

## یک راهنمای کاربردی برای ایجاد مشارکت نظری در حوزه مدیریت راهبردی



ریچارد مک‌داک<sup>۱</sup>، ریچارد برتون<sup>۲</sup>، جی بارنی<sup>۳</sup>  
مترجمان: سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی<sup>۴</sup>، زهرا دانیالی<sup>۵</sup>

### چکیده

اکثر مشارکت‌های نظری در مدیریت راهبردی، به جای معرفی چارچوب‌های نظری جدید «نظریه بزرگ»، نظریه‌های پذیرفته‌شده را به شیوه‌های جدید و جالب گسترش می‌دهند، شفاف می‌سازند یا به‌کار می‌گیرند. در این نوشتار، دستورات عملی برای چگونگی ایجاد این نوع مشارکت‌های نظری ارائه می‌دهیم. نظریه معمولاً با یک سؤال تحقیق مبتنی بر پدیده موردعلاقه، تغییرات یا محدودیت‌های نظریه موجود یا خلاقیت فکری آغاز می‌شود. علاوه بر سؤال تحقیق، جوانب تخصصی‌تر دیگری از نظریه وجود دارد که می‌توان مشارکت‌ها را بر آن اعمال کرد. روش نظریه‌پردازی، سطح تحلیل، درک پدیده اصلی، سازوکارهای علی، ساختارها و متغیرها و شرایط مرزی از جمله این جنبه‌هاست. این جوانب نظریه مجموعه‌ای از نتایج را در قالب توضیحات، پیش‌بینی‌ها یا دستورات عملی ایجاد می‌کنند. در اینجا، مقالات ویژه‌نامه مجله مدیریت استراتژیک، به‌منزله نمونه‌های این رویکرد به تدوین مشارکت‌های نظری، با استفاده از چارچوب ارائه‌شده ما تفسیر شده است.

واژگان کلیدی: مشارکت نظری، مدیریت راهبردی، راهنمای کاربردی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۱

### مقدمه مترجم

را ارائه می‌کند. مسئله مهم و قابل تأمل آن است که چگونه می‌توان مشارکتی نظری یا اصطلاحاً Contribution در نظریه‌ها داشت. نویسندگان مقاله، که از اندیشمندان بزرگ و صاحب سبک در

نظریه مجموعه‌ای به‌هم پیوسته از سازه‌ها، مفاهیم، تعاریف و گزاره‌هاست که به‌منظور تبیین و پیش‌بینی پدیده‌ها، از طریق تشخیص روابط بین متغیرها، دیدگاه نظام‌یافته‌ای از روابط پدیده‌ها

1. Richard Makadok

2. Richard Burton

3. Jay Barney

۴. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول): Amirhosseintayebi69@yahoo.com

۵. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه تهران

6. Grand Theory

برای ایجاد مشارکت نظری در یک زمینه کاری عمل می‌کند؛ دوم، به‌منزله روش شناسایی زمینه‌های کاری‌ای به‌کار می‌رود که ممکن است نیاز به توسعه نظری بیشتری داشته باشند. به‌طورکلی در این مقاله تمرکز بر توسعه یک «نظریه بزرگ»<sup>۱</sup> جدید نیست، بلکه عمدتاً بر ارتقای نظریه پذیرفته‌شده به روش‌های جالب و مفید تمرکز دارد.

این طبقه‌بندی، به‌مثابه یک راهنما برای ایجاد مشارکت‌های نظری در حیطه کاری خاص، فرایند تدوین مشارکت نظری را برای پژوهشگران کم‌تجربه مانند دانشجویان دکتری تسهیل می‌کند. موضوعی که این گروه پژوهشگران را نگران می‌کند آن است که تدوین مشارکت نظری ممکن است وظیفه‌ای پرچالش و خطیر باشد که به تغییر کامل انقلابی پارادایمی نیاز دارد (Kuhn, 1970).

باوجوداین، اکثر تئوری‌های جدید بیشتر دربردارنده ارتقای اندک با یک تغییر، اصلاح یا ترکیبی از تئوری‌های موجود است. طبقه‌بندی ما، با تفکیک کردن تئوری به اجزای تشکیل‌دهنده آن و بررسی روش‌هایی که به کمک آن حتی یک پژوهشگر کم‌تجربه بتواند این اجزا را تعدیل یا اصلاح یا ترکیب‌بندی مجدد کند، طیف وسیعی از رویکردهای مختلف را برای ارائه چنین مشارکت‌هایی پیشنهاد می‌کند؛ اگرچه تمرکز اصلی ما بر توسعه نظریه جدید در مدیریت راهبردی است. امیدواریم این رویکرد به گستره وسیعی از حیطه‌های پژوهشی تسری یابد.

طبقه‌بندی ما به‌منزله ابزاری برای شناسایی زمینه‌هایی ناشناخته نیز به‌کار می‌رود که در آن فرصت چشمگیری برای ارتقای نظریه فراهم است. این کار را با تقسیم نظریه‌ها به هشت جزء تشکیل‌دهنده آن‌ها (شکل ۱) و سپس بررسی چگونگی ترکیب این هشت عنصر به روش‌های مختلف انجام می‌دهیم. این ترکیبات «فضای تئوری»<sup>۲</sup> در یک زمینه را تعریف می‌کنند. برخی از قسمت‌های این فضاها تئوری ممکن است مملو از مطالعات متعدد و برخی دیگر نسبتاً خالی باشد. این قسمت‌های خالی یک فضای تئوری ممکن است فرصت‌هایی برای نظریه جدید فراهم کند. در بخش بعدی این مقاله، طبقه‌بندی خود را از مشارکت‌های نظری ممکن به همراه مثال‌هایی از تحقیقات گذشته مدیریت راهبردی معرفی می‌کنیم و شرح می‌دهیم. همچنین به این موضوع می‌پردازیم که چگونه این طبقه‌بندی و اجزای آن ممکن است تحقیقات آینده را در زمینه مدیریت راهبردی رقم بزند. در بخش بعدی، با استفاده از دیدگاه این طبقه‌بندی، هریک از ده مقاله مجله مدیریت استراتژیک درباره موضوع خاص نظریه جدید در مدیریت راهبردی<sup>۳</sup> را بررسی خواهیم کرد. برای هریک

حوزه نظریه‌پردازی و مدیریت راهبردی‌اند، دستورالعملی برای چگونگی ایجاد این نوع مشارکت‌های نظری ارائه کرده‌اند و به پشتوانه علمی و تجربه عملی خود تلاش کرده‌اند مباحث را کاملاً کاربردی مطرح کنند.

با توجه به اهمیت نظریه‌پردازی و نقد و بررسی نظریه‌های رایج مدیریتی با دیدگاه تحولی و دیدگاه بومی در کشور، مطالعه این مقاله به‌طور اعم برای اندیشمندان مدیریت و به‌طور اخص برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی حوزه مدیریت راهبردی و سیاست‌گذاری مفید خواهد بود، حتی برای محققان باتجربه این حوزه که مایل‌اند گام‌های بلندی به سمت نظریه بردارند.

## مقدمه

حوزه مدیریت راهبردی فقط با یک چارچوب نظری خاص تعریف نمی‌شود، بلکه از طریق تمرکز آن بر یک متغیر وابسته خاص، عملکرد کلی سازمان، و نقش مدیران در شکل‌دهی این عملکرد تعریف می‌شود (Rumelt et al., 1991). محققان راهبرد درباره چنین سؤالاتی بحث و بررسی می‌کنند: محرک عملکرد یک سازمان چیست؟ چرا برخی سازمان‌ها موفق می‌شوند، اما برخی دیگر با شکست مواجه می‌شوند؟ مدیران، در صورت امکان، درخصوص عملکرد کلی سازمان چه کاری می‌توانند انجام دهند؟ زمینه مدیریت راهبردی برای پاسخ‌دادن به این سؤالات به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای دربردارنده و پذیرای ایده‌ها، نظریه‌ها و رویکردهای نشئت‌گرفته از رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی (از قبیل اقتصاد، مردم‌شناسی و روان‌شناسی)، زمینه‌های تجاری (مثل بازاریابی، مالی و عملیاتی) و منابع دیگر (برای مثال، نظریه سیستم‌ها، نظریه پیچیدگی، چارچوب‌های مشاوره‌ای مدیریت و تجارب مشارکت‌کننده) بوده است. با وجود چنین منابع متنوعی از ایده‌های بالقوه متناقض، تعجب‌برانگیز نیست که محققان مدیریت بارها مسائل نظری بنیادینی را مورد بحث قرار داده‌اند که محققان زمینه‌های دیگر به‌ندرت به آن پرداخته‌اند. مسائلی از قبیل نظریه چیست (Whetten, 1989)، چه چیزی تئوری نیست (Sutton and Staw, 1995)، منشأ نظریه‌ها چیست (Weick, 1989)، نظریه‌ها چگونه ارزیابی می‌شوند (Bacharach, 1989)، چه عاملی کیفیت یک نظریه را ارتقا می‌دهد (Oxley et al., 2010) و اصلاً چه نیازی به نظریه هست (Ashkanasy, 2016).

هدف از نگارش این مقاله فراتر رفتن از این‌گونه بحث‌های فلسفی انتزاعی و پرداختن به یک سؤال کاربردی‌تر و ملموس‌تر است: دقیقاً چگونه می‌توان مشارکتی نظری در تحقیق مدیریت راهبردی داشت؟ ما یک طبقه‌بندی از روش‌های ایجاد مشارکت نظری ارائه می‌دهیم که حداقل به دو طریق مورد استفاده نظریه‌پردازان علاقه‌مند قرار می‌گیرد: نخست، به‌مثابه راهنمایی

1. Grand Theory

2. Theory Space

3. *Strategic Management Journal*, 2018, Volume 39, Issue 6; Special Issue: *New Theory In Strategic Management*.

