

Received: 22 Dec 2024

Accepted: 30 Jan 2025

●Bahman Hajipour^{1*}

1. Faculty Member, Department of Business Management, Faculty of Management and Accounting, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author)
Email: b-hajipour@sbu.ac.ir

doi:10.48308/jbmp.2025.105326

ABSTRACT:

Theory building in management is recognized as one of the primary tools for understanding and predicting managerial phenomena. This article, by examining the importance of theories and the challenges associated with theory building, provides a framework for theoretical contributions in the field of management. In this article, five levels of theoretical contribution, including reporters, testers, moderators, builders, and expanders, are examined. Additionally, eight levers of theory building, including research question, theory-building method, level of analysis, phenomenon under study, causal mechanisms, constructs and variables, boundary conditions, and outputs, are introduced. This article demonstrates how changes in each of these levers can contribute to the creation of new theoretical contributions. Finally, this article recommends that students and management researchers, instead of focusing solely on existing theories, seek to discover new phenomena and provide innovative explanations.

Keywords: Theory building, management, theoretical contributions, theory-building framework, managerial phenomena



نظریه‌پردازی در مدیریت: چالش‌ها و فرصت‌ها

بهمن حاجی‌پور*

تاریخ دریافت: ۰۲ دی ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۱ بهمن ۱۴۰۳

چکیده:

نظریه‌پردازی در مدیریت به عنوان یکی از ابزارهای اصلی برای درک و پیش‌بینی پدیده‌های مدیریتی شناخته می‌شود. این مقاله با بررسی اهمیت نظریه‌ها و چالش‌های مرتبط با نظریه‌پردازی، چارچوبی برای مشارکت‌های نظری در حوزه مدیریت ارائه می‌دهد. در این مقاله، پنج سطح مشارکت نظری شامل گزارشگران، آزمون‌کنندگان، تعدیل‌کنندگان، سازندگان و گسترش‌دهندگان مورد بررسی قرار گرفته‌اند. همچنین، هشت اهرم نظریه‌پردازی شامل سوال تحقیق، روش نظریه‌پردازی، سطح تحلیل، پدیده مورد مطالعه، مکانیسم‌های علی، سازه‌ها و متغیرها، شرایط مرزی و خروجی‌ها معرفی شده‌اند. این مقاله نشان می‌دهد که چگونه تغییر در هر یک از این اهرم‌ها می‌تواند به ایجاد مشارکت‌های نظری جدید کمک کند. در نهایت، این مقاله به دانشجویان و محققان مدیریت توصیه می‌کند که به جای تمرکز صرف بر نظریه‌های موجود، به دنبال کشف پدیده‌های جدید و ارائه (بحث‌ها) و توضیحات نوآورانه باشند.

کلمات کلیدی: نظریه‌پردازی، مدیریت، مشارکت‌های نظری، چارچوب نظریه‌پردازی، پدیده‌های

مدیریتی

۱. عضو هیئت علمی گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
(نویسنده مسئول).

ایمیل: b-hajipour@sbu.ac.ir

doi: 10.48308/jbmp.2025.105326

مقدمه

اهمیت نظریه در تلاش‌های علمی را نمی‌توان دست کم گرفت. نظریه به دانشمندان کمک می‌کند تا نتایج مورد علاقه را درک و پیش‌بینی کنند، حتی اگر این پیش‌بینی‌ها به صورت احتمالی باشد (کوک و کمپبل، ۱۹۷۹؛ کرلینگر و لی، ۲۰۰۰). نظریه همچنین به دانشمندان اجازه می‌دهد تا فرآیندها یا توالی رویدادها را توصیف کرده و توضیح دهند (دی‌ماگیو، ۱۹۹۵؛ موهر، ۱۹۸۲). باخاراش (۱۹۸۹) پیشنهاد کرد که نظریه با ارائه یک ابزار زبانی برای سازمان‌دهی جهان تجربی، از گیج شدن محققان در برابر پیچیدگی این جهان جلوگیری می‌کند (همچنین نگاه کنید به دوین، ۱۹۷۶؛ هال و لیندزی، ۱۹۵۷). به عبارت بریف و دوکریچ (۱۹۹۱)، نظریه به عنوان یک ابزار آموزشی عمل می‌کند که می‌تواند آگاهی را در مورد مجموعه‌ای خاص از مفاهیم افزایش دهد. در نهایت، کرلینگر و لی (۲۰۰۰: ۱۱) نظریه را به عنوان هدف اصلی علم توصیف کردند.

نظریه بخش مهمی از آن چیزی است که محققان مدیریت را از مدیران اجرایی یا روزنامه‌نگاران حوزه کسب‌وکار متمایز می‌کند. اگرچه هر قاعده‌ای قطعاً استثنائاتی دارد، اما بیشتر مدیران اجرایی و روزنامه‌نگاران عمدتاً به پدیده‌ها علاقه‌مند هستند، و اغلب به نمونه‌های بسیار خاصی از پدیده‌ها، مانند رقابت، قدرت چانه‌زنی، مزیت رقابتی، سرمایه‌گذاری‌ها، برندها، برون‌سپاری، ادغام‌ها، خریدها، اتحادها یا ساختار سازمانی توجه می‌کنند. از این منظر متمرکز بر پدیده‌ها، نظریه‌ها برای پیش‌بینی پدیده‌ها، کنترل آن‌ها یا تزریق معنا به آن‌ها مفید هستند. در این رابطه، مسئولیت‌های مشخص مدیران اجرایی و روزنامه‌نگاران آن‌ها را به طور قابل درک و موجهی بیشتر بر روی درخت‌ها (جزئیات) متمرکز می‌کند تا جنگل (کلیات). در مقابل و با توجه به اینکه هر قاعده‌ای استثنائاتی دارد، دانشگاهیان به دنبال درک مسائل در سطحی کلی‌تر هستند و این کار را هم از طریق نظریه و هم از طریق تحلیل تجربی کلاس‌های کامل پدیده‌ها انجام می‌دهند. از منظر نظریه‌محور، پدیده‌ها برای آزمون، مقایسه یا تعیین شرایط مرزی نظریه‌ها مفید هستند. از طریق ساخت نظریه، محققان بر روی جنگل متمرکز می‌کنند تا بر روی تک‌تک درخت‌ها. علاوه بر آنچه گفته شد بسیاری مزایای دیگر را می‌توان درباره نظریه برشمرد. نظریه‌ها به ما کمک می‌کنند تا افکارمان را سازماندهی کنیم، توضیحات منسجمی ارائه دهیم و پیش‌بینی‌هایمان را بهبود بخشیم. به طور خلاصه، نظریه‌ها به ما کمک می‌کنند تا به درک برسیم.

کار مدیران را می‌توان به دانشمندان تشبیه کرد چراکه همانند دانشمندان نظریه‌هایی درباره چستی و چرایی و چگونگی پدیده‌ها ارائه می‌دهند (به عنوان مثال، فلمینگ و سورنسون ۲۰۰۴، سول ۲۰۰۴، فیلین و زنگر ۲۰۰۹). مدیران نیز نظریه‌هایی درباره دلایل برتری شرکت‌های خود نسبت به رقبا مطرح می‌کنند (روملت ۲۰۱۱، سورنسون و کارول ۲۰۲۱). آن‌ها سپس از این نظریه‌ها برای استنتاج فرضیه‌هایی استفاده می‌کنند که می‌توانند آن‌ها را آزمایش کنند (سول ۲۰۰۴، کاموفو و همکاران ۲۰۲۰). مدیران همچنین از این نظریه‌ها برای هدایت تصمیمات استراتژیک مهم استفاده می‌کنند (به عنوان مثال، سورنسون و کارول ۲۰۲۱، کاموفو و همکاران ۲۰۲۴): آیا شرکت‌های آن‌ها باید سیاست‌ها یا روش‌های خاصی را اتخاذ کنند؟ آیا باید گسترش حوزه فعالیت خود را در نظر بگیرند؟

نظریه برای حوزه مدیریت بسیار مهم است، و باید به آن متعهد بمانیم. مطمئناً، بزرگ‌ترین تحسین همیشه نصیب کسانی خواهد شد که نظریه‌های پیشگامانه توسعه می‌دهند. در این سرمقاله سطوح و شیوه‌های نظریه‌پردازی را بررسی می‌کنیم و پیشنهادهای برای بهبود وضعیت فعلی ارائه می‌دهیم. امید است که حوزه مدیریت بتواند با توسعه جنبه‌های مختلف نظریه‌پردازی به پیشرفت‌های بیشتری در درک و عمل مدیریتی دست یابد.

تعاریف مختلف نظریه

البته صاحب‌نظران همیشه در مورد معنای نظریه توافق ندارند. بسیاری از محققان نظریه را بر اساس روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تعریف می‌کنند. به عنوان مثال، کمپبل نظریه را به عنوان "مجموعه‌ای از ادعاها، هم به صورت کلامی و هم نمادین، که مشخص می‌کند چه متغیرهایی مهم هستند و به چه دلایلی، چگونگی ارتباط آن‌ها با یکدیگر و چرایی آن را توضیح می‌دهد و شرایطی را که تحت آن‌ها باید مرتبط یا غیرمرتبط باشند را مشخص می‌کند" تعریف کرد (۱۹۹۰: ۶۵). از این دیدگاه، یک نظریه عمدتاً بر اساس توانایی آن در توضیح واریانس در یک معیار مورد علاقه ارزیابی می‌شود (باخاراش، ۱۹۸۹).

