

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

دانشکده مدیریت و حسابداری

عنوان پایان نامه :

شناسایی عوامل کلیدی موثر بر استراتژی بقاء و ماندگاری سازمانها در شرایط رقابتی
کنونی با استفاده از مدل BSC (مطالعه موردی شرکتهای سازنده قطعات و مجموعه های
منفصله خودرو)

نگارش :

فاطمه فرخی

استاد راهنما :

دکتر محمد حکاک

استاد مشاور :

دکتر محمد مهدی پرهیزگار

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته : مدیریت MBA

اسفند 1389

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت MBA

تحت عنوان:

"شناسایی عوامل کلیدی موثر بر استراتژی بقاء و ماندگاری سازمانها در شرایط رقابتی کنونی با استفاده از مدل BSC (مطالعه موردی شرکتهای سازنده قطعات ومجموعه منفصله خودرو)"

ساعت: ۱۲-۱۳

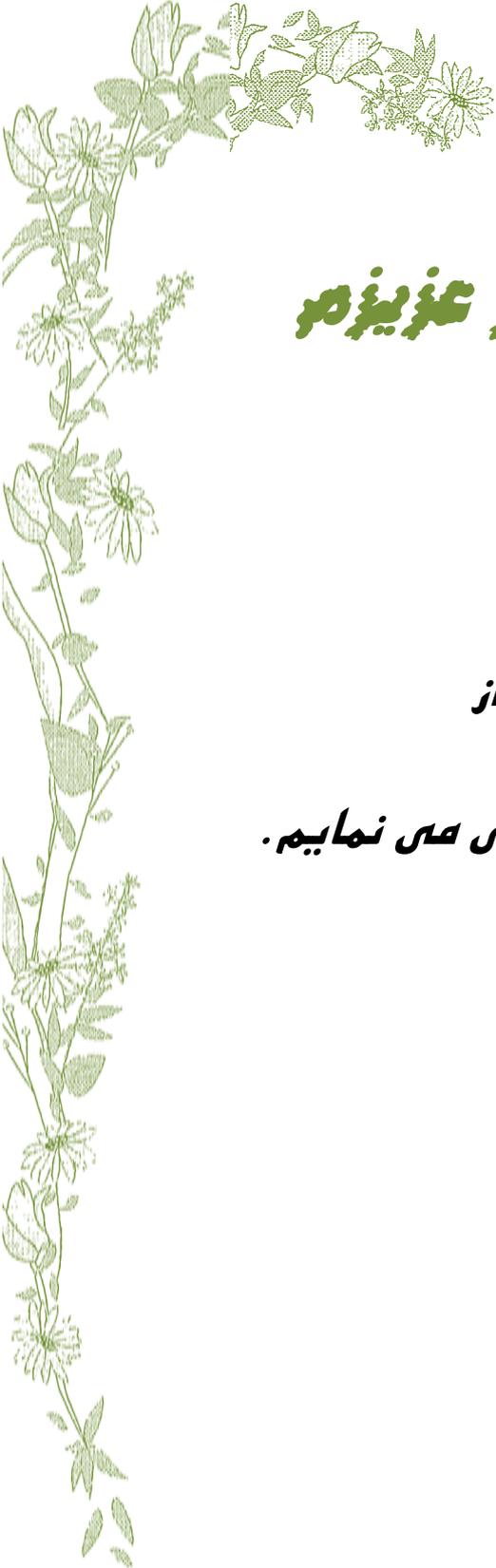
تاریخ دفاع: ۸۹/۱۲/۱۷

درجه ارزشیابی: نوزده و نیم
عالی

نمره: ۱۹٫۵

هیات داوران:

امضاء	مرتبه علمی	نام و نام خانوادگی	اساتید
	استادیار	دکتر محمد حكاك	استاد راهنما
	استادیار	دکتر محمد مهدي پرهيزگار	استاد مشاور
		دکتر علي كبر جوکار	استاد داور



تقدیم به دو شمع **فروزان** زندگی ام:

پیتل و ساجد عزیزان

آنانکه بیشتر از جانم دوستشان دارم .

