



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

مرز و تکامل نظریه ی مدیریت راهبردی

چکیده

هدف : هدف این مقاله کمک کردن به محققان برای شناسایی مرز زمینه ی مدیریت راهبردی میباشد. در مطالعه ها، به این موضوع اشاره شده است که مدیریت راهبردی تجاری در دهه ی 1960 از آمریکا نشأت گرفت و بیش از نیم قرن تجربه در این زمینه وجود داد. اما، توسعه های ایجاد شده در مدیریت راهبردی در قرن بیست و یک، از نظر خلاصه های سیستمی، کمبود دارد. روش های ارزیابی علمی در این زمینه اعمال شده است تا بتوان مرز و پیشرفت تحقیقات در زمینه ی مدیریت راهبردی در قرن بیست و یک را مبتنی بر مقالات از سال 2001 تا 2012 در ژورنال مدیریت راهبردی، شناسایی کرد.

روش ها / روند کار / طراحی : در این مقاله، نویسندگان در اصل از روش های ارزیابی علمی و کلمه های کلیدی کاربردی، روش همایشی در ترکیب با روش های آماری مختلف و تحلیل کلمات جهشی، سند های اعلام شده توسط نویسندگان در همکاری با دیگران، ارائه ی اسناد در مقالات و کلمات کلیدی در همایش ها (ملی) استفاده کرده است

یافته ها : یافته ها نشان میدهد که تحقیقات مدیریت راهبردی بر روی نظریه های زیر و افکار دانشگاهی تمرکز دارد : دیدگاه مبتنی بر دانش، سازمان های شبکه ها و بررسی ظرفیت های دینامیک که روند اصلی کار را نشان میدهد ؛ به علاوه، ریسک های راهبردی، تحلیل سهام داران در مورد مدیریت راهبردی، شهرت شرکت و مفهوم راهبردی که توجه بعضی از محققان را به خودش جلب کرده است. Porter و Teece ، Barney ، تاثیر زیادی در تحقیقات مدیریت راهبردی در قرن 21 انجام داده اند.

اصالت ، ارزش : یافته ها در این مقاله به محققان در زمینه مدیریت راهبردی کمک میکند تا مرز های اولیه ی این نظریه ، و تاثیرات اصلی آن را شناسایی کنند.

کلید واژه ها : مدیریت راهبردی، گرایش ها، روش های سنجش علمی، قرن بیست و یک

نظریه مدیریت راهبردی به صورت گسترده توسعه پیدا کرده است و در راهبرد فعالیت های تجاری به صورت سیستمی از سال 1960 مورد استفاده قرار گرفته است. سه مرحله ی مهم در توسعه ی این روند وجود دارد : نظریه ی راهبردی کلاسیک، نظریه ی راهبردی رقابتی و نظریه ی دیدگاه مبتنی بر منابع. از زمان شروع قرن بیست و یکم، جهانی شدن اقتصاد، توسعه ی سریع ابتکار های فنی و پیشرفت عصر اطلاعات موجب شده است که مدیریت راهبردی به یک الزام تبدیل شود که معمولا جدا از اجرای عملیات میباشد.

با بررسی مبانی رو به رشد مداوم در این زمینه، ما تلاش داریم تا جهت و مرز این زمینه را شناسایی کنیم. بر اساس اسناد اخیر در زمینه ی مدیریت راهبردی با تحلیل های کمی با روش های سنجش علمی، این مقاله تلاش دارد تا گرایش های جدید در زمینه ی مدیریت در قرن بیست و یک را توصیف کرده تا بتواند مرز نظریه ی مدیریت راهبردی را برای شناسایی موضوعات مرتبط با جوامع علمی را مشخص کنند (دومین عامل درون زا) که موجب میشود توسعه ی این روند سرعت بگیرد. بررسی و کاوش دانش محلی (عامل برون زا) در مورد تاثیر نظریه ی مدیریت راهبردی از نقطه نظر یک کشور خاص، این مقاله جهت نظریه ی مدیریت راهبردی و تکامل آن در آینده را بررسی میکند.