دیگر محققان نظریه را بر اساس روایت‌ها و توصیف‌ها تعریف کرده‌اند. به عنوان مثال، دی‌ماگیو نظریه را به عنوان "روایتی از یک فرآیند اجتماعی، با تأکید بر آزمون‌های تجربی از باور کردنی و معقول بودن روایت و همچنین توجه دقیق به شرایط دامنه آن روایت" تعریف کرد (۱۹۹۵: ۳۹۱). از این دیدگاه (منظر)، یک نظریه عمدتاً بر اساس غنای روایت آن، میزان تطابق آن با داده‌های تجربی و میزان ایجاد بینش‌های جدید ارزیابی می‌شود (آیزن هارت، ۱۹۸۹).

یک مفهوم رایج از نظریه، که هم در فلسفه علم و هم در بسیاری از دیدگاه‌های نوظهور وجود دارد، نظریه را به عنوان مجموعه‌ای از پیش‌زمینه‌ها و فرضیات تعریف می‌کند که با هم به برخی پیامدها منجر می‌شوند (به عنوان مثال، فیلین و زنگر ۲۰۱۷، سورنسون و کارول ۲۰۲۱، اهرینگ و اشمیت ۲۰۲۲). هنگامی که این مفهوم به کسب‌وکارها اعمال می‌شود (تعمیم داده می‌شود)، پیش‌زمینه‌ها و فرضیات معمولاً شامل شرایط محیطی (مانند ترجیحات مصرف‌کننده)، سیاست‌ها و ویژگی‌های سازمانی (مانند ویژگی‌های محصول یا خدمات) و روابط اگر-آنگاه می‌شوند.

تصویر دیگری از نظریه در تحقیقات مربوط به یادگیری و جستجو رایج‌تر است. فرآیندهای جستجو اغلب به عنوان تلاش یک بازیگر — یک فرد یا یک سازمان — برای یافتن بالاترین نقطه در یک چشم‌انداز توصیف و مدل‌سازی شده‌اند (به عنوان مثال، لوینثال ۱۹۹۷، ریویکین ۲۰۰۰، فلمینگ و سورنسون ۲۰۰۱). در این مدل‌ها، نظریه اغلب به عنوان یک نقشه توپوگرافی به تصویر کشیده می‌شود (به عنوان مثال، گاوتی و لوینثال ۲۰۰۰، فلمینگ و سورنسون ۲۰۰۴، کاسازار و لوینثال ۲۰۱۶). این نقشه راهنمایی را برای کسانی که در حال پیمایش زمین هستند، فراهم می‌کند. گاوتی و لوینثال (۲۰۰۰)، به عنوان مثال، نظریه را به عنوان یک نمایش دقیق ولی با ابعاد کوچک‌تر از چشم‌انداز واقعی در نظر می‌گیرند. بسیاری از مدل‌های الهام‌گرفته از علوم شناختی و اقتصاد نیز به طور مشابه نظریه را به عنوان ارائه دقت پیش‌بینی بهتر در نظر می‌گیرند (به عنوان مثال، فریستون ۲۰۱۰، کاموفو و همکاران ۲۰۲۰، کارنی ۲۰۲۲، کاموفو و همکاران ۲۰۲۴، چاودا و همکاران ۲۰۲۴).

نظریه‌پردازی در مدیریت

با وجود اولویت نظریه در فعالیتهای دانشگاهی، تعداد کمی راهنمای عملی برای مشاوره به کسانی که می‌خواهند به نظریه‌پردازی در مدیریت بپردازند وجود دارد و ترنر و همکاران (2017) یک استثنا هستند که از روش‌های ترکیبی برای این منظور استفاده کرده‌اند. حوزه مدیریت پر از رساله‌های فلسفی درباره تعریف نظریه (وهتن، ۱۹۸۹)، ارزیابی نظریه (باخاراش، ۱۹۸۹)، بیان هدف و نیاز به نظریه (اشکانازی، ۲۰۱۶)، تأمل در مورد خاستگاه نظریه (ویک، ۱۹۸۹)، تشخیص نظریه با کیفیت (اکسلی و همکاران، ۲۰۱۰) یا حتی تشخیص عدم وجود نظریه (ساتن و استاو، ۱۹۹۵) است که هر کدام به نوبه خود مفید هستند، اما معمولاً به بحث درباره فرصت‌ها و رویکردهای خاص برای کمک به نظریه‌پردازی نمی‌پردازند.

محتوی نظریه‌ها: پنج سطح مشارکت نظری

کولکویت و زاپاتا-فلان (2007)، از دانشگاه فلوریدا طبقه‌بندی ارائه کرده‌اند که مشارکت نظری مقالات را در دو بعد منعکس می‌کند: نظریه‌پردازی و آزمون نظریه. اگر محورهای نظریه‌پردازی و آزمون نظریه را به طور همزمان در نظر بگیریم، پنج نوع مجزا از مقالات آشکار می‌شوند:

۱. *گزارشگران* را به عنوان مقالات تجربی تعریف می‌کنیم که سطوح نسبتاً پایینی از نظریه‌پردازی و آزمون نظریه دارند. به عنوان مثال، مارتینسون و ویلکینگ (۱۹۸۴) بررسی تفاوت‌های رضایت شغلی بین مناطق روستایی و شهری را انجام دادند و سعی کردند تحقیقاتی را تکرار کنند که نتوانسته بودند اثر معناداری برای آن متغیر زمینه‌ای پیدا کنند. مطالعه آن‌ها به عنوان یک تکرار سازنده از تحقیقات گذشته عمل کرد، و سه فرضیه آن‌ها بر اساس یافته‌های ۱۲ مطالعه قبلی در مورد این موضوع پایه‌گذاری شده بود. به طور مشابه، کوچران و وود (۱۹۸۴) رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد مالی را با استفاده از ابزارها و روش‌های آماری پیشرفته‌تر از آنچه در مطالعات قبلی استفاده شده بود، دوباره بررسی کردند. بنابراین، مطالعه آن‌ها یک تکرار سازنده بود که عمدتاً بر اساس یافته‌های متناقض تحقیقات گذشته پایه‌گذاری شده بود.

۲. *آزمون‌کنندگان* به عنوان مقالات تجربی تعریف می‌شوند که سطوح بالایی از آزمون نظریه اما سطوح پایینی از نظریه‌پردازی دارند. یک نمونه برجسته از این دسته، آزمون لی، میچل، وایز و فایرمن (۱۹۹۶) از مدل باز شدن داوطلبانه ترک شغل است، مدلی که دو سال قبل در AMR¹ معرفی شده بود (لی و میچل، ۱۹۹۴). لی و همکاران (۱۹۹۶) فرآیندهای توصیف شده در مدل باز شدن را عملیاتی کردند تا اولین آزمون مستقیم آن را انجام دهند. نمونه دیگر از دسته آزمون‌کنندگان، تحقیق استروه، برت، بومن و رایلی (۱۹۹۶) در مورد تأثیر متغیرهای مبتنی بر نظریه نمایندگی بر جبران خدمات مدیران میانی است. نویسندگان خاطرنشان کردند که نظریه نمایندگی، که بر پاسخ‌های به ریسک توسط اصول‌ها و نمایندگان یک سازمان متمرکز است (آیزن هارت، ۱۹۸۹؛ جنسن و مک‌لینگ، ۱۹۷۶)، به ندرت با مدیران میانی به عنوان نمونه آزمون شده بود. بنابراین، آن‌ها از گزاره‌های نظریه برای استخراج فرضیه‌هایی در مورد نسبت متغیر جبران خدمات یک کارمند استفاده کردند.

¹. Academy of management review

۳. *تعدیل‌کنندگان* به عنوان مقالات تجربی تعریف می‌شوند که سطوح متوسطی از آزمون نظریه و نظریه‌پردازی دارند. چنین مقالاتی روابط یا فرآیندهای قبلاً تأیید شده را با استفاده از استدلال‌های مفهومی نشأت گرفته از ادبیات موجود تعدیل می‌کنند. یک نمونه برجسته از این دسته، بررسی اسکارلیکی، فولگر و تسلوک (۱۹۹۹) از شخصیت به عنوان تعدیل‌کننده رابطه بین عدالت سازمانی و رفتارهای ضد تولیدی است. نویسندگان نشان دادند که ارتباط بین عدالت و رفتار ضد تولیدی می‌تواند توسط عاطفه منفی و توافق‌پذیری تعدیل شود و این یافته‌ها را با استدلال‌های مفهومی از ادبیات شخصیت پشتیبانی کردند. مقاله دیگری که در دسته تعدیل‌کنندگان قرار می‌گیرد، مقاله نوریا و گولاتی (۱۹۹۶) است؛ این نویسندگان رابطه بین منابع اضافی و نوآوری سازمانی را بیشتر بررسی کردند. در پاسخ به یافته‌های متناقض تحقیقات گذشته، آن‌ها نشان دادند که رابطه بین منابع اضافی و نوآوری در واقع منحنی است، به طوری که نوآوری توسط منابع اضافی خیلی کم یا خیلی زیاد مختل می‌شود.