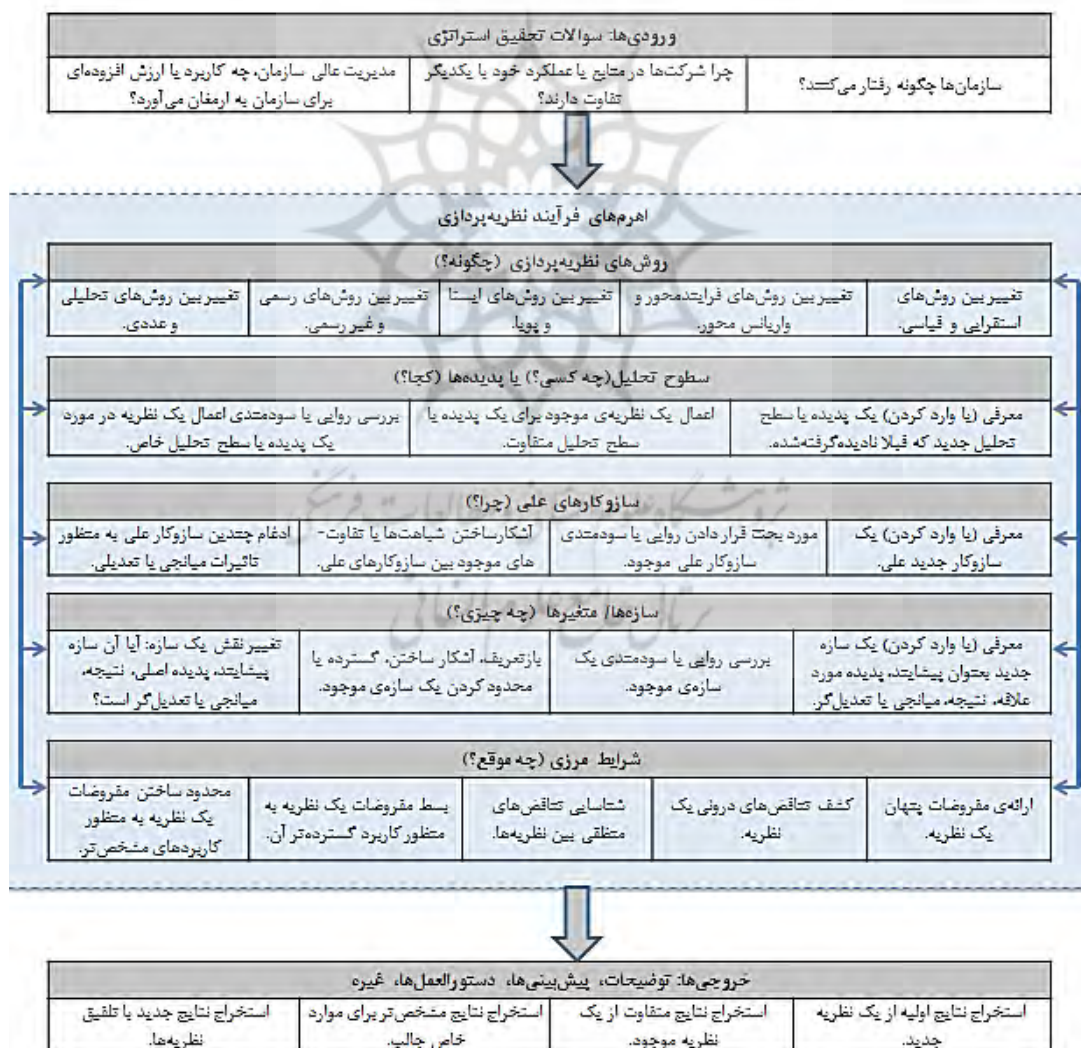
تئوری جدید ممکن است برانگیزاننده و تخیلی باشد و به شکل انحراف از تئوری موجود یا تردید در منطق دریافت شده آن ظهور کند. در موارد نادر، ارتقای تئوری ممکن است به شکل تغییر اساسی در چارچوب نظری آن باشد (Kuhn, 1970) که همه چیز یک باره تغییر می‌یابد. اگرچه چنین تغییرات بزرگی توجه ویژه‌ای را به خود جلب می‌کند، در توسعه نظریه مرسوم نیست. در عوض، بیشتر مشارکت‌های نظری یک یا دو عنصر از یک نظریه را تغییر می‌دهند و تمام جنبه‌های آن را هم‌زمان بررسی نمی‌کنند. این نوع توسعه‌های نظری، با وجود محدود بودن، ممکن است برای تکامل یک حوزه بسیار مهم باشند.

اما چگونه این نوع توسعه‌های نظری بالقوه مهم تشخیص داده شوند؟ برای پاسخ دادن به این سؤال، در ابتدا یک تئوری را به اجزای تشکیل دهنده آن تقسیم می‌کنیم و سپس چگونگی تغییر هر یک

از مقاله‌ها بیان می‌کنیم که چگونه بعضی از جوانب طبقه‌بندی ما را نشان می‌دهد: کدام نوع مشارکت‌ها را در طبقه‌بندی ایجاد می‌کند؟ و چگونه؟ در نهایت نکاتی چند را جمع‌بندی می‌کنیم.

### ۱. طبقه‌بندی مشارکت‌های نظری

نظریه مفهومی ذهنی و ساده‌سازی یک واقعیت است؛ در واقع نمایانگر تلاش برای درک برخی جنبه‌های آشکار یک پدیده به منظور پاسخ به یک سؤال یا هدفی خاص است. با وجود این، نظریه‌ها اغلب بر اساس فراگیر بودن ارزش‌گذاری می‌شوند، چراکه محققان خواستار آن‌اند که بتوانند نظریه‌ها را به مجموعه وسیع‌تری از پدیده‌ها یا شرایط تعمیم دهند. اگرچه دقت، آسانی و جامعیت ویژگی‌های مطلوب نظریه است، تقریباً غیر ممکن است یک نظریه این سه ویژگی را به طور کامل داشته باشد (Weick, 1979).



شکل ۱: طبقه‌بندی روش‌های ساخت مشارکت نظری

تحقیق خوب به اندازه‌های گسترده هست که مخاطبان زیادی را جلب کند، درعین حال به اندازه کافی محدود است تا قابل پاسخ‌گویی باشد. در همین راستا، حتی زمانی که موضوعی خیلی مهم و جالب است، تحقیق درباره آن ممکن است تا وقتی به تعویق بیفتد که سؤال به اندازه کافی برای پاسخ‌گویی خاص شود. مثلاً، در آغاز شکل‌گیری حوزه راهبرد، زمانی که پرسش «یک شرکت چه راهبردی را باید اتخاذ کند؟» مبهم و نامفهوم می‌نمود، پورتر (1979a) با تغییر گفت‌وگو به سؤال متمرکزتر و کنترل‌شدنی «عامل جذابیت یک صنعت چیست؟» کمک ارزشمندی به ارتقای نظریه کرد.

## ۲-۱. اهرم

### ۲-۱-۱. روش نظریه‌پردازی: چگونه؟

سبک یا روش نظریه‌پردازی فرایندی فکری است که از طریق آن ورودی اصلی تئوری (سؤال تحقیق) به خروجی‌های آن تبدیل می‌شود. این اهرمی است که چگونگی نظریه‌پردازی ما را تعریف می‌کند. همان‌طور که در قسمت مربوط به «روش نظریه‌پردازی» در شکل ۱ آمده است، این اهرم در حداقل پنج جهت قابل کشیده شدن است: الف) استقرایی در مقابل قیاسی، ب) فرایندمحور در مقابل واریانس‌محور، ج) ایستا در مقابل پویا، د) رسمی در مقابل غیررسمی، و ه) تحلیلی در مقابل عددی.

این تفاوت‌های موجود بین روش‌های نظریه‌پردازی بده‌بستان و موازنه‌ای‌اند. نظریه قیاسی با مجموعه‌ای از مفروضات کلی آغاز می‌شود - گاهی درباره سازه‌های مکنون مانند بهینه‌سازی سودمندی - که منطقاً معانی ملموس خاصی از آن‌ها استنباط می‌شود، درحالی‌که نظریه استقرایی با مشاهدات خاص شروع می‌شود و با قیاس بین آن‌ها تعمیم‌های احتمالی استنباط می‌شود (Eisenhardt, 1989). بنابراین این دو روش مبادله بین واقع‌گرایی و بازتولید<sup>۱</sup> را نشان می‌دهند. نظریه‌پردازی به شیوه استقرایی، که مبتنی بر مشاهدات دنیای واقعی است، از نظر واقع‌گرایی سودمند است اما ممکن است در بازتولید ضعیف باشد؛ چراکه محققان ممکن است تعابیر متفاوتی از یک سری مشاهدات مشابه استنباط کنند. در مقابل، نظریه‌پردازی به شیوه قیاسی ممکن است واقع‌گرایی کمتری داشته باشد، زیرا لزوماً مبتنی بر مشاهدات نیست، اما نتایجی با تعمیم‌پذیری بالا تولید می‌کند؛ زیرا هر محقق که ابزارهای اساسی استدلال قیاسی را در اختیار داشته باشد می‌تواند صحت فرضیه‌ها را با توجه به نتایج به‌دست‌آمده تأیید یا رد کند. هدف از مدل‌سازی فرایند توصیف چگونگی تغییر یک سازمان در طی زمان است، درحالی‌که هدف مدل‌سازی واریانس بیان تفاوت‌های بین

از این اجزا را بررسی می‌کنیم. همان‌طور که در طبقه‌بندی شکل ۱ نشان داده شده، هر نظریه را می‌توان مرگب از هشت قسمت دانست: الف) سؤال تحقیق، ب) سبک یا روش نظریه‌پردازی، ج) سطح تحلیل، د) پدیده اصلی، ه) سازوکار علی، و) مجموعه‌ای از سازه‌ها یا متغیرها، ز) مجموعه‌ای از شرایط مرزی و ح) مجموعه خروجی‌ها مانند توضیحات، پیش‌بینی‌ها یا پیشنهادها. اولین جزء (سؤال تحقیق) ورودی اولیه به روند نظریه‌پردازی است و آخرین جزء محصول اولیه آن است. شش جزء دیگر را می‌توان اهرم‌های تعدیل‌پذیر فرایند تئوری‌پردازی در نظر گرفت که با روش قدیمی «چه کسی، چه چیزی، چه موقع، کجا، چرا و چگونه» 5Ws1H در روزنامه‌نگاری و سخنرانی مطابقت دارند. در ادامه این بخش، هریک از این هشت قسمت را جداگانه بررسی می‌کنیم؛ همچنین به این موضوع می‌پردازیم که چگونه هریک از آن‌ها را می‌توان برای کمک به ارتقای نظریه تغییر داد.

