهنمایی‌ام نموده‌اند و در انجام این پژوهش از هیچ کمکی دریغ نورزیدند و از اندوخته‌های ارزنده علمی ایشان استفاده نموده‌ام.

اساتید بزرگوار داور، جناب آقایان دکتر محمد دوستار و دکتر محسن اکبری که زحمت بررسی موشکافانه‌ی این پایان‌نامه را کوشیده‌اند و مرا در هر چه بهتر انجام شدن این مهم یاری رساندند.

مسئولین محترم اداره صنعت، معدن و تجارت استان گیلان، دفتر شهر صنعتی رشت و کارخانه‌های تولیدی شهر صنعتی رشت که با همکاری و مساعدت خود موجبات اجرای این پژوهش را فراهم نمودند.

خانواده عزیزم که در پشتیبانی و حمایت از من از هیچ کمکی دریغ نکردند.

و کلیه کسانی که خوشه‌چین خرمن پرفیضشان بوده‌ام.

در انتها با استعانت از نگاه خداوند منان امیدوارم در ادامه مراحل زندگی، توفیق جبران‌ناپذیر کوشه‌ای از زحمات این عزیزان نصیبم گردد و به امید آن که همه تعلیمات و تحصیلات

برای نوع بشر، پل‌دای از مراحل محافل انسانیت باشد.

با تقدیم بهترین احترامات

یعقوب ممبینی، شهریور ۱۳۹۳، دانشگاه گیلان

Yaghoob.ym1367@yahoo.com

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه ۲

۲-۱- بیان مسئله پژوهش ۳

۳-۱- اهمیت و ضرورت انجام پژوهش ۵

۴-۱- مدل مفهومی پژوهش ۸

۵-۱- اهداف پژوهش ۹

۶-۱- فرضیات پژوهش ۹

۷-۱- قلمرو پژوهش ۹

۸-۱- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش ۱۰

۱-۸-۱- تعریف مفهومی متغیرهای پژوهش ۱۰

۲-۸-۱- تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش ۱۱

۹-۱- موانع و مشکلات پژوهش ۱۲

۱۰-۱- جمع‌بندی ۱۲

فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۲- مقدمه ۱۵

۲-۲- تیم مدیریت ارشد ۱۶

۱-۲-۲- یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد ۱۷

۱-۱-۲-۲- دیدگاه مشترک ۱۸

۲-۱-۲-۲- یکپارچگی اجتماعی ۲۰

۳-۱-۲-۲- اعتماد ۲۰

۳-۲- دوستوانی سازمانی ۲۱

۱-۳-۲- تعریف دوستوانی سازمانی ۲۲

۲-۳-۲- بهره‌برداری و اکتشاف ۲۳

۳-۳-۲- دوستوانی سازمانی به‌عنوان قابلیت پویا ۲۴

۴-۲- عملکرد سازمانی ۲۵

۱-۴-۲- عملکرد بازار ۲۶

۲-۴-۲- عملکرد مالی ۲۷

۳-۴-۲- عملکرد منابع انسانی ۲۸

۴-۴-۲- سنجش عملکرد ۲۹

۱-۴-۴-۲- رویکردها به سنجش عملکرد ۳۰

۵-۲- پیشینه پژوهش ۳۱

۱-۵-۲- پیشینه داخلی ۳۱

۲-۵-۲- پیشینه خارجی ۳۲

۶-۲- مدل مطالعاتی پژوهش ۳۷

۳۷.....	۱-۶-۲- یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و عملکرد سازمانی
۳۷.....	۲-۶-۲- یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و دوستوانی سازمانی
۳۸.....	۳-۶-۲- دوستوانی سازمانی و عملکرد سازمانی
۳۹.....	۴-۶-۲- مدل نظری (مطالعاتی) پژوهش
۴۰.....	۷-۲- جمع‌بندی

فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش

۴۲.....	۱-۳- مقدمه
۴۲.....	۲-۳- روش پژوهش
۴۴.....	۳-۳- مراحل انجام پژوهش
۴۵.....	۴-۳- جامعه آماری پژوهش
۴۵.....	۵-۳- نمونه آماری پژوهش و تعیین حجم آن
۴۷.....	۶-۳- روش‌های گردآوری اطلاعات
۴۸.....	۱-۶-۳- پرسش‌نامه پژوهش
۴۹.....	۷-۳- روایی و پایایی ابزار پژوهش
۴۹.....	۱-۷-۳- روایی ابزار سنجش
۵۱.....	۲-۷-۳- پایایی ابزار سنجش
۵۲.....	۸-۳- شاخص KMO جهت کفایت حجم نمونه
۵۲.....	۹-۳- نقش متغیرهای پژوهش در مدل
۵۳.....	۱۰-۳- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۵۴.....	۱-۱۰-۳- معادلات ساختاری
۵۵.....	۱-۱-۱۰-۳- مدل‌سازی در معادلات ساختاری
۵۸.....	۲-۱۰-۳- روش حداقل مربعات جزئی
۵۹.....	۱-۲-۱۰-۳- دلایل استفاده از روش حداقل مربعات جزئی در پژوهش
۶۰.....	۲-۲-۱۰-۳- الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش حداقل مربعات جزئی
۶۲.....	۳-۱۰-۳- نرم‌افزار Smart PLS
۶۳.....	۱۰-۳- جمع‌بندی

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۶۵.....	۱-۴- مقدمه
۶۵.....	۲-۴- آمار توصیفی
۶۶.....	۱-۲-۴- توصیف ویژگی‌های فردی
۷۰.....	۲-۲-۴- توصیف ویژگی‌های شرکت‌های تولیدی
۷۶.....	۳-۴- آمار استنباطی
۷۶.....	۱-۳-۴- بررسی برازش مدل

۷۷.....	۱-۱-۳-۴- برآزش مدل‌های اندازه‌گیری
۷۷.....	۱-۱-۳-۴- پایایی شاخص
۷۹.....	۲-۱-۳-۴- روایی همگرا
۸۰.....	۳-۱-۳-۴- روایی واگرا
۸۱.....	۲-۱-۳-۴- برآزش مدل ساختاری
۸۲.....	۱-۲-۳-۴- اعداد معناداری t
۸۲.....	۲-۲-۳-۴- معیار R Squares یا R^2
۸۳.....	۳-۲-۳-۴- معیار اندازه تأثیر (f^2)
۸۵.....	۴-۲-۳-۴- معیار Q^2 (Stone – Geisser Criterion)
۸۵.....	۵-۲-۳-۴- معیار Redundancy
۸۶.....	۳-۱-۳-۴- برآزش کلی مدل
۸۷.....	۲-۳-۴- آزمودن فرضیه‌های پژوهش
۸۹.....	۱-۲-۳-۴- آزمون سوبل
۹۰.....	۲-۲-۳-۴- آماره VAF
۹۱.....	۴-۴- جمع‌بندی

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۹۳.....	۱-۵- مقدمه
۹۳.....	۲-۵- خلاصه پژوهش
۹۴.....	۳-۵- نتایج پژوهش
۹۶.....	۴-۵- پیشنهادهای پژوهش
۹۶.....	۱-۴-۵- پیشنهادهای کاربردی
۹۷.....	۲-۴-۵- پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی
۹۹.....	۳-۴-۵- پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی در زمینه دوستوانی سازمانی
۱۰۱.....	۵-۵- محدودیت‌های پژوهش
۱۰۳.....	منابع و مآخذ
۱۱۳.....	پیوست و ضمائم

جدول ۱-۲: تعاریف دوسوتوانی	۲۳
جدول ۱-۳: ارزش‌گذاری طیف لیکرت	۴۸
جدول ۲-۳: شاخص‌ها و منبع سؤالات بر اساس ترتیب سؤالات پرسش‌نامه	۴۹
جدول ۳-۳: انواع روایی	۵۰
جدول ۴-۳: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش	۵۱
جدول ۵-۳: آزمون کفایت حجم نمونه (KMO)	۵۲
جدول ۱-۴: فراوانی ویژگی‌های شخصی پاسخ‌دهندگان	۶۶
جدول ۲-۴: فراوانی ویژگی‌های شرکت‌های تولیدی	۷۱
جدول ۳-۴: ضرایب بار عاملی سازه‌های مدل	۷۸
جدول ۴-۴: مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سازه‌های مدل	۷۹
جدول ۵-۴: نتایج میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) سازه‌های مدل	۸۰
جدول ۶-۴: ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل ولارکر	۸۱
جدول ۷-۴: مقدار t برای رابطه بین سازه‌های پژوهش	۸۲
جدول ۸-۴: مقادیر R^2 سازه‌های مدل	۸۳
جدول ۹-۴: مقادیر Q^2 سازه‌های مدل	۸۵
جدول ۱۰-۴: مقادیر Redundancy سازه‌های مدل	۸۶
جدول ۱۱-۴: نتایج تحلیل حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه اول پژوهش	۸۸
جدول ۱۲-۴: نتایج تحلیل حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه دوم پژوهش	۸۸
جدول ۱۳-۴: نتایج تحلیل حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه سوم پژوهش	۸۹
جدول ۱۴-۴: نتایج تحلیل حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه چهارم پژوهش	۸۹
جدول ۱۵-۴: خلاصه آزمون فرضیات پژوهش	۹۱

