



دانشکده علوم اداری و اقتصادی

گروه: مدیریت

عنوان پایان نامه:

بررسی و تبیین مدل تعاملی رویکرد استراتژیک، فرهنگ سازمانی و محیط در سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط، مستقر در شهرک صنعتی

طوس

مؤلف:

مسعود علیزاده

ارائه شده جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین الملل

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر فریبرز رحیم نیا

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر حبیب اله دعایی

تابستان ۱۳۸۸

تشکر و قدردانی

تا به همراهِش ره رفته شود

رهبری بگزین که ره رفته بود

تا شود از وی تو را صد فتح باب

رهبری را دست گیر و رو متاب

با حمد و سپاس از خداوند سبحان که بینش کسب دانش اندوزی را در وجود من به ودیعه نهاد و من را در این مسیر یاری کرد.

و سپاس او را که توفیق اتمام این پژوهش را به بنده عنایت فرمود.

بر خود لازم می دانم که از تمامی افرادی که من را در طول مراحل تکمیل این مجموعه یاری نموده اند صمیمانه تشکر کنم.

از استاد ارجمندم، جناب آقای دکتر رحیم نیا که صادقانه و بدون محدودیت در صرف وقت گرنامه خود، راهنمایی این پایان نامه را برعهده گرفتند.

از استاد بزرگوaram جناب آقای دکتر دعایی که با صبر و حوصله، من را از رهنمودهای ارزشمند خویش بهره مند ساختند.

از جناب آقای دکتر توکلی و سرکار خانم دکتر کفاشپور که به عنوان اساتید داور نظرات ارزشمندی در پایان کار ارائه نمودند و به غنای علمی این پژوهش افزودند.

از کلیه کارمندان دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی به ویژه پرسنل کتابخانه، که بی هیچ دریغی مرا از لطفشان بهره مند ساختند.

همتم بدرقه راه کن ای طایر قدس

که دراز است ره مقصد و من نوسفرم

تقدیم به پدر بزرگوار و مادر مهربانم

که صبورانه در تمامی مراحل تحصیل در کنارم
بودند. موفقیتیم را مرهون تلاش و زحمات ایشان و
دعای خیرشان می دانم. تمام مشکلات تحصیل را با
جان دل خریدند و در عوض شوق و انگیزه را به من
ارزانی داشتند.

باشد که این قدردانی نمایانگر سپاس بی پایان من
نسبت به زحمات این بزرگواران باشد.

و تقدیم به خواهر و شوهر خواهر عزیزم

به پاس مهر بی کرانشان

چکیده

دنیای امروز ما جهانی دانش مدار، پیچیده، نامطمئن و به شدت رقابتی می باشد. هر یک از این ویژگی ها می توانند فرصت یا تهدیدی برای سازمان به شمار آیند. این موارد ایجاد می کنند که فرهنگ سازمانی و محیط به خوبی شناخته شوند تا سازمانها بتوانند با انتخاب استراتژی مناسب در دنیای رقابت باقی بمانند. در این تحقیق تحت عنوان: بررسی و تبیین مدل تعاملی رویکرد استراتژیک، فرهنگ سازمانی و محیط در سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط، مستقر در شهرک صنعتی طوس، تلاش گردیده است تا رابطه تعاملی بین استراتژی، فرهنگ سازمانی و محیط در سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور یک مدل مفهومی ارائه شده و چهار فرضیه تنظیم گردیده است. برای آزمون فرضیات سه پرسشنامه تحت عنوان پرسشنامه استراتژی های چهارگانه مایلز و اسنو، پرسشنامه فرهنگ سازمانی سازنده و تابع - تدافعی و پرسشنامه محیط پویا و پایدار تهیه شده است. کلیه سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی طوس جامعه آماری این تحقیق را شکل می دهند و واحد آماری، مدیران ارشد این سازمانها می باشند. از آزمون دوجمله ای و آزمون استقلال کای دو جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان دادند که فرضیات تحقیق اثبات شدند و مدل تحقیق نیز تایید شد. این نتایج مشخص کردند، بین نوع استراتژی، نوع فرهنگ سازمانی و نوع محیط رابطه معنی داری وجود دارد. بدین ترتیب در پایان، مدل تعاملی استراتژی، فرهنگ سازمانی و محیط ارائه شده است. اتخاذ استراتژی و کنترل استراتژیک در شرایط عدم اطمینان و تلاطم محیطی متفاوت از رویکردهای سنتی در شرایط مطمئن و با ثبات است. این تحقیق مبنایی جهت انتخاب استراتژی کلان سازمانها با توجه به محیط و فرهنگ سازمانی می باشد، لذا سازمانهای صنعتی کشور با توجه به محیط پیرامونی خود و فرهنگ سازمانی می توانند نسبت به اتخاذ استراتژی مناسب اقدام نمایند.