### ۱-۱. ورودی: سؤال تحقیق

سؤال تحقیق ورودی اصلی در فرایند نظریه‌پردازی است. بدون یک سؤال پژوهشی، موضوعی برای پرداختن نظریه وجود ندارد. هر زمینه مورد مطالعه سؤالات پژوهشی منحصربه‌فردی دارد. برای مثال، روملت و همکاران (1994) فهرستی با عنوان «سؤالات بنیادی در راهبرد»<sup>۲</sup> تهیه کرده‌اند: «شرکت‌ها چگونه رفتار می‌کنند؟ چرا شرکت‌ها با هم متفاوت‌اند؟ عملکرد یا ارزش افزوده دفتر مرکزی در یک شرکت ارائه‌دهنده محصولات متنوع چیست؟ چه چیزی موفقیت یا شکست در رقابت بین‌المللی را تعیین می‌کند؟» کادر سؤالات تحقیق در بالای شکل ۱ فقط دربردارنده خلاصه سه سؤال اول و صرفاً نمونه‌های تصویری است، نه بیانگر یک فهرست کامل. اگرچه بسیاری از سؤالات تحقیق راهبردی با این سه سؤال نامرتبط نیستند، واضح است که می‌توان سؤالات تحقیقاتی را، که بخش مهمی از مطالعات مدیریت راهبردی را تشکیل می‌دهند، به‌منزله موارد خاص یا اعمال تغییرات در این سؤالات قلمداد کرد.

یکی از روش‌های آشکار بسط نظریه تغییردادن سؤال پژوهش از طریق طرح سؤال جدید یا اصلاح سؤال موجود یا به‌کارگرفتن یک تئوری موجود برای پاسخ‌دادن به سؤالی متفاوت است. یافتن سؤال خوب اغلب سخت‌ترین مرحله نظریه جدید است. طبقه‌بندی ما ممکن است راهکارهای مفیدی در این باره ارائه دهد اما بسط یک تئوری، به‌ویژه هنگام طرح سؤالات جدید، فرایندی مکانیکی نیست. تصورات، بینش، حتی «سؤالات نامفهوم»<sup>۳</sup> ممکن است بخشی از این فرایند باشد (March, 1971). سؤال

1. Who, What, When, Where, Why, And How

2. Fundamental Questions In Strategy

3. Dumb Questions



۱-۲-۲. سطح تحلیل: چه کسی؟

اگرچه زمینه مدیریت راهبردی با هدفگذاری در جهت درک عدمتجانس موجود در عملکرد کلی سازمان تعریف می‌شود، به این معنا نیست که تمامی مطالعات حوزه راهبرد بر تحلیل سطح سازمانی متمرکزند. تحقیقات در سطوح دیگر تحلیل نیز اهمیت زیادی در تعیین عملکرد کلی شرکت دارند. بنابراین مطالعات راهبردی هم بر تحلیل سطوح بالا مثل اتحاد، سرمایه‌گذاری مشترک، بازار، صنعت، حوزه، مؤسسه یا ملت‌ها و هم بر سطوح پایین‌تر مثل بخش‌ها، واحد، معامله، تیم یا فرد تمرکز دارد. همان‌گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، سطح تحلیل نشان می‌دهد که درباره چه کسی نظریه‌پردازی می‌کنیم.

به ندرت اتفاق می‌افتد نظریه‌ای که در یک سطح تحلیل بسط یافته کاملاً و بدون هیچ‌گونه اصلاحی در مورد سطحی متفاوت از تحلیل نیز موفق عمل کند. به کارگرفتن نظریه‌ای اصلاح‌نیافته برای سطوح متفاوت تحلیلی فرضیه‌های نامناسب می‌سازد و نتایج غیرواقعی به دست می‌دهد. با وجود این، به کمک تعدیل و تطبیق دقیق و مناسب می‌توان برخی اجزای نظریه در یک سطح تحلیل را تا حدودی با دیگر سطوح تحلیل مرتبط ساخت و این اصلاحات فرصت‌هایی را برای بسط و تکمیل نظریه فراهم می‌سازند. برای مثال، بین شرکت‌ها و ملل مختلف رقابت برقرار است، اما تفاوت‌های زیادی بین نوع رقابت بین شرکت‌ها با رقابت موجود بین ملل مختلف وجود دارد؛ از این‌رو تطبیق‌های متعددی به منظور کسب بینش درباره رقابت بین شرکت‌ها (Porter, 1980; 1985) لازم است تا بتوان آن‌ها را در مورد رقابت بین ملت‌ها نیز به کار گرفت (Porter, 1990)؛ اما نتایجی که از آن به دست می‌آید، ارتقای مهمی در نظریه به شمار می‌رود. برعکس، هنگامی که یک نظریه از یک سطح تحلیل در سطح تحلیل متفاوتی به کار گرفته شود، نقد و تصحیحی که بر این استفاده نادرست نوشته شده را می‌توان بسط و ارتقای مفید نظریه‌ای تلقی کرد.

گاهی اوقات حتی ممکن است سطحی کاملاً جدید از تحلیلی را معرفی کرد که محققان قبلاً نادیده گرفته بودند. نمونه‌ای آشنا در ادبیات راهبرد معرفی گروه‌های راهبردی بوده است (Por-ter, 1979b). این چنین نوآوری‌ها، مادامی که بتوانند موضوعی را تبیین کنند که با دیگر سطوح تجزیه و تحلیل بیان‌شدنی نباشد، مشارکت نظری مهمی به حساب می‌آیند. از طرفی، همان‌طور که بارنی و هاسکیسن (1990) در نقد گروه‌های راهبردی اشاره کرده‌اند، نوع دیگر بسط نظریه‌ای مورد بحث قراردادن کاربرد یا اعتبار یک سطح تحلیل است.

۱-۲-۳. پدیده: کجا؟

حوزه مدیریت راهبردی پدیده‌های متعددی را بررسی می‌کند که به نحوی به عملکرد کلی سازمانی مرتبط‌اند. همان‌طور که

سازمان‌ها است (Payne et al., 2016). نظریه‌های ایستا به بررسی رفتار یک سیستم و اجزای آن تحت شرایط تعادلی یکنواختی می‌پردازد که همه نیروهای مؤثر بر آن در حالت تعادل‌اند؛ درحالی‌که نظریه‌های پویا چگونگی حرکت یک سیستم و اجزای آن را تحت تأثیر نیروهایی بررسی می‌کنند که آن را در جهت یا خلاف جهت تعادل یا بین این حالت هدایت می‌کنند (Gibbons, 1992). نظریه‌های غیررسمی بر پایه زبان معمول منطق کلامی استوارند، به همین علت برای تعداد زیادی از مخاطبان فهمیدنی‌اند؛ در صورتی که نظریه‌های رسمی بر زبان بسیار دقیق منطق، ریاضی و شبیه‌سازی متکی‌اند، از این‌رو ممکن است مخاطبان بدون تخصص لازم در درک آن با مشکل روبه‌رو شوند (Adner et al., 2009). در حوزه نظریه رسمی، روش‌های تحلیلی نظیر نظریه بازی به نتایج دقیقی دست می‌یابند، اما فقط در مدل‌هایی کاربرد دارند که پارامترهای نسبتاً کمی برای حفظ کنترل دارند؛ درحالی‌که از روش‌های عددی نظیر شبیه‌سازی می‌توان در مدل‌های بسیار پیچیده با تعداد زیادی پارامتر استفاده کرد، گرچه نتایجی تقریبی را ارائه می‌دهند که ممکن است تفسیر علیت آن‌ها را سخت‌تر سازد (Davis et al., 2007; Harrison et al., 2007).

بنابراین یک روش برای بسط نظریه به کمک تغییر روش نظریه‌پردازی در طی این پنج بعد امکان‌پذیر است: بین استقرایی و قیاسی، بین فرایند و واریانس، بین ایستا و پویا، بین رسمی و غیررسمی، بین تحلیلی و عددی. برای مثال، هیل و کیم (1988) نظریه شرکت‌های چندملیتی را با تغییر چشم‌انداز ایستا به پویا ارتقا دادند. همچنین هلفات و آیزنهارت (2004)، لوینثال و وو (2010) و ساخارتوف و فولتا (2014; 2015) در پژوهش خود، با تمرکز بر مفاهیم ذاتاً موقت بازآرایی منابع، عنصر پویای جدیدی را به نظریه ایستای شرکت چندکسبوکاری اضافه کردند. امروزه تغییر حرکت از سمت نظریه‌پردازی غیررسمی به رسمی روشی فراگیر در بسط و تکمیل نظریه شده است. برای مثال، درحالی‌که موضوع تخصیص ارزش سابقاً عاملی مهم و درعین حال نادیده‌گرفته‌شده در نظریه‌های غیررسمی مبتنی بر منابع درباره عملکرد شرکت محسوب شده (Castanias and Helfat, 1991; Coff, 1999)، تغییر گرایش به سمت حالت نظریه‌پردازی رسمی در خصوص این ایده (Brandenburger and Stuart, 1996)، (MacDonald and Ryall, 2007; 2004) ابزاری جدید و قوی را برای استخراج پیش‌بینی‌های دقیق‌تر از آن فراهم ساخته است. همچنین ممکن است نظریه‌ها با ادغام حالت‌های مختلف نظریه‌پردازی بهبود یابند؛ ترکیب روش‌هایی از قبیل به‌هم‌تنیدگی، روش‌های ترکیبی و تکرار برای سؤال پژوهشی داده‌شده روایی یافته‌ها را افزایش می‌دهد و بینش و درک بیشتری از آن‌ها ایجاد می‌کند (Burton and Obel, 2011; Turner et al., 2017).