فهرست شکل‌ها

شکل ۱-۱: مدل مفهومی پژوهش	۸
شکل ۱-۲: مدل مطالعاتی (نظری) پژوهش	۳۹
شکل ۱-۳: مراحل انجام پژوهش	۴۴
شکل ۲-۳: مراحل اساسی اجرای تحلیل در مدل‌سازی معادلات ساختاری	۵۶
شکل ۳-۳: الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS	۶۱
شکل ۱-۴: ضرایب معناداری T-values و ضرایب مسیر مدل پژوهش	۸۷

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۲: دوسوتوانی از لحاظ بعد زمانی ۲۴
- نمودار ۲-۲: تعداد کل مقالات منتشر شده در زمینه دوسوتوانی از سال ۱۹۹۶ تا سال ۲۰۱۲ ۳۲
- نمودار ۱-۴: فراوانی ترکیبی سن- سمت سازمانی افراد ۶۷
- نمودار ۲-۴: فراوانی ترکیبی جنسیت- محل خدمت افراد در سازمان ۶۷
- نمودار ۳-۴: فراوانی ترکیبی میزان تحصیلات- سمت سازمانی افراد در سازمان ۶۸
- نمودار ۴-۴: فراوانی ترکیبی تحصیلات- محل خدمت افراد در سازمان ۶۹
- نمودار ۵-۴: فراوانی ترکیبی تجربه کاری- محل خدمت افراد در سازمان ۶۹
- نمودار ۶-۴: فراوانی ترکیبی سمت سازمانی- محل خدمت افراد در سازمان ۷۰
- نمودار ۷-۴: فراوانی ترکیبی سال تأسیس شرکت- صنعت تولیدی شرکت ۷۱
- نمودار ۸-۴: فراوانی ترکیبی نوع مالکیت- سال تأسیس شرکت ۷۲
- نمودار ۹-۴: فراوانی ترکیبی نوع مالکیت- صنعت تولیدی شرکت ۷۳
- نمودار ۱۰-۴: فراوانی ترکیبی تعداد کارکنان- صنعت تولیدی شرکت ۷۳
- نمودار ۱۱-۴: فراوانی ترکیبی تعداد اعضای تیم مدیریت ارشد- صنعت تولیدی شرکت ۷۴
- نمودار ۱۲-۴: فراوانی ترکیبی برآورد تقریبی فروش سالانه - سال تأسیس شرکت ۷۵
- نمودار ۱۳-۴: فراوانی ترکیبی برآورد تقریبی فروش سالانه - صنعت تولیدی شرکت ۷۵

بررسی تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و دوستوانی سازمانی بر عملکرد

یعقوب ممبنی

در حالی که همه چیز در حال تغییر و تحول است و رقبا همیشه به دنبال افزایش سهم بازار خود از طریق کسب مزیت رقابتی هستند، توجه به دوستوانی سازمانی به عنوان یکی از راه‌های افزایش مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد بالا در محیط پویای کسب و کار امری ضروری است. تیم‌های مدیریت ارشد سازمان‌ها به عنوان تصمیم‌گیرندگان اصلی شرکت‌ها نقش اصلی در ایجاد دوستوانی سازمانی ایفا می‌کنند. یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد که بیانگر تعاملات جمعی اعضای تیم مدیریت ارشد هست، حرکت سازمان‌ها به سمت دوستوانی و به دست آوردن عملکرد بهتر را تسهیل می‌کند. در این پژوهش، تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد بر عملکرد شرکت‌های تولیدی بررسی شده و همچنین نقش میانجی دوستوانی سازمانی به عنوان قابلیت سازمان‌ها در بهره‌برداری و اکتشاف فرصت‌های رشد، در تأثیر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد بر عملکرد مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌های پژوهش از مدیران شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت گردآوری شده است. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بوده که اطلاعات از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده و برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد با میانجی‌گری دوستوانی سازمانی بر روی عملکرد تأثیرگذار است.

کلیدواژه‌ها: یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد، دوستوانی سازمانی، عملکرد سازمانی، شرکت‌های تولیدی.

