

تأثیر دوستوانی سازمانی بر عملکرد صنایع تولیدی: بررسی نقش پویایی‌های محیطی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۳/۰۱

مصطفی ابراهیم‌پور*

محمود مرادی**

یعقوب ممبینی***

چکیده:

در سال‌های اخیر دوستوانی سازمانی به صورت فزاینده‌ای به منظور دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، توجه دست اندرکاران و محققان مدیریت را به خود جلب کرده است. دوستوانی سازمانی مفهومی جدید در مدیریت است که با عملکرد سازمانی مرتبط می‌باشد. یک سازمان برای بقا، رشد، بهبود عملکرد، نوآوری و توان رقابت‌پذیری در محیط پویای کنونی به قابلیت دوستوانی سازمانی نیاز دارد. موضوع دوستوانی سازمانی بهره‌برداری از فرصت‌های موجود و اکتشاف فرصت‌های جدید است. پویایی‌های محیطی می‌تواند بر رابطه میان دوستوانی سازمانی و بهبود عملکرد نقش مهمی ایفا کند. هدف این مقاله، بررسی تأثیر دوستوانی سازمانی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی و مطالعه نقش تعدیل‌کننده پویایی‌های محیطی در رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد می‌باشد. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و داده‌ها از طریق پرسش‌نامه گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش را مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت تشکیل می‌دهند. تعداد ۱۷۸ نفر از مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی به روش نمونه‌برداری تصادفی ساده، انتخاب شدند و برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دوستوانی سازمانی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی تأثیرگذار است ولی نقش تعدیل‌کننده‌گی پویایی‌های محیطی در رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد در شرکت‌های تولیدی، مورد تأیید قرار نگرفت.

مفاهیم کلیدی: دوستوانی سازمانی، عملکرد سازمانی، پویایی‌های محیطی، شرکت‌های تولیدی.

guilan.st@gmail.com

* استادیار گروه مدیریت، دانشگاه گیلان، رشت، ایران، ۰۹۱۱۲۳۹۴۹۹۳

m.moradi@guilan.ac.ir

** استادیار گروه مدیریت، دانشگاه گیلان، رشت، ایران، ۰۹۱۱۲۸۲۸۷۳۵

*** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران، ۰۹۱۹۷۲۵۹۲۴۵

yaghoob.ym1367@yahoo.com

فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال نهم، شماره ۳۶، زمستان ۱۳۹۳، ص ۷۵-۵۳

مقدمه

در سال‌های اخیر، سیر شتابان و مستمر رویدادها، به طور تدریجی مرزها، ساختار و پویایی فضای کسب و کارها را دگرگون ساخته و تمامی موسسه‌ها را به نحوی روز افزون با چالش‌های جدید، غیر منتظره و گسترده ای مواجه کرده است. با نزدیک شدن به سال‌های پایانی قرن بیستم و ورود به قرن جدید سرعت این تغییرات شدیدتر شد، به گونه‌ای که بسیاری از سازمان‌ها با نوعی از سرگستگی در چگونگی مقابله با پویایی محیط، روبه‌رو شده‌اند (اعرابی و حقیقی، ۱۳۸۳). تغییرات محیطی، اثر بسیار مؤثر و غیر قابل انکاری بر عملکرد سازمان دارند. بسیاری از سازمان‌ها که سال‌ها سودآور و موفق بوده‌اند، با تغییر مختصات محیطی و عدم همراهی با پویایی‌های محیط، نتوانستند عملکرد مناسبی داشته باشند و با ورشکستگی و مرگ روبه‌رو شده‌اند؛ به عبارت دیگر یکی از جنبه‌های مهم و مؤثر در بهبود عملکرد سازمانی، چگونگی برخورد با محیط و پویایی‌های محیطی است. پویایی‌های محیطی شرایطی است که محیط بر سازمان تحمیل می‌کند و باعث به وجود آمدن تهدیدها و فرصتهایی برای سازمان می‌گردد.

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. شرکت‌های تولیدی در کشور ما، عمر بسیار پایینی دارند و بسیاری از آن‌ها به علت ناتوانی در پاسخ‌گویی به نیازها و فرصت‌های محیطی از تولید باز می‌مانند و نمی‌توانند عملکرد قابل قبولی را از خود ارائه کنند و در مقابل رقبای خود مغلوب می‌شوند و به تدریج از چرخه تولید کشور حذف می‌شوند. نرخ شکست شرکت‌های تولیدی، همواره به صورت یک معضل بزرگ، نظر سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیرندگان و مدیران بخش‌های اقتصاد هر 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 به شدت 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 سازمانی به توانایی سازمان در استفاده از قابلیت دوسوتوانی سازمانی می‌باشد تا بتواند نوعی مزیت رقابتی برای سازمان خلق کند. سازمان‌های تولیدی باید به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند تا هم تهدیدات غیرقابل پیش‌بینی و هم فرصت‌های موجود در آینده نامطمئن و محیط بی‌ثبات را مدیریت کنند. دوسوتوانی سازمانی برای متناسب شدن با محیط پرتلاطم کسب و کار، یکی از چالش‌های اساسی فرا روی مدیران امروز است. محققان بیان می‌کنند که سازمان‌های موفق در یک محیط پویا، دوسوتوان هستند.

چنین سازمان‌هایی در مدیریت تقاضاهای کسب و کار امروز همتراز و کارآمدو در زمینه تغییرات در محیط فردا به اندازه کافی سازگار می‌باشند (تاشمن و اریلی^۱، ۱۹۹۶). مطالعات سال‌های اخیر درباره تأثیر دوستوانی سازمانی بر عملکرد نتایج تجربی یکسانی را به دست نمی‌دهد (جانی و دیگران^۲، ۲۰۱۳). علی‌رغم تحقیقات و مطالعات در زمینه دوستوانی و عملکرد سازمانی، اثر پویایی‌های محیطی بر این رابطه ناشناخته مانده است. این مطالعه تلاش می‌کند تا به این موضوع بپردازد. از این رو، هدف این مقاله بررسی نقش تعدیل‌گری پویایی‌های محیطی^۳ در رابطه بین عملکرد و دوستوانی سازمانی^۴ می‌باشد. وانگ و لی^۵ (۲۰۰۸)، اعتقاد دارند پویایی‌های محیطی، عملکرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با تشدید رقابت و شتاب سرعت تحولات، سازمان‌ها نیازمند هستند تا از دوستوانی سازمانی که شامل بهره‌برداری از قابلیت‌های موجود و کشف راه‌های جدید می‌باشد، استفاده کرده و در سازمان خود تجدید نظر کنند. از آنجایی که بهره‌برداری در ارتباط با قابلیت‌های گذشته سازمان و اکتشاف در رابطه با قابلیت‌های جدید سازمان می‌باشد، ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند و محیط عملیاتی یک شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند و عملکرد را دچار نوسان می‌کنند. مطالعات مختلف در زمینه دوستوانی نشان می‌دهد که اگر سازمان‌ها به سازمان‌های دوستوانی تبدیل شوند، یعنی در قابلیت‌های بهره‌برداری و اکتشاف موفق باشند، در محیط‌های پویا بهتر عمل خواهند کرد و به بهترین سطح عملکرد، توان رقابتی و بقای طولانی مدت دست خواهند یافت.

شرکت‌های تولیدی از بخش‌های اصلی و پیشرو در جهت رشد و پیشرفت اقتصادی کشور هستند که با بقای طولانی مدت، رشد و ایجاد نوآوری در یک صنعت پویا می‌توانند باعث افزایش رشد اقتصادی کشور شوند. در این راستا، انجام پژوهش در زمینه استفاده از امکانات موجود و کشف فرصت‌های جدید (دوستوانی سازمانی) برای بقاء، رقابت‌پذیری و تبدیل شدن به شرکتی با عملکرد برتر با در نظر داشتن نقش تعدیل‌گر پویایی‌های محیطی بیش از پیش احساس می‌شود. در این مقاله، پس از مقدمه به ادبیات نظری و پیشینه پژوهش پرداخته‌شده، سپس مدل مفهومی و روش پژوهش توضیح داده شده است. پس از شرح تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها بیان گردیده است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

دوستوانی سازمانی

کلمه دوستوانی^۶ از دو واژه لاتین (Ambi) به معنای دوسو (دوسمت) و (Dexterity) به معنای چیرگی و مهارت (چابکی) تشکیل شده است. در سطح روانشناسی و رفتاری افرادی که توانایی

