

صلى الله عليه وسلم



دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده حسابداری و مدیریت

رساله برای دریافت درجه‌ی دکتری

در رشته‌ی مدیریت تولید و عملیات

با عنوان:

ارتباط پیکربندی‌های توأم استراتژی‌های تولید، تکنولوژی و کسب و کار با

عملکرد سازمان

نگارش:

سیدسروش قاضی‌نوری نائینی

استاد راهنما:

دکتر لعیا الفت

اساتید مشاور:

دکتر سیدمحمد اعرابی – دکتر مقصود امیری

اساتید داور:

دکتر علیرضا علی‌احمدی – دکتر جمشید صالحی صدقیانی

تیرماه ۱۳۹۰

بسمه تعالی

دانشگاه علامه طباطبائی
دانشکده حسابداری و مدیریت

شماره :
تاریخ :
پیوست :

صور تجلیسه دفاعیه رساله دکتری

با تأییدات خداوند متعال رساله آقای سید سروش قاضی نوری دانشجوی مقطع دکتری رشته تحصیلی مدیریت تولید و عملیات گرایش -- تحت عنوان :

«ارتباط بین پیکربندی های توام استراتژی های تولید تکنولوژی و کسب و کار با عملکرد سازمان»

که به راهنمایی خانم دکتر الفت تنظیم گردیده است در جلسه مورخه ۹۰/۴/۲۷ با حضور اعضای هیات داوران مطرح و

با نمره (۱۹) و درجه (عالی) نمره به حروف (نمره ۱۹) به تصویب رسید. اس

اعضاء هیات داوران :

امضاء	نام و نام خانوادگی	سمت
	خانم دکتر الفت	استاد راهنما
	آقای دکتر اعرابی	استاد مشاور ۱
	آقای دکتر امیری	استاد مشاور ۲
	آقای دکتر علی احمدی	استاد داور ۱
	آقای دکتر صدقیانی	استاد داور ۲
	آقای دکتر صوفی	نماینده تحصيلات تکمیلی دانشکده

۱۶۹۹ - ۱۴ : درجه قابل قبول

کثیر از ۱۴ مردود

۲۰ - ۱۹ : درجه عالی

۱۸۹۹ - ۱۴ : درجه بسیار خوب

۱۶۹۹ - ۱۵ : درجه خوب

تقدیم به

سلطان ملک هستی،

روشنی بخش جان و خرد آدمیان،

خاتم پیامبران،

حضرت محمد مصطفیٰ

(که درود خداوند بر او و خاندان پاکش باد)

چکیده

ارتباط و هماهنگی میان استراتژی‌های کارکردی و بین سطوح مختلف استراتژی درون بنگاه یکی از موضوعات مورد علاقه‌ی محققین در حوزه‌های مختلف مدیریت است و به طور خاص ارتباط میان استراتژی‌های کارکردی و استراتژی کسب و کار بسیار مورد توجه قرار دارد. در این میان، استراتژی تولید و استراتژی تکنولوژی دو مورد از مهمترین انواع استراتژی‌های کارکردی هستند که همپوشانی و ارتباط گسترده‌ای با یکدیگر دارند و دارای نقش کلیدی در شکل‌دهی به شایستگی‌های لازم برای رقابت به شمار می‌روند. اگرچه مطالعه‌ی این دو استراتژی و ارتباط و هماهنگی آنها با استراتژی استراتژی کسب و کار، از حوزه‌های جذاب برای محققین به شمار می‌رود، اما کمتر مطالعه‌ای همزمان این استراتژی‌ها، هماهنگی میان آنها و ارتباط میان این هماهنگی و عملکرد سازمان توجه نموده است. اما افزایش اهمیت توانمندی‌های تکنولوژیک در کسب قابلیت‌های رقابتی تولید در سال‌های اخیر از یک طرف و لزوم بهره‌گیری از توانمندی‌های تولید در کسب مزیت رقابتی از دانش تکنولوژیک در بسیاری از صنایع از سوی دیگر، توجه و دقت بیشتر به هماهنگی میان استراتژی‌های تولید و تکنولوژی را طلب می‌کند.

اما از آنجا که بررسی مسأله‌ی فوق، به دلیل تعدد متغیرها و پیچیدگی زیاد روابط میان آنها، با رویکردهای معمول تقلیل‌گرایانه و جزئی‌نگر ممکن نیست، ما در این تحقیق، از رویکرد پیکربندی استفاده نموده‌ایم. در این تحقیق، پس از مطالعه ۸۶ شرکت در صنایع الکترونیک ایران، پیکربندی‌های مختلفی که این شرکت‌ها از استراتژی‌های کسب و کار، تولید و تکنولوژی اتخاذ کرده‌اند را شناسایی نموده و خصوصیات هر دسته از شرکت‌ها و به طور مشخص عملکرد هر دسته را بررسی نموده‌ایم.

علاوه بر شناسایی این پیکربندی‌های استراتژیک و رفتار هر یک، در این تحقیق ارتباط سازگاری درونی استراتژی‌ها با عملکرد شرکت‌ها نشان داده شد. به علاوه نشان داده شد که استراتژی‌های تولید و تکنولوژی چگونه نقش پشتیبان یکدیگر را بازی نموده و به خلق مزیت رقابتی برای تحقق استراتژی کسب و کار کمک می‌کنند.

الْحَمْدُ لِلَّهِ

الَّذِي لَا يَبْلُغُ مِدْحَتَهُ الْقَائِلُونَ وَلَا يُحْصِي نِعْمَاءَهُ الْعَادُّونَ وَلَا يُؤَدِّي حَقَّهُ الْمُجْتَهِدُونَ
الَّذِي لَا يَذَرُكُهُ بَعْدَ الْهَمَمِ وَلَا يَنَالُهُ غَوْصُ الْفِطْنِ.