فهرست مطالب

عنوان..... صفحه

فصل اول- کلیات تحقیق..... ۱

۱- مقدمه ۲

۲- بیان مساله..... ۳

۳- ضرورت انجام تحقیق..... ۵

۴- فرضیات تحقیق..... ۷

۵- اهداف تحقیق..... ۷

۶- قلمرو تحقیق..... ۸

۷- تعریف واژه های تحقیق..... ۹

فصل دوم- مبانی نظری و پیشینه تحقیق..... ۱۲

بخش اول- استراتژی ۱۳

۱- مفهوم و تعریف استراتژی..... ۱۳

۲- دیدگاه های استراتژی ۱۸

۳- مدل های تدوین و انتخاب استراتژی..... ۱۹

۳-۱- مدل هفت S و فرهنگ سازمانی..... ۱۹

۳-۲- مدل رقابتی پورتر..... ۲۰

۳-۳- مدل گروه مشاوره بستن..... ۲۱

- ۲۱ ۴-۳- مدل جی ای - مک کینزی
- ۲۲ ۵-۳- مدل فیلیپس
- ۲۲ ۶-۳- مدل فریمن یا ذینفعان
- ۲۳ ۴- انواع استراتژی
- ۲۳ ۴-۱- استراتژی های کلان
- ۲۳ گونه شناسی اسنو و مایلز
- ۲۴ گونه شناسی مایکل پورتر
- ۲۴ گونه شناسی گلوک و جاچ
- ۲۵ ۴-۲- استراتژی های فرعی
- ۲۶ بخش دوم: فرهنگ سازمانی
- ۲۷ ۱- تعریف فرهنگ
- ۲۸ ۲- تعریف فرهنگ سازمانی
- ۳۰ ۳- نقشهای عملکردی فرهنگ سازمانی
- ۳۲ ۴- شیوه شکل گیری فرهنگ سازمانی
- ۳۳ ۵- انواع فرهنگ سازمانی
- ۳۳ ۵-۱- تقسیم بندی هاروی و براون
- ۳۴ ۵-۲- چارچوب ارزش های رقابتی
- ۳۵ ۵-۳- مطالعه دنیسون و میشر
- ۳۶ ۵-۴- مدل دنیسون
- ۳۸ ۵-۵- مطالعه گلوب
- ۳۹ ۵-۶- مطالعه هرسی، بلانچارد و جانسون
- ۴۰ ۵-۷- فرهنگ های سازنده، تابع - تدافعی و تهاجمی - تدافعی

| | |
|----|--|
| ۴۱ | بخش سوم: محیط سازمان |
| ۴۳ | ۱- تعریف محیط سازمانی |
| ۴۳ | ۱-۱- شبکه بین سازمانی |
| ۴۴ | ۲-۱- محیط عمومی |
| ۴۵ | ۳-۱- محیط بین المللی و جهانی |
| ۴۶ | ۲- تئوری روابط سازمان - محیط |
| ۴۶ | ۱-۲- تئوری اقتضائی: سازمانهای ماشینی و ارگانیکی |
| ۴۷ | ۲-۲- تئوری وابستگی منابع |
| ۴۹ | ۳-۲- بوم شناسی جمعیت سازمانی |
| ۵۰ | ۳- تحقیقات عمده درباره محیط |
| ۵۰ | ۱-۳- تحقیقات برنز و استاگر |
| ۵۰ | ۲-۳- تحقیقات امری و تریست |
| ۵۱ | ۳-۳- تحقیقات لارنس و لورش |
| ۵۱ | بخش چهارم پیشینه تحقیق |
| ۵۵ | بخش پنجم: مدل مفهومی تحقیق |
| ۶۲ | بخش ششم: صنایع کوچک و متوسط |
| ۶۳ | ۱- تعریف صنایع کوچک و متوسط |
| ۶۴ | ۲- اهمیت صنایع کوچک و متوسط و تاثیر آن بر اشتغال |
| ۶۷ | فصل سوم- روش تحقیق |
| ۶۸ | ۱- روش تحقیق |