استفاده از هر دو دست خود با مهارت‌های مساوی را دارا می‌باشند افرادی دوست‌توان نامیده می‌شوند. ریشه‌های دوست‌توانی، به عنوان یک مفهوم سازمانی ثابت شده است. رابرت دانکن^۷ (۱۹۷۶)، برای اولین بار از ساختار دوست‌توان به عنوان راهی برای توصیف یک ساختار دوگانه استفاده کرد. مارچ^۸ (۱۹۹۱)، یادگیری سازمانی را در قالب یادگیری اکتشافی و بهره‌بردار مطرح نمود که نقطه شروع تحقیقات زیادی در زمینه یادگیری شد. بیست سال بعد از دانکن، مایکل تاشمن و چارلز اریلی (۱۹۹۶)، در مقاله‌ای به بررسی اینکه چگونه شرکت‌ها می‌توانند فرآیند تغییر تکاملی و تغییر انقلابی را اداره کنند، تمرکز کردند. کریستینا گیسون و جولیان بیرکینشاو^۹ (۲۰۰۴)، بر روی دوست‌توانی زمینه‌ای تمرکز کردند و در مقاله‌ای به بررسی دوست‌توانی در سطح فردی پرداختند. محققان در رشته‌هایی همچون اقتصاد مدیریت، نظریه سازمان و مدیریت راهبردی (جموات و دیگران^{۱۰}، ۱۹۹۳؛ گیسون و بیرکین شاو، ۲۰۰۴؛ هولمک ویست^{۱۱}، ۲۰۰۴)، اخیراً پذیرفته‌اند که انسان خصیصه دوست‌توانی دارد و این خصیصه به عنوان یک استعاره در توصیف قابلیت‌های سازمان به کار گرفته می‌شود (تاشمن و اریلی، ۱۹۹۶؛ ۱۹۹۷؛ ۲۰۰۴).

دانکن (۱۹۷۶)، در تعریف دوست‌توانی بر نیاز سازمان‌ها جهت توسعه ترتیبات ساختاری دوگانه برای مدیریت نوآوری تمرکز کرد. مارچ (۱۹۹۱)، معتقد است که بهره‌برداری^{۱۲} و اکتشاف^{۱۳} دو فعالیت یادگیری متفاوت‌اند و سازمان توجه و منابع خود را بین این دو تقسیم می‌کند. سازمان باید به طور همزمان با اکتشاف و بهره‌برداری هم‌تراز باشد. تاشمن و اریلی (۱۹۹۶)، دوست‌توانی سازمانی را توانایی پیگیری همزمان نوآوری افزایشی و ناپیوسته برای ساختارها، فرآیندها و فرهنگ‌ها در گروه متناقض چندگانه در شرکت مشابه که برای بقای یک دسته از شرکت‌ها نیاز هست، تعریف کردند. گیسون و بیرکینشاو (۲۰۰۴)، دوست‌توانی را یک توانایی سازمانی در همسویی و کارایی در پاسخ به تقاضاهای بازار و همزمان سازگاری با تغییرات در محیط تعریف می‌کنند. برخی از سازمان‌ها می‌توانند با فعالیت‌هایی که کارایی را افزایش می‌دهد خود را هم‌تراز کنند. چنین رفتارهایی که بر روی عملیات تولید، کاهش هزینه، کیفیت و ... برای بهبود عملکرد کسب‌وکار جاری تمرکز می‌کند، بهره‌برداری نامیده می‌شود. از طرف دیگر، سازمان‌ها می‌توانند بر روی فعالیت‌هایی که انعطاف‌پذیری را افزایش می‌دهد، تمرکز کنند که اکتشاف نامیده می‌شود و اشاره به تمرکز بر روی نوآوری و رشد در محصول، فرصت‌هایی برای اطمینان از اثربخشی آینده و ... دارد (مارچ، ۱۹۹۱). شرکت‌ها تمایل دارند که منابع خود را بین اکتشاف و بهره‌برداری تقسیم کنند. به عبارتی دیگر اکتشاف اشاره به توصیف کردن رفتار شرکت به وسیله افزایش متفاوت فعالیت‌ها، تحقیق، کشف، آزمایش، ریسک‌پذیری و نوآوری دارد درحالی‌که بهره‌برداری

به وسیله کاهش تفاوت‌ها، حل منظم مسائل، پایش، اجرا و کارآیی، تولید و انتخاب مشخص می‌شود (چنج و وان دون^{۱۴}، ۱۹۹۶؛ مارچ، ۱۹۹۱). مطالعات پیشنهاد داده است که این قابلیت‌ها نیازمند فرآیند، ساختار، فرهنگ و استراتژی‌های متفاوت اساسی در سازمان‌ها هست (بنر و تاشمن^{۱۵}، ۲۰۰۳). اکتشاف مرتبط با ساختارهای ارگانیک، سیستم‌ها با پیوند ضعیف، مسیر مستقل، ابتکار، استقلال، آشفتگی، بازارها و فناوری‌های نوظهور هست درحالی‌که بهره‌برداری مرتبط با ساختارهای مکانیکی، سیستم‌ها با پیوند محکم، مسیر وابسته، عادی‌سازی کنترل و بوروکراسی، فناوری‌ها و بازارهای ایستا هست (آنکونا و دیگران^{۱۶}، ۲۰۰۱). هدف شرکت‌های متمایل به بهره‌برداری، رسیدن به کارآیی بهتر برای نمونه از طریق تمرکز بر روی تولید و عادی‌سازی است، شرکت‌های متمایل به اکتشاف هدفشان ایجاد انعطاف‌پذیری در سازمان از طریق یک رویکرد باز به یادگیری است (تاشمن و اریلی، ۱۹۹۶؛ گیسون و بیر کین شاو، ۲۰۰۰).

سازمان دوستوان به سازمانی گفته می‌شود که به‌طور همزمان توانایی تمرکز بر مسئولیت‌های فعلی (بهره‌برداری) به خوبی فرصت‌های آینده (اکتشاف) را به عنوان کلیدی برای بقای شرکت دارا باشد (بولیوار راموس و دیگران^{۱۷}، ۲۰۱۲). برای محققان، اکتشاف و بهره‌برداری اساساً دو فعالیت سازمانی مجزا می‌باشد که باید به صورت کاملاً همزمان پیگیری شود تا به مزیت رقابتی و بقای طولانی مدت دست یابند. تعداد زیادی از تحقیقات از بهره‌برداری و اکتشاف به عنوان فعالیت‌های متعادل که متقابلاً اثر مثبتی دارند الگو گرفته‌اند (سیمسک و دیگران^{۱۸}، ۲۰۰۹). دستیابی به دوستوانی در سطوح یکسان اکتشاف و بهره‌برداری آسان نیست اما می‌توان حداکثر رسیدن به هر دو را سریع‌تر کرد.

عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی یکی از مهم‌ترین سازه‌های مورد بحث در پژوهش‌های مدیریتی است و بدون شک مهم‌ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت‌های تجاری به حساب می‌آید. اثربخشی سازمانی عبارت است از درجه یا میزانی که سازمان به هدف‌های مورد نظر خود نائل می‌آید. دوینی معتقد است عملکرد سازمانی بخشی از مفهوم اثربخشی سازمانی است که مبنای آن اهداف بیرونی سازمان یعنی اهداف گروه‌های ذی‌نفع هست (دوینی و دیگران^{۱۹}، ۲۰۰۴). مطالعات تجربی گذشته نشان می‌دهد که عملکرد یک سازه چندبعدی است که باید با چندین معیار اندازه‌گیری شود. در این پژوهش، عملکرد سازمانی عبارت است از معیارهای بیرونی اثربخشی یک سازمان که سه حوزه کلی عملکرد بازار، عملکرد مالی و عملکرد منابع انسانی را دربرمی‌گیرد.