بر دستهایشان بوسه می زنم و برایشان از

درگاه خداوند آرزوی سلامتی و سربلندی می نمایم .

تشکر و قدردانی

برخود لازم می دانم از استاد فرزانه جناب آقای دکتر محمد حاک که با صبر و حوصله فراوان از آغاز تا پایان این تحقیق راهنمای من بوده اند و درس هایی که از ایشان آموخته ام فراتر از این پایان نامه می باشد، تشکر و قدردانی نمایم. احساس مسئولیت، تواضع و برخورد فروتنانه و دوستانه ایشان با دانشجویان بسیار ارزشمند است. همچنین از جناب آقای دکتر پرهیزگار که افتخار مشاوره ایشان را در این تحقیق داشته ام تشکر می نمایم. علاوه براین از جناب آقای مهندس ابراهیم قارلقی و جناب آقای مهندس حجت موسی پور که در طول این تحقیق راهنمایی های ارزنده ای را به اینجانب ارائه نمودند، سپاسگذاری می نمایم. همچنین از خواهرزاده های عزیزم امید و محمد زرکوب که زحمات فراوانی در خصوص تایپ و ویرایش این تحقیق متحمل شدند، نیز تشکر می نمایم. در پایان از کلیه دوستان و همکاران در صنعت قطعه سازی خودرو، علی الخصوص بخش برنامه ریزی، ارتباطات و دبیرخانه شرکت سازه گستر سایپا که نقش فراوانی را در پدید آمدن این اثر داشته و با سعه صدر اطلاعات لازم را در اختیار اینجانب قرار داده و برای برقراری ارتباطات موثر با خانواده بزرگ سایپا زحمات فراوانی را متحمل شده اند، کمال تشکر و قدردانی را دارم و برای همه این بزرگواران آرزوی موفقیت و شادکامی را دارم.

چکیده

بسیاری از شرکت های تجاری هنوز در نخستین مرحله سیر تکاملی می باشند و تنها از درصد ناچیزی از توان بالقوه خود استفاده می کنند که با شکست های مرگبار روبه رو می شوند. تعداد اندکی از شرکت ها می توانند عمری دراز مدت داشته و کماکان پررونق باقی بمانند. مدارک و شواهد بسیاری نشان می دهد که علت مرگ شرکت ها تاکید بیش از حد زبان و نگرش مدیریت بر روی مفاهیم اقتصادی است. به بیان دیگر بدان سبب شرکت ها می میرند که نگرش رهبران آنها برای تعالی سازمان عمدتاً در وجه مالی متمرکز است و صرفاً سود بیشتر را دلیل عملکرد خوب سازمان و سلامت آن تلقی می کنند که در نتیجه از ماهیت طبیعی سازمان (که مجموعه ای زنده و متشکل از انسانهاست) غافل می مانند. این پژوهش با طرح سایر وجوه که در زمره شاخصهای تاخیری تعالی سازمانها هستند، رهبران سازمان را به جای تک بعدی بودن به چند بعدی اندیشیدن هدایت می کند و با استفاده از نظریه های مدیریت تحول سازمانی و همچنین با الهام از مدل کارت امتیازی متوازن به ارائه طرح مفهومی ای جهت شناسایی عوامل کلیدی موثر در بقاء سازمانها در شرایط رقابتی کنونی می پردازد. جامعه آماری تحقیق شرکتهای سازنده قطعات و مجموعه های منفصله خودرو استان تهران که با شرکت سازه گستر سایپا همکاری دارند، می باشد. فرضیه اصلی تحقیق اثبات می کند که رابطه معناداری بین منابع (مشهود ، نامشهود)، فرایندها (داخلی، خارجی) و ساختار یک سازمان و بقاء آن وجود دارد. در بخش میدانی این تحقیق از پرسشنامه و مصاحبه باز استفاده شده است. همچنین به منظور آزمون فرضیات از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون) استفاده گردید.