| | |
|----|--|
| ۶۹ | ۲- روشهای گردآوری اطلاعات |
| ۷۱ | ۲-۱- روایی و پایایی پرسشنامه های تحقیق |
| ۷۲ | ۳- جامعه آماری (N) |
| ۷۲ | ۴- نمونه آماری: (n) |
| ۷۳ | ۵- روش نمونه گیری |
| ۷۴ | ۶- روش های تجزیه و تحلیل داده ها |
| ۷۴ | ۶-۱- آزمون دو جمله ای |
| ۷۴ | تعریف فرضیات آماری |
| ۷۶ | تعیین سطح زیر منحنی |
| ۷۷ | تعریف آماره آزمون |
| ۷۸ | تصمیم گیری |
| ۷۸ | ۶-۲- آزمون کای دو (کای اسکوئر) |
| ۷۹ | آزمون استقلال کای دو |
| ۷۹ | تعریف فرضیات آماری |
| ۸۰ | تعیین سطح زیر منحنی |
| ۸۰ | تعریف آماره آزمون |
| ۸۰ | تصمیم گیری |

۸۱ فصل چهارم - تجزیه و تحلیل اطلاعات

| | |
|----|-------------------------|
| ۸۲ | ۱- اطلاعات جمعیت شناختی |
| ۸۷ | ۲- آزمون فرضیات تحقیق |
| ۸۷ | آزمون فرضیه اول |

| | | |
|----|-------|--------------------|
| ۸۸ | | آزمون فرضیه دوم |
| ۸۹ | | آزمون فرضیه سوم |
| ۹۰ | | آزمون فرضیه چهارم |
| ۹۱ | | ۳- آزمون مدل تحقیق |

۹۳..... فصل پنجم- بحث، نتیجه گیری و پیشنهادات

| | | |
|-----|-------|--------------------------|
| ۹۴ | | ۱- مرور کلی |
| ۹۴ | | ۲- بحث |
| ۱۰۰ | | ۳- نتیجه گیری و جمع بندی |
| ۱۰۲ | | ۴- پیشنهادات |
| ۱۰۳ | | ۵- محدودیت ها |

۱۰۵..... کتابنامه

۱۱۷..... پیوست ها

| | | |
|-----|-------|---|
| ۱۱۸ | | پیوست شماره ۱- پرسشنامه های تحقیق |
| ۱۲۵ | | پیوست شماره ۲- خروجی های نرم افزار Spss |

فهرست جداول

| عنوان..... | صفحه..... |
|--|-----------|
| جدول (۱) مدل هفت S و فرهنگ سازمانی..... | ۲۰ |
| جدول (۲) مدل فریمن..... | ۲۳ |
| جدول (۳) تعاریف صنایع کوچک و متوسط در چند کشور مختلف..... | ۶۳ |
| جدول (۴) میزان سن افراد مورد بررسی..... | ۸۳ |
| جدول (۵) سطح تحصیلات افراد مورد بررسی..... | ۸۴ |
| جدول (۶) پست مدیریتی افراد مورد بررسی..... | ۸۵ |
| جدول (۷) سابقه فعالیت افراد مورد بررسی..... | ۸۵ |
| جدول (۸) نوع صنعت جامعه آماری..... | ۸۶ |
| جدول (۹) تعداد کارکنان شرکتهای مورد بررسی..... | ۸۷ |
| جدول (۱۰) نوع استراتژی در محیط پایدار و فرهنگ سازنده..... | ۸۷ |
| جدول (۱۱) آزمون فرضیه اول..... | ۸۸ |
| جدول (۱۲) نوع استراتژی در محیط پایدار و فرهنگ تابع - تدافعی..... | ۸۸ |
| جدول (۱۳) آزمون فرضیه دوم..... | ۸۹ |
| جدول (۱۴) نوع استراتژی در محیط پویا و فرهنگ سازنده..... | ۸۹ |
| جدول (۱۵) آزمون فرضیه سوم..... | ۹۰ |
| جدول (۱۶) نوع استراتژی در محیط پویا و فرهنگ تابع - تدافعی..... | ۹۰ |
| جدول (۱۷) آزمون فرضیه چهارم..... | ۹۱ |
| جدول (۱۸) جدول توافقی محیط، فرهنگ سازمانی و استراتژی..... | ۹۲ |
| جدول (۱۹) آزمون استقلال کای دو..... | ۹۲ |