1. طراحی تحقیقات

1.1 روش های تحقیقاتی

تحلیل های سنجش علمی یک روش و راه برای استفاده از اصول آماری ریاضی و تحلیل های کامپیوتری و اطلاعات جغرافیایی و کلید واژه ها و کتاب شناسی میباشد تا بتوان ویژگی های یک سند و ساختار دانشی و ویژگی های توسعه ی سوژه هایش را بررسی کرد.

تحلیل های تکرار کلمات و رخداد همراه با دیگر شرایط در کلمات کلیدی، تکنولوژی تحلیل ها در مورد اسناد مرتبط به هم و ابزار تحلیلی آماری چند متغیره و نقل قول ها، به صورت گسترده برای بررسی ساختار دانش یک سوژه مورد استفاده قرار میگیرد. این روش های تحلیل کمی به صورت گسترده از تاثیر ایده های سوژه ای و منطقه های بدون دانش در ارزیابی اسناد، اجتناب میکند؛ ازین رو، این تکنیک ها در ترکیب نظریه ی مدیریت راهبردی مورد استفاده

قرار میگیرد. با ترکیب کردن روش های فنی بصری، این مقاله به صورت ترکیبی از این روش های موثر استفاده میکند تا بتواند وضعیت سوژه های مختلف در نظریه ی مدیریت راهبردی را توسعه دهد.

1.2 اسناد داده ها

حوزه و مبنای مرزی و تکامل زمینه ی مدیریت راهبردی باید مهم ترین اسناد و ژورنال هایی که این موضوع را پوشش داده اند را بررسی کنند. ژورنال های مدیریت راهبردی (SMJ) یکی از مهم ترین ژورنال هایی است که در زمینه ی مدیریت راهبردی مورد استفاده قرار میگیرد. این ژورنال یکی از مهم ترین ژورنال های آکادمیک در این زمینه در ده سال اخیر بوده است. با استفاده از تحقیقات اسناد فراهم شده توسط SMJ ، توسعه ی مرز نظریه ی مدیریت راهبردی را میتوان نشان داد.

این مقاله از شاخص سند علمی (SCI) در روش های تحقیقاتی خودش استفاده میکند تا بتواند نشریات مرتبط با SMJ را از 1 ژانویه ی 2001 تا 31 دسامبر 2012 شناسایی کرده و آن ها را بازیابی کند ؛ 734 سند در این قسمت به دقت از مقاله های علمی تحت شمار نقل 14495 ، شناسایی شد. خروجی اطلاعات خارجی این اسناد مبتنی بر داده های مبنایی از تحقیقات بر روی متن ها و بر اساس مجموعه داده ی تحقیقاتی میباشد.

2. نتایج تحقیقات

2.1 مرز اصلی نظریه ی مدیریت راهبردی

2.1.1 تحلیل تکرار کلمات اصلی

کلمات با تکرار بالا در مقالات نشان دهنده ی این بحث با نگرانی های سراسری میباشد که اصطلاحا با نام مرز اصلی شناسایی میشود. با استفاده از BibExcel ، مشخص شد که 1832 کلمه ی مختلف بین سال های 2001 تا 2012 وجود دارد که 3277 بار دیده شده است و به صورت میانگین هر کدام از این لغات 1.79 بار دیده شده است. کلمه های کلیدی این پایان نامه در طول این 12 سال به صورت متمرکز نبوده است، و تعداد زیادی از کلمه ها نیز در این دسته بندی وجود دارد که خیلی مرتبط با زمینه ی اصلی نیستند که این موضوع نشان میدهد که محققان تلاش کرده

اند که سوژه های جدید تحقیقاتی را از نقطه نظر های جدید شناسایی کنند بنابراین هیچ جهت مطالعاتی مطابق با موضوع خاص، وجود نخواهد داشت.