(نهج البلاغه، خطبه‌ی نخست)

پس از حمد و سپاس از حضرت حق، جل و علا، بر خود لازم می‌دانم که مراتب سپاس خود را از تمامی کسانی که در انجام این تحقیق و به پایان رساندن نگارش این رساله، من را یاری نمودند اعلام نمایم.

- از پدر و مادر گرامیم، اسوه‌های ایمان و صبر، که همواره مشوق و یاور من بودند، سپاس‌گزارم.
- از همسر عزیزم به خاطر محبت بی‌پایان و حمایت بی‌دریغش از آغاز تا انجام این کار، سپاس‌گزارم. همچنین از اینکه در این چند سال، قسمتی از زمانی را که باید در خدمت خانواده باشم صرف تحصیل و انجام این پژوهش نموده‌ام، از ایشان و فرزند عزیزم سجاد عذر می‌خواهم.
- از استاد گرانقدرم سرکار خانم دکتر الفت، که انجام این تحقیق بدون راهنمایی‌ها و حمایت‌های ایشان ممکن نمی‌شد، کمال تشکر را دارم. هرچند آنچه از دانش و اخلاق از ایشان آموختم را با هیچ کلامی نمی‌توانم سپاس گویم.
- از اساتید مشاورم آقایان دکتر اعرابی و دکتر امیری، که از ایشان نیز بسیار آموختم، همچنین از آقایان دکتر صدقیانی و دکتر علی‌احمدی اساتید داور این تحقیق، سپاس‌گزارم.
- از تمامی اساتیدم در دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی خصوصاً آقایان دکتر صوفی، دکتر طباطبائیان، دکتر رحمان‌سرشت و دکتر فیضی به خاطر آنچه به من آموختند و از کارکنان این دانشکده، کمال تشکر را دارم.
- از دوستان عزیزم در صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران که انجام مطالعات میدانی این پژوهش را ممکن نمودند، خصوصاً آقایان مهندس زرنوخی و مهندس غلاملو و همچنین سرکار خانم محمدی سپاس‌گزارم.

فهرست مطالب

صفحه

۱	فصل نخست: کلیات تحقیق
۲	۱- مقدمه
۲	۲- بیان مساله و ضرورت پرداختن به آن
۴	۳- سوالات و اهداف تحقیق
۴	۳-۱- سوالات تحقیق
۴	۳-۲- اهداف تحقیق
۵	۴- روش شناسی
۵	۴-۱- نوع و استراتژی تحقیق
۵	۴-۲- روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها
۵	۴-۳- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه
۶	۴-۴- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷	فصل دوم: مرور ادبیات
۸	۱- مقدمه
۹	۲- معرفی رویکرد پیکربندی
۱۲	۳- استراتژی تولید
۱۴	۳-۱- جایگاه استراتژی تولید در پژوهش‌های گذشته
۴۱	۳-۲- ابعاد اصلی و تصمیمات مرتبط با استراتژی تولید
۴۷	۴- استراتژی تکنولوژی
۴۸	۴-۱- مروری بر مطالعات گذشته پیرامون استراتژی تکنولوژی و ارتباط آن با استراتژی کسب و کار و عملکرد
۵۶	۴-۲- ابعاد اصلی و تصمیمات مرتبط با استراتژی تکنولوژی
۶۰	۴-۳- انواع استراتژی تکنولوژی
۶۳	۵- استراتژی کسب و کار
۶۵	۵-۱- پیکربندی‌های استراتژی کسب و کار
۶۹	۵-۲- ارتباط انواع استراتژی‌های کسب و کار با تصمیمات استراتژیک در حوزه‌های تولید و تکنولوژی
۷۲	۵-۳- ابعاد و متغیرهای اصلی استراتژی کسب و کار
۷۵	۶- پیکربندی‌های توأم
۷۸	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۷۹	۱- مقدمه
۷۹	۲- رویکرد تحقیق
۸۰	۳- نوع و استراتژی تحقیق
۸۰	۴- روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات

۸۱	۵- تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق
۸۲	۵-۱- سنجه‌های استراتژی تولید
۹۳	۵-۲- سنجه‌های استراتژی تکنولوژی
۹۹	۵-۳- سنجه‌های استراتژی کسب و کار
۱۰۱	۵-۴- سنجه‌های عملکرد سازمان
۱۰۴	۶- روایی و پایایی سنجه‌ها
۱۰۵	۷- جامعه‌ی آماری و نمونه‌گیری از آن
۱۰۶	۸- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۰۷	فصل چهارم: تحلیل داده‌ها
۱۰۸	۱- مقدمه
۱۰۹	۲- تحلیل توصیفی نمونه مورد بررسی
۱۱۴	۳- خوشه‌بندی شرکت‌های مورد مطالعه و شناسایی پیکربندی‌ها
۱۱۴	۳-۱- روایی و پایایی متغیرهای دسته‌بندی کننده
۱۱۸	۳-۲- انجام خوشه‌بندی
۱۴۰	۳-۳- تفسیر اولیه خوشه‌ها
۱۴۷	۴- ارتباط پیکربندهای شناسایی شده با عملکرد شرکت‌ها
۱۴۷	۴-۱- ارتباط پیکربندی‌های شناسایی شده با عملکرد کلی کسب و کار
۱۵۱	۴-۲- ارتباط پیکربندی‌های شناسایی شده با عملکرد عملیاتی در حوزه‌های تولید و تکنولوژی
۱۵۷	۵- بررسی بیشتر خوشه‌ها
۱۵۷	۵-۱- ارتباط پیکربندی‌ها با اقدامات و تصمیمات استراتژیک تولید و تکنولوژی
۱۶۶	۵-۲- ارتباط پیکربندی‌ها با اندازه، سن و نوع مالکیت شرکت‌ها
۱۶۸	۶- نام‌گذاری خوشه‌های شناسایی شده
۱۷۰	۷- جمع‌بندی فصل
۱۷۱	فصل پنجم: جمع‌بندی یافته‌ها و دستاوردها
۱۷۲	۱- مقدمه
۱۷۴	۲- جمع‌بندی یافته‌های این تحقیق
۱۸۱	۳- نتایج و دستاوردها
۱۸۷	۴- محدودیت‌های تحقیق حاضر
۱۸۷	۵- پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی
۱۸۸	مراجع
۱۹۹	پیوست