فهرست نمودارها

| عنوان..... | صفحه |
|--|------|
| نمودار (۱) مدل جی ای - مک کینسی..... | ۲۲ |
| نمودار (۲) لغات و کلمات ۲۶ تعریف مرتبط با فرهنگ سازمانی..... | ۳۰ |
| نمودار (۳) شیوه شکل گیری فرهنگ سازمانی..... | ۳۲ |
| نمودار (۴) مدل دنیسون و میشر..... | ۳۶ |
| نمودار (۵) مدل هرسی، بلانچارد و جانسون..... | ۳۹ |
| نمودار (۶) مدل مفهومی تحقیق..... | ۶۱ |

فهرست شکل ها

| عنوان..... | صفحه |
|--|------|
| شکل (۱) چارچوب ارزش های رقابتی..... | ۳۵ |
| شکل (۲) مدل دنیسون..... | ۳۷ |
| شکل (۳) شبکه بین سازمانی..... | ۴۴ |
| شکل (۴) بخش های محیط عمومی سازمان..... | ۴۵ |
| شکل (۵) تئوری وابستگی منابع..... | ۴۹ |
| شکل (۶) پیوستار محیط - استراتژی..... | ۶۰ |
| شکل (۷) تعیین سطح زیر منحنی H_0 و H_1 برای آزمون دو جمله ای..... | ۷۶ |
| شکل (۸) تعیین سطح زیر منحنی H_0 و H_1 برای آزمون دو جمله ای..... | ۷۷ |
| شکل (۹) تعیین سطح زیر منحنی H_0 و H_1 برای آزمون دو جمله ای..... | ۷۷ |
| شکل (۱۰) تعیین سطح زیر منحنی H_0 و H_1 برای آزمون کای دو..... | ۸۰ |



فصل اول :

کلیات تحقیق

۱- مقدمه

محیط امروز سازمانها، مدیران را با فرصت ها و تهدید های جدیدی رو به رو ساخته است. در دنیای امروز مدیران باید انتظارات جهانی را به همراه توقعات داخلی پاسخگو باشند. کثرت و سرعت تغییرات به حدی است که هر نوع مقاومتی را در هم می کوبد. سازمانهای موفق سازمانهایی هستند که بخوبی نیازهای محیطی را تامین کنند. در چنین شرایطی نوع رویکرد استراتژیک مناسب به این امر کمک شایان توجهی می کند.

از طرف دیگر فرهنگ سازمانی به عنوان پدیده ای نیرومند و واقعی به کلیه جنبه های سازمان نفوذ کرده و نقش اساسی در تحقق اهداف و استراتژی های شرکت ها دارد. وجود هویت مشترک، باورها، ارزش ها و هنجارهای رفتاری مشترک بین اعضای سازمان موجب انسجام و یکپارچگی در کوشش ها، تعهد درونی به سازمان و درک روشن از فلسفه وجودی و جهت گیری اقدامات آن و در نتیجه موفقیت سازمان می شود (زاهدی، ۱۳۸۳: ۳).

سازمانها خواه تجاری، آموزشی و صنعتی برای پاسخگویی به نیازهای محیطی شکل می گیرند، ایده کانونی زیربنای رویکرد استراتژیک این است که سازمانها باید توانمندی های خود یعنی منابع و مهارت‌هایشان را با محیط خارجی در حال تغییر تطبیق دهند به عبارت دیگر کارکرد استراتژی توازن بین محیط خارجی و محیط داخلی جهت رسیدن به مزیت رقابتی پایدار می باشد (دهقان، ۱۳۸۶).

