

بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت (مورد مطالعه: شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)

سعید صحت^۱، محسن یاراحمدی^{۲*}

۱. دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲. استادیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۶/۲۶)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به منظور تحقق این هدف روش پژوهش تلفیقی به کار گرفته شد. به منظور شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های رهبری استراتژیک روش دلفی به کار گرفته شد (کیفی). برای بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد، روش پیمایشی به کار گرفته شد (کمی). جامعه آماری پژوهش در مرحله کیفی، خبرگان حوزه رهبری و مدیریت است. بر اساس روش نمونه‌گیری قضاوتی ۲۴ نفر انتخاب شد. در مرحله کمی، جامعه آماری پژوهش شامل چهار صنعت خودرو، دستگاه‌های برقی، شیمیایی و مواد دارویی است. برای انتخاب شرکت‌ها روش نمونه‌گیری دردسترس به کار گرفته شد که داده‌های ۴۲ شرکت بررسی شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه و داده‌های دست دوم استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها، مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی اجرا شد. بر اساس تحلیل نتایج دلفی، مدلی برای رهبری استراتژیک با سه بُعد و ۱۸ مؤلفه ترسیم شد. نتایج مرحله کمی نشان داد سه متغیر قابلیت‌های فردی، سازمانی و محیطی رهبری استراتژیک در مجموع، ۲۹٫۲ درصد از تغییرات عملکرد را توضیح می‌دهند. در پایان، بر اساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهایی مطرح شده است.

کلیدواژگان

استراتژی، تکنولوژی، رهبری استراتژیک، عملکرد شرکت، مدیریت استراتژیک.

مقدمه

اقتصاد جهانی دورنمای رقابتی جدیدی را به وجود آورده است که در آن رویدادها به طور مداوم و پیش‌بینی نشده تغییر می‌کند. تغییرات شتابان در محیط بیرونی باعث افزایش نیاز به نگرستن به استراتژی و رهبری به عنوان دو روی یک سکه شده است. الزامات محیطی، نیاز به رهبری استراتژیک را، به منظور تفسیر محیط، خلق استراتژی و ایجاد سازمانی که بتواند در چنین بافتی دوام بیاورد، القا می‌کند (Crossan et al., 2008, p.572). در شرایط محیطی پویا و بی‌ثبات، توانایی رهبری استراتژیک به یک ضرورت تبدیل شده است. به عبارت دیگر، رهبری در دوره‌هایی که در آن، تغییرات سریع و رقابت شدید در حال تجربه شدن است، باید به صورت رهبری استراتژیک باشد (Tutar et al., 2011, p.1381).

هدف اصلی رهبری استراتژیک، بقای سازمان در بلندمدت در راستای اهداف اصلی کسب‌وکار است. با وجود این، به طور همزمان دستیابی به سود بالای متوسط را نیز هدف قرار می‌دهد. بنابراین، هدف اولیه رهبری استراتژیک، کسب سود است (Tutar et al., 2011, p.1381). به عبارتی، کانون تمرکز رهبری استراتژیک، مزیت رقابتی پایدار، یا تداوم موفقیت سازمان است (Hughes & Beatty, 2005, p.9). نتایج پژوهش ثروت و همکاران (۲۰۱۱) حاکی از آن است که رابطه قوی و معنادار میان رهبری استراتژیک و عملکرد سازمانی وجود دارد (Sarwat et al., 2011, p.667). طبق اظهارات راو و نجاد (۲۰۰۹)، افول شرکت‌هایی از قبیل جی‌ام و کی‌مارت^۱ و کاهش مداوم ارزش سهام آن‌ها در نتیجه تمرکز بیش از حد رهبران آن‌ها بر فعالیت‌های روزانه و آسیب‌زدن به سایر ابعاد عملکرد یک کسب‌وکار سالم- یا به عبارتی دیگر شکست آن‌ها در نتیجه رهبری مدیریتی^۲ اتفاق افتاده است (Rowe & Nejad, 2009, p.7). در دورنمایی رقابتی، موضوع رهبری استراتژیک به طور فزاینده در حال تبدیل شدن به کانون توجه فعالان کسب‌وکار و

1. GM and K-Mart

2. Managerial leadership

دانشگاهیان است. رهبری در سطح استراتژیک موضوع اصلی است که سازمان‌ها در قرن بیست و یکم با آن مواجهند.

علیرغم تاریخچه طولانی پژوهش‌های مربوط به رهبری، فقط در سال‌های اخیر محققان رفتار سازمانی رهبری استراتژیک را به عنوان یک کانون توجه جداسازی کرده‌اند (Narayanan & Zane, 2009, p.380). محققان اذعان می‌کنند رهبری استراتژیک یک شایستگی پیچیده و چندبعدی است که ریزه‌کاری‌های فراوانی دارد و به همین دلیل مدون کردن آن دشوار است. دلیل این دشواری تا اندازه زیادی به حوزه گسترده رهبری استراتژیک، که ساختار سازمان و متغیرهای محیطی را دربرمی‌گیرد، مربوط می‌شود. این امر به دیدگاهی همه‌جانبه‌تر و کامل‌تری در مقایسه با آنچه معمولاً در نظریه‌های رهبر-پیرو یا سرپرستی حوزه رهبری (مثل مسیر-هدف، اقتضایی و LMX) یافت می‌شود، نیازمند است (Lear, 2012, p.53).

مطالب یادشده حاکی از آن است که اهمیت رهبری استراتژیک به‌روشنی اثبات شده است، اما سؤال‌هایی از این قبیل که معیار یا معیارهای موفقیت رهبری استراتژیک کدامند و این معیارها چگونه در سازمان خود را نشان می‌دهند، کمتر تشریح شده‌اند و پژوهش‌های تجربی درباره آن‌ها انجام نگرفته است. بنابراین، در وهله اول پژوهش حاضر در صدد شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های اصلی مفهوم رهبری استراتژیک با توجه به فضای کاری شرکت‌های ایرانی است. در مرحله بعد، چگونگی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی می‌شود.

دنیای تکنولوژی محور امروزی، راه‌هایی کاملاً جدید را برای مدیران ارشد جهت تدوین استراتژی، تسهیل کار و روابط کاری و خلق ارزش برای سهامداران به وجود آورده است (Sosik et al., 2005, p.47). شرکت‌های تکنولوژی محور شرکت‌هایی‌اند که گرایش زیادی به تحقیق و توسعه دارند و بر نوآوری و کارآفرینی تأکید کرده‌اند و الگوی خاصی از روابط کاری را حفظ می‌کنند (Martin-Rojas et al., 2011, p.990). نمونه آماری پژوهش حاضر از میان این دسته از شرکت‌ها انتخاب شد زیرا در صورتی که رهبران این شرکت‌ها بر فعالیت‌های روزانه متمرکز شده

و از اقدامات بلندمدت و استراتژیک غافل شوند، دستیابی به عملکرد مطلوب ممکن نخواهد بود. همچنین، از آنجا که دسترسی به داده‌های مربوط به عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس آسان است، جامعه آماری از میان شرکت‌های یادشده انتخاب شد. بنابراین، نتایج این پژوهش چگونگی تأثیرگذاری رهبری در سطح استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را شرح خواهد داد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

رهبری استراتژیک

سیر شکل‌گیری مفهوم رهبری استراتژیک: در اواخر دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰ میلادی، رهبری به عنوان یک حوزه مطالعاتی به بن‌بست رسید، به این صورت که نظریه‌های جدید اندکی پا به عرصه نهادند و اندیشمندان برجسته این حوزه، جویای پاسخ به این سؤال که این رشته در مرحله بعد باید کدام سمت برود، نبودند. بلکه این سؤال را مطرح می‌کردند که آیا موضوع رهبری هنوز اهمیت دارد (Baol & Hooijberg, 2001, p.516). در آن زمان، اختلاف نظرهای فراوانی درباره اثر رهبری بر عملکرد وجود داشت طوری که شک‌اندیشان حوزه جامعه‌شناسی سازمانی استدلال می‌کردند تأثیر رفتارهای رهبری بر عملکرد سازمانی کمتر از عوامل محیطی و سازمانی است. در حالی که حامیان استدلال می‌کردند نگرش‌های رهبری تأثیر زیادی بر عملکرد سازمان‌ها دارد. در پاسخ به شک‌اندیشی‌هایی که درباره تأثیر رهبران وجود داشت، چند جریان در پژوهش‌های حوزه رهبری شکل گرفت. در یکی از این پژوهش‌ها، همبریک یک برنامه کاری بلندپروازانه را طراحی کرد که با هدف فراهم کردن استدلال قوی‌تری برای رهبری در متون مدیریت استراتژیک طراحی شده بود و آن را اصطلاحاً «دیدگاه آپراکلنز»^۱ نامید (Elenkov et al., 2005, p.667). به‌طور خلاصه، نظریه اصلی که پشت رهبری استراتژیک قرار دارد، همین «نظریه آپراکلنز» است. بر مبنای این

1. Upper Echelons Theory

نظریه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مدیران ارشد از قبیل سن، تحصیلات، و تجربه بر نوع و میزان اطلاعاتی که آن‌ها به کار می‌گیرند تأثیر می‌گذارد و این امر نیز تصمیم‌های استراتژیک و عملکرد مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Kiyak et al., 2011, p.1522).