Abstract

An Investigation on the Effect of Top Management Team Behavioral Integration and Organizational Ambidexterity on Performance

Yaghoob Mombiniy

While everything is subject to change and evolution and competitors are always looking to increase their market share through the acquisition of competitive advantage, organizational ambidexterity as an approach to increase competitive advantage in dynamic business environment is essential. Top management teams carry out as the company key decision-makers in creating organizational ambidexterity. Senior management team behavioral integration which represents the collective interaction of top management team members facilitates organizations in moving toward organizational ambidexterity and obtaining better performance. In this research, the effect of top management team behavioral integration on the performance of manufacturing firms has been investigated. Furthermore, mediating role of organizational ambidexterity in the relationship between the top management team behavioral integration and performance has been addressed. Research data has been collected from the managers in manufacturing firms of the Rasht Industrial Zone. Data was collected through questionnaires and analyzed by Structural Equation Modeling (SEM) and Partial Least Squares (PLS) algorithm and Smart PLS program. Findings show that top management team behavioral integration by mediating role of organizational ambidexterity influence on performance.

Keywords: Top Management Team, Behavioral Integration, Organizational Ambidexterity, Firm Performance, Manufacturing Company.



فصل اول

کلیات پژوهش

پس از انتشار کتاب در جستجوی برتری (تام پیترز و رابرت واترمن، ۱۹۸۲)، ساختن برای ماندن (کالینز و پوراس، ۱۹۹۷) و از خوب به عالی (کالینز، ۲۰۰۱) توجه و علاقه محققان و صاحب‌نظران مدیریت به شناسایی مجموعه ویژگی‌های سازمان‌های موفق جلب شده است. این علاقه و تمایل به دلیل تحولات و تغییرات محیط سازمان‌ها و نیز ظهور و افول تعداد زیادی از شرکت‌ها و سازمان‌های برجسته طی سال‌های اخیر افزایش یافته است. ویژگی مشترک بین سازمان‌هایی که با وجود شرایط سخت رقابتی و اقتصادی همچنان با موفقیت عمل می‌کنند، این است که این سازمان‌ها از لحاظ سطح عملکرد همواره یک پله بالاتر از سایرین هستند. این در حالی است که همه‌چیز در حال تغییر و تحول است و رقبا همیشه به دنبال افزایش سهم بازار خود از طریق کسب مزیت رقابتی هستند. توجه به دوستوانی سازمانی به‌عنوان یکی از راه‌های افزایش مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد بهینه در محیط پویای تجارت، امری ضروری است. برای اطمینان از قابلیت بقا و رقابت در محیط متلاطم فزاینده که در آن خواسته‌های متعدد و متناقض می‌تواند پدیدار شود، سازمان‌ها به گسترش ظرفیت‌های خود برای موفقیت در مواجهه با تناقضات و به‌طور مؤثر اداره کردن چالش‌های متناقض چشم دارند. باین‌حال، وجود تناقضات سازمانی برای بقا و توانمندی سیستم جهت انطباق‌پذیری وزنده ماندن در برابر اختلالات محیطی بسیار مهم است. جریان در حال ظهوری از توسعه پژوهش‌ها بر روی اهمیت فرآیندها، ویژگی‌ها و مکانیزم‌های تیم مدیریت ارشد تأکید دارد. به‌طور خاص برای به دست آوردن درک بهتری از سازوکارهای زیربنایی، برخی بر روی فرآیند تیم مدیریت ارشد تمرکز و استدلال می‌کنند که دوستوانی تا حد زیادی به‌وسیله فرآیندهای داخلی تیم‌های مدیریت ارشد ساخته می‌شود. لاباتکین و همکارانش^۱ (۲۰۰۶)، اشاره داشتند که اگرچه مطالعات قبلی اشاره‌ای به خلق سازوکارهای توانمندسازی دوستوانی داشته‌اند، ما نیاز به این داریم که ماهیت دقیق فرآیند تیم مدیریت ارشد مشخص شود. محققان دیگری همچون هامبریک و ماسون^۲ (۱۹۸۴)، تاشمن و اریلی^۳ (۱۹۹۶)؛ (۱۹۹۷)، هامبریک (۱۹۹۸)، کارملی^۴ (۲۰۰۸) و اریلی و تاشمن (۲۰۰۴)؛ (۲۰۱۳) بر اهمیت بررسی نقش تیم مدیریت ارشد در ایجاد دوستوانی سازمانی و بهبود عملکرد تأکید داشته‌اند. از این‌رو در این پژوهش به بررسی یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد در ایجاد دوستوانی سازمانی و بهبود عملکرد پرداخته شده است.