شناخت رابطه این سه متغیر یعنی محیط سازمانی، فرهنگ سازمانی و رویکرد استراتژیک موجبات کمک به دستیابی اهداف سازمان را تسهیل می بخشد. این موضوعی است که در سازمانهای صنعتی هم قابل بررسی است. با توجه به اینکه سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط نقش بسزایی در توسعه اقتصادی، اجتماعی دارند، این تحقیق کانون توجه خود را بر این صنایع قرار داده است.

۲- بیان مسئله

نگرش استراتژیک در یک دهه اخیر از جایگاه ویژه ای در عرصه مدیریت برخوردار شده است. رویکرد استراتژیک موجب شده است مقوله محیط بسیار پررنگ در عرصه مدیریت حضور پیدا کند. با پیچیدگی روزافزون محیط فعالیت سازمانها و افزایش چالشهای محیطی ادامه حیات در عرصه کسب و کار با دشواری های فزاینده ای مواجه شده است. بررسی شکست شرکتها و خروج اجباری آنها از صحنه رقابت، لزوم توجه به محیط را روشن می سازد. نکته مهم دیگر آن است که اجرای استراتژی نیاز به بستر مناسب در سازمان دارد. مدل‌های متعدد و متنوعی از سوی اندیشمندان و پژوهشگران ارایه شده است و به تدریج ضمن تکمیل این مدلها متغیرهای بیشتری در فرآیند تدوین استراتژی مورد توجه قرار گرفته است که فرهنگ از آن جمله است. فرهنگ اگر چه در آغاز به عنوان یکی از عوامل مهم، مدنظر استراتژیست ها قرار گرفته است اما در سالیان اخیر به عنوان یک رویکرد در فرآیند مدیریت استراتژیک جای گرفته است (رحمان سرشت، ۱۳۸۴، هدایتی، ۱۳۸۵، شریفی زمانی و اکبری، ۱۳۸۳: ۱-۳). اما چشم انداز و رسالت به عنوان اجزاء کلیدی مدیریت استراتژیک به تنهایی برای ایجاد حداکثر عملکرد کافی نیست. برای رسیدن به وضعیت مطلوب در آینده، تصمیماتی یا به بیان دیگر گزینه های استراتژیک مورد نیاز است. استراتژی ها نیز به خودی خود نتایج مورد نظر را به بار نمی آورند. استراتژی ها صرفاً تصمیماتی به شمار می آیند که توسط مجریان آن، تعبیر و تفسیر می شوند. فرهنگ سازمانی نیز بر تعبیر و تفسیر مجریان اثر عمده دارد. فرهنگ سازمانی را می توان سیستم ارزشی غالب برای کل سازمان دانست یا مجموعه ای از شناخت های مهم اغلب بیان نشده و مشترک اعضای یک سازمان یا جامعه به شمار آورد. فرهنگ، رفتارهای فردی و جمعی را هدایت می کند و همچنین مرکب از ارزشها، باورها و هنجارهای اساسی است. ارزشها و باورهای اساسی آنچه را که درست یا نادرست، مهم یا بی اهمیت، زشت یا زیبا می باشند، تعریف می کنند. فرهنگ سازمانی موجود نتیجه تصمیم های به اجرا درآمده و رخدادهایی است که از طریق اندیشیدن، عملکرد سازمان را

شکل می دهد. هر تصمیم استراتژیک جدید، تلاشی برای اثرگذاری بر فرهنگ یا طریق انجام کارها در سازمان برای دستیابی به نتایج مورد انتظار است. اگر فرهنگ سازمان از استراتژی های جدید حمایت نکند بیشتر اوقات استراتژی ها هرگز به اجرا در نمی آیند. از این رو فرهنگ سازمانی باید با استراتژی سازمان هماهنگ باشد (رضائیان، ۱۳۸۴: ۱۵).

به گفته تاملینسون (۱۳۸۱)، شایستگی های یک جامعه بستگی تام به زیربناهای سخت افزاری و نرم افزاری دارد که فرهنگ و هنجارهای آن اساس زیربناهای نرم افزاری هستند.

