



پژوهشنامه‌ی مدیریت اجرایی

علمی - پژوهشی

سال هفتم، شماره چهاردهم، نیمه‌ی دوم ۱۳۹۴

مطالعه نقش قابلیت‌های اعتمادساز در پویاسازی کسب‌وکار شرکت‌های مشاوره مدیریت

نادر سیدکلالی*

علی حیدری**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۰/۲۵

چکیده

امروزه برقراری روابط میان‌سازمانی مؤثر یکی از اصلی‌ترین منابع مزیت رقابتی شرکتی محسوب می‌شود. این روابط می‌تواند میان سازمان‌ها با تأمین‌کنندگان، مشتریان یا سایر ذینفعان ایجاد شود اعتماد میان‌سازمانی از جمله کلیدی‌ترین عواملی است که می‌تواند این روابط را تحکیم بخشد. در پژوهش حاضر، نقش قابلیت‌های اعتمادساز شرکت‌های مشاوره مدیریت در تعدیل رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی شرکتی بررسی شده است. این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۴۰ شرکت عضو انجمن مشاوران مدیریت ایران بود. به منظور گردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۲۳ سؤال میان مدیران عامل این شرکت‌ها توزیع شد. نهایتاً تعداد ۹۷ پرسشنامه تکمیل و گردآوری گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری واریانس‌محور و نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال اس ۳ استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که قابلیت‌های عملیاتی در شرکت‌های مشاوره‌ای قوی‌تر هستند که قابلیت‌های پویای قوی‌تری داشته باشند. به بیان دیگر، قابلیت‌های پویای سازمانی بر قابلیت‌های عملیاتی سازمانی اثر مثبت معنی‌داری دارند. به‌علاوه یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که قابلیت‌های اعتمادساز، رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی را تعدیل می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: قابلیت‌های اعتمادساز، قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های عملیاتی، هزینه‌های مبادله، تسهیم دانش و اطلاعات

* نویسنده مسئول - دکترای تخصصی مدیریت سیاستگذاری بازرگانی دانشگاه تهران - ایران (Email: nader_kalali@ut.ac.ir)

** استادیار گروه مدیریت دانشگاه تهران - ایران (Email: aheidary@ut.ac.ir)

مقدمه

محیط کسب و کار شرکت‌های مشاوره مدیریت از پویایی زیادی برخوردار است. اولاً این شرکت‌ها باید قادر باشند خود را به جدیدترین روش‌ها و ابزارهای مدیریتی تجهیز کنند تا در رقابت با شرکت‌های مشابه خود شکست نخورند؛ و ثانیاً موکلان این شرکت‌ها از صنایع و بخش‌های اقتصادی متعددی هستند که هر یک با تغییرات عدیده‌ای در ترجیحات مشتریان، تکنولوژی‌ها، و رقبا روبرویند. به بیان دیگر، شرکت‌های مشاوره مدیریت درگیر نوعی پویایی مضاعف هستند که ایجاب می‌کند آن‌ها پیوسته قابلیت‌ها و منابع خود را نوسازی کنند (سیدکلالی^۱، ۲۰۱۶). از طرفی، قابلیت‌های عملیاتی، قابلیت‌هایی هستند که امکان اداره روزمره و در نتیجه بقای شرکت‌ها را فراهم می‌آورند (وینتر^۲، ۲۰۰۳). فلذا شرکت‌ها باید قادر باشند پیوسته قابلیت‌های عملیاتی خود را برای سازگار کردن خود با تغییرات محیطی به‌روزرسانی کنند. ناتوانی شرکت‌ها در تغییر قابلیت‌های عملیاتی خود به شکست آنان در انطباق یافتن با محیط منجر خواهد شد که نتیجتاً افول و مرگ آن‌ها را در پی خواهد داشت (وینتر، ۲۰۰۳). شرکت‌ها زمانی می‌توانند قابلیت‌های عملیاتی قوی‌تری داشته باشند که از قابلیت‌های پویای قوی‌تری هم برخوردار باشند (اریکسون^۳، ۲۰۱۴). تحقیقات نشان داده است که قابلیت‌های پویای شرکتی می‌توانند قابلیت‌های عملیاتی شرکت‌ها را بازپیکره‌بندی و تجدید نمایند (آمبروزینی و بومن^۴، ۲۰۰۹). با این حال نتایج برخی پژوهش‌ها حاکی از آن است که میزان قوت قابلیت‌های عملیاتی در شرکت‌هایی که از سطح کمابیش مشابهی از قابلیت‌های پویا برخوردارند با یکدیگر تفاوت دارد (پاولو و الساوی^۵، ۲۰۱۱). در تحقیقات گوناگون به علل چندی برای توجیه واریانس قابلیت‌های عملیاتی اشاره شده است. مثلاً دینامیسم محیط از جمله عواملی برشمرده شده است که در نحوه اثرگذاری قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های عملیاتی مؤثر است (پاولو و الساوی، ۲۰۱۱). در پژوهش حاضر، درخصوص نقش قابلیت‌های اعتمادساز شرکتی در تعدیل رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی شرکت مطالعه شده است؛ با این توضیح که قابلیت‌های اعتمادساز، احتمالاً از طریق تغییر هزینه‌های مبادله و فراهم‌سازی امکان تسهیم اطلاعات میان شرکت‌های مشاور و موکل، شدت رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی در شرکت‌های مشاور را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

امروزه ثابت شده است که اعتماد میان‌سازمانی عاملی است که می‌تواند روابط میان شرکت‌ها را تحکیم بخشد، و وجود روابط قوی‌تر میان سازمان‌ها نیز به بهبود عملکرد اقتصادی

¹ Seyed Kalali

² Winter

³ Eriksson

⁴ Ambrosini & Bowman

⁵ Pavlou & El Sawy

آن‌ها خواهد انجامید (بلومفیست^۱، ۲۰۰۲). فلذا امروزه شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا سطح اعتماد میان خود و سازمان‌های ذینفعشان را تقویت کنند. اعتماد از طرق گوناگونی مانند افزایش پیش‌بینی‌پذیری (ساکو^۲، ۱۹۹۴)، تسهیم اطلاعات، تسهیل ارتباطات، و مدیریت تعارض (بلومفیست، ۲۰۰۲؛ کرید و مایلز^۳، ۱۹۹۶) می‌تواند برای سازمان‌ها منشأ اثر باشد. بارنی و هنسن^۴ (۱۹۹۴) حتی معتقدند که اعتماد می‌تواند منشأ مزیت رقابتی پایدار برای شرکت‌ها باشد. تحقیقاتی که در سطح ملی درخصوص اعتماد انجام شده است نیز اهمیت ویژه‌ای برای آن قائل شده‌اند. مثلاً داگلاس نورث^۵، اقتصاددان برنده جایزه نوبل، در کتاب «نهاده‌ها، تغییر نهادی، و عملکرد اقتصادی» توضیح می‌دهد که در کشورهایی که سطح اعتماد در آن‌ها بالاتر باشد، کارآیی اقتصاد ملی نیز بیشتر است (نورث، ۱۹۹۰). به گواهی نورث (۱۹۹۰)، و سایر محققان (کیسن^۶، ۱۹۹۰؛ فوکویاما^۷، ۱۹۹۵)، میزان اعتماد در محیط نهادی، با سطح کارآیی اقتصاد ملی قویاً همبسته است. با عنایت به نقش سازنده اعتماد در بهبود عملکرد شرکتی و ملی، در تحقیق حاضر، رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی، و نقش تعدیل‌کننده قابلیت‌های اعتمادساز در این رابطه، در شرکت‌های مشاوره مدیریت ایران به محک آزمون گذاشته شده است.

