

پژوهش‌های مدیریت استراتژیک در ایران: مروری بر آثار انتشار یافته در نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳

علی حیدری^۱، علیرضا والی‌پور^۲

چکیده: بررسی روند انتشار آثار پژوهشگران ایرانی در حوزه مدیریت طی سال‌های اخیر، نشان می‌دهد حوزه مدیریت استراتژیک یکی از حوزه‌های مورد توجه بوده و روند رشد شایان توجهی دارد. هدف اصلی این پژوهش ارائه تصویری جامع از این روند و فراهم آوردن بینشی ارزشمند از وضعیت و وجوه پژوهش مدیریت استراتژیک در ایران و کمک به هدایت پژوهش‌های آتی در راستای پوشش شکاف‌های تحقیقاتی موجود در این حوزه است. در این رابطه، در پژوهش حاضر ۲۵۱ اثر انتشار یافته طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ در نشریه‌های علمی - پژوهشی مدیریت داخل کشور و دارای دسترسی تمام متن برخط مرور و ارزیابی شده است. نتایج به دست آمده از مرور آثار انتشار یافته براساس معیارهای مختلفی همچون موضوع پژوهش، مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی، صنایع مطالعه شده، روش گردآوری و تحلیل داده، ترکیب و نحوه همکاری پژوهشگران و علایق پژوهشی آنها در این مقاله ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: استراتژی، تحلیل محتوا، مدیریت استراتژیک، مرور پژوهش.

۱. استادیار گروه MBA، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. کارشناس ارشد بازاریابی بین‌الملل، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۷/۰۶

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۰۱/۳۱

نویسنده مسئول مقاله: علیرضا والی‌پور

E-mail: Alireza.Valipour@email.com

مقدمه

در دهه‌های اخیر، روند پژوهش‌های حوزه مدیریت استراتژیک در ایران، تحت تأثیر گسترش فزاینده محتوا و مرزهای این حوزه نوین علم مدیریت در جهان، سیر صعودی داشته است. حجم روزافزون پژوهش‌های داخلی در حوزه استراتژی و نبود تصویر کلی از روند پژوهش‌های صورت گرفته و همچنین نبود اطلاعات لازم برای مقایسه روند داخلی این حوزه با روند بین‌المللی آن، مشارکت‌کنندگان در این تحقیق را بر آن داشت تا تحلیلی مروری بر پژوهش‌های انتشار یافته در داخل کشور انجام دهند. داشتن تصویر کلی همراه با اطلاعات اساسی پژوهش‌های صورت گرفته، می‌تواند محققان را در تعریف و بازنمایشی پژوهش‌های معطوف به آسیب‌شناسی حوزه نظر و عمل عرصه مدیریت استراتژیک در کشور یاری رساند.

هدف اصلی این پژوهش ارائه تصویر کلی و کمک به آسیب‌شناسی روند پژوهش‌های مدیریت استراتژیک در کشور و فراهم آوردن بینشی ارزشمند از جایگاه و فرایند پژوهش‌ها در این حوزه به منظور کمک به جهت‌گیری پژوهش‌های آتی برای پوشش شکاف‌های موجود در تحقیقات این حوزه است. از اهداف دیگر این پژوهش، مطالعه روند تحول و مستندسازی رشد و تکامل پژوهش‌های مدیریت استراتژیک بین سال‌های دهه هشتاد و نود شمسی تا کنون، به منظور کمک به بازنمایشی در روند پژوهش‌های این حوزه در ایران با توجه به تحولات جهانی این حوزه است. این اثر در چهار بخش سازمان یافته است. در بخش نخست مفهوم و سیر تحول مدیریت استراتژیک به طور کوتاه مرور می‌شود. بخش دوم به روش‌شناسی پژوهش و چگونگی بررسی و تحلیل پژوهش‌های انتشار یافته می‌پردازد. بخش سوم نتایج تحلیل داده‌ها و طبقه‌بندی یافته‌ها بر اساس معیارهای تعیین شده را ارائه می‌دهد و نهایتاً در بخش چهارم بر اساس یافته‌های ارائه شده و در رابطه با موضوع نتیجه‌گیری خواهد شد.

پیشینه پژوهش

بر اساس مرور تاریخچه تکامل دانش مدیریت استراتژیک طی پنج دهه اخیر، این دانش بیش از آن که برگرفته از تحولات نظری باشد، از چالش‌ها و نیازهای عملی و واقعی کسب‌وکار نشئت گرفته است. سیر تکامل دانش مدیریت استراتژیک نشان می‌دهد پژوهش‌های این حوزه، از مفاهیم ساده مانند ارائه راهنمای عمل برای مدیران، به سمت مفاهیم پیچیده و انتزاعی سوق یافته است. در دهه شصت میلادی، پژوهش‌های این حوزه بر ویژگی‌های اساسی سازمان تمرکز داشتند. در دهه هفتاد میلادی مدیریت پورتنفوی کسب‌وکار و محیط خارجی در کانون توجه قرار گرفت. در دهه هشتاد میلادی تمرکز به سمت ساختار صنعت و محیط خارجی و با گسترش

رقابت‌های جهانی به سمت استراتژی‌های جهانی سوق پیدا کرد. در دهه نود میلادی حوزه مدیریت استراتژیک با تغییر اساسی مواجه شد و تمرکز مطالعات در این حوزه از ساختار صنعت و محیط خارجی به سمت منابع و محیط داخلی سازمان تغییر مسیر داد و تمرکز پژوهش‌های این حوزه به سمت گستره منابع و محیط داخلی سازمان (با پیچیدگی‌های روزافزون) تغییر یافت. از اواسط دهه نود و در دهه نخست قرن بیست و یک میلادی، مدل‌های کسب و کار جدید مبتنی بر اینترنت و نرم‌افزار برای کسب مزیت رقابتی در کسب و کارهایی ارائه شد که پیش از آن وجود نداشتند و این گویای تغییر اساسی در ارتباط با ماهیت استراتژی است. در قرن بیست و یک مدل‌های کسب و کار نوآورانه، مزیت‌های رقابتی موقتی، همکاری و یکپارچه‌سازی، حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی در کانون توجه قرار گرفت (گرن و جردن، ۲۰۱۲؛ روگل مارتین، ۲۰۱۵).

از جمله مهم‌ترین آثار انتشار یافته در رابطه با بررسی و مرور پژوهش‌های بین‌المللی در حوزه مدیریت استراتژیک، می‌توان به اثر جاززابکوسکی و اسپی (۲۰۰۹) با عنوان «استراتژی به عنوان عمل: ارائه یک مرور و جهت‌گیری‌های آتی این حوزه» اشاره کرد. آنان یک گونه‌شناسی از ۹ حوزه پژوهشی در موضوع استراتژی به عنوان عمل ارائه کردند. یکی دیگر از آثار مهم، مطالعه پلاگ لیز و همکارانش (۲۰۰۹) با عنوان «نقش هیئت‌مدیره در تدوین استراتژی: مرور ادبیات و اولویت‌های پژوهشی» است که در راستای توصیف و تحلیل تکامل پژوهش‌های مرتبط با هیئت‌مدیره و استراتژی بین سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۷۲، طبقه‌بندی‌ای از یافته‌ها براساس موضوع، نظریه‌های استفاده‌شده و منابع گردآوری داده را ارائه کردند. در اثر باکر، گرونوگن و هوند (۲۰۰۵) با عنوان «تحلیل کتاب‌شناختی سی سال پژوهش و نظریه در مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد اجتماعی شرکت»، دیدگاه‌ها و مفاهیم مختلف در حوزه مسئولیت اجتماعی شرکت بررسی شده است. یکی دیگر از آثار مهم، کار راموس پرودریگوز و رویز نارو (۲۰۰۴) با عنوان «تغییرات در ساختار فکری پژوهش‌های مدیریت استراتژیک (۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰)» است که در آن نتایج تحلیل و شناسایی تغییرات و روند تکامل مباحث فکری مدیریت استراتژیک و بررسی مقالات پژوهشگران تأثیرگذار که بیشترین ارجاع را دارند، ارائه شده است. بررسی پایگاه داده نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی نشان می‌دهد پژوهش مشابهی در این حوزه در داخل کشور ارائه نشده است.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به جهت‌گیری توصیفی این پژوهش، داده‌های لازم از منابع کتابخانه‌ای و اسناد و مدارک در دسترس تمام متن برخط، براساس روش «مرور نظام‌یافته» گردآوری و تحلیل شده است.

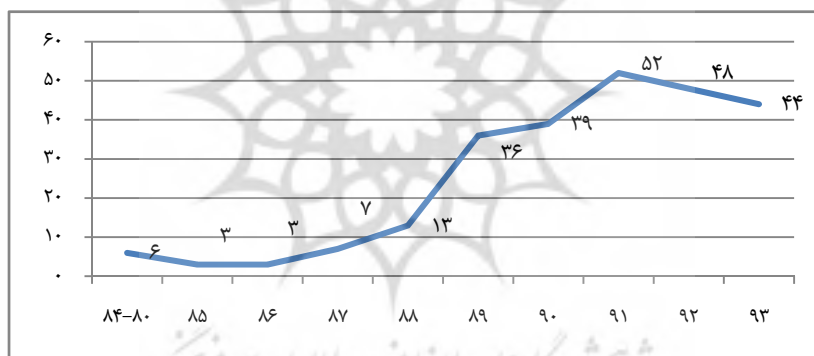
جامعه آماری این پژوهش، کلیه مقالات مرتبط با مدیریت استراتژیک طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ است که در نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی حوزه مدیریت انتشار یافته و در دسترس قرار دارد. فرایند انتخاب و بررسی مقالات براساس چارچوب نیل و پیروسکی (۲۰۰۷)، کاول داس (۲۰۰۹) و پلاگ لیز و همکارانش (۲۰۰۹)، از سه مرحله اصلی تشکیل شده است. در مرحله نخست، مقالات انتشار یافته در ۴۳ نشریه (براساس فهرست نشریه‌های معتبر علمی - پژوهشی معرفی شده در وبسایت معاونت پژوهش و فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در بهمن ۱۳۹۳) مربوط به حوزه مدیریت برای سال‌های ۱۳۹۳-۱۳۸۰ که به صورت آنلاین از طریق وبسایت اختصاصی این نشریه‌ها، پایگاه مگ ایران، پایگاه مجله‌های تخصصی نور و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی در دسترس و قابل جست‌وجو هستند، انتخاب شد. به دلیل کارایی نامناسب موتورهای جست‌وجوی برخی پایگاه‌ها، جست‌وجوی دستی صورت گرفت و مقالات تمام شماره‌ها در سال‌های مختلف بررسی شدند. در نتیجه جست‌وجو و بررسی عناوین، کلیدواژه‌ها و چکیده، ۳۰۵ اثر مرتبط با مدیریت استراتژیک شناسایی شد. پس از بررسی متن آثار نام برده، در نهایت ۲۵۱ اثر مرتبط که حاصل پژوهش‌های تجربی بودند و قابلیت بررسی را داشتند، انتخاب شدند. در گام بعد، یک پایگاه داده از عناصر اصلی ۲۵۱ اثر منتخب شامل عناوین، مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی، نویسندگان و دانشگاه‌ها و مرتبه علمی آنها، صنعت مورد پژوهش، جامعه آماری، روش گردآوری و تحلیل داده‌ها، نشریه‌ها و سال انتشار آنها ایجاد شد. معیارهای فوق بر اساس چارچوب به کار رفته در آثار ساچن و داتا (۲۰۰۵)؛ پلاگ لیز و همکاران (۲۰۰۵) و راموس پرودریگوز و رویز نارو (۲۰۰۴) انتخاب شده‌اند. همچنین برخی از معیارها بر این اساس انتخاب شدند که بتوان تصویر مناسبی از آثار پژوهشی بررسی شده، ارائه کرد.

برای به دست آوردن موضوع اصلی مقالات از روش تحلیل مضمون استفاده شد و مقالات بر اساس ۱۸ موضوع مرتبط با مدیریت استراتژیک طبقه‌بندی شدند (محورهای پژوهشی ۱۴ نشریه معتبر بین‌المللی حوزه استراتژی دارای رتبه بندی SJR بررسی شد و ۱۸ مفهوم مشترک از آنها به دست آمد). برای این منظور محتوای کامل پژوهش‌های انتشار یافته به همراه عنوان، خلاصه و کلیدواژه‌ها به صورت جداگانه توسط پژوهشگران بررسی شد. در این میان، چنانچه در طبقه‌بندی پژوهشی اختلاف نظر وجود داشت، در ارتباط با موضوع اصلی آن پژوهش تصمیم مشارکتی اتخاذ می‌شد. همچنین سایر عناصر اصلی مد نظر در هر پژوهش تعیین و استخراج شد که نتایج در بخش بعد ارائه شده است.

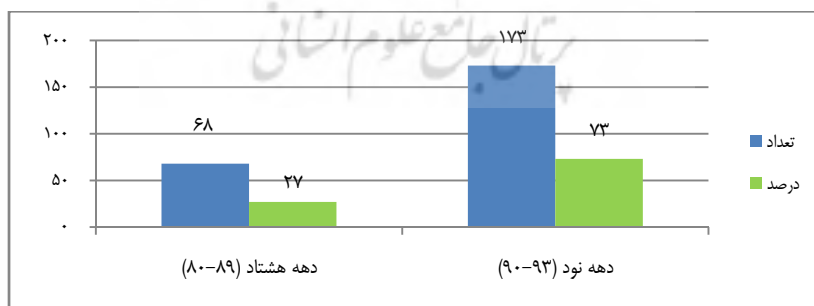
یافته‌های پژوهش

الف) تعداد پژوهش‌ها و روند آن

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، ۲۵۱ اثر انتشار یافته طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ در ۴۳ نشریه علمی - پژوهشی حوزه مدیریت برای بررسی در این تحقیق انتخاب شد. از این بین ۶۸ اثر (۲۷ درصد) متعلق به دهه هشتاد و ۱۸۳ اثر (۷۳ درصد) متعلق به دهه نود است. عدم فراگیری اینترنت و تعداد اندک مجلات دارای نشر آنلاین را می‌توان دلیلی برای کم بودن تعداد پژوهش‌های در دسترس و بررسی شده دهه هشتاد بیان کرد. همچنین عنوان و حوزه فعالیت برخی از نشریه‌ها در دهه هشتاد دستخوش تغییراتی شده است که در نتیجه آرشینو آن نشریه‌ها در حال حاضر به‌طور آنلاین در دسترس نیست. تعداد کم پژوهش‌های انتشار یافته در سال ۹۳ نسبت به سال‌های قبل، به دلیل منتشر نشدن مجلات در موعد مقرر است. نمودار شکل ۱ روند تعداد پژوهش‌های انتشار یافته را بر حسب سال نشان می‌دهد. نمودار شکل ۲ نیز، تعداد پژوهش‌های انتشار یافته به تفکیک دوره زمانی (دهه هشتاد و نود) را به نمایش گذاشته است.



شکل ۱. روند تعداد پژوهش‌های بررسی شده بر اساس زمان انتشار



شکل ۲. تعداد پژوهش‌های بررسی شده بر اساس زمان انتشار

ب) طبقه‌بندی موضوعی پژوهش‌ها

موضوع پژوهش‌ها بر اساس ۱۸ حوزه اصلی دانش مدیریت استراتژیک دسته‌بندی شده‌اند. با توجه به اینکه برخی پژوهش‌ها با بیش از یک موضوع ارتباط داشتند، حداکثر تا سه موضوع برای هر پژوهش مد نظر قرار گرفت. در کل ۳۳۳ موضوع در ۲۵۱ پژوهش انتشار یافته شناسایی شد (۲۵۱ موضوع اصلی و ۸۲ موضوع فرعی). بر اساس نتایج به دست آمده، استراتژی رقابتی و رقابت پذیری، ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک و تدوین راهبرد، به ترتیب سه موضوع اصلی در تحقیقات منتشر شده بودند. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد تفاوت شایان توجهی در به کارگیری این سه موضوع بر اساس نوع صنعت وجود ندارد. از سوی دیگر، حاکمیت شرکتی و ذی‌نفعان، مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر، مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکتی، به ترتیب کمترین میزان آثار انتشار یافته را به خود اختصاص داده‌اند و کمتر مورد توجه پژوهشگران داخلی واقع شده‌اند. جدول ۱ تعداد پژوهش‌های انتشار یافته مرتبط با مدیریت استراتژیک در مجلات داخلی را به تفکیک موضوعات هجده‌گانه نشان می‌دهد.

جدول ۱. حوزه‌های تحقیقاتی مدیریت استراتژیک

ردیف	موضوع	تعداد
۱	استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری	۸۰
۲	ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک	۳۷
۳	تدوین راهبرد	۳۲
۴	رهبری، تفکر و تصمیم‌گیری استراتژیک	۲۵
۵	تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی	۲۴
۶	مدیریت استراتژیک منابع انسانی	۲۲
۷	استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکارهای الکترونیکی	۱۸
۸	مدیریت استراتژیک بازار	۱۶
۹	کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار	۱۶
۱۰	جهانی شدن و استراتژی‌های جهانی	۱۳
۱۱	استراتژی عملیات و زنجیره تأمین	۱۲
۱۲	اجرای استراتژی و استراتژی در عمل	۱۰
۱۳	مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری	۱۰
۱۴	استراتژی‌های مالی	۶
۱۵	استراتژی‌های همکاری و مشارکت	۴
۱۶	مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکتی	۴
۱۷	مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر	۲
۱۸	حاکمیت شرکتی و ذی‌نفعان	۲

ج) مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی

بررسی پژوهش‌های انتشار یافته در این دوره مشخص کرد که از ۳۶ مدل و ابزار تحلیل استراتژی استفاده شده است. تحلیل عوامل درونی و بیرونی (تحلیل سوات)، راهبردهای رقابتی پورتر و کارت امتیازی متوازن به ترتیب پرکاربردترین مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی مورد استفاده در پژوهش‌ها بوده‌اند. همچنین مدل‌ها و ابزارهای معرفی شده توسط پورتر (استراتژی‌های رقابتی، ۵ نیروی رقابتی، زنجیره ارزش و مدل الماس) ۳۹ بار توسط پژوهشگران به کار گرفته شده و از این حیث پورتر در جایگاه نخست قرار دارد. جدول ۲ مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی که تکرار استفاده آن ۵ بار و بیشتر بوده است را نشان می‌دهد.

جدول ۲. مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی به کار رفته در پژوهش‌ها

ردیف	عنوان	تعداد
۱	سوات (SWOT)	۲۲
۲	کارت امتیازی متوازن	۲۰
۳	راهبردهای (عام) رقابتی پورتر	۲۱
۴	ماتریس عوامل داخلی و خارجی	۱۳
۵	راهبردهای مایلز و اسنو	۱۲
۶	پنج نیروی رقابتی پورتر	۱۱
۷	رویکرد مبتنی بر منابع (RBV)	۱۰
۸	QSPM	۷
۹	نقشه استراتژی	۶
۱۰	زنجیره ارزش پورتر	۵
۱۱	مدل تعالی	۵

د) نشریه‌ها و اولویت موضوعی

از میان ۲۵۱ پژوهش انتشار یافته، نشریه مطالعات راهبردی که نشریه‌ای تخصصی در حوزه مدیریت استراتژیک است، نشریه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران و نشریه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی، به ترتیب بیشترین تعداد آثار مرتبط با مدیریت استراتژیک را ارائه کرده‌اند. جدول ۳ نشریه‌هایی را که بیشتر از ۱۰ اثر در حوزه مدیریت استراتژیک داشته‌اند، همراه با اولویت موضوعی آثار انتشار یافته نشان می‌دهد. در این جدول همچنین تعداد آثار انتشار یافته به تفکیک پژوهشگران وابسته به دانشگاه صاحب نشریات مربوطه و پژوهشگران غیروابسته به آن دانشگاه ارائه شده است. برای مثال، سه موضوع استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری، مدیریت

استراتژیک منابع انسانی و رهبری، تفکر و تصمیم‌گیری استراتژیک، بیشترین موضوعات انتشار یافته در نشریه مطالعات راهبردی است. همچنین در این نشریه فقط ۶ اثر (معادل ۱۰/۱ درصد) از استادان و دانشجویان دانشگاه مربوطه (دانشگاه شهید بهشتی) به چاپ رسیده است. شایان ذکر است که ۳۸ نشریه دیگر کمتر از ۹ اثر را به خود اختصاص داده‌اند که نشان‌دهنده پراکندگی حوزه تخصصی اغلب نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی است.

جدول ۳. نشریه‌های پر اثر مدیریت استراتژیک در ایران و اولویت موضوعی آن

اولویت موضوعی	ارتباط سازمانی پژوهشگران با مجله		تعداد آثار	ناشر	نام نشریه
	سایر دانشگاه‌ها و مؤسسه‌ها	وابسته به دانشگاه / مؤسسه مالک مجله			
۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. مدیریت استراتژیک منابع انسانی ۳. رهبری، تفکر و تصمیم‌گیری استراتژیک	۵۳	۶	۵۹	انجمن مدیریت و راهبردی و دانشگاه شهید بهشتی	مطالعات راهبردی مدیریت
۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی ۳. تدوین راهبرد	۱۶	۶	۲۰	دانشگاه تهران	مدیریت بازرگانی
۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار ۳. تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی ۱. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک	۱۰	۶	۱۶	دانشگاه شهید بهشتی	چشم‌انداز مدیریت بازرگانی
۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک	۹	۵	۱۴	دانشگاه تربیت مدرس	مدیریت پژوهش‌های ایران
۲. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار ۳. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک ۴. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری	۱۰	۱	۱۱	دانشگاه مازندران	پژوهشنامه مدیریت ایرانی

ه) روش و ابزار گردآوری داده

بررسی آثار پژوهشی انتشار یافته در مجلات داخلی نشان می‌دهد ابزارهای پرسشنامه، ترکیبی از پرسشنامه و مصاحبه و مصاحبه، به ترتیب بیشترین میزان استفاده برای گردآوری داده‌ها را داشته‌اند که نشان‌دهنده غلبه رویکرد کمی در پژوهش‌های استراتژی در داخل کشور است. جدول ۴ فراوانی روش‌های گردآوری داده را نشان می‌دهد.

جدول ۴. فراوانی روش‌های گردآوری

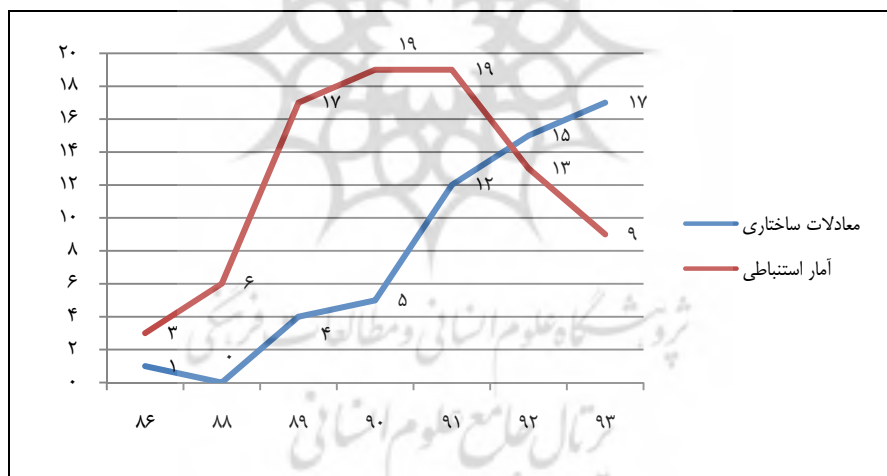
ردیف	شرح	تعداد	درصد
۱	پرسشنامه	۱۸۰	۷۱/۷۱
۲	پرسشنامه و مصاحبه	۳۷	۱۴/۷۴
۳	مصاحبه	۱۹	۷/۵۷
۴	مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه	۳	۱/۱۹
۵	داده‌های ثانویه	۸	۳/۱۹
۶	نامعلوم	۴	۱/۶

و) روش‌های تحلیل داده

۱۶ ترکیب مختلف از روش‌های تحلیل داده در آثار انتشار یافته مشاهده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد روش‌های آمار استنباطی پرکاربردترین روش تحلیل داده مورد استفاده است. پس از آن، مدل‌سازی معادلات ساختاری و روش‌های کمی تصمیم‌گیری بیشترین کاربرد را داشته‌اند. جدول ۵ روش‌های تحلیل داده اصلی مورد استفاده در پژوهش‌های انتشار یافته داخلی را نشان می‌دهد. بررسی داده‌ها نشان می‌دهد میزان استفاده از روش‌های آمار استنباطی در سال‌های اخیر کاهش یافته است و در مقابل آن استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری یک روند صعودی را تجربه می‌کند که وضعیت آن در شکل ۳ مشاهده می‌شود. همچنین از بین روش‌های آمار استنباطی، آزمون فریدمن، تحلیل رگرسیون، تحلیل همبستگی و آزمون تی بیشترین کاربرد را داشته‌اند. شایان ذکر است که کاربرد آزمون‌های آمار استنباطی دارای هم‌پوشانی هستند.

جدول ۵. ترکیب روش‌های تحلیل داده

ردیف	شرح	تعداد	درصد
۱	روش‌های آمار استنباطی	۹۸	۳۹/۰۵
۲	مدل‌سازی معادلات ساختاری	۵۵	۲۱/۹
۳	روش‌های کمی تصمیم‌گیری	۳۹	۱۵/۵۴
۴	روش‌های تحلیل کیفی	۲۵	۹/۹۶
۵	ابزارهای تحلیل استراتژی (تحلیل سوات، کارت امتیازی متوازن و...)	۱۴	۵/۵۷
۶	ترکیب روش‌های کمی تصمیم‌گیری و ابزارهای تحلیل استراتژی	۷	۲/۷۹
۷	ترکیب روش‌های آماری و ابزارهای تحلیل استراتژی	۵	۱/۹۹
۸	ترکیبی از روش‌های آماری، روش‌های تحلیل کیفی، روش‌های کمی تصمیم‌گیری و ابزارهای تحلیل استراتژی	۴	۱/۶۰
۹	ترکیب روش‌های آماری و روش‌های کمی تصمیم‌گیری	۴	۱/۶۰



شکل ۳. روند استفاده از روش‌های آمار استنباطی و مدل‌سازی معادلات ساختاری

(ز) صنایع مطالعه‌شده

بررسی پژوهش‌های انتشاریافته نشان می‌دهد مطالعه ترکیبی از رشته - صنعت‌های مختلف، خدمات مالی و سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی، بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. بیشترین پژوهش‌های انتشاریافته در رابطه با استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری، تحلیل محیط و

هوشمندی رقابتی و ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژی در صنایع مختلف انجام گرفته‌اند. جدول ۶ صنایع مطالعه‌شده که بیش از ۱۰ اثر پژوهشی داشته‌اند و موضوعات پژوهشی پرتکرار در آن را نشان می‌دهد.

جدول ۶. صنایع مطالعه‌شده

ردیف	صنعت	تعداد	درصد	موضوعات پژوهشی پرتکرار
۱	ترکیبی از رشته صنایع مختلف	۵۰	۱۹/۹۲	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی ۳. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک
۲	خدمات مالی	۲۵	۹/۹۶	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی ۳. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک
۳	سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی	۲۱	۸/۳۶	۱. رهبری، تفکر و تصمیم‌گیری استراتژیک ۲. تدوین راهبرد ۳. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک
۴	صنایع غذایی	۲۰	۷/۹۷	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. تدوین راهبرد ۳. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار
۵	آموزش عالی	۱۹	۷/۵۷	۱. تدوین راهبرد ۲. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک ۳. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری
۶	خودرو	۱۸	۷/۱۷	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. مدیریت استراتژیک بازار بیشترین تنوع موضوعات در صنعت خودرو است
۷	نفت، گاز و پتروشیمی شیمیایی	۱۶	۶/۳۷	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژی
۸	ارتباطات و فناوری اطلاعات	۱۶	۶/۳۷	۱. استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکارهای الکترونیکی ۲. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری
۹	معدن	۱۴	۵/۵۷	۱. استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. جهانی شدن و استراتژی‌های جهانی
۱۰	سایر صنایع	۵۲	۲۰/۷۱	

ح) ترکیب پژوهشگران

نوع همکاری پژوهشگران همواره به‌عنوان موضوعی مهم، در پژوهش‌های دانشگاهی مطرح بوده و اینکه پژوهش‌ها با چه ترکیبی (استاد - دانشجو) انجام می‌شوند، به توجه نیاز دارد. مرور پژوهش‌های انتشار یافته نشان می‌دهد ۱۲۲ اثر (۴۸/۶ درصد) حاصل همکاری استاد و دانشجو یا فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد و ۶۷ اثر (۲۶/۷ درصد) با همکاری استاد و دانشجو یا فارغ‌التحصیل دکتری انجام گرفته و ۳۰ اثر (۱۱/۹۵ درصد) نیز حاصل همکاری چند استاد با هم بوده است. ۹۶/۸ درصد آثار به‌صورت مشارکتی انجام گرفته و بیش از یک پژوهشگر دارند و ۳/۲ درصد حاصل کار یک پژوهشگر (استاد ۲/۴ درصد و دانشجو ۰/۸ درصد) است. جدول ۷ ترکیب پژوهشگران را نشان می‌دهد.

جدول ۷. ترکیب پژوهشگران

ردیف	نوع همکاری	تعداد مقالات	درصد
۱	استاد - دانشجو یا فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد	۱۲۵	۴۹/۸۰
۲	استاد - دانشجو یا فارغ‌التحصیل دکتری	۶۷	۲۶/۷
۳	استاد - استاد	۳۰	۱۱/۹۵
۴	استاد - دانشجو یا فارغ‌التحصیل دکتری و کارشناسی ارشد	۱۸	۷/۱۷
۵	استاد منفرد	۶	۲/۳۹
۶	دانشجو - دانشجو	۳	۱/۱۹
۷	دانشجو منفرد	۲	۰/۸

ط) نویسندگان پر اثر و اولویت پژوهشی آنها

۲۵۱ اثر مورد بررسی، توسط ۴۹۸ نویسنده به نگارش در آمده است (به‌طور متوسط ۳ نویسنده برای هر اثر). جدول ۸ اطلاعات نویسندگانی که پنج اثر یا بیشتر داشته‌اند را نشان می‌دهد. همچنین اولویت‌های پژوهشی نویسندگان پر اثر در این جدول مشخص شده است. شکل ۴ نشان‌دهنده فراوانی آثار انتشار یافته بر حسب تعداد نویسندگان است. همان‌طور که این شکل نشان می‌دهد، تفاوت شایان توجهی بین تعداد نویسندگانی که یک و دو اثر پژوهشی ارائه کرده‌اند وجود دارد. ۴۱۷ نفر (۸۳/۷ درصد) از نویسندگان ۱ اثر پژوهشی و ۵۱ نفر (۱۰/۲ درصد) از نویسندگان ۲ اثر پژوهشی دارند.

جدول ۸. نویسندگانی بر اثر و اولویت پژوهشی آنها

اولویت پژوهشی	دانشگاه	تعداد آثار	نویسنده
۱. استراتژی‌های رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک	تربیت مدرس	۸	۱
۱. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار ۲. مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری	گیلان	۶	۲
۱. استراتژی‌های رقابتی و رقابت‌پذیری ۲. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک	علامه طباطبایی	۵	۳
۱. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک ۲. استراتژی‌های مالی	علامه طباطبایی	۵	۴
۱. تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی ۲. استراتژی‌های رقابتی و رقابت‌پذیری	شهید بهشتی	۵	۵
۱. ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک ۲. استراتژی‌های رقابتی و رقابت‌پذیری	تربیت مدرس	۵	۶
فقدان اولویت به‌واسطه پراکندگی موضوعات	شهید بهشتی	۵	۷
۱. جهانی شدن و استراتژی‌های جهانی	شهید بهشتی	۵	۸
۱. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار ۲. مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری	گیلان	۵	۹
۱. کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار ۲. مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری	گیلان	۵	۱۰



شکل ۴. فراوانی آثار انتشار یافته برای هر یک از پژوهشگران

ی) ارتباطات بین دانشگاهی پژوهشگران

همکاری بین دانشگاهی، تبادل نظر و به اشتراک گذاری اطلاعات بین پژوهشگران دانشگاه‌های مختلف، در ارتقای سطح کیفی پژوهش‌ها نقش کلیدی دارد. داده‌های ارائه شده در جدول ۹ نشان می‌دهد که بخش عمده آثار انتشار یافته، حاصل همکاری‌های درون دانشگاهی است. همچنین نتایج ارائه شده در جدول ۱۰ بیان می‌کند که اغلب پژوهش‌ها در نشریه‌های دانشگاهی منتشر شده‌اند و متعلق به افراد غیروابسته به آن دانشگاه (مالک نشریه) هستند.

جدول ۹. ارتباط بین دانشگاهی پژوهشگران

ردیف	نوع ارتباطات دانشگاهی	تعداد مقالات	درصد
۱	درون دانشگاهی	۱۵۳	۷۰
۲	بین دانشگاهی	۹۸	۳۰

جدول ۱۰. وضعیت انتشار آثار در مجله‌ها براساس وابستگی دانشگاهی

ردیف	شرح	تعداد	درصد
۱	انتشار در نشریه وابسته به دانشگاه مربوط به یکی از نویسندگان	۶۰	۲۴
۲	انتشار در نشریه وابسته به سایر دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های علمی	۱۷۱	۶۸
۳	انتشار در نشریه وابسته به انجمن‌های علمی	۲۰	۸

نتایج بررسی این مسئله که کدام دانشگاه بیشترین پژوهش‌های انتشار یافته را در حوزه مدیریت استراتژیک دارد، نشان داد دانشگاه تهران با ۶۴ اثر که توسط ۱۳۲ پژوهشگر ارائه شده، جایگاه نخست را به خود اختصاص داده است. جدول ۱۱ رتبه‌بندی چهار دانشگاه نخست را بر اساس تعداد آثار انتشار یافته نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. رتبه‌بندی چهار دانشگاه نخست بر اساس تعداد آثار انتشار یافته

ردیف	نام دانشگاه	تعداد آثار	تعداد پژوهشگران*	نسبت پژوهشگران به آثار
۱	تهران	۶۴	۱۳۲	۲/۰۵
۲	شهید بهشتی	۳۹	۶۷	۱/۷
۳	علامه طباطبایی	۳۴	۶۳	۱/۸۵
۴	تربیت مدرس	۲۷	۵۵	۲/۰۴

* تعدادی از پژوهشگران در چند اثر مشارکت داشته‌اند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج ارائه شده در بخش یافته‌ها نشان می‌دهد ۴۱۷ نفر از کل ۴۹۸ نفر پژوهشگر این حوزه، تنها یک اثر پژوهشی انتشار یافته دارند، همچنین با توجه به اینکه حدود ۸۶ درصد آثار با مشارکت استادان و دانشجویان (کارشناسی ارشد و دکتری) نوشته شده، می‌توان اذعان کرد که اغلب پژوهش‌های منتشر شده، تجربه اول بسیاری از پژوهشگران بوده و برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد یا رساله دکتری آنهاست، از این رو هنوز جریان اصلی پژوهش کشور در این حوزه به بلوغ حرفه‌ای نرسیده است! نکته حائز اهمیت، سهم کمتر دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دکتری (۳۵ درصد) در پژوهش‌های انتشار یافته در مقایسه با دانشجویان و فارغ‌التحصیلان کارشناسی ارشد (۵۹ درصد) است. علی‌رغم اهمیت نقش تعداد زیاد دانشجویان ارشد نسبت به دکتری در این خصوص، با توجه به ماهیت پژوهشی دوره دکتری و مدت زمان تحصیل و پژوهش در این دوره، مشارکت کمتر دانشجویان دکتری به آسیب‌شناسی نیاز دارد. یافته‌های تحقیق حاکی از سطح پایین ارتباطات بین دانشگاهی پژوهشگران در داخل کشور است.

وضعیت و روند موضوعی پژوهش‌های انتشار یافته طی دهه هشتاد و نود نشان می‌دهد از لحاظ تعداد پژوهش‌های انتشار یافته، «استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری»، «ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک» و «تدوین راهبرد» به ترتیب دارای بیشترین اثر پژوهشی منتشر شده طی این دوره هستند. اما بررسی تغییرات سهم موضوعی پژوهش‌ها طی این دوره نشان می‌دهد «استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری» روند رشد سهم را در دهه نود تا کنون نسبت به دهه هشتاد تجربه کرده است، در حالی که «ارزیابی عملکرد و کنترل استراتژیک» و «تدوین راهبرد» به کاهش سهم در آثار انتشار یافته طی این دوره دچار شده‌اند. بررسی روند تغییر در اولویت موضوعی پژوهش‌های این دوره همچنین نشان می‌دهد مدیریت استراتژیک بازار، مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری، کارآفرینی استراتژیک و توسعه کسب‌وکار، اجرای استراتژی و استراتژی در عمل و تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی، بیشترین رشد سهم در آثار پژوهشی انتشار یافته طی دهه نود تا کنون نسبت به دهه هشتاد را داشته‌اند. در حالی که یافته‌های جازابکوسکی و اسپی (۲۰۰۹) روند رو به رشد حوزه «استراتژی در عمل» را در پژوهش‌های انتشار یافته بین‌المللی نشان می‌دهد؛ رشد این حوزه در پژوهش‌های داخلی، هنوز به جایگاه مورد انتظار دست نیافته است. همچنین بر اساس یافته‌های انجمن هوشمندی جهانی (۲۰۰۵)، بیشترین کارکرد هوشمندی رقابتی در برنامه‌ریزی و تدوین استراتژی‌های توسعه کسب‌وکار و مدیریت بازار است، بنابراین انتظار می‌رود سهم پژوهش‌های داخلی مربوط به این حوزه طی سال‌های آتی همچنان روند افزایشی خود را حفظ کند.

در حالی که موضوعاتی همچون «حاکمیت شرکتی و ذی‌نفعان»، «مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت» و «استراتژی‌های عملیات و زنجیره تأمین» به‌تازگی وارد پژوهش‌های داخلی مدیریت استراتژیک شده و در کانون توجه پژوهشگران قرار گرفته‌اند، نتایج تحقیقات صورت‌گرفته توسط دانشگاه MIT با همکاری گروه مشاوره بوستون از ۳۸۰۰۰ مدیر سراسر جهان نشان می‌دهد تعداد زیادی از سازمان‌ها به سمت همکاری با تأمین‌کنندگان و رقبا پیش می‌روند و ائتلاف‌ها در صنعت، نقش کلیدی ایفا می‌کنند و یکی از دلایل اساسی تمایل به استراتژی‌های همکاری، کمک به پایداری سازمان‌هاست. همچنین اغلب مدیران اعلام کرده‌اند هیئت‌مدیره در موفقیت استراتژی‌های همکاری و پایداری نقش کلیدی دارد (کیرون، کروش و تیس، هانائس و ریوس و گو، ۲۰۱۳). این در حالی است که نتایج پژوهش پاک لیز و همکارانش (۲۰۰۹) نشان می‌دهد از دیدگاه نظری و تجربی، هنوز درک مناسبی درباره چگونگی ایفای نقش هیئت‌مدیره در استراتژی سازمان شکل نگرفته است. بنابراین انتظار می‌رود تحت تأثیر شکل‌گیری و گسترش چالش‌ها و دغدغه مدیران اجرایی سازمان‌های ایرانی در خصوص همکاری‌های راهبردی و پایداری کسب‌وکار، پژوهشگران داخلی حوزه یادشده به این موضوعات توجه جدی‌تری کنند.

همان‌طور که مشاهده شد، استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری پرطرفدارترین موضوعی است که نظر بسیاری از پژوهشگران داخلی را به خود جلب کرده است. شایان ذکر است که استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری بیشترین توجه را در پرداختن به آن، همزمان با سایر موضوعات انتخابی در پژوهش‌های انتشاریافته داشته است. به بیان دیگر، اشتراک موضوعی بالایی را با سایر حوزه‌های پژوهشی مدیریت استراتژیک دارد. بررسی یافته‌ها مشخص می‌کند که سه موضوع مدیریت استراتژیک منابع انسانی، تحلیل محیط و هوشمندی رقابتی و استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکارهای الکترونیکی، بیشترین اشتراک موضوعی با استراتژی رقابتی و رقابت‌پذیری را در پژوهش‌های داخلی داشته‌اند. بخش عمده پژوهش‌های انتشاریافته در حوزه‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی، استراتژی فناوری اطلاعات و کسب‌وکارهای الکترونیکی، جهانی شدن و استراتژی‌های جهانی و مدیریت استراتژیک تکنولوژی و نوآوری در ارتباط با همراستایی این حوزه‌ها با استراتژی‌های رقابتی سازمان و نقش آن در کسب مزیت رقابتی بوده است. بر اساس رویکرد مبتنی بر منابع، در این پژوهش‌ها به نقش منابع انسانی، فناوری اطلاعات و نوآوری و نوآوری، به‌عنوان دارایی‌های نامشهود سازمان در خلق و حفظ مزیت رقابتی توجه شده است. از آنجا که دستیابی به عملکرد برتر سازمان در مقایسه با رقبا، کانون توجه استراتژی در محیط‌های کسب‌وکار است و نظر به روند فزاینده رقابت در محیط کسب‌وکار ایران و همچنین حضور رو به

رشد شرکت‌های ایرانی در بازارهای خارجی، توجه ویژه پژوهشگران داخلی به این حوزه و استمرار آن مورد انتظار است. بر اساس نتایج تحقیقات صورت گرفته توسط انجمن هوش جهانی (۲۰۰۵)، مهم‌ترین اطلاعات مورد نیاز سازمان‌ها در حوزه رقابت است، از این رو سهم بالای استراتژی‌های رقابتی و رقابت‌پذیری در پژوهش‌های مدیریت استراتژیک در داخل کشور و استمرار آن همراستا با روندها و الگوی جهانی مورد انتظار است.

تصمیمات استراتژیک باید بر اساس مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی قدرتمندی بنا شود تا درک مناسبی از شرایط محیط و رقابت را به تصمیم‌گیران سازمانی ارائه دهد (فلیشر و بنسوزان، ۲۰۱۵). نتایج این پژوهش نشان می‌دهد تحلیل سوات، راهبردهای رقابتی پورتر و کارت امتیازی به ترتیب پرکاربردترین مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی در پژوهش‌های داخلی بوده‌اند. بیش از ۳۰ سال است که اصول مزیت رقابتی و دیگر ابزارهای تحلیلی استراتژی وجود داشته و تغییری اساسی نکرده‌اند. نباید این اصول و ابزارها را به دلیل اینکه به مدت ۳۰ سال برای ما واضح و روشن بوده‌اند، کم اهمیت جلوه بدهیم. در واقع چالش پیش روی سازمان‌ها در مواجهه با شرایط رقابتی، بازنویسی نظریه‌ها و مدل‌ها نیست، بلکه به کارگیری خلاقانه آنهاست (کمپل، ۲۰۱۵).

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد روند فزاینده‌ای در به کارگیری روش مدل‌سازی معادلات ساختاری برای تحلیل داده پژوهش‌های انتشار یافته در مجلات داخلی شکل گرفته است که این روند در مقایسه با روند موجود در مجله‌های معتبر بین‌المللی حوزه مدیریت استراتژیک تفاوت شایان توجهی دارد و نیازمند تأمل است. همچنین این نتایج حاکی از آن است که اکثریت مطلق (۹۰ درصد) پژوهش‌های انتشار یافته مبتنی بر روش‌های کمی بوده و این موضوع ارتباط مستقیمی با نوع داده‌های گردآوری شده (۷۱ درصد به وسیله پرسشنامه) دارد. اگرچه نتایج پژوهش عزیز و فرهیخته (۱۳۹۲) و ساچن و داتا (۲۰۰۵) نیز نشان می‌دهد پرسشنامه هنوز بیشترین کاربرد در گردآوری داده‌ها را دارد، استفاده از داده‌ها و روش‌های تحلیل کیفی و ترکیبی می‌تواند در ارتقای سطح کیفی و نتایج پژوهش‌ها اثرگذار باشد.

ادعان داریم که این پژوهش دارای محدودیت‌هایی بوده که بر نتایج آن تأثیرگذار است و انتظار می‌رود خوانندگان محترم با در نظر گرفتن این محدودیت‌ها به تفسیر و به کارگیری یافته‌ها و نتایج ارائه شده بپردازند. همان‌طور که در بخش روش‌شناسی بیان شد، به دلیل دسترسی نداشتن به نسخه کاغذی بسیاری از نشریه‌های قدیمی در دوره زمانی مد نظر، حیطه جست‌وجو به آثار انتشار یافته و در دسترس به صورت برخط محدود بوده است. در مواردی پژوهشگران با عدم امکان دسترسی به برخی شماره‌گان نشریه یا عدم انتشار آنلاین آنها روبه‌رو بوده‌اند. همچنین

علی‌رغم دسترسی برخط به وبسایت مجلات در موارد معدودی، فایل مربوط به متن کامل آثار انتشاریافته در دسترس نبوده است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، انتخاب اولیه فهرست پژوهش‌ها، بر اساس جست‌وجو در عناوین، کلیدواژه و چکیده آثار انتشاریافته در مجله‌های مدنظر انجام گرفته است. با توجه به گستردگی حیطة مفهومی مدیریت استراتژیک و نقص‌های احتمالی موجود در نشر یافته‌های پژوهشی، این امکان وجود دارد که پژوهش‌هایی در متن اصلی مرتبط با مفاهیم مدیریت استراتژیک باشد، ولی در عناوین، کلیدواژه و چکیده آنها ردی از آن مشاهده نشود و در این بررسی شناسایی نشده باشند. همچنین نظر به گستره کاربری مفاهیم مدیریت استراتژیک، پژوهش‌های مربوطه ممکن است در حوزه‌ها و نشریه‌های دانشی دیگر منتشر شوند. در این پژوهش برای حفظ یکپارچگی در تحلیل آثار انتشاریافته و کسب نتیجه لازم، فقط بر نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی حوزه مدیریت تمرکز شده است. بنابراین پژوهش پیش رو لزوماً نشان‌دهنده وضعیت آثار انتشاریافته مرتبط با استراتژی در سایر حوزه‌های تخصصی داخل کشور نیست. همچنین به دلیل کارایی نامناسب موتورهای جست‌وجو در برخی پایگاه‌های مربوط به نشریه‌ها، جست‌وجوی آثار پژوهشی به صورت دستی صورت گرفته است و آثار انتشاریافته‌ای که در دسترس بودند، بررسی شده‌اند، بنابراین امکان وقوع خطای انسانی وجود دارد.

استراتژی‌های همکاری و مشارکت، مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکتی و حاکمیت شرکتی و ذی‌نفعان موضوعاتی هستند که علی‌رغم روند رو به رشد پژوهش در این حوزه‌ها در سطح جهانی، براساس یافته‌های این پژوهش کمترین سهم را در پژوهش‌های انتشاریافته داخلی حوزه مدیریت استراتژیک به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به اهمیت روزافزون مباحث همکاری و پایداری در محیط کسب‌وکار کنونی، گسترش تحقیقات مرتبط با این حوزه‌ها ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به اینکه در این اثر صرفاً پژوهش‌های انتشاریافته مدیریت استراتژیک در مجله‌های علمی - پژوهشی داخلی بررسی شده است، پیشنهاد می‌شود بررسی تطبیقی در خصوص پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکتری ارائه‌شده در داخل کشور و همچنین آثار منتشرشده توسط پژوهشگران ایرانی در مجله‌های علمی بین‌المللی نیز برای تکمیل گستره پوشش فعالیت‌های تحقیقاتی در رابطه با مدیریت استراتژیک در ایران انجام گیرد تا بتوان به بینشی کامل‌تر از روند تحقیقات این حوزه در ایران دست یافت. سهم بالای پژوهش‌های کمی نشان می‌دهد پژوهش‌های داخلی بر آزمون نظریه‌های متداول در حوزه استراتژی متمرکزتر است. از این رو، در راستای ارتقای سطح نوآوری و خلق دانش بومی در حوزه استراتژی، افزایش سهم پژوهش‌های کیفی در این حوزه نیازمند توجه است. همچنین به دلیل اینکه بیشتر آثار انتشاریافته، حاصل پژوهش‌های دانشجویی و به‌طور عمده نشت گرفته از پژوهش تکلیفی

(پایان نامه) است، عمق پژوهش در این عرصه مناسب نیست و بالطبع کمتر شاهد پژوهش‌های زنجیره‌ای هستیم که حول موضوعات خاص انجام شده باشد. با توجه به اینکه پژوهش‌های دانشگاهی عمدتاً اقتباس یافته از نظریه محققان بین‌المللی است، نوآوری جدی در پژوهش‌های داخلی مشاهده نمی‌شود که به ارائه مفهوم یا بسط نظریه در حوزه استراتژی منجر شده باشد. با توجه به اینکه هدف اصلی این پژوهش ارزیابی الگوی رفتاری پژوهش‌های مدیریت استراتژیک در ایران بوده است، یافته‌های ارائه شده به آسیب‌شناسی روند و الگوهای پژوهشی موجود در این عرصه و شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی که تمرکز بر آنها به ارتقای نوآوری و تولید دانش در پژوهش‌های داخلی این حوزه منجر می‌شود، کمک می‌کند.

منابع

عزیزی، ش.؛ فرهیخته، ف. (۱۳۹۲). تحلیل محتوا، تناظر و فرا روش پایان‌نامه‌های بازاریابی در دانشگاه‌های منتخب تهران. *نشریه مدیریت بازرگانی*، ۵ (۳)، ۱۲۴-۱۰۵.

- Azizi, S. & Farhikhte, F. (2013). Content, correspondence and meta method analysis of marketing theses in selected universities in Tehran. *Quarterly Journal of Business management*, 5(3), 105-124. (in Persian)
- Bakker, F., Groenwegen, P. & Hond, F. D. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44 (3), 283-317.
- Campbell, A. (2015). The basic principles of strategy haven't changed in 30 years. *HBR*. Available in: <https://hbr.org/2015/04/the-basic-principles-of-strategy-havent-changed-in-30-years>.
- Das, K. (2009). Relationship marketing research (1994#2006). *Marketing Intelligence & Planning*, 27 (3), 326 – 363.
- Fleisher, C. S. & Bensoussan, B. S. (2015). *Business and competitive analysis*. New Jersey, Pearson Education Inc.
- Grant, R. M. & Jordan, J. (2012). *Foundations of strategy*. UK, Wiley & Sons Ltd.
- Jarzabkowski, P. & Spee, A.P. (2009). Strategy-as-practice: A review and future directions for the field. *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 69-95.
- Kiron, D., Kruschwitz, N., Haanaes, K., Reeves, M., & Goh, E. (2013). *Introduction: sustainability, innovation and profits*. Available in: <http://sloanreview.mit.edu/reports/sustainabilityinnovation/introduction>.

- Martin, R.L. (2015). *There are still only two ways to compete*. Available in: <https://hbr.org/2015/04/there-are-still-only-two-ways-to-compete>.
- Nil, A. & Schibrowsky, J.A. (2007). Research on marketing ethics: A systematic review of the literature. *Journal of Macromarketing*, 27 (3), 256-273.
- Pugliese, A., Bezemer, P., Zattoni, A., Huse, M., Van den Bosch, F. & Volberda, H. W. (2009). Boards of directors' contribution to strategy: A literature review and research agenda. *Corporate Governance: An International Review*, 17(3), 292-306.
- Ramos- Rodríguez, A. R. & Ruíz- Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the *Strategic Management Journal*, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25(4), 981-1004.
- Sachan, A. & Datta, D. (2005). Review of supply chain management and logistics research. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35 (9), 664 – 705.