۴. *سازندگان* را به عنوان مقالاتی تعریف می‌کنیم که سطوح نسبتاً بالایی از نظریه‌پردازی اما سطوح نسبتاً پایینی از آزمون نظریه دارند. سازندگان شامل مطالعات استقرایی هستند که بر سازه‌ها، روابط یا فرآیندهای جدید تمرکز می‌کنند. به عنوان مثال، باترفیلد، ترونو و بال (۱۹۹۶) خاطرنشان کردند که با وجود ادبیات گسترده در مورد تنبیه، محققان بررسی نکرده‌اند که مدیران واقعاً چه فکر و احساسی در مورد تنبیه کارکنان خود دارند. با استفاده از یک سری مصاحبه‌ها، نویسندگان تعدادی مفهومی را شناسایی کردند که به درک دیدگاه مدیران نسبت به تنبیه کمک می‌کرد. سازندگان همچنین ممکن است شامل مطالعات فرضیه‌ای-قیاسی باشند که رابطه‌ای را بررسی می‌کنند که قبلاً موضوع نظریه‌پردازی یا تحقیق تجربی نبوده است. به عنوان مثال، اولدهام (۱۹۷۵) اولین مطالعه را انجام داد که ویژگی‌های سرپرست (مانند جذابیت، قدرت، قابلیت اعتماد) را با پذیرش اهداف تعیین شده توسط زیردستان مرتبط می‌کرد. از آنجا که این رابطه قبلاً بررسی نشده بود، او پیش‌بینی‌های خود را با استنباط از مطالعاتی که ویژگی‌های سرپرست را با عملکرد زیردستان مرتبط می‌کردند، پایه‌گذاری کرد.

۵. در نهایت، *گسترش‌دهندگان* مقالاتی هستند که سطوح نسبتاً بالایی از هر دو منظر نظریه‌پردازی و آزمون نظریه دارند. مانند سازندگان، گسترش‌دهندگان بر سازه‌ها، روابط یا فرآیندهایی تمرکز می‌کنند که قبلاً موضوع نظریه‌پردازی نبوده‌اند، اما این بررسی را در حالی انجام می‌دهند که برخی از نظریه‌های موجود را نیز آزمون می‌کنند. با انجام این کار، آن‌ها ادبیات موجود را با قرار دادن آن در مسیری جدید و متفاوت گسترش می‌دهند. به عنوان مثال، بیتمن و اورگان (۱۹۸۳) سازه رفتار شهروندی را در بررسی مجدد فرضیه "رضایت باعث عملکرد می‌شود" معرفی کردند. با استفاده از نظریه مبادله اجتماعی (بلو، ۱۹۶۴) برای پایه‌گذاری فرضیه‌های خود، نویسندگان نشان دادند که چند جنبه از رضایت شغلی به طور معناداری با معیار رفتار شهروندی آن‌ها مرتبط است. به طور مشابه، کلاس و وایبارک (۱۹۹۹) سازه جدیدی به نام سبب فناوری محیطی را معرفی کردند تا الگوی قابل مشاهده سرمایه‌گذاری یک شرکت برای بهبود عملکرد محیطی آن را منعکس کنند. با استفاده از دیدگاه مبتنی بر منابع (بارنی، ۱۹۹۱) برای توجیه پیش‌بینی‌های خود، نویسندگان نشان دادند که ترکیب سبب فناوری محیطی کارخانه‌های تولید مبلمان به طور معناداری با عملکرد آن‌ها مرتبط است.

جدول ۱. محتوی پنج نوع مقاله نظری

نوع مقاله	تعریف	مثال
گزارشگران	مقالاتی با سطوح نسبتاً پایین نظریه‌پردازی و آزمون نظریه. این مقالات معمولاً به تکرار تحقیقات قبلی می‌پردازند و فرضیه‌ها بر اساس یافته‌های گذشته پایه‌گذاری می‌شوند.	مطالعه مارتینسون و ویلکینگ (۱۹۸۴) که تفاوت‌های رضایت شغلی بین مناطق روستایی و شهری را بررسی کرد و تحقیقات قبلی را تکرار نمود.
آزمون‌کنندگان	مقالاتی با سطوح بالای آزمون نظریه اما سطوح پایین نظریه‌پردازی. این مقالات به آزمون مستقیم نظریه‌های موجود می‌پردازند.	مطالعه لی و همکاران (۱۹۹۶) که مدل باز شدن داوطلبانه ترک شغل را آزمون کرد.
تعدیل‌کنندگان	مقالاتی با سطوح متوسط نظریه‌پردازی و آزمون نظریه. این مقالات روابط یا فرآیندهای قبلاً تأیید شده را با استفاده از استدلال‌های مفهومی جدید تعدیل می‌کنند.	مطالعه اسکارلیکی و همکاران (۱۹۹۹) که شخصیت را به عنوان تعدیل‌کننده رابطه بین عدالت سازمانی و رفتارهای ضد تولیدی بررسی کرد.
سازندگان	مقالاتی با سطوح بالای نظریه‌پردازی اما سطوح پایین آزمون نظریه. این مقالات بر ساخت سازه‌ها، روابط یا فرآیندهای جدید تمرکز می‌کنند.	مطالعه باترفیلد و همکاران (۱۹۹۶) که مفاهیم جدیدی را برای درک دیدگاه مدیران نسبت به تنبیه کارکنان شناسایی کرد.
گسترش‌دهندگان	مقالاتی با سطوح بالای نظریه‌پردازی و آزمون نظریه. این مقالات سازه‌ها، روابط یا فرآیندهای جدید را معرفی می‌کنند و در عین حال نظریه‌های موجود را نیز آزمون می‌کنند.	مطالعه بیتمن و اورگان (۱۹۸۳) که سازه رفتار شهروندی را معرفی کرد و رابطه بین رضایت شغلی و عملکرد را بررسی نمود.

اکنون این سوال مطرح می‌شود که فرایند ساخت محتوی این مقالات چگونه است؟ نظریه پردازان چگونه به نظریه‌ها دست می‌یابند؟ ریچارد ماکادوک و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله "راهنمای عملی برای ایجاد مشارکت‌های نظری در مدیریت استراتژیک" چارچوبی را برای پژوهشگرانی فراهم می‌کنند که قصد دارند مشارکت‌های نظری معناداری در حوزه مدیریت استراتژیک ارائه دهند. البته این چارچوب با جامعیتی که دارد می‌تواند برای سایر حوزه‌های کسب و کار نیز مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه این فرایند را بررسی می‌کنیم.

فرایند نظریه سازی: سطوح مشارکت‌های نظری

نظریه به طور ضروری یک انتزاع و ساده‌سازی از واقعیت است. به این ترتیب، نظریه تلاشی است برای به دقت گرفتن برخی جنبه‌های برجسته یک پدیده برای یک سوال یا هدف خاص، در حالی که همچنان مختصر و مفید باقی می‌ماند. با این حال، نظریه‌ها اغلب بر اساس کلیتشان نیز ارزش‌گذاری می‌شوند، زیرا محققان ممکن است بخواهند آنها را به مجموعه وسیع‌تری از پدیده‌ها یا موقعیت‌ها اعمال کنند، فراتر از جایی که نظریه در ابتدا توسعه یافته است. اگرچه دقت، سادگی و کلیت همگی ویژگی‌های مطلوب برای یک نظریه هستند، اما به طور کلی غیرممکن است که هر نظریه‌ای به طور کامل به هر سه این ویژگی‌ها دست یابد (ویک، ۱۹۷۹).

نظریه‌های جدید می‌توانند تحریک‌کننده و تخیلی باشند، یک انحراف از نظریه‌های موجود یا یک سوال از دانش پذیرفته شده. در موارد نادر، نظریه ممکن است از طریق یک تغییر پارادایم رادیکال (کوهن، ۱۹۷۰) پیشرفت کند،

جایی که به نظر می‌رسد همه چیز به یکباره تغییر می‌کند. اگرچه چنین پیشرفت‌های انقلابی توجه فوق‌العاده‌ای را به خود جلب می‌کنند، اما این‌ها در توسعه نظریه، هنجار نیستند. در عوض، بیشتر مشارکت‌های نظری ممکن است یک یا دو عنصر از یک نظریه را تغییر دهند، اما به همه جنبه‌های یک نظریه به طور همزمان نمی‌پردازند. با وجود محدودیت‌هایشان، این نوع مشارکت‌های نظری می‌توانند برای تکامل یک حوزه بسیار مهم باشند.

