

استراتژی به مثابه عادت‌سازی عملگرا: روش نوآورانه ساخت‌شکنی-وانموده‌زدایی عملگرا

نیما اسکندرنیا^۱

گروه آموزشی مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

Strategy As Pragmatic Habituation: An Innovative Pragmatic Deconstruction-Unsimulacra Research

Nima Eskandarinia¹¹ Department of Public Management, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran

Received: (30/06/2022) Accepted: (29/07/2022)

شناسه یکتا: <https://doi.org/10.52547/JABM.3.2.1>

Abstract

In recent years, postmodern and pragmatic approaches to strategic management theories have led to the formation of a completely different, out of abstract and pragmatic view of strategic management. Numerous and complex abstract theories of strategic management are not only inapplicable in practice but also lead to misleading organizational decision makers. Although recent efforts to uncover the practical and real nature of strategy have led to more pragmatic and justifiable theories, organizations suffer from a lack of a step-by-step approach as a practical guide to strategizing. Organizations need practical action to implement their strategies, rather than theory. Therefore, the purpose of this study is to build an empirical pragmatic theory for strategizing of the organization by means of a longitudinal study in a food production and distribution company over 4.5 years. This article has been conducted through formal semi-structured interviews, informal ethnographic interviews, field observations and post-qualitative interviews, in the period 1396 to 1400. The findings of this study show that strategies can be implemented with the help of step-by-step method of habituation based on stimulus-response mechanism and strengthening of habits in the direction of the general orientation of the organization. This theory contradicts the common view of the whole component of strategic management and simultaneously pays attention to the macro level and micro level of the organization.

Keywords

Deconstruction, Habituation, Simulacra, Strategizing, Post-qualitative approach, Pragmatism

چکیده

در سال‌های اخیر، رویکردهای پست‌مدرن و عملگرایی به نظریه‌های مدیریت استراتژیک، باعث شکل‌گیری نگاهی کاملاً متفاوت، عاری از انتزاع و عملگرایی به مدیریت استراتژیک شده است. نظریه‌های متعدد و پیچیده انتزاعی مدیریت استراتژیک، نه تنها در عمل قابل کاربرد نمی‌باشند بلکه منجر به گمراه شدن تصمیم‌گیرندگان سازمانی می‌شوند. هر چند که تلاش‌های اخیر در زمینه آشکارسازی ماهیت عملی و واقعی استراتژی، منجر به ارائه نظریه‌های عملگرایی و توجیه‌پذیرتر شده است اما سازمان‌ها از کمبود روشی گام به گام به عنوان راهنمای عملی استراتژیک‌سازی، رنج می‌برند. سازمان‌ها بیشتر از آنکه نیازمند نظریه باشند، نیازمند اقدام عملی در راستای پیاده‌سازی استراتژی‌های خود می‌باشند. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش، ارائه نظریه‌ای عملگرایی و تجربی برای استراتژیک‌سازی سازمان به کمک مطالعه طولی یک شرکت تولید و پخش مواد غذایی در طی ۴.۵ سال می‌باشد. این مقاله از طریق انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته رسمی، مصاحبه‌های غیررسمی قوم‌نگارانه، مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های پساکیفی، در بازه زمانی ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ هجری شمسی، به انجام رسیده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که به کمک روش گام به گام به عادت‌سازی مبتنی بر مکانیزم محرک-پاسخ و تقویت عادت‌ها در راستای جهت‌گیری کلی سازمان می‌توان استراتژی‌ها را پیاده‌سازی نمود. این نظریه در تناقض با نگاه کل‌نگر مدیریت استراتژیک است و به طور همزمان به سطح کلان و سطح خرد سازمان توجه دارد.

واژه‌های کلیدی

استراتژیک‌سازی، رویکرد پساکیفی، ساخت‌شکنی، عادت‌سازی، عملگرایی، وانموده