

نظریه استراتژی چهار وجهی: استراتژی به عنوان کانون کنترل، نمایشی اجتماعی، معمای ایکاروس و فعالیت مدیریتی

نیما اسکندری نیا^{۱*}

۱- فارغ التحصیل دکترای تخصصی، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و

تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی و تبیین ضرورت ها، کارکردها و الگوهای مربوط به این دو مفهوم و بیان تفاوت های آن ها در سازمان ها انجام شده است. این تحقیق با روش مطالعات کتابخانه ای انجام شده و ابزار گردآوری اطلاعات در آن فیش برداری از منابع پایگاه های اطلاعاتی شبکه جهانی اینترنت، کتب و مقالات علمی فارسی و لاتین و پایان نامه های مرتبط با موضوع تحقیق بوده است. در این مقاله پس از بیان مسئله و اهمیت آن، الگوهای استراتژی مدیریت دانش و الگوهای استراتژی دانش با استفاده از منابع دست اول بررسی شده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد با توجه به تفاوت ماهیت و کارکرد این دو مفهوم، سازمان ها برای انجام پروژه های مدیریت دانش نیازمند تدوین استراتژی مدیریت دانش و استراتژی دانش خود به صورت جداگانه می باشند. استراتژی مدیریت دانش بر مبنای دسته بندی دانش به انواع دانش آشکار (صریح) و دانش پنهان (ضمنی) تعریف می شود و استراتژی دانش بیان می کند که سازمان چه دانشی را، با چه عمقی، از چه منبعی و از چه طریقی برای پشتیبانی از برنامه استراتژیک خود بایستی کسب نماید. در طی سالیان اخیر، برخی از پژوهشگران، دیدگاه مزیت رقابتی را به دلیل رویکرد ایده آل گرای آن، نقد کرده اند. برخی پژوهشگران نیز سطح تحلیل کلان استراتژی ها را مورد انتقاد قرار داده اند و ادعا کرده اند استراتژی نباید به عنوان ویژگی سازمان در نظر گرفته شود بلکه استراتژی در ارتباط با فعالیت های اجتماعی سطح خرد سازمان می باشد. علیرغم این انتقادات، رویکردی عملگرا و مبتنی بر سطح تحلیل خرد که بتواند در شرکت ها مورد استفاده قرار بگیرد کمتر مورد توجه قرار گرفته و سازمان ها بر روی دیدگاه کلاسیک رایج تاکید دارند. در این مقاله تلاش شده است تا از طریق تحقق اهداف پژوهشی: (۱) تحلیل مفهوم استراتژی از منظر رهبران شرکت ها، شناسایی تضادهای این مفهوم با آنچه که در عمل اتفاق می افتد، بررسی اثرات مخرب ناشی از این تضاد و (۲) ارائه راهکارهایی برای مقابله با این اثرات، نظریه استراتژی چهاروجهی که مبتنی بر سطح تحلیل خرد عملگرا است، تشریح شود. به کمک روش پژوهش تکرارپذیر تجربی که به طور همزمان از داده های دست اول و همچنین از نظریه های موجود برای تولید نظریه ای جدید، بهره می برد، داده های دست اول حاصل از مصاحبه، طی دو مرحله کدگذاری شده اند و با مفاهیم نظریه های اسناد، فعالیت و استراتژی به عنوان عمل، ترکیب شده اند تا نظریه استراتژی چهاروجهی توسعه داده شود. یافته های پژوهش نشان می دهند که مفهوم رایج استراتژی در شرکت ها باعث ایجاد سوءگیری شناختی در رهبر، انزوای مدیران در اثر این سوءگیری، تشدید دیدگاه ایده آل گرای مزیت رقابتی، نسبت دادن نتایج سازمان به عوامل خارج از کنترل و نهایتاً نمایش ضعیف استراتژی در سطوح مختلف سازمان می شود.

واژگان کلیدی: استراتژی چهاروجهی، استراتژی به عنوان کانون کنترل، استراتژی به عنوان نمایش اجتماعی، استراتژی به عنوان معمای ایکاروس، استراتژی به عنوان فعالیت های مدیریتی