جدیدتر آن مطالعه فلین و زنگر (2014) است. آنان نظریه‌های موجود حاکمیت شرکتی را به‌منظور تبیین پدیده درحال وقوع نوآوری باز به‌کار گرفته‌اند. در محیط کسب‌وکار فعلی، پدیده مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم،<sup>۴</sup> بلاکچین،<sup>۵</sup> یادگیری ماشینی،<sup>۶</sup> سازمان‌های خودگردان (DAOs)<sup>۷</sup> و سازمان‌های خودگردان<sup>۸</sup> برای چنین کاربردهای نظری مناسب به‌نظر می‌آیند، درحالی‌که دیگر پدیده‌های پیش‌بینی‌شده آینده، مانند مدل‌های کسب‌وکار همچون اینترنت اشیا،<sup>۹</sup> واقعیت افزوده،<sup>۱۰</sup> وسایل نقلیه خودگردان و محاسبات کوانتومی، در آینده نزدیک مناسب خواهند بود. کسانی که در یک زمینه کار می‌کنند اغلب منبع خوبی برای درک پدیده موردبررسی هستند که از آن طریق «چرایی» آن پدیده پدید می‌آید.

#### ۱-۲-۴. سازوکار علی: چرا؟

شاید محوری‌ترین جنبه هر نظریه سازوکار علی آن باشد که اساس منطق درونی نظریه است و نظریه بر آن استوار است. همان‌طور که از شکل ۱ نیز پیداست، سازوکار علی سطحی است که روابط یا تأثیرات پیشنهادی نظریه را تعریف می‌کند. سازوکارهای علی اغلب یک ویژگی نظم‌گرا دارند، چون هر رشته علوم اجتماعی بر مجموعه متفاوتی از سازوکارهای علی متمرکز است. سازوکارهای روان‌شناختی شامل ادراک، شناخت، عاطفه، یادگیری، انگیزش، دلبستگی و... است. سازوکارهای جامعه‌شناختی عبارت‌اند از انطباق، انحراف، تعارض، تعامل نمادین، روابط قدرت، جست‌وجوی موفقیت، احترام، ساختاریابی و... سازوکارهای اقتصادی شامل تعادل، رقابت، تباری، همکاری، چانه‌زنی، بستن قرارداد، حق تقدم خرید، انعطاف‌پذیری، نوآوری، رشد، انطباق، صرفه‌جویی، رانت‌خواهی، انگیزش و... است.

محققان به کمک سازوکارهای علی می‌توانند به طرق گوناگون به ارتقای نظریه کمک کنند: روش آشکار معرفی یا اضافه کردن سازوکاری علی است که سابقاً درباره سؤال خاص تحقیق کشف نشده است. برای مثال، این سؤال که چرا جایگاه شاغلان حرفه‌ای و قدرتمند توسط مبتدیان ضعیف متزلزل می‌شود، ابتدا از طریق سازوکارهای علی اقتصادی مطالعه شد (Fudenberg and Tirole, 1991; Gelman and Salop, 1983; Ghemawat, 1991) و بعداً از طریق سازوکارهای علی جامعه‌شناختی نظیر انحراف ساختاری

در بخشی از بیانیه دامنه به‌روزشده آکادمی مدیریت<sup>۱</sup> که اخیراً به بخش مدیریت راهبردی تغییر نام داده آمده است:

«این بخش چندین موضوع مرتبط با فرایندهای تصمیم‌گیری راهبردی، پیشایندها/زمینه و پیامد آن‌ها را پوشش می‌دهد. نمونه‌هایی از موضوع اول عبارت‌اند از راهبرد رفتاری، مرزهای شرکت، حاکمیت شرکتی، راهبرد شرکت، اقتصاد راهبرد، راهبردهای غیربازاری، نوآوری و تجدید راهبردی، تدوین راهبردی، اجرا و برنامه‌ریزی و فرایندهای راهبردی. نمونه‌هایی از موضوع دوم شامل اتحادها، شبکه‌ها، ادغام و تملک و ارتباطات درون و برون سازمانی زمانی که پیامدهای ناشی از تصمیمات راهبردی را به همراه دارند، مدل‌های کسب‌وکار، تعاملات رقابتی و تعاونی، پویایی صنعت، منابع و قابلیت‌های داخلی، مدیریت راهبردی ورودی‌های حیاتی و رهبری راهبردی و سطوح بالاتر است. نمونه‌های مورد سوم عبارت‌اند از عملکرد سازمان و ناهمگونی شرکت/رقابت. علاوه‌براین، تأثیر سیاست دولتی بر هریک از این زمینه‌ها و پدیده‌ها مدنظر این بخش است.»<sup>۲</sup>

همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده، پدیده اهرمی است که نقطه مربوط بودن نظریه، یعنی موضوع و موقعیت موردهدف نظریه، را تعریف می‌کند. هر نظریه ممکن است به زمینه‌های مختلف مرتبط باشد و بر پدیده‌های چندگانه دلالت کند. از آنجاکه سازمان‌ها، بازارها و صنایع سیستم‌های پیچیده چندوجهی‌اند که اجزای آن‌ها به طرق گوناگون به یکدیگر مرتبط‌اند، نیروهایی که بر یک جزء تأثیر می‌گذارند حداقل بر برخی اجزای دیگر نیز تأثیرگذارند. سؤال مهم بالقوه این است که این نیروها چگونه بر دیگر اجزا نیز تأثیر می‌گذارند؟ چالشی که پاسخ به این سؤال را ایجاد می‌کند به‌نوبه خود فرصت‌هایی برای ارتقای نظری ارزشمند فراهم می‌کند. برای مثال، مکادوک و کاف (2009) نظریه سیستم انگیزشی شرکت را انتخاب کرده و نشان می‌دهند که چگونه اعمال برخی اصلاحات جزئی در فرضیه‌ای کلیدی آن را برای توصیف طیف گسترده‌ای از اشکال ترکیبی حاکمیتی نیز سازگار می‌کند. خوشبختانه نوآوری‌های فناورانه و اجتماعی نشان از آن دارد که جریانی بی‌وقفه از پدیده‌های جدیدی در جهان رخ می‌دهد که نظریه‌های قدیمی را بتوان در مورد آن‌ها به‌کار گرفت و هرکدام فرصتی را برای بسط و تکمیل یک نظریه در اختیار نظریه‌پردازان مشتاق قرار می‌دهد. مثال اولیه از این روش نظریه‌پردازی مطالعه هریگان (1988) است که سرمایه‌گذاری مشترک<sup>۳</sup> - پدیده جدید آن زمان - را مورد بررسی قرار می‌دهد و توضیح می‌دهد که چگونه «استفاده از آن‌ها تغییری جالب در رفتار رقابتی است». مثال

4. Platform-Based Business Models

5. Blockchain

6. Machine Learning

7. Distributed Autonomous Organizations (Daos)

8. Self-Managed Organizations

9. Internet Of Things (IoT)

10. Augmented Reality

1. Academy Of Management

2. [Http://Strdiv.Org/?Page\\_Id=139](http://Strdiv.Org/?Page_Id=139)

3. Joint Ventures

نتیجه، تعدیل‌گر و یا میانجی. بنابراین روش متفاوت برای توسعه یک نظریه تغییر نقش سازه یا متغیر است - به معنای تغییر یکی از نقش‌های مذکور به دیگری. برای مثال، درحالی‌که اکثر تحقیقات راهبردی تعیین مرزهای بین صنایع را عاملی بیرونی قلمداد می‌کنند، اشمیت و همکاران (2016) در نظریه خود بر این باورند که هم‌گرایی صنایع از درون آن‌ها شکل می‌گیرد.

#### ۱-۲-۶. شرایط مرزی: چه موقع؟

هیچ نظریه‌ای آن‌قدر شمولیت ندارد تا بتوان آن را به هر موقعیتی تعمیم داد. هر نظریه دارای مرزهایی است که درون این مرزها به‌خوبی اعمال می‌شود، اما خارج از این مرزها نتایج آن کمتر کاربرد دارد یا اصلاً تعمیم‌پذیر نیست. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده، شرایط مرزی اهرمی است که تعیین می‌کند چه موقع نظریه ما کاربرد دارد و چه موقع ندارد.

در برخی موارد، به‌ویژه هنگامی که یک نظریه از طریق روشی غیررسمی توسعه می‌یابد، شرایط مرزی آن ممکن است نامشخص باشد یا مورد بحث قرار گیرد. چنین نظریه‌ای ممکن است بر مفروضاتی که به‌طور کامل بیان نشده استوار باشد. در چنین مواردی، آشکارساختن یا تبیین مفروضات نظری ارتقای نظری محسوب می‌شود، چراکه شرایط مرزی آن را مشخص ساخته است. مثلاً رسمی‌سازی نظریه از طریق کشف شرایط مرزی نظریه‌های مربوط به چگونگی کسب مزیت رقابتی از طریق ابهام علی، بسط مهم نظری به‌شمار می‌رود (Ryall, 2009).

کشف دقیق شرایط مرزی، با شناسایی تناقض‌های منطقی، به ایجاد توسعه ارزشمند نظری نیز کمک می‌کند. اگر بین شرایط مرزی نظریه انسجام منطقی وجود نداشته باشد، ممکن است نتوان شرایطی را یافت که آن نظریه واقعاً مورد استفاده قرار گیرد؛ این به‌نوبه خود موضوع مهم مورد نقدی از نظریه است. برای مثال، اسلاتر و اسپنسر (2000) معتقدند یک ناهماهنگی اساسی بین مفروضات نظریه اقتصاد هزینه - مبادله در مورد عقلانیت وجود دارد که باعث می‌شود اعتبار کل این چارچوب مورد سؤال قرار گیرد. نوعی متفاوت از ناسازگاری منطقی زمانی است که فرضیه‌های دو نظریه متفاوت با یکدیگر در تعارض باشند. پی‌بردن به وجود این چنین ناهماهنگی‌هایی بین نظریه‌ها، با ارائه شاخصی که توضیحات رقابتی متعارض نظریه‌ها را نشان دهد، بسط ارزشمند نظری به‌شمار می‌آید؛ از این طریق می‌توان آزمایش‌هایی برای رد یکی از آن‌ها انجام داد یا شرایطی را ارزیابی کرد که یکی از نظریه‌ها تحت آن کاربردی‌تر باشد.