مقاله حاضر مشتمل بر چند بخش است. در بخش نخست، به تشریح مفاهیم قابلیت‌های اعتمادساز، قابلیت‌های پویا، و قابلیت‌های عملیاتی پرداخته شده است و تحقیقات پیشین درخصوص این متغیرها و نحوه رابطه آن‌ها با یکدیگر مورد مطالعه قرار گرفته است. سپس روش تحقیق تشریح شده است. در بخش یافته‌های پژوهش، نتیجه تحلیل‌های کمی و آزمون‌های آماری ارائه شده است، و نهایتاً به جمع‌بندی تحقیق و ارائه پیشنهادات کاربردی و پژوهشی اتمام شده است.

پیشینه پژوهش

قابلیت‌های پویا و عملیاتی

هلفات و همکاران^۸ (۲۰۰۷)، قابلیت را توانایی انجام یک فعالیت تعریف کرده‌اند. وینتر (۲۰۰۳)، قابلیت‌های سازمانی را مجموعه‌ای از روتین‌ها یا یک روتین سطح بالا می‌داند که با همراهی جریان‌های ورودی‌اش، مجموعه‌ای از گزینه‌های تصمیم‌مدیریتی فراهم می‌سازد که به

^۱ Blomqvist

^۲ Sako

^۳ Creed & Miles

^۴ Barney & Hansen

^۵ Douglass North

^۶ Casson

^۷ Fukuyama

^۸ Helfat et al.

خروجی‌های از یک نوع به‌خصوص می‌انجامند. از دیدگاه وینتر (۲۰۰۳)، قابلیت‌ها سطوح متعددی دارند. در پایین‌ترین سطح از سلسله مراتب قابلیت‌ها، قابلیت‌های عملیاتی یا قابلیت‌های عادی قرار گرفته‌اند که به سازمان کمک می‌کنند امور روزمره خود را به انجام رسانند و بقا یابد. هرچه از سطح صفر فاصله می‌گیریم، قابلیت‌های سازمانی از حالت ایستایی خارج می‌شوند و پویایی بیشتری پیدا می‌کنند. وینتر (۲۰۰۳)، قابلیت‌هایی که از سطح بالایی از پویایی برخوردار باشند را قابلیت‌های پویا می‌خواند. برای نشان دادن بهتر تفاوت قابلیت‌های عملیاتی و پویا به دو تعریف رایج از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

و^۱ (۲۰۰۷)، قابلیت‌های عملیاتی را این‌گونه تعریف می‌کند: «مجموعه‌ای از مهارت‌ها، فرآیندها، و روتین‌های ویژه شرکت هستند که درون سیستم مدیریت عملیات شرکت توسعه یافته‌اند، و به‌طور منظم جهت حل مشکلات از طریق تنظیم منابع عملیاتی مورد استفاده قرار می‌گیرند». تیس^۲ (۲۰۰۷)، قابلیت‌های پویا را «شایستگی‌های مدیریتی (استراتژیک) و سازمانی» می‌داند که «می‌توانند یک سازمان را قادر سازند که به مزیت رقابتی دست یابد و سپس برای نگهداشت مزیت رقابتی، خود را تغییر دهد». بدیهی است که قابلیت‌های عملیاتی برای اثرگذاری به منابع احتیاج دارند، و قابلیت‌های پویا به منابع و قابلیت‌های عملیاتی محتاجند. ورنفلت^۳ (۱۹۸۴)، منابع را دارایی‌های مشهود یا نامشهودی می‌داند که به‌طور نیمه‌دائم به سازمان گره خورده‌اند. از دیدگاه قابلیت‌های پویا، سازمان مجموعه‌ای از قابلیت‌هاست که ضمن بهره‌گیری از منابع و در تعامل با آن‌ها عملکرد شرکت را رقم می‌زنند.

از جمله قابلیت‌های عملیاتی مهم، دو قابلیت بازارمحور و تکنولوژیک هستند. قابلیت‌های بازارمحور قابلیت‌هایی هستند که در راستای برآورده کردن نیازهای حال و آینده مشتریان عمل می‌کنند و شامل فرآیندهای قیمت‌گذاری، ترویج، توزیع، توسعه محصول/خدمت، ارتباطات، برنامه‌ریزی بازاریابی، و مدیریت اطلاعات بازار هستند (نیووی و زهرا^۴، ۲۰۰۹؛ دوتا، باراکی و برگن^۵، ۲۰۰۳). قابلیت‌های تکنولوژیک نیز قابلیت‌هایی هستند که به منابع، مهارت‌ها و دانش‌های فنی ارتباط پیدا می‌کنند؛ مانند دانش مهندسی و ساخت، فرآیندهای ساخت اثربخش، امکانات تولید، رویه‌های کنترل کیفیت و توسعه محصول جدید و مهارت پیش‌بینی تغییرات تکنولوژیک در بازار (دنیلز^۶، ۲۰۰۲؛ سونگ و شین^۷، ۲۰۰۸). در مقابل، قابلیت‌های پویا معمولاً با عناصری از قبیل توانایی تشخیص نیاز به تغییر، توانایی فرموله کردن یک پاسخ، و توانایی انجام اقدامات مناسب شناخته می‌شوند (هلفات و همکاران، ۲۰۰۷). به عبارت دیگر

^۱ Wu

^۲ Teece

^۳ Wernerfelt

^۴ Newey & Zahra

^۵ Dutta, Zbaracki, & Bergen

^۶ Danneels

^۷ Song & Shin

قابلیت‌های پویا عبارتند از توانایی یک شرکت برای حس کردن نیاز به تغییر، توانایی یادگرفتن این‌که چطور به فرصت‌ها و تهدیدها پاسخ داده شود، و توانایی انجام بازتنظیم (بازپیکره‌بندی) منابع و قابلیت‌های عملیاتی (تیس، پیسانو و شوئن^۱، ۱۹۹۷؛ تیس، ۲۰۰۷). قابلیت حس کردن مرتبط با تشخیص فرصت‌ها و تهدیدها، و پایش وضعیت فعلی قابلیت‌های شرکت است (بارتو^۲، ۲۰۱۰؛ تیس، ۲۰۰۷). بعد دوم قابلیت‌های پویا در ارتباط با فرموله کردن پاسخ است. فرموله کردن یک پاسخ از طریق شکل بخشیدن به فرصت‌ها یک کارکرد یادگیری است، چرا که شامل یادگرفتن نیازهای مشتریان، تکنولوژی‌ها و مدل‌های کسب‌وکار است تا برخورد مناسب با آن‌ها انجام پذیرد. یادگیری در بستر قابلیت‌های پویا به معنای خلق دانش، اکتساب دانش و به‌اشتراک‌گذاری دانش است (آیزنهارت و مارتین^۳، ۲۰۰۰؛ ورونا و راواسی^۴، ۲۰۰۳). بعد سوم قابلیت‌های پویا در ارتباط با بازپیکره‌بندی است. سازمان یک پیکره‌بندی معین از منابع و قابلیت‌هاست. هر نوع تغییر در این پیکره‌بندی، بازپیکره‌بندی نامیده می‌شود (بارتو، ۲۰۱۰؛ پاولو و الساوی، ۲۰۱۱). بازتنظیم شامل خلق داخلی قابلیت‌های جدید و یکپارچه کردن قابلیت‌های جدید ایجاد شده یا اکتساب شده است.