فهرست جدول‌ها

صفحه

۱۳	جدول ۱-۲- تعابیر گوناگون از استراتژی تولید
۳۴	جدول ۲-۲- خلاصه‌ی پژوهش‌های بررسی شده در حوزه استراتژی تولید
۴۲	جدول ۳-۲- ابعاد مختلف اولویت‌های رقابتی از نگاه نویسندگان مختلف
۴۵	جدول ۴-۲- دسته‌های تصمیم در استراتژی تولید
۵۳	جدول ۵-۲- خلاصه‌ای از تحقیقات انجام شده در زمینه‌ی استراتژی تکنولوژی
۷۱	جدول ۶-۲- ارتباط انواع استراتژی‌های کسب و کار با تصمیمات استراتژیک در حوزه‌های تولید و تکنولوژی
۷۳	جدول ۷-۲- متغیرهای نماینده‌ی ابعاد استراتژی کسب و کار، از نگاه نویسندگان مختلف
۷۴	جدول ۸-۲- متغیرهای نماینده‌ی ابعاد استراتژی کسب و کار بر اساس گونه‌شناسی مینتزبرگ (۱۹۸۸)
۸۳	جدول ۱-۳- سنجه‌های مورد استفاده برای اولویت‌های رقابتی در تحقیقات پیشین
۸۶	جدول ۲-۳- سنجه‌های منتخب برای بررسی اولویت‌های رقابتی
۸۷	جدول ۳-۳- تصمیمات استراتژیک ساختاری و زیر ساختاری
۹۲	جدول ۴-۳- سنجه‌های منتخب برای بررسی اقدامات و تکنولوژی‌ها در حوزه‌ی تولید
۹۴	جدول ۵-۳- سنجه‌های وضعیت رقابت تکنولوژیک
۹۵	جدول ۶-۳- سنجه‌های وسعت حوزه‌ی رقابت تکنولوژیک در نگاه محققان مختلف
۹۶	جدول ۷-۳- سنجه‌های منبع قابلیت تکنولوژیک در نگاه محققان مختلف
۹۷	جدول ۸-۳- سنجه‌های سطح سرمایه‌گذاری روی تحقیق و توسعه در نگاه محققان مختلف
۹۸	جدول ۹-۳- ابعاد و سنجه‌های منتخب برای استراتژی تکنولوژی
۱۰۰	جدول ۱۰-۳- ابعاد و سنجه‌های منتخب استراتژی کسب و کار
۱۰۱	جدول ۱۱-۳- شاخص مالی و رشد برای اندازه‌گیری عملکرد کسب و کار در بعضی از پژوهش‌های پیشین
۱۰۳	جدول ۱۲-۳- سنجه‌های منتخب برای بررسی عملکرد
۱۰۹	جدول ۱-۴- آمار توصیفی متغیر سن
۱۱۰	جدول ۲-۴- نوع مالکیت
۱۱۱	جدول ۳-۴- جدول آمار توصیفی اندازه
۱۱۱	جدول ۴-۴- تحلیل واریانس یک طرفه
۱۱۲	جدول ۵-۴- تست همگونی واریانس و آزمون پایدار برابری میانگین‌ها
۱۱۵	جدول ۶-۴- محاسبه‌ی آلفای کرونباخ و بارعاملی برای سنجه‌های استراتژی کسب و کار
۱۱۶	جدول ۷-۴- محاسبه‌ی آلفای کرونباخ و بارعاملی برای سنجه‌های استراتژی تولید
۱۱۷	جدول ۸-۴- محاسبه‌ی آلفای کرونباخ و بارعاملی برای سنجه‌های استراتژی تکنولوژی
۱۲۳	جدول ۹-۴- تعداد اعضای خوشه‌ها و فاصله بین مراکز خوشه‌ها
۱۲۴	جدول ۱۰-۴- عضویت در خوشه‌ها و میزان فاصله‌ی هر عضو با مرکز خوشه
۱۲۵	جدول ۱۱-۴- مراکز خوشه‌ها در هریک از متغیرهای دسته‌بندی کننده
۱۲۶	جدول ۱۲-۴- آزمون همگنی واریانس‌ها برای متغیرهای دسته‌بندی کننده
۱۲۷	جدول ۱۳-۴- تحلیل واریانس برای متغیرهای دسته‌بندی کننده
۱۲۸	جدول ۱۴-۴- آزمون برابری میانگین متغیر تمرکز در بین خوشه‌ها