ایجاد نسخه‌های متفاوت از یک نظریه با محدودکردن یا تقلیل شرایط مرزی آن، یکی دیگر از راه‌های ممکن برای بسط نظریه است. زمانی که شرایط مرزی محدود شود، ممکن است پیش‌بینی‌های بیشتر یا مشخص‌تر از یک نظریه حاصل شود؛

بررسی شد (Henderson, 1993; Leonard-Barton, 1992); و سرانجام از دیدگاه سازوکارهای روان‌شناختی مانند نزدیک‌بینی بدان پرداخته شد (Bower and Christensen, 1995; Christensen, 1997). هریک از این تغییرات در سازوکارهای علی نمونه بسط نظریه‌ای است. نمونه کلاسیک دیگر از این رویکرد معرفی سازوکارهای گزینه‌های واقعی برای مطالعه سرمایه‌گذاری‌های مشترک از سوی کوکوت (1991) بود. همچنین، روشی دیگر برای ارائه بسطی از نظریه مقایسه و مقابل هم قراردادن سازوکارهای علی مختلف برای یک سؤال تحقیقاتی خاص است تا از این طریق بتوان شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان را آشکار ساخت. برای مثال، گیونز (2005) تحلیل تطبیقی مشابه از نظریه‌های مختلف مرزهای سازمان را ارائه کرده است. سوین نوع توسعه نظری ادغام سازوکارهای علی چندگانه است که به بررسی نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر از طریق تأثیرات میانجی و تعدیل‌گری می‌پردازد. بدین ترتیب، نتایج حاصل ترکیبی از سازوکارهای علی است که به‌تنهایی از هرکدام از آن‌ها قابل استخراج نبود. برای مثال، مکاداک (2010) از این روش برای تلفیق سازوکارهای علی اقتصادی استفاده کرده است، درحالی‌که نیکرسون و زنگر (2008) و وبر و مایر (2014) از آن برای تلفیق سازوکارهای اقتصادی با سازوکارهای روان‌شناسی بهره برده‌اند.

#### ۱-۲-۵. سازه‌ها و متغیرها: چه چیزی؟

سازه‌ها و متغیرهای مفهومی اجزای حیاتی نظریه‌اند. همانگونه که در شکل ۱ نشان داده شده، این سطح معرف موضوعی است که نظریه درباره آن ساخته شده است. سازه‌ها و متغیرها ممکن است معرفی شوند، وارد شوند، مورد سؤال قرار گیرند، حذف، بازتعریف، روشن، گسترده یا محدود شوند. برای مثال، خلق سازه‌هایی همچون ابهام علی<sup>۱</sup> (Lippman and Rumelt, 1982)، ظرفیت جذب<sup>۲</sup> (Cohen and Levinthal, 1990)، دارایی‌های مکمل<sup>۳</sup> (Teece, 1986) قابلیت‌های پویا<sup>۴</sup> (Teece et al., 1997) و بازارهای عامل استراتژیک<sup>۵</sup> (Barney, 1986) کمک ارزشمندی به ارتقای نظریه استراتژی کرد. در مقابل، گاهی اوقات بحث و بررسی سازه‌های مفهومی نیز محققان را ترغیب می‌کند تا معنی آن‌ها را روشن سازند؛ پاسخ بارنی (1989) به دریکس و کول (1989) مثالی در این زمینه است.

سازه یا متغیر مفهومی نقش مهمی در خلق یک نظریه ایفا می‌کند؛ مثلاً به‌منزله پدیده اصلی موردعلاقه، یک پیش‌بینی،

1. Causal Ambiguity
2. Absorptive Capacity
3. Complementary Assets
4. Dynamic Capabilities
5. Strategic Factor Markets

نتیجه‌گیری‌های بیشتر از نظریه‌های موجود، به‌ویژه با در نظر گرفتن انواع مختلف خروجی، مشارکتی نظری انجام داد. برای مثال، نظریه ممکن است در ابتدا به‌منزله یک توضیح شکل بگیرد و بعداً از آن برای پیش‌بینی یا تجویز استفاده شود. مثلاً اگرچه نظریه آشوب در گذشته برای تبیین پدیده‌های اجتماعی استفاده شده بود، لوی (1994) این نظریه را با هدف استخراج نتایج تجویزی برای راهبرد ارتقا داد.

در نهایت بسط یک تئوری ممکن است از طریق ادغام نظریه‌های مختلف برای تولید خروجی‌های جدید نیز انجام گیرد که از هرکدام از این نظریه‌ها نمی‌توان این خروجی‌ها را استخراج کرد. برای مثال، چن (1996) پیش‌بینی‌های جدید را با تلفیق نظریه‌های پویایی رقابتی و نظریه‌های مزیت رقابتی به‌دست آورد. به همین ترتیب، کوتا و اورن (1989) نظریه اقتصادی تولید را از ترکیب نظریه مزیت رقابتی و نظریه ساختار تولید به‌دست آوردند.

## ۲. مروری بر مقالات (تئوری‌های جدید در مجله مدیریت استراتژیک)

اکنون به کمک طبقه‌بندی ارائه‌شده در بخش قبل به این موضوع می‌پردازیم که هریک از ده مقاله ویژه‌نامه مذکور دقیقاً چگونه در مدیریت راهبردی مشارکت نظری می‌کنند. از شکل ۱ به‌عنوان راهنمای بررسی هر مقاله استفاده می‌کنیم.

### ۲-۱. به سوی مفهومی پویا از خلق ارزش و تخصیص آن در سازمان‌ها

اگرچه مطالعات راهبردی به دنبال توضیح بسیاری از متغیرهای وابسته بوده است، هیچ‌کدام از این متغیرها به اندازه عملکرد سازمانی، سازه اصلی در حوزه راهبرد، در مطالعات این حوزه مورد توجه قرار نگرفته است. پس از چهار دهه تحقیق در حوزه راهبرد، انتظار می‌رود تعریفی روشن، صریح و موردپذیرش همگانی از چنین سازه محوری به‌دست آمده باشد، اما این انتظار هنوز محقق نشده است. با وجود محوریت عملکرد سازمانی، تعریف روشن و منسجم و فراگیر از آن تقریباً دست‌نیافتنی بوده است. لیبرمن و همکاران (2018)، با ارائه مفهوم جدیدی از عملکرد تحت عنوان «سود اقتصادی»<sup>۱</sup> به کمک سطح سازه‌ها/متغیرها در شکل ۱، توسعه‌ای چشمگیر در این زمینه ایجاد کرده‌اند. اما از آنجاکه مفهوم سود ذاتاً موقت و بین‌زمانی است، این بازتعریف نیز باعث تغییر روش تفکر ایستا به پویا در مورد عملکرد می‌شود؛ لذا از طریق اهرم مربوط به سبک‌های نظریه‌پردازی در شکل ۱ نیز می‌توان سهمی در ارتقای نظریه داشت. در این مقاله، چالش‌های اندازه‌گیری سود اقتصادی و فرصت‌های مربوط به تجزیه منابع مالی آن (نوآوری در برابر تکرار) و توزیع سود بین اعضای مختلف

اگرچه این قدرت پیش‌بینی بیشتر ممکن است در ازای کاهش تعمیم‌پذیری آن به‌دست آید. برای مثال، هنارت (1988) پیش‌بینی‌های جدیدی را از نظریه اقتصاد هزینه - مبادله، با محدودکردن آن به مورد خاص سرمایه‌گذاری‌های مشترک نابرابر، به‌دست آورد. از طرف دیگر، کم‌کردن شرایط مرزی یک نظریه ممکن است کلیت آن را به گستره بیشتری از موقعیت‌های گوناگون افزایش دهد؛ هرچند این امر ممکن است توان پیش‌بینی آن نظریه را کاهش دهد (مثلاً کاهش تعداد یا خاص بودن پیش‌بینی‌هایی که از نظریه به‌دست می‌آید). برای مثال، پاچکودی آلمیدا و زمسکی (2003)، با شناخت این موضوع که برخی از منابع و توانایی‌ها برای توسعه نیاز به زمان دارند، نظریه سرمایه‌گذاری راهبردی را تحت تأثیر شرایط ابهام تعمیم دادند.

### ۳-۱. خروجی‌ها: توضیحات، پیش‌بینی‌ها و دستورالعمل‌ها

اگرچه فرایند نظریه‌پردازی به‌طورکلی یک ورودی اصلی (سؤال پژوهش) دارد، ممکن است انواع مختلفی از خروجی‌ها شامل توضیحات، پیش‌بینی‌ها و تجویز داشته باشد (Brodbeck, 1968). یک نظریه توضیحی را ارائه می‌کند که بتوان وجود پدیده مشاهده‌شده را از مفروضات و پیشنهادها آن استخراج کرد. توضیحات اغلب در قالب مجموعه‌ای از پیشنهادها یا فرضیه‌ها بیان می‌شوند. پیش‌بینی‌ها ساختاری منطقی مشابه توضیحات دارند، با این تفاوت که دربردارنده ادعاهایی درباره چگونگی آینده‌اند. همچنین ممکن است پیش‌بینی‌ها در قالب مجموعه‌ای از پیشنهادها یا فرضیه‌ها عنوان شوند. بنابراین دستورالعمل‌ها به اقداماتی اشاره دارد که مدیران (یا دیگران) با اتخاذ آن‌ها می‌توانند تأثیری بر نتایج خاص سازمانی داشته باشند. این نتایج متفاوت نظریه اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند. درست همان‌طور که ممکن نیست هیچ نظریه‌ای به‌طور کامل سه حسن دقت، سادگی و قابلیت تعمیم را داشته باشد (Weick, 1979)، هیچ خروجی نظریه‌ای نیز برای تمام اهداف مناسب نخواهد بود. پیش‌بینی خوب (چه اتفاقی خواهد افتاد) ممکن است توضیحی خوب (چرا این اتفاق می‌افتد) یا اساسی برای دستورالعمل (چه چیزی باید اتفاق افتد) نباشد. پیش‌بینی آنچه اتفاق خواهد افتاد به‌مثابه دستورالعملی از آنچه شما می‌خواهید اتفاق بیفتد نیست. به‌طور خلاصه، توضیح و پیش‌بینی و تجویز با هم متفاوت‌اند و اهداف مختلفی دارند. یک تئوری به‌ندرت هر سه مورد را در یک زمان انجام می‌دهد که بی‌شبهت با گفته و یک درباره دقت و سادگی و تعمیم‌پذیری نیست.