در این فصل، در راستای اهمیت موضوع، ابتدا بیان مسئله و اهمیت و ضرورت پژوهش مطرح شده است. سپس اهداف، سؤالات، فرضیات و قلمرو پژوهش بیان شده و درنهایت به تعریف اصطلاحات پژوهش و تعریف عملیاتی متغیرها و موانع و مشکلات انجام پژوهش پرداخته شده است.

^۱ Lubatkin et al

^۲ Hambrick & Mason

^۳ Tushman & O'Reilly

^۴ Carmeli

۱-۲- بیان مسئله پژوهش

به وجود آمدن بازارهای رقابتی و نیاز بشر به رشد و توسعه در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی موجب توجه خاص جوامع و به‌خصوص سازمان‌ها به عملکرد شرکت‌ها شده است. بسیاری از شرکت‌های تازه تأسیس بعد از مدتی شکست می‌خورند و از بین می‌روند. متوسط عمر بزرگ‌ترین شرکت‌های دنیا نیز بسیار پایین است. برای دستیابی به این معما، جیمز مارچ^۱ (۱۹۹۱)، بیان می‌دارد که مرکز توانایی یک شرکت برای بقا در طول زمان، توانایی بهره‌برداری از موقعیت‌ها و دارایی‌ها موجود در راه تولید سود و منفعت و همزمان کشف بازار و فناوری‌های جدید برای تنظیم و پیکربندی مجدد منابع سازمانی برای تسخیر موجودی‌ها و فرصت‌های جدید است. در اصطلاح مارچ این کشش اساسی در قلب سازمان برای بقای بلندمدت است که برای اطمینان از سوددهی جاری (قابلیت بهره‌برداری) و اطمینان از موفقیت آینده (قابلیت اکتشاف) به کار گرفته می‌شود. اکتشاف شامل جستجو برای فرصت‌های جدید، همچون فناوری‌ها و بازارهای جدید است درحالی‌که بهره‌برداری اشاره به تقویت مزیت‌ها، فناوری‌ها و بازارهای موجود است.

نرخ شکست شرکت‌های تولیدی، همواره به‌صورت یک معضل بزرگ، نظر سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیرندگان و مدیران بخش‌های اقتصاد کشور را به خود جلب کرده است. همان‌طور که واحدهای تولیدی نقش مهم و اساسی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند، در صورت شکست می‌توانند نقش منفی در اقتصاد داشته باشند.

در فضای به‌شدت رقابتی امروز تنها سازمان‌ها با عملکرد برتر به اهداف خود دست می‌یابند. امروزه با توجه به توسعه و تنوع محصولات شرکت‌ها و نیز رقابت شدید میان آن‌ها، شرکت‌ها در معرض تحول و دگرگونی بوده، موفقیت نهایی و حتی گاهی بقای سازمان‌ها به توانایی شرکت در استفاده از قابلیت‌های موجود و کشف فرصت‌های جدید است تا بتواند نوعی مزیت رقابتی برای شرکت خلق کند. سازمان‌های تولیدی کشور باید به‌اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند تا هم تهدیدات غیرقابل‌پیش‌بینی و هم فرصت‌های موجود در آینده نامطمئن و محیط بی‌ثبات اقتصادی کشور را مدیریت کنند. دوستوانی سازمانی^۲ برای متناسب شدن با محیط پرتلاطم کسب‌وکار در جهت حفظ مزیت رقابتی، یکی از چالش‌های اساسی فرا روی مدیران امروز است. دستیابی و رسیدن به دوستوانی سازمانی پیچیده و دشوار است؛ بنابراین درک اینکه چه چیزی حرکت دهنده سازمان برای دوستوان شدن است به یک مسئله مهمی تبدیل شده است و شناسایی عوامل مؤثر بر دوستوان کردن شرکت‌های تولیدی، برای بهبود عملکرد نقش حیاتی در رشد اقتصادی کشور ایجاد خواهد کرد.