38 کلمه ی کلیدی با تکرار کلمه ی بیش از 10 بار وجود دارد که 648 بار با بیشترین تکرار 18 و کمترین تکرار 4، دیده شده است. دیدگاه های مبتنی بر منابع، که در دهه ی 1990 فعال بوده است، هنوز یکی از موضوعات مهم برای محققان است زیرا نشان دهنده ی عملکرد یک شرکت در زمینه ی مدیریت راهبردی میباشد. ابتکار عمل و کار آفرینی موجب شد که در اوایل قرن 21 بسیاری از محققان در این زمینه تحقیق کنند، و این ابتکار عمل از دیدگاه مبتنی بر منابع پیشی گرفت و اکنون مهم ترین سوژه برای این بحث میباشد.

با مقاله ی کلمه های کلیدی با تکرار بالا در دو دوره ی مختلف، مشخص شد که ظرفیت جذب، یادگیری سازمانی، انتقال دانش و تغییرات راهبردی مرتبط با مدیریت دانش، یکی از حوزه های مورد نظر برای تحقیقات تبدیل شده است. اما، در مطالعه ی تاثیر مدیران رده بالا، وزن "کلمه های مدیریت رده بالا"، "تصمیم گیری"، "درک مدیریتی"، "هیئت مدیره"، "جبران سازی اجرایی"، و "جبران سازی" میباشد که همه ی آن ها در نظریه ی راهبردی افزایش یافته است؛ همچنین مطالعه هایی در مورد کنترل شرکتی، و کلمه هایی مانند نظریه ی آژانس ها، کنترل شرکتی، کنترل، و از این قبیل کلمه ها نیز به صورت مکرر دیده شده اند.

کلمه ی چین 12 بار در طول 12 سال بررسی مقالات دیده شده است. بعد از آمریکا، چین تبدیل به بزرگترین نهاد اقتصادی بعد از پیوستن به سازمان تجارت جهانی در سال 2001 شده است که در سال 2010 ژاپن را پشت سر گذاشته است و بسیاری از شرکت های چینی مانند Huawei، Lenovo، و Haier اکنون به صورت شرکت های فرا ملی تبدیل شده اند. توسعه ی چین و تجربه ی موفق بسیاری از شرکت های چینی موجب شده است که توجه بین المللی زیادی به سمت آن جلب شود و تبدیل به یکی از الگوهای نظریه ی مدیریت راهبردی از تجربه ی محلی شود. اما، این نظریه به مدت چند سال نتوانست وارد مجموعه ی کلمات مکرر شود. دلیل احتمالی برای این موضوع میتواند شامل موارد زیر باشد :

- نخست، برای این که شرکت های چینی بتوانند موفقیت کسب کنند زمان لازم است به همین دلیل توجه تحقیقات به سمت این شرکت ها به صورت بلند مدت رخ میدهد و به همین دلیل شواهد کمی در مورد آن ها وجود دارد.
- دوما، محقق های مدیریت راهبردی فکر میکنند که دانش محلی در توسعه ی شرکت های جلب شده است که به دلیل سراسری شدن اقتصاد میباشد؛ ازین رو ممکن است توضیح های مختلف برای نظریه ی سراسری وجود داشته باشد.

2.1.2 تحلیل های رخدادهای هماهنگ در مورد کلید واژه ها.

تحلیل های رخداد هماهنگ کلید واژه ها تلاش دارد تا رابطه ی بین کلمات با تکرار بالا برای تمایز حوزه ی مطالعه و جهت تحقیقات را شناسایی کند. بعد از پردازش های BibExcel، تطابق های رخداد هماهنگ کلمات در میان کلید واژه هایی با تکرار بالا با ماتریس های رخداد 38 x 38 تکمیل شده است؛ تحلیل های مرتبط را میتوان با استفاده از کمک نرم افزار SPSS به دست آورد.