واژه های کلیدی : سازمان ، بقاء ، کارت امتیازی متوازن ، سازندگان قطعات خودرو

شماره صفحه	عنوان مطالب
1	مقدمه
3	فصل اول : کلیات تحقیق
4	1- کلیات تحقیق
4	1-1- مقدمه
4	1-2- تعریف مساله و بیان سوالهای اصلی تحقیق
6	1-3- سابقه و ضرورت انجام تحقیق
7	1-4- فرضیه تحقیق
8	1-5- اهداف تحقیق
8	1-6- قلمرو تحقیق
9	1-7- واژه ها و اصطلاحات به کار رفته در تحقیق
10	1-8- محدودیت های تحقیق
11	1-9- تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق
12	1-10- مراحل انجام تحقیق
13	فصل دوم : مروری بر ادبیات تحقیق
14	2- پیشینه و ادبیات تحقیق
14	2-1- مقدمه
15	2-2- بخش اول: مروری بر ادبیات پژوهش
15	2-2-1- استراتژی و محیط کسب و کار
16	2-2-2- تجزیه و تحلیل محیط داخلی و خارجی سازمان
17	2-2-2-1- مدل نیروهای رقابتی مایکل پورتر
19	2-2-2-2- واکنش های سازمان در پاسخ به فشارهای خارجی
21	2-2-2-3- رویکرد وظیفه ای برای بررسی عوامل داخلی
21	2-2-2-4- مدل زنجیره ارزش پورتر

فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان مطالب
23	2-2-2-5- زنجیره تامین
24	2-2-3- مفهوم مدیریت استراتژیک
25	2-2-3-1- چارچوب مدیریت استراتژیک
26	2-2-3-2- استراتژی های رقابتی ژنریک پورتر
28	2-2-4- عوامل کلیدی موفقیت
30	2-2-4-1- دیدگاه های موجود در خصوص عوامل کلیدی موفقیت
31	2-2-4-2- منشاء و منابع اصلی عوامل کلیدی موفقیت
33	2-2-5- ارزیابی متوازن
34	2-2-5-1- معرفی ابعاد کارت امتیازی متوازن
36	2-2-5-2- گزینش سنجه های استراتژیک برای چهار منظر
37	2-2-5-2-1- سنجه های استراتژیک منظر مالی
39	2-2-5-2-2- سنجه های استراتژیک منظر مشتری
41	2-2-5-2-3- سنجه های استراتژیک منظر فرایندهای داخلی
44	2-2-5-2-4- سنجه های استراتژیک منظر رشد و یادگیری
45	2-2-6- ساختار سازمانی و ابعاد آن
46	2-2-6-1- ابعاد ساختار سازمانی
49	2-2-6-2- ارتباط تمرکز، پیچیدگی و رسمیت
49	2-2-6-3- ساختار مناسب سازمان های دانش محور
54	2-3- بخش دوم: یافته های محققین پیشین در ارتباط با موضوع تحقیق
67	2-4- بخش سوم: معرفی صنعت قطعه سازی خودرو
67	2-4-1- صنعت تامین قطعات خودرو
68	2-4-2- طبقه بندی تولید کنندگان قطعات خودرو

فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان مطالب
68	2-4-3- صادرات قطعات خودرو ایران
69	2-4-4- تهدیدها، فرصتها، نقاط قوت و ضعف موجود در صنعت قطعه سازی ایران
72	2-4-5- تحلیل وضعیت صنعت خودرو در منطقه خاورمیانه
72	2-4-6- تحلیل بازارهای صنعت خودرو در منطقه
76	فصل سوم : روش شناسی تحقیق
77	3- روش شناسی تحقیق
77	3-1- مقدمه
77	3-2- متدولوژی تحقیق
77	3-3- روش و ابزار گردآوری اطلاعات
79	3-4- جامعه آماری و تعداد نمونه ها
79	3-5- روش نمونه گیری
79	3-6- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
81	3-7- پایایی (اعتبار) پرسشنامه
81	3-8- روایی (قابلیت اطمینان) پرسشنامه
83	فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها
84	4- تجزیه و تحلیل داده ها
84	4-1- مقدمه
84	4-2- تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی
84	4-2-1- سطح تحصیلات
85	4-2-2- سابقه کار در صنعت
86	4-2-3- مدت زمان فعالیت شرکت
88	4-2-4- تعداد پرسنل شرکت