عملکرد بازار^{۲۰}: سهم بازار نشان دهنده سهم فروش محصولات یک بنگاه از کل فروش محصولات یک صنعت است که بنگاه موجود در آن صنعت اقدام به فعالیت می‌کند. امروزه در سرتا سر جهان شرکت‌ها در عرصه رقابت برای به دست آوردن سهم بازار بیشتری تلاش می‌کنند تا بتوانند سهم فروش محصولات خود را نسبت به رقبا افزایش دهند. اگر هدف مطلوب شرکت‌ها کسب سهم بازار بیشتر باشد انتظار می‌رود که در آینده افزایش سودآوری و فرصت‌های رشد از آن شرکت‌هایی خواهد بود که سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص داده‌اند، آنگاه تغییر در سهم بازار نشان دهنده عملکرد آتی و فرصت‌های رشد است (پور عبداله‌هان کویچ و دیگران، ۱۳۸۹: ۶). نیکلاس (۲۰۰۲)، نشان داده است که شرکت‌ها با افزایش سهم خود در بازار به احتمال زیاد به کارایی بالاتر و در نتیجه به افزایش عملکرد و سود بالاتر می‌رسند (نئوک اسمیدی^{۲۱}، ۲۰۰۵). عملکرد برتر در عرصه رقابت مستلزم ترکیب اثر بخش همه عناصر داخلی سازمان است. این ترکیب ما را قادر می‌سازد که با تغییر سریع ترجیحات مشتریان و عوامل پویایی‌های بازار هماهنگ شویم (باکر و دیگران^{۲۲}، ۱۹۹۹). پژوهش‌های گوناگون نشان می‌دهند شرکت‌هایی که قادر به تشخیص سهم بازار و رشد فروش هستند و وضعیت بازارشان را بدون کاهش سودآوری بهبود می‌بخشند، می‌توانند به عملکرد بالاتری دست یابند (ورهیز و دیگران^{۲۳}، ۲۰۰۹).

عملکرد مالی^{۲۴}: بخشی از شاخص‌های عملکرد سازمانی، شاخص‌های مالی است که جهت اندازه‌گیری عملکرد مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به تعریف اثربخشی سازمانی و عملکرد سازمانی و با توجه به اهداف عملیاتی که در عملکرد مالی مورد توجه قرار می‌گیرد، عملکرد مالی درجه یا میزانی است که شرکت به هدف‌های مالی سهامداران در راستای افزایش ثروت آنان نائل می‌آید. اهداف عملیاتی که مدیر شرکت در راستای دستیابی به هدف اصلی یعنی افزایش ثروت سهامداران دنبال می‌کند دربرگیرنده شاخص‌ها و معیارهایی است که بر مبنای آن می‌توان عملکرد مالی یک شرکت تجاری را اندازه‌گیری کرد (خداداد حسینی و دیگران، ۱۳۸۵).

عملکرد منابع انسانی^{۲۵}: عملکرد منابع انسانی مرتبط است با فرآیند توسعه توانایی‌ها و نگرش افراد که منجر به رشد فردی و واقع بینی می‌شود و می‌تواند به فرد کمک کند تا اهداف سازمان را برآورده سازد. متون مدیریت منابع انسانی حاکی از آن است که کارمندان خوشحال، رضایتمند و پراکنگیزه به ویژه در بازارهایی که به طور مستقیم با مشتریان تعامل دارند (همچون صنایع خدماتی) کمک بیشتری به عملکرد سازمان داشته‌اند (هاسلید^{۲۶}، ۱۹۹۵). به طور مشابه، سرمایه‌های منابع انسانی همچون رضایتمندی و انگیزه کارکنان می‌توانند به طور مستقیم بر

عملکرد بازار و عملکرد مالی از طریق تأمین خواسته‌های مشتریان و بهبود پیشرفت سازمان تأثیرگذار باشند (دنیسون^{۲۷}، ۱۹۹۰).

پویایی‌های محیطی

پویایی‌های محیطی نرخ غیرقابل پیش‌بینی از تغییر در محیط خارجی شرکت و درجه بی‌ثباتی محیط را توصیف می‌کنند (دس و برد^{۲۸}، ۱۹۸۴). پویایی‌های محیطی به وسیله تغییر در فن‌آوری، تنوع در ترجیحات مصرف‌کننده، نوسان در تقاضای محصول یا تأمین مواد و ... توصیف شده است (جانسن و دیگران^{۲۹}، ۲۰۰۶). پویایی‌های محیطی عدم اطمینان را افزایش می‌دهد و منجر می‌شود که زمینه‌های سازمانی با استرس، اضطراب و خطر شناخته شوند (جانسن و دیگران، ۲۰۰۹). تحقیقات پیشین پویایی‌های محیطی را از طریق مقدار تغییرات و غیر قابل پیش‌بینی بودن آن‌ها نشان داده‌اند. پویایی‌های محیطی به وسیله سطح بالای تغییر و پویایی، پیچیدگی و عدم اطمینان و ظرفیت محیط مشخص می‌شود (دس و برد، ۱۹۸۴).

پویایی‌های محیطی خدمات و محصولات جاری را منسوخ و نیاز به یک راه جدید برای توسعه آن‌ها را ایجاد می‌کنند. واحدهای سازمانی برای حداقل سازی خطر منسوخ شدن، نیازمند معرفی نوآوری‌های جدید برای در اختیار گرفتن محصولات، خدمات و بازارهای موجود هستند. واحدهای سازمانی باید خلاقیت و نوآوری را پیگیری کنند تا بتوانند در شرایط متغیر به وسیله خلق محصولات و خدمات جدید یا برآوردن نیاز بازارهای در حال ظهور بقای خود را تضمین کنند (زهر^{۳۰}، ۱۹۹۶).

پویایی‌های محیطی عدم اطمینان بالاست که یک شرکت را با محیط غیرقابل پیش‌بینی که ویژگی آن تغییرات سریع در تکنولوژی، تنوع شدید در تقاضای مشتریان و نوسانات شدید در تأمین مواد می‌باشد روبه‌رو می‌کند. تغییرات و اقدامات غیر قابل پیش‌بینی در محیط ممکن است ماهیت رقابت را با کسب فرصت‌های جدید و یا تهدیدها برای شرکت تغییر دهد. تحقیقات قبلی پویایی‌های محیطی را به عنوان شدت انعکاس سطح بالایی از تغییرات جدید و غیرمنتظره‌ای که پاسخگویی سازمان را با دانش، مهارت و فرآیندهای موجود دشوار می‌سازد، بیان کرده‌اند (جانسن و دیگران، ۲۰۰۶). بنابراین پویایی‌های محیطی نیازمند این است که شرکت پاسخ گویی تطبیقی خود را به سرعت توسعه دهد و اطلاعات را فراتر از سازمان گردآوری کند و آمادگی پاسخگویی سریع به تغییرات را داشته باشد (سورنسن و استارت^{۳۱}، ۲۰۰۰). براساس ادبیات نظری و پیشینه تحقیق، در این مقاله، محققان رقابت‌پذیری محیطی (جانسن و دیگران، ۲۰۰۹؛ یانگ

و لی^{۳۲}، (۲۰۱۱)، پویایی‌های تکنولوژی (سو و دیگران^{۳۳}، ۲۰۱۳) و پویایی‌های بازار (سونگ و دیگران^{۳۴}، ۲۰۰۷؛ لئونیدو و دیگران^{۳۵}، ۲۰۱۳؛ سو و دیگران، ۲۰۱۳) را به عنوان ابعاد پویایی‌های محیطی در نظر گرفته‌اند.

رقابت‌پذیری محیطی^{۳۶}: رقابت‌پذیری محیطی به میزان درجه‌ای از رقابت منعکس شده در تعداد رقبا و حوزه‌هایی که رقابت در آن وجود دارد اشاره دارد (میلر^{۳۷}، ۱۹۸۷). محیط‌های رقابتی مرتبط با پیگیری شدید برای کارایی بالاتر و قیمت پایین‌تر هستند (ماتسیک و هیل^{۳۸}، ۱۹۹۸). رقابت‌پذیری محیطی به وسیله شدت رقابت بازار توصیف می‌شود که دارای ویژگی‌هایی همچون رقابت شدید قیمت، خدمات و محصولات همگن می‌باشد. تحقیقات قبلی (لامپکین و دس^{۳۹}، ۲۰۰۱) نشان می‌دهد که ویژگی کلیدی برای زنده ماندن در محیط رقابتی، اصلاح یا گسترش محصولات و خدمات موجود می‌باشد. این استراتژی بهترین روش برای افزایش عملکرد شرکت در چنین محیط‌هایی می‌باشد.

پویایی‌های تکنولوژی^{۴۰}: پویایی‌های تکنولوژی به جریان‌ها و توانمندی‌های شرکت‌ها و رقبا برای توسعه و دستیابی به تکنولوژی‌های نوین و همچنین استفاده از منابع تکنولوژی پایه و به روز شده در تولید و توسعه محصولات جدید بین شرکت‌ها اشاره دارد (سونگ و دیگران، ۲۰۰۷؛ مورمان و اسلوگراف^{۴۱}، ۱۹۹۹). پویایی‌های تکنولوژی در ارتباط با توسعه محصول جدید، فرآیندهای تولیدی، توسعه تکنولوژی و پیش‌بینی تغییر تکنولوژی در صنعت می‌باشد (سونگ و دیگران، ۲۰۰۷). دیدگاه مبتنی بر منابع^{۴۲}، قابلیت‌های تکنولوژیکی یک شرکت را به عنوان مزیت رقابتی پایدار آن شرکت محسوب می‌کند (بتیس و هیت^{۴۳}، ۱۹۹۵). با توجه به کوتاه شدن چرخه عمر محصول و پویایی‌های تکنولوژی در محیط، شرکت‌ها باید از طریق یکپارچه‌سازی فن‌آوری‌های مختلف به بازارهای مختلف ورود پیدا کرده و عملکرد محصولات خود را بهبود بخشند.