^۱ March

^۲ Organizational Ambidexterity

به طور خاص محققان اذعان دارند که تیم مدیریت ارشد سازمان‌ها باید نقش کلیدی را در توانمند کردن و توسعه دادن شرایط مورد نیاز برای دوستوانی سازمانی اجرا کند (Gibson & Birkinshaw, 2004; Lubatkin, et al, 2006; Smith & Tushman, 2005). با این وجود، دانش ما درباره اینکه چگونه یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد^۱ به طراحی و شکل دادن دوستوانی سازمانی کمک می‌کند اندک است. هامبریک و ماسون (۱۹۸۴)، استدلال می‌کنند که تیم مدیریت ارشد و اعضای آن واسطه بین شرکت‌های تولیدی و محیط هستند و بر روی سازمان تأثیر می‌گذارند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تیم‌های مدیریت ارشد جهت‌گیری دوستوان را از طریق فرآیند تصمیم‌گیری تحت تأثیر قرار می‌دهند. تیم‌های مدیریت ارشد در تخصیص منابع و تصمیمات طراحی سازمانی درگیر می‌شوند (Edmondson et al, 2003; Eisenhardt & Zbaracki, 1992; Hambrick, 1994). و بین نتایج کوتاه‌مدت و بلندمدت تعادل ایجاد می‌کنند (Smith & Tushman, 2005). کمبود پژوهش‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که اساساً پیگیری همزمان فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری در سازمان‌های تولیدی پیچیده و رسیدن به آن دشوار است (Benner & Tushman, 2003). محققان، دوستوانی ساختاری (Tushman & O'Reilly, 1997) و دوستوانی زمینه‌ای (Gibson & Birkinshaw, 2004) که برای بررسی سازمان‌های دوستوان مهم هستند را مطالعه کردند، اما تعداد کمی شواهد تجربی درباره نقش یکپارچگی رفتاری تیم‌های مدیریت ارشد در سازمان‌های دوستوان وجود دارد. ما نیاز به درک کاربردهای دوستوانی در موقعیت‌های مختلف داریم. تاشمن و اریلی (۱۹۹۷)، پیشنهاد دادند که دوستوانی به صورت وسیعی توسط تیم‌های مدیریت ارشد هدایت می‌شود. فرآیندهای داخلی، تیم مدیریت ارشد را در اداره کردن مقدار زیادی از اطلاعات و متغیرهای تصمیم که با تعارض و ابهام سروکار دارند کمک می‌نماید؛ اما آن‌ها به طور دقیق ماهیت فرآیندهای تیم مدیریت ارشد را معین نکردند. پژوهش بر روی دوستوانی سازمانی، تلاش اندکی را به سمت کشف نقش تیم‌های مدیریت ارشد در توانمند کردن و ایجاد دوستوانی سازمانی در شرکت‌های تولیدی جهت داده است (Lubatkin et al, 2006; Smith & Tushman, 2005).

محققان مشاهده کردند که ویژگی‌های تیم‌های مدیریت ارشد اجرایی به طور معنی‌دار و گسترده‌ای بر روی سازمان تأثیر می‌گذارند (Finkelstein et al, 2009). تیم‌های مدیریت ارشد اجرایی تمایل به بهبود و دستیابی به عملکرد بهینه دارند (Chatterjee & Hambrick, 2007). مدیران ارشد بیشتر دوست دارند که نقش‌های عملیاتی و راهبردی را اجرا کنند؛ بنابراین گستره دوستوانی به طور وسیع‌تری به وسیله فرآیندهای داخلی تیم مدیریت ارشد تسهیل می‌شود. تاشمن و اریلی (۱۹۹۷)، استدلال کردند که سطوح یکپارچگی رفتاری تیم‌های مدیریت ارشد در سازمان‌ها برای اداره کردن اثربخش و یکپارچه کردن تقاضاهای متناقض حیاتی است. هسته نظریه چشم‌انداز سلسله‌مراتب ارشد^۲ اعتقاد دارد که نتایج سازمانی یک

¹ Top Management Team Behavioral Integration

² Upper Echelons Theory

بازتاب از ویژگی‌ها و اقدامات یک گروه کوچک از مدیران در بالای سازمان است (Finkelstein & Hambrick, 1996; Hambrick & Mason, 1984)؛ بنابراین تعداد زیادی از محققان درک عملکرد درونی تیم مدیریت ارشد را جستجو می‌کنند. ادبیات پیشین به‌طور فزاینده‌ای استدلال کردند که شرکت‌های تولیدی موفق دوستوان هستند. آن‌ها در شرکت‌های خود مزیت‌های رقابتی را از طریق تغییرات انقلابی و تکاملی (Tushman & O'Reilly, 1996)، سازگاری و هم‌ترازی (Gibson & Birkinshaw, 2004) یا پیگیری همزمان نوآوری اکتشافی و بهره‌برداری (Benner & Tushman, 2003) ایجاد می‌کنند.