شماره صفحه	عنوان مطالب
89	4-3- تحلیل تاثیرمتغیرهای جمعیت شناختی بر متغیرهای تحقیق
89	4-3-1- بررسی تاثیر تحصیلات بر متغیرهای تحقیق
90	4-3-2- بررسی تاثیر سابقه کار در صنعت بر متغیرهای تحقیق
91	4-3-3- بررسی تاثیر مدت زمان فعالیت شرکت بر متغیرهای تحقیق
92	4-3-4- بررسی تاثیر تعداد پرسنل بر متغیرهای تحقیق
93	4-4- میانگین و انحراف متغیرهای تحقیق
94	4-5- آزمون همبستگی میان متغیرهای تحقیق
95	4-6- آزمون فرضیات تحقیق از طریق تحلیل رگرسیون
101	4-7- نتیجه نهایی آزمون فرضیات
102	فصل پنجم : تحلیل یافته ها و نتیجه گیری
103	5- تحلیل یافته ها و نتیجه گیری
103	5-1- مقدمه
103	5-2- خلاصه تحقیق
104	5-3- تحلیل یافته ها
112	5-4- نتیجه گیری و جمع بندی
114	5-5- دیگر یافته های مفید تحقیق
115	5-6- پیشنهاداتی برای مطالعات آتی
116	منابع و ماخذ
121	پیوست ها

فهرست جداول

شماره صفحه

عنوان مطالب

11	1-1- جدول گزاره های تحقیق
17	1-2- جدول مقایسه خصوصیات محیط کسب و کار در دو دوران ساده و پیچیده
68	2-2- جدول میزان واردات و صادرات قطعات خودرو طی سنوات
78	1-3- جدول ارتباط فرضیات، متغیرها و شاخص های مورد بررسی در تحقیق
81	2-3- جدول تعیین سوالات، فرضیه و پایایی داده های تحقیق
84	1-4- جدول سطح تحصیلات پاسخگویان
86	2-4- جدول سابقه کار پاسخگویان
87	3-4- جدول مدت زمان فعالیت شرکت
88	4-4- جدول تعداد پرسنل شرکت
90	5-4- جدول آزمون تحلیل واریانس تأثیر تحصیلات بر متغیرهای تحقیق
91	6-4- جدول آزمون تحلیل واریانس تأثیر سابقه کار بر متغیرهای تحقیق
92	7-4- جدول آزمون تحلیل واریانس تأثیر مدت زمان فعالیت شرکت بر متغیرهای تحقیق
93	8-4- جدول آزمون تحلیل واریانس تأثیر تعداد پرسنل بر متغیرهای تحقیق
93	9-4- جدول میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق
93	10-4- جدول آزمون همبستگی پیرسون میان متغیرهای تحقیق
95	11-4- جدول Model Summary فرضیه اول
95	12-4- جدول تحلیل ANOVA فرضیه اول
96	13-4- جدول تحلیل رگرسیون فرضیه اول
96	14-4- جدول Model Summary فرضیه دوم
97	15-4- جدول تحلیل ANOVA فرضیه دوم
97	16-4- جدول تحلیل رگرسیون فرضیه دوم
98	17-4- جدول Model Summary فرضیه سوم
98	18-4- جدول تحلیل ANOVA فرضیه سوم