کادر مربوط به خروجی‌های تئوری در پایین شکل ۱ چگونگی پیشرفت بسط یک نظریه همگام با توسعه نظریه‌ها در طول زمان را نشان می‌دهد: وقتی نظریه‌ای جدید است، اولین اقدام کسب‌وکار استخراج نتایج اولیه از آن است. با وجود این، نظریه ممکن است در ابتدا تمام مفاهیم را دربر نداشته باشد؛ بنابراین می‌توان با استخراج



به این معنی که شرکت با وجود ناکارآمدی موفق است. دوم، ابهام گاه‌وبیگاه درباره نتیجه یک اقدام است که ممکن است به عدم تحقیق در این مورد منجر شود. سوم، میزان یادگیری درباره یک اقدام نسبت به زمان انحلال شرکت آهسته است، بنابراین شرکت در این مدت کوتاه یاد نمی‌گیرد. با مراجعه به شکل ۱، ورمولن با استفاده هم‌زمان از چندین اهرم به ارتقای نظری کمک می‌کند: از لحاظ روش نظریه‌پردازی، او از مشاهدات خود در این زمینه و یک مدل شبیه‌سازی به عنوان روش‌های ترکیبی استفاده می‌کند تا روایی و درک بیشتری برای ایجاد گزاره‌های داشته باشد. از منظر اهرم سازوکار علیت، او ایده‌های متفاوتی را نسبت به نظریه پذیرفته‌شده ارائه می‌دهد. به‌طور خلاصه، سازوکار کارآمدی نقش ابهامات علی و میزان انتقال را نادیده می‌گیرد. از منظر اهرم سازه‌ها/ متغیرها، ورمولن فرضیه‌های اصلی نظریه پذیرفته‌شده را مورد بحث قرار می‌دهد و بدین ترتیب دانش ما را درباره رفتار شرکت افزایش می‌دهد.

۲-۴. تازه‌واردان سودآوری ضمانت شده را حفظ می‌کنند، از بین می‌برند یا خلق می‌کنند؟

مک‌دونالد و رایل (2018) مشارکت نظری پویایی را از تحلیل نظریه بازی ائتلافی پیشین خود ارائه می‌دهند - شرایطی که در آن کسب ارزش اقتصادی برای یک عضو صنعت تضمین شده است (MacDonald and Ryall, 2004). در واقع، در این مقاله، با بررسی چگونگی تغییر سهم ارزش اقتصادی تضمین‌شده هنگامیکه یک عضو صنعت در حاشیه سود اضافه یا حذف می‌شود - آنچه اقتصاددانان «تحلیل حاشیه‌ای»<sup>۴</sup> می‌نامند - مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این خصوص، سهم آنان در ارتقای نظریه در درجه اول بیانگر تغییر در روش نظریه‌پردازی ایستا به پویا در شکل ۱ است.

۲-۵. یک مورد اقتصادی برای CSR<sup>۵</sup>

لو و کاول (2018) سؤال تحقیق کاملاً جدیدی را به مطالعات مسئولیت اجتماعی شرکتی (CSR) وارد می‌کنند و در نتیجه سهم اصلی خود از ارتقای نظریه را در بالاترین سطح شکل ۱ ادا می‌کنند. آنان در این مقاله، به جای پرداختن به این موضوع که آیا فعالیت‌های CSR شرکت در دستیابی به اهداف اجتماعی موثر است یا این فعالیت‌ها برای سهام‌داران شرکت سودآور است یا خیر، به این سؤال می‌پردازند که چه موقع سازمانی خصوصی، به کمک فعالیت‌های CSR خود، در حل مشکلات اجتماعی کارا تر از سایر نهادها عمل می‌کند. در واقع، این شیوه بازنویسی سؤال تحقیق فعالیت‌های CSR را با تنظیم بهینه‌سازی پارتو به‌عنوان استاندارد مربوط به آن بهبود می‌بخشد. در این مقاله، اولین گام تغییر به سمت رویکرد

در سازمان بررسی می‌شود. همچنین در این مقاله یک مثال خاص شرکتی از شرکت خطوط هوایی جنوب غرب ذکر می‌شود تا از این طریق سود اقتصادی شاخص عملکرد شرکت عنوان شود و بیان شود که چگونه با این روش‌ها می‌توان آن را تجزیه کرد

۲-۲. برتری مازاد مبادله در بخش‌های متعارف بازار

علاوه بر عملکرد سازمانی، مزیت رقابتی نیز مفهومی محوری در زمینه مدیریت راهبردی به‌شمار می‌آید. پس از چهار دهه تحقیق، انتظار می‌رود این مفهوم محوری تعریفی روشن و مورد پذیرش همگان را به دست آورده باشد، اما این انتظار نیز، به مثابه تعریف عملکرد راهبردی، به علت وجود تعاریف نامرتب و اغلب ناسازگار و گاهی مبهم، محقق نشده است. پستریل (2018) تلاش کرد تا این کثرت معانی را اصلاح کند. در این مقاله، به‌طور خاص، مجموعه‌ای هفت معیاره به صورت نظام‌مند ارائه شده که هرگونه اندازه‌گیری متوسطی از قدرت رقابتی را برآورده می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه تعاریف متعدد فعلی مزیت رقابتی خارج از چارچوب این معیارها عمل می‌کنند. سپس از این معیارها برای ارائه مفهوم «برتری مازاد مبادله (TSS)»<sup>۱</sup> استفاده شده تا این مفهوم معادل یا جایگزین مزیت رقابتی معرفی شود. در این مقاله، نمونه‌ای از چگونگی ایجاد یک ارتقای نظری از طریق تمرکز بر سطح سازه‌ها/ متغیرها در شکل ۱ ارائه می‌شود. علاوه بر این، پستریل (2018) چندین مضمون مهم از جایگزین ساختن مفاهیم موجود مزیت رقابتی با برتری مازاد مبادله را مورد بررسی قرار می‌دهد. یکی از این مفاهیم پیشنهادی مشخص‌تری را از مورد ویژه و جالب «رفتار قیمت‌گذاری متناسب با مشوق‌ها»<sup>۲</sup> در اهرم خروجی‌های شکل ۱ ارائه می‌دهد، در حالی که مضمونی دیگر شرایط خاصی را مطرح می‌کند که تحت آن «محرک رقابت»<sup>۳</sup> طبق اهرم شرایط مرزی شکل ۱ چگونه عمل می‌کند.

۲-۳. یک نظریه وراثتی بنیادین: چگونه اقدام نابجا غالب می‌شود

ورمولن (2018) این‌گونه بحث خود را شروع می‌کند که آیا شرکت‌های ناکارآمد می‌توانند برای مدت طولانی دوام داشته باشند یا خیر. نظریه پذیرفته‌شده درباره رقابت نشان می‌دهد که این شرکت‌ها شکست می‌خورند و از بین می‌روند. ورمولن نظریه پذیرفته‌شده در این باب را به چالش کشیده و به دنبال درک بهتر از رفتار شرکت‌ها و علت تفاوت آن‌هاست. او بیان می‌کند که شرکت‌های ناکارآمد در سه موقعیت رفتار خود را تغییر نخواهند داد: نخست، یک اقدام خاص با موفقیت همراه است؛

1. Transaction surplus superiority

2. Incentive-compatible pricing behavior

3. Spur Of Competition

4. Marginal Analysis

5. Corporate Social Responsibility

بتوان به درک عمیقی از قابلیت‌ها دست یافت و پیشنهادهایی را ارائه داد. توضیح سه‌سطحی آن‌ها تحلیل‌های نسبتاً مستقل را یک‌پارچه می‌کند: سطح فردی با تمرکز بر شناخت، سطح میانی درباره روابط کارکنان و سطح شرکت با تمرکز بر مزیت رقابتی. سالواتو و واسولو ساختاری جدید از قابلیت‌های پویا ارائه می‌دهند که محدودیت‌های پرداختن جداگانه به هر سطح را نشان می‌دهد. آنان، با استفاده از موارد و مثال‌های تصویری و ایجاد سه سطح از روش‌های تجزیه و تحلیل، هفت پیشنهادی را ارائه می‌دهند که در تبیین فرایند تغییر برای قابلیت‌ها توانمندتر است: یکپارچه‌سازی افراد شکل نیاز به تغییر را عوض می‌کند؛ گفت‌وگو همکاری، یادگیری و انسجام را بهبود میبخشد و همچنین انعطاف‌پذیری بیشتری را فراهم می‌کند. در آینده، از این گزاره‌ها می‌توان به‌منزله پایه‌ای برای تحقیقات تجربی استفاده کرد که اطلاعات بیشتری درباره ماهیت قابلیت‌ها و نحوه توسعه آن‌ها ارائه می‌دهد.