تعریف رهبری استراتژیک: تعریف رهبری استراتژیک به دلیل گسترده و پیچیده بودن حوزه آن باعث ایجاد چالش شده است. در اینجا برخی تعریف‌های بیان شده برای رهبری استراتژیک مرور می‌شود. رهبری استراتژیک عبارت است از توانایی نفوذ در دیگران برای اتخاذ داوطلبانه تصمیم‌های روزانه‌ای که دوام^۱ بلندمدت سازمان‌ها را افزایش می‌دهد، در حالی که همزمان موفقیت مالی کوتاه‌مدت آن‌ها را نیز حفظ می‌کند. رهبری استراتژیک به معنی توانایی پیش‌بینی و تجسم آینده، حفظ انعطاف‌پذیری، تفکر استراتژیک و پی‌ریزی تغییراتی است که باعث ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان در آینده خواهد شد (Lear, 2012, pp.1-3). رهبری استراتژیک عبارت است از خلق استراتژی از طریق تحلیل مناسب محیط درونی و بیرونی سازمان، پیاده‌سازی استراتژی مناسب در زمان مناسب، ارزیابی و اتخاذ رفتار مناسبی که مقتضای محیط فعلی است (Tutar et al., 2011, p.1381). مونتگومری^۲ (۲۰۰۸) رهبری استراتژیک را توانایی رهبران در بیان دلیل و برهان برای تداوم وجود سازمان تعریف می‌کند (Mwiinga, 2011, p.9). آیرلند و هایت رهبری استراتژیک را به این شرح تعریف کرده‌اند: توانایی شخصی جهت پیش‌بینی کردن، تجسم کردن، حفظ انعطاف‌پذیری، تفکر استراتژیک، و کارکردن با دیگران به منظور ایجاد تغییراتی که آینده نوبدبخشی را برای سازمان رقم می‌زند (Crossan et al., 2008, p.570). از دیدگاه آموس (۲۰۰۷) رهبری استراتژیک عبارت است از توانایی درک کلیت سازمان و محیطی که سازمان در آن فعالیت می‌کند و به‌کارگیری این شناخت و درک به منظور ایجاد تغییر استراتژیک از طریق سایر افراد سازمان برای تثبیت جایگاه آن در محیط در کوتاه‌مدت و بلندمدت (Amos, 2007, p.3).

1. Viability
2. Montgomery

تمایز رهبری استراتژیک از رهبری تاکتیکی (سرپرستی): از اواسط دهه ۸۰ میلادی شواهدی دال بر تغییر جهت از مطالعه رهبری سرپرستی به سوی مطالعه رهبری استراتژیک وجود دارد. باید میان «رهبری در درون سازمان‌ها»^۱ و «رهبری بر سازمان‌ها»^۲ تمایز قائل شد و تلاش‌ها بر شناسایی موضوع‌های اصلی که به‌ویژه با رهبری در سطح عالی مرتبط است، متمرکز شود (Lear, 2012, p.59). هر چند منابع بی‌شماری برای رهبری سطح استراتژیک وجود دارد، بخش وسیع‌تر مطالعات تحلیلی به رهبری در سطوح پایین‌تر سازمان‌ها پرداخته است. کمتر از ۵ درصد متون نظری بر رهبری مدیران ارشد اختصاص دارد و در مقابل، بخش عمده مطالعات بر رهبری سطح پایین متمرکز کرده است (Story, 2005, p.81). رهبری استراتژیک زمانی به‌کار گرفته می‌شود که تصمیم‌ها و اقدامات رهبران استراتژیک پیامدهای استراتژیکی برای سازمان در پی داشته باشد، و ویژگی‌های آن به این شرح است: ۱. حوزه (اثر) آن گسترده است؛ ۲. اثر آن در یک دوره زمانی بلندمدت احساس می‌شود؛ ۳. اغلب تغییرات سازمانی چشمگیری را دربرمی‌گیرد (Davies & Davies, 2010, p.11).

تلاش نویسندگان به منظور ایجاد تمایز بین رهبری سرپرستی و رهبری استراتژیک و نیز تعیین محتوای رهبری استراتژیک، دو برداشت را درباره چگونگی تمایز رهبری استراتژیک از رهبری سرپرستی آشکار می‌کند که عبارت‌اند از حوزه دسترسی و میزان مشارکت عناصر بیرونی. نفوذ و حوزه تأثیر رهبری استراتژیک، کل سازمان و بخش‌های اصلی آن را دربرمی‌گیرد در حالی که عمدتاً رهبران سرپرستی نفوذ و اثرگذاری را بر زیردستان مستقیم خود اعمال می‌کنند. همچنین، رهبری استراتژیک نه تنها شامل نفوذ و اثرگذاری بر عناصر درونی سازمان، بلکه شامل نفوذ و اثرگذاری بر عناصر بیرونی سازمان نیز می‌شود، اگرچه این قضیه درباره رهبری سرپرستی صدق نمی‌کند (Narayanan & Zane, 2009, p.384).

-
1. leadership in organizations
 2. leadership of organizations

مقایسه رهبری استراتژیک با رهبری آرمانگرا و رهبری مدیریتی: به‌طور عمده رهبران مدیریتی با فعالیت‌های روزمره سازمان سروکار دارند و فاقد چشم‌اندازی بلندمدت برای رشد و ایجاد تغییر در سازمانند. رهبران مدیریتی عمدتاً به نظم و ثبات و توانایی جهت کنترل جزئیات کارهای در حال اجرا نیاز دارند (Rowe & Nejad, 2009, p.6). آن‌ها در تلاش خواهند بود تا کنترل سیستم‌های پاداش، تنبیه و اشکال دیگر مشوق‌ها، تشویق یا اجبار و زور را به دست آورند. از برخی جهات، رهبری مدیریتی مشابه رهبری عمل‌گرا است. برعکس رهبران آرمانگرا به‌طور عمده، آینده‌محور، پیش‌نگر و مخاطره‌پذیرند. این دسته از رهبران عقاید و باورها را مبنای تصمیم‌ها و اقدامات قرار می‌دهند و سعی می‌کنند فهم خود از چشم‌اندازی مطلوب را با سایر افراد سازمان به اشتراک بگذارند. رهبری آرمانگرا از برخی جهات مانند جزء الهام‌بخش رهبری تحول‌گرا است (Lear, 2012, p.34). رهبری استراتژیک، هم آرمانگرا و هم مدیریتی است زیرا این دسته از رهبران، سرمایه‌گذاری‌های مناسبی برای موفقیت و بقا در آینده انجام داده‌اند و در عین حال سطحی مناسب از ثبات مالی را در زمان حال حفظ می‌کنند (Serfontein, 2009, p.54).

ویژگی‌ها و رفتارهای رهبران استراتژیک: دیویس و دیویس (۲۰۰۴) ویژگی‌های افرادی که نقش رهبری استراتژیک را به‌طور موفقیت‌آمیز ایفا می‌کنند و نیز فعالیت‌ها یا رفتارهای استراتژیکی را که رهبران استراتژیک به آن‌ها می‌پردازند، شناسایی کرده‌اند. این محققان عواملی را که به رهبری استراتژیک چه در سطح سازمانی و چه در سطح فردی مربوط است، نیز شناسایی کرده‌اند. آن‌ها ادعا می‌کنند رهبران استراتژیک فعالیت‌هایی را انجام می‌دهند که عبارت‌اند از ترجمه استراتژی به عمل، هماهنگ کردن افراد با سازمان‌ها، تعیین نقاط مداخله استراتژیک اثربخش، و توسعه قابلیت‌های استراتژیک (Davies & Davies, 2004, pp.29-30).

شاخص‌های مربوط به رهبری استراتژیک شامل خلق و ابلاغ چشم‌اندازی درباره آینده؛ بهره‌گیری از شایستگی‌های اصلی و حفظ آن‌ها؛ توسعه ساختارها، فرایندها و کنترل‌های سازمانی؛ توسعه سرمایه انسانی؛ تثبیت یک فرهنگ سازمانی اثربخش؛ و القای سیستم‌های ارزشی اخلاقی به فرهنگ سازمان می‌شوند. رهبران استراتژیک اهداف و استراتژی‌های سازمان را تدوین می‌کنند،

ساختارها، فرایندها، کنترل‌ها و شایستگی‌های اصلی سازمان را توسعه می‌دهند، مشتریان متعدد را مدیریت می‌کنند، مدیران اجرایی اصلی را انتخاب می‌کنند، و نسل بعدی مدیران اجرایی را آماده می‌کنند، جهت را با توجه به استراتژی‌های سازمانی تعیین می‌کنند، یک فرهنگ سازمانی اثربخش را حفظ می‌کنند، سیستمی از ارزش‌های اخلاقی را حمایت می‌کنند و به مشتریان خدمت‌رسانی می‌کنند، همچنین، با آن‌ها مذاکره می‌کنند. در جایی دیگر بیان شده است که اقدامات رهبری استراتژیک اثربخش عبارت است از ۱. متمرکز کردن کانون توجه بر دستاوردها و فرایندها، ۲. تلاش جهت کسب و ارتقای دانش، ۳. ترویج یادگیری و خلاقیت، ۴. بهبود جریان کارها از طریق توجه به روابط، ۵. پیش‌بینی تغییرات محیط داخلی و خارجی، ۶. درپیش‌گرفتن طرز تفکر جهانی، ۷. مصاف کردن با تنوع موجود در منافع ذی‌نفعان متعدد، ۸. آماده‌شدن برای برآوردن نیازهای بلندمدت ضمن برآورده کردن نیازهای کوتاه‌مدت، و ۹. توسعه سرمایه انسانی (Lear, 2012, p.63).

هایت و همکاران (۱۹۹۸) و آیرلند و همکاران (۱۹۹۹) قابلیت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز برای رهبری استراتژیک مؤثر در دورنمای رقابتی مورد انتظار قرن بیست‌ویکم را تشریح کرده‌اند. آن‌ها بیان کردند وظایف رهبران استراتژیک عبارت است از ۱. تعیین و ابلاغ یک چشم‌انداز، ۲. ایجاد شایستگی‌های اصلی پویا، ۳. تأکید بر سرمایه انسانی و بهره‌گیری مؤثر از آن، ۴. سرمایه‌گذاری بر روی توسعه فناوری‌های جدید، ۵. پرداختن به استراتژی‌های ارزشمند، ۶. ایجاد و حفظ یک فرهنگ سازمانی مؤثر، ۷. توسعه و به‌کارگیری کنترل‌های متوازن، و ۸. پرداختن به امور اخلاقی. هاوس و آدیتیا (۱۹۹۷) وظایف اصلی رهبری استراتژیک را به این شرح توصیف می‌کنند: ایجاد تصمیم‌های استراتژیک در ارتباط با کالاها و خدمات سازمان‌ها و بازارها؛ انتخاب مدیران اصلی؛ تخصیص منابع به بخش‌های اصلی سازمان؛ تدوین اهداف و استراتژی سازمان؛ فراهم کردن جهت و مسیر سازمان با در نظر گرفتن قلمرو سازمان؛ مفهوم‌سازی و استقرار طرح‌های سازمانی و زیرساخت‌های اصلی از قبیل سیستم‌های جبران خدمت، اطلاعات و کنترل؛ ارائه سازمان به ذی‌نفعان اصلی از قبیل نهادهای مالی، آژانس‌های دولتی، گروه‌های هوادار مشتری، و نیروی کار؛ و مذاکره با این ذی‌نفعان درباره قوانین و منابع (Crossan, 2008, p.571).

عملکرد شرکت

دیدگاه‌های مختلفی درباره مفهوم عملکرد وجود دارد. عملکرد را می‌توان صرفاً به عنوان نتایج در نظر گرفت. کین (۱۹۹۶) بیان می‌کند عملکرد عبارت است از هر چیزی که شخص به عنوان سابقه از خود به جای می‌گذارد و صرف‌نظر از هدف به وجود می‌آید. به عقیده برنادین و همکاران (۱۹۹۵) عملکرد باید به عنوان نتایج کار تعریف شود زیرا قویترین پیوند را با اهداف استراتژیک سازمان، رضایت مشتری و درآمدهای مالی دارد (Armstrong, 2000, p.3). مهم‌ترین شاخص‌ها یا معیارهای اندازه‌گیری عملکرد عبارت‌اند از معیارهای رشد، نقطه قوت رقابتی، نوآوری، سودآوری (مالی)، استفاده از منابع، توجه به مالکان، توجه به مشتریان، توجه به کارکنان، و توجه به افراد جامعه. از میان گونه‌های مختلف شاخص‌های عملکرد کلی کسب‌وکار، دو گروه بیش از بقیه مورد توجه قرار گرفته‌اند: نخست، شاخص‌های مالی (سودآوری) و دوم، شاخص‌های عملکرد بازار (رشد) (Walker et al., 2003, p.40). از آنجا که بر مبنای متون پژوهش، هدف اولیه رهبری استراتژیک کسب سود است (Tutar et al., 2011) و نیز، رابطه رهبری استراتژیک با سودآوری بررسی شده است (Serfontein, 2010)، در پژوهش حاضر نیز شاخص‌های سودآوری (بازدهی نسبت به فروش، بازدهی کل دارایی‌ها، بازدهی حقوق صاحبان سرمایه) برای سنجش عملکرد به کار گرفته شده است.

پیشینه پژوهش

در جدول ۱ خلاصه نتایج برخی پژوهش‌های انجام‌گرفته درباره رابطه رهبری استراتژیک و عملکرد بیان شده است:

جدول ۱. خلاصه نتایج پژوهش‌های انجام‌گرفته

نویسنده (گان)	نتایج پژوهش
Sarwat et al. (2011)	هدف پژوهش بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد سازمانی با توجه به متغیرهای زمینه‌ای رضایت شغلی و تعهد سازمانی است. نتیجه پژوهش حاکی از آن است که رابطه قوی و معنادار میان رهبری استراتژیک و عملکرد سازمانی وجود دارد.
Serfontein (2010)	هدف پژوهش بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر استراتژی عملیاتی و عملکرد سازمان‌های تجاری

ادامه جدول ۱. خلاصه نتایج پژوهش‌های انجام گرفته

نویننده(گان)	نتایج پژوهش
Aslan et al. (2011)	<p>آفریقایی جنوبی است. نتیجه پژوهش حاکی از آن است که بین رهبری استراتژیک و استراتژی عملیاتی و عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. به علاوه، رهبری استراتژیک با بازگشت دارایی‌ها و درآمد هر سهم ارتباط دارد.</p> <p>هدف پژوهش بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر تغییر استراتژیک و نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط در یک عدم اطمینان محیطی ادراک شده است. نتیجه پژوهش حاکی از آن است که رهبری استراتژیک تحول‌گرا به‌طور مثبت از طریق شناسایی ابهام محیطی بر تغییر استراتژیک و نوآوری تأثیر می‌گذارد. اما رابطه رهبری استراتژیک عمل‌گرا و متغیرهای یادشده معنادار نبود.</p>

به‌طور خلاصه، در بخش مبانی نظری ابتدا متون نظری رهبری استراتژیک مرور شده است و بر مبنای آن ابعاد و مؤلفه‌های اولیه رهبری استراتژیک شناسایی شد. در ادامه، مفهوم عملکرد مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در بخش پیشینه پژوهش نیز پژوهش‌های مرتبط با رابطه رهبری استراتژیک و عملکرد شرکت بیان شد و بدین ترتیب مبنایی برای تدوین فرضیه‌های پژوهش فراهم شد.

روش تحقیق

در این پژوهش، روش پژوهش تلفیقی به‌کار گرفته شد. به عبارتی در این پژوهش روش‌های کیفی و کمی با هم ترکیب شده‌اند. در مرحله اول (بخش کیفی)، هدف پژوهش طبقه‌بندی جدید و جامع از مفهوم رهبری استراتژیک است. برای دستیابی به این هدف روش دلفی اجرا شد. در این مرحله، ابتدا متون پژوهش مطالعه شد، یعنی پژوهش‌های مرتبط با پژوهش در پیشینه رهبری استراتژیک بررسی شد. سپس، بر اساس یافته‌های پژوهش‌های پیشین و ادغام منطقی آن‌ها، ابعاد و مؤلفه‌های این مفهوم استخراج شد. سپس، برای سنجش اعتبار آن‌ها، پرسشنامه خبرگی (دلفی) طراحی شد و در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت. برای نظرسنجی از خبرگان پرسشنامه (با سؤال‌های باز و بسته) به‌کار گرفته شد. جامعه آماری شامل استادان دانشگاه و مدیران ارشد شرکت‌های برتر ایران است. برای انتخاب نمونه‌ها روش نمونه‌گیری قضاوتی به‌کار گرفته شد.

معیار انتخاب به این شرح است: استادانی که مدرک دکتری مدیریت با گرایش‌های سیاستگذاری، مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی داشته‌اند و در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و پژوهشی فعالیت می‌کنند. مدیران ارشد شرکت‌ها نیز شامل مدیران عامل، اعضای هیئت مدیره، معاونت‌ها، و مدیران بخش‌های اصلی شرکت‌ها می‌شود. نمونه آماری شامل ۲۴ نفر است که ۱۲ نفر از استادان دانشگاه‌های دولتی تهران با درجه علمی استادیاری و بالاتر (جدول ۲) و ۱۲ نفر از مدیران شرکت‌های برتر با حداقل ۵ سال سابقه کاری مفید و مدرک لیسانس را دربرمی‌گیرد. شایان ذکر است این شرکت‌ها جزء ۱۰۰ شرکت برتر ایران در سال ۱۳۹۱ بر اساس رتبه‌بندی انجام‌گرفته توسط سازمان مدیریت صنعتی‌اند. در این پژوهش پرسشنامه‌ها به‌طور حضوری به اعضای خبرگان تحویل داده شد.

جدول ۲. تخصص اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها

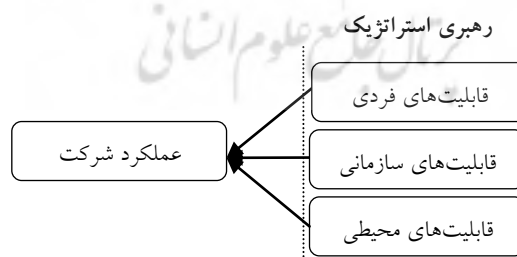
تعداد	مرتبه علمی	گرایش (تخصص)
۴	استادیار	سیاستگذاری
-	دانشیار	
۱	استاد	
۴	استادیار	مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی
۱	دانشیار	
۲	استاد	

در مرحله دوم (بخش کمی)، به منظور بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد، بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های تأییدشده در مرحله اول، الگوی مفهومی پژوهش ترسیم شد. پژوهش حاضر در این مرحله بر حسب هدف کاربردی، و بر حسب ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در صنایع خودرو، دستگاه‌های برقی، شیمیایی، و مواد دارویی است. شرکت‌هایی که سابقه حضور آنها در بورس کمتر از ۳ سال است و نیز هلدینگ‌ها و شرکت‌هایی که به‌طور گروهی اداره می‌شوند، حذف شدند و مابقی آنها که شامل ۶۵ شرکت است، نمونه آماری را تشکیل می‌دهند.

در نهایت، از میان شرکت‌هایی که با پژوهش همکاری کرده‌اند، داده‌های ۴۲ شرکت قابل بررسی بود. برای جمع‌آوری داده‌ها ابزار پرسشنامه و داده‌های دست دوم (مستندات مربوط به عملکرد شرکت‌ها) به کار گرفته شد. برای سنجش متغیر رهبری استراتژیک پرسشنامه محقق‌ساخته با ۲۴ گویه به کار گرفته شد. این گویه‌ها بر اساس مؤلفه‌های تأییدشده رهبری استراتژیک در مرحله کیفی پژوهش (جدول ۳) تدوین شد. برای سنجش عملکرد نیز سه شاخص بازدهی نسبت به فروش (ROS)، بازدهی کل دارایی‌ها (ROA)، بازدهی حقوق صاحبان سرمایه (ROE) به کار گرفته شد. از آنجا که تأثیر اقدامات رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت، طی زمان آشکار می‌شود، در پژوهش حاضر برای سنجش عملکرد میانگین ارقام شاخص‌های مربوط به سه سال آخر منتهی به سال مالی ۱۳۹۱ به کار گرفته شد.

برای بررسی روایی پرسشنامه رهبری استراتژیک نظر استادان (روایی صوری) و روایی سازه، و برای بررسی پایایی آن آزمون آلفای کرونباخ به کار گرفته شد که مقدار آن برای متغیرهای قابلیت‌های فردی ۰/۹۳، قابلیت‌های سازمانی ۰/۸۲، و قابلیت‌های محیطی ۰/۸۸ است. برای پاسخ به فرضیه‌های پژوهش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) با نرم‌افزار SmartPLS اجرا شده است.

بر اساس نتایج مرحله اول (دلفی)، و نیز با توجه به پیشینه پژوهش مبنی بر تأثیرگذاری رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت (Sarwat, 2011; Serfontein, 2010) مدل مفهومی پژوهش در مرحله دوم (پیمایش) شکل گرفت (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل، فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل بیان می‌شود:

۱. قابلیت‌های فردی مورد نیاز رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.
۲. قابلیت‌های سازمانی مورد نیاز رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.
۳. قابلیت‌های محیطی مورد نیاز رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

یافته‌های تحقیق

تحلیل داده‌های مرحله کیفی (دلفی)

در این مرحله برای دستیابی به اجماع نظر خبرگان درباره ابعاد و مؤلفه‌های رهبری استراتژیک روش دلفی در سه مرحله اجرا شد، که نتایج آن به شرح ذیل است:

دور اول دلفی: دور اول پس از استخراج مؤلفه‌های اولیه از متون نظری و ایجاد پرسشنامه‌ای نیمه‌استاندارد، انجام گرفت. پرسشنامه با توجه به سه بعد و ۲۳ مؤلفه مربوط به آن، طراحی شد. پاسخ‌دهندگان به این سؤال که «میزان اهمیت هر کدام از مؤلفه‌ها در مفهوم‌سازی رهبری استراتژیک چقدر است؟» پاسخ می‌دادند. برای سنجش آن‌ها طیف پنج‌گانه لیکرت به کار گرفته شد. در انتهای پرسشنامه، محلی برای اضافه کردن مؤلفه‌ها یا ابعادی دیگر از دیدگاه پاسخگویان در نظر گرفته شد. پس از تکمیل و جمع‌آوری پرسشنامه‌های توزیع شده، نتایج مرحله اول تحلیل شد. با جمع‌آوری ۲۴ پرسشنامه در مرحله اول، تحلیل پرسشنامه‌ها آغاز شد. برای تحلیل، گزینه‌های ۱، ۲ و ۳ از طیف لیکرت، به منزله عدم تأیید و گزینه‌های ۴ و ۵ به منزله تأیید مؤلفه قلمداد شد. ملاک تأیید مؤلفه‌ها اجماع ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان بود به این معنی که مؤلفه‌هایی که حداقل ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان آن را تأیید کرده بودند، تأیید نهایی شد.

دور دوم دلفی: با توجه به پاسخ‌های مرحله اول، پرسشنامه دور دوم دلفی طراحی، و بین اعضای پانل توزیع شد. تحلیل نتایج مرحله اول ضرورت حذف پنج مؤلفه را تأیید کرد. به عبارتی، نتایج دور اول به پاسخ‌دهندگان بازخورد داده شد. در این مرحله از پاسخ‌دهندگان خواسته شد با انتخاب گزینه تأیید یا عدم تأیید نظر نهایی خود را درباره نتایج دور اول اعلام کنند. در این

دور نیز ملاک تأیید، اجماع حداقل ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان بود. نتایج نشان داد همه مؤلفه‌های تأییدشده در دور اول در این دور نیز تأیید شد و میانگین لازم برای حضور در مدل طراحی شده برای دور سوم را به دست آوردند. با توجه به اینکه پاسخ‌گویان شاخص دیگری را برای حضور در مدل پیشنهاد نکردند، به نظر می‌رسد اشباع نظری نیز تا اندازه کافی حاصل شده است. با وجود این در دور سوم، مجدداً مدل طراحی شده از دیدگاه پاسخ‌گویان آزمون شد.

دور سوم دلفی: دور سوم دلفی برای دستیابی به یک هدف کلی انجام گرفت. دریافت نظرهای صاحب‌نظران درباره مدل تدوین شده بر مبنای تحلیل پرسشنامه‌های دور دوم دلفی و تناسب ابعاد و مؤلفه‌های موجود بود. برای این منظور همه ابعاد و مؤلفه‌ها در قالب شکلی در اختیار اعضای پانل قرار گرفت. نتایج تحلیل در این مرحله نشان می‌دهد مدل طراحی شده در مرحله دوم دلفی با سه بعد و ۱۸ مؤلفه تأیید نهایی شد و به علت معرفی نکردن شاخصی جدید، به نظر می‌رسد اجماع و اشباع نظری حاصل شده است. نتایج مراحل دلفی در جدول ۳ بیان شده است.

جدول ۳. نتایج انجام دادن مراحل دلفی

نتیجه نهایی	درصد اجماع دور دوم	درصد اجماع دور اول	مؤلفه‌ها	ابعاد	مفهوم
تأیید	۹۶	۹۶	Aslan et al., 2011; Crossan et al., 2008; Davies & Davies, 2004; Davies & Davies, 2010; Glanz, 2010; Hughes & Beatty, 2005, p.9; Rowe, 2001		تفکر استراتژیک
تأیید	۸۷	۸۳	Aslan et al., 2011; Davies & Davies, 2010; Glanz, 2010; Davies & Davies, 2004	قابلیت‌های فردی (Davies & Davies, 2004)	رهبری استراتژیک
تأیید	۸۳	۸۳	Aslan et al., 2011; Crossan et al., 2008; Tutar, 2011; Davies & Davies, 2004;	قابلیت سازگاری (2004)	
تأیید	۹۲	۹۶	Aslan et al., 2011; Davies & Davies, 2004)		تدبیر

ادامهٔ جدول ۳. نتایج انجام‌دادن مراحل دلفی

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	درصد اجماع دور اول	درصد اجماع دور دوم	نتیجه نهایی
		قابلیت شبکه‌سازی (Glanz, 2010)	۸۳	۸۷	تأیید
		نفوذ استراتژیک (Davies & Davies, 2010; Elenkov et al., 2005; Hughes & Beatty, 2005, p.9;	۹۶	۹۶	تأیید
		اخلاق‌مداری (Hagen et al., 1998; Hitt et al., 2010; Kiyak et al., 2011; Rowe, 2001; Quong & Walker, 2010	۷۵	۷۱	حذف
		نارضایتی (Davies & Davies, 2004; Glanz, 2010	۲۹	۳۳	حذف
		ایجاد چشم‌انداز (Aslan et al., 2011; Crossan et al., 2008; Davies & Davies, 2010; Elenkov et al., 2005; Hitt et al., 2010; Tutar, 2011; Mwiinga, 2011, p.13	۹۶	۹۶	تأیید
		گزینش استراتژی مناسب (Crossan, et al, 2008; Hitt et al., 2010; Rowe, 2001; Sosik et al., 2005; Tutar, 2011; Mwiinga, 2011, p.13	۸۷	۹۲	تأیید
	قابلیت‌های سازمانی	ترجمه استراتژی به عمل (Davies & Davies, 2004; Davies & Davies, 2010	۷۵	۷۱	حذف
	Davies & Davies,) (2004	ایجاد فرهنگ سازمانی اثربخش (Hagen et al., 1998; Hitt et al., 2010; Tutar, 2011;	۹۲	۸۷	تأیید
		توسعهٔ سرمایه انسانی (Aslan et al., 2011; Davies & Davies, 2010; Hagen et al., 1998; Hitt et al., 2010; Mwiinga, 2011, p.13; Serfontein, 2010, p.55	۸۳	۸۷	تأیید
		ایجاد شایستگی‌های محوری (Hagen et al., 1998; Hitt et al., 2010	۹۶	۹۲	تأیید
		ترویج نوآوری (Aslan et al., 2011; Serfontein, 2010, p.55; Sosik et al., 2005	۷۵	۷۱	حذف

ادامه جدول ۳. نتایج انجام دادن مراحل دلفی

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	درصد اجماع دور اول	درصد اجماع دور دوم	نتیجه نهایی
		استقرار ساختار سازمانی مناسب (Aslan et al., 2011; Crossan et al., 2008; Tutar, 2011; Davies & Davies, 2004)	۸۳	۸۳	تأیید
		تعیین نقاط مداخله مؤثر (Davies & Davies, 2004)	۷۵	۶۷	حذف
		استقرار کنترل استراتژیک (Hagen et al., 1998; Hitt et al., 2010)	۹۲	۸۷	تأیید
		تحلیل محیط اقتصادی (دیوید، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲؛ پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳؛ هانگر و ویلن، ۱۳۸۶، ص ۶۱)	۱۰۰	۱۰۰	تأیید
		تحلیل محیط اجتماعی - فرهنگی (دیوید، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲؛ پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳؛ هانگر و ویلن، ۱۳۸۶، ص ۶۱)	۸۳	۹۲	تأیید
قابلیت‌های محیطی		تحلیل محیط سیاسی - قانونی (دیوید، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲؛ پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳؛ هانگر و ویلن، ۱۳۸۶، ص ۶۱)	۸۳	۸۷	تأیید
		تحلیل محیط فناوری (دیوید، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲؛ پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳؛ هانگر و ویلن، ۱۳۸۶، ص ۶۱)	۸۳	۸۷	تأیید
		تحلیل محیط رقابتی (دیوید، ۱۳۸۶، ص ۲۱۲؛ پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳)	۱۰۰	۱۰۰	تأیید

تحلیل داده‌های مرحله کمی (پیمایش)

بخش اول: آمار توصیفی

پاسخ‌دهندگان ۵۱ نفر از مدیران بودند. به لحاظ جنسیت ۹۶ درصد مرد و ۴ درصد زن بودند. به

لحاظ سن ۴ درصد زیر ۳۰ سال، ۴۱ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۳۵ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، و ۲۰ درصد بیشتر از ۵۰ سال بودند. به لحاظ تحصیلات ۱۰ درصد فوق‌دیپلم، ۵۳ درصد لیسانس، و ۳۷ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر بودند. به لحاظ سابقه کار، ۸ درصد کمتر از ۵ سال، ۱۶ درصد بین ۵ تا ۹ سال، ۴۳ درصد بین ۱۰ تا ۱۴ سال، ۲۹ درصد بین ۱۵ تا ۱۹ سال، و ۴ درصد بیشتر از ۲۰ سال بودند.

بخش دوم: آمار استنباطی

اعتبارسنجی مدل‌های اندازه‌گیری: معیارهای اعتبارسنجی مدل اندازه‌گیری در جدول ۴ به‌طور خلاصه بیان می‌شود. این جدول شاخص‌های روایی، پایایی و توصیفی را برای همه متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد.