پویایی‌های بازار^{۴۴}: پویایی‌های بازار در ارتباط با تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان، تغییر بازارها، حفظ و جذب مشتریان جدید، قیمت‌گذاری و تبلیغات محصول می‌باشد. سازمان‌ها باید بتوانند پویایی‌های بازار را شناسایی و به موقع در مقابل آن عکس‌العمل نشان دهند، در غیر این صورت سهم بازار و مصرف‌کنندگان خود را از دست خواهند داد (مورگان و برتون^{۴۵}، ۲۰۰۸). شناخت پویایی‌های بازار در محیط متلاطم رقابت باعث می‌شود که شرکت‌ها بدانند چه کسی، چه چیزی و در چه زمانی محرک تغییر در بازار است و خود را برای سازگار کردن با تغییرات بازار آماده کنند.

فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش

دوستوانی سازمانی و عملکرد

با مطالعه شرکت‌های تولیدی بزرگ جهان در می‌یابیم که در هزاره جدید، سازمان‌های تولیدی باید انعطاف‌پذیرتر، مشتری‌گراتر، کارآمدتر، پاسخ‌گوتر و از نظر صرف هزینه، صرفه‌جویانه‌تر و دارای ارزش افزوده بیشتری باشند تا عملکرد خود را بهینه کرده و بتوانند برای بقا و رشد در اقتصاد جهانی بجنگند. اگرچه فرض اصلی از تحقیقات دوستوانی نیز نشان می‌دهد که سازمان‌های دوستوان می‌توانند عملکرد بهتری داشته باشند، اما روابط دوستوانی - عملکرد همچنان مبهم باقی مانده است. بعضی از محققان یک اثر سودمند از دوستوانی را یافته‌اند (گیسون و بیرکین شاو، ۲۰۰۴؛ هی و ونگ^{۴۶}، ۲۰۰۴؛ لاباتکین و دیگران^{۴۷}، ۲۰۰۶)، برخی دیگر استدلال کردند که شرکت می‌تواند همترازی و سازگاری را انتخاب کنند و از حد واسط بین هر دو دوری کنند (جموات و دیگران، ۱۹۹۳)، و تعدادی نیز این پرسش را مطرح می‌کنند که آیا منافع عملکردی از دوستوانی وجود دارد (ون لوی و دیگران^{۴۸}، ۲۰۰۵)؟ از سوی دیگر جانی و دیگران (۲۰۱۳)، در یک فرا تحلیل^{۴۹} نشان دادند هنگامی که رشد سازمانی سنجیده می‌شود، دوستوانی سازمانی رابطه مثبتی با عملکرد دارد. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند که شواهد تجربی از اثرات دوستوانی بر روی عملکرد پیچیده است. بعضی از مطالعات رابطه مثبتی را یافته‌اند (گیسون و بیرکین شاو، ۲۰۰۴؛ لاباتکین و دیگران، ۲۰۰۶)، درحالی‌که دیگران ارتباط منفی را یافتند (آتاهنی - جیما^{۵۰}، ۲۰۰۵)، برخی دیگر اثر مشروط (لین و دیگران^{۵۱}، ۲۰۰۷)، برخی شواهد نشان می‌دهد که دوستوانی رابطه منحنی شکل با عملکرد دارد (یانگ و آتاهنی - جیما^{۵۲}، ۲۰۰۷) و تعدادی شواهد دیگر نشان می‌دهد که در کل هیچ رابطه‌ای بین دوستوانی و عملکرد وجود ندارد (ونکاترامان و دیگران^{۵۳}، ۲۰۰۷). گرتس و دیگران^{۵۴} (۲۰۱۰)، با طراحی یک مطالعه طولی و بررسی ۵۳۲ شرکت در یک دوره ۴ ساله، نشان دادند که دوستوانی بر رشد شرکت اثر مثبتی دارد. با توجه به مطالب ارائه شده، فرضیه اول پژوهش بدین گونه ارائه می‌شود:

فرضیه اول: دوستوانی سازمانی بر عملکرد تأثیر دارد.

دوستوانی سازمانی، پویایی‌های محیطی و عملکرد

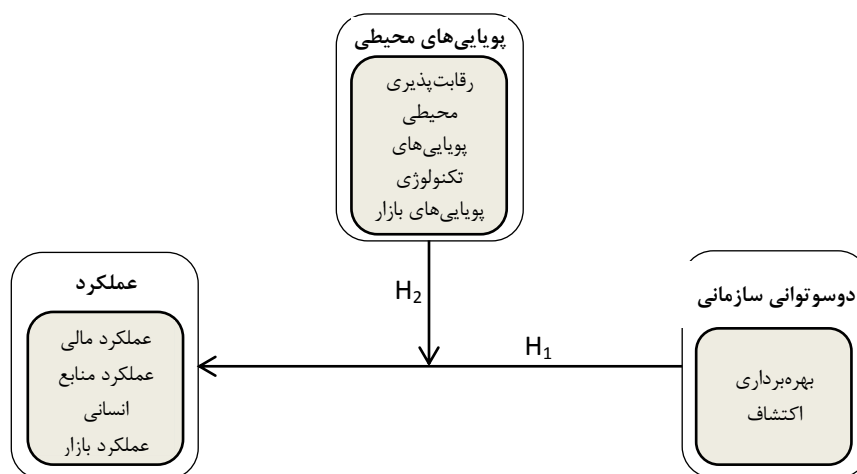
نقش محیط خارجی بر روی عملکرد به طور گسترده ای مورد بررسی قرار گرفته است (گارج و دیگران^{۵۵}، ۲۰۰۳؛ لوینتال و مارچ^{۵۶}، ۱۹۹۳). محیط‌های پایدار، سازمان‌ها را در اداره کردن رویه‌های ایجاد شده همانند اولویت‌های مصرف کننده، تکنولوژی و رقبا توانمند می‌کند (میلر

و فریسن^{۵۷}، ۱۹۸۳). یک محیط پایدار احتمال شناسایی متغیرهای مهم و تأثیرگذار بر روی عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد و در به دست آوردن درک دقیق‌تری از توسعه اثرات بالقوه این متغیرها بر روی سازمان کمک شایان توجهی به مدیران ارشد می‌نماید. مدیران ارشد در این زمینه، از افزایش ثبات و قابلیت پیش‌بینی تغییرات استفاده می‌کنند و توانایی بیشتری برای واکنش دادن و تطبیق با محیط دارند. بنابراین می‌توان گفت که در محیط‌ها با پویایی‌های کم نیاز به معرفی نوآوری‌های جدید مستمر برای افزایش عملکرد لازم نیست چون سازمان‌ها ممکن است از بعد بهره‌برداری دوستوانی سود ببرند. در مقابل، رقابت سازمان‌ها در محیط‌های پویا باید به صورت استراتژی‌های منعطف و کارآمد باشد، زیرا نیازمندی‌های مصرف‌کنندگان و فعالیت‌های رقبا به واکنش‌های سریع نیازمند است (سیدهو و دیگران^{۵۸}، ۲۰۰۴). محققان پیشنهاد می‌کنند که سازمان‌های تخصصی که تنها از اکتشاف یا بهره‌برداری استفاده می‌کنند کارکرد بهتری در محیط‌های غیر پویا دارند در حالی که سازمان‌های غیر تخصصی که از دوستوانی سازمانی (هم اکتشاف و هم بهره‌برداری) استفاده می‌کنند به احتمال زیاد در محیط‌های پویا شکوفا می‌شوند (سیمسک، ۲۰۰۹). هنگامی که سازمان‌ها با موفقیت به دنبال دوستوانی سازمانی در محیط‌های پویا هستند، باید عملکرد سازمان‌ها افزایش یابد، زیرا در حالی که اکتشاف به جلوگیری از منسوخ شدن سریع محصولات و خدمات کمک می‌کند، بهره‌برداری کارایی سیستم را تضمین می‌کند (جانسن و دیگران، ۲۰۰۵). منحصراً تمرکز بر روی اکتشاف و بهره‌برداری برای سازمان خطرناک خواهد بود، چون محیط پویا محصولات و خدمات جاری را منسوخ می‌کند و بلافاصله نیازمند است که یک محصول یا خدمت جدید توسعه یابد (جانسن و دیگران، ۲۰۰۶). بنابراین در محیط‌های پویای دوستوانی باید به افزایش عملکرد منجر شود؛ زیرا بدون سطح مناسبی از دوستوانی، سازمان پویا و تطبیق‌پذیر نخواهد بود. به‌طور مشابه جانسن و دیگران (۲۰۰۶)، گزارش کردند که شواهد نشان می‌دهد که سازمان‌ها می‌توانند در محیط‌ها با پویایی‌ها و پیچیدگی بالا به صورت موفقیت آمیزی به وسیله اکتشاف (گسترش محصولات و خدمات فعلی) و بهره‌برداری (حمایت کردن از بازارهای موجود) عمل کنند. اریلی و تاشمن (۲۰۱۳)، در یک فرا تحلیل بیان می‌کنند که دوستوانی سازمانی برای شرکت‌ها با تکنولوژی بالا و رقابت در بازارهای جدید تحت شرایط عدم اطمینان و پویایی‌های محیطی سودمند است و بر عملکرد آن‌ها اثر مثبتی دارد. سیمسک و دیگران (۲۰۰۹)، به طور نظری استدلال کردند که تأثیر دوستوانی بر روی عملکرد در محیط‌های پویا در مقایسه با محیط‌های کمتر پویا، قوی‌تر می‌باشد. با توجه به مطالب ارائه شده، فرضیه دوم پژوهش بدین گونه ارائه می‌شود:

فرضیه دوم: پویایی‌های محیطی رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد سازمانی را تعدیل می‌کند.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مطالب گفته شده پژوهش حاضر از مدل مفهومی که در شکل (۱) نشان داده شده است پیروی می‌کند که در آن دوستوانی سازمانی باعث به دست آوردن عملکرد بهینه در سازمان‌ها می‌شود و این رابطه توسط پویایی‌های محیطی تعدیل می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش، از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، توصیفی - پیمایشی از نوع تحلیل همبستگی است که در آن رابطه میان متغیرها بر اساس هدف تحقیق تحلیل می‌گردد و به طور مشخص مبتنی بر معادلات ساختاری^{۵۹} است. برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مورد نیاز و پایگاه‌های اطلاعات علمی و مجله‌های الکترونیکی و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است. در پایان برای سنجش و مدل‌سازی روابط میان متغیرها از معادلات ساختاری و نسخه دوم نرم‌افزار اسمارت پی ال اس^{۶۰} استفاده شده است.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در پژوهش حاضر، پرسش‌نامه می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها در این پژوهش از پرسشنامه حاوی ۳۶ سنجه با طیف هفت گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) استفاده شد. برای سنجش متغیرهای تحقیق، شامل دوسوتوانی سازمانی (اکتشاف و بهره‌برداری) که شامل ۱۲ سنجه پرسش‌نامه می‌باشد (هر بعد ۶ سنجه) از مطالعات بنر و تاشمن (۲۰۰۳) و هی و ونگ (۲۰۰۴) بهره برده شد. برای سنجش عملکرد سازمانی در بعد عملکرد مالی (۴ سنجه) از مطالعات پریو و سانتانا (۲۰۱۲) و لئونیدو و دیگران (۲۰۱۳)، در بعد عملکرد منابع انسانی (۴ سنجه) از مطالعات کارملی (۲۰۰۸) و در بعد عملکرد بازار (۴ سنجه) از مطالعات پریو و سانتانا (۲۰۱۲) و لئونیدو و دیگران (۲۰۱۳) استفاده شد. برای سنجش پویایی‌های محیطی در بعد رقابت‌پذیری محیطی (۴ سنجه) از مطالعات یانگ و لی (۲۰۱۱) و جانسن و دیگران (۲۰۰۹)، در بعد پویایی‌های تکنولوژی (۴ سنجه) از مطالعات سو و دیگران (۲۰۱۳) و در بعد پویایی‌های بازار (۴ سنجه) از مطالعات سو و دیگران (۲۰۱۳) و سونگ و دیگران (۲۰۰۷) و لئونیدو و دیگران (۲۰۱۳) بهره برده شده است. برای حصول اطمینان از روایی محتوایی و ظاهری پرسشنامه، ویرایش اولیه آن مورد بررسی متخصصان و صاحب‌نظران در این زمینه قرار گرفت و باتوجه به نظرات و پیشنهادهای آن‌ها اصلاحات لازم بر روی سنجه‌ها انجام شد و پس از تأیید مورد استفاده قرار گرفت.

جامعه آماری این پژوهش را مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت تشکیل می‌دهند، زیرا پیامدهای رفتاری مدیران ارشد تأثیری مستقیم بر سیاست‌ها و راهبردهای سازمانی دارد. برای انتخاب اعضای نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. در ابتدا با همکاری و هماهنگی اداره صنعت، معدن و تجارت استان گیلان فهرستی از مشخصات تمامی شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت تهیه شد؛ سپس محققان به صورت تصادفی ساده با مراجعه به شرکت‌های تولیدی و هماهنگی با اعضای تیم مدیریت ارشد آن‌ها (مدیرعامل و مدیران ارشد اجرایی سازمان)، در جلساتی به ارائه توضیحات لازم پیرامون مفاهیم مطرح شده در پژوهش و پرسش‌نامه پرداختند. پس از پاسخگویی به سؤال‌ها و رفع ابهامات، مدیران ارشد شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت به تکمیل پرسش‌نامه‌ها اقدام نمودند. در نهایت ۱۹۲ پرسش‌نامه بین اعضای تیم‌های مدیریت ارشد شرکت‌های تولیدی شهر صنعتی رشت توزیع شد که از این تعداد، ۱۷۸ پرسش‌نامه برگشت داده شد و مبنای تحلیل داده‌ها قرار گرفت.

برای برازش و آزمودن فرضیه‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، از روش حداقل مربعات جزئی^{۶۱} و نسخه دوم نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. این روش بهترین ابزار

برای تحلیل تحقیقاتی است که روابط بین متغیرها پیچیده، حجم نمونه اندک و توزیع داده‌ها غیرنرمال باشد (دیامانتاپولوس و دیگران^{۶۲}، ۲۰۱۲). از آنجایی که اثر تعاملی دو متغیر با توزیع نرمال در اکثر مواقع دچار چولگی می‌شود بهتر است از روش PLS برای بررسی تحلیل اثر تعاملی استفاده شود که به توزیع نرمال حساسیت نداشته باشد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). بررسی برازش مدل در سه بخش برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

برازش مدل اندازه‌گیری

برای بررسی برازش مدل اندازه‌گیری از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شدو برای سنجش پایایی مدل، از پایایی ترکیبی^{۶۳} و آلفای کرونباخ^{۶۴} استفاده شد. با توجه به معیار AVE^{۶۵} که بالاتر از ۰/۵ (فورنل و لاکر، ۱۹۸۱)، می‌باشد روایی همگرایی مدل و مناسب بودن برازش مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ بود، در نتیجه نتایج پژوهش حاضر در مورد این دو معیار، برازش مناسب مدل را تأیید می‌کند. روایی واگرا که میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها را مقایسه می‌کند در جدول شماره (۱) آمده است.

جدول ۱. ماتریس مقایسه جذر AVE و ضرایب همبستگی سازه‌ها

سازه‌ها	ENCOM	TEDY	MADY	EXPI	EXPR	FP	HP	MP
ENCOM	۰/۷۲۸							
TEDY	۰/۳۳۸	۰/۷۵۴						
MADY	۰/۳۱۴	۰/۷۳۷	۰/۸۴۲					
EXPI	۰/۳۲۵	۰/۳۴۰	۰/۰۹۵	۰/۷۴۸				
EXPR	۰/۱۲۸	۰/۳۳۰	۰/۲۸۴	۰/۶۷۳	۰/۸۰			
FP	۰/۲۰۵	۰/۲۱۲	۰/۳۴۰	۰/۴۰۷	۰/۴۴۷	۰/۹۰		
HP	۰/۱۹۴	۰/۳۳۰	۰/۱۶۰	۰/۵۵۵	۰/۶۱۶	۰/۶۴۰	۰/۸۳۲	
MP	۰/۱۸۳	۰/۱۹۹	۰/۱۷۹	۰/۴۸۵	۰/۵۵۰	۰/۷۶۵	۰/۶۷۴	۰/۸۶۰

همان‌گونه که از جدول (۱) برگرفته از روش فورنل و لاکر^{۶۶} (۱۹۸۱)، مشخص می‌باشد، مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون (پنهان) در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی

ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است. از این رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها در مدل، تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان دیگر، روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری (روش PL)، از ضرایب R^2 و معیار Q^2 استفاده شد. مقادیر R^2 و Q^2 برای سازه‌های مدل در جدول (۲) آمده است.

جدول شماره ۲. مقادیر R^2 و Q^2 سازه‌های مدل

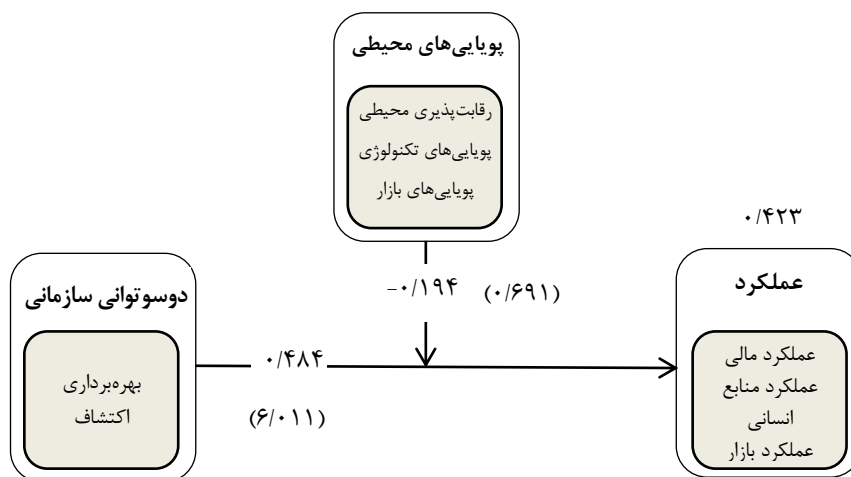
سازه	ENCOM	TEDY	MADY	EXPI	EXPR	FP	HP	MP	PER
R^2	۰/۳۱۳	۰/۷۹۷	۰/۹۱۴	۰/۸۱۱	۰/۸۶۱	۰/۸۲۲	۰/۷۳۰	۰/۸۳۶	۰/۴۲۳
Q^2	۰/۱۴۴	۰/۴۴۴	۰/۵۹۳	۰/۴۵۴	۰/۵۵۰	۰/۶۷۶	۰/۵۳۸	۰/۶۲۲	۰/۲۴۵

برازش مدل کلی

پس از بررسی برازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل، برازش کلی مدل از طریق معیار GOF ^{۶۷} که توسط تننهاوس و همکارانش^{۶۸} ارائه شده است، استفاده شد (تننهاوس و دیگران، ۲۰۰۴). با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (وترلس و دیگران^{۶۹}، ۲۰۰۹)، حاصل شدن ۰/۶۸۷ برای GOF نشان از برازش کلی قوی مدل پژوهش دارد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS نشان می‌دهد که پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، می‌توان به بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخت و به یافته‌های پژوهش رسید. در این بخش ضرایب معناداری Z و ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها بررسی می‌شود. ضرایب معناداری و ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌های مدل در شکل (۲) آمده است. همچنین نتایج آزمون فرضیات در جدول (۳) آمده است.



شکل شماره ۲. ضرایب معناداری T-values و ضرایب مسیر مدل پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵

جدول شماره ۳. نتایج تحلیل حداقل مربعات جزئی و آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه‌های پژوهش	بدون حضور متغیر تعدیل‌گر			با حضور متغیر تعدیل‌گر		
		P-value	T مقدار	ضریب مسیر استاندارد	نتیجه	T مقدار	ضریب مسیر استاندارد
۱	دوستوانی سازمانی ← عملکرد	< ۰/۰۵	۱۴/۰۹۳	۰/۶۲۵	تأیید	۶/۰۱۱	۰/۴۸۴
۲	پویایی‌های محیطی تأثیر دوستوانی سازمانی بر روی عملکرد را تعدیل می‌کند.	< ۰/۰۵			رد	۰/۶۹۱	-۰/۱۹۴

هنگامی که مقادیر ضریب مسیر (t)، در بازه بیشتر از $+1/96$ باشد، بیانگر معنا دار بودن پارامتر مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیه‌های پژوهش است (وینزی و دیگران^۷، ۲۰۱۰). با توجه به مقدار ضریب معناداری به دست آمده برای مسیرهای بین متغیرها، یک فرضیه مدل تأیید و یک فرضیه رد می‌شود. مقدار ضریب معناداری فرضیه اول تحقیق $6/011$ به دست آمده است و نشان می‌دهد که دوستوانی سازمانی به طور مستقیم بر عملکرد تأثیر دارد. مقدار ضریب معناداری برای فرضیه دوم $0/691$ ، و پایین‌تر از $1/96$ می‌باشد که این مطلب حاکی از رد فرضیه و نشان می‌دهد که پویایی‌های محیطی رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد را در شرکت‌های

تولیدی تعدیل نمی‌کند. به عبارتی دیگر در سطح اطمینان ۹۵ درصد نمی‌توان تأیید نمود که متغیر پویایی محیطی، رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد را تعدیل می‌کند. از این رو فرضیه مطرح شده رد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه پویایی‌ها و شرایط تغییرات محیط نقش توانمندی را در ایجاد دوستوانی سازمانی و بهبود عملکرد دارند، مدل مقاله ارزش دوستوانی سازمانی در بهبود عملکرد را روشن می‌سازد. شرکت‌های تولیدی با استفاده از قابلیت‌های بهره‌برداری و اکتشاف می‌توانند به عملکرد مؤثر و مثبت دست یابند.

یافته‌های تحقیق ما نشان داد که دوستوانی سازمانی تأثیر مثبتی بر روی عملکرد سازمانی دارد و باعث بهبود و ارتقای عملکرد می‌گردد. با مقایسه نتایج فرضیه اول تحقیق، با یافته‌های هی و ونگ (۲۰۰۴)، لاباتکین و دیگران (۲۰۰۶)، گیسون و بیرکین شاو (۲۰۰۴)، گرتس و دیگران (۲۰۱۰) و جانی و دیگران (۲۰۱۳)، نتایج تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که پیگیری بهره‌برداری و اکتشاف بر روی عملکرد تأثیر می‌گذارد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که پویایی‌های محیطی در شرکت‌های تولیدی نمی‌تواند نقش تعدیلی در رابطه بین دوستوانی و عملکرد داشته باشد (فرضیه دوم). این یافته تحقیق با نتایج جانسن و دیگران (۲۰۰۵)، سیمسک و دیگران (۲۰۰۹) و اریلی و تاشمن (۲۰۱۳) که تأثیر مثبتی از پویایی‌های محیطی در رابطه بین دوستوانی و عملکرد را به دست آورده‌اند متفاوت می‌باشد. ممکن است که این نتیجه تحقیق به دلیل سیستم‌های ایستای سازمان‌های تولیدی در کشور و عدم رقابت‌پذیری و پویایی اقتصاد کشور به دست آمده باشد. ضمن اینکه تحقیقات این دانشمندان در کشورهای پیشرفته صنعتی انجام شده است که دارای اقتصادی پویا و روبه رشد و بر مبنای اقتصاد دانش‌محور و دانش‌بنیان می‌باشد و هرگونه پویایی محیطی عملکرد سازمان را تحت شعاع قرار می‌دهد در حالی که رشد اقتصادی کشور ما منفی بوده و بیشتر شرکت‌های تولیدی وارد کننده تکنولوژی و فن‌آوری بوده و بر امکانات موجود تکیه دارند. پویایی کسب و کار و رقابت‌پذیری در کشور ما به شدت پایین می‌باشد به طوری که در سال ۲۰۱۳، به گزارش بانک جهانی رتبه ایران از لحاظ کسب و کار ۱۵۲ بوده است.^{۷۱} همچنین برونز و استالکر^{۷۲} (۱۹۶۱)، بیان می‌دارند که شرکت‌های تولیدی در محیط‌های با ثبات با سیستم‌های ایستا توسعه می‌یابند. آنها به یک سیستم مدیریت ماشینی که روابط سلسله‌مراتبی روشن دارد، مسئولیت