اما چگونه می‌توان این نوع مشارکت‌های نظری بالقوه مهم را شناسایی کرد؟ برای پاسخ به این سوال، ابتدا یک نظریه را به اجزای تشکیل‌دهنده‌اش تجزیه می‌کنیم و سپس بررسی می‌کنیم که چگونه هر یک از این اجزا ممکن است تغییر کنند. به طور خاص، هر نظریه‌ای را می‌توان به عنوان ترکیبی از هشت بخش در نظر گرفت:

۱. سوال تحقیق

۲. روش نظریه‌پردازی

۳. سطح تحلیل

۴. پدیده مورد مطالعه

۵. مکانیسم‌های علی

۶. سازه‌ها و متغیرها

۷. شرایط مرزی

۸. خروجی‌ها (مانند توضیحات، پیش‌بینی‌ها یا توصیه‌ها)

اولین مورد (سوال تحقیق) نشان‌دهنده ورودی اصلی فرآیند نظریه‌پردازی است؛ آخرین مورد (خروجی‌ها) محصول اصلی آن است؛ و شش مورد باقی‌مانده را می‌توان به عنوان اهرم‌های قابل تنظیم فرآیند نظریه‌پردازی در نظر گرفت: چه کسی، چه چیزی، چه زمانی، کجا، چرا و چگونه. در ادامه این بخش، هر یک از این هشت بخش را به همراه نحوه تغییر هر یک برای ایجاد یک مشارکت نظری بررسی می‌کنیم.

ورودی: سوال تحقیق

سوال تحقیق ورودی اصلی فرآیند نظریه‌پردازی است. بدون سوال تحقیق، چیزی برای نظریه‌پردازی وجود ندارد. هر حوزه مطالعاتی سوالات تحقیق خاص خود را دارد. به عنوان مثال، در حوزه مدیریت استراتژیک، روملت، شندل و تیس (۱۹۹۴) فهرستی از "سوالات اساسی در استراتژی" را شناسایی کرده‌اند که شامل موارد زیر است:

• شرکت‌ها چگونه رفتار می‌کنند؟

• چرا شرکت‌ها متفاوت هستند؟

• عملکرد یا ارزش افزوده واحد مرکزی در یک شرکت متنوع چیست؟

• چه عواملی موفقیت یا شکست در رقابت بین‌المللی را تعیین می‌کند؟

بدیهی است که می‌توان برای سایر حوزه‌های کسب و کار سوالات مرتبط را مطرح کرد.

یک راه واضح برای ایجاد مشارکت نظری، تغییر سوال تحقیق است، چه با پرسیدن یک سوال جدید، چه با تغییر یک سوال موجود به نحوی، یا اعمال یک نظریه موجود برای پاسخ به یک سوال متفاوت. یافتن یک سوال خوب اغلب دشوارترین جنبه نظریه‌پردازی جدید است. طبقه‌بندی ما ممکن است راهنمایی‌های مفیدی ارائه دهد، اما توسعه نظریه جدید یک فرآیند مکانیکی نیست، به ویژه در مورد پرسیدن سوالات جدید. تخیل، بینش، و حتی "سوالات احمقانه" ممکن است بخشی از این فرآیند باشند (مارچ، ۱۹۷۱). یک سوال تحقیق خوب باید به اندازه‌ای گسترده باشد که مخاطبان وسیعی را جذب کند، اما به اندازه‌ای محدود باشد که قابل پاسخگویی باشد. در این زمینه، حتی زمانی که یک موضوع به وضوح هم مهم و هم جالب است، تحقیقات در مورد آن ممکن است تا زمانی که سوال به گونه‌ای فرمول‌بندی شود که به اندازه کافی خاص باشد تا بتوان به آن پاسخ داد، پیشرفت نکند. به عنوان مثال، در روزهای اولیه حوزه استراتژی، زمانی که سوال "یک شرکت باید چه استراتژی‌ای را دنبال کند؟" بسیار مبهم و نامشخص بود، تا اینکه پورتر (۱۹۷۹) با تغییر مکالمه به سوال متمرکزتر "شرکت‌ها چگونه می‌توانند مزیت رقابتی ایجاد کنند؟" مشارکت ارزشمندی ارائه کرد.

اهرم ۱: روش نظریه‌پردازی: چگونه؟

روش نظریه‌پردازی فرآیندی فکری است که توسط آن ورودی اصلی یک نظریه، یعنی سوال تحقیق به خروجی‌های آن تبدیل می‌شود. این اهرمی است که تعیین می‌کند چگونه نظریه‌پردازی می‌کنیم. این اهرم را می‌توان حداقل در پنج جهت حرکت داد:

۱. استقرایی در مقابل قیاسی

۲. فرآیندمحور در مقابل واریانس‌محور

۳. ایستا در مقابل پویا

۴. رسمی در مقابل غیررسمی

۵. تحلیلی در مقابل عددی

همه این تفاوت‌ها بین روش‌های نظریه‌پردازی شامل معاوضه‌هایی هستند. نظریه‌پردازی قیاسی با مجموعه‌ای از فرضیات کلی شروع می‌شود و از آن‌ها پیامدهای خاص قابل مشاهده به طور منطقی استنتاج می‌شود، در حالی که نظریه‌پردازی استقرایی با مشاهدات خاص شروع می‌شود و بر مقایسه بین آن‌ها برای استنتاج تعمیم‌های ممکن تکیه می‌کند (آیزن هارت، ۱۹۸۹). بنابراین، این دو روش نشان‌دهنده یک معاوضه بین واقع‌گرایی و تکرارپذیری هستند. نظریه‌پردازی استقرایی، با توجه به اینکه بر مبنای مشاهدات دنیای واقعی است، از مزیت واقع‌گرایی برخوردار است، اما ممکن است در تکرارپذیری ضعیف باشد، زیرا محققان مختلف می‌توانند به همان مجموعه مشاهدات نگاه کنند و تعمیم‌های مختلفی استنتاج کنند. در مقابل، نظریه‌پردازی قیاسی ممکن است کمتر واقع‌گرایانه باشد، زیرا لزوماً بر مبنای مشاهدات نیست، اما نتایج بسیار تکرارپذیری تولید می‌کند، زیرا هر محققى که به ابزارهای پایه‌ای منطق قیاسی مجهز باشد، می‌تواند تأیید کند که آیا نتایج واقعاً از فرضیات ناشی می‌شوند یا خیر.

مدل‌سازی فرآیندی هدفش توضیح این است که چگونه یک موجودیت خاص در طول زمان تغییر می‌کند، در حالی که مدل‌سازی واریانس هدفش توضیح این است که چرا موجودیت‌ها با یکدیگر متفاوت هستند (پین، پیرسون و کار، ۲۰۱۶). نظریه‌های ایستا بررسی می‌کنند که چگونه یک سیستم و اجزای آن تحت یک تعادل پایدار رفتار می‌کنند، جایی که تمام نیروهای مؤثر بر آن در تعادل هستند، در حالی که نظریه‌های پویا بررسی می‌کنند که چگونه یک سیستم و اجزای آن تحت تأثیر نیروهایی که آن را به سمت تعادل، دور از تعادل یا بین تعادل‌ها سوق می‌دهند، حرکت می‌کنند (گیبونز، ۱۹۹۲). نظریه‌های غیررسمی به زبان طبیعی استدلال کلامی متکی هستند و بنابراین برای مخاطبان گسترده‌تری قابل دسترسی هستند، در حالی که نظریه‌های رسمی به زبان‌های دقیق منطق، ریاضیات و شبیه‌سازی متکی هستند و بنابراین ممکن است برای مخاطبانی که آموزش تخصصی ندارند، چالش‌برانگیز باشند (آدنر، پولوس، ریال و سورنسون، ۲۰۰۹). در حوزه نظریه‌پردازی رسمی، روش‌های تحلیلی مانند نظریه بازی‌ها نتایج دقیقی را به دست می‌آورند، اما فقط می‌توانند برای مدل‌هایی با تعداد نسبتاً کمی پارامتر استفاده شوند تا قابل مدیریت باقی بمانند، در حالی که روش‌های عددی مانند شبیه‌سازی می‌توانند مدل‌های بسیار پیچیده‌تری با تعداد بیشتری پارامتر را مدیریت کنند، اما فقط نتایج تقریبی تولید می‌کنند که تفسیر علیت آنها ممکن است دشوارتر باشد (دیویس، آیزن هارت و بینگهام، ۲۰۰۷؛ هریسون، لین، کارول و کارلی، ۲۰۰۷).