جدول ۴. شاخص‌های روایی، پایایی و توصیفی

متغیرهای پنهان	متوسط واریانس استخراجی (AVE) ^۱	روایی ترکیبی (CR) ^۲	آلفای کرونباخ (CA) ^۳	میانگین
قابلیت‌های سازمانی	۰،۴۰۶۵	۰،۸۵۹۲	۰،۸۲۲۲	۳،۲۸۱۱
قابلیت‌های فردی	۰،۶۷۲۷	۰،۹۴۸۵	۰،۹۳۸۷	۳،۲۸۴۹
قابلیت‌های محیطی	۰،۶۶۳	۰،۹۰۵۹	۰،۸۸۸۵	۳،۷۲۶۳

علاوه بر روایی سازه که برای بررسی اهمیت نشانگرهای انتخاب‌شده برای اندازه‌گیری سازه‌ها به‌کار گرفته می‌شود، روایی تشخیصی^۴ نیز در پژوهش حاضر مورد نظر است به این معنا که نشانگرهای هر سازه در نهایت تفکیکی مناسب را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم کنند. به عبارت ساده‌تر، هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آن‌ها

1. Average Variance Extracted (AVE)
2. Composite Reliability (CR)
3. Cronbach's alpha (CA)
4. Discriminant Validity

طوری باشد که همه سازه‌های به‌خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) مشخص شد میانگین واریانس استخراج‌شده همه سازه‌های مورد مطالعه بالاتر از ۰/۵ است. در واقع، شاخص سازگاری ترکیبی نسبت مجموع بارهای عاملی متغیرهای مکنون به مجموع بارهای عاملی به علاوه واریانس خطا است. مقادیر آن بین ۰ تا ۱ است و جایگزینی برای آلفای کرونباخ است. مقدار این شاخص نباید کمتر از ۰/۷ باشد. شاخص آلفای کرونباخ میزان بارگیری همزمان متغیرهای مکنون یا سازه را در زمان افزایش یک متغیر آشکار اندازه‌گیری می‌کند. مقدار این شاخص از ۰ تا ۱ است و نباید کمتر از ۰/۷ باشد. ستون آخر این جدول متوسط نمره‌های مشاهده‌شده برای هر متغیر را به تفکیک نشان می‌دهد. با توجه به انتخاب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای برای سؤال‌های تشکیل‌دهنده متغیرهای پژوهش، باید مقادیر حاصل از نظرهای پاسخگویان را بررسی کرد تا ارزیابی پاسخ‌دهندگان از وضعیت موجود متغیرهای پژوهش مشخص شود. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، همه متغیرهای پژوهش بالاتر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب در سازمان است.

شاخص نیکویی برازش مدل (GOF): این شاخص سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهد و برابر است با:

$$GOF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

که در آن \overline{AVE} و R^2 میانگین AVE و R^2 است. شاخص GOF بیش از ۰/۵، مدل را نشان می‌دهد (Chin, 1998). برای این مدل مقدار شاخص نیکویی برازش برابر ۰/۵۴۶ است و نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است. به بیان ساده‌تر، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازشی مناسب دارد و این بیان‌کننده همسوس بودن سؤال‌ها با سازه‌های نظری است.

طبق شاخص ریشه دوم میانگین واریانس تبیین‌شده، واریانس هر متغیر مکنون، باید برای شاخص‌های مربوط به خودش بیشتر از سایر شاخص‌ها باشد. برای تشخیص این امر ابتدا جذر

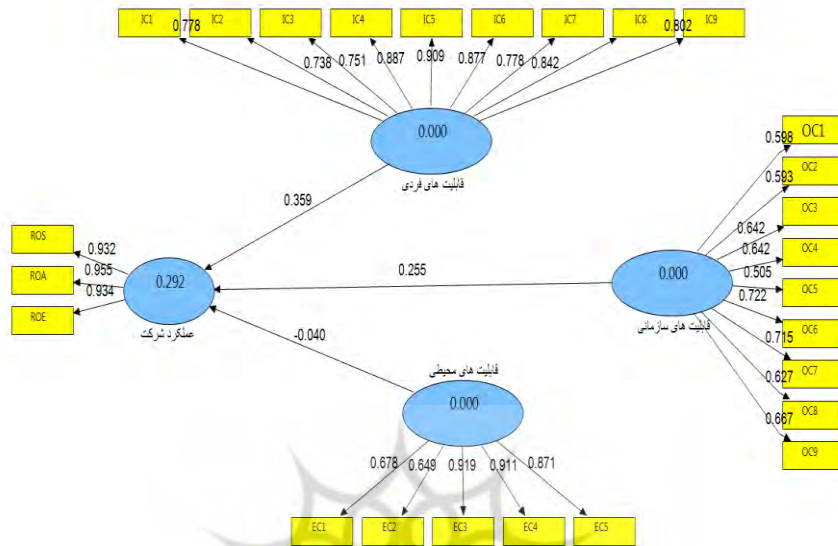
AVE متغیر مکنون را محاسبه و سپس، حاصل با مقادیر همبستگی‌ای که این متغیر مکنون با سایر متغیرهای مکنون داشته مقایسه می‌شود. باید حاصل جذر AVE از مقادیر همبستگی‌ها بیشتر باشد. این کار برای سایر متغیرهای مکنون نیز تکرار می‌شود (Fornell & Lacker, 1981). همان‌طور که در جدول ۵ مشخص است، مقدار ریشه دوم شاخص میانگین واریانس تبیین‌شده، برای همه متغیرها، از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها بیشتر است. برای مثال ریشه دوم میانگین واریانس تبیین‌شده برای عملکرد شرکت ۹۴ درصد به دست آمد که از مقدار همبستگی این متغیر با سایر متغیرها بیشتر است. پایین قطر اصلی ضرایب همبستگی پیرسون نشان داده شده است. ضریب مثبت نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم، و ضریب منفی نشان‌دهنده رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر است. همه ضرایب در سطح خطای کمتر از ۱ درصد معنادارند.

جدول ۵. ضرایب همبستگی پیرسون و شاخص روانی منفک

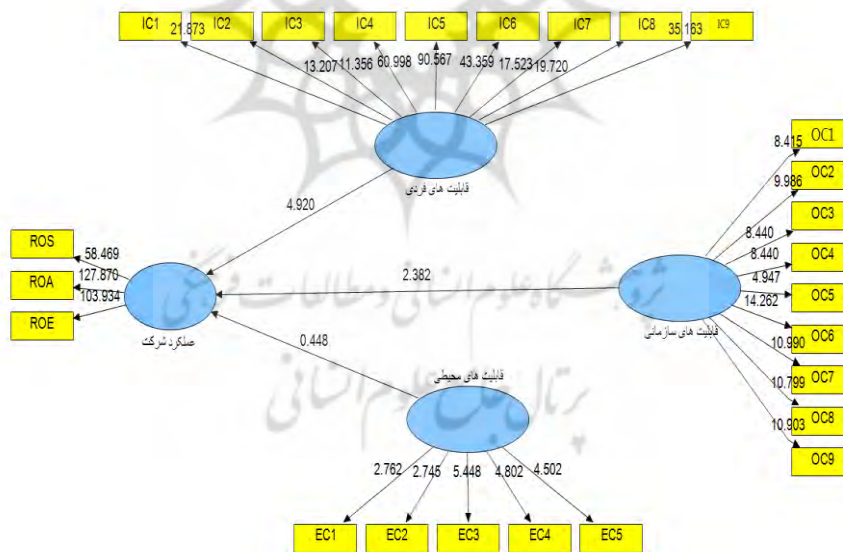
متغیرهای پنهان	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)
عملکرد شرکت	۰,۹۴			
قابلیت‌های سازمانی	۰,۴۶۸۱	۰,۷۱۲		
قابلیت‌های فردی	۰,۴۹۹۸	۰,۵۸۱	۰,۸۲	
قابلیت‌های محیطی	۰,۰۸۸۴	۰,۴۶۵۵	۰,۱۶۹۱	۰,۸۱۴

** قطر اصلی ریشه دوم میانگین واریانس تبیین‌شده (AVE) را نشان می‌دهد.

شکل‌های ۲ و ۳ مدل تحلیلی پژوهش را در حالت تخمین ضرایب استاندارد و معناداری (-t value) نشان می‌دهند. هر متغیر در مدل معادلات ساختاری می‌تواند هم به عنوان یک متغیر درون‌زا و هم یک متغیر برون‌زا در نظر گرفته شود. متغیرهای قابلیت‌های فردی، سازمانی و محیطی برون‌زا و متغیر عملکرد شرکت درون‌زا می‌باشند. همه ضرایب با به‌کارگیری آماره آزمون می‌شوند. طبق این مدل، اگر مقدار آماره تی از ۱,۹۶ بیشتر باشد، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار است.



شکل ۲. مدل پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد



شکل ۳. مدل پژوهش در حالت معناداری ضرایب (t-value)

نتایج آزمون فرضیه های پژوهش: در جدول ۶، نتایج آزمون فرضیه های نشان داده شده است.

جدول ۶. ضرایب مسیر، آماره تی، سطح معناداری و نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	ضریب تأثیر	آماره تی	ضریب تعیین	سطح معناداری	نتیجه
قابلیت‌های سازمانی -> عملکرد شرکت	۰,۲۵۶	۲,۳۸۲		$P < 0,01$	تأیید
قابلیت‌های فردی -> عملکرد شرکت	۰,۳۵۹	۴,۹۲۰	۰,۲۹۲	$P < 0,05$	تأیید
قابلیت‌های محیطی -> عملکرد شرکت	-۰,۰۴۱	-۰,۴۴۸		$P > 0,05$	رد

$|t| > 1.96$ Significant at $P < 0.05$

$|t| > 2.58$ Significant at $P < 0.01$

طبق ضرایب مسیر و آماره تی که در جدول ۶ نشان داده شده است، مقدار تی برای اثر قابلیت‌های سازمانی و فردی، بزرگتر از ۱,۹۶ محاسبه شده است. لذا می‌توان گفت و معنادار است. مقدار تی برای اثر قابلیت‌های محیطی، کوچکتر از ۱,۹۶ محاسبه شده است. لذا می‌توان گفت در سطح خطای کمتر از ۵ درصد قابلیت‌های محیطی بر عملکرد دارای اثری معنادار به لحاظ آماری نیست. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد سه متغیر قابلیت‌های فردی، سازمانی و محیطی در مجموع، ۲۹,۲ درصد از تغییرات عملکرد را توضیح می‌دهند. با توجه به مقدار ضریب استاندارد می‌توان گفت سهم قابلیت‌های فردی بیش از قابلیت‌های سازمانی است (مقدار ضریب بیشتری دارد).

بحث و نتیجه

همان‌طور که پیش از این بیان شد، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. از آنجا که درباره ابعاد و مؤلفه‌های رهبری استراتژیک کمتر پژوهش شده است، شناسایی آن‌ها مرحله نخست پژوهش (بخش کیفی) را شکل می‌دهد. برای دستیابی به این هدف روش دلفی اجرا شد. بر اساس تحلیل داده‌های مراحل دلفی، الگوی رهبری استراتژیک با سه بعد و ۱۸ مؤلفه استخراج شد. ابعاد و مؤلفه‌های تأیید شده به این شرح است: ۱. بُعد قابلیت‌های فردی: این بُعد به قابلیت‌ها و توانمندی‌های فردی مورد نیاز برای رهبری در سطح استراتژیک سازمان اشاره می‌کند. مؤلفه‌های این بُعد عبارت‌اند از تفکر استراتژیک، قابلیت جذب، قابلیت سازگاری، تدبیر، قابلیت شبکه‌سازی، و نفوذ استراتژیک؛ ۲. بُعد قابلیت‌های سازمانی: این بُعد به قابلیت‌ها و توانمندی‌های

سازمانی مورد نیاز برای رهبری در سطح استراتژیک سازمان اشاره می‌کند. مؤلفه‌های این بُعد عبارت‌اند از ایجاد چشم‌انداز، گزینش استراتژی مناسب، استقرار ساختار سازمانی مناسب، ایجاد فرهنگ سازمانی اثربخش، توسعه سرمایه انسانی، ایجاد شایستگی‌های محوری، و استقرار کنترل استراتژیک؛ ۳. بُعد قابلیت‌های محیطی: این بُعد به قابلیت‌ها و توانمندی‌های محیطی مورد نیاز برای رهبری در سطح استراتژیک سازمان اشاره می‌کند. مؤلفه‌های این بُعد عبارت‌اند از تحلیل محیط اقتصادی، تحلیل محیط اجتماعی- فرهنگی، تحلیل محیط سیاسی- قانونی، تحلیل محیط فناوری، و تحلیل محیط رقابتی.

در مرحله دوم (بخش کمی)، هدف پژوهش بررسی تأثیر رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های تکنولوژی محور پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در صنایع خودرو، دستگاه‌های برقی، شیمیایی، و مواد دارویی است. برای دستیابی به این هدف روش پیمایشی به کار گرفته شد. بر اساس نتایج مرحله اول و نیز متون نظری موضوع، الگوی مفهومی پژوهش ترسیم شد. بر مبنای الگوی مفهومی، فرضیه‌های پژوهش شکل گرفت. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که دو بُعد قابلیت‌های فردی و قابلیت‌های سازمانی تأثیر معنادار بر عملکرد دارند اما این نتیجه برای قابلیت‌های محیطی صدق نمی‌کند. یعنی اثر قابلیت‌های محیطی بر عملکرد شرکت معنادار نیست. مقدار ضریب تعیین نشان داد سه متغیر قابلیت‌های فردی، سازمانی و محیطی در مجموع، ۲۹٫۲ درصد از تغییرات عملکرد را توضیح می‌دهند.

به‌طور کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های ثروت و همکاران (۲۰۱۱) و سرفونتن (۲۰۱۰) همخوانی کامل دارد. درباره نتایج پژوهش اسلان (۲۰۱۱) نیز می‌توان با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی بیان کرد که نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش یادشده همخوانی دارد. نتیجه پژوهش اسلان (۲۰۱۱) نشان داد رهبری استراتژیک اثر مثبت بر نوآوری دارد. با توجه به اینکه بر مبنای پژوهش‌های پیشین، نوآوری می‌تواند به بهبود عملکرد منجر شود. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت نتیجه این پژوهش با نتیجه پژوهش آن‌ها در یک راستا است. همچنین، نتیجه این پژوهش با متون نظری موضوع که

هدف اولیه رهبری استراتژیک را کسب سود (Tutar et al., 2011) می‌داند، نیز همخوانی دارد. زیرا در این پژوهش شاخص‌های سودآوری برای سنجش عملکرد به کار گرفته شد. بر اساس نتایج بخش کیفی پژوهش (دلفی)، مدلی از رهبری استراتژیک ترسیم شد که می‌توان گفت از آنجا که اعتبارسنجی ابعاد و مؤلفه‌های آن توسط خبرگان داخلی انجام گرفته است، مدل بومی‌سازی شده است. بنابراین، از دستاوردهای پژوهش حاضر در این بخش از نتایج، کمک به توسعه نظری مفهوم رهبری استراتژیک است و می‌تواند پژوهش‌های داخلی موجود در زمینه رهبری را به سمت رهبری در سطح استراتژیک سازمان‌ها و شرکت‌ها هدایت کند. رواج رهبری مدیریتی و فقدان رهبری استراتژیک یکی از مسائل اساسی است که سازمان‌های مدرن با آن مواجهند. رهبران مدیریتی به‌طور عمده با فعالیت‌های روزمره سازمان سروکار دارند و فاقد چشم‌اندازی بلندمدت برای رشد و ایجاد تغییر در سازمانند (Rowe, 2009). نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد رهبری استراتژیک تأثیر معنادار بر عملکرد شرکت دارد. با توجه به تغییرات شتابان محیطی، توصیه می‌شود شرکت‌های مورد مطالعه، به موضوع رهبری در سطح استراتژیک شرکت مبذول توجه بیشتری کنند.

پیشنهادها

پیشنهادهای مبتنی بر نتایج پژوهش: نتیجه آزمون فرضیه اول نشان می‌دهد تأثیر قابلیت‌های فردی مورد نیاز رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت مثبت و معنادار است و ضریب مسیر فرضیه اول ۰/۳۵۹ است. به همین ترتیب، نتیجه آزمون فرضیه دوم نشان می‌دهد تأثیر قابلیت‌های سازمانی مورد نیاز رهبری استراتژیک بر عملکرد شرکت مثبت و معنادار بوده و ضریب مسیر این فرضیه نیز ۰/۲۵۶ است. بنابراین، به مسئولان و برنامه‌ریزان ارشد شرکت‌های مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود جهت بهبود عملکرد شرکت‌های خود از طریق توسعه رهبری استراتژیک، موارد ذیل را مدنظر داشته باشند:

۱. از آنجا که مدیران ارشد مسئولیت عملکرد کلی شرکت‌ها را به عهده دارند و به نوعی رهبر استراتژیک شرکت محسوب می‌شوند، پیشنهاد می‌شود به هنگام انتخاب و جایگزینی این

دسته از مدیران، قابلیت‌ها و توانمندی‌های آن‌ها در حوزه رهبری استراتژیک را ارزیابی کنند.

۲. از آنجا که توانمندی‌ها و مهارت‌های رهبری آموختنی و اکتسابی‌اند به شرکت‌های مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود برنامه‌هایی را جهت توسعه قابلیت‌ها و توانمندی‌های مدیران ارشد در حوزه رهبری استراتژیک تدوین و اجرا کنند.

۳. ضرورت داشتن نگاه استراتژیک در مدیران ارشد از جمله مهم‌ترین ضروریات پذیرش مسئولیت در سطوح بالای سازمان است. پیشنهاد می‌شود، برنامه‌های آموزشی برای تقویت تفکر استراتژیک در این دسته مدیران تدوین و اجرا شود.

۴. از آنجا که اغلب مدیران شرکت‌های مورد مطالعه فارغ‌التحصیل رشته‌های غیرمرتبط با حوزه مدیریت و رهبری‌اند، پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی در ارتباط با اصول برنامه‌ریزی، طراحی ساختار سازمانی و مدیریت نیروی انسانی برای این دسته از مدیران برگزار شود.

پیشنهاد به پژوهشگران آتی

بر مبنای نتایج تحقیق پیشنهادهای زیر مطرح می‌شود:

۱. شناسایی متغیرهایی که نقش میانجی را در رابطه میان رهبری استراتژیک و عملکرد شرکت ایفا می‌کنند.
۲. استفاده صرف از شاخص‌های سودآوری برای سنجش عملکرد شرکت از محدودیت‌های این پژوهش به حساب می‌آید. به محققان آتی پیشنهاد می‌شود پژوهش حاضر را با به‌کارگیری سایر شاخص‌های مالی و غیرمالی عملکرد تکرار کنند.
۳. از آنجا که مدل ترسیم‌شده برای رهبری استراتژیک، در بافت شرکت‌های تجاری آزمون شد، پیشنهاد می‌شود جهت تعمیم‌پذیری آن، از نظرهای مدیران سازمان‌های دولتی و عمومی نیز بهره گرفته شود.
۴. پیشنهاد می‌شود از طریق سایر روش‌های تحقیق کیفی مانند نظریه برخاسته از داده‌ها، غنای مدل و متغیرهای بیشتری در مدل لحاظ شود.

منابع و مأخذ

۱. پیرس و رایبسون (۱۳۸۵). برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک. ترجمه سهراب خلیلی شورینی، چاپ چهارم، تهران، انتشارات یادواره کتاب.
۲. دیوید، فرد آر. (۱۳۸۶). مدیریت استراتژیک. ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، چاپ دهم، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. هانگر، جی. دیوید و ویلن، تامس (۱۳۸۶). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ دوم، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
4. Amos, T. (2007). Strategic Leadership: Key Driver for strategic implementation . *Management Today*, 23(4), 38-41.
5. Armstrong, Michael (2000). *Performanc Management: Key strategies and practical guidelins*. 2nd edition, London, Kogan page.
6. Aslan Sebnem, Diken Ahmet; Shendogdu, A. Alan (2011). Investigation of the effects of strategic leadership on strategic change and innovations of SMEs in a perceived environmental uncertainty . *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 627-642.
7. Boal, K. B.; Hooijberg, R. (2001). Strategic leadership research: moving on . *Leadership Quarterly*, 11(4), 515° 549.
8. Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling . In *Modern Methods for Business Research*, Marcoulides, G. A. (ed.), *Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah*, NJ, 1295-1336.
9. Crossan, Mary; Vera, Dusya; Nanjad, Len (2008). Transcendent leadership: Strategic leadership in dynamic environments . *The Leadership Quarterly*, 19, 569-581.
10. Davies, B. J.; Davies, B. (2004). Strategic leadership . *School Leadership and Management*, 24(1), 30° 38.
11. Davies, Brent; Davies, Barbara J. (2010). The nature and dimensions of strategic leadership *ISEA*, 38(1), 5-21.
12. Elenkov, D. S.; Judge, W.; Wright, P. (2005). Strategic leadership and executive innovation influence: an international multi-cluster comparative study . *Strategic Management Journal*, 26, 665° 682.
13. Fornell, C.; Lacker, D. F. (1981). Evaluation structural equation models with unobserved variables and measurement error, *Marketing Research*, 18(1), 39-50.
14. Glanz, Jeffery (2010). Justice and caring: power, politics and ethics in strategic leadership *ISEA*, 38(1), 66-86.
15. Hagen, A. F.; Hassan, M. T.; Amin, S. G. (1998). Critical strategic leadership components: an empirical investigation . *SAM Advanced Management*, 63(3), 39° 44.

16. Hit, Michael; Hayne, Katalin Takacs; Serpa, Roy (2010). Strategic leadership for the 21 century . *Business Horizons*, 53, 437-444.
17. Hughes, Richard L.; Beatty, Katherine M. (2005). *Becoming a strategic leader: Your Role in Your Organization's Enduring Success*. NewYork, Jossey-Bass.
18. Kiyak mithat, Bozaykut; Tuba, Gun gorpiuar; Aktas, Esra (2011). Strategic leadership styles and organization financial performance: A qualitative study on private hospitals . *7th international strategic management conference, Procedia social and behavioral sciences*, 24(2011), 1521-1529.
19. Lear, Lorraine Wendy (2012). *The relationship between strategic Leadership and strategic alignment in light-performing companies in south Africa*". Ph.D thesis, Graduate school of business leadership, University of south Africa.
20. Martin-Rojas, Rodrigo; Garcia-Morales, Victor J.; Garcia-Sanchez, Encarnacion (2011). The influence on corporate entrepreneurship of technological variables *Industrial Management & Data Systems*, 111(7), 984-1005.
21. Mwiinga, Godfrey (2011). *Role of CEO personality in strategic leadership, A research project submitted to the Gordon Institute of Business Science*. University of Pretoria, in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Business Administration.
22. Narayanan, V. K.; Zane, Lee J. (2009). Inventing a future for strategic leadership: Phenomenal variety and epistemic opportunities . *Journal of strategy and management*, 2(4), 380-404.
23. Quong, Terry; Walker, Allan (2010). Seven Principles of Strategic Leadership . *ISEA* , 38(1), 22-35.
24. Rowe, G.; Nejad, M. H. (2009). Strategic leadership: short-term stability and long-term viability . *Ivey Business Journal*, 73(5), 6° 11.
25. Rowe, Glenn W. (2001). Creating wealth in organizations: The role of strategic leadership . *The Academy of Management Perspectives*, 15(1), 81-94.
26. Sarwat, Nosheen; Khansa, Hayat; Javeria, Ashfaq Qureshi; Mehwish, Ali (2011). Impact of Strategic Leadership on Organizational Performance, in the Context of Job Satisfaction and Organizational Commitment, Evidence form Educational Institutions of Pakistan . *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Rersearch In Business*, 3(4), 658-375.
27. Serfontein, Jacob Jacobus (2010). *The impact of strategic leadership on the operational strategy and performance of business organizations in south Africa*, ph.D thesis, University of Stellenbosch.
28. Sosik, John J.; Jung, Don I.; Berson, Yair; Dionne, Shelley D.; Jaussi, Kimberly S. (2005). The strategic leadership of top executives in high- tech organizations . *Organizational Dynamics*, 34(1), 47-61.
29. Storey, J. (2005). "What next for strategic-level leadership research?", SAGE Publications, 1(1), 89° 104.
30. Tutar, Hasan; Altinoz, Mehmet; Cakiroglo, Demet (2011). Is ethical Leadership and strategic leadership a dilemma? A descriptive survey . *7th international strategic management conference. Procedia social and Behavioral Sciences*, 24, 1378° 1388.