در حال حاضر مدیریت استراتژیک نقش کلیدی را در موفقیت بنگاه های کوچک و متوسط ایفا می نماید. پایه های اساسی این نوع مدیریت بر مبنای درک دقیقی از فضای کسب و کار استوار است. استفاده از مدیریت استراتژیک در صنایع کوچک و متوسط به علت شرایط خاص این بنگاه ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

با توجه به نقشی که فرهنگ سازمانی و محیط در رویکرد استراتژیک سازمانها دارند و با عنایت به اینکه سازمانهای کوچک و متوسط زیربنای توسعه اقتصادی کشور می باشند در این پژوهش سئوالات اصلی ذیل مدنظر قرار گرفته اند.

۱- سازمانهایی که محیط شان پایدار است و فرهنگ سازمانی، سازنده دارند چه نوع رویکرد استراتژیک بکار می برند؟

۲- سازمانهایی که محیط شان پایدار است و فرهنگ سازمانی تابع - تدافعی دارند چه نوع رویکرد استراتژیک بکار می برند؟

۳- سازمانهایی که محیط شان پویا است و فرهنگ سازمانی سازنده دارند چه نوع رویکرد استراتژیک به کار می برند؟

۴- سازمانهایی که محیط شان پویا است و فرهنگ سازمانی تابع - تدافعی دارند چه نوع رویکرد استراتژیک به کار می برند؟

۳- ضرورت انجام تحقیق

استراتژی را به طور سنتی پاسخ یا واکنش سازمان نسبت به محیط تلقی می کنند. اما سازمانهایی که با محیط هایی مشابه مواجه می شوند، عکس العمل های متفاوتی از خود نشان می دهند و تاثیر مدیریت بر تصمیم گیریهای مربوط به استراتژی ها، آن تفاوتها را توجیه می کنند. اما مدیریت را نمی توان بازی کردن با شیوه ها و ابزارهای تجزیه و تحلیل دانست. بنابراین مدیریت به کاربرد تجربیات مدیریتی که طی چندین سال کسب شده است ارتباط پیدا می کند. مدیران در حلاء کار نمی کنند، در واقع آنها دائم به تعامل با دیگران مشغول اند. تجربیات آنها به تجربیات فردی آنان محدود نمی شود بلکه از تجربیات سازمانی که طی زمان بدست آمده است نیز تاثیر می پذیرد. از این رو تشخیص اهمیت جنبه های فرهنگ سازمانی مهم است (رحمان سرشت، ۱۳۸۴).

استراتژیست ها به عنوان افرادی که مسئول موفقیت یا شکست سازمان می باشند، در فرآیند تنظیم استراتژی به محیط نگاه خاصی دارند. در همین راستا تحلیل محیطی می تواند در موفقیت و شکست سازمان تاثیر گذار باشد. از طرف دیگر سازمانها در طول و به مرور زمان بر اساس نتایج استراتژی ها، تصمیمات و اقدامات و واکنشهای محیطی خویش، ارزشها، باورها و اعتقاداتی کسب می کنند که فرهنگ آنها را شکل می دهد. بنابراین برخورداری از رویکرد تعاملی بین محیط، فرهنگ سازمانی و استراتژی نتایج مفیدی در پی خواهد داشت (دعایی، حبیب اله و همکاران، ۱۳۸۵: ۴، کرد نائیج، ۱۳۸۱: ۳).

باورها، آرمان، اهداف و رویکرد استراتژیک سازمان، ممکن است با فرهنگ آن سازگار و یا ناسازگار باشد. اگر با فرهنگ سازگار باشد باعث یک وحدت ارزشمند در اجرای عملیات استراتژی می شود ولی اگر در فرهنگ تعارضی، با استراتژی آن وجود داشته باشد مانع موفقیت استراتژی در سازمان می شود (تاملینسون، ۱۳۸۱).