۱۲۹	جدول ۴-۱۵- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر قیمت
۱۲۹	جدول ۴-۱۶- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر تمایز در نوآوری
۱۳۰	جدول ۴-۱۷- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر تمایز در کیفیت
۱۳۱	جدول ۴-۱۸- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر تمایز در بازاریابی
۱۳۲	جدول ۴-۱۹- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر تمایز در خدمات
۱۳۳	جدول ۴-۲۰- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر تمرکز
۱۳۴	جدول ۴-۲۱- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر کاهش هزینه
۱۳۵	جدول ۴-۲۲- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر کیفیت محصولات تولیدی
۱۳۵	جدول ۴-۲۳- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر قابلیت اطمینان تحویل
۱۳۶	جدول ۴-۲۴- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر قابلیت تحویل سریع
۱۳۷	جدول ۴-۲۵- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس میزان تاکید بر انعطاف‌پذیری
۱۳۷	جدول ۴-۲۶- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس وضعیت رقابت تکنولوژیک
۱۳۸	جدول ۴-۲۷- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس وسعت حوزه‌ی رقابت تکنولوژیک
۱۳۸	جدول ۴-۲۸- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس توجه به منابع درونی قابلیت تکنولوژیک
۱۳۹	جدول ۴-۲۹- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس استفاده از منابع بیرونی قابلیت تکنولوژیک
۱۳۹	جدول ۴-۳۰- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس سطح سرمایه‌گذاری روی تحقیق و توسعه
۱۴۸	جدول ۴-۳۱- میانگین مقادیر شاخص‌های مختلف عملکرد کسب و کار در هر خوشه و رتبه‌ی هر خوشه
۱۴۹	جدول ۴-۳۲- تست همگونی واریانس شاخص‌های عملکردی کسب و کار
۱۴۹	جدول ۴-۳۳- تحلیل واریانس شاخص‌های عملکرد کسب و کار
۱۵۰	جدول ۴-۳۴- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس نرخ بازگشت سرمایه نسبت به رقبا
۱۵۲	جدول ۴-۳۵- تحلیل واریانس برای شاخص قابلیت ارائه محصول با قیمت کمتر از رقبا
۱۵۲	جدول ۴-۳۶- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس شاخص عملکرد قیمت محصول
۱۵۳	جدول ۴-۳۷- عملکرد کیفیت شرکت‌ها در خوشه‌های مختلف
۱۵۴	جدول ۴-۳۸- آماره‌های توصیفی تعداد اختراعات ثبت شده توسط شرکت‌ها
۱۵۵	جدول ۴-۳۹- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس درصد محصولات جدید
۱۵۸	جدول ۴-۴۰- آزمون همگنی واریانس‌ها برای متغیرهای اقدامات و تصمیمات استراتژیک
۱۵۹	جدول ۴-۴۱- نتایج تحلیل واریانس برای متغیرهای اقدامات و تصمیمات استراتژیک
۱۶۰	جدول ۴-۴۲- آزمون پایدار برابری میانگین‌ها برای اقدامات و تصمیمات استراتژیک
۱۶۰	جدول ۴-۴۳- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس سرمایه‌گذاری روی کاهش موجودی
۱۶۱	جدول ۴-۴۴- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس سرمایه‌گذاری روی تکنیک‌های تولید ناب
۱۶۱	جدول ۴-۴۵- گروه‌بندی خوشه‌ها بر اساس سرمایه‌گذاری روی طراحی/مهندسی به کمک کامپیوتر
۱۶۳	جدول ۴-۴۶- نتایج آزمون بارتلت و KMO
۱۶۴	جدول ۴-۴۷- ماتریس مؤلفه‌های دوران یافته
۱۶۷	جدول ۴-۴۸- تحلیل واریانس اندازه و سن در بین خوشه‌های مورد بررسی

فهرست شکل‌ها و نمودارها

صفحه

۱۴	شکل ۱-۲- چارچوب کلی پژوهش‌ها در حوزه‌ی استراتژی تولید
۱۵	شکل ۲-۲- اثر مستقیم اولویت‌های رقابتی بر برنامه‌های اجرایی: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون در تحقیق فوق
۲۳	شکل ۳-۲- مدل تحقیق گاپتا و لونیال (۱۹۹۸)
۲۴	شکل ۴-۲- مدل مفهومی تحقیق وارد و دوری (۲۰۰۰)
۲۶	شکل ۵-۲- چارچوب مفهومی استراتژی‌های ژنریک تولید
۲۷	شکل ۶-۲- تطبیق ماتریس محصول- فرایند بر چارچوب استراتژی‌های ژنریک تولید
۲۸	شکل ۷-۲- گونه‌شناسی سوینی از استراتژی‌های ژنریک تولید
۲۸	شکل ۸-۲- استراتژی‌های ژنریک و عملکرد تولید
۳۳	شکل ۹-۲- تشریح ساختمان استراتژی تولید و جایگاه پیکربندی‌های آن
۶۷	شکل ۱۰-۲- استراتژی‌های ژنریک پورتر
۶۸	شکل ۱۱-۲- چهار پیکربندی موفق از استراتژی‌های سطح کسب و کار
۷۷	شکل ۱۲-۲- جایگاه تحقیق حاضر در میان پژوهش‌های پیکربندی در زمینه‌های مرتبط
۱۱۰	نمودار ۱-۴- توزیع سنی شرکت‌های مورد بررسی
۱۲۰	نمودار ۲-۴- نمودار دندوگرام با استفاده از روش وارد
۱۲۱	نمودار ۳-۴- خطوط راهنما برای انتخاب تعداد خوشه‌ها به کمک نمودار دندوگرام
۱۳۱	نمودار ۴-۴- تفاوت میانگین تاکید شرکت‌های خوشه‌های مختلف بر تمایز در بازاریابی
۱۳۲	نمودار ۵-۴- تفاوت میانگین تاکید شرکت‌های خوشه‌های مختلف بر تمایز در خدمات
۱۳۴	نمودار ۶-۴- تفاوت میانگین تاکید شرکت‌های خوشه‌های مختلف بر تمرکز
۱۴۱	شکل ۷-۴- پیکربندی استراتژی‌ها در خوشه‌ی اول
۱۴۳	شکل ۸-۴- پیکربندی استراتژی‌ها در خوشه‌ی دوم
۱۴۴	شکل ۹-۴- پیکربندی استراتژی‌ها در خوشه‌ی سوم
۱۴۶	شکل ۱۰-۴- پیکربندی استراتژی‌ها در خوشه‌ی چهارم
۱۶۲	نمودار ۱۱-۴- مقایسه میانگین استفاده MRP و MRPII در خوشه‌های مختلف
۱۷۵	شکل ۱-۵- پیکربندی استراتژیک و عملکرد تولید کنندگان ناب
۱۷۷	شکل ۲-۵- پیکربندی استراتژیک و عملکرد بی‌تمرکزها
۱۷۹	شکل ۳-۵- پیکربندی استراتژیک و عملکرد تکنولوژیست‌ها
۱۸۰	شکل ۴-۵- پیکربندی استراتژیک و عملکرد دنباله‌روها

فصل نخست

کلیات تحقیق

۱- مقدمه

به طور کلی درون هر بنگاه سه سطح از استراتژی قابل شناسایی است که تحت عنوان سطوح سلسله مراتبی استراتژی های سازمان شناخته می شوند: سطح اول، استراتژی بنگاه، که تمرکز آن بر بخش هایی از بازار یا کسب و کارهایی که بنگاه قصد رقابت در آنها را دارد، درجه ای اهمیت هر بخش و اولویت بخش های مختلف برای سرمایه گذاری و دیگر تصمیمات مربوط به تخصیص منابع است. سطح دوم، استراتژی کسب و کار که در بردارنده شناسایی بازارهایی که هر کسب و کار در آنها به رقابت می پردازد و ابعاد رقابت در هر یک از آنها است و بالاخره سطح سوم، استراتژی های کارکردی که به تصمیم گیری در مورد توسعه ای قابلیت های لازم در سطح کارکردهای مختلف واحد کسب و کار برای رقابت می پردازند. ارتباط و هماهنگی میان استراتژی های کارکردی و بین سطوح مختلف استراتژی درون بنگاه همواره یکی از موضوعات مورد علاقه ی محققین در حوزه های مختلف مدیریت بوده است و به طور خاص ارتباط میان استراتژی های کارکردی و استراتژی کسب و کار بسیار مورد توجه قرار داشته است زیرا استراتژی های کارکردی هم باید دارای هماهنگی درونی و هماهنگی با استراتژی سطح بالاتر بوده و هم فراهم آورنده مزیت رقابتی شرکت در آینده (بلند مدت) باشند.

استراتژی تولید و استراتژی تکنولوژی دو مورد از مهمترین انواع استراتژی های کارکردی هستند که همپوشانی و ارتباط گسترده ای با یکدیگر دارند و دارای نقش کلیدی در شکل دهی به شایستگی های لازم برای رقابت به شمار می روند. اگرچه مطالعه ای این دو استراتژی و ارتباط و هماهنگی آنها با استراتژی سطح بالاتر (یعنی استراتژی کسب و کار)، از حوزه های جذاب برای محققین در حوزه ی مدیریت تولید و عملیات به شمار می رود، اما کمتر مطالعه ای همزمان به هر دوی این استراتژی ها و هماهنگی میان آنها توجه نموده است. اما افزایش اهمیت توانمندی های تکنولوژیک در کسب قابلیت های رقابتی تولید در سال های اخیر از یک طرف و لزوم بهره گیری از توانمندی های تولید در کسب مزیت رقابتی از دانش تکنولوژیک در بسیاری از صنایع از سوی دیگر، توجه و دقت بیشتر به هماهنگی میان استراتژی های تولید و تکنولوژی را طلب می کند. باید در نظر داشت که توجه به هماهنگی میان دو استراتژی مذکور و تحلیل ارتباط میان آنها، هنگامی می تواند راه گشا باشد که همزمان هماهنگی میان این دو استراتژی و استراتژی کسب و کار نیز مد نظر قرار گیرد.

۲- بیان مساله و ضرورت پرداختن به آن

با توجه به مقدمه ای که در بالا گفته شد، ما در این تحقیق به دنبال شناسایی انواع استراتژی هایی که بنگاه ها در زمینه ی تولید و تکنولوژی انتخاب می کنند و همچنین هماهنگی میان این استراتژی ها و استراتژی کسب و کار و در نهایت نقش این هماهنگی در عملکرد آنها هستیم. برای بررسی دقیق تر این موضوع لازم است ترکیبات مختلفی از استراتژی های تولید،

تکنولوژی و استراتژی کسب و کار را که شرکت‌ها اتخاذ می‌کنند، شناسایی نمود تا بتوان بر اساس آن به تحلیل دقیق‌تر تصمیمات و اقدامات بنگاه‌ها در حوزه‌های تولید و تکنولوژی پرداخته و تاثیر موارد فوق را بر عملکرد بنگاه‌ها تحلیل نمود. اما همان‌طور که دیده می‌شود که پاسخگویی به مساله‌ی فوق به دلیل تعدد متغیرها و پیچیدگی زیاد روابط میان آن‌ها، با رویکردهای معمول تقلیل‌گرایانه و جزئی‌نگر ممکن نیست. راه‌حل پیشنهادی این تحقیق، استفاده از رویکرد پیکربندی و شناسایی پیکربندی‌های ممکن از استراتژی‌های تولید، تکنولوژی و کسب و کار و شناسایی گروه‌های مشابه شرکت‌ها بر این اساس و بررسی عملکرد دسته‌های مختلف شرکت‌ها برای شناسایی پیکربندی‌های مناسب‌تر و موفق‌تر از متغیرهای فوق است.

در رویکرد پیکربندی، سازمان‌ها بر اساس تعداد زیادی از ابعاد و مشخصاتشان گروه‌بندی می‌شوند. در حوزه‌ی مطالعات استراتژیک، توسعه پیکربندی‌ها، یکی از پایه‌های تحقیقات و یکی از مورد توجه‌ترین شاخه‌ها است. خصوصا هنگامی که هدف از تحقیق شناسایی الگوهای غالب سازمان‌ها باشد و یا هنگامی که به علت پیچیدگی متغیرها، مدلسازی و درک ارتباط میان متغیرهای مجزا با روش‌های سنتی آسان نباشد، این گونه از پژوهش‌ها یکی از اجزاء اصلی تئوری پردازی به شمار می‌روند.

اکنون با این مقدمات بهتر می‌توان مساله‌ی مورد توجه در تحقیق حاضر را تبیین نمود. مساله‌ی اصلی این تحقیق این است که چه الگوهای پیکربندی استراتژی تولید، استراتژی تکنولوژی و استراتژی کسب و کار در سازمان‌ها (البته در جامعه آماری مورد نظر) وجود دارد؟ پس از پاسخ‌گویی به این سوال می‌توان تاثیر هر یک از این پیکربندی‌ها بر عملکرد بنگاه‌ها را سنجید و الگوی تصمیمات و اقدامات در هر دسته از این شرکت‌ها در حوزه‌های تولید و تکنولوژی را تحلیل نمود. علاوه بر این که پاسخگویی به این سوالات به طور ضمنی به این سوالات که بین چه استراتژی‌های تولید و کدام استراتژی‌های تکنولوژی هماهنگی وجود دارد و بین هر کدام از این استراتژی‌ها با کدام استراتژی کسب و کار هماهنگی وجود دارد (و در نتیجه سازمان عملکرد بهتری خواهد داشت)، پاسخ داده‌ایم.

توجه به مساله‌ی فوق و پژوهش پیرامون آن، دارای جذابیت نظری و عملی قابل توجهی است. تحقیق حاضر از لحاظ توجه همزمان به استراتژی‌های تولید، تکنولوژی و کسب و کار در توضیح عملکرد سازمان با استفاده از چارچوبی کل‌نگر، کاملا جدید به نظر می‌رسد. علاوه بر نوآوری و اهمیت علمی این تحقیق در استفاده از چارچوبی کل‌نگر برای مطالعه هماهنگی استراتژی‌های کارکردی (تولید و تکنولوژی) و استراتژی سطح کسب و کار، این تحقیق از آن جهت حائز اهمیت است که انجام آن به درک بهتر رفتار شرکت‌های ایرانی خصوصا در حوزه‌های تولید و تکنولوژی و اتخاذ تصمیمات بهتر، کمک شایانی خواهد نمود.

۳- سوالات و اهداف تحقیق

۳-۱- سوالات تحقیق

با توجه به آنچه در طرح مساله گفته شد سوالات این تحقیق به شرح زیر است:

۱- چه پیکربندی‌های توأمی از استراتژی‌های تولید، تکنولوژی و کسب و کار در شرکت‌های منتخب وجود دارد؟

۲- آیا ارتباطی میان این پیکربندی‌ها و عملکرد سازمان‌ها وجود دارد؟

منظور از پیکربندی توأم در سوال نخست این است که همزمان از این سه گونه استراتژی برای ساخت پیکربندی‌ها استفاده خواهد شد (و نه اینکه بر اساس هر استراتژی و به طور مجزا پیکربندی‌ها ساخته شود). از آنجا که سوال نخست ماهیتی اکتشافی دارد، در این مرحله نمی‌توان برای آن اقدام به فرضیه‌سازی نمود.

پس از پاسخ‌گویی به سوال اول، می‌توان به سوال دوم تحقیق پرداخت و تاثیر هر یک از این پیکربندی‌ها بر عملکرد بنگاه‌ها را سنجید، یا به عبارت بهتر، فرضیه‌ی وجود تفاوت میان عملکرد این گونه‌های مختلف شرکت‌ها را بررسی نمود. همچنین در این مرحله می‌توان اقدامات مختلف در حوزه‌های تولید و تکنولوژی که هر دسته از این شرکت‌ها تاکید بیشتری بر آن دارند را مشخص نموده و یا به عبارت دیگر الگوی تصمیمات و اقدامات کلیدی در هر دسته از این شرکت‌ها در حوزه‌های تولید و تکنولوژی را شناسایی نمود.

۳-۲- اهداف تحقیق

- شناسایی پیکربندی‌های توأم استراتژی‌های تولید، تکنولوژی و کسب و کار در شرکت‌ها منتخب

- شناسایی تاثیر هر یک از پیکربندی‌های فوق بر عملکرد بنگاه‌ها

۴- روش شناسی

۴-۱- نوع و استراتژی تحقیق

این پژوهش از دو فاز تشکیل شده است که فاز اول به شناسایی الگوهای پیکربندی استراتژی تولید، استراتژی تکنولوژی و استراتژی کسب و کار در شرکتها می‌پردازد و فاز دوم این تحقیق به تحلیل هر یک از گونه‌های شناسایی شده به ویژه عملکرد هر کدام اختصاص دارد.

فاز نخست این تحقیق از نظر هدف، پژوهشی اکتشافی بوده و از نظر نتیجه در دسته تحقیقات پایه یا بنیادی قرار می‌گیرد. فاز دوم تحقیق از نظر هدف، پژوهشی توصیفی بوده و از نظر نتیجه، تحقیقی توسعه‌ای است. غالب داده‌های مورد استفاده در هر دو فاز تحقیق کمی است اما هر کجا لازم باشد از داده‌های کیفی هم استفاده می‌شود. این تحقیق از نظر استراتژی، پژوهشی پیمایشی است.

۴-۲- روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها

در این تحقیق چهار متغیر اصلی مورد بررسی قرار می‌گیرد: استراتژی تولید، استراتژی تکنولوژی و استراتژی کسب و کار (متغیرهای مستقل) و عملکرد سازمان (متغیر وابسته). برای اندازه‌گیری هر یک از متغیرهای مذکور باید ابعاد یا مولفه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گیرد. داده‌ها و اطلاعات لازم برای شناسایی تصمیمات و اقدامات کلیدی در حوزه‌های تولید و تکنولوژی با کمک مطالعات کتابخانه‌ای و مرور متون تخصصی گردآوری می‌شود. برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به استراتژی‌های تولید و تکنولوژی و استراتژی کسب و کار و همچنین اطلاعات مربوط به عملکرد شرکتها (اعم از عملکرد کلی بنگاه نظیر عملکرد مالی و عملکرد عملیاتی آن در حوزه‌های تولید و تکنولوژی)، از پیمایش استفاده می‌شود. ابزار مورد نظر برای انجام پیمایش، پرسشنامه است.

از آنجا که در بسیاری از موارد دسترسی به معیارهای عینی آسان نیست، در مواردی که استفاده از معیارهای عینی و مستقیم میسر نبوده از معیارهای ادراکی^۱ در این پیمایش استفاده می‌شود.

۴-۳- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

بر اساس دو شاخص ارتباط حوزه با سوال تحقیق و امکان دسترسی به اطلاعات، شرکت‌های فعال در صنایع الکترونیک (در تعریف عام آن مشتمل بر صنایع الکترونیک و میکروالکترونیک، کامپیوتر، ابزار پزشکی و ابزار دقیق) به عنوان جامعه آماری

^۱ - perceptual measures

انتخاب شده‌اند. این صنایع تحت کدهای ۳۰، ۳۲ و ۳۳ در استاندارد بین‌المللی طبقه‌بندی صنایع^۱ (ISIC)، قرار می‌گیرند. لیست شرکت‌های فعال در این صنایع بر اساس تلفیقی از لیست این شرکت‌ها در وزارت صنایع و معادن و سایر لیست‌های در دسترس تهیه می‌شود. پرسشنامه‌ی تحقیق برای تمام شرکت‌های لیست، که اطلاعات تماس آنها در دسترس باشد ارسال خواهد شد.

۴-۴- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تحلیل اطلاعات در فاز نخست تحقیق و شناسایی الگوهای پیکربندی استراتژی‌های تولید و تکنولوژی و استراتژی‌های کسب و کار و دسته‌بندی شرکت‌ها بر این اساس، همانند پژوهش‌هایی نظیر میلر و رات (۱۹۹۴)، فرالیچ و دیکسون (۲۰۰۱) و ژائو و همکاران (۲۰۰۶) از تکنیک‌های آماری چندمتغیره مناسب (تحلیل خوشه‌ای^۲) استفاده می‌شود. در فاز دوم و جهت تحلیل دقیق‌تر رفتار خوشه‌ها خصوصاً بررسی عملکرد هر دسته و همچنین اقدامات آنها در حوزه‌های تولید و تکنولوژی از تحلیل آماری مناسب یعنی تحلیل واریانس^۳ (و در مواردی که استفاده از تحلیل واریانس به علت عدم همگنی واریانس‌ها در میان خوشه‌ها ممکن نباشد از آزمون‌های پایدار برابری میانگین نظیر آماره ولش^۴) استفاده می‌شود. همچنین جهت بررسی و تفسیر دقیق‌تر تفاوت میان رفتار و عملکرد گروه‌ها از روش‌های گروه‌بندی جامعه‌ها که به آزمون-های Post Hoc معروفند، استفاده می‌شود. از میان این روش‌ها، در اینجا ما برای متغیرهایی که واریانس برابر در خوشه-های مختلف دارند از روش دانکن^۵ استفاده می‌کنیم. در صورتی که این روش در جایی قدرت تشخیص لازم را نداشته باشد از روش LSD که یک روش قوی مقایسه انفرادی است برای گروه‌بندی استفاده می‌کنیم. در مواردی که فرض همگنی واریانس یک متغیر در خوشه‌های مختلف رد می‌شود برای این منظور از روش گیمز-هاول^۶ استفاده می‌کنیم، که واریانس جوامع را برابر فرض نمی‌کند.

¹ - International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), Rev.3

² - Cluster analysis

³ - ANOVA

⁴ - Welch

⁵ - Duncan

⁶ - Games-Howell

فصل دوم

مرور ادبیات

۱- مقدمه

در این فصل به بررسی سوابق پژوهشی مرتبط با تحقیق حاضر خواهیم پرداخت. سعی بر این بوده است که این فصل به گونه‌ای تنظیم شود که در پایان هم جایگاه این تحقیق نسبت به تحقیقات گذشته در حوزه‌های مرتبط به روشنی مشخص شده باشد و هم اطلاعات لازم برای ادامه‌ی تحقیق (نظیر ابعاد اصلی هریک از متغیرها)، از این ادبیات استخراج شده و به نحو مناسبی دسته‌بندی شود.

از آنجا که این تحقیق ریشه در چند حوزه‌ی پژوهشی مختلف دارد، پس از این مقدمه و معرفی مختصر رویکرد پیکربندی که چارچوب نظری برای پژوهش را شکل می‌دهد، از سه مسیر موازی به مطالعه‌ی ادبیات موجود خواهیم پرداخت و نخست استراتژی تولید، سپس استراتژی تکنولوژی و در نهایت استراتژی کسب و کار را مورد توجه قرار می‌دهیم. در مورد هریک از استراتژی‌های تولید و تکنولوژی، پس از معرفی مفهوم این موضوعات، جایگاه هر کدام را در تحقیقات پیشین بررسی خواهیم نمود، بدین معنی که تحقیقات مهمی که استراتژی‌های تولید و تکنولوژی یکی از متغیرهای کلیدی آن‌ها بوده، خصوصاً تحقیقاتی که اثر این متغیرها را بر عملکرد سنجیده‌اند، ارتباط هریک از این دو را با استراتژی کسب و کار مورد توجه قرار داده‌اند یا از رویکرد پیکربندی برای مطالعه‌ی خود استفاده کرده‌اند، بررسی خواهیم کرد. این مرورها به شکلی سازماندهی شده‌اند که در پایان هر زنجیره‌ی مشاهده شده در تحقیقات، جایگاه پژوهش حاضر مشخص باشد. سپس ابعاد اصلی هریک از این دو متغیر در نگاه محققین مختلف استخراج و جمع‌بندی شده است تا در طراحی ابزار تحقیق در فصل بعد، ابعاد هر متغیر روشن باشد. در مورد استراتژی کسب و کار نیز پس از معرفی این مفهوم و بررسی پیکربندی‌های مطرح توسعه داده شده در این حوزه، به دلیل گستردگی بسیار زیاد تحقیقات مرتبط، تنها تحقیقاتی را مرور نموده‌ایم که ارتباط انواع استراتژی‌های کسب و کار را با تصمیمات استراتژیک در حوزه‌های تولید و تکنولوژی بررسی نموده‌اند. همانند دو متغیر قبلی، ابعاد اصلی استراتژی کسب و کار نیز از ادبیات مرتبط، استخراج شده است.

پس از بررسی مجزای هر یک از سه متغیر مورد نظر در سه شاخه‌ی پژوهشی فوق، به تئوری پیکربندی بازگشته‌ایم، اما این- بار به معرفی مفهوم پیکربندی‌های توأم و تحقیقات مرتبطی که در این دسته قرار می‌گیرند پرداخته‌ایم، به نحوی که در پایان این فصل جایگاه این تحقیق در میان تحقیقات گذشته، اعم از آنهایی که از تئوری پیکربندی در مورد یکی از متغیرهای مورد توجه ما استفاده نموده‌اند یا تحقیقاتی که همزمان از چند متغیر در توسعه‌ی پیکربندی‌ها استفاده کرده‌اند، مشخص گردد.

۲- معرفی رویکرد پیکربندی

منظور از پیکربندی^۱ "هر گروه‌بندی چندبعدی، از مجموعه‌ای از مشخصات که به لحاظ مفهومی از هم مجزا بوده اما معمولاً در کنار هم دیده می‌شوند"، است. به زبان ساده‌تر، منظور از پیکربندی سازمانی، گروه‌بندی سازمان‌ها بر اساس تعداد زیادی از ابعاد و مشخصات آن‌ها است. [۱]

تئوری پیکربندی یک جهش بزرگ نسبت به مکتب اقتضایی به شمار می‌رود که نگاهی کل نگر به مسائل دارد. در حالیکه در جریان غالب اقتضایی، محققین به انتزاعی نمودن مجموعه‌ای محدود از متغیرهای ساختاری و اندازه‌گیری ارتباط آنها با مجموعه‌ای محدود از مفاهیم موقعیتی انتزاعی می‌پردازند، رویکرد پیکربندی با درآمیختن الگوهای مختلف از مفاهیم متفرق تئوری اقتضایی و جمع کردن آن‌ها در یک توصیف غنی و چند متغیره، به یکپارچه سازی و استحکام بخشی به یافته‌های تئوری اقتضایی کمک می‌کند. البته این دو تئوری تفاوت‌های زیادی با هم دارند^۲، به عنوان مثال در نگرش اقتضایی روابط معمولاً یکطرفه و خطی دیده می‌شود و در هر موقعیت یک حالت بیشترین اثربخشی را دارد ولی در تئوری پیکربندی روابط دو طرفه و غیرخطی دیده شده و به هم پایانی اعتقاد وجود دارد یعنی در هر موقعیت ممکن است چندین حالت اثربخش وجود داشته باشد. [۱]

علوم اجتماعی ریشه در فرض اساسی وجود نظم در زندگی اجتماعی، دارند. بنابراین کشف الگوها، گونه‌ها و دسته‌ها در تئوری‌ها و پژوهش‌های اجتماعی نقش بنیادی دارد. پیکربندی به افراد اجازه می‌دهد تا با مرتب کردن اشیاء (در اینجا سازمان‌ها) در گروه‌های نسبتاً همگن، درک بهتری از جهان خود پیدا کنند. به عبارت دیگر، از نگاه معرفت‌شناسانه، برای درک اشتراکات سازمان‌ها ابتدا باید دانشی پیرامون تفاوت‌ها به دست آورد تا بتوان بر اساس آن، سازمان‌ها را در دسته‌های همگن گروه‌بندی کرد^۳. [۱]

در زمینه استراتژی نیز، توسعه پیکربندی‌ها شامل گونه‌شناسی‌ها^۴ و دسته‌بندی‌ها^۵ (تکسونومی‌ها)، یکی از پایه‌های تحقیقات و یکی از مورد توجه‌ترین شاخه‌های آن است. خصوصاً هنگامی که هدف از تحقیق شناسایی الگوهای غالب سازمان‌ها باشد و یا هنگامی که به علت پیچیدگی متغیرها، مدلسازی و درک ارتباط میان متغیرهای مجزا با روش‌های سنتی آسان نباشد، این گونه از پژوهش‌ها یکی از اجزاء اصلی تئوری پردازی به شمار می‌روند. [۲،۳]

علاوه بر اهمیتی که این گونه از تحقیقات تاکنون در حوزه مدیریت استراتژیک داشته‌اند، محققان توسعه پیکربندی‌ها را یکی از زمینه‌های تحقیقاتی مهم در آینده این حوزه می‌دانند. [۴]

^۱ - configuration

^۲ - به طوری که تئوری اقتضایی را می‌توان با فیزیک نیوتونی و تئوری پیکربندی را با تئوری آشوب در فیزیک مقایسه نمود.

^۳ - آلبرت انیشتین می‌گوید: "هر چیز را باید تا حد امکان ساده نمود، اما نه ساده‌تر".

^۴ - typologies

^۵ - taxonomies