و نقش هر کس به خوبی تعریف و شغل او به روشنی توصیف شده است اشاره دارند. در مقابل، شرکت‌های تولیدی در محیط‌های متلاطم با سیستم‌های پویا توسعه می‌یابند. در این سیستم‌ها وظایف رسمی تعریف نشده است، بیشتر مکانیزم‌ها هماهنگی جانبی است و به رسمی‌سازی و تخصصی کردن اتکا نمی‌شود (برنس و استالکر، ۱۶۹۱). تحقیقات بعدی این بینش را تأیید کرد و محققان پذیرفته‌اند که همترازی ساختاری متفاوت، با استراتژی‌ها و محیط‌های متفاوت مرتبط است (اریلی و تاشمن، ۲۰۱۳). اهمیت دوستوانی در بهبود عملکرد، بقای شرکت، نوآوری و کارآفرینی و ایجاد مزیت رقابتی برای رقابت‌پذیری در محیط پویا مورد بحث است (سیمسک و دیگران، ۲۰۰۹). با وجود اینکه پویایی‌های محیطی نتوانست در این پژوهش نقش تعدیل‌گری در رابطه بین دوستوانی سازمانی و عملکرد ایفا کند اما مسلم است که دوستوانی سازمانی بر روی عملکرد سازمان تأثیرگذار است لذا درک و بررسی جنبه‌های خاصی پویایی همچون سرعت تغییر، پیچیدگی، ابهام و غیر قابل پیش بینی بودن در دوستوانی نباید فراموش گردد. عدم توجه به پویایی‌های محیطی باعث خواهد شد تا سازمان‌ها در شناسایی نیازهای مشتریان، حفظ و جذب مشتریان جدید، رقابت‌پذیری با سایر شرکت‌ها، میزان پیشرفت و استفاده از تکنولوژی با شکست مواجه شوند و شاید به دور از حقیقت نباشد که در دنیای کنونی کسب و کار، غفلت و کوتاهی در شناسایی هر یک از این عوامل، سرنوشت یک شرکت را به سمت نابودی سوق خواهد داد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد تا سازمان‌ها با گسترش تحقیق و توسعه به صورت عمیق‌تر و دقیق‌تر به شناسایی این عوامل که برای حیات سازمانی آن‌ها حیاتی می‌باشد، بپردازند. پیشنهاد می‌گردد که شرکت‌های تولیدی با تغییرات در ساختارهای خود و ایجاد انعطاف به دوستوانی دست یابند و عملکرد خود را بهبود دهند. در این شرکت‌ها ایجاد اعتماد بین مدیران و اهمیت آموزش کارگران از عوامل تسهیل‌کننده دوستوانی و بهبود عملکرد می‌باشد. تاشمن و اریلی داشتن یک ساختار غیر متمرکز، فرهنگ مشترک، چشم‌انداز مشترک و مدیران انعطاف‌پذیر را به عنوان منابع کلیدی دوستوانی مطرح کردند. گیسون و بیرکین شوا استدلال می‌کنند که انضباط، کشش، پشتیبانی و اعتماد به هم وابسته هستند و ویژگی‌های مکمل زمینه‌ای هستند که غیرقابل جایگزین می‌باشند، به همین دلیل هر چهار ویژگی باید برای یک واحد کسب و کار به منظور دوستوان شدن و به خوبی عمل کردن، فراهم شود. شرکت‌های تولیدی با داشتن یک چشم‌انداز مشترک، استخدام و انتخاب، آموزش و حرفه‌ای بودن مدیران می‌توانند دست‌یابی به دوستوانی را تسهیل کنند.

برای اطمینان از صحت نتایج به دست آمده می‌توان این روابط را در سایر شرکت‌های تولیدی

نیز آزمون کرد. این کار می‌تواند از انحراف نتایج جلوگیری کند. متغیرهای این پژوهش تأثیر دوسوتوانی سازمانی و بهبود عملکرد را بررسی کرد. بدون شک عوامل مهمی دیگری نیز هستند که بر روی دستیابی سازمان‌ها به دوسوتوانی سازمانی تأثیر می‌گذارند. پیشنهاد می‌گردد که متغیرهای تعدیل‌گر سازمانی همچون استراتژی، ساختار، فرهنگ و تجربه در رابطه بین دوسوتوانی و عملکرد در پژوهش‌های آینده مورد بررسی قرار گیرد. صنعت مورد بررسی می‌تواند عامل تأثیرگذاری بر نتایج تحقیق باشد. با توجه به صنعت خدمات که به نظر می‌رسد از پویایی بالاتری برخوردار باشد، پیشنهاد می‌گردد که این تحقیق در صنعت خدمات اجرا و نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر مقایسه گردد. همچنین تحقیقات آینده می‌تواند در زمینه دوسوتوانی به صورت طولی و در زمان طولانی‌تری طراحی و اجرا گردند.

پی‌نوشت‌ها

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| 1. O'reilly & Tushman | 37. Miller |
| 2. Junni et al | 38. Matusik & Hill |
| 3. Environmental Dynamics | 39. Lumpkin & Dess |
| 4. Organizational Ambidexterity | 40. Technology Dynamics |
| 5. Wang & Li | 41. Moorman & Slotegraaf |
| 6. Ambidexterity | 42. Resource Based View (RBV) |
| 7. Duncan | 43. Bettis & Hitt |
| 8. March | 44. Market Dynamic |
| 9. Gibson & Birkinshaw | 45. Morgan & Berthon |
| 10. Ghemawat et al | 46. He & Wong |
| 11. Holmqvist | 47. Lubatkin et al |
| 12. Exploitation | 48. Van Looy et al |
| 13. Exploration | 49. Meta Analysis |
| 14. Cheng & Van de Ven | 50. Athuahene-Gima |
| 15. Benner & Tushman | 51. Lin et al |
| 16. Ancona et al | 52. Yang & Atuahene-Gima |
| 17. Bolivar- Ramos | 53. Venkatraman et al |
| 18. Simsek et al | 54. Geerts et al |
| 19. Devinney et al | 55. Garg et al |
| 20. Market Performance | 56. Levinthal & March |
| 21. Neokosmidi | 57. Miller & Friesen |
| 22. Baker et al | 58. Sidhu et al |
| 23. Vorhies et al | 59. Structural Equation Modeling |
| 24. Finance Performance | 60. Smart PLS 2 |
| 25. Human Resource Performance | 61. Partial Least Squares |
| 26. Huselid | 62. Diamantopoulos et al |
| 27. Denison | 63. Composite Reliability |

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 28. Dess & Beard | 64. Cronbach's Alpha |
| 29. Jansen et al | 65. Average Variance Extracted |
| 30. Zahra | 66. Fornell & Larcker |
| 31. Sorensen & Stuart | 67. Goodness of Fit |
| 32. Yang & Li | 68. Tenenhaus et al |
| 33. Su et al | 69. Wetzels et al |
| 34. Song et al | 70. Vinzi et al |
| 35. Leonidou et al | 71. سایت بانک www.doingbusiness.org |
| | جهانی کسب و کار به آدرس |
| 36. Environmental Competitiveness | 72. Burns & Stalker |

منابع

- اعرابی، سید محمد، حقیقی، مهدی، (۱۳۸۳)، الگوی هماهنگی تلاطم محیطی و استراتژی سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۴۱ و ۴۲، ۵۳-۷۸.
- پورعبادالهیان، کویج، محسن، صمدزاد، سعیده، وفائی، الهام، (۱۳۸۹)، بررسی الگوی ساختار، رفتار و عملکرد بازار: مطالعه موردی صنایع چرم، کیف و کفش ایران، مجله علمی پژوهشی سیاست‌گذاری اقتصادی، سال دوم، شماره ۳، ۱-۱۹.
- خداداد حسینی، حمید، فتحی، سعید، الهی، شعبان، (۱۳۸۵)، طراحی الگوی تأثیر فناوری اطلاعات بر سنجش‌های عملکرد مالی با رویکرد فرا تحلیل، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۶، ۸۳-۶۱.
- داوری، علی، رضازاده، آرش، (۱۳۹۲)، مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

- Ancona, D. G. Goodman, P. S. Lawrence, B. S. & Tushman, M. L. (2001). Time: A new research lens. *Academy of Management Review*, 26, 645-663.
- Athuahene-Gima, K. (2005). Resolving the capability-rigidity paradox in new product innovation, *Journal of Marketing*, 69(4): 61-83.
- Baker T. Hunt T. & Hawes J. (1999). Marketing strategy and organizational culture. *Journal of Marketing Management*, 9(2), 32-46.
- Benner, M. J. & Tushman, M. L. (2003). Exploration, exploitation, and process management: The productivity dilemma revisited. *Academy of Management Review*, 28, 238-256.
- Bettis, R. A. & Hitt, M. A. (1995). The new competitive landscape. *Strategic management journal*, 16(S1), 7-19.
- Bolivar- Ramos, M. T., García-Morales, V. J., & Garcia-Sanchez, E. (2012). Technological distinctive competencies and organizational learning: Effects on organizational innovation to improve firm performance. *Journal of Engineering and Technology Management*, 29(3), 331-357.

- Burns, T. E. & Stalker, G. M. (1961). The management of innovation. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Carmeli, A. (2008). Top management team behavioral integration and the performance of service organizations. *Group & Organization Management*, 33(6), 712-735.
- Cheng, Y. T. & Van de Ven, A. H. (1996). Learning the innovation journey: Order out of chaos. *Organization Science*, 7(6), 593-614.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: Wiley.
- Dess, G. G. & Beard, D. W. (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative Science Quarterly*, 29(1), 52-73.
- Devinney Timothy M. Pierre J. Richard, George S. Yip, Gerry Johnson. (2004). Measuring Organizational Performance in Management Research: A Synthesis of Measurement Challenges and Approaches. Australian Graduate School of Management, Presented in AOM Conference.
- Diamantopoulos, A. Sarstedt, M. Fuchs, C. Wilczynski, P. & Kaiser, S. (2012). Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-16.
- Duncan, R. B. (1976). *The ambidextrous organization: Designing dual structures for innovation*, In R. H. Kilmann, L. R. Pondy, & D. Slecian (Eds.), *The management of organization*, 1, 167-188, New York: North-Holland.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of marketing research*, 39-50.
- Garg, V. K. Walters, B. A. & Priem, R. L. (2003). Chief executive scanning emphases, environmental dynamism, and manufacturing firm performance. *Strategic Management Journal*, 24, 725-744.
- Geerts, Annalies, Blindenbach-Driessen, Floortje & Gemmel, Paul, (2010). Achieving a balance between exploration and exploitation in service firms: A Longitudinal study, Paper presented at the annual meetings of the Academy of Management.
- Ghemawat, P. Ricart i, Costa, J. (1993). The organizational tension between static and dynamic efficiency, *Strategic Management Journal*, 14, 59-73.
- Gibson, C. B. & Birkinshaw, J. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity, *Academy of Management Journal*, 47(2), 209-226.
- He, Z. Wong, P. (2004). Exploration vs. exploitation: an empirical test of the ambidexterity hypothesis. *Organization Science*, 15, 481-494.

- Holmqvist, M. (2004). Experiential learning processes of exploration and exploitation within and between organizations: An empirical study of product development, *Organization science*, 15, 70–81.
- Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635-672.
- Jansen, J. J. Van den Bosch, F. A. and Volberda, H. W. (2005). Exploratory innovation, exploitative innovation, and ambidexterity: the impact of environmental and organizational antecedents. *Schmalenbach Business Review*, 57, 351–63.
- Jansen, J. J. Van den Bosch, F. A. and Volberda, H. W. (2006). Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: effects of organizational antecedents and environmental moderators. *Management Science*, 52(11), 1661–1674.
- Jansen, J. J. Vera, D. & Crossan, M. (2009). Strategic leadership for exploration and exploitation: The moderating role of environmental dynamism. *The Leadership Quarterly*, 20(1), 5-18.
- Junni, P, Sarala, R. & Taras, V. Tarba, S. (2013). Organizational Ambidexterity and Performance: A Meta- Analysis. *Academy of Management Perspectives*, 27(4), 299-312.
- Leonidou, L. C. Leonidou, C. N. Fotiadis, T. A. & Zeriti, A. (2013). Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance. *Tourism Management*, 35, 94-110.
- Levinthal, D. A. & March, J. G. (1993). The myopia of learning. *Strategic Management Journal*, 14, 95–112.
- Lin, Z. Yang, H. & Demirkan, I. (2007). The performance consequences of ambidexterity in strategic alliance formations: Empirical investigation and computational theorizing. *Management Science*, 53(10), 1645-1658.
- Lubatkin, M. H. Simsek, Z. Ling, Y. and Veiga, J. F. (2006), Ambidexterity and performance in small- to medium-sized firms: the pivotal role of TMT behavioral integration, *Journal of Management*, 32, 646- 672.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-51.
- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2, 71–87.
- Matusik, S. F. C. W. L. Hill. (1998). The utilization of contingent work, knowledge creation, and competitive advantage. *Acad. Management Rev.* 23, 680–697.
- Miller, D. and Friesen, P. H. (1983). ‘Strategy-making and environment: the third link’. *Strategic Management Journal*, 4, 221–35.

- Miller, D. (1987). The structural and environmental correlates of business strategy. *Strategic Management Journal*, 8(1), 55–76.
- Morgan, R. E. & Berthon, P. (2008). Market Orientation, Generative Learning, Innovation Strategy and Business Performance Inter-Relationships in Bioscience Firms. *Journal of Management Studies*, 45(8), 1329-1353.
- Moorman, C. & Slotegraaf, R. J. (1999). The contingency value of complementary capabilities in product development. *Journal of Marketing Research*, 36(2), 239–257.
- Neokosmidi, Z. V. (2005). Advertising, Market Share, and Profitability in the Greek Consumer Industry. *Journal of Business & Economics Research*, 3 (9), 69-76.
- O'Reilly, C. & Tushman, M. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present and future. The Academy of Management Perspectives, amp-2013, Published online before print October 4, 2013.
- Prieto, I. M. & Pilar Pérez Santana, M. (2012). Building ambidexterity: The role of human resource practices in the performance of firms from Spain. *Human Resource Management*, 51(2), 189-211.
- Sidhu, J. Volberda, H. and Commandeur, H. (2004). Exploring exploration orientation and its determinants: some empirical evidence. *Journal of Management Studies*, 41, 913–32.
- Simsek, Z. (2009). Organizational ambidexterity: Towards a multilevel understanding. *Journal of Management Studies*, 46(4), 597-624.
- Simsek, Z. Heavey, C. Veiga, J. F. & Souder, D. (2009). A typology for aligning organizational ambidexterity's conceptualizations, antecedents, and outcomes. *Journal of Management Studies*, 46(5), 864-894.
- Song, M. Di Benedetto, C. A. & Nason, R. W. (2007). Capabilities and financial performance: the moderating effect of strategic type. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 18-34.
- Sorensen, J.B. and Stuart, T.E. (2000), Aging, obsolescence, and organizational innovation, *Administrative Science Quarterly*, 45 (1), 81-112.
- Su, Z. Peng, J. Shen, H. & Xiao, T. (2013). Technological capability, marketing capability, and firm performance in turbulent conditions. *Management and Organization Review*, 9(1), 115-37.
- Tenenhaus, M. Amato, S. & Esposito Vinzi, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modeling. In Proceedings of the XLII SIS scientific meeting, 739-742.
- Tushman, M. L. & O'Reilly, C. A. (1996). Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change, *California Management Review*, 38, 8–30.
- Tushman, M. L. & O'Reilly, C. A. (1997). *Winning through innovation*, Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Tushman, M. L. & O'Reilly, C. A. (2004). The ambidextrous organization. *Harvard Business Review*, 82, 74–81.
- Van Looy, B. Martens, T. Debackere, K. (2005). Organizing for continuous innovation: on the sustainability of ambidextrous organizations, *Creativity and Innovation Management*, 14, 208–221.
- Venkatraman, N. Lee, C. H. & Iyer, B. (2007). *Strategic ambidexterity and sales growth: A longitudinal test in the software sector*, unpublished manuscript, Boston: Boston University.
- Vinzi, V. E. Trinchera, L. & Amato, S. (2010). *PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement*. Handbook of Partial Least Squares, 47-82.
- Vorhies D.W. Morgan R. E. & Autry C.W. (2009). Product-market strategy and the marketing capabilities of the firm: impact on market effectiveness and cash flow performance. *Strategic Management Journal*, 30, 1310–1334.
- Wang, H. & Li, J. (2008). Untangling the effects of overexploration and overexploitation on organizational performance: The moderating role of environmental dynamism. *Journal of Management*, 34 (5), 925-951.
- Wetzels, M. Odekerken-Schroder, G. & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177.
- Yang, H. and Atuahene-Gima, K. (2007), *Ambidexterity in product innovation management: the direct and contingent effects on product development performance*, Paper presented at the Annual Meeting of the Academy of Management, Philadelphia, PA.
- Yang, T.T. and Li, C.R. (2011). Competence exploration and exploitation in new product development: the moderating effects of environmental dynamism and competitiveness, *Management Decision*, 49(9). 1444-1470.
- Zahra, S. A. (1996). Technology strategy and financial performance: Examining the moderating role of the firm's competitive environment. *J. Bus. Venturing*, 11, 189–219.