همان‌طور که مطالعات مختلفی در زمینه دوستوانی نشان می‌دهد، اگر سازمان‌ها به سازمان‌های دوستوانی تبدیل شوند، یعنی در قابلیت‌های بهره‌برداری و اکتشاف موفق باشند، بهتر عمل خواهند کرد و به بهترین سطح عملکرد، توان رقابتی و بقای طولانی‌مدت دست خواهند یافت. تیم‌های مدیریت ارشد در سازمان‌های دوستوان، تفاوت‌ها، ابهامات و تعارض‌ها را شناسایی می‌کنند و آن‌ها را به راه‌برد عملی تبدیل می‌کنند. حل تعارضات و تنش‌ها در میان اعضای تیم مدیریت ارشد یک عنصر حیاتی در توانایی شرکت‌های تولیدی برای ایجاد یکپارچگی و ارزش کمک‌کننده بین فعالیت‌های اکتشاف و بهره‌برداری و دستیابی به دوستوانی سازمانی و عملکرد بهینه است (Jansen et al, 2008). از سوی دیگر انجام مطالعات در زمینه یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و نقش آن در ایجاد دوستوانی سازمانی و تأثیری که بر عملکرد شرکت‌های تولیدی می‌گذارد برای رشد، پیشرفت، سودآوری و بقای آن‌ها و همچنین ارتقای رشد اقتصادی کشور لازم و ضروری است. شرکت‌های تولیدی از بخش‌های اصلی و پیشرو در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی کشور هستند که با بقای طولانی‌مدت، رشد و ایجاد نوآوری در صنعت می‌توانند باعث افزایش رشد اقتصادی کشور شوند. در این راستا، پژوهش در زمینه استفاده از امکانات موجود و کشف فرصت‌های جدید برای بقا، رقابت‌پذیری و تبدیل‌شدن به شرکتی با عملکرد برتر با شناسایی عوامل تأثیرگذار بر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد سازمان بیش‌ازپیش احساس می‌شود. از این‌رو در این پژوهش به بررسی و شناخت عوامل تأثیرگذار بر یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد سازمان‌های تولیدی شهر صنعتی رشت پرداخته‌شده و تأثیر یکپارچگی رفتاری اعضای تیم مدیریت ارشد سازمان‌های تولیدی در ایجاد دوستوانی سازمانی و بهبود عملکرد شرکت موردبررسی قرار داده شده است.

۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

در سال‌های اخیر، سرعت تغییر دنیا چنان شتاب گرفته است که حتی دانشمندان برای ارائه تئوری‌ها و نظریه‌های جدید در بسیاری از موارد جامانده‌اند. جامعه، کسب‌وکار، اقتصاد و بسیاری دیگر از ابعاد زندگی انسانی تغییراتی جدی داشته‌اند. به

وجود آمدن بازارهای رقابتی و نیاز بشر به رشد و توسعه در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی موجب توجه خاص جوامع و به خصوص سازمان‌ها به عملکرد شرکت‌ها شده است.

در دو دهه اخیر، عملکرد سازمانی به‌عنوان یکی از موضوع‌های مورد توجه و جذاب تبدیل شده است و این تمایل هم در زمینه‌های پژوهشی و هم در زمینه‌های کاربردی به بروز نوآوری‌های زیادی منجر شده است. از سوی دیگر انجام مطالعات در زمینه یکپارچگی رفتاری تیم مدیریت ارشد و نقش آن در ایجاد دوسوتوانی سازمانی و تأثیری که بر عملکرد شرکت‌های تولیدی می‌گذارد برای رشد، پیشرفت، سودآوری و بقای آن‌ها لازم و ضروری است. بررسی عملکرد بنگاه‌های اقتصادی و لزوم پرداختن به آن یکی از بحث‌های اساسی حوزه مدیریت است.

در شرکت‌های قرن ۲۱ ارزش عملکرد سازمانی بیشتر و بیشتر درک شد و آن‌ها در جستجوی راه‌هایی بودند که بتوانند سریعاً با تغییرات محیطی سازگار شوند. وقتی پیتر براک^۱ مدیر شرکت نستله^۲ بود، تغییر شکل شرکت را از یک نفت‌کش غول‌پیکر به چیزی شبیه یک ناوگان واکنش سریع به اجرا درآورد (بهره‌برداری)، ناوگانی که به بخش‌های تجاری مختلف فراخوانده می‌شود تا فرصت‌های مختلف بازار را برآید (اکتشاف).