امروزه در اکثر کشورهای جهان صنایع کوچک و متوسط از جنبه های مختلف اجتماعی، تولیدی، صنعتی و ارائه خدمات در حال نقش آفرینی هستند. در بسیاری از کشورها این صنایع، تامین

کنندگان اصلی اشتغال جدید، مهد تحول و نوآوری و پیشرو در ابداع و فناوری های جدید هستند. بررسی های انجام شده نشان می دهند که افزایش مشاغل در کشورهای صنعتی در دهه های ۷۰ و ۸۰ میلادی عمدتاً از طریق این موسسات پدید آمده است. سهم این سازمانها در ایجاد اشتغال در کشورهای در حال توسعه نیز بین ۶۰-۷۰ درصد معرفی شده است و همچنین این صنایع با صادرات قابل توجه نقش موثری در توسعه اقتصادی کشورهای خود ایفا می کنند. اگر چه برخی از کشورهای توسعه یافته همچون آمریکا به سبب حاکمیت دیدگاه های خاص بر سیاستهای توسعه صنعتی کشورشان تا دهه ۱۹۸۰ به صنایع کوچک بی توجه بودند ولی از چند دهه پیش بسیاری از کشورهای دیگر که در ساختار صنعتی آنها صنایع کوچک نقش قابل ملاحظه ای ایفا می کنند به سیاست گذاری در حمایت و توسعه این صنایع پرداخته اند. در کشور ما علی رغم حضور قابل توجه صنایع کوچک در ساختار صنعتی آن به دلیل نگرش یکسان در سیاست گذاری ها، با معضلات متعددی روبه رو هستند به نحوی که از ایفاء نقش مورد انتظار از آنها ناتوان مانده اند (مرتضوی و مهارتی، ۱۳۸۳: ۸۶، درخشانی، ۱۳۸۵: ۱). در ایران صنایع کوچک بیش از ۹۸ درصد واحدهای کوچک صنعتی و بیش از ۵۰ درصد کارکنان شاغل در بخش صنعت را در خود جای داده است (مولایی، ۱۳۸۲). از این نظر حائز اهمیت زیاد جهت تعیین وضعیت رویکرد استراتژیک در این سازمانها می باشد. با توجه به اینکه شهرک صنعتی طوس بزرگترین شهرک صنعتی موجود در استان خراسان رضوی می باشد و حجم بالایی از اشتغال را در خود جای داده است به علاوه تنوع واحدهای صنعتی در گروه های صنعتی مختلف این مجموعه، خود نشان دهنده زمینه مناسبی جهت بررسی تاثیر محیط و فرهنگ سازمانی بر رویکرد استراتژیک واحدهای مشغول به فعالیت در این شهرک می باشد.

۴- فرضیه های تحقیق

فرضیه حدس عالمانه ای است درباره حل یک مساله. فرضیه را می توان به منزله رابطه ای منطقی بین دو و یا چند متغیر تعریف کرد که بصورت جمله ای آزمون پذیر بیان می شود. این روابط بر پایه شبکه ارتباطی تجسم می شود که ریشه در چارچوب نظری تدوین شده برای پژوهش دارد (سکاران، ۱۳۸۱: ۱۰۲)

با توجه به مساله و مدل مفهومی تحقیق، فرضیه های تحقیق عبارتند از:

۱- سازمانهایی که محیط شان پایدار است و فرهنگ سازمانی سازنده دارند، استراتژی تدافعی بکار می برند.

۲- سازمانهایی که محیط شان پایدار است و فرهنگ سازمانی تابع-تدافعی دارند، استراتژی انفعالی بکار می برند.

۳- سازمانهایی که محیط شان پویا است و فرهنگ سازمانی سازنده دارند، استراتژی آینده نگر بکار می برند.

۴- سازمانهایی که محیط شان پویا است و فرهنگ سازمانی تابع-تدافعی دارند، استراتژی تحلیل گر بکار می برند.

۵- اهداف تحقیق

با توجه به مساله تحقیق، هدف اصلی تحقیق، بررسی و تبیین مدل تعاملی رویکرد استراتژیک، فرهنگ سازمانی و محیط در سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط، مستقر در شهرک صنعتی طوس می باشد. اهداف فرعی تحقیق نیز عبارتند از:

۱- تعیین نوع محیط سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی طوس.

۲- تعیین نوع فرهنگ سازمانی، سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی طوس.

۳- تعیین نوع رویکرد استراتژیک سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی طوس.

۴- تعیین نوع رابطه تعاملی بین محیط، فرهنگ سازمانی و رویکرد استراتژیک سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر در شهرک صنعتی طوس .

۶- قلمرو تحقیق

مسایل و مشکلات امروزی مدیریت، مسائل پیچیده، در هم تنیده و چند بعدی است. هر پژوهشگری در دومین مرحله از فرآیند پژوهش، پس از انتخاب، توضیح دادن و روشن کردن مسئله یا مشکل، باید با استفاده از فنون پژوهشی بتواند حدود و مرزهای مساله را تعیین کند و گرنه گستردگی ابعاد و زوایای مساله از یک طرف و محدودیت امکانات زمانی و مالی پژوهش از طرف دیگر سبب می شود که بجای اینکه پژوهشگر مساله را حل کند، مساله انتخاب شده، پژوهشگر را در خود حل می کند بدین معنی که اگر پژوهشگر نتواند ابعاد و زوایای مشکل مورد نظر را با مرزبندی های دقیق، محدود و مشخص کند، بزودی با انبوهی از اطلاعات، ارقام و واقعیات مربوط و نامربوط به مسئله روبه رو می گردد و به اصطلاح در جمع و جور کردن و جمع بندی مساله در می ماند. با توجه به آنچه گفته شد چنین می توان نتیجه گرفت که اولین و مهمترین کار یک پژوهشگر، تعیین بخشیدن و محدود کردن تحقیق از سه بعد زمانی، مکانی و موضوعی است (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۱: ۱۱-۵).

- دوره زمانی انجام تحقیق: این پژوهش در سال ۱۳۸۷ انجام شده است.

- مکان تحقیق: سازمانهای صنعتی کوچک و متوسط مستقر شهرک صنعتی طوس کانون توجه این پژوهش می باشد.

- موضوع تحقیق: موضوع این تحقیق بررسی و تبیین مدل تعاملی استراتژی، فرهنگ سازمانی و محیط می باشد. در این تحقیق رابطه تعاملی این سه متغیر در قالب مدل مفهومی و با استفاده از آزمون های آماری در صنایع کوچک و متوسط مورد مذاقه قرار می گیرد.

۷- تعریف واژه های تحقیق

واژه هایی که در این تحقیق به طور عمده مورد استفاده قرار گرفته اند عبارتند از:

استراتژی: الگوی تصمیمات سازمان که بیانگر و مشخص کننده هدفها و مقاصد سازمان و منشا سیاستهای اصلی و برنامه ها برای نیل به این هدفها می باشد و این الگو همچنین دامنه و نوع فعالیتهای سازمان و نیز شیوه سازماندهی منابع اقتصادی و انسانی آن را در راستای نیل به اهداف آن و تامین خواسته های گروه های ذینفع تعریف می نماید.

استراتژی تدافعی: سازمانهایی که از استراتژی تدافعی پیروی می کنند با تولید تعداد محدودی از محصولات برای بخش کوچکی از کل بازار بالقوه، ثبات را جستجو می کنند. در این دیدگاه و قلمرو محدود برای ممانعت از ورود رقبا به حوزه کاریشان به شدت ایستادگی می کنند. سازمانها این مهم را از طریق اقدامات اقتصادی استاندارد نظیر: قیمت گذاری رقابتی و تولید محصولات با کیفیت بالا، جامه عمل می پوشانند (رابینز، ۱۳۸۵: ۱۱۸).

استراتژی آینده نگر: آینده نگران تقریباً قطب مخالف تدافعی ها هستند. توانایی آنها در یافتن و بهره جستن از فرصتهای بازاریابی و تولید محصولات جدید نهفته است. در اینگونه سازمانها ممکن است نوآوری نسبت به سودآوری از اهمیت زیادتری برخوردار باشد (رابینز، ۱۳۸۵ : ۱۱۸).

استراتژی تحلیل گر: سازمانهای تحلیل گر در تلاشند تا پی ببرند که کدام یک از دو نوع وضعیت ذکر شده (استراتژی تدافعی یا آینده نگر) بهتر است، تا در آن سرمایه گذاری کنند. آنها در جستجوی حداقل کردن ریسک و حداکثر نمودن سود هستند (رابینز، ۱۳۸۵: ۱۱۹).