این کلید واژه ها با تکرار بالا را میتوان با تحلیل های ضریب و خوشه بندی، طبقه بندی کرد. این مقاله از تجربه ی Liu استفاده کرده و 38 کلمه با تکرار بالا را در 5 دسته، طبقه بندی میکند (شکل 1)

موضوع اصلی برای بحث در مورد کلمه های دسته ی اول، سطح برنامه ی راهبردی شرکت ها میباشد. این مطالعه نشان میدهد که عوامل اصلی مورد نیاز برای ایجاد برنامه ی راهبردی موثر در سطح شرکت ها، شامل موارد زیر میباشد :

- حفظ فعالیت اصلی و برون فکنی دیگر فعالیت های تجاری؛
 - ایجاد دیگر ارتباطات در زنجیره ی صنعتی در خود شرکت با ادغام و یا خرید.
 - ایجاد کردن ساختار های شبکه ای تفاضلی؛ و
 - به دست آوردن فواید رقابتی ثابت با کنترل، مدیریت و یادگیری موثر
- مهم ترین نکته در مورد کلمات دسته ی دوم تحقیقات، برنامه های راهبردی بین المللی مبتنی بر انتقال دانش میباشد. این مطالعه نشان میدهد که در زمینه ی ادغام تجارت جهانی، به دلیل ظهور تجارت های بین المللی که تلاش دارند تا در بازار جهانی به موفقیت دست پیدا کنند، تحقق انتقال دانش، عبور و ابتکار عمل از میان شرکت های سرپرست -

یارانه ای و حفاظت از حق ثبت ، موجب میشود که اهمیت مبنای شرکت هایی که میتوانند فایده ی رقابتی در بازار جهانی را به دست بیاورند دیده شود.

تمرکز دسته ی سوم از کلمات نیز خوشه بندی صنعتی و برنامه های راهبردی پیوسته و خوشه های راهبردی است که در شرکت های فرعی شکل گرفته است. شرکت های بزرگ که از طریق تنوع و ادغام شکل گرفته است، تنها با کسب کردن سازمان های بزرگ مقیاس و یا گروه های سازمانی که توجه بیشتری به آن ها میشود، به مزیت رقابتی دست پیدا میکنند.

کلید واژه های گروه چهارم نیز دو نظریه ی اصلی در مورد مدیریت برنامه راهبردی را نشان میدهد. مورد اول در این زمینه اقتصاد سیستمی مبتنی هزینه ی تراکنش های اقتصادی و نظریه ی آژانس ها میباشد و مورد دوم نیز یک دیدگاه مبتنی بر منابع است که از دهه ی 1990 توجه زیادی به آن شده است.

کلمه های دسته ی پنجم نیز تلاش دارد تا قالب کاری نظریه ی مدیریت راهبردی را از نقطه نظر مبنایی، دوباره بازسازی کند. عملکرد و عملکرد شرکت ها اهداف مستقیم مدیریت برنامه ی راهبردی میباشد ، و توانایی های پویا مبتنی بر ابتکار عمل میتواند برتری های رقابتی را برای شرکت ها ایجاد کند.

2.1.3 تحلیل کلمات جهش یافته.

نرم افزار CiteSpace که توسط Chen توسعه یافته است، به صورت موثر شرایط جهش یک سوژه از نظر آکادمیک را بررسی کرده و تغییرات و گرایش های جدید در یک سوژه را نشان میدهد. 38 لغت جهشی در مورد مدیریت برنامه های راهبردی بین سال های 2001 تا 2011 وجود داشته است. چرخه ی عمر لغات جهشی بین دو تا سه سال است، قبل از این که این لغات محو شوند و یا این که لغات بهتر دیگری جای آن ها را بگیرد. تنها کارایی دارای یک بازه ی زمانی 4 ساله قبل از 2006 داشته است. بعضی از کلمه های جهش وجود داشته است که بیش از 4 سال نیز ادامه پیدا کرده است و حتی تا سال 2007 نیز استفاده آن ادامه داشته است. کلمه ی ریسک بیش از هفت سال به صورت مداوم استفاده میشده است که این موضوع نشان میدهد که کلمه ی ریسک احتمالاً یکی از مشکلات داخلی بوده است

که در برنامه های مدیریت راهبردی باید در مورد آینده پیش بینی شود. چهار کلمه ی جهشی " شناخت"، " گروه"، " مجوز دهی" و "ارزش" نیز در سال 2001 دیده شد و تا سال 2012 نیز استفاده از آن ادامه داشته است.