#### ۲-۹. «به سوی یک نظریه یک‌پارچه راهبردی»

زولا و همکاران (2018) مطالعه خود را بر اساس «فرمول کارآفرینی کودا» (ارائه‌شده در سال‌های ۱۹۸۴ و ۲۰۱۲) درباره انسجام درونی بین سهام‌داران، مزایای رقابتی و منابع داخلی برای دیدگاهی جامع از سازمان شکل می‌دهند. ایده اصلی آنان این است که یک‌پارچگی توانایی‌ها، از جمله توانایی انطباق با تغییر، یادگیری و برقراری ارتباط نزدیک با دیگران در یک فرهنگ حمایتی، به‌منظور تدوین راهبرد بهتر، موفق‌تر عمل می‌کند از زمانی که هرکدام از این توانایی‌ها مستقل از یکدیگر در نظر گرفته شوند؛ به‌ویژه در متحدساختن سهام‌داران با یکدیگر که سطح بالایی از عملکرد سازمانی را امکان‌پذیر می‌سازد. تغییر در سازوکار شکل‌گیری راهبرد در چهار قاعده مربوط به ادغام این قابلیت‌ها در خلق ارزش بیان می‌شود. تلفیق این ایده‌هایی که در گذشته جداگانه بدان پرداخته شده بود، نشان‌دهنده ارتقای نظریه از طریق سطح سازوکار علی از شکل ۱ است

#### ۲-۱۰. «رشد شرکت: دیدگاه مبتنی بر توجه»

در توضیح رشد شرکت توجه مدیران لازم است، اما در بسیاری از توضیحات به‌طور ضمنی بدان اشاره شده است. جوزف و ویلسون (2018) بر این باورند که تمرکز صریح بر توجه، به‌ویژه بر کسی که از مسائل و فرصت‌های مربوط به تغییر آگاه می‌شود، درک ما را از میزان رشد شرکت افزایش می‌دهد. ادغام سازوکارهای مبتنی بر توجه و نظریه‌های موجود درباره رشد شرکت از سوی جوزف و ویلسون بیانگر ترکیب در اهرم سازوکارهای علی شکل ۱ است. آنان با استفاده از نمونه موتورولا، به‌منظور بیان منطق علت و معلولی، چگونگی توسعه واحدهای جدید توسط شرکت چندبخشی را شرح می‌دهند. فردی باید موظف باشد تا به نشانه‌های مشکلات و فرصت‌ها توجه کند. ادغام فرایندهای

مدل‌سازی رسمی به تحقیق CSR برداشته می‌شود. در نتیجه، از طریق اهرم مربوط به حالت نظریه‌پردازی در شکل ۱ و با تغییر در متغیر وابسته برای تحقیق CSR از طریق اهرم سازه‌ها/متغیرها از شکل ۱، مشارکتی نظری ایجاد می‌شود.

#### ۲-۶. «یک نظریه حقوق مالکیت مزیت رقابتی»

فرضیه ماهونی مبنی بر اینکه «مجموعه اصطکاک‌های بازار» که منافع پایدار سطح سازمانی را توصیف می‌کنند برای توضیح چرایی سازمان کافی هستند» (Mahoney, 2001; p. 655)، قیاس حوزه راهبرد با گفته دکارت است؛ در واقع «من فکر می‌کنم، بنابراین هستم» قابل قیاس است با «من سودآورم، بنابراین هستم». بل (2018) برهانی رسمی از این استدلال را ارائه می‌کند؛ بنابراین از طریق اهرم روش‌های نظریه‌پردازی در شکل ۱ به ارتقای نظریه کمک می‌کند. باوجوداین، طبق برهان بل، عکس استدلال ماهونی نیز درست است؛ یعنی «مجموعه اصطکاک بازار لازم برای موجودیت شرکت نیز گواه وجود منافع پایدار شرکتی است». این مقاله همچنین نقش متغیرها (سطح سازه‌ها/متغیرها در شکل ۱) را جانشین یکدیگر می‌کند و برخی توضیحات درباره سطح شرایط مرزی شکل ۱ را فراهم می‌آورد.

#### ۲-۷. «واگذاری کنترل در جهت سودآوری: تطبیق

#### گشودگی و دیدگاه مبتنی بر منابع»

درحالی‌که مقاله بل (2018) در مقاله خود نشان می‌دهد که کنترل بر منابع و مزیت رقابتی به‌طور طبیعی در یک جهت حرکت می‌کنند، الکسی و همکاران (2018) شرایطی را مطرح می‌کنند که این اتصال ممکن است برقرار نباشد و عدم کنترل ممکن است مزیت رقابتی را افزایش دهد. مشارکت‌های نظری آن‌ها شامل معرفی ایده‌های جدید از طریق سازه‌ها/متغیرها و سازوکارهای علی از شکل ۱ است: با اتخاذ راهبرد باز (عدم تمرکز)، منابع مؤثر شرکتی به‌علت مکمل و هم‌گرا بودن گسترش می‌یابند، نه از راه کنترل مستقیم مالکیت. امروزه فضای رقابتی برای شرکت و رقبا آن متفاوت است. چهار نتیجه امکان‌پذیر وجود دارد که موفقیت یا عدم موفقیت شرکت را نشان می‌دهد. در عمل، نمونه‌های فراوانی وجود دارد که شرکت‌ها راهبرد باز را اتخاذ می‌کنند؛ چالش نظریه فراهم‌ساختن شرایطی است که این راهبرد مناسب باشد و شرایطی مرزی که این راهبرد مناسب نباشد.

#### ۲-۸. «منابع پویایی در قابلیت‌های پویا»

طبق مشاهده سالواتو و واسولو (2018) مفروضات چارچوب قابلیت‌های پویا ناقص‌اند یا فقط بخشی از فرایندی پیچیده‌اند. بنابراین سؤال آنان این است که چگونه باید مرزها را باز کرد تا

خاص به کمک دیدگاه ارائه شده این طبقه بندی توانسته باشیم مشارکت های نظری منحصر به فرد مقالات در این موضوع خاص را برجسته و آشکار سازیم.

### منابع

- Adner, R., Polos, L., Ryall, M., and Sorenson, O. (2009). *The case for formal theory*. *Academy of Management Review*, 34(2), 201–208.
- Alexy, O., West, J., Klapper, H. and Reitzig, M. (2018). “Surrendering control to gain advantage: Reconciling openness and the resource-based view of the firm”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1704–1727.
- Ashkanasy, N. M. (2016). “Why we need theory in the organization sciences”. *Journal of Organizational Behavior*, 37(8), pp. 1126–1131.
- Bacharach, S. B. (1989). “Organizational theories: Some criteria for evaluation”. *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 496–515.
- Barney, J. B. (1986). “Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy”. *Management Science*, 32(10), pp. 1231–1241.
- Barney, J. B. (1989). “Asset stocks and sustained competitive advantage: A comment”. *Management Science*, 35(12), pp. 1511–1513.
- Barney, J. B. and Hoskisson, R. E. (1990). “Strategic groups: Untested assertions and research proposals”. *Managerial and Decision Economics*, 11, pp. 187–198.
- Bel, R. (2018). “A property rights theory of competitive advantage”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1678–1703.
- Bower, J. L. and Christensen, C. M. (1995). “Disruptive technologies: Catching the wave”. *Harvard Business Review*, 73(1), pp. 43–53.
- Brandenburger, A. M. and Stuart, H. W. (1996). “Value-based business strategy”. *Journal of Economics and Management Strategy*, 5(1), pp. 5–24.
- Brandenburger, A. M. and Stuart, H. W. (2007). “Biform games”. *Management Science*, 53(4), pp. 537–549.
- Brodbeck, M. (1968). “Explanation, prediction, and

بالادستی و پایین دستی از پرداختن جداگانه به هر کدام از آنها مؤثرتر است. رشد شرکت نیازمند اقداماتی درخصوص فرصت ها است؛ این امر، زمانی که توجه مدیریتی بیشتر و یک پارچه تر است، بهتر خود را نشان می دهد و نتیجه بخش است.

### نتیجه گیری

نظریه بخش مهمی است از آنچه محققان مدیریت را از متخصصان مدیریت یا از روزنامه نگاران کسب و کار متمایز می کند. اگرچه هر قانونی استنباطهای خاص خود را دارد، اکثر متخصصان و روزنامه نگاران در وهله نخست به پدیده ها و اغلب موارد خاصی از پدیده ها نظیر رقابت، قدرت چانه زنی، مزیت رقابتی، سرمایه گذاری، برندها، برون سپاری، ادغام ها، خریدها، اتحادها یا ساختار سازمانی علاقه مندند. از چنین منظر پدیده محوری، نظریه ها به منظور پیش بینی پدیده ها، کنترل یا معنابخشیدن به آنها مفیدند. از این رو، مسئولیت های مشخص متخصصان و روزنامه نگاران آنها را بیشتر متمرکز بر درخت ها می کند، نه جنگل ها - که کاملاً قابل درک و موجه است. در مقابل - همان طور که قبلاً اشاره شد که هر قاعده ای استنباطی دارد - دانشگاہیان به درک در سطح کلی تری علاقه مندند و از طریق نظریه و تحلیل تجربی انواع پدیده ها به آن دست می یابند. از دیدگاه نظریه محور، پدیده ها به منظور آزمایش نظریه ها، مقایسه آنها یا تعریف شرایط مرزی در نظریه ها مفیدند. از طریق نظریه پردازی، محققان به جای تک تک درختان روی جنگل تمرکز می کنند.