بنابراین، یک راه برای ایجاد مشارکت نظری، تغییر روش نظریه‌پردازی در هر یک از این پنج بعد است، یعنی تغییر بین استقرایی و قیاسی، یا بین فرآیند و واریانس، یا بین ایستا و پویا، یا بین رسمی و غیررسمی، یا بین تحلیلی و عددی. به عنوان مثال، هیل و کیم (۱۹۸۸) با تغییر از یک دیدگاه ایستا به یک دیدگاه پویا، در نظریه شرکت‌های چندملیتی مشارکت کردند. به طور مشابه، تحقیقات هلفات و آیزن هارت (۲۰۰۴)، لوینتال و وو (۲۰۱۰)، و ساخاروف و فولتا (۲۰۱۴، ۲۰۱۵) با تمرکز بر مفاهیم ذاتی بین‌زمانی قابلیت‌های بازتوزیع منابع، عنصر جدیدی از پویایی را به نظریه ایستای شرکت‌های چند کسب‌وکاری اضافه کرده‌اند. تغییر از روش‌های نظریه‌پردازی غیررسمی به رسمی به طور فزاینده‌ای به یک راه رایج برای مشارکت در نظریه تبدیل شده است. به عنوان مثال، در حالی که مسئله تصاحب ارزش قبلاً به عنوان یک عامل مهم اما تا حد زیادی نادیده گرفته شده در نظریه‌های غیررسمی مبتنی بر منابع عملکرد شرکت شناخته شده بود (به عنوان مثال، کاستانیاس و هلفات، ۱۹۹۱؛ کاف، ۱۹۹۹)، تغییر به یک روش رسمی نظریه‌پردازی در مورد این ایده (براندنبورگر و استوارت، ۱۹۹۶، ۲۰۰۷؛ مک‌دونالد و ریال، ۲۰۰۴) ابزار قدرتمند جدیدی برای تقطیر آن به پیش‌بینی‌های دقیق‌تر فراهم کرد. نظریه‌ها همچنین ممکن است با ترکیب چندین روش بهبود یابند؛ ادغام روش‌ها، مانند روش‌های ترکیبی مثلث‌سازی و تکثیر برای یک سوال تحقیق خاص، نه تنها اعتبار پاسخ را افزایش می‌دهد، بلکه بینش‌ها و درک جدیدی نیز ایجاد می‌کند (برتون و اوبل، ۲۰۱۱؛ ترنر، کاردینال و برتون، ۲۰۱۷).

اهرم ۲: سطح تحلیل: چه کسی؟

اگرچه حوزه مدیریت استراتژیک با تمرکز بر درک ناهمگونی عملکرد کلی سازمانی تعریف می‌شود، این بدان معنا نیست که همه مطالعات استراتژی در سطح سازمانی متمرکز هستند. تحقیقات در سطوح دیگر تحلیل نیز می‌توانند پیامدهای مهمی برای عملکرد کلی داشته باشند، بنابراین مطالعات استراتژی بر روی سطوح بالاتر تحلیل (مانند

اتحاد، سرمایه‌گذاری مشترک، بازار، صنعت، حوزه، نهاد یا ملت) و سطوح پایین‌تر (مانند بخش، دپارتمان، معامله، تیم یا فرد) نیز متمرکز شده‌اند. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است، سطح تحلیل اهرمی است که تعیین می‌کند درباره چه کسی نظریه پردازی می‌کنیم.

به ندرت پیش می‌آید که یک نظریه توسعه یافته در یک سطح تحلیل، بدون هیچ گونه تطبیقی، به همان خوبی در سطح تحلیل دیگری اعمال شود. اعمال کورکورانه یک نظریه بدون تغییر به سطح تحلیل متفاوت ممکن است به فرضیات نامناسب نیاز داشته باشد و/یا نتایج غیرمنطقی ایجاد کند. با این حال، با تطبیق دقیق و تنظیمات مناسب، برخی از عناصر یک نظریه در یک سطح تحلیل ممکن است حداقل تا حدی در سطوح دیگر تحلیل مرتبط باشند، و این تطبیق‌ها فرصت‌هایی برای ایجاد مشارکت نظری هستند. به عنوان مثال، شرکت‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند، و ملت‌ها نیز همین‌طور، اما این دو نوع رقابت از جهات مهمی متفاوت هستند، بنابراین تعدیلات زیادی لازم است تا بینش‌های مربوط به رقابت بین شرکت‌ها (پورتر، ۱۹۸۰، ۱۹۸۵) را به رقابت بین ملت‌ها (پورتر، ۱۹۹۰) اعمال کنیم، اما نتیجه، یک مشارکت مهم نظری است. برعکس، هنگامی که یک نظریه از یک سطح تحلیل به اشتباه در سطح تحلیل دیگری اعمال شده است، نقد و اصلاح این سوءکاربرد نیز می‌تواند یک مشارکت نظری مفید باشد. گاهی اوقات، حتی ممکن است یک سطح تحلیل کاملاً جدید معرفی شود که محققان قبلی از آن غافل بوده‌اند. یک مثال معروف از این مورد در ادبیات استراتژی، معرفی گروه‌های استراتژیک بود (پورتر، ۱۹۷۹). چنین نوآوری‌هایی، تا زمانی که بتوانند چیزی را توضیح دهند که با استفاده از سطوح دیگر تحلیل قابل توضیح نیست، می‌توانند مشارکت‌های عمده‌ای در نظریه باشند. برعکس، یک مشارکت نظری دیگر ممکن است زیر سوال بردن مفید بودن یا اعتبار یک سطح تحلیل باشد، همان‌طور که بارنی و هاسکیسون (۱۹۹۰) در نقد خود از گروه‌های استراتژیک انجام دادند.

اهرم ۳: پدیده: کجا؟

حوزه مدیریت استراتژیک پدیده‌های متعددی را مطالعه می‌کند که به نحوی با عملکرد کلی سازمانی مرتبط هستند، همان‌طور که در بخشی از بیانیه حوزه به‌روزرسانی شده بخش مدیریت استراتژیک آکادمی مدیریت، که اخیراً تغییر نام داده است، آمده است:

"این بخش چندین موضوع مرتبط با فرآیندهای تصمیم‌گیری استراتژیک، پیش‌زمینه‌ها/زمینه‌های آنها و پیامدهای آنها را پوشش می‌دهد. نمونه‌هایی از موضوع اول شامل استراتژی رفتاری؛ مرزهای شرکت؛ حکمرانی شرکتی؛ استراتژی شرکت؛ اقتصاد استراتژی؛ استراتژی‌های غیربازاری؛ نوآوری و تجدید استراتژیک؛ فرمول‌بندی، اجرا و برنامه‌ریزی استراتژیک؛ و فرآیندهای استراتژیک است. نمونه‌هایی از موضوع دوم شامل اتحادها، شبکه‌ها، ادغام و تملیک و سایر روابط بین‌سازمانی یا درون‌سازمانی است که پیامدهای مرتبطی برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک دارند؛ مدل‌های کسب‌وکار؛ تعاملات رقابتی و مشارکتی؛ پویایی صنعت؛ منابع و قابلیت‌های داخلی؛ مدیریت استراتژیک ورودی‌های حیاتی؛ و رهبری استراتژیک و سطوح بالای سازمانی است. نمونه‌هایی از موضوع سوم

شامل عملکرد شرکت و ناهمگونی شرکت/رقابتی است. این بخش همچنین به تأثیر سیاست‌های دولت بر هر یک از این حوزه‌ها یا پدیده‌ها علاقه‌مند است."

این پدیده اهرمی است که تعیین می‌کند نظریه ما در کجا مرتبط است، یعنی زمینه نظریه. هر نظریه‌ای ممکن است در چندین زمینه مرتبط باشد و پیامدهایی برای چندین پدیده داشته باشد. از آنجایی که سازمان‌ها، بازارها و صنایع سیستم‌های پیچیده چندوجهی هستند که اجزای آنها به روش‌های مختلفی به یکدیگر متصل هستند، نیروهایی که بر یک بخش تأثیر می‌گذارند احتمالاً بر برخی از بخش‌های دیگر نیز تأثیر می‌گذارند. یک سوال بالقوه مهم این است که چگونه این نیروها بر این بخش‌های دیگر تأثیر می‌گذارند، و چالش پاسخ به این سوال فرصت‌های متعددی برای ایجاد مشارکت‌های نظری مهم فراهم می‌کند. به عنوان مثال، ماکادوک و کاف (۲۰۰۹) نظریه سیستم انگیزشی شرکت را گرفته و نشان می‌دهند که چگونه برخی تنظیمات جزئی در یک فرضیه کلیدی می‌تواند آن را برای توضیح انواع مختلفی از اشکال حکمرانی ترکیبی نیز تطبیق دهد.

خوشبختانه برای نظریه‌پردازان مشتاق، نوآوری‌های فناوری و اجتماعی تضمین می‌کنند که جهان همچنین جریانی بی‌پایان از پدیده‌های جدید ارائه می‌دهد که نظریه‌های قدیمی ممکن است بر آنها اعمال شوند، و هر یک از این‌ها فرصتی برای ایجاد مشارکت نظری است. یک مثال اولیه از این رویکرد به نظریه‌پردازی، مطالعه هریگان (۱۹۸۸) در مورد پدیده جدید سرمایه‌گذاری‌های مشترک بود و توضیح داد که "استفاده از آنها نشان‌دهنده تغییر هیجان‌انگیزی در رفتار رقابتی است." یک مثال جدیدتر این است که چگونه فیلین و زنگر (۲۰۱۴) نظریه‌های موجود حکمرانی را برای توضیح پدیده نوظهور نوآوری باز اعمال کردند. در محیط کسب‌وکار فعلی، پدیده‌های مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم، بلاکچین، یادگیری ماشین، سازمان‌های خودمختار توزیع‌شده (DAO) و سازمان‌های خودمدیریتی به نظر می‌رسد که برای چنین کاربردهای نظری آماده باشند، در حالی که پدیده‌های آینده پیش‌بینی‌شده مانند مدل‌های کسب‌وکار جدید که توسط اینترنت اشیا، واقعیت افزوده، وسایل نقلیه خودران و محاسبات کوانتومی امکان‌پذیر شده‌اند؛ به زودی آماده خواهند بود. متخصصان عملی اغلب می‌توانند به عنوان منبع عمیقی برای درک پدیده مورد نظر عمل کنند، که از آن سوال "چرا" می‌تواند مطرح شود.

اهرم ۴: سازوکار علی: چرا؟

شاید مرکزی‌ترین جنبه هر نظریه، مکانیسم علی باشد که به عنوان پایه منطق داخلی خود به آن متکی است. مکانیسم علی اهرمی است که تعیین می‌کند چرا روابط یا اثرات پیشنهادی نظریه رخ می‌دهند. مکانیسم‌های علی تمایل دارند که طعمی چند رشته‌ای داشته باشند، زیرا هر رشته علوم اجتماعی تمایل دارد بر مجموعه‌ای متفاوت از مکانیسم‌های علی تمرکز کند. مکانیسم‌های روان‌شناختی شامل ادراک، شناخت، عاطفه، یادگیری، انگیزش، دلبستگی و دیگر موارد هستند. مکانیسم‌های جامعه‌شناختی شامل هم‌نواپی، انحراف، تعارض، تعامل نمادین، روابط قدرت، جستجوی وضعیت، احترام، ساختارسازی و دیگر موارد هستند. مکانیسم‌های اقتصادی شامل تعادل، رقابت، تباری، همکاری، چانه‌زنی، قرارداد، پیش‌دستی، انعطاف‌پذیری، نوآوری، رشد، تطبیق، اقتصادسازی، استراتژی‌سازی، جستجوی رانت، انگیزه‌دهی و دیگر موارد هستند.

چندین راه وجود دارد که محققان می‌توانند با تمرکز بر مکانیسم‌های علی به نظریه مشارکت کنند: یک راه واضح این است که یک مکانیسم علی را معرفی یا وارد کنند که قبلاً به عنوان مرتبط با یک سوال تحقیق خاص شناخته نشده است. به عنوان مثال، سوال اینکه چرا موقعیت‌های مسلط شرکت‌های قوی توسط شرکت‌های نوپای ضعیف مختل می‌شوند، ابتدا از طریق لنز مکانیسم‌های اقتصادی مطالعه شد (فودنبرگ و تیروول، ۱۹۸۴؛ گلمن و سالوپ، ۱۹۸۳؛ گماوات، ۱۹۹۱)، سپس از طریق لنز مکانیسم‌های جامعه‌شناختی مانند اینرسی ساختاری (هندرسون، ۱۹۹۳؛ لئونارد-بارتون، ۱۹۹۲؛ لویت و مارچ، ۱۹۸۸)، و در نهایت از طریق لنز مکانیسم‌های روان‌شناختی مانند نزدیک‌بینی (باور و کریستنسن، ۱۹۹۵؛ کریستنسن، ۱۹۹۷). هر یک از این تغییرات در مکانیسم‌های علی نشان‌دهنده یک مشارکت متمایز در نظریه است. یک مثال کلاسیک دیگر از این رویکرد، معرفی مکانیسم‌های اختیارات واقعی به مطالعه سرمایه‌گذاری‌های مشترک توسط کوگوت (۱۹۹۱) بود. به طور متناوب، راه دیگر برای ایجاد مشارکت نظری، مقایسه و مقابله مکانیسم‌های علی مختلف برای یک سوال تحقیق خاص به منظور شفاف‌سازی شباهت‌ها و تفاوت‌های آنها است. به عنوان مثال، گیبونز (۲۰۰۵) چنین تحلیل مقایسه‌ای از نظریه‌های مختلف مرزهای شرکت ارائه می‌دهد.

نوع سوم مشارکت، ترکیب چندین مکانیسم علی به گونه‌ای است که بررسی کند چگونه این مکانیسم‌ها از طریق اثرات میانجی و تعدیل‌کننده خود با یکدیگر تعامل می‌کنند. به این ترتیب، می‌توان نتایجی را از ترکیب مکانیسم‌های علی به دست آورد که از هیچ یک از آنها به تنهایی قابل استخراج نباشد. به عنوان مثال، ماکادوک (۲۰۱۰) از این تکنیک برای ترکیب چندین مکانیسم علی اقتصادی استفاده کرده است، در حالی که نیکرسون و زنگر (۲۰۰۸) و وبر و مایر (۲۰۱۴) از آن برای ترکیب مکانیسم‌های اقتصادی با مکانیسم‌های روان‌شناختی استفاده کرده‌اند.

اهرم ۵: سازه‌ها و متغیرها: چه چیزی؟

سازه‌ها و متغیرهای مفهومی، خون حیات نظریه هستند. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است، آنها اهرمی هستند که تعیین می‌کنند درباره چه چیزی نظریه‌پردازی می‌کنیم. سازه‌ها و متغیرها می‌توانند معرفی، وارد، زیر سوال برده، حذف، بازتعریف، شفاف‌سازی، گسترش یا محدود شوند. به عنوان مثال، سازه‌های مفهومی که معرفی آنها مشارکت‌های ارزشمندی در نظریه استراتژی ایجاد کرد، شامل ابهام علی (لیپمن و روملت، ۱۹۸۲)، ظرفیت جذب (کوهن و لوینتال، ۱۹۹۰)، دارایی‌های مکمل (تیس، ۱۹۸۶)، قابلیت‌های پویا (تیس، پیسانو و شوئن، ۱۹۹۷) و بازارهای عوامل استراتژیک (بارنی، ۱۹۸۶) هستند. برعکس، زیر سوال بردن سازه‌های مفهومی گاهی محققان را برانگیخته است تا معنای آنها را شفاف‌سازی کنند، به عنوان مثال، پاسخ بارنی (۱۹۸۹) به دیریکس و کول (۱۹۸۹).

هر سازه یا متغیر مفهومی نقش خاصی در یک نظریه ایفا می‌کند. به عنوان مثال، به عنوان پدیده مورد علاقه، یک پیش‌زمینه، یک نتیجه، یک تعدیل‌کننده یا یک میانجی. بنابراین، یک راه دیگر برای ایجاد مشارکت نظری، تغییر نقشی است که سازه یا متغیر ایفا می‌کند؛ تغییر از یکی از این نقش‌ها به نقش دیگر. به عنوان مثال، در حالی که بیشتر تحقیقات استراتژی مرزهای بین صنایع را به عنوان داده‌های خارجی در نظر می‌گیرند، اشمیت، ماکادوک و کیل (۲۰۱۶) نظریه‌ای توسعه داده‌اند که در آن همگرایی صنایع به طور درون‌زا ایجاد می‌شود.

اهرم ۶: شرایط مرزی: چه زمانی؟

هیچ نظریه‌ای آنقدر جهانشمول نیست که بتوان آن را به هر زمینه‌ای تعمیم داد. هر نظریه‌ای مرزهایی دارد که درون آنها به خوبی اعمال می‌شود و خارج از آنها نتیجه‌گیری‌های آن کمتر قابل اعمال یا اصلاً قابل اعمال نیستند. شرایط مرزی اهرمی هستند که تعیین می‌کنند چه زمانی نظریه ما کار می‌کند یا نمی‌کند.

در برخی موارد، به ویژه هنگامی که یک نظریه ابتدا از طریق یک روش نظریه‌پردازی غیررسمی توسعه یافته است، شرایط مرزی آن ممکن است نامشخص یا مورد بحث باشد. چنین نظریه‌ای ممکن است بر فرضیاتی تکیه کند که به طور کامل بیان نشده‌اند. در چنین مواردی، آشکار یا شفاف‌سازی فرضیات نظریه یک مشارکت نظری مفید است، زیرا به شفاف‌سازی شرایط مرزی کمک می‌کند. به عنوان مثال، رسمی‌سازی نظریه با بررسی شرایط مرزی نظریه‌ها درباره چگونگی ایجاد مزیت رقابتی از ابهام علی (ریال، ۲۰۰۹) مشارکت قابل توجهی داشته است.

بررسی دقیق شرایط مرزی همچنین می‌تواند با شناسایی ناسازگاری‌های منطقی یک مشارکت نظری ارزشمند ایجاد کند. اگر شرایط مرزی یک نظریه با یکدیگر ناسازگار باشند، ممکن است هیچ شرایطی وجود نداشته باشد که در آن نظریه واقعاً اعمال شود، که این یک انتقاد قدرتمند از نظریه است. به عنوان مثال، اسلیتر و اسپنسر (۲۰۰۰) استدلال می‌کنند که یک ناسازگاری اساسی بین فرضیاتی که نظریه اقتصاد هزینه مبادله درباره عقلانیت می‌کند وجود دارد، که آنها را به زیر سوال بردن اعتبار کل چارچوب سوق می‌دهد. یک نوع متفاوت از ناسازگاری منطقی زمانی است که فرضیات دو نظریه مختلف با یکدیگر در تضاد باشند. کشف چنین ناسازگاری‌هایی بین نظریه‌ها می‌تواند یک مشارکت ارزشمند باشد، زیرا نشان‌دهنده این است که نظریه‌ها توضیحات رقابتی ناسازگار ارائه می‌دهند، بنابراین آزمایش تجربی ممکن است فرصتی برای رد یکی از آنها یا ارزیابی شرایطی که یک نظریه بیشتر از دیگری اعمال می‌شود، فراهم کند.

ایجاد نسخه‌های مختلف یک نظریه با محدود کردن یا گسترش شرایط مرزی آن نیز یک راه ممکن دیگر برای ایجاد مشارکت نظری است. ممکن است بتوان پیش‌بینی‌های بیشتری از یک نظریه، یا پیش‌بینی‌های خاص‌تر، زمانی که شرایط مرزی آن محدود می‌شوند، استخراج کرد، اگرچه این قدرت پیش‌بینی بیشتر ممکن است به قیمت کاهش کلیت باشد. به عنوان مثال، هنارت (۱۹۸۸) پیش‌بینی‌های جدیدی از نظریه اقتصاد هزینه مبادله موجود با اعمال باریک‌تر نظریه به مورد خاص سرمایه‌گذاری‌های مشترک سهام استخراج کرد. برعکس، کلیت یک نظریه ممکن است با گسترش شرایط مرزی آن به انواع بیشتری از زمینه‌ها گسترش یابد، اگرچه این ممکن است قدرت پیش‌بینی نظریه را کاهش دهد (یعنی کاهش تعداد یا خاصیت پیش‌بینی‌هایی که می‌توان از نظریه استخراج کرد). به عنوان مثال، پاچکو-ده-آلمیدا و زمسکی (۲۰۰۳) نظریه سرمایه‌گذاری استراتژیک تحت عدم قطعیت را با تشخیص اینکه برخی منابع و قابلیت‌ها زمان می‌برد تا توسعه یابند، تعمیم دادند.

خروجی‌ها: توضیحات، پیش‌بینی‌ها و توصیه‌ها

اگرچه فرآیند نظریه‌پردازی به طور کلی فقط یک ورودی اصلی دارد - سوال تحقیق - اما می‌تواند انواع مختلفی از خروجی‌ها داشته باشد، از جمله توضیحات، پیش‌بینی‌ها و توصیه‌ها (برودبک، ۱۹۶۸). یک نظریه زمانی یک توضیح

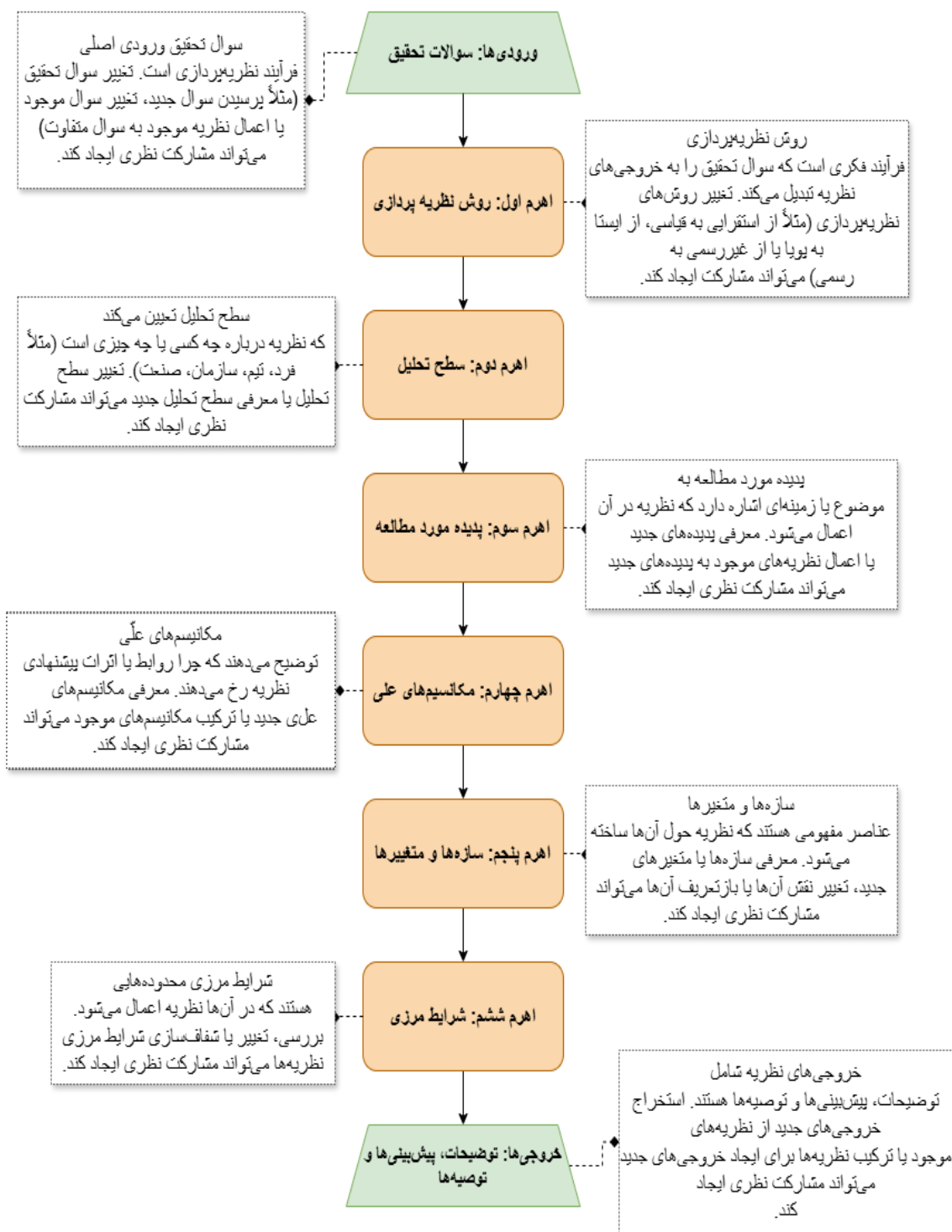
ایجاد می‌کند که وجود پدیده‌های مشاهده شده را بتوان از فرضیات و گزاره‌های نظریه استنتاج کرد. توضیحات اغلب در یک سری گزاره یا فرضیه منعکس می‌شوند. پیش‌بینی‌ها ساختار منطقی مشابهی با توضیحات دارند، با این تفاوت که شامل ادعاهایی درباره برخی حالت‌های آینده هستند. پیش‌بینی‌ها نیز می‌توانند در یک سری گزاره یا فرضیه منعکس شوند. در نهایت، توصیه‌ها به اقداماتی اشاره می‌کنند که مدیران (یا دیگران) می‌توانند برای تأثیرگذاری بر نتایج سازمانی خاص انجام دهند. این خروجی‌های مختلف نظریه اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند. همان‌طور که هیچ نظریه‌ای نمی‌تواند به طور کامل به سه فضیلت دقت، سادگی و کلیت دست یابد (ویک، ۱۹۷۹)، هیچ خروجی نظریه‌ای نیز نمی‌تواند همه اهداف را برآورده کند. یک پیش‌بینی خوب (آنچه اتفاق خواهد افتاد) ممکن است یک توضیح خوب (چرا اتفاق می‌افتد) یا مبنای توصیه (آنچه باید اتفاق بیفتد) نباشد. پیش‌بینی درباره آنچه اتفاق خواهد افتاد، توصیه‌ای درباره آنچه می‌خواهید اتفاق بیفتد نیست. به طور خلاصه، توضیح، پیش‌بینی و توصیه متفاوت هستند و اهداف مختلفی را دنبال می‌کنند. نظریه‌ای که بتواند هر سه را به طور همزمان انجام دهد، نادر است، شبیه به گفته ویک درباره دقت، سادگی و کلیت.

"خروجی‌های نظریه" نشان می‌دهد که چگونه مشارکت‌ها در نظریه می‌توانند با توسعه نظریه‌ها در طول زمان پیش بروند: هنگامی که یک نظریه جدید است، اولین کار استخراج برخی نتایج اولیه از آن است. با این حال، یک نظریه ممکن است در ابتدا تمام پیامدهای خود را آشکار نکند، بنابراین ممکن است فرصت‌هایی برای ایجاد مشارکت با استخراج خروجی‌های بیشتر از نظریه‌های موجود، به ویژه با در نظر گرفتن انواع مختلف خروجی‌ها وجود داشته باشد. به عنوان مثال، یک نظریه ممکن است ابتدا به عنوان یک توضیح شروع شود و تنها بعداً برای پیش‌بینی یا توصیه استفاده شود. به عنوان مثال، اگرچه نظریه آشوب قبلاً برای استخراج توضیحاتی درباره پدیده‌های اجتماعی استفاده شده بود، لوی (۱۹۹۴) نشان داد که چگونه می‌توان از آن برای پیش‌بینی‌های دقیق‌تر استفاده کرد.

هنگامی که فرضیات یا شرایط مرزی یک نظریه بسیار کلی هستند، معمولاً فقط خروجی‌های بسیار کلی تولید می‌کنند. هر چه فرضیات و شرایط مرزی خاص‌تر شوند، خروجی‌ها نیز می‌توانند خاص‌تر شوند. با توجه به اینکه کلیت اغلب در نظریه‌پردازی یک فضیلت در نظر گرفته می‌شود، میوه‌های کم‌ارتفاع معمولاً ابتدا چیده می‌شوند، و فرصت‌هایی برای محققان باقی می‌ماند تا با رسیدن به شاخه‌های بالاتر مشارکت‌های بعدی ایجاد کنند. این می‌تواند با جستجوی موارد خاص جالب انجام شود، جایی که اعمال فرضیات بیشتر یا شرایط مرزی محدودکننده‌تر می‌تواند امکان استخراج خروجی‌های خاص‌تر را فراهم کند. به عنوان مثال، کاسادوسوس-ماسانل و ژو (۲۰۱۳) با اعمال و تغییر جنبه‌هایی از مدل‌های قبلی به مورد خاص مدل‌های کسب‌وکار مبتنی بر اسپانسر، پیامدهای جدیدی از رویکردهای نظریه بازی به نوآوری و پویایی رقابتی استخراج کردند.

در نهایت، یک مشارکت نظری نیز می‌تواند با ترکیب نظریه‌های مختلف برای استخراج خروجی‌های جدید از ترکیب نظریه‌ها ایجاد شود که از هیچ یک از نظریه‌ها به تنهایی قابل استخراج نباشد. به عنوان مثال، چن (۱۹۹۶) با ترکیب نظریه‌های پویایی رقابتی با نظریه‌های مزیت رقابتی، پیش‌بینی‌های جدیدی استخراج کرد. به طور مشابه،

کوتا و اورن (۱۹۸۹) با ترکیب یک نظریه مزیت رقابتی با یک نظریه ساختار تولید، یک نظریه اقتضایی تولید ایجاد کردند.



شکل ۱. اهرم‌های نظریه پردازی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف ما در این مقاله جلب توجه محققان به ادبیات به سرعت در حال رشد در مورد نظریه‌پردازی در پژوهش‌های مدیریتی بود. امیدواریم که با تمرکز بر آنچه نظریه‌پردازان برجسته مدیریت در مورد این فرآیند بیان کرده‌اند، بتوانیم دانشی در مورد شیوه‌های تولید نظریه‌های مدیریتی ارائه کرده باشیم. هدف ما تقویت این ایده بود که ساخت نظریه‌های خلاقانه تنها حوزه‌ی اختصاصی محققان نخبه یا باتجربه مدیریت نیست، بلکه یک مهارت فنی است که می‌توان آن را یاد گرفت و به کار برد. در این مقاله سطوح نظریه‌پردازی را شناسایی و تشریح کردیم که نظریه‌های مدیریتی معمولاً توسط تنش‌هایی بین آنچه می‌دانیم و آنچه مشاهده می‌کنیم، تحریک می‌شوند. درک این موارد بعنوان سوال پژوهش به همراه اهرم‌های تشریح شده منجر به تولید نظریه‌های مؤثر می‌شوند.

یکی از مباحث کلیدی این است که نظریه‌ها نه تنها برای پیش‌بینی و کنترل پدیده‌ها مفید هستند، بلکه می‌توانند به عنوان ابزارهایی برای درک عمیق‌تر فرآیندها و توالی رویدادها عمل کنند. نظریه‌ها به خودی خود هدف نیستند، بلکه باید به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به درک بهتر از پدیده‌های مدیریتی در نظر گرفته شوند. نشان داده شد که چگونه تغییر در سوالات تحقیق، روش‌های نظریه‌پردازی، سطح تحلیل، پدیده‌های مورد مطالعه، مکانیسم‌های علی، سازه‌ها و متغیرها، شرایط مرزی و خروجی‌ها می‌تواند به ایجاد مشارکت‌های نظری جدید کمک کند. نظریه‌پردازی در مدیریت یک فرآیند پویا و مستمر است که نیازمند خلاقیت، بینش و توانایی ترکیب روش‌های مختلف است. برای دانشجویان و محققان مدیریت، مشارکت در نظریه‌پردازی می‌تواند به عنوان یک فرصت برای ایجاد تأثیرات ماندگار در حوزه مدیریت در نظر گرفته شود. مطالعه پدیده‌های جدید و تلاش برای ارائه توضیحات نوآورانه می‌تواند به ایجاد مشارکت‌های نظری ارزشمند کمک کند. در نهایت، همکاری با محققان دیگر و استفاده از نظرات متخصصان می‌تواند به بهبود کیفیت تحقیقات و افزایش تأثیر آنها کمک کند.

منابع

- Adner, R., Polos, L., Ryall, M. D., & Sorenson, O. (2009). The case for formal theory. *Academy of Management Review*, 34(2), 201-217. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.36982628>
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.10.1231>
- Barney, J. B. (1989). Asset stocks and sustained competitive advantage: A comment. *Management Science*, 35(12), 1511-1513. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.12.1511>
- Barney, J. B., & Hoskisson, R. E. (1990). Strategic groups: Untested assertions and research proposals. *Managerial and Decision Economics*, 11(3), 187-198. <https://doi.org/10.1002/mde.4090110305>
- Bower, J. L., & Christensen, C. M. (1995). Disruptive technologies: Catching the wave. *Harvard Business Review*, 73(1), 43-53.
- Brandenburger, A. M., & Stuart, H. W. (1996). Value-based business strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 5(1), 5-24. <https://doi.org/10.1111/j.1430-9134.1996.00005.x>
- Burton, R. M., & Obel, B. (2011). Computational modeling for what-is, what-might-be, and what-should-be studies---And triangulation. *Organization Science*, 22(5), 1195-1202. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0635>
- Chen, M.-J. (1996). Competitor analysis and interfirm rivalry: Toward a theoretical integration. *Academy of Management Review*, 21(1), 100-134. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161567>
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Colquitt, J. A., & Zapata-Phelan, C. P. (2007). Trends in theory building and theory testing: A five-decade study of the Academy of Management Journal. *Academy of Management Journal*, 50(6), 1281-1303.
- Davis, J. P., Eisenhardt, K. M., & Bingham, C. B. (2007). Developing theory through simulation methods. *Academy of Management Review*, 32(2), 480-499. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.24351453>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Fleming, L., & Sorenson, O. (2001). Technology as a complex adaptive system: Evidence from patent data. *Research Policy*, 30(7), 1019-1039. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(00\)00135-9](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(00)00135-9)
- Fleming, L., & Sorenson, O. (2004). Science as a map in technological search. *Strategic Management Journal*, 25(8-9), 909-928. <https://doi.org/10.1002/smj.384>
- Gibbons, R. (1992). *Game theory for applied economists*. Princeton University Press.
- Gibbons, R. (2005). Four formal(izable) theories of the firm? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58(2), 200-245. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2004.09.010>
- Ghemawat, P. (1991). *Commitment: The dynamic of strategy*. Free Press.
- Hambrick, D. C. (2007). The field of management's devotion to theory: Too much of a good thing? *Academy of Management Journal*, 50(6), 1346-1352.
- Helfat, C. E., & Eisenhardt, K. M. (2004). Inter-temporal economies of scope, organizational modularity, and the dynamics of diversification. *Strategic Management Journal*, 25(13), 1217-1232. <https://doi.org/10.1002/smj.427>
- Henderson, R. (1993). Underinvestment and incompetence as responses to radical innovation: Evidence from the photolithographic alignment equipment industry. *The RAND Journal of Economics*, 24(2), 248-270. <https://doi.org/10.2307/2555761>

- Kogut, B. (1991). Joint ventures and the option to expand and acquire. *Management Science*, 37(1), 19-33. <https://doi.org/10.1287/mnsc.37.1.19>
- Levinthal, D. A. (1997). Adaptation on rugged landscapes. *Management Science*, 43(7), 934-950. <https://doi.org/10.1287/mnsc.43.7.934>
- Levitt, B., & March, J. G. (1988). Organizational learning. *Annual Review of Sociology*, 14(1), 319-338. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.14.080188.001535>
- Makadok, R., Burton, R., & Barney, J. (2018). A practical guide for making theory contributions in strategic management. *Strategic Management Journal*, 39(6), 1530-1545.
- March, J. G. (2006). Rationality, foolishness, and adaptive intelligence. *Strategic management journal*, 27(3), 201-214.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*, 57(2), 137-145.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Rumelt, R. P. (2011). *Good strategy/bad strategy: The difference and why it matters*. Crown Business.
- Sorenson, O., & Carroll, G. R. (2021). *The emergence of organizational routines*. Princeton University Press.
- Teece, D. J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15(6), 285-305. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(86\)90027-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(86)90027-2)
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Turner, S. F., Cardinal, L. B., & Burton, R. M. (2017). Research design for mixed methods. *Organizational Research Methods*, 20(2), 243-267.
- Weick, K. E. (1979). *The social psychology of organizing* (2nd ed.). Addison-Wesley.
- Weick, K. E. (1989). Theory construction as disciplined imagination. *Academy of Management Review*, 14(4), 516-531. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308376>
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. Free Press.
- Zenger, T. R., & Felin, T. (2009). The firm as a nexus of contracts: A critical examination. *Journal of Management Studies*, 46(1), 1-25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2008.00810.x>