بعد از مقایسه کردن کلمه های جهش با تکرار بالا بیشتر از دوره ی 12 ساله، مشخص شد که کلمه های جدیدی در این زمینه به صورت مداوم ظهور کرده اند. این موضوع در نهایت نشان داد که در یک طرف، بعضی از محقق ها تلاش داشته اند تا نظریه ی برنامه ی راهبردی را از نظر دیدگاه های مختلف بررسی و مطالعه کنند؛ در طرف دیگر، بعضی از نظریه های جدید در زمینه ی مدیریت راهبردی وجود داشته است که در مرحله ی ظهور قرار دارند و آن ها در حال تبدیل به یکی از روش های توسعه و ابتکار عمل در آینده میشوند.

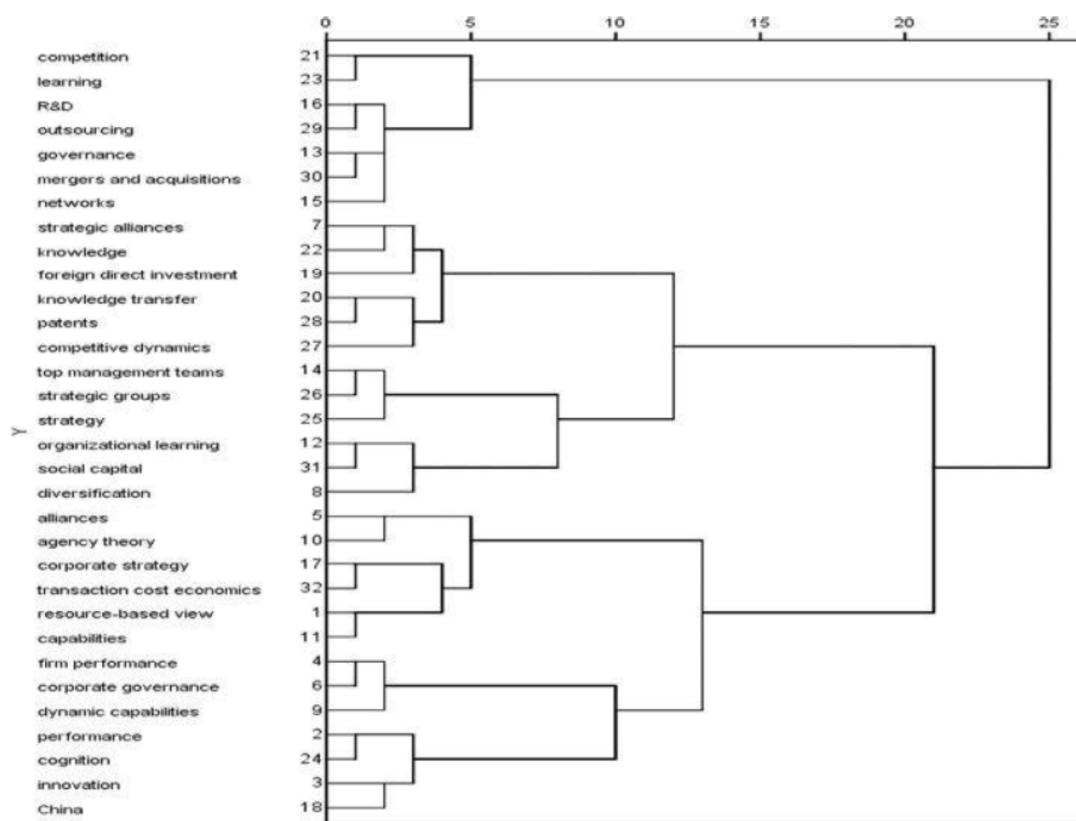
2.1.4 خلاصه

برنامه های راهبردی در سطح شرکت ها، در طول دهه ها بسیار توسعه یافته است که یکی از مهم ترین دلایل آن نشریه های Ansoff در زمینه ی برنامه ی راهبردی شرکت ها بوده است و این زمینه هنوز هم یکی از زمینه های فعال در تحقیقات میباشد. تجارت بین المللی نیز با گشایش و اتمام کار بازار های مختلف بین المللی هنوز در حال توسعه میباشد و برنامه ی راهبردی بین المللی مشکل خاصی که منجر به دشواری در زمینه ی ورود به یک بازار خاص شود، نمیباشد. انتقال دانش و ابتکار عمل در مکان سرمایه گذاری در شبکه های تراکنش موضوع مهم ترین در این زمینه هستند، اما انتخاب در زمینه ی برون فکنی کار های تجاری بر اساس نظریه ی زنجیره ی ارزش اکنون مد نظر برنامه های راهبردی در سطح شرکت ها بوده و ارتباط آن با حوزه ی اقتصاد، بررسی شرکت های حقیقی میباشد. ضمیمه سازی و خرید یکی از موضوعات بسیار جدید و مهم در زمینه ی برنامه ی راهبردی شرکت ها در زمان برنامه های رقابتی میباشد، در حالی در زمان اقتصاد رقابتی، دیدگاه گسترده تر معمولا تبدیل به سرمایه های تلفیقی و مشارکتی در برنامه های راهبردی در سطح شرکت ها میشود.