با وجود اولویت نظریه در کسب و کار علمی، تعداد کمی دستورات عمل «خودآموز» برای مشاوره دادن به نظریه پردازان علاقه مند به علم مدیریت درباره جنبه های عملی تکمیل نظریه وجود دارد - اخیراً ترنر و همکاران (2017) استثنایی درباره استفاده از روش های ترکیبی هستند. تعاریف قراردادی فلسفی فراوان از نظریه (Whetten, 1989)، ارزیابی نظریه (Bacharach, 1989)، هدف گذاری و نیاز به نظریه (Ashkanasy, 2016)، پرداختن به ریشه های نظریه (Weick, 1989) شناخت نظریه کیفیت (Oxley et al., 2010) یا حتی شناخت فقدان نظریه (Sutton, and Staw, 1995) هر کدام به نوبه خود مفیدند، اما درباره فرصت ها و رویه های خاص برای ارتقای نظریه بحث نمی کنند. طبقه بندی ما از روش های ممکن برای کمک به بسط تئوری (خلاصه شده در شکل ۱) نشان دهنده تلاشی برای پرکردن این خلأ است و راهنمای مشارکت های نظری و نقشه راه برای شناسایی شکاف هایی خواهد بود که ممکن است در رفع آنها چنین ارتقاهایی لازم باشد. امیدواریم که این مقاله برای دانشجویان دکتری یا حتی برای محققان باتجربه که مایل اند جهشی سریع به سمت نظریه داشته باشند مفید واقع شود. حداقل امید ما این است که با تفسیر هریک از مقاله های این موضوع

- Fudenberg, D. and Tirole, J. (1984). "The fat-cat effect, the puppy-dog ploy, and the lean and hungry look". *The American Economic Review*, 74(2), p. 361.
- Gelman, J. R. and Salop, S. C. (1983). "Judo economics: Capacity limitation and coupon competition". *Bell Journal of Economics*, 14(2), pp. 315-325.
- Ghemawat, P. (1991). "Market incumbency and technological inertia". *Marketing Science*, 10(2), pp. 161-171.
- Gibbons, R. (1992). *Game Theory for Applied Economists*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gibbons, R. (2005). "Four formal (izable) theories of the firm?" *Journal of Economic Behavior and Organization*, 58(2), pp. 200-245.
- Harrigan, K. R. (1988). "Joint ventures and competitive strategy". *Strategic Management Journal*, 9(2), pp. 141-158.
- Harrison, J. R., Lin, Z., Carroll, G. R. and Carley, K. M. (2007). "Simulation modeling in organizational and management research". *Academy of Management Review*, 32(4), pp. 1229-1245.
- Helfat, C.E. and Eisenhardt, K.M. (2004). "Inter-temporal economies of scope, organizational modularity, and the dynamics of diversification". *Strategic Management Journal*, 25(13), pp. 1217-1232.
- Henderson, R. (1993). "Underinvestment and incompetence as responses to radical innovation". *RAND Journal of Economics*, 24(2), pp. 248-270.
- Hennart, J.-F. (1988). "A transaction costs theory of equity joint ventures". *Strategic Management Journal*, 9(4), pp. 361-374.
- Hill, C. W. L. and Kim, W. C. (1988). "Searching for a dynamic theory of the multinational enterprise: A transaction cost model". *Strategic Management Journal*, 9(S1), pp. 93-104.
- Joseph, J. and Wilson, A. (2018). "The growth of the firm: An attention-based view". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1779-1800.
- Kogut, B. (1991). "Joint ventures and the option to expand and acquire". *Management Science*, 37(1), 'imperfect' knowledge". In M. Brockbeck (Ed.), *Readings in the Philosophy of the Social Sciences* (pp. 363-398). New York, NY: Macmillan.
- Burton, R. M. and Obel, B. (2011). "Computational modeling for what-is, what-might-be, and what-should-be studies—and triangulation". *Organization Science*, 22(5), pp. 1195-1202.
- Casadesus-Masanell, R. and Zhu, F. (2013). "Business model innovation and competitive imitation: The case of sponsor-based business models". *Strategic Management Journal*, 34(4), pp. 464-482.
- Castanias, R. P. and Helfat, C. E. (1991). "Managerial resources and rents". *Journal of Management*, 17(1), pp. 155-171.
- Chen, M.-J. (1996). "Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical integration". *The Academy of Management Review*, 21(1), pp. 100-134.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Coff, R. W. (1999). "When competitive advantage doesn't lead to performance: The resource-based view and stakeholder bargaining power". *Organization Science*, 10(2), 119-133.
- Cohen, W. M. and Levinthal, D. A. (1990). "Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation". *Administrative Science Quarterly*, 35(1), pp. 128-152.
- Davis, J. P., Eisenhardt, K. M. and Bingham, C. B. (2007). "Developing theory through simulation methods". *Academy of Management Review*, 32(2), pp. 480-499.
- Dierickx, I. and Cool, K. (1989). "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage". *Management Science*, 35(12), pp. 1504-1511.
- Eisenhardt, K. M. (1989). "Building theories from case study research". *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 532-550.
- Felin, T. and Zenger, T. R. (2014). "Closed or open innovation? Problem solving and the governance choice". *Research Policy*, 43(5), pp. 914-925.



- pp. 19–33.
- Kotha, S. and Orne, D. (1989). “Generic manufacturing strategies: A conceptual synthesis”. *Strategic Management Journal*, 10(3), pp. 211–231.
- Kuhn, T. S. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Leonard-Barton, D. (1992). “Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product development”. *Strategic Management Journal*, 13 (summer special issue), pp. 111–125.
- Levinthal, D. A. and Wu, B. (2010). “Opportunity costs and non-scale free capabilities: Profit maximization, corporate scope, and profit margins”. *Strategic Management Journal*, 31(7), pp. 780–801.
- Levitt, B. and March, J. (1988). “Organizational learning”. *Annual Review of Sociology*, 14, pp. 319–340.
- Levy, D. (1994). “Chaos theory and strategy: Theory, application, and managerial implications”. *Strategic Management Journal*, 15(S2), pp. 167–178.
- Lieberman, M., Balasubramanian, N. and Garcia-Castro, R. (2018). “Toward a dynamic notion of value creation and appropriation in firms: The concept and measurement of economic gain”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1546–1572.
- Lippman, S. A. and Rumelt, R. P. (1982). “Uncertain imitability: An analysis of inter firm differences in efficiency under competition”. *Bell Journal of Economics*, 13(2), pp. 418–438.
- Luo, J. and Kaul, A. (2018). “An economic case for CSR: The comparative efficiency of for-profit firms in meeting consumer demand for social goods”. *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1650–1677.
- MacDonald, G. and Ryall, M. (2018). “Do new entrants sustain, destroy or create guaranteed profitability?” *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1630–1649.
- MacDonald, G. and Ryall, M. D. (2004). “How do value creation and competition determine whether a firm appropriates value?” *Management Science*, 50(10), pp. 1319–1333.
- Mahoney, J. T. (2001). “A resource-based theory of sustainable rents”. *Journal of Management*, 27(6), pp. 651–660.
- Makadok, R. (2010). “The interaction effect of rivalry restraint and competitive advantage on profit: Why the whole is less than the sum of the parts”. *Management Science*, 56(2), pp. 356–372.
- Makadok, R. and Coff, R. (2009). “Both market and hierarchy: An incentive-systems theory of hybrid governance forms”. *Academy of Management Review*, 34(2), pp. 297–319.
- March, J. G. (1971). “The technology of foolishness”. In J. G. March (Ed.), *Decisions and Organizations*. New York, NY: Blackwell.
- Nickerson, J. A. and Zenger, T. R. (2008). “Envy, comparison costs, and the economic theory of the firm”. *Strategic Management Journal*, 29(13), pp. 1429–1449.
- Oxley, J. E., Rivkin, J. W. and Ryall, M. D. (2010). “The strategy research initiative: Recognizing and encouraging high-quality research in strategy”. *Strategic Organization*, 8(4), pp. 377–386.
- Pacheco-de-Almeida, G. and Zemsky, P. (2003). “The effect of time-to-build on strategic investment under uncertainty”. *The Rand Journal of Economics*, 34(1), pp. 166–182.
- Payne, G. T., Pearson, A. W. and Carr, J. C. (2016). “Process and variance modeling”. *Family Business Review*, 30(1), pp. 11–18.
- Porter, M. E. (1979a). “How competitive forces shape strategy”. *Harvard Business Review*, 57(2), pp. 137–145.
- Porter, M. E. (1979b). “The structure within industries and companies’ performance”. *The Review of Economics and Statistics*, 61(2), pp. 214–227.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Advantage of Nations*. New York, NY: Free Press.
- Postrel, S. (2018). “Transaction surplus superiority

- in canonical market segments: Guiding positioning and investment choices across price-rivalry regimes". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1573-1602.
- Rumelt, R. P., Schendel, D. and Teece, D. J. (1991). "Strategic management and economics". *Strategic Management Journal*, 12, pp. 5-29.
- Rumelt, R. P., Schendel, D. and Teece, D. J. (1994). *Fundamental Issues in Strategy: A research agenda*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Ryall, M. D. (2009). "Causal ambiguity, complexity, and capability-based advantage". *Management Science*, 55(3), pp. 389-403.
- Sakhartov, A. V. and Folta, T. B. (2014). "Resource relatedness, redeployability, and firm value". *Strategic Management Journal*, 35(12), pp. 1781-1797.
- Sakhartov, A. V. and Folta, T. B. (2015). "Getting beyond relatedness as a driver of corporate value". *Strategic Management Journal*, 36(13), pp. 1939-1959.
- Salvato, C. and Vassolo, R. (2018). "The sources of dynamism in dynamic capabilities". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1728-1752.
- Schmidt, J., Makadok, R. and Keil, T. (2016). "Customer-specific synergies and market convergence". *Strategic Management Journal*, 37(9), pp. 870-895.
- Slater, G. and Spencer, D. A. (2000). "The uncertain foundations of transaction costs economics". *Journal of Economic Issues*, 34(1), pp. 61-87.
- Sutton, R. I. and Staw, B. M. (1995). "What theory is not". *Administrative Science Quarterly*, 40(3), pp. 371-384.
- Teece, D. J. (1986). "Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing, and public policy". *Research Policy*, 15(6), pp. 285-305.
- Teece, D. J., Pisano, G. and Shuen, A. (1997). "Dynamic capabilities and strategic management". *Strategic Management Journal*, 18(7), pp. 509-533.
- Turner, S. F., Cardinal, L. B. and Burton, R. M. (2017). "Research design for mixed methods". *Organizational Research Methods*, 20(2), pp. 243-267.
- Vermeulen, F. (2018). "A basic theory of inheritance: How bad practice prevails". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1603-1629.
- Weber, L. and Mayer, K. (2014). "Transaction cost economics and the cognitive perspective: Investigating the sources and governance of interpretive uncertainty". *Academy of Management Review*, 39(3), pp. 344-363.
- Weick, K. E. (1979). *Social Psychology of Organizing* (2nd ed.). New York, NY: Random House.
- Weick, K. E. (1989). *Theory construction as disciplined imagination*. *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 516-531.
- Whetten, D. A. (1989). "What constitutes a theoretical contribution?" *Academy of Management Review*, 14(4), pp. 490-496.
- Zollo, M., Minoja, M. and Coda, V. (2018). "Towards an integrated theory of strategy". *Strategic Management Journal*, 39(6), pp. 1753-1778.