فهرست جداول

شماره صفحه	عنوان مطالب
98	4-19- جدول تحلیل رگرسیون فرضیه سوم
99	4-20- جدول Model Summary فرضیه چهارم
99	4-21- جدول تحلیل ANOVA فرضیه چهارم
99	4-22- جدول تحلیل رگرسیون فرضیه چهارم
100	4-23- جدول Model Summary فرضیه پنجم
100	4-24- جدول تحلیل ANOVA فرضیه پنجم
100	4-25- جدول تحلیل رگرسیون فرضیه پنجم
101	4-26- نتیجه کلی آزمون فرضیات تحقیق از دو همبستگی و رگرسیون

فهرست شکل ها

شماره صفحه	عنوان مطالب
12	شکل 1-1 - مراحل انجام تحقیق
16	شکل 1-2 - پیش رانه های تحولات محیطی
21	شکل 2-2 - مدل زنجیره ارزش پورتر
24	شکل 2-3 - الگوی مدیریت استراتژیک
26	شکل 2-4 - چارچوب مدیریت استراتژیک
28	شکل 2-5 - استراتژی های رقابتی پورتر
30	شکل 2-6 - ایجاد ارزش افزوده بازار بواسطه مزیت رقابتی
34	شکل 2-7 - مناظر کارت امتیازی متوازن
37	شکل 2-8 - رابطه علت و معلولی در چهار منظر ارزیابی متوازن
43	شکل 2-9 - نقشه استراتژی فرایندهای مدیریت عملیاتی
62	شکل 2-10 - عوامل موثر بر مزیت رقابتی در صنعت
63	شکل 2-11 - عوامل موثر بر موفقیت سازمان ها
64	شکل 2-12 - نوآوری فناوری نتیجه یک اثر متقابل قوی با مرکز تحقیق و توسعه
65	شکل 2-13 - نقش تحقیق و توسعه در یک بنگاه
66	شکل 2-14 - طرح مفهومی تحقیق
67	شکل 2-15 - شاخص های مرتبط با عناصر سه گانه بقاء سازمان

فهرست نمودارها

شماره صفحه	عنوان مطالب
85	4-1- نمودار سطح تحصیلات پاسخگویان
86	4-2- نمودار سابقه کار پاسخگویان
87	4-3- نمودار مدت زمان فعالیت شرکت
88	4-4- نمودار تعداد پرسنل شرکت

مقدمه

در سده گذشته، از زمان پیدایش مدیریت علمی تا حدود دهه شصت، نگاه مدیریت، درون سازمانی بود. صاحب نظران مدیریت با نگاهی درون نگر، غرق نظریه پردازی ها و ارائه تکنیک های پیچیده و گوناگون برای بهبود مدیریت منابع مالی، انسانی و تکنولوژیک سازمان بودند. این نگرش درون نگر، سایر عوامل محیطی نظیر رقبا، تحولات تکنولوژیک میان صنعتی و فراگیر، تحولات اجتماعی و اقتصادی جهانی و در کل آنچه در ادبیات مدیریت، تحت عنوان فرصت ها و تهدیدات محیطی مطرح می گردد را نیز نادیده گرفته بود. مدیران در لاک سازمان خود فرو رفته و در لابه لای ارقام و اعداد بدست آمده از پیشرفته ترین تکنیک های مدیریتی، "سود و زیان" سازمان خود را چرتکه می انداختند. مدیریت برون نگر امروز، مدیریت عالی را از میان اعداد و ارقام درون سازمانی بیرون کشیده و روانه بازار نموده، چرا که دیگر دغدغه او "بودن یا نبودن" در بازار رقابتی و جهانی است. در شرایطی که هر روز شرکت های بی شماری با اعلام ورشکستگی از صحنه طبیعی رقابت خارج می شوند و وجود نامهای پرآوازه در فهرست شرکتهای ورشکسته، جدی و خشن بودن شرایط مرگبار بازارهای رقابتی امروزی را نمایان می سازد.

امروزه بقاء در چنین شرایطی یکی از نگرانی های مهم هر بنگاه اقتصادی است. حفظ بقاء راز هستی است. ماندگاری فلسفه بسیاری از تلاش های روزانه ما را شکل می دهد. می سازیم تا بمانیم. موفقیت به ندرت برای همیشه تداوم می یابد، اگر قرار است که صنایع تولیدی کشور بتوانند با محصولات خارجی رقابت نموده، از مرزهای داخلی گذشته و در بازار منطقه ای یا جهانی بقاء خود را حفظ نمایند، باید شناخت کاملی نسبت به محیط کسب و کار خود و گلوگاه های آن داشته و همچنین به شناسایی آن دسته از عواملی که اثر گذار بر بقاء آنهاست، پردازند.

امروز محیط کسب و کار با آینده ای از شناخت و ابهام مواجه است و مدیران در این محیط با طیفی از توانمندیهای ادراکی و بصیرت از یکدیگر متمایز می شوند.

در این پژوهش با استفاده از نظریه های مدیریت تحول سازمانی و همچنین با بکارگیری مدل کارت امتیازی متوازن به شناسایی آن دسته از عواملی که می توانند در محیط ناپایدار کنونی حفظ، بقاء و ماندگاری سازمانها را تضمین نمایند، پرداخته می گردد. براین اساس با توجه و به اینکه کشور ایران در صنعت ساخت قطعات خودرو جزء کشورهایی است که هزینه تولید پایینی داشته و پس از الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی شانس حضور بیشتر در عرصه های بین المللی را خواهد داشت و همچنین تجربیات محقق در این بخش از صنعت، این صنعت مورد مطالعه قرار گرفت. تا علاوه بر یاری رساندن به بقاء این آن، قدمی در جهت پیشبرد اهداف این بخش از صنعت خودرو ایران برداشته و دستاوردهای تحقیق راهنمایی برای این صنعت و

راهگشایی برای توسعه صادرات غیر نفتی و خلاصی از اقتصاد تک محصولی و تشویق صادرات غیر نفتی این مرز و بوم گردد. جامعه آماری تحقیق شرکت های سازنده قطعات و مجموعه های منفصله خودرو استان تهران که با شرکت سازه گستر سایپا همکاری داشته اند، می باشد. واحد آماری تحقیق نیز، مدیران ، متخصصان و کارشناسان ارشد با سابقه و فعال در صنعت قطعه سازی بوده که به نوعی در مورد وضعیت این صنعت اطلاعات مفیدی دارند. در نهایت با استفاده از تجربیات این گروه از خبرگان به معرفی عوامل کلیدی موثر بر بقا سازمان ها در شرایط رقابتی کنونی می پردازیم.

فصل اول

کلیات تحقیق

- مقدمه
- تعریف مساله و بیان سوالهای اصلی تحقیق
- سابقه و ضرورت انجام تحقیق
- فرضیه تحقیق
- اهداف تحقیق
- قلمروی تحقیق
- واژه ها و اصطلاحات به کار رفته در تحقیق
- محدودیت های تحقیق
- تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق
- مراحل انجام تحقیق

1. کلیات تحقیق

1-1 مقدمه

در این فصل جهت آشنایی با چارچوب تحقیق، کلیات تحقیق اعم از تعریف موضوع، ضرورت و اهمیت تحقیق، فرضیات تحقیق، اهداف تحقیق، قلمروی تحقیق، واژه ها و اصطلاحات بکار رفته در تحقیق، محدودیت های تحقیق و در نهایت تعریف عملیاتی متغیرها مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

2-1 تعریف مساله و بیان سوالهای اصلی تحقیق

در جهان ناپایدار کنونی که تحولات و تغییرات محیطی شتاب روز افزون داشته، شرکت ها و دولت هایی که با تغییر همسویی ندارند، به دلیل عدم سازگاری با این تغییرات در حال ورشکستگی هستند. امروزه سازمانها نه تنها برای کسب سرآمدی بلکه برای بقا نیز باید متناسب با تغییرات جهان تغییر نمایند. در این میان سازمان هایی که توان تغییر مناسب را نداشته باشند، نسبت به سایر مجموعه های مشابه خود ضعیف شده و از بین می روند.

امروزه ما در بازارهای عمده اعم از خودرو، الکترونیک و فولاد با شرایط اشباع مواجه هستیم. شرایط اشباع، قواعد معمول رقابت را بر هم می زند و دغدغه سود و زیان را به دغدغه بود و نبود تبدیل می نماید. در این شرایط هر روز شرکت های بی شماری با اعلام ورشکستگی از صحنه رقابت خارج می شوند. وجود نامهای پرآوازه ای همچون زیراکس¹، مارکونی²، پولاروید³ در فهرست شرکتهای ورشکسته جدی و خشن بودن قواعد شرایط اشباع را نمایان می سازد. (غفاریان، ص 37، 1386)

در این شرایط بسیاری از سازمان ها در پاسخ به تحولات محیطی، تغییراتی را ایجاد می نمایند که چندان ثمر بخش نبوده و حتی منجر به اضمحلال مجموعه می شود. بنابراین تشخیص تغییر و تحول مناسب و فعالیت در جهت آن نیز چالش بزرگی است که به سادگی قابل دسترسی نیست. با وجود مشکلات مذکور تغییر و تحول در جهت صحیح برای بقا و پیشرفت سازمانها ضروری است. تغییر مهم ترین خصیصه ای است که سازمان ها به عنوان ارکان اصلی اجتماع کنونی با آن روبرو هستند. از

¹. Xerox
². Marconi
³. Polariid

دیدگاه سازمانی تغییر به مفهوم دگرگونی و تحول در سازمان به منظور فراهم آوردن امکان استمرار فعالیت یا بقای آن با توجه به شرایط محیطی است (ایلی و علیمیرزایی، ص 15، 1382).

شرایطی که ویژگی اصلی یا اولیه آن، پیچیدگی، تنوع و تحول سریع است. در چنین شرایطی اگر ما نتوانیم خود را به گونه ای سازنده و متناسب با این تغییر همگام کنیم، قربانی آن خواهیم شد. اگر نتوانیم دنیای اطراف خود را شکل دهیم، شلاق طبیعت بر ما فرود خواهد آمد و نیروهای محیطی ما را در خود حل خواهند کرد. ما تنها از طریق اتخاذ موضعی فراکنشی در این باره خواهیم توانست نه تنها چرخه و آثار آن را پیش بینی و کنترل کنیم بلکه در خدمت خود قرار دهیم.

بر این اساس کسب و کارهایی که به شکلی فراکنشی توانایی شناسایی عوامل اثر گذار بر بقاء خود را داشته و در جهت پاسخگویی به آنها سریعتر از دیگران اقدام نمایند، موفق و پیشرونده اند. در دیدگاه کلان سازمان هایی که سه ویژگی انعطاف پذیری، انطباق پذیری و حساسیت واکنش پذیر نسبت به محیط خود را دارا می باشند، بقاء خود را تضمین می نمایند. بر این اساس آنچه در این میان اهمیت می یابد، شناسایی آن دسته از عواملی است که بقاء را در شرایط ناپایدار کنونی مهیا می سازد. شناسایی این عوامل کلیدی بقاء، در هر صنعت، قابلیت مهمی است که برای حضور و ماندگاری در کسب و کارها با شرایط کنونی بسیار حیاتی می باشد.

بر این اساس پژوهشی کاربردی که عوامل موثر بر بقاء سازمانها - به طور اخص شرکت های سازنده قطعات و مجموعه های خودرو- را مورد مطالعه قرار دهد، ضروری می نماید. با درک این عوامل می توان برنامه ریزی و راهبردهای لازم را جهت جلوگیری از اضمحلال و حذف کامل کسب و کارهای امروزی از عرصه رقابتی تبیین نمود. شرایط و عوامل متعددی با ماندگاری و حضور سازمان ها در عرصه های رقابتی رابطه دارند. علی رغم اینکه بررسی تک تک هر یک از عوامل مورد نظر در یک پژوهش امکان پذیر نیست، لذا پژوهشگر در این پژوهش تلاش می نماید که با استفاده از نظرات کارشناسان، مدیران و خبرگان فعال در این بخش از صنعت عوامل عمده موثر بر ماندگاری و بقاء سازمانها را در شرایط ناپایدار کنونی، مورد بررسی قرار داده و شناسایی نماید. بر این اساس سوال اصلی تحقیق، عبارت است از: عوامل کلیدی موثر بر استراتژی بقاء و ماندگاری شرکتهای سازنده قطعات و مجموعه های منفصله خودرو در شرایط رقابتی کنونی کدامند؟

3-1 سابقه و ضرورت انجام تحقیق

منشاء هر تحقیق می تواند طرح سوال یا مشکلی باشد که نتایج آن به رفع آن سوال یا مشکل کمک نماید. اریک کلمونز¹ طی مقاله ای که در نشریه دانشگاه هاروارد منتشر ساخته است، محیط کسب و کار قرن بیست و یکم را با ویژگی هایی نظیر: تغییرات ویران ساز، فرصت های زودگذر، عدم قطعیت و بی نظمی توصیف می کند (Clemons, 2002). در شرایط آشفتگی محیط سازمان، قواعد بازی دائم در حال تغییر است و برای یک سازمان هیچ مزیت پایداری به جز "قابلیت تطابق مستمر با محیط" وجود ندارد. تطابق با محیط به مفهوم تغییر مشخصه های سازمان، برای کارکرد بهره ور و مزیت بخش در یک شرایط محیطی به خصوص است (غفاریان، ص 37، 1386).

امروزه بقاء در چنین شرایطی یکی از نگرانی های مهم هر بنگاه اقتصادی است. بزرگترین و گریزناپذیرترین ضرورت تاریخی کنونی، ورود به بازارهای جهانی است و برای جهانی شدن باید از قیمت های قابل رقابت، کیفیت قابل رقابت و از همه مهمتر، بهره وری قابل رقابت با دنیا برخوردار بود. (حسنوی، ص 15، 1381).

آریه دوگاس² با مطالعه بر روی شرکتهای دیرپا و دیرزی که دارای عمر بلندی بوده اند، به شناسایی وجوه مشترک بین آنها پرداخته و علت موفقیت و بقاء و طول عمر آنها را در توجه به چهار عامل 1- حساسیت نسبت به محیط، که نشان دهنده توانایی شرکت در فراگیری و سازگاری با محیط است. 2- انسجام، یکپارچگی و حفظ هویت، این عامل جنبه ای از توانایی فکری شرکتی می باشد که می خواهد برای خود جامعه ای و شخصیتی ویژه بوجود آورد. 3- بردباری و تمرکززدایی، نشانه ای از آگاهی شرکت از محیط خود می باشد، توانایی شرکت به ایجاد رابطه ای سازنده با سایر نهادها در درون و خارج از خود. 4- تامین مالی به شیوه های محافظه کارانه، به عنوان رکنی که از ویژگی های بسیار مهم شرکت به حساب می آید، یعنی توانایی شرکت به ادامه رشد و پیمودن سیر تکاملی به شیوه ای موفقیت آمیز (پارسایان، ص 28، 1378). پیترز و واترمن³ در یک پژوهش گسترده، با مطالعه 43 شرکت بزرگ آمریکایی که در شش شاخص: رشد مرکب دارایی ها، رشد مرکب سهام، نسبت ارزش بازاری به ارزش دفتری، بازده سرمایه، بازده سهام و فروش از رقبا بالاتر بودند به 8 اصل اساسی موفقیت در این شرکتها رسیدند: تعصب به عمل، تماس نزدیک با مشتری، استقلال و تهور، بهره وری از کارکنان، توجه به ارزشها، پایبندی به کار اصلی، ساختارهای ساده و تمرکز و عدم

1. Eric Clemons

2. Arie Degeus

3. Peters and Waterman