برنامه های راهبردی در سطح شبکه نیز خروجی توسعه ی برنامه های راهبردی میباشد. باید یک ساختار شبکه ی اجتماعی بین سازمان در سازمان های حقیقی یا سازمان های تلفیقی و مشارکتی وجود داشته باشد، که این موضوع زمانی ایجاد میشود که این سازمان ها به سطح مشخصی توسعه یافته باشند. در میان شبکه های سازمان ها، دو حالت

از شبکه ها دیده میشود : گروه های راهبردی و تلفیق راهبردی. جایگاه شبکه ای یک شرکت و نیروی شبکه ای آن (مقیاس و توان رقابتی) در شرکت ها بر روی شرایط راهبردی شرکت ها تاثیر دارد. تحت پیش زمینه ی شبکه، دو جهت اصلی دیگر برای توسعه ی نظریه ی راهبردی وجود دارد : اولین مورد ابتکار عمل بر مبنای مطالعه و انتقال و جذب دانش میباشد؛ مورد دوم نیز نظریه ی آژانس ها مبتنی بر رابطه و هزینه ی تجاری در شبکه میباشد.

شکل 1 تحلیل خوشه بندی کلمات کلیدی



تمرکز برنامه ی راهبردی هنوز یکی از موضوعات با توان رقابتی بالا میباشد و مطالعه ی این برنامه ی راهبردی بر روی سه موضوع تمرکز دارد :

(1) مطالعه ی توان پویا

(2) مطالعه ی رهبری برنامه ی راهبردی و

(3) تکامل و ابتکار عمل در زمینه ی تکنولوژی بر مبنای مدیریت دانش

دیدگاه مبتنی بر دانش، مهم ترین دیدگاه مدیریت راهبردی و موضوعات اولیه ی آن میباشد و شرکت ها یکی از مهم ترین اجماع های مدیریت راهبردی هستند. از نظر تقسیم بندی ها در سطح برنامه های راهبردی، سازمان بندی های شبکه های پیش رو، حرکت به سمت اوج میباشد.