قابلیت‌های اعتمادساز

اعتماد یعنی پیش‌بینی‌ها و انتظارات از خوب بودن قصد و نیت یک همکار (روسو، سیتکین، برت و کمرر^۵، ۱۹۹۸). زهیر، مکاولی و پرون^۶ (۱۹۹۸)، اعتماد میان‌سازمانی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: انتظار این‌که بتوان بر یک سازمان دیگر در انجام تعهداتش، و انجام رفتارهای قابل پیش‌بینی تکیه کرد، و توقع داشت که سازمان مذکور، حتی اگر امکان فرصت‌طلبی برایش فراهم باشد، منصفانه رفتار کند. بسیاری از محققان در تشریح مفهوم اعتماد به دو بعد حسابگرانه و غیرحسابگرانه اعتماد اشاره کرده‌اند (مک‌ایولی، پرون و زهیر^۷، ۲۰۰۳). اعتماد حسابگرانه از اینجا ناشی می‌شود که منافع رفتار فرصت‌طلبانه از مضار ناشی از تحریم روابط فیما بین بیشتر نیست (رینگ و ون‌دن‌ون^۸، ۱۹۹۲). به این ترتیب پایبند ماندن به تعهدات متقابل جذاب‌تر از نقض پیمان است. در نقطه مقابل، اعتماد غیرحسابگرانه برخاسته از شناخت دو طرف از سائقه‌های یکدیگر است. به این ترتیب، هویت‌های مشترک، ارزش‌های یکسان، و اهداف همسو می‌تواند اعتماد غیرحسابگرانه در میان شرکت‌های همکار را برانگیزد (شاپیرو،

¹ Teece, Pisano, & Shuen

² Barreto

³ Eisenhardt, & Martin

⁴ Verona, & Ravasi

⁵ Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer

⁶ Zaheer, McEvily, & Perrone

⁷ McEvily, Perrone, & Zaheer

⁸ Ring, & Vand e Ven

شپارد و چراسکین^۱، ۱۹۹۲؛ کرامر^۲، ۱۹۹۴). در آغاز، عمده تحقیقاتی که در خصوص اعتماد در سازمان‌ها انجام می‌شدند ماهیتی میان‌فردی داشتند، اما به تدریج تعداد تحقیقاتی که بر نقش اعتماد میان‌سازمانی تأکید داشتند افزایش پیدا کرد. فرض اولیه این گروه از پژوهش‌ها این است که به غیر از اعتمادی که در بین تک‌تک اعضای دو سازمان شکل می‌گیرد، نوعی اعتماد جمعی (که بر همان اعتمادهای فردی استقرار یافته است) هم قابل تشخیص است (زهیر و همکاران، ۱۹۹۸).

پیش‌بینی و انتظار رفتار خوب معمولاً مبتنی بر عوامل چندی است. مثلاً سابقه همکاری پیشین می‌تواند اعتماد میان دو شرکت همکار را تقویت کند. با این حال در روابط میان‌سازمانی و به خصوص در همکاری‌هایی که بیشتر ماهیت پروژه‌ای دارند (مثل پروژه‌های مشاوره مدیریت)، اثبات شایستگی و نیت درستکارانه دشوار است، چراکه این قبیل همکاری‌ها معمولاً یکبار رخ می‌دهند و همراه با فشار و فوریت‌های زمانی هستند (نوردفیست، هومارک و زیکاویکتورسن^۳، ۲۰۰۴).

علیرغم آن‌که اعتماد کردن یا نکردن معمولاً از طرف خریداران (کارفرمایان، موکلان) ادراک می‌شود و سنجه‌های موجود در ادبیات اعتماد معمولاً اعتماد خریدار را اندازه‌گیری می‌کنند، اما این امکان وجود دارد که اعتماد را از منظر فروشندگان (پیمانکاران، مشاوران) هم بررسی کرد. در این دیدگاه فروشندگان مجهز به قابلیت‌هایی هستند که از طریق آن‌ها می‌توانند در خریدار ایجاد اعتماد کنند. زاگر^۴ (۱۹۸۶)، در مطالعه‌ای اکتشافی، سه شکل اعتمادسازی را برشمرد: اعتمادسازی نهادی، اعتمادسازی شخصیت‌محور، و اعتمادسازی فرآیندمحور. بلومفیست (۱۹۹۷) نیز از جمله نخستین محققانی بود که به ضرورت تحقیق در خصوص فرآیندها و مکانیسم‌های موجد اعتماد پرداخت. در پژوهش‌های بعدی، لندر، پرویس، مک‌کری و لی^۵ (۲۰۰۴) به بررسی مکانیسم‌های ایجاد اعتماد در میان ذینفعان گوناگون پروژه‌های سیستم‌های اطلاعاتی پرداخته‌اند. تعاملات اولیه، ارتباطات، تعیین هویت مشترک، تسهیم کنترل، توجه به دیگران، درستکاری، پیش‌بینی‌پذیری، تعهد، پتانسیل موفقیت، و تصمیمات مدیریتی مکانیسم‌هایی هستند که توسط ذینفعان مختلف به کار گرفته می‌شوند. برخی نیز به نقش پیشایندها و عوامل مؤثر بر خلق و تقویت اعتماد پرداخته‌اند؛ مثلاً گولاتی و سیچ^۶ (۲۰۰۸)، نشان دادند که تاریخ تعاملات میان دو شرکت بر شکل‌گیری و تقویت اعتماد میان آن‌ها مؤثر است؛ به‌علاوه شباهت‌های میان‌سازمانی این رابطه همبستگی را تعدیل می‌کند. مورر^۷ (۲۰۱۰)،

¹ Shapiro, Sheppard, & Cheraskin

² Kramer

³ Nordqvist, Hovmark, & Zika-Viktorsson

⁴ Zucker

⁵ Lander, Purvis, McCray, and Leigh

⁶ Gulati, & Sytch

⁷ Maurer

(۲۰۱۰)، نیز در پژوهش خود نشان داد که نحوه کارگزینی و پاداش‌دهی پروژه‌ها بر ایجاد اعتماد مؤثر است. وانسته و کرشمر^۱ (۲۰۱۴)، در تحقیقی نشان دادند که چهار مکانیسم بر میزان اعتماد تأثیر می‌گذارند: تصحیح سوگیری اولیه، تغییر در ارزش ارتباط، تعیین هویت، و گزینش اعتمادمحور. براساس این پژوهش، شدت نسبی این مکانیسم‌هاست که تعیین می‌کند اعتماد افزایش یا کاهش یابد یا ثابت باقی بماند. مایر، لوکویت، ملویت و دکر^۲ (۲۰۱۵)، به متاآنالیزی در زمینه مکانیسم‌های اعتمادسازی توسط مدیران در اتحادیه‌های استراتژیک دست زدند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که مکانیسم‌های فرآیندمحور، اهمیتی به مراتب بیشتر از مکانیسم‌های نهادی دارند.

رابطه میان قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های عملیاتی، و قابلیت‌های اعتمادساز

رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی در تحقیقات چندی بررسی شده است. مثلاً اسپدال (۲۰۰۵)، پاولو و الساوی (۲۰۱۱)، میاکه و ناکانو (۲۰۰۷)، چن، سان، هلمز و جیح^۳ (۲۰۰۸)، و نیوی و زهرا (۲۰۰۹) به این موضوع پرداخته‌اند. در پژوهش‌های جدیدتر نیز وجود این رابطه تأیید شده است (پروتگرو، کالوقیرو و لیوکاس^۴، ۲۰۱۱؛ الونن، جانتونن و کوئیوالینن^۵، ۲۰۱۱؛ مک‌اینرنی^۶، ۲۰۱۲؛ ویلهلم، شلومر و مورر^۷، ۲۰۱۵). این تحقیقات در صناعی از قبیل فناوری اطلاعات و ارتباطات، ساخت و تولید، نشر، هایتک، و تولیدی و مهندسی انجام شده‌اند. قلمروی مکانی این پژوهش‌ها نیز شامل کشورهای اسپانیا، آلمان، یونان، چین، و انگلستان است. با این همه تاکنون ارتباط میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی نه در صنعت مشاوره مدیریت و نه در کشور ایران بررسی نشده است. باتوجه به عناصر متشکله قابلیت‌های پویا، هرچه این قابلیت‌ها در شرکت‌های مشاوره مدیریت قوی‌تر باشند، شرکت قادر خواهد شد که دانش‌های جدید محیطی را بهتر جذب نماید، این دانش‌ها را بهتر در فرآیندها و روتین‌های سازمانی‌اش ادغام کند، و قابلیت‌های عملیاتی‌اش را متناسب با الزامات و اقتضات جدید محیطی‌اش نوسازی کند. شرکت‌های مشاوره مدیریت با پویایی‌های محیطی زیادی هم در صنعت مشاوره و هم در صنایع شرکت‌های موکلشان روبرویند. فلذا باید قادر باشند تا خود را با این تغییرات همسو و هم‌نوا سازند. بنابراین فرضیه نخست پژوهش به شرح ذیل صورت‌بندی می‌شود:

¹ Vanneste, & Kretschmer

² Meier, Lütkevitte, Mellewig, & Decker

³ Chen, Sun, Helms, & Jih

⁴ Protogerou, Caloghirou, & Lioukas

⁵ Ellonen, Jantunen, & Kuivalainen

⁶ MacInerney

⁷ Wilhelm, Schlömer, & Maurer

فرضیه ۱: میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی در شرکت‌های مشاوره مدیریت ایران ارتباط مثبت وجود دارد. به بیان دیگر وجود قابلیت‌های پویا قوی، قابلیت‌های عملیاتی را تقویت می‌کند.

تحقیقات پیشین نشان می‌دهند که اعتماد به دو طریق می‌تواند عملکرد اقتصادی شرکت‌ها را بهبود بخشد: کاهش هزینه‌های مبادله، و تسهیم اطلاعات (دایر و چو^۱، ۲۰۰۳). هزینه‌های مبادله شامل هزینه‌های جستجو و انعقاد قرارداد، و هزینه‌های نظارت و اعمال قانونی قراردادها می‌شوند (ویلیامسون^۲، ۱۹۸۵؛ نورث، ۱۹۹۰). منظور از هزینه‌های جستجو و انعقاد قرارداد، هزینه‌های پیدا کردن یک شریک تجاری مطلوب، و سپس مذاکره و نوشتن یک قرارداد با موافقت طرفین است. منظور از هزینه‌های نظارت و اعمال قانونی قراردادها هم هزینه‌های مرتبط بر نظارت بر قرارداد، و سپس انجام اقدامات لازم برای تضمین تعهد طرفین به تعهدات قراردادی‌شان است. محققانی مانند نورث (۱۹۹۰) و ویلیامسون (۱۹۸۵) نشان داده‌اند که میزان هزینه‌های مبادله بالاست و بر کارآیی اقتصادی تأثیر معناداری دارند. مثلاً نورث (۱۹۹۰) نشان داد که هزینه‌های مبادله، ۳۵ تا ۴۰ درصد از هزینه‌های فعالیت اقتصادی را شامل می‌شود. بنابراین شرکت‌هایی که هزینه‌های مبادله کم‌تری دارند می‌توانند از مزیت‌های ناشی از کارآیی در بازار برخوردار شوند. وجود اعتماد میان‌سازمانی بالا می‌تواند هزینه‌های مبادله در ارتباط میان مشاور و موکل را به شدت کاهش دهد. در صورتی که موکل و مشاور پیش از انعقاد قرارداد یکدیگر را بشناسند و به هم اعتماد داشته باشند، هزینه‌های دو طرف برای جستجو کاهش خواهد یافت یا به کلی حذف خواهد شد. اعتماد میان‌سازمانی باعث خواهد شد که شرکت موکل ضرورت نظارت مستمر بر شرکت مشاور را کم‌تر حس کند و مشاور نیز الزام کم‌تری به ارائه گزارشات پیشرفت یا پاسخ‌دهی به بازخواست‌های موکل خواهد داشت. هزینه‌های مرتبط با انعقاد قرارداد و پیگیری مسائل مالی (به‌خصوص وصول حق‌الزحمه خدمات) نیز در این شرایط کاهش خواهد یافت. هزینه‌های کاهش یافته به شرکت‌های موکل کمک خواهد کرد که بتوانند منابع بیشتری صرف تغییر قابلیت‌های عملیاتی خود کنند. از طرفی، وجود سطح بالاتر اعتماد میان شرکت‌های مشاور و موکل، امکان تسهیم اطلاعات و دانش میان آن‌ها را فراهم خواهد آورد. بسیاری از شرکت‌های موکلی که به مشاورین اعتماد دارند، به آن‌ها اجازه دسترسی به منابع دانشی خود را می‌دهند. حتی منابع انسانی و دانشگران خود را در مدت زمان انجام پروژه با شرکت‌های مشاور به اشتراک می‌گذارند. مثلاً هلپر^۳ (۱۹۹۱) گزارش می‌دهد که سطوح بالای بالای اعتماد می‌تواند به همکاری مشترک میان شرکت‌ها برای حل مسائل بیانجامد. بنابراین شرکت‌های مشاوره این امکان را خواهند یافت تا قابلیت‌های عملیاتی خود را از محل منابع

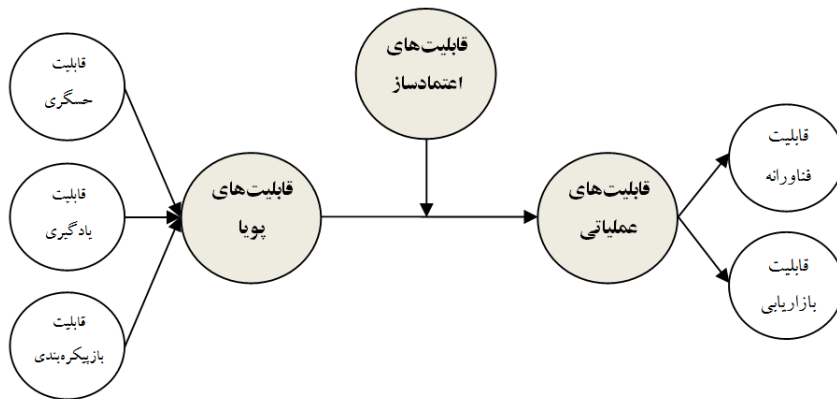
^۱ Dyer, & Chu

^۲ Williamson

^۳ Helper

شرکت‌های موکل تقویت کنند. عامل تغییر قابلیت‌های عملیاتی هم که قابلیت‌های پویا هستند؛ پس می‌توان نتیجه گرفت که قابلیت‌های اعتمادساز احتمالاً رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی را تعدیل می‌کنند. بنابراین فرضیه دوم پژوهش به شرح ذیل صورت‌بندی می‌شود:

فرضیه ۲: قابلیت‌های اعتمادساز، رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی را تعدیل می‌کنند. به بیان دیگر وجود قابلیت‌های اعتمادساز، بر شدت رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی تأثیر می‌گذارند.



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

جامعه آماری در تحقیق حاضر شامل مدیران شرکت‌های مشاوره مدیریت در ایران است. با در نظر گرفتن حجم جامعه آماری شامل ۳۴۰ شرکت عضو انجمن مشاوران مدیریت ایران، اندازه نمونه براساس فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود انتخاب شد که نتیجه آن مؤید لزوم نمونه‌گیری تعداد ۱۳۶ شرکت شد. با توجه به چارچوب مفهومی پژوهش، پرسشنامه‌ای تهیه شد. برای بررسی روایی صوری و محتوایی تلاش شد تا محتوای سئوالات براساس ادبیات موضوع تقویت شود، به‌علاوه، پرسشنامه طراحی شده در اختیار تعدادی از اساتید مدیریت قرار گرفت و براساس دیدگاه‌های آنان، سئوالات اصلاح گردید. در خصوص اندازه نمونه، پرسشنامه نهایی به تعداد ۱۵۰ شرکت مشاوره مدیریت ایران ارسال گردید و نهایتاً تعداد ۹۷ پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری گردید. مقیاس مورد استفاده در این تحقیق طیف لیکرت پنج‌گانه بود. این پرسشنامه مشتمل بر تعداد ۲۳ سؤال بود. ۱۵ سؤال نخست، سازه قابلیت‌های پویای شرکتی را می‌سنجیدند. به این منظور از پرسشنامه استاندارد لی و لیو (۲۰۱۴) استفاده گردید. از این ۱۵ سؤال، ۶ پرسش ظرفیت حسگری، ۴ پرسش ظرفیت یادگیری، و ۵ پرسش ظرفیت بازیگره‌بندی را اندازه‌گیری می‌کردند. در بخش دوم پرسشنامه، ۲ پرسش سازه قابلیت‌های

اعتمادساز را مورد اندازه‌گیری قرار دادند. به این منظور از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. در بخش سوم پرسشنامه قابلیت‌های عملیاتی با استفاده از ۶ پرسش مورد سنجش قرار گرفتند. ۳ پرسش نخست قابلیت‌های بازاریابی و ۳ پرسش دوم قابلیت‌های فناوریانه شرکتی را می‌سنجیدند. برای سنجش قابلیت‌های عملیاتی از پرسشنامه استاندارد پروتگرو و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شد. برازش مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری تحقیق نیز بررسی شد که در بخش یافته‌های پژوهش تشریح شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف جمعیت‌شناختی

همه افراد پاسخگو به پرسشنامه، مدیران عامل یا مدیران ارشد شرکت‌های مشاوره مدیریت کشور ایران بودند که به عنوان نماینده شرکت خود، پرسشنامه تحقیق را تکمیل کرده بودند. براساس نتایج، از ۹۷ پاسخگو به پرسشنامه، ۱۹ درصد زن و ۸۱ درصد مرد بودند. ۵۶ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۳۴ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد، و ۱۰ درصد دارای مدرک دکترا بودند. ۱ درصد دارای سن کم‌تر از ۲۵ سال، ۴۶ درصد بین ۲۵ تا ۳۵ سال، ۲۵ درصد بین ۳۵ تا ۴۵ سال، ۲۳ درصد بین ۴۵ تا ۵۵ سال، و ۵ درصد بین ۵۵ تا ۶۵ سال سن داشتند. از لحاظ سابقه کار نیز، ۱۰ درصد از پاسخ‌دهندگان کم‌تر از ۵ سال، ۴۴ درصد بین ۵ تا ۱۵ سال، ۳۳ درصد بین ۱۵ تا ۲۵ سال، و ۱۳ درصد بیشتر از ۲۵ سال سابقه کار داشتند.

برازش مدل اندازه‌گیری و ساختاری

در پژوهش حاضر، برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق و آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزارهای اسمارت‌پی‌ال‌اس^۱ و اسپ‌اس‌اس^۲ استفاده شد. جهت برازش مدل اندازه‌گیری، از معیارهای پایایی، روایی همگرا، و روایی واگرا استفاده شد. برای تعیین پایایی، از معیارهای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، جهت سنجش روایی همگرا از معیار AVE، و به منظور سنجش روایی واگرا از روش فورنل و لارکر بهره گرفته شد. برای برازش مدل ساختاری نیز معیار R^2 مورد استفاده قرار گرفت (مطابق با جدول ۱).

^۱ SmartPLS 3

^۲ SPSS 19

جدول ۱. معیارهای برازش و اطلاعات مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری

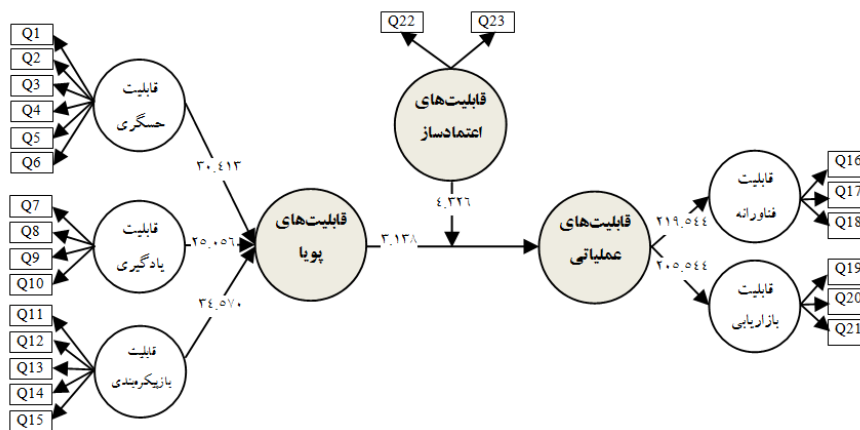
ردیف	متغیر	مفهوم	گویه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	R ²	بار عاملی گویه‌ها	مقادیر t گویه‌ها
۱	DCs	قابلیت‌های پویا		۰,۹۶۹	۰,۹۷۲	۰,۶۹۶	۱	-	-
۲	Sens	قابلیت حسی	Q1	۰,۹۳۲	۰,۹۴۷	۰,۷۴۹	-	۰,۹۱۸	۵۸,۳۵۳
			Q2					۰,۸۵۰	۳۰,۳۷۴
			Q3					۰,۸۸۷	۴۰,۸۲۳
			Q4					۰,۹۰۸	۴۷,۳۵۶
			Q5					۰,۷۸۸	۱۴,۴۵۰
			Q6					۰,۸۳۵	۲۹,۹۶۹
۳	Lear	قابلیت یادگیری	Q7	۰,۹۱۵	۰,۹۴۰	۰,۷۹۸	-	۰,۹۱۲	۷۲,۵۹۱
			Q8					۰,۸۴۹	۲۷,۰۰۳
			Q9					۰,۹۰۳	۴۱,۴۵۲
			Q10					۰,۹۰۷	۵۸,۰۷۳
۴	Recon	قابلیت بازپیکره‌بندی	Q11	۰,۹۳۸	۰,۹۵۲	۰,۸۰۰	-	۰,۹۱۲	۵۳,۴۰۶
			Q12					۰,۸۸۲	۳۵,۶۶۰
			Q13					۰,۸۷۷	۳۳,۶۲۹
			Q14					۰,۹۰۹	۶۰,۳۹۳
			Q15					۰,۸۹۲	۳۷,۸۶۳
۵	OCs	قابلیت‌های عملیاتی		۰,۹۷۶	۰,۹۷۶	۰,۸۷۲	۰,۶۸۱	-	
۶	Mark	قابلیت بازاریابی	Q16	۰,۹۴۵	۰,۹۶۵	۰,۹۰۲	۰,۹۶۷	۰,۹۶۳	۱۴۲,۹۱۳
			Q17					۰,۹۴۴	۱۰۶,۷۷۴
			Q18					۰,۹۴۲	۱۱۱,۲۳۴
۷	Tech	قابلیت فناوریانه	Q19	۰,۹۴۷	۰,۹۶۶	۰,۹۰۳	۰,۹۶۷	۰,۹۴۵	۱۲۹,۲۰۲
			Q20					۰,۹۵۱	۱۲۴,۹۱۵
			Q21					۰,۹۵۵	۱۴۷,۱۴۹
۸	TCs	قابلیت‌های اعتمادساز	Q22	۰,۹۶۶	۰,۹۸۳	۰,۹۶۷	-	۰,۹۸۴	۲۵۱,۰۸۱
			Q23					۰,۹۸۳	۳۳۹,۱۶۹

براساس اطلاعات جدول ۱، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان در سطح مطلوبی (بالتر از ۰,۷) قرار دارد. روایی همگرا با استفاده از شاخص AVE بررسی می‌شود که برای همه متغیرها در سطح مناسب (بالتر از ۰,۵) است. این شاخص به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سئوالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. معیار R² معیار دیگری است که در مورد متغیرهای درونزای مدل به کار می‌رود. مشاهده می‌شود که اعداد مربوط به این معیار در مقایسه با اعداد معیار، برای همه متغیرها بالاتر یا تقریباً برابر با ۰,۳۳ (برازش متوسط) و ۰,۶۷

برازش قوی) است. نتایج استفاده از روش فورنل و لارکر برای سنجش روایی واگرا نیز نشان دادند که مقدار جذر AVE متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است که این امر نیز روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. درخصوص سازه قابلیت‌های پویا ضرورت داشت که شاخص VIF برای ابعاد آن ارزشی کم‌تر از ۱۰ داشته باشد که این شرط نیز محقق گردید.

آزمون فرضیه‌ها

شکل ۲، خروجی مدل تحقیق از نظر مقادیر t را نشان می‌دهد (مقادیر مربوط به گویه‌ها در جدول ۱ ارائه شده‌اند). باتوجه به این‌که همه ضرایب معناداری در مدل تحقیق بالاتر از ۱,۹۶ هستند، این امر معنادار بودن همه روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۰,۹۵ نشان می‌دهد؛ به عبارت دیگر، مسیرهای قابلیت‌های پویا به قابلیت‌های عملیاتی، و نقش قابلیت‌های اعتمادساز در تعدیل این رابطه برقرار هستند و رابطه‌ها معنادارند. فلذا دو فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

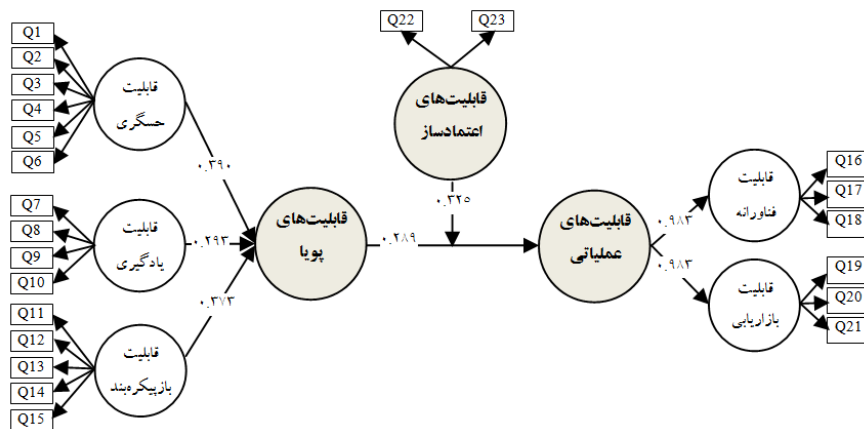


شکل ۲. مدل تحقیق همراه با مقادیر t

پس از بررسی معنادار بودن روابط، ضرورت دارد که شدت این تأثیرات را نیز بررسی کنیم. شکل ۳ خروجی مدل از نظر ضرایب مسیر را نشان می‌دهد (بارهای عاملی مربوط به گویه‌ها در جدول ۱ ارائه شده‌اند). ضریب مسیر میان متغیرهای قابلیت‌های پویا و عملیاتی (۰,۲۸) بیانگر آن است که متغیر قابلیت‌های پویا، حدود ۲۹ درصد از تغییرات متغیر قابلیت‌های عملیاتی را

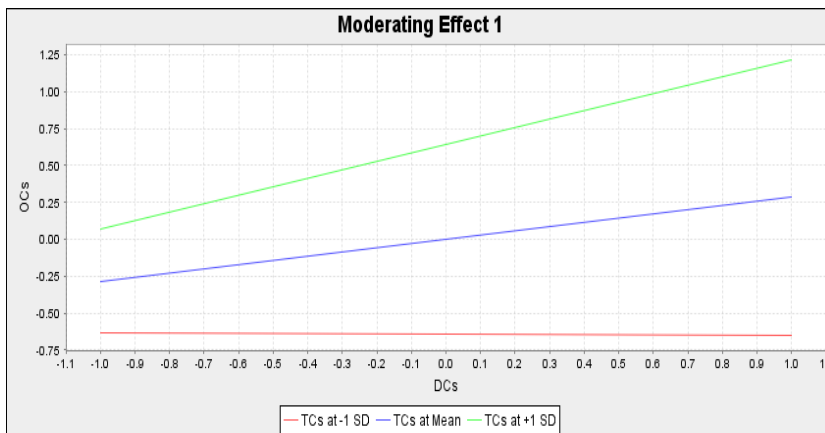
مطالعه نقش قابلیت‌های اعتمادساز در پویاسازی کسب‌وکار شرکت‌های مشاوره مدیریت... ۴۵

تبیین می‌کند. به‌علاوه، ملاحظه می‌شود که شدت تأثیر متغیر قابلیت‌های اعتمادساز در تعدیل رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی به میزان ۰,۳۲ تأیید می‌شود.



شکل ۳. نتایج آزمون ضرایب مسیر

در شکل ۴، تحلیل شیب برای متغیر تعدیل‌کننده ارائه شده است. مطابق با شکل، با افزایش مقدار متغیر تعدیل‌کننده (قابلیت اعتمادساز)، شدت رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی افزایش پیدا می‌کند.



شکل ۴. تحلیل شیب متغیر تعدیل‌کننده

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در پژوهش حاضر تلاش شد تا رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی و تأثیری که قابلیت‌های اعتمادساز در تشدید یا تضعیف این رابطه دارند بررسی شود. نتایج پژوهش فرضیات تحقیق را تأیید کرد؛ به این معنا که هم وجود رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی و هم نقش تعدیل‌کننده قابلیت‌های اعتمادساز مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین قابلیت‌های اعتمادساز از طریق تعدیل اثر قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های عملیاتی می‌توانند نقش مؤثری در پویاسازی کسب‌وکار شرکت‌های مشاوره مدیریت ایران بازی کنند.

نتایج تحقیق حاضر با پژوهش‌های محققانی مانند چن و همکاران (۲۰۰۸)، پاولو و الساوی (۲۰۱۱)، و ویلهلم و همکاران (۲۰۱۵)، از حیث وجود رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی تناسب دارد. این محققان وجود رابطه میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی را مورد تأیید قرار داده بودند. تحقیق حاضر نیز وجود رابطه مثبت معنی‌دار میان این دو متغیر را تأیید کرد. نوآوری پژوهش حاضر در این است که برای نخستین بار رابطه میان قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های عملیاتی را در صنعت مشاوره و در کشور ایران بررسی کرده است. همان‌طور که در بخش پیشینه پژوهش اشاره کردیم، عمده تحقیقاتی که در زمینه تأثیر قابلیت‌های پویا بر سایر قابلیت‌های سازمانی انجام شده‌اند در صنایع محدودی مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات (سپدا و ورا، ۲۰۰۷)، نشر (الونن و همکاران، ۲۰۱۱)، و تولیدی و مهندسی (ویلهم و همکاران، ۲۰۱۵) انجام شده‌اند. باتوجه به ویژگی‌های خاص صنعت مشاوره مدیریت مانند مضاعف بودن دینامیسم آن، به نظر می‌رسد انجام تحقیقات از منظر قابلیت‌های پویا در این صنعت ضروری باشد. شرکت‌های فعال در صنعت مشاوره مدیریت با دو نوع دینامیسم روبرویند. نخست دینامیسم درون صنعت که ناشی از تغییرات در ترجیحات مشتریان، شدت رقابت و تغییرات تکنولوژیک در خود صنعت مشاوره است، و دوم دینامیسم مربوط به صنایع موکلان که ناشی از تغییرات در ترجیحات مشتریان، شدت رقابت و تغییرات تکنولوژیک در شرکت‌های موکل است (سیدکلالی، ۲۰۱۶). بنابراین این شرکت‌ها پیوسته در معرض دینامیسم‌هایی هستند که مجهز شدن آن‌ها به قابلیت‌های برتر را ضروری می‌سازد.

یافته‌های پژوهش حاضر از حیث شناسایی نقش تعدیل‌کننده قابلیت‌های اعتمادساز در ارتباط میان قابلیت‌های پویا و عملیاتی نیز از نوآوری برخوردار است. تحقیق حاضر نشان می‌دهد که پویاسازی کسب‌وکار مشاوره مدیریت می‌تواند از طریق قابلیت‌های پویا و قابلیت‌های اعتمادساز محقق شود. در این میان قابلیت‌های اعتمادساز می‌تواند شدت تأثیر قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های عملیاتی را تغییر دهد.

قابلیت‌های اعتمادساز مجموعه‌ای از مهارت‌ها و فعالیت‌های مدیران و کارشناسان شرکت‌های مشاوره مدیریت هستند که به آن‌ها امکان برقراری پیوندهای محکم میان‌سازمانی

را می‌دهند. در پژوهش سیدکلالی (۲۰۱۶)، مدیران عامل و تعدادی از اعضای هیات مدیره شرکت‌های مشاوره مدیریت برتر ایران مورد مصاحبه قرار گرفتند. مصاحبه با مدیران این شرکت‌ها نشان داد که این پیوندها ماهیتی سیاسی-مذهبی دارند و به آسانی قابل ایجاد یا گسست نیستند. براساس این تحقیق روابط فامیلی، دوستانه و وابستگی‌ها یا علائق یکسان سیاسی-مذهبی میان مدیران شرکت‌های مشاور و موکل باعث می‌شود تا شرکت‌های مشاوره مدیریت قادر شوند در هزینه‌های خود صرفه‌جویی‌های معنی‌داری نمایند. شرکت‌های مشاوره که توان ایجاد اعتماد در موکلانشان در سطح بالاتری را داشتند، قادر می‌شدند به تدریج پیوندهای محکم‌تر و روابط نزدیک‌تری با آن‌ها برقرار نمایند. مدیران شرکت‌های مشاوره موفق تلاش می‌کردند تا خود را بیشتر با هنجارها و ارزش‌های مدیران شرکت‌های موکل سازگار کنند و روابط دوستانه‌تری با آن‌ها ایجاد کنند. تغییرات محیطی ایجاب می‌کرد که شرکت‌های مشاور قابلیت‌های عملیاتی خود را همسو با این تحولات بازآرایی و بازسازی کنند، اما توانایی شرکت‌های مشاور در تقبل هزینه این فعالیت‌ها متفاوت بود. در این میان قابلیت‌های اعتمادساز می‌توانستند نقش ارزشمندی ایفا کنند. شرکت‌هایی که از سطح بالاتری از قابلیت‌های اعتمادساز برخوردار بودند، به دلیل کاهش یافتن هزینه‌های مبادله (امکان برخورداری از اطلاعات و دانش تسهیم‌شده توسط شرکت‌های موکل با آن‌ها، کاهش هزینه‌های جستجو و انعقاد قرارداد و غیره) قادر می‌شدند در هزینه‌های خود صرفه‌جویی کنند و منابع خود را صرف بهبود قابلیت‌های عملیاتی خود سازند. درحالی‌که شرکت‌های مشاوره که قابلیت‌های اعتمادساز ضعیف‌تری داشتند مجبور بودند منابع خود را صرف جستجو یا تحقیق و توسعه کنند (سیدکلالی، ۲۰۱۶). یافته‌های تحقیق حاضر مؤید نقش تعدیل‌کننده قابلیت‌های اعتمادساز از طریق پیمایش و در قالب پژوهشی کمی است. بنابراین به همان نسبتی که قابلیت‌های اعتمادساز در یک شرکت مشاوره مدیریت قوی‌تری باشند، شدت اثربخشی قابلیت‌های پویا بر قابلیت‌های عملیاتی شرکتی افزایش می‌یابد.

یافته‌های پژوهش حاضر دربردارنده پیشنهادات عملی به مدیران شرکت‌های مشاوره مدیریت است. شرکت‌های مشاوره‌ای که می‌خواهند در بلندمدت از عملکرد پایدار و مناسبی در صحنه رقابت برخوردار باشند، باید خود را هم به قابلیت‌های پویا و هم به قابلیت‌های اعتمادساز مجهز کنند. صرف داشتن قابلیت‌های اعتمادساز کافی نیست و شرکت‌هایی که تمایل به بقا و موفقیت در بلندمدت را دارند باید از قابلیت‌های پویا نیز برخوردار باشند. صرف داشتن قابلیت‌های پویا هم اگر با قابلیت‌های اعتمادساز همراه نشود چندان کارساز نخواهد بود زیرا شدت تأثیر آن‌ها کاهش خواهد یافت؛ یعنی بالا بودن توان اعتمادسازی شرکت امکان بهره‌برداری بیشتر و بهتر از قابلیت‌های شرکتی را میسر می‌سازد.

زمینه‌های متعددی برای انجام پژوهش‌های مرتبط با تحقیق حاضر فراهم است. محققان آتی می‌توانند به تحقیق در خصوص انواع قابلیت‌های سازمانی در شرکت‌های مشاوره مدیریت بپردازند. نقش قابلیت‌های اعتمادساز و مکانیسم‌های اثرگذاری آن در روابط میان‌سازمانی نیز می‌تواند موضوع پژوهش‌های کیفی آینده قرار گیرد.

منابع و مآخذ

- Ambrosini, V., & Bowman, C. (2009). What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management? *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 29–49.
- Barney, J. B., & Hansen, M. H. (1994). Trustworthiness as a source of competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 15, 175–191.
- Barreto, I. (2010). Dynamic capabilities: a review of past research and an agenda for the future. *Journal of Management*, 36, 256–280.
- Blomqvist, K. (1997). The many faces of trust. *Scandinavian Journal of Management*, 13, 271–286.
- Blomqvist, K. (2002). *Partnering in the Dynamic Environment: The Role of Trust in Asymmetric Technology Partnership Formation*, doctoral thesis, Acta Universitatis Lappeenrantaensis.
- Casson, M. (1990). *Enterprise and Competitiveness: A Systems View of International Business*. Clarendon Press, Oxford, U.K.
- Chen, R., Sun, C., Helms, M. M., & Jih, W. (2008). Aligning information technology and business strategy with a dynamic capabilities perspective: A longitudinal study of a Taiwanese semiconductor company. *International Journal of Information Management*, 28(5), 366–378.
- Creed, W. E. D., & Miles, R. E. (1996). Trust in organisations: A conceptual framework linking organisational forms, managerial philosophies, and the opportunity costs of controls. In R. M. Kramer, & T. R. Tyler (Eds.), *Trust in organisations: Frontiers of theory and research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Danneels, E. (2002). The dynamics of product innovation and firm competences. *Strategic Management Journal*, 23, 1095–1121.
- Dutta, S., Zbaracki, M. J., & Bergen, M. (2003). Pricing Process as a Capability: A Resource-Based Perspective. *Strategic Management Journal*, 24 (7), 615–30.
- Dyer, J. H., W. Chu. (2003). The role of trustworthiness in reducing transaction costs and improving performance: Empirical evidence from the United States, Japan, and Korea. *Organization Science*. 14(1). 57-68.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105–1121.
- Ellonen, H.-K., Jantunen, A., & Kuivalainen, O. (2011). The Role of Dynamic Capabilities in Developing Innovation-Related Capabilities. *International Journal of Innovation Management*, 15(03), 459–478.
- Eriksson, T. (2014). Processes, antecedents and outcomes of dynamic capabilities. *Scandinavian Journal of Management*, 30(1), 65–82.
- Espedal, B. (2005). Management development: Using internal or external resources in developing core competence. *Human Resource Development Review*, 4(2), 136–158.
- Fukuyama, Francis. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. The Free Press, New York.
- Gulati, R., & Sytch, M. (2008). The dynamics of trust [Review of Handbook of trust research]. *Academy of Management Review*, 33: 276–278.

- Helfat, C.E., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D. and Winter, S. (2007). *Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organizations*. London: Blackwell.
- Helper, S. (1991). How much has really changed between U.S. automakers and their suppliers. *Sloan Management Review*. (Summer) 15-28.
- Kramer, R. M. (1994). The sinister attribution error: Paranoid cognition and collective distrust in organizations. *Motivation and Emotion*, 18, 199–230.
- Lander, M. C., Purvis, R. L., McCray, G. E. and Leigh W. (2004). ‘Trust-building mechanisms utilized in outsourced IS development projects: a case study’. *Information & Management*, 41, 509–28.
- MacInerney-May, K. (2011). *The Value of Dynamic Capabilities for Strategic Management*. Doctoral dissertation, University of Koln.
- Maurer, I., (2010). How to build trust in inter-organizational projects: the impact of project staffing and project rewards on the formation of trust, knowledge acquisition and product innovation. *International Journal of Project Management*, 28, 629–637.
- McEvily, B., Perrone, V., Zaheer, A., (2003). Trust as an organizing principle. *Organization Science*. 14 (1), 91–103.
- Meier, M., Lütkewite, M., Mellewigt, T., Decker, C. (2015). How managers can build trust in strategic alliances: a meta-analysis on the central trust-building mechanisms. *Journal of Business Economics*. 1-29.
- Miyake, D. I., & Nakano, D. (2007). Implementation of corporate production systems in the Brazilian auto industry: Managing knowledge through practice. *International Journal of Automotive Technology and Management*, 7(2/3), 153—167.
- Newey, L. R., & Zahra, S. A. (2009). The evolving firm: How dynamic and operating capabilities interact to enable entrepreneurship. *British Journal of Management*, 20(1), 81—100.
- Nordqvist, S., Hovmark, S., Zika-Viktorsson, A., (2004). Perceived time pressure and social processes in project teams. *International Journal of Project Management*. 22 (6), 463–468.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press, Cambridge, U.K.
- Pavlou, P. A. & El Sawy, O. A. (2011). Understanding the elusive black box of dynamic capabilities, *Decision Sciences*, 42, 239–273.
- Protogerou, A., Caloghirou, Y., & Lioukas, S. (2011). ‘Dynamic capabilities and their indirect impact on firm performance’, *Industrial and Corporate Change*, 21, 615–647.
- Ring, P. S., Vand e Ven, A. H. (1992). Structuring cooperative relationships between organizations. *Strategic Management Journal*. 18. 483- 498.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393– 404.
- Sako, M. (1994). Supplier relationship and innovation. In M. Dodgson, & R. Rothwell (Eds.), *the handbook of industrial innovation* (pp. 242–268). Aldershot’ Edward Elgar Publishing.

- Seyed Kalali, N. (2016). *Developing a Model of Competitive Advantage in Knowledge Intensive Business Services Based on Dynamic Capability Theory: A Study on Management Consulting Industry*. PhD. dissertation, University of Tehran.
- Shapiro, D., Sheppard, B. H., & Cheraskin, L. (1992). Business on a handshake. *The Negotiation Journal*, 8, 365–378.
- Song, J., & Shin, J. (2008). The paradox of technological capabilities: A study of knowledge sourcing from host countries of overseas R&D operations. *Journal of International Business Studies*, 39: 291-303.
- Teece, D. J. (2007). Explicating Dynamic Capabilities: the Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Vanneste, B., Kretschmer, T. (2014). Trust Over Time in Exchange Relationships: Meta-Analysis and Theory, *Strategic Management Journal*, 35 (12), 1891–1902.
- Verona, G., & Ravasi, D. (2003). Unbundling dynamic capabilities: an exploratory study of continuous product innovation. *Industrial & Corporate Change*, 12(3), 577–606.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180.
- Wilhelm, H., Schlömer, M., & Maurer, I. (2015). How Dynamic Capabilities Affect the Effectiveness and Efficiency of Operating Routines under High and Low Levels of Environmental Dynamism. *British Journal of Management*, 26(2), 327–345.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press, New York.
- Winter, S. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24, 991–995.
- Wu, L. (2007). Entrepreneurial resources, dynamic capabilities and start-up performance of Taiwan's high-tech firms. *Journal of Business Research*, 60(5), 549–555.
- Zaheer, A., McEvily, B., Perrone, V. (1998). Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization Science*. 9(2) 141-159.
- Zucker, L. G. (1986). Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840-1920. In B. M. Staw and L.