پیشرفت‌های جهانی در بحث تولید در تمامی عرصه‌های تخصصی مدیریتی و صنعتی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. شرکت‌های تولیدی از بخش‌های اصلی و پیشرو در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی کشور هستند که با بقای طولانی‌مدت، رشد و ایجاد نوآوری در صنعت می‌توانند باعث افزایش رشد اقتصادی کشور شوند. در این راستا پژوهش در زمینه استفاده از امکانات موجود و کشف فرصت‌های جدید برای بقا، رقابت‌پذیری و تبدیل شدن به شرکتی با عملکرد برتر بیش‌ازپیش احساس می‌شود. مطالعه نقش تیم مدیریت ارشد و یکپارچگی رفتاری بین اعضای این تیم‌ها به‌عنوان ارشدترین افراد سازمان در جهت‌گیری‌ها و تصمیمات استراتژیک سازمان و نقش آن‌ها در ایجاد دوسوتوانی سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی برای درک سؤالات و واقعیت‌های زیر ضروری است:

چگونه شرکت‌های تولیدی بزرگی همچون آی بی ام^۳ از سازنده سخت‌افزار به نرم‌افزار برای خدمات حرکت کرده است؟ (Tushman et al, 2013)؛

چگونه اچ پی^۱ از سازنده وسایل الکترونیکی به سمت کامپیوترهای کوچک برای چاپ حرکت کرده است و حال در این انتقال به‌سوی خدمات شکست‌خورده است (House & Price, 2009)؟

^۱ Peter Brabeck

^۲ Nestle

^۳ IBM

چگونه شرکت هرست^۲ از یک ناشر روزنامه به ارائه‌دهنده داده حرکت کرده است؟

چگونه شرکت فوجی^۳ از سازنده فیلم عکس‌برداری به سازنده مواد شیمیایی خوب حرکت کرده است؟

چگونه شرکت هیولت پاکارد^۴ قادر بود که از ابزارآلات الکترونیکی به سمت کامپیوترهایی برای پرینت و ارائه خدمات حرکت کند؟

اینکه چرا شرکت‌های بزرگی همچون پولاروید^۵، کداک^۶ و اسمیت کرونا^۷ در ایجاد یک تحول و تطبیق با شرایط موجود شکست خورده‌اند؟ و چگونه می‌توان اتفاقات به وجود آمده در شرکت‌های دیگر شبیه آی بی ام^۸، آتیکن^۹، یو آر اس^{۱۰}، ان سی آر^{۱۱} و دیگر شرکت‌های بزرگ را پذیرفت (O'Reilly & Tushman, 2013). این موارد موضوعات وسیعی هستند که اهمیت خاصی دارند و فرصت نظری بزرگی نیز به شمار می‌روند.

یادداشتی از مدیر ارشد اجرایی یاهو^{۱۲} در دسامبر ۲۰۰۵ در نشریه وال استریت ژورنال منتشر شد که بیان می‌دارد: ما فاقد چشم‌انداز متمرکزی برای شرکتیمان هستیم. ما می‌خواهیم هر کاری را انجام دهیم و همه‌چیز برای همه‌کس باشیم. ما از حذف شدن هراس داریم. ما بجای ترسیم مسیری مطمئن فقط از خود واکنش نشان می‌دهیم. ما باید قاطعانه و جسورانه اعلام کنیم در کدام حوزه کاری حضور داریم (بهره‌برداری) و در کدام حوزه کاری وارد نمی‌شویم (اکتشاف).

نیکلاس جی کار^{۱۳} یکی از نویسندگان هاروارد بیزینس در کتاب آیا این مسئله مهمی است راهکاری را پیشنهاد کرده است. او می‌گوید شرکت‌های موفق برای ایجاد و حفظ موقعیت‌های استراتژیک خودکار خواهند کرد. حتی اگر از مزایای رقابت موقت مثل سنگ زیر پا، برای رسیدن به مزیت‌های جدید استفاده کنند به آرامی انعطاف‌ناپذیر خواهند شد.

بامطالعه شرکت‌های تولیدی بزرگ جهان درمی‌یابیم که در هزاره جدید، سازمان‌های تولیدی باید انعطاف‌پذیرتر، مشتری‌گراتر، کارآمدتر، پاسخ‌گوتر و از نظر صرف هزینه، صرفه‌جویانه‌تر و دارای ارزش‌افزوده بیشتری باشند تا بتوانند برای بقا و رشد در اقتصاد جهانی بجنگند. شرکت‌های تولیدی برای پرورش این شایستگی‌های رقابت‌انگیز در سطح بالا به مدیرانی در

¹ HP

² Hearst

³ Fuji

⁴ Hewlett-Packard

⁵ Polaroid

⁶ Kodak

⁷ Smith-Corona

⁸ IBM

⁹ Oticon

¹⁰ URS

¹¹ NCR

¹² Yahoo

¹³ Nicholas J. Carr