بعضی از موضوعات جدا از جریان اصلی برای بحث در مورد مباحث اولیه ی مدیریت راهبردی، بیشتر مورد تحقیقات قرار گرفته است، مانند خطرات راهبردی که توسط Bowman انجام شده است و یا مطالعه ی مرتبط با سهام داران که توسط Freeman انجام شده است، یا مطالعه ی شهرت شرکت ها که به عنوان ویژگی خاص و ملاحظه ی مشکلات راهبردی شرکت ها توسط Chandler انجام شده است.

2.2.2 ارتقای توسعه ی نظریه ی مدیریت راهبردی توسط جوامع آکادمیک

محققان تخصصی ویژه یکی از مهم ترین عوامل در روند توسعه و تکامل یک سوژه ی علمی هستند. محقق ها خودشان باید اهداف تحلیلی جذابی در تفکر در مورد تکامل مدیریت برنامه راهبردی باشند. جامعه ی علمی شامل گروهی از محقق ها میباشد که بر اساس معیار های آکادمیک مشابه، ثابت قدم بوده اند، و به عنوان یک شاخص اطلاعاتی هستند که بر روی محققین تمرکز داشته و آن ها را تحلیل میکنند. در میان 734 مقاله ی بررسی شده، این مقاله 1559 نویسنده با تعداد مقاله ی میانگین 2.12 را شناسایی میکند (جدول 1)

مدیریت راهبردی سوژه ای با جامعیت بالا میباشد. دانش مدیریت، اقتصاد، جامعه شناسی، و روان شناسی باید در زمینه های مطالعاتی این رشته مشاهده شود. ازین رو، دست آورد های تحقیقات محققین ویژگی همکاری متقابل، روش های رفع مشکل متقابل و مشکلات رایج بین رشته هی مختلف را دارد. اخیراً، یک گرایش برای همکاری بین کشور های در حال توسعه و توسعه یافته، به خصوص در آمریکا وجود داشته است که مرتبط با ارتباط مکرر محققان در جوامع بین المللی و اتکای کشور های در حال توسعه بر روی کشور های توسعه یافته در مسیر تکامل، میباشد.

2.2.1 تحلیل نویسندگان با تکرار بالا

توضیحات دقیق در یک تحقیق در حقیقت تحت تاثیر ویژگی های نویسنده هستند. محققانی که کار های نشر یافته ی بیشتر در یک دوره ی مشخص دارند، تاثیر بیشتری بر روی سوژه های خودشان دارند. 28 نویسنده هستند که بیش

از 5 مقاله در SMJ نشر کرده اند که در 12 سال منتشر شده است و دو مورد نیز در 9 سال این تعداد مقاله را منتشر کرده اند. 14 نویسنده نیز وجود دارد که 6 تا 8 مقاله را منتشر کرده اند و 33 نویسنده نیز 33 مقاله را منتشر کرده اند. اما، نام بیشتر نویسندگان (از میان 850 تا) تنها یک بار دیده میشود.

جدول 1 شرایط توزیع شده ی نویسندگان های مقاله ها و تعداد آن ها

No. of authors	1	2	3	4	5
Document	161	338	183	47	5
Proportion (%)	21.93	46.05	24.93	6.40	0.68
Total:					734

اولین فرد در این رتبه بندی پروفیسور Michael A.Hitt، میباشد که نه مقاله را در مشارکت با افراد مختلف ارائه کرده است و در این بین مقالاتی هم وجود دارند که او نویسنده اصلی نبوده است. موضوعات تحقیق نیز شامل توانایی پویا، مرز بندی های شرکتی، ساختار های شبکه ها و اندازه گیری های راهبردی میباشد.

نه مقاله ی Zhang نیز مقاله هایی بوده اند که توسط خود وی چاپ شده اند و او در همه ی آن ها نویسنده ی اصلی بوده است و این مقالات بین سال های 2006 تا 2010 چاپ شده است و سه مورد از این مقاله ها در مورد نگرانی های اصلی در مورد افسر های اجرایی ارشد، (CEO ها) میباشد.

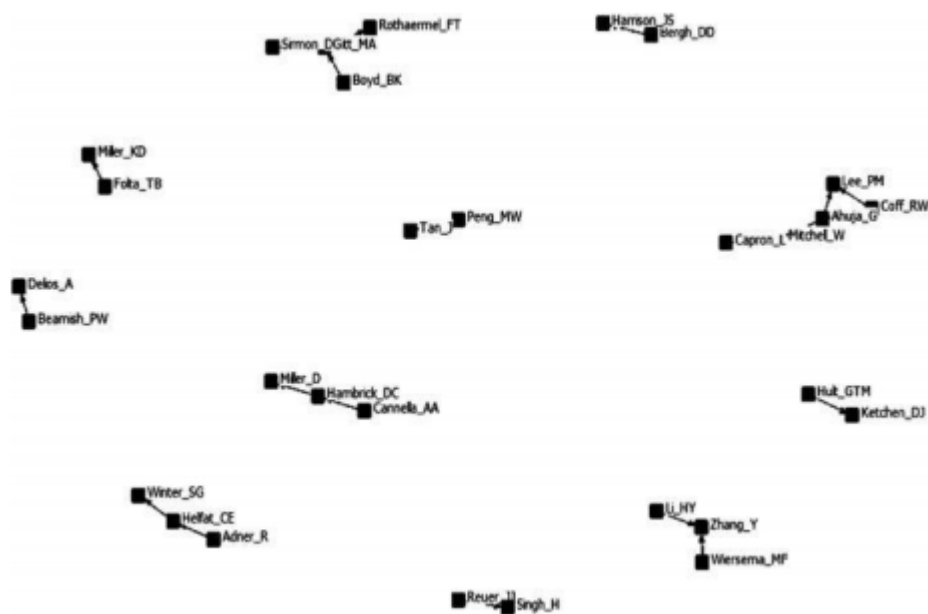
Miller نیز در این قسمت هشت مقاله را ارائه کرده است و او در تحقیقات خودش بیشتر بر روی ابعاد ساختار شبکه (مانند شرکت های تعاونی و تلفیق راهبردی آن ها) تمرکز داشته است. بررسی این نکته که Luo هم یکی از مهم ترین نویسندگان ها در زمینه ی دست آورد های مدیریت راهبردی در سازمان های چینی است، بسیار مهم میباشد.

تاثیر هیات شرکتی مرتبط، CEO ها و تیم های مدیریت ارشد بر روی تیم راهبردی نیز یکی از نگرانی های اخیر در این زمینه بوده است و بررسی شبکه ی سازمان ها نیز یکی از موضوعات مهم بوده و زمینه های تحقیقاتی دیگر نویسندگان ها نیز نشان دهنده ی موضوعات مهم دیگر مانند برنامه های راهبردی ابتکاری، نظریه ی برنامه ی راهبردی جهت ابتکار عمل، نظریه ی مبتنی بر دیدگاه و توانایی پویا میباشد.

از نشریات مختلف چاپ شده در این زمینه توسط نویسندگان فعال میتوانیم به خوبی متوجه شویم که نقاط تطابق نظریه‌ی مدیریت راهبردی در قرن بیست و یکم که در حال توسعه میباشد، چه موضوعاتی است. در همین زمان، بررسی شده است که محققان در جوامع آکادمیک، نیروهای پیش‌برنده‌ی موضوعات علمی هستند.

از طریق تحلیل همکاری‌های نویسندگان (شکل 2)، میتوان به راحتی مشاهده کرد که بعد از 2000، نظریه‌ی مدیریت راهبردی تیم‌های آکادمیک با تمرکز مشابه بر روی مطالعه‌ها در این زمینه را ایجاد کرده است. مقیاس این تیم‌ها خیلی بزرگ نیست، ارتباطات بین تیم‌های تحقیقات بین‌المللی نیز خیلی نزدیک نمیشود و نقاط توجه نیز روابط نزدیکی با هم ندارند.

شکل 2 شبکه‌های همکاری بین نویسندگان مقالات





این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی