

Journal of Strategic Management Studies

Homepage: <https://www.smsjournal.ir/?lang=en>



Original Research Article

doi 10.22034/smsj.2024.453275.2013



Systematic analysis and interpretation of strategic renewal

Ata Ollah Harandi *, Assistant Professor, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran
Hanieh HabibBeygi, PhD student, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Article History

Received: 21 April 2024

Revised: 2 September 2024

Accepted: 28 December 2024

Keywords

Strategic renewal,
Systematic review,
Bibliometric analysis,
Organizational change,
Competitive strategy

Corresponding Author Email:

harandi@ut.ac.ir

ABSTRACT

Strategic renewal refers to the transformational processes through which organizations fundamentally reconfigure their strategies, structures, and operations to maintain competitiveness and relevance in a changing environment. The research delves into the extensive theoretical foundations of strategic renewal, aiming to trace its evolution, understand its core components, and synthesize key findings that have shaped the domain. Organizations, whether large multinational corporations or small enterprises, often find themselves in scenarios where traditional strategies and business models become obsolete overnight. The ability to engage in strategic renewal allows organizations to pivot and adapt, seize emerging opportunities, and mitigate risks associated with technological disruptions and competitive pressures. This study recognizes strategic renewal not merely as a reactive measure but as a proactive approach to organizational growth and sustainability. It integrates diverse theoretical streams through a bibliometric approach, complemented by a systematic literature review. By doing so, it identifies influential studies, their predominant themes, and the gaps in the current understanding of strategic renewal. This approach not only consolidates existing knowledge but also highlights the transformation of this concept over the past four decades. Additionally, the research provides a structured framework for evaluating the impact of strategic renewal on organizational performance and the mechanisms through which it influences competitive advantage. By combining bibliometric analysis with a systematic review, the study examines the coherence and generalizability of findings from existing research in a comprehensive manner, mapping co-occurrences in the literature to delineate the field's structure. The findings identify six primary themes within the theoretical foundations of strategic renewal: 1) antecedents, 2) initiation, 3) rationale, 4) structure, 5) process, and 6) outcomes. The study explores these dimensions, elucidates their interconnections, and presents a conceptual framework for understanding strategic renewal. Ultimately, the research bridges fragmented research areas and offers a holistic perspective on how strategic renewal drives organizational resilience and competitive success.

How to cite this article:

Harandi A.O., & HabibBeygi, H. (2025). Systematic analysis and interpretation of strategic renewal, *Journal of Strategic Management Studies*, 62(16), 1-24. (In Persian with English abstract). <https://doi.org/10.22034/smsj.2024.453275.2013>



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.



EXTENDED ABSTRACT

Introduction: In an era marked by rapid technological advancements and shifting market dynamics, the concept of strategic renewal has emerged as a pivotal area of study within the field of business management. Strategic renewal refers to the transformative processes through which organizations fundamentally reconfigure their strategies, structures, and operations to maintain competitiveness and relevance in a changing environment. This research delves into the extensive body of literature surrounding strategic renewal, aiming to map its evolution, understand its core components, and synthesize key findings that have shaped the domain. The importance of strategic renewal is underscored by the increasing volatility and uncertainty in global markets. Organizations, whether large multinationals or small enterprises, find themselves in situations where traditional strategies and business models become obsolete overnight. The ability to engage in strategic renewal allows organizations to pivot and adapt, harnessing new opportunities and mitigating risks associated with technological disruption and competitive pressures. This study is prompted by the growing recognition of strategic renewal as not just a reactionary measure but a proactive approach to organizational growth and sustainability.

Strategic renewal has been extensively studied since the early 1980s, with scholars like Burgelman (1983) and Tushman and O'Reilly (1996) pioneering the initial frameworks that discussed how organizations could alter their strategic paths to better align with their external environments. The academic interest in strategic renewal has grown significantly, leading to diverse perspectives on how it can be initiated and sustained. These studies have explored various facets of strategic renewal, including its antecedents, processes, and outcomes. However, despite the rich array of research, the literature remains fragmented, with different studies offering varying definitions, theoretical approaches, and empirical findings. This research aims to integrate these disparate strands of literature using a bibliometric approach complemented by a systematic literature review. By doing so, we seek to identify the most influential studies, the predominant themes they explore, and the gaps that might exist in the current understanding of strategic renewal. This approach not only helps in consolidating the existing knowledge but also in highlighting the evolution of the concept over the past four decades. Additionally, it provides a structured way to assess the impact of strategic renewal on organizational performance and the mechanisms through which it affects competitive advantage. This introduction sets the stage for a comprehensive review of the strategic renewal literature. It outlines the significance of strategic renewal in contemporary business practice and establishes the methodological foundation for the subsequent analysis. As we proceed, we will explore the key dimensions of strategic renewal, examining the antecedents that trigger the need for renewal, the processes through which it is implemented, and the outcomes it aims to achieve. Through this exploration, the study aims to offer both theoretical insights and practical guidance for organizations seeking to navigate the complexities of strategic change in an increasingly unpredictable business landscape.

Methodology: Our methodology integrates a systematic literature review with a bibliometric analysis to offer a comprehensive overview of the strategic renewal field. We scrutinize scholarly articles to assess their thematic focus, research methods, and theoretical underpinnings, establishing a coherent narrative that links scattered research efforts.

Results and Discussion: The findings reveal six core themes central to strategic renewal: antecedents, initiation, rationale, structure, process, and outcomes. Each theme encapsulates significant insights into how strategic renewal is initiated and sustained, highlighting the importance of both internal capabilities and external pressures in shaping strategic trajectories.

1. **Antecedents:** Examining the precursors that necessitate or facilitate strategic renewal, including technological disruptions, market dynamics, and organizational inertia.
2. **Initiation:** Discussing the triggers and initial steps organizations undertake when embarking on strategic renewal.
3. **Rationale:** Analysing the strategic reasoning behind renewal efforts, including competitive positioning and resource re-alignment.
4. **Structure:** Exploring changes in organizational structures that support or result from strategic renewal.



5. **Process:** Delving into the methodologies and practices that guide the implementation of strategic renewal initiatives.
6. **Outcomes:** Assessing the impacts and long-term effects of strategic renewal on organizational performance and competitive advantage.

Research Limitations/Implications: While this review constructs a detailed conceptual framework of strategic renewal, it acknowledges the complexity of integrating diverse research streams. The need for empirical research to test the proposed relationships and constructs is evident.

Conclusion: This research embarked on an extensive exploration of the strategic renewal literature, employing a bibliometric analysis and a systematic literature review to illuminate the contours and dynamics of this vital field. Throughout this study, the interconnections among various themes of strategic renewal have been highlighted, and a framework synthesizing these themes into a coherent narrative has been proposed. The findings reveal that strategic renewal is not just a response mechanism to external shocks but a proactive strategic orientation that organizations adopt to ensure long-term survival and competitive advantage. Our analysis identified six principal themes that encapsulate the essence of strategic renewal: antecedents, initiation, rationale, structure, process, and outcomes. These themes collectively describe the comprehensive nature of strategic renewal, emphasizing the complexity and multi-dimensional aspects of managing change within an organization. Antecedents such as technological disruptions, competitive pressures, and internal organizational dynamics set the stage for strategic renewal initiatives. The initiation of these efforts is often triggered by a realization of misalignment between an organization's strategy and its external environment or by a visionary leadership aiming to preemptively reshape the organization's trajectory. The rationale behind strategic renewal efforts was found to be rooted in the desire to enhance organizational capabilities and realign business practices with market and technological trends. This study highlighted the critical role of adaptive structures that facilitate the implementation of renewal strategies, supporting agile decision-making and fostering an innovative culture. The process of strategic renewal, characterized by iterative learning and continuous adaptation, requires robust mechanisms for integration and alignment within the organization's operations and strategic objectives. The outcomes of strategic renewal, as discussed in the literature, vary widely but generally point towards enhanced organizational performance, sustained competitive advantage, and increased resilience to environmental volatilities. This study asserts that successful strategic renewal is predicated on an organization's ability to effectively integrate and balance these outcomes with its long-term strategic goals. However, this research also identifies several gaps and areas for future inquiry. The literature is still evolving in terms of offering empirical evidence on the long-term impacts of strategic renewal. There is a notable need for more longitudinal studies that can trace the trajectories of strategic renewal efforts and their sustainability over time. Additionally, while this study has highlighted the importance of internal and external antecedents in initiating strategic renewal, further research could explore the specific conditions under which certain antecedents become more influential. This study contributes to the strategic management field by providing a synthesized overview of strategic renewal, highlighting its importance in the contemporary business environment, and offering a structured framework that can guide future research. For practitioners, the insights garnered from this research underscore the importance of fostering a culture that supports continuous learning and adaptation, which are crucial for strategic renewal. In conclusion, this research not only enriches the existing body of knowledge on strategic renewal but also sets the stage for ongoing academic inquiry and practical application. It calls for a balanced view that considers both the proactive and reactive dimensions of strategic renewal, advocating for strategies that are not only responsive to immediate challenges but also aligned with long-term organizational growth and adaptation. The dynamic nature of strategic renewal demands a blend of visionary leadership, robust strategic planning, and a culture that champions innovation and change, all of which are essential for organizations aiming to thrive in an ever-changing global landscape.

Keywords: Strategic renewal, Systematic review, Bibliometric analysis, Organizational change, Competitive strategy



تحلیل و تفسیر نظام‌مند نوسازی استراتژیک

عطاءاله هرنندی*، استادیار، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

هانیه حبیب بیگی، دانشجوی دکتری، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

اطلاعات مقاله

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۰۸

واژه‌های کلیدی

نوسازی استراتژیک،

کتاب‌سنجی،

مرور نظام‌مند

ایمیل نویسنده مسئول

harandi@ut.ac.ir

چکیده

در این عصر با پیشرفت‌های سریع فناوریانه و پویایی بازار، «نوسازی استراتژیک» در قالب حوزه مطالعه‌محوری در مدیریت کسب‌وکار ظهور کرده است. با نوسازی استراتژیک، سازمان‌ها به طور اساسی استراتژی، ساختارها و عملیات خود را برای حفظ رقابت و ارتباط در یک محیط در حال تغییر پیکربندی مجدد می‌کنند. این تحقیق به مجموعه گسترده‌ای از مبانی نظری پیرامون نوسازی استراتژیک با هدف ترسیم تکامل آن، درک اجزای اصلی آن و ترکیب یافته‌های کلیدی که حوزه را شکل داده‌اند، می‌پردازد. اهمیت نوسازی استراتژیک با افزایش نوسانات و عدم اطمینان در بازارهای جهانی بیشتر می‌شود. سازمان‌ها، خواه شرکت‌های چندملیتی بزرگ و خواه شرکت‌های کوچک، در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که استراتژی‌ها و مدل‌های تجاری سنتی یک شبه منسوخ می‌شوند. توانایی درگیر شدن در نوسازی استراتژیک به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا با چرخش و انطباق، از فرصت‌های جدید استفاده کنند و خطرات مرتبط با اختلالات فناوری و فشارهای رقابتی را کاهش دهند. این مطالعه با شناخت فزاینده نوسازی استراتژیک نه تنها همچون یک اقدام انفعالی، بلکه به‌عنوان یک رویکرد فعالانه برای رشد و پایداری سازمانی انجام شده است. هدف این تحقیق ادغام رشته‌های متفاوت از نظر مبانی نظری با استفاده از یک رویکرد کتاب‌سنجی است که با مرور نظام‌مند متون تکمیل می‌شود. با انجام این کار، شناسایی تأثیرگذارترین مطالعات، مضامین غالب آنها و شکاف‌هایی دنبال شده که ممکن است در درک فعلی از نوسازی استراتژیک وجود داشته باشد. این رویکرد نه تنها به تثبیت دانش موجود کمک می‌کند، بلکه به برجسته کردن تحول این مفهوم در چهار دهه گذشته نیز کمک می‌کند. علاوه بر این، روشی ساختاریافته را برای ارزیابی تأثیر نوسازی استراتژیک بر عملکرد سازمانی و مکانیسم‌هایی که از طریق آن بر مزیت رقابتی تأثیر می‌گذارد، ارائه می‌دهد. این پژوهش ترکیب مبانی نظری موضوع نوسازی استراتژیک با شناسایی ابعاد کلیدی تحقیقات موجود و ارتباطات بین حوزه‌های تحقیقاتی پراکنده را با رویکرد کتاب‌سنجی بررسی می‌کند. این مطالعه از مرور مبانی نظری نظام‌مند برای شناسایی سطح سازگاری و تعمیم‌پذیری یافته‌های پژوهش در مطالعات موجود به روشی جامع و از رویکرد کتاب‌سنجی برای توصیف داده‌های موجود و هم‌رخدادی آن‌ها استفاده می‌کند. یافته‌ها، شش موضوع اصلی نوسازی استراتژیک را در مبانی نظری موجود شناسایی می‌کند: (۱) سوابق، (۲) شروع، (۳) منطق، (۴) ساختار، (۵) فرآیند و (۶) نتایج نوسازی استراتژیک و در انتها، ارتباطات بین حوزه تحقیق پراکنده را تحلیل و چارچوب مفهومی از نوسازی استراتژیک ارائه می‌شود.

استناد به این مقاله: هرنندی، عطاءاله؛ حبیب بیگی، هانیه (۱۴۰۴). تحلیل و تفسیر نظام‌مند نوسازی استراتژیک. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۶(۶۲)، ۱-۲۴.

۱. مقدمه

نوسازی استراتژیک را می‌توان به شکل «فعالیت‌هایی که یک شرکت برای تغییر وابستگی مسیر خود انجام می‌دهد» [۶۰] و یا «توانایی یک شرکت برای غلبه بر جبر برای اطمینان از عملکرد بلندمدت» توصیف کرد [۵۲]. به طور مشابه، «هاف، هاف، و توماس»^۱ آن را معادل «فرآیند جستجوی فعال تغییرات عمده در چارچوب‌های استراتژی» می‌دانند [۳۶]. سایر محققان پیوند بین سازمان و محیط آن را تشخیص می‌دهند و از دیدگاه‌های رفتاری استفاده می‌کنند. برای مثال، «فلیر، بوش و ولبردا»^۲ نوسازی استراتژیک را «اقدامات استراتژیک برای همسویی شایستگی‌های سازمانی با محیط برای افزایش مزیت رقابتی» تعریف می‌کنند [۲۷]. بنابراین، این مفهوم به عنوان «فرآیند تکاملی مرتبط با ترویج، تطبیق و استفاده از دانش جدید و رفتار نوآورانه به منظور ایجاد تغییر در شایستگی‌های اصلی سازمان و/یا تغییر در حوزه بازار محصول آن» در نظر گرفته می‌شود [۲۸].

علاوه بر این، محققان تمایل دارند نوسازی استراتژیک را از طریق دریاچه یادگیری سازمانی، که فرآیند نهادینه‌سازی دانش از منابع خارجی است، درک کنند [۱۷]. از دیدگاه گسترده‌تر و جامع‌تر، آگاروال و هلفت (۲۰۰۹) استدلال می‌کنند که «نوسازی استراتژیک شامل فرآیند، محتوا و نتیجه نوسازی یا جایگزینی ویژگی‌های سازمانی است که پتانسیل تأثیرگذاری اساسی در طولانی مدت را دارد» [۱]. نوسازی استراتژیک به دلیل تغییرات پویای چندوجهی در محیط کسب و کار که ماهیت سیاسی، اقتصادی و فناورانه دارند اهمیت پیدا می‌کند. رقابت بیش از حد ناشی از جهانی شدن و دیجیتالی شدن در بسیاری از صنایع بدون توجه به شدت فناوری و دانش آنها است [۱۹]. بازتابی از این فرآیند مهاجرت ارزش در بین صنایع و شرکت‌ها بوده است که مرزهای بین صنایع را محو می‌کند [۴۴]. اگرچه تغییرات محیطی چند وجهی انتخاب‌های استراتژیک گذشته را منسوخ می‌کند، اما فرصت‌های جدیدی ایجاد می‌کند. در هر دو مورد، دگرگونی حوزه‌های بازار محصول، ساختارهای سازمانی و مدل‌های تجاری یا توسعه مدل‌های کاملاً جدید به یک ضرورت تبدیل می‌شود [۱۶].

نوسازی استراتژیک فرآیند حیاتی برای سازمان‌هایی است که هدف آن سازگاری با محیط‌های در حال تغییر و حفظ مزیت رقابتی هستند. در طول چند دهه گذشته، تحقیقات، اهمیت منطق غالب و شناخت سازمانی در تسهیل نوسازی استراتژیک را برجسته کرده است، زیرا شرکت‌هایی با طرز فکر تجدیدگرا برای پاسخ به تغییرات محیطی بهتر هستند [۲۷]. در این زمینه، «کوبرین»^۳ پیش‌بینی می‌کند که حداقل در یک چشم‌انداز میان مدت، مدیران باید انتظار افزایش تنش‌ها و شوک‌ها را داشته باشند [۴۵]. با این حال، افزایش علاقه نظری به نوسازی استراتژیک و طنین عملی آن همراه با کم‌توجهی و درک مختلف از ساختار کانونی است که مانع از انباشت دانش می‌شود [۵۳]. این دغدغه یکی از مهمترین دلایل ورود به این موضوع در این پژوهش بوده و این موضوع کمتر مورد توجه محققان داخلی قرار داشته و چشم‌اندازهای روشنی از آن در مبانی نظری علمی نوسازی استراتژیک ترسیم نشده است. برای مثال، ناهماهنگی‌هایی در مورد منبع محرک‌های نوسازی استراتژیک (مانند «کویی و همکاران»^۴ [۴۰]، ماهیت، ساختار و فرآیند آن وجود دارد (برای مثال: [۲۴]، [۲۹]، [۲۶]) و نتایج (ن.ک [۸]، [۲۰]، [۵]). علاوه بر این، مطالعات نوسازی استراتژیک را از دریاچه دیدگاه‌های نظری متعدد، مانند یادگیری سازمانی ([۱۷])، دیدگاه مبتنی بر منابع و گسترش آن، یعنی دیدگاه قابلیت‌های پویا (مانند [۵۰])، کارآفرینی شرکتی (برای مثال، [۵۶])، و نظریه رفتاری (مانند [۲۳]) بررسی می‌کنند و در نتیجه، مانند یک زمینه تحقیقاتی، نوسازی استراتژیک در حالت ظهور مستمر باقی می‌ماند و در معرض چالش اعتبار سازه قرار می‌گیرد [۳۵]. فقدان یک پارادایم در این حوزه، نگرانی‌هایی را در مورد توسعه «سیلوهای» فکری جداگانه و بحث‌های بی‌پایان ایجاد می‌کند که در نهایت منجر به فروپاشی مفهوم می‌شود [۳۵]. هدف این تحقیق گردآوری مجموعه دانش در مورد چگونگی و چستی نوسازی استراتژیک است. به طور خاص، بر (۱) شناسایی وضعیت تحقیقات موجود، (۲) ترکیب و ساختار آن، و (۳) توسعه بیشتر آن با شناسایی ارتباطات بین حوزه‌های تحقیقاتی پراکنده با رویکرد کتاب‌سنجی تمرکز می‌شود. اصطلاح «کتاب‌سنجی»^۵ حوزه پژوهشی بین‌رشته‌ای است [۳۱]. طبق نظر پریچارد، کتاب‌سنجی کاربرد روش‌های ریاضی و آمار برای ارزیابی کتاب‌ها یا سایر رسانه‌های ارتباطی است [۴۷]. در سال ۱۹۷۷، وی کتاب‌سنجی را استفاده از تجزیه و تحلیل‌های آماری مختلف برای ارزیابی پژوهش‌ها از لحاظ الگوهای نویسندگی، انتشار و استفاده از مطالعات تعریف کرد [۳۱] به اعتقاد «دوداتو»^۶ کتاب‌سنجی «تحلیل کمی کتاب‌ها، مقالات مجلات و از این قبیل» است [۲۱]. «شراذر»^۷ کتاب‌سنجی را «مطالعه علمی گفتمان ثبت شده» بیان می‌کند. بویس و کرفت کتاب‌سنجی را «مطالعه

¹ Huff, Huff, Thomas, 1992

² Flier, Bosch, Volberda, 2003

³ Kobrin, 2017

⁴ Kwee, Van Den Bosch, Volberda, 2011

⁵ Bibliometric

⁶ Diodato, 2013

⁷ Schrader, 1981

کمی ارتباطات نوشتاری» ذکر می‌کنند [۵۴]. برخی دیگر از نویسندگان تعاریف دقیق‌تری را ارائه داده‌اند. «پوتر»^۱ نیز معتقد است که کتاب‌سنجی مطالعه و سنجش الگوهای انتشاراتی کلیه اشکال ارتباطات نوشتاری و مؤلفین آن‌ها می‌باشد. واژه‌نامه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی انجمن آمریکا در سال ۱۹۸۳ کتاب‌سنجی را چنین شرح داده است: «استفاده از روش‌های آماری برای تحلیل نوشته‌ها به هدف روشن کردن رشد تاریخی موضوعات، الگوهای تألیف، نشر و کاربرد» [۴۶]. بر اساس این خلأ، پژوهش حاضر با تحلیل کتاب‌سنجی به کاوش ادبیات نوسازی استراتژیک می‌پردازد. روش کتاب‌سنجی، تحلیل‌های قابل مشاهده‌تر و مطمئن‌تری ارائه می‌کند [۱۵]. مرور کتاب‌سنجی زیرمجموعه‌ای از مرور نظام‌مند می‌باشد که هدف آن ارائه کردن دیدگاهی به الگوهای تولید و انباشت دانش است. بررسی‌های کتاب‌سنجی نه مطالعات فردی را با جزئیات بررسی می‌کنند و نه بر ترکیب یافته‌های تحقیق به خودی خود تمرکز می‌کنند [۶۴]. هدف از این پژوهش نظری، برجسته‌سازی تحول این مفهوم در چهار دهه گذشته، شناسایی تأثیرگذارترین مطالعات، نمایان‌سازی مضامین غالب آن‌ها و نیز پر کردن شکاف‌های موجود در درک از این موضوع است که متعاقب آن می‌توان به تثبیت دانش نیز در این حوزه امیدوارتر بود. در انجام این کار، این مقاله از مروری بر مبانی نظری نظام‌مند استفاده می‌کند که هدف آن شناسایی و ترکیب مبانی نظری متنوع و ارزیابی انتقادی آن است. ساختار این مقاله به شرح زیر است. ابتدا، چگونگی تعریف نوسازی استراتژیک و مرزهای مفهومی و دیدگاه‌های نظری آن توسط محققان مورد بحث قرار می‌گیرد. سپس، روش‌شناسی مشخص شده و در مرحله بعد، یافته‌های بررسی مبانی نظری خود مورد بحث قرار گرفته و توجه ویژه‌ای به مرور مبانی نظری توصیفی و سپس تحلیل موضوعی می‌شود. بحث پژوهش نیز با ارائه یک چارچوب سازماندهی ترکیب می‌گردد تا بدنه مبانی نظری را در میان زیر دامنه‌های تحقیقاتی یکپارچه نماید. در نهایت، با مشخص کردن مشارکت‌های اصلی، شناسایی محدودیت‌ها و تعیین مسیرهایی برای تحقیقات آینده نتیجه‌گیری لازم صورت گرفته است. نوآوری این پژوهش نیز عمدتاً ناظر بر ارتقای مفهومی موضوع نوسازی استراتژیک و گسترش فهم چپستی آن به کمک یک مطالعه نظام‌مند است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

همواره این سوال مطرح است: چگونه سازمان‌ها تغییر می‌کنند و چه طور با فشارهای محیطی مانند تکان‌ها، شوک‌ها و تغییرات سازگار می‌شوند یا اینکه چگونه شرکت‌ها و محیط‌ها با هم تکامل می‌یابند و چگونه سازمان‌های بالغ خود را برای سازگاری با محیط نوسازی می‌کنند [۲۷، ۶]. در واقع، «لو گرتسner»^۲، مدیر عامل آی‌بی‌ام در دهه ۱۹۹۰، اظهار داشت: «طول عمر، نشانه ظرفیت تغییر است. شرکت‌های ماندگار، واقعاً شرکت‌هایی نیستند که ۱۰۰ سال دوام داشته باشند. آنها ۲۵ بار یا پنج بار یا چهار بار در طول این ۱۰۰ سال تغییر کرده‌اند، و آنها همان شرکت‌هایی که بودند، نیستند. اگر تغییر نمی‌کردند، زنده نمی‌ماندند» [۲۷]. بنابراین، بقای شرکت‌ها مستلزم توانایی نوسازی و تغییر، در عین حال مقابله و غلبه بر جبر است. بیش از ۲۵ سال پیش، بادن-فولر و ولبردا^۳ تشخیص دادند تعدیل یا واکنش به محیط‌های در حال تغییر، سازمان‌ها را ملزم می‌کند تا «تناقض نیروهای متضاد را برای تغییر و ثبات آشتی دهند». ثبات ناشی از اینرسی و تمایل به حداکثر کردن بازده کوتاه‌مدت است. با این حال، تغییر نه تنها با تمایل به بقا بلکه رشد و موفقیت بیشتر ایجاد می‌شود [۶].

در این مورد، سازمان‌های بالغ مورد توجه خاصی هستند. مقیاس عملیات بر حسب بازارهای ارائه شده، سید محصولات و پیچیدگی ساختاری، سازمان‌های بزرگ مانند شرکت‌ها را به دلیل جبر ذاتی خود، تغییر و نوسازی را دشوار می‌سازد [۴۹]، که در نتیجه آنها را در برابر تغییرات محیطی آسیب‌پذیر می‌کند. به محض اینکه سازمان‌ها از مراحل اولیه چرخه زندگی خود فراتر می‌روند (که با تعدیل‌های مداوم مشخص می‌شود)، باید دائماً نوسازی و تغییر کنند تا تناسب استراتژیک بین استراتژی، ساختار، مدل کسب و کار و محیط در حال تغییر ایجاد کنند [۱۶].

به گفته «آگاروال و هلفت»^۴، «نوسازی استراتژیک شامل فرآیند، محتوا، و نتیجه نوسازی یا جایگزینی ویژگی‌های یک سازمان است که پتانسیل تأثیرگذاری قابل توجهی بر چشم‌انداز بلندمدت آن دارد». آن‌ها عمداً تعریف گسترده‌ای ارائه می‌دهند که جنبه‌های مختلف تغییر مانند جنبه‌های فناورانه، سازمانی یا مدیریتی را در بر می‌گیرد تا امکان حضور رویکردهای رادیکال و افزایشی و همچنین فعالانه یا واکنش‌گرایانه را با تمرکز بر «نوسازی یا جایگزینی» اثرگذار بر شرکت را فراهم کنند. در واقع، آنها با چشم‌انداز بلند مدت و توسعه آینده ادعا می‌کنند که نوسازی استراتژیک ممکن است هم به شکل تحولات استراتژیک ناپیوسته و هم به صورت نوسازی تدریجی باشد: «یک

¹ Potter, 1981

² Lou Gerstner

³ Baden-Fuller, Volberda, 1997

⁴ Agarwal & Helfat, 2009

سری تغییرات تدریجی کوچک می‌توانند در یک دوره طولانی‌تر به یک تغییر بسیار بزرگ‌تر تبدیل شوند [۱]. درک آنها با «فلایر و همکاران»^۱ منطبق است [۲۷]. که سه بعد نوسازی استراتژیک را متمایز می‌کند: محتوا (نسبت اکتشاف/ بهره‌برداری)، زمینه (نسبت اقدامات نوسازی استراتژیک خارجی به داخلی) و فرآیند نوسازی استراتژیک (خصلت زمانی نوسازی استراتژیک که زمان، فراوانی و نوسانات اقدامات نوسازی استراتژیک) [۱۶].

از منظر کارآفرینی شرکتی، نوسازی استراتژیک یکی از ابعاد آن در کنار نوآوری و سرمایه‌گذاری شرکتی است [۳۳]. این با فعالیت‌های سرمایه‌گذاری شرکتی متفاوت است - ایجاد مشاغل جدید در یک سازمان - که می‌تواند خود را در قالب یک موجودیت جدید ایجاد شده در سازمان موجود یا از طریق اتحادها (مثلاً سرمایه‌گذاری مشترک) نشان دهد. در این مبانی نظری، هدف از نوسازی استراتژیک محدود به جایگزینی یا نوسازی «خطوط محصول موجود، بازارهای موجود، روابط ساختاری موجود، و یا پیکربندی‌های منابع موجود، معمولاً در پاسخ به عملکردی است که به زیر سطوح مطلوب نزول کرده است [۵۹]. بر اساس تحقیقات قبلی، «اشمیت و همکاران»^۲ تعریف جامعی را در یک سنت دیدگاه فرآیند پیشنهاد می‌کند: «نوسازی استراتژیک فرآیندی را توصیف می‌کند که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا وابستگی مسیر خود را با تغییر هدف و قابلیت‌های استراتژیک خود تغییر دهند» [۵۳].

از میان تمام تعاریف ارائه شده، آگاروال و هلفت و «اشمیت و همکاران» جامع‌ترین آنها را ارائه می‌دهند [۱، ۶]. آنها بر ویژگی فرآیندی نوسازی استراتژیک و جنبه‌های کلیدی تأثیرگذار بر چشم‌انداز بلندمدت و بقای شرکت تأکید می‌کنند. با این حال، تعریف «آگاروال و هلفت»، این امکان را فراهم می‌کند که نوسازی استراتژیک را یک مفهوم راهنما که تمام تلاش‌های تحول سازمان را بدون توجه به ترتیبات «ساختاری» خاص به تصویر می‌کشد، در نظر بگیریم. به عبارت دیگر، هر دو «محور» و «سرمایه‌گذاری شرکتی» یا ترکیبی از این دو مسیرهای نوسازی ممکن هستند [۱].

پیشینه پژوهش. در تغییرات پویا در محیط‌های ناشی از فناوری/صنعت چهارم؛ وجود شوک‌های سیاسی و اقتصادی ممکن است بر قدرت رقابتی بازیگران تأثیر بگذارد، بنابراین شرکت‌ها را مجبور به واکنش نشان می‌دهد و بر تلاش‌های نوسازی تأثیر می‌گذارد [۲۷، ۶۳، ۱۱]. چهارمین انقلاب صنعتی، تغییر اجباری مدل‌های کسب‌وکار سازمان‌ها به دلیل استفاده از دیجیتالی‌سازی (فناوری‌های دیجیتال) از طریق راه‌حل‌های IoT، هوش مصنوعی، پلتفرم‌های دیجیتال و تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ [۴۲] فرصت‌های زیادی را برای درآمد ایجاد می‌کند. در میان سایر عواملی که فعالیت‌های نوسازی را آغاز می‌کند، رشد و افزایش کارایی نیازمند پویایی محیطی و رقابت است [۵۸]. شدت فناوری صنعت؛ اشباع بازار [۱۱] و تغییرات فناوری [۴۵] و مقوله نیروی انسانی، رقابتی دیجیتال مخل، تغییر رفتارهای مصرف‌کننده و فناوری‌های دیجیتال مخرب مصادیقی از این دست هستند [۶۱].

مبانی نظری قبلی سرشار از پیشنهاد‌های مربوط به عوامل داخلی است که ممکن است همچون توانمندساز یا مانع تلاش‌های نوسازی استراتژیک عمل کنند. برای مثال، در زمینه شرکت‌های چند ملیتی چینی، «یو و همکاران»^۳ مشاهده کردند که قابلیت‌های فناوری و پیوندهای شبکه خانگی (تجاری و نهادی) به طور مثبتی با نوسازی استراتژیک مرتبط هستند، که به نوبه خود رابطه بین مزایای مالکیت خاص شرکت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی را واسطه می‌کند. اولین دفعه «بار، استیمپرت و هاف»^۴ دریافتند که نوسازی سازمانی با تعدیل مدل‌های ذهنی مدیران ارشد (نقشه‌های شناختی) تعیین می‌شود. سایر عوامل داخلی عبارتند از: سستی سازمانی و قصد استراتژیک برای تخصیص آن به تلاش‌های نوسازی «لویین و ولبردا»^۵، رویکردهای یادگیری «سبک منابع»، مانند «بریکولاژ کارآفرینی»^۶، «بیکر و نلسون»^۷، «اشمیت و همکاران»^۸ به ویژه در شرایطی که یادگیری در شرایط کمبود منابع رخ می‌دهد، جذاب است [۵۳]. روال‌های به خوبی تثبیت شده که ممکن است مانع از آزمایش و یادگیری شود، جستجوی دانش را محدود می‌کند و در نتیجه به توسعه قابلیت‌های جدید به دلیل تمرکز بر حوزه‌های دانش تخصصی منجر می‌شود [۴]، و یا افزایش به اشتراک گذاری دانش «بام و والی»^۹ ارائه راهنمایی برای

¹ Flier, Bosch, Volberda, 2003

² Schmitt, Raisch, Volberda, 2018

³ Yiu et al, 2007

⁴ Barr, Stimpert and Huff, 1992

⁵ Lewin & Volberda, 1999

⁶ entrepreneurial bricolage

⁷ Baker & Nelson, 2005

⁸ Schmitt et al, 2018

⁹ Baum & Wally, 2003

فعالیت‌های غیر معمول و حذف عدم قطعیت‌ها برای ایجاد یک فضای ایمنی روانی [۱۲] را شکل می‌دهد. خلاصه پژوهش‌ها، در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. خلاصه پژوهش‌های مطالعه شده

محقق / تیم تحقیقاتی	سال	یافته‌ها
کلامر و همکاران ولبردا و همکاران	۲۰۱۷ و ۲۰۰۱	از بعد مرتبط با یادگیری نوسازی استراتژیک، نوسازی استراتژیک را می‌توان با توجه به نوع یادگیری اصلی و پوشش فرآیند داخلی و خارجی آن تقسیم کرد.
جونز و مکفرسون، ویلیامز و همکاران	۲۰۰۶ و ۲۰۱۷	از بعد تجربی، مطالعات یک فرضیه را آزمایش می‌کنند یا به یک سوال تحقیق پاسخ می‌دهند.
کاپاپینن و آریکا و استنروس مکفرسون و جونز	۲۰۲۲ و ۲۰۰۸	از بعد نوع صنعتی، مطالعات بر روی صنایع خاص متمرکز است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به مجموعه مقالات پراکنده در مورد نوسازی استراتژیک، از روش مرور مبانی نظری نظام‌مند استفاده شد. مرور نظام‌مند مبانی نظری یک روش مبتنی بر شواهد است که به ارزیابی انتقادی و معناسازی زمینه‌های تحقیقاتی متنوع با ارائه «یک نمای کلی شفاف، عینی و جامع از دانش موجود» کمک می‌کند. مرور متون نظام‌مند از مراقبت‌های بهداشتی نشأت گرفته است، اما در دو دهه اخیر، در زمینه‌های دیگر از جمله مدیریت گسترش یافته است [۶۳]. این به شناسایی سطوح سازگاری و تعمیم‌پذیری یافته‌های تحقیقاتی در مطالعات موجود به شیوه‌ای جامع و شفاف کمک می‌کند [۱۱].

معیارهای نمونه و خروج. مهم‌تر از همه، این بررسی با هدف ارائه یک بررسی جامع متمرکز بر موارد زیر است: (۱) شناسایی وضعیت تحقیقات موجود، (۲) ترکیب و ساختار آن، و (۳) توسعه بیشتر آن با شناسایی ارتباطات بین حوزه‌های تحقیقاتی پراکنده. اگرچه اشمیت و همکاران در سال ۲۰۱۸ قبلاً یک مرور مبانی نظری نظام‌مند در مورد این موضوع انجام داده بود، این مقاله حول تنش‌ها در تحقیقات نوسازی استراتژیک سازماندهی شده است و مقالاتی در مجلات با ضریب تاثیر ۱۰ و بالاتر را پوشش می‌دهد. بنابراین، این بررسی با انگیزه دو سوال تحقیق انجام شد:

RQ1. گستره تحقیق نوسازی استراتژیک از نظر ابعاد کلیدی کتاب‌شناختی چقدر است؟

RQ2. مضامین اصلی در مبانی نظری نوسازی استراتژیک موجود، از نظر زمینه، سوابق، فرآیند و نتایج چیست؟

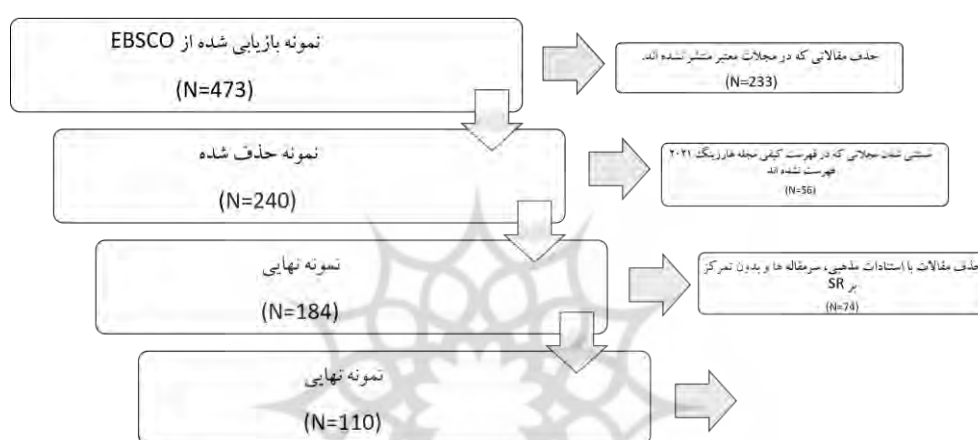
به دنبال روش جستجوی نظام‌مند از مقالات مروری قبلی [۶]، یک رویکرد سه مرحله‌ای اعمال گردید. در ابتدا با توجه به کثرت داده‌ها و بازه منتخب زمانی چهل ساله پژوهش، مقالاتی شناسایی شدند که بین سال‌های ۱۹۸۳ (انتشار مقاله اصلی بورگلمن) و ژوئیه ۲۰۲۲ منتشر شده‌اند. برای تدوین این مقاله تخصصی در فویه ۲۰۲۴ در پایگاه داده قوی «ایسکو»^۱ با استفاده از عملگرهای Boolean "AND renew" در عنوان، چکیده و کلمات کلیدی جستجو شد که تعداد اولیه ۴۷۳ مقاله به دست آمد. پایگاه ایسکو به دلیل پوشش قابل توجهی از مقالات بین‌المللی مد نظر محققان بوده است. از آنجایی که ایسکو با واژگان کنترل شده و نمایه‌سازی موضوعی به خوبی برخورد می‌کند که معمولاً در فضای اکتشاف تحقیق یافت نمی‌شود، قوی‌ترین نمودار دانش داده پیوندی واژگان کنترل شده و ابردا‌های آنها را دارد که به نام شاخص موضوع واحد (USI) نامیده می‌شود. این پایگاه برای محققانی که تمایل به مطالعه علمی دارند، از نظر مسیر پیشرفت، انتخاب روش تحقیق مناسب، رشته‌ها، محیط‌ها و سایر عوامل مفید خواهد بود [۵۷]. در مرحله بعد، برای شناسایی مطالعات اصلی در مورد نوسازی استراتژیک، مجموعه مقالات بالقوه را کاهش دادیم و معیارهای خروج را اتخاذ کردیم. مقالات منتشر شده در مجلات دانشگاهی با دآوری علمی در نظر گرفته شدند. نمونه پالایش شده شامل ۲۴۰ مقاله بود. پژوهش به JCR محدود نشد و مواردی که در فهرست کیفی مجله Harzing در سال ۲۰۲۱ که شامل Scopus است نیز در نظر گرفته شد.

در این پژوهش از فنون کتاب‌سنجی استفاده می‌شود. تکنیک‌های کتاب‌سنجی را به دو دسته کلی تقسیم می‌کنند: دسته اول که توصیفی است به بررسی و شمارش میزان سهم کشورها، نویسندگان و مجلات از انتشارات و بررسی سال‌های انتشار و حوزه‌های علمی در متون

¹ EBSCO

می‌پردازد. به‌طور مثال محقق ممکن است متون را به‌ترتیب فراوانی تولید توسط هر نویسنده، کشور، مجله، سال انتشار، یا حوزه‌های علمی رتبه‌بندی کند. دوم مطالعات کتابسنجی ارزیابانه است که تلاش می‌کند با به‌کارگیری تحلیل استنادی، میزان استفاده از متون را مطالعه کند و با فرض اینکه هر استناد به‌منزله یک‌بار استفاده از مدارک استناد شده است، بگوید که در یک حوزه علمی و در مدت زمان معین بیشترین مقالات استناد شده کدام‌ها هستند. نویسندگان و مجلات استناد شده در مقالات و کلیدواژه‌های پربسامد مقالات کدامند.

در این تحقیق، مطالعات تا سال ۲۰۲۲ و با رویکرد دوم در نظر گرفته می‌شود. چراکه در مطالعات علم‌سنجی از جمله کتابسنجی فرصت کافی برای جذب استناد لازم حدود سه سال در نظر گرفته می‌شود. با بررسی و پالایش مجدد، نمونه باقی‌مانده شامل ۱۸۴ مقاله بود. در مرحله سوم، هر نویسنده به‌طور مستقل بقیه مقالات را مورد بررسی قرار داد و در نتیجه ۵۵ مقاله دیگر حذف شدند. این یا به دلیل ارجاع آیینی به‌نوسازی استراتژیک (ارائه یک مرجع بدون پیوند مفهومی یا بحث مربوط به‌نوسازی استراتژیک) یا به دلیل عدم ارجاع تأثیرگذار به‌نوسازی استراتژیک (برای مثال، تفسیرها) بود. نمونه پالایش شده شامل ۱۱۰ مقاله بود. شکل ۱ روند پالایش مقالات بر اساس الگوریتم پریزما را نشان می‌دهد. نمونه نهایی در جدول ۲ آمده است.



شکل ۱. مراحل فرآیند انتخاب مطالعاتی که در بازبینی گنجانده شده است

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

در بخش‌های بعدی، ابتدا نتایج تحلیل پاسخ به سؤال اول تحقیق گزارش می‌شود و سپس بر تحلیل موضوعی برای پاسخ به سؤال تحقیق دوم تمرکز شده است. برای پاسخ به سؤال اول تحقیق، تعداد فراوانی داده‌های کلیدی کتاب‌شناختی ارائه شده است. داده‌ها نیز برای تجزیه و تحلیل با استفاده از صفحه گسترده اکسل از مقالات استخراج شدند. با توجه به سؤالات هدف و تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از کدهای موضوعی، مانند سال انتشار، لنز نظری، روش‌های تحقیق مورد استفاده، یافته‌های کلیدی، متغیرها (مستقل، وابسته، تعدیل‌کنندگان، میانجی‌ها)، نمونه تحقیق، اندازه شرکت، صنعت، طبقه‌بندی بخش (فناوری پایین، فناوری متوسط، پیشرفته)، عوامل تعیین‌کننده (داخلی، خارجی)، شروع/پیش‌اند، ساختار، فرآیند و نتایج‌نوسازی انجام شده است. همه مقالات در نمونه به‌صورت دستی بر اساس خواندن مستقل توسط دو نویسنده کدگذاری شدند، آنها سپس یافته‌های خود را برای اطمینان از درجه بالایی از قابلیت اطمینان بین ارزیابی‌کننده مقایسه و در مورد آن بحث کردند. در گام دوم، بر اساس بینش‌های حاصل از تحلیل، مقوله‌های موضوعی دنبال شدند و به تحلیل محتوای مضامین استقرایی شناسایی‌شده (پیش‌ها، منطق، آغاز، فرآیند ساختار، نتایج) و زیرمجموعه‌ها برای بحث درباره یافته‌ها پرداخته شده است.

بعد از استخراج و جمع‌آوری داده‌ها، با روش‌های آماری و استفاده از نرم‌افزارهای Excel و VOSviewer تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شد. نرم‌افزار VOSviewer که با هدف تسهیل تجزیه و تحلیل‌های کتابسنجی به‌وجود آمده است، می‌تواند در ایجاد نقشه‌های نویسندگان یا نشریات بر اساس داده‌های هم‌استنادی یا ایجاد نقشه کلیدواژه‌ها، بر اساس داده‌های هم‌رخدادی به‌کار رود. مراحل گردش کار برای انجام تحقیق با روش کتابسنجی شامل ۵ مرحله می‌باشد. مرحله اول طراحی تحقیق بر اساس سؤال و هدف تحقیق و انتخاب روش مناسب برای تحقیق است. مرحله دوم جمع‌آوری داده‌های کتابسنجی بر پایه انتخاب پایگاه داده مناسب و

فیلترسازی داده‌ها با معیارهای جستجو می‌باشد. مرحله سوم تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای کتاب‌سنجی مناسب (نرم‌افزار VOSviewer)، خالص‌سازی داده و شناسایی زیرگروه‌ها با روش‌های منتخب برای تجزیه و تحلیل خوشه‌ای است. مرحله چهارم بصری‌سازی با انتخاب روش تجسم و نرم‌افزار مناسب بصری‌سازی می‌باشد. مرحله پنجم تفسیر و توصیف یافته‌ها است [۶۴].

در این تحقیق، نقشه‌های نویسنده‌گان، نشریات و کلیدواژه‌ها تحلیل شده است. تحلیل نویسندگان مشترک الگوهای همکاری بین محققان را بررسی کرده و توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و مشارکت‌های فکری را مشخص می‌کند. تجزیه و تحلیل استنادی مشترک، نشریاتی را که به آنها استناد شده است به یکدیگر متصل می‌کند و به کشف خوشه‌های موضوعی و آثار تأثیرگذار در یک منطقه تحقیقاتی کمک می‌کند. تحلیل کلیدواژه‌ها، محتوای واقعی نشریات را با تجزیه و تحلیل همزمان وقوع کلمات کلیدی و آشکار کردن روابط موضوعی بررسی می‌کند. [۲۲].

با پرداختن به اولین سوال پژوهشی، یک تحلیل توصیفی از مبانی نظری انجام شد تا وسعت تحقیق نوسازی استراتژیک از نظر ابعاد کلیدی کتاب‌شناختی آن شناسایی گردد. در این زمینه بر تاریخ انتشار تمرکز شد، نام مجلات، روش‌های تحقیق مورد استفاده و همچنین اندازه شرکت، صنعت، و شدت فناوری صنعت در مطالعات تجربی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها پایه‌ای برای تحلیل موضوعی بیشتر مبانی نظری است، زیرا امکان ترکیب آنها وجود داشت و امکان دسته‌بندی موضوعات اصلی مجموعه دانش فراهم شد. بنابراین، تحلیل توصیفی مقدم بر ایجاد چارچوبی برای تحقیق نوسازی استراتژیک بود.

در جدول ۲، لیست نهایی مقالات موجود در تجزیه و تحلیل، معرفی شده‌اند. نمودار ۱، تعداد مطالعات در سال با تمرکز بر نوسازی استراتژیک را نشان می‌دهد. بعد از سال ۲۰۰۶ با نزدیک به ۸۰٪ از کل مقالات منتشر شده، افزایش قابل توجهی از تحقیقات در مورد نوسازی استراتژیک وجود دارد. علاوه بر این، نیمی از این مقالات مربوط به دوره ۲۰۱۷-۲۰۲۲ است. این توزیع حاکی از اهمیت روزافزون موضوع تحقیق در میان محققان مدیریت است. اگرچه تعداد مطالعات در سه سال گذشته با کاهش مواجه شده، ما هنوز معتقدیم که نوسازی استراتژیک یک زمینه مهم تحقیقاتی است. در سال‌های اخیر، این مفهوم به یک اصطلاح چتر گونه برای مفاهیم دیگر مانند کارآفرینی شرکتی، قابلیت‌های پویا و نوآوری در مدل کسب‌وکار تبدیل شده است. همه آنها از مبانی نظری اکولوژی جمعیت و دیدگاه انتخاب استراتژیک استخراج می‌شوند و بنابراین به طور گسترده به توانایی یک شرکت برای غلبه بر اینرسی با اصلاح قابلیت‌ها، ساختار سازمانی، عناصر سیستم فعالیت و غیره برای اطمینان از عملکرد بلندمدت اشاره می‌کنند [۵۲]. از این نظر آنها روایت‌های نوسازی متفاوتی را نشان می‌دهند. از نظر نوع مقاله، ۳۰ مقاله نظری و ۹۹ مقاله تجربی بودند. مطالعات کیفی بیش از نیمی از مطالعات تجربی را تشکیل می‌دادند. از طریق بررسی روش‌شناختی مقالات منتشر شده، تشخیص داده شد که زمینه تحقیقاتی به آرامی در حال رسیدن به اشباع است و در نتیجه به تحقیقات تأییدی تبدیل می‌شوند؛ تعداد مطالعات کمی و سهم آن‌ها در بین مطالعات تجربی پس از سال ۲۰۱۳ آشکار شده‌اند.

جدول ۲. فهرست نهایی مقالات موجود در تجزیه و تحلیل

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال	ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال
۱	پست، لوکشین، بون	پس از ورود زنان به تیم‌های مدیریتی برتر، چه تغییری می‌کند؟ مدلی از نوسازی استراتژیک مبتنی بر جنسیت	۲۰۲۲	۵۶	بلومویست، کاپن، ژاندر	برد، مکان یا نمایش چگونه استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خارجی به رشد فناوری شرکت چند ملیتی کمک می‌کند	۲۰۱۴
۲	کایپاین، آریکا-استروس	چگونه استراتژی کسب و کار را برای دستیابی به پایداری و دایره ای نوسازی کنیم؟ مدل فرآیندی توسعه استراتژیک در شرکت‌های فناوری فعلی	۲۰۲۲	۵۷	لوریا، پریس اورتیز	ایجاد دانش. جستجوی مداوم برای نوسازی استراتژیک	۲۰۱۴
۳	کایپاین، آریکا-استروس	رونق در تضاد: به سوی یک جایگزین دیالکتیکی برای مدل‌های مبتنی بر تناسب در استراتژی (و فراتر از آن)	۲۰۲۲	۵۸	کانالز	ایجاد منطق درهم تنیده در نوسازی استراتژیک بالامحور	۲۰۱۳
۴	فرجون و فیس، خانوادگی	تداوم استراتژیک در کسب و کار خانوادگی	۲۰۲۱	۵۹	باسو، وادوا	سرمایه‌گذاری خارجی و نوسازی استراتژیک ناپیوسته: چشم‌انداز گزیندها	۲۰۱۳

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال	ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال
۵	فانک، کریسمن، هولت،	کووید ۱۹ و نوسازی کسب و کار: درس‌ها و بینش‌هایی از صنعت هواپیمایی جهانی	۲۰۲۱	۶۰	چونز، قبادیان، ریگان، آنتکلیف	قابلیت‌های پویا در یک شرکت خانوادگی نسل ششم: کارآفرینی و خط بیسی	۲۰۱۳
۶	امانکوا-عموآه، خان، اوسابتی	خاستگاه‌ها و پیامدهای کارآفرینی داخلی با رویکرد رفتار محور در میان کارکنان صنعت مهمان نوازی	۲۰۲۰	۶۱	تائوسیگ	نیاز نادیده گرفته شده برای نوسازی استراتژیک در بازارهای در حال ظهور: درس‌هایی از ویتنام در حال گذار	۲۰۱۳
۷	دو و لوو	ورود به عصر طلایی برتری پایدار: ایجاد یا کشف کارآفرینی؟	۲۰۲۰	۶۲	بن میناهم، ووی، وولبردا، ون دن بوش	نوسازی استراتژیک در طول زمان: نقش فعال کننده ظرفیت جذب بالقوه در همسویی نرخ‌های تغییر داخلی و خارجی	۲۰۱۳
۸	هندرسون؛ گرابنر	نوسازی استراتژیک شرکت‌های کوچک و متوسط: تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و ظرفیت جذب	۲۰۲۱	۶۳	ویکینسون، کوپرز، مانگالاگیو	چگونه شیوه‌های سناریوی مبتنی بر معقول بودن با پیچیدگی برای درک و رسیدگی به چالش‌های قرن ۲۱ دست و پنجه نرم می‌کنند	۲۰۱۳
۹	خان؛ مجید، یاسر،	حاکمیت رابطه‌ای، یادگیری و یادگیری سازمانی: پیامدهای عملکرد	۲۰۲۱	۶۴	کومار، لوسیو، رز	روابط صنعتی محل کار در یک محیط در حال توسعه: موانع نوسازی در اتحادیه‌ها در مالزی	۲۰۱۳
۱۰	شین، پرز-نوردتودت،	کارایی کسب دانش، فرکانس نوسازی استراتژیک و عملکرد شرکت در محیط‌های با سرعت بالا	۲۰۲۰	۶۵	ون بورگ، جاگر، ریمن، کلوت	اصول طراحی برای فرآیندهای انتقال سرمایه‌گذاری شرکتی در شرکت‌های فناوری تاسیس شده	۲۰۱۲
۱۱	عبدالگواد و زهرا،	هویت مذهبی و نوسازی استراتژیک شرکت‌های خانوادگی	۲۰۲۰	۶۶	فرزلی، سیلبرزان	چالش‌های ایجاد همکاری جهانی: جداسازی زمانی، استراتژیک و عملیاتی	۲۰۱۲
۱۲	سیوینن، ایکاهیمونن، پیکالا	نوسازی استراتژیک در یک شرکت خانوادگی بالغ - نقش منابع مالکان	۲۰۲۰	۶۷	فونتتس هرناندز، دل سول	شالوده قیاسی دامنه تغییرات سازمانی	۲۰۱۲
۱۳	مورتی، آلوز، بومتمپو،	نوسازی استراتژیک کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط برزیل: مطالعه موردی	۲۰۲۰	۶۸	نیوی، ورینه، گریفث	رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملیاتی به عنوان یک فرآیند دروازه مرحله: بینش از نوآوری رادیکال	۲۰۱۲
۱۴	میشلی، برچیچی، یانسن،	استفاده از منابع دانش متنوع از طریق رفتار فعال: چگونه شرکت‌ها می‌توانند از شبکه‌های بین سازمانی برای نوآوری مدل کسب و کار استفاده کنند	۲۰۲۰	۶۹	پلتولا	آیا یک شرکت قدیمی می‌تواند ترفندهای جدیدی یاد بگیرد؟ رویکرد کارآفرینی شرکتی برای نوسازی سازمانی	۲۰۱۲
۱۵	پتیت؛ کراسان،	نوسازی استراتژیک: فراتر از نقش منابع کارکردی اعضای شغلی	۲۰۲۰	۷۰	وی، ون دن بوش، وولبردا	تأثیر جهت گیری حاکمیت شرکتی تیم مدیریت ارشد بر مسیرهای نوسازی استراتژیک: تحلیل طولی رویال داچ شل plc ۲۰۰۴-۱۹۰۷	۲۰۱۱
۱۶	گاوک، گورگیفسکی، بیکر	اندازه‌گیری کارآفرینی درونی در سطح فردی: توسعه و اعتبارسنجی مقیاس کارآفرینی درونی کارکنان (EIS)	۲۰۱۹	۷۱	بلوم وییست، کاپن، ژاندر	آیا وادیس؟ ورود به فناوری‌های جدید در زیرمجموعه‌های خارجی پیشرفته شرکت چندملیتی	۲۰۱۰
۱۷	آلبرتینی	کمک سیستم‌های کنترل مدیریت به قابلیت‌های محیطی	۲۰۱۹	۷۲	گراثنر، ایزنهارت، روندی	موفقیت و شکست در دستیابی به فناوری: درس‌هایی برای خریداران و فروشندگان	۲۰۱۰
۱۸	کونیش، کیل، بوپل، لچنر	نمونه کارها ابتکار استراتژیک: چگونه چالش‌های استراتژیک را بهتر از یک در یک زمان مدیریت کنیم	۲۰۱۹	۷۳	مارخیزو، مازولا، اسپاسچیا، مایلز، آسترانچن	سرمایه‌گذاری شرکتی در کسب و کار خانوادگی: اثرات آن بر خانواده و اعضای آن	۲۰۱۰

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال	ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال
۱۹	وارنر و وگر	ایجاد قابلیت‌های پویا برای تحول دیجیتال: فرآیند مداوم نوآوری استراتژیک	۲۰۱۹	۷۴	پوسکلا، مارتینیسوآ	کنترل مدیریت و نوآوری استراتژیک در جبهه نوآوری	۲۰۰۹
۲۰	هربان	بازاندیشی تاب‌آوری سازمانی و نوآوری استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط	۲۰۱۹	۷۵	گاث	توسعه راه‌های جدید برای رشد: چالش‌های ارائه شده توسط پنج روند در محیط جهانی	۲۰۰۹
۲۱	شو، ده دکلرک	حمایت نهادی دولت، جهت‌گیری کارآفرینی، نوآوری استراتژیک و عملکرد شرکت در چین در حال گذار	۲۰۱۹	۷۶	آگاروال و هلفات	نوآوری استراتژیک سازمان‌هاش	۲۰۰۹
۲۲	اکلاند و کاپور	دنبال کردن چیزهای جدید با حفظ جریان فعلی: استراتژی‌های فعلی و ارزش شرکت در طول دوره نوپای تغییر صنعت	۲۰۱۹	۷۷	ایگرز و کاپلان	شناخت و نوآوری: مقایسه تأثیرات مدیر عامل و سازمانی بر انطباق متصدیان با تغییرات فنی	۲۰۰۹
۲۳	فریزل، گاری آتو، هراکلیوس	وقتی والدین از کودک تقلید می‌کنند: نوآوری استراتژیک از طریق جداسازی و ادغام مجدد شرکت‌های تابعه	۲۰۱۹	۷۸	کیم و پنینگر	نوآوری و نوآوری استراتژیک در بازارهای بالغ: مطالعه صنعت راکت تنیس	۲۰۰۹
۲۴	ژیائو، وو، ژی، هو	مدیریت اختلال در تجارت الکترونیک با نوآوری‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات: بینش از دیدگاه‌های نوآوری استراتژیک	۲۰۱۹	۷۹	نوت و پوسن	رفتار تحقیق و توسعه شرکت و فناوری در حال تحول در صنایع مستقر	۲۰۰۹
۲۵	گائوکه، گوریوسکی، باکر	هزینه‌ها و مزایای شخصی کارآفرینی درونی کارکنان: تفکیک رابطه بین کارآفرینی درونی، رفاه و عملکرد شغلی	۲۰۱۸	۸۰	لی و کوزیکوده	مدیریت دانش و استراتژی نوآوری: چالشی برای دیربازها در اقتصادهای نوظهور	۲۰۰۸
۲۶	نیلسن، ماتیا سن، هانسن	کاوش و بهره‌برداری در یادگیری سازمانی: کاربرد انتقادی مدل I۴	۲۰۱۸	۸۱	مک فرسون و جونز	یادگیری با واسطه‌شی و نوآوری استراتژیک در یک سازمان بالغ	۲۰۰۸
۲۷	لی یو، یائو	بهینه‌سازی یکپارچه سازی زنجیره تامین پویا در سفارشی سازی انبوه خدمات	۲۰۱۸	۸۲	وربرک، کریزمان، یوان	یادداشتی در مورد نوآوری استراتژیک و سرمایه‌گذاری شرکتی در شرکت‌های تابعه شرکت‌های چند ملیتی	۲۰۰۷
۲۸	روی، لامپرت، استوی نوا	هنگامی که دایناسورها پرواز می‌کنند: نقش قابلیت‌های شرکت در پرندسازی متصدیان در طول تغییرات فناورانه مخرب	۲۰۱۸	۸۳	یو، لاتو، براتون	سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسط شرکت‌های اقتصادی نوظهور: اثرات قابلیت‌های شرکت، شبکه‌های کشور خود و کارآفرینی شرکتی	۲۰۰۷
۲۹	تاراک، آتو، فلویید، آن، وودریج	بازخورد عملکرد و رفتار استراتژیک متفاوت مدیران میانی: نقش مقایسه‌های اجتماعی و شناسایی سازمانی	۲۰۱۸	۸۴	پاپاس و وودریج	فعالیت استراتژیک و اگرای مدیران میانی: بررسی معیارهای چندگانه مرکزیت شبکه	۲۰۰۷
۳۰	الیا، ماگریتا	ارزیابی بلوغ سرمایه‌گذاری جمعی برای کارآفرینی شرکتی	۲۰۱۸	۸۵	تنگ	فعالیت‌های کارآفرینی شرکتی از طریق اتحادهای استراتژیک: رویکردی مبتنی بر منابع به سمت مزیت رقابتی	۲۰۰۷
۳۱	پراتاپ و ساها	افزایش کارایی سرمایه‌مدیریتی، شیوه‌های رقابتی مدیریت و فرآیند نوآوری استراتژیک	۲۰۱۸	۸۶	جونز و مک فرسون	یادگیری بین سازمانی و نوآوری استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط - گسترش چارچوب I۴	۲۰۰۶
۳۲	رویوره، سادر، باس	بررسی نقش دانش بین‌المللی در تقویت نوآوری استراتژیک: چشم‌انداز قابلیت‌های پویا	۲۰۱۸	۸۷	راوای و لوجاکونو	مدیریت طراحی و طراحی برای نوآوری استراتژیک	۲۰۰۵
۳۳	ژائو، کائو، ژانگ، لی یو	چگونه Bricolage کارآفرینی شرکتی را هدایت می‌کند: نقش	۲۰۱۸	۸۸	جونز	بازسازی تولید از طریق کارآفرینی شرکتی - مدیران میانی و نوآوری سازمانی	۲۰۰۵

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال	ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال
		شناسایی فرصت‌ها و جهت‌گیری یادگیری					
۳۴	هان و چانگ	تأثیر بافت اجتماعی-فرهنگی بر نوسازی استراتژیک: تجزیه و تحلیل بیست و شش کشور از شرکت‌های خانوادگی A	۲۰۱۸	۸۹	فلایر و همکاران	تکامل مشترک در رفتار نوسازی استراتژیک متصدیان مالی بریتانیا، هلند و فرانسه: تعامل انتخاب محیطی، اثرات نهادی و قصد مدیریتی	۲۰۰۳
۳۵	اشمیت، رایچ، وولبردا	نوسازی استراتژیک: تحقیقات گذشته، تنش‌های نظری و چالش‌های آینده	۲۰۱۸	۹۰	کروسان، بردرو	یادگیری سازمانی و نوسازی استراتژیک	۲۰۰۳
۳۶	کلامر، گوئلدنبرگ، کرائوس، اودوئور	تغییر یا عدم تغییر - سوابق و نتایج نوسازی استراتژیک در شرکت‌های کوچک و متوسط	۲۰۱۷	۹۱	جاو و لیو	ترویج یادگیری سازمانی و خود نوسازی در شرکت‌های تایوانی: نقش HRM	۲۰۰۳
۳۷	مولونا	دست‌مشمود مدیریت ارشد در نوسازی استراتژیک چقدر قابل مشاهده است؟ تکامل هدایت شده و مدل بوم‌شناسی درون سازمانی سازگاری	۲۰۱۷	۹۲	مایل، زپل، رایت	مدلسازی کارآفرینی شرکتی به عنوان رقابت رانت جویی	۲۰۰۳
۳۸	ویلیامز، چن، آگاروال	افراد تازه‌کار و کارکنان: چگونه تجربه در سطوح، شرکت‌ها و صنایع مختلف، نوسازی استراتژیک در مدیریت ارشد را شکل می‌دهد	۲۰۱۷	۹۳	هودکینسون و رایت	مقایسه با اینرسی استراتژیک در یک تیم مدیریت ارشد: درس گرفتن از شکست	۲۰۰۲
۳۹	چن و نادکارانی	این در مورد زمان است! تمایلات زمانی مدیران عامل، رهبری موقت و کارآفرینی شرکتی	۲۰۱۷	۹۴	فلایر و همکاران	چشم‌انداز در حال تغییر بخش خدمات مالی اروپا	۲۰۰۱
۴۰	وولبردا	نظرات در مورد «تسلط بر نوسازی استراتژیک: بسیج سفرهای نوسازی در شرکت‌های چند واحدی»	۲۰۱۷	۹۵	اسمیتز و گرونولد	تأملاتی در مورد نوسازی استراتژیک در رابوبانک: دیدگاه مدیر عامل	۲۰۰۱
۴۱	ال هومیدان و ساییتیر	نوسازی استراتژیک در زمان کمبود محیط زیست نقش واسطه‌ای فناوری در تکامل مدل کسب و کار	۲۰۱۷	۹۶	ون در زانده	نوسازی استراتژیک از دیدگاه صنعت	۲۰۰۱
۴۲	امانواه آموا، اوتوسون، یوگرن	متحد ایستاده‌ایم، تقسیم می‌شویم، سقوط می‌کنیم: مسیر تاریخی فعالیت‌های نوسازی استراتژیک در سیستم خطوط هوایی اسکندیناوی، ۱۹۴۶-۲۰۱۲	۲۰۱۷	۹۷	وولبردا، بادن-فولر، سی. ون دن بوش،	تسلط بر نوسازی استراتژیک: بسیج سفرهای نوسازی در شرکت‌های چند واحدی	۲۰۰۱
۴۳	دیارز فرناندرز، پاسامار-ریز، واله-کابرا	سرمایه انسانی و مدیریت منابع انسانی برای دستیابی به یادگیری دوسویه: یک دیدگاه ساختاری	۲۰۱۷	۹۸	وولبردا، ون دن بوش، فلایر، گداپلوویچ،	دنبال کردن گله یا نه؟ الگوهای نوسازی در هلند و بریتانیا	۲۰۰۱
۴۴	استروبل، تاماسجان، اسپورل، ولپ	تقویت تعامل استراتژیک فعالانه کارکنان: سوابق فردی و زمینه‌ای	۲۰۱۷	۹۹	هویگنز، ام. بادن-فولر، سی. ون دن بوش، وولبردا،	تکامل مشترک قابلیت‌های شرکت و رقابت صنعتی: بررسی صنعت موسیقی، ۱۸۷۷-۱۹۹۷	۲۰۰۱
۴۵	ایگرز	دوره معکوس: فناوری‌های رقابتی، اشتباهات، و نوسازی در نمایشگرهای صفحه تخت	۲۰۱۶	۱۰۰	اسمدا	اجرای نوآوری‌های فرآیند کسب و کار: دستور کار برای تحقیق و اقدام	۲۰۰۱
۴۶	مارتین ریوس، پارگا دانس	پاسخ خدمات به افول اقتصادی: اقدامات نوآورانه برای دستیابی به نوسازی استراتژیک	۲۰۱۶	۱۰۱	فلوید، لین	استراتژی در سراسر سازمان: مدیریت تضاد نقش در نوسازی استراتژیک	۲۰۰۰

ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال	ردیف	نویسندگان	عنوان مقاله	سال
۴۷	ریوره و سادر	دیدگاه‌های بین‌المللی سازی استراتژیک: توسعه قابلیت‌ها برای نوسازی	۲۰۱۶	۱۰۲	آنگوین، کونتاردو	آزاد کردن سربروس: اجازه ندهید که MBOهای شما به خودشان برسند	۱۹۹۹
۴۸	اشمیت، بارکر، رایج، وتن	نوسازی استراتژیک در زمان کمبود محیط زیست	۲۰۱۶	۱۰۳	چاکراواری، گارگیولو	حفظ مشروعیت رهبری در گذار به اشکال جدید سازمانی	۱۹۹۸
۴۹	دای، مائو، ژائو، ماتیلا	سرمایه اجتماعی چگونه بر عملکرد مالی شرکت هتلداری تأثیر می‌گذارد؟ نقش تعدیل کننده فعالیت‌های کارآفرینی	۲۰۱۵	۱۰۴	زهرا	حکمرانی، مالکیت و کارآفرینی شرکتی: تأثیر تعدیل‌کننده فرصت‌های فناوری صنعت	۱۹۹۶
۵۰	بیروث، چونتز، ایزدور، کابست	کارآفرینی و عملکرد شرکتی: یک متاآنالیز	۲۰۱۵	۱۰۵	ویتنی	نوسازی استراتژیک برای واحدهای تجاری	۱۹۹۶
۵۱	گلیرز، فورنه، الفرینگ	دستیابی به نوسازی استراتژیک: تأثیرات چند سطحی مدیران ارشد و میانی در محدوده مرزی	۲۰۱۵	۱۰۶	کیم، موبورگن	مدل عدالت رویه‌ای تصمیم‌گیری استراتژیک - پیامدهای محتوایی استراتژی در چند ملیتی	۱۹۹۵
۵۲	کی آرنی، موریس	نوسازی استراتژیک به عنوان واسطه اثرات زیست محیطی بر عملکرد بخش عمومی	۲۰۱۵	۱۰۷	سیمونز	چگونه مدیران برتر جدید از سیستم‌های کنترلی به عنوان اهرم های نوسازی استراتژیک استفاده می‌کنند	۱۹۹۴
۵۳	آنگوین، پارواوتیس، کونل	چرا اتفاقات خوب رخ نمی‌دهند: پایه‌های خرد روتین‌ها در فرآیند M&A	۲۰۱۵	۱۰۸	بار، استیمپرت، هاف	تغییر شناختی، اقدام استراتژیک و نوسازی سازمانی	۱۹۹۲
۵۴	آلبرت، کری اوتزر، لچنر	حل پارادوکس وابستگی متقابل و نوسازی استراتژیک در سیستم‌های فعالیت	۲۰۱۵	۱۰۹	هاف، هاف، توماس	نوسازی استراتژیک و تعامل استرس جمعی و اینرسی	۱۹۹۲
۵۵	بینز، هارلد، او ریلی، توشمان	هنر نوسازی استراتژیک	۲۰۱۴	۱۱۰	چاکراواری	خود نوسازی استراتژیک - چارچوب برنامه‌ریزی برای امروز	۱۹۸۴

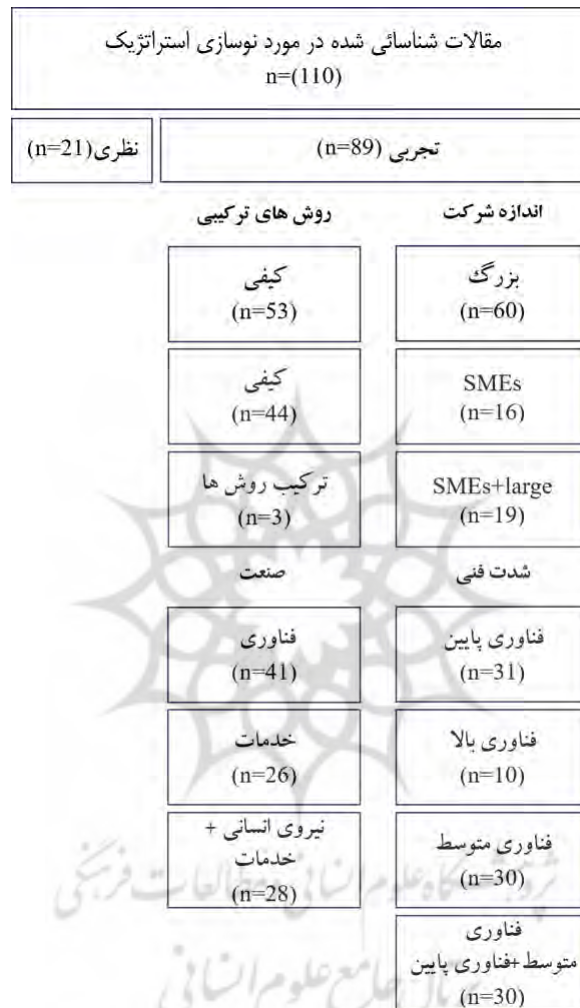


نمودار ۱. تعداد مطالعات در سال با تمرکز بر نوسازی استراتژیک

سه دسته از شرکت‌های مورد مطالعه شناسایی شد، یعنی شرکت‌های کوچک و متوسط مورد مطالعه منحصراً ۱۶ بار (۱۶٪ نمونه)، شرکت‌های بزرگ (۶۰٪ مطالعه؛ ۶۰٪) و نمونه‌های ترکیبی (یعنی شامل شرکت کوچک و متوسط و بزرگ - ۱۹ مطالعه). محققان بیشترین علاقه را به شرکت‌های تولیدی (۴۱ مورد) داشتند که در صنایع با فناوری بسیار فشرده (۲۸ مورد) فعالیت می‌کردند. شرکت‌های خدماتی در ۲۶ مورد (۲۶٪) مورد مطالعه قرار گرفتند. جالب است که چهار مورد از مطالعات شناسایی شده را نمی‌توان به راحتی از نظر اندازه شرکت یا صنعت طبقه‌بندی کرد، زیرا اینها شبیه‌سازی‌های کامپیوتری تصمیم‌گیری [۴۲] یا آزمایش‌هایی بر روی «افراد» یا کارکنان (مانند استروبل، توماسجان) بودند [۵۸].

جدول ۳، ده نویسنده برتر را نشان می‌دهد که بیشترین استناد را دارند. اگرچه قاعده کلی این است که تعداد استنادها با گذشت زمان افزایش می‌یابد، مطالعه نسبتاً اخیر توسط وارنر و واگنر (۲۰۱۹) قبلاً تعداد زیادی استناد را دریافت کرده است که نشان دهنده تأثیر قابل توجه آن است.

جدول ۴، ده مجله دانشگاهی برتر را با بیشترین تعداد انتشار فهرست می‌کند. در حالی که در مجموع ۱۱۰ مطالعه در ۶۷ مجله منتشر شد، ۱۰ مجله برتر با ۴۱ مطالعه بیش از ۳۰ درصد از نمونه را تشکیل می‌دادند که نشان دهنده غلظت نسبتاً زیاد است. همه این مجلات به دلیل برتری علمی خود در سطح بین‌المللی شناخته شده‌اند.

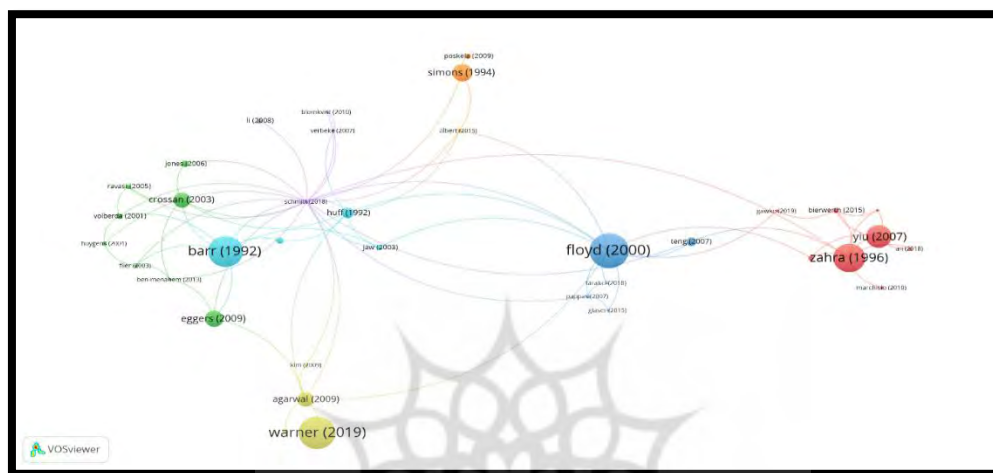


شکل ۳. توزیع مقالات با تمرکز بر نوع شرکت‌ها و صنایع مورد مطالعه

جدول ۳. ده نویسنده پر استناد

نویسندگان	عنوان مقاله	میزان استنادات
۱ فلویید و لین (۲۰۰۰)	استراتژی در سراسر سازمان: مدیریت تضاد نقش در نوسازی استراتژیک	۲۳۳۹
۲ بار و همکاران (۱۹۹۲)	تغییر شناختی، اقدام استراتژیک و نوسازی سازمانی	۲۱۰۲
۳ زهرا (۱۹۹۶)	حکمرانی، مالکیت و کارآفرینی شرکتی: تأثیر تعدیل‌کننده فرصت‌های فناوری صنعت	۱۸۱۴
۴ سیمونر (۱۹۹۴)	چگونه مدیران برتر جدید از سیستم‌های کنترلی به عنوان اهرم‌های نوسازی استراتژیک استفاده می‌کنند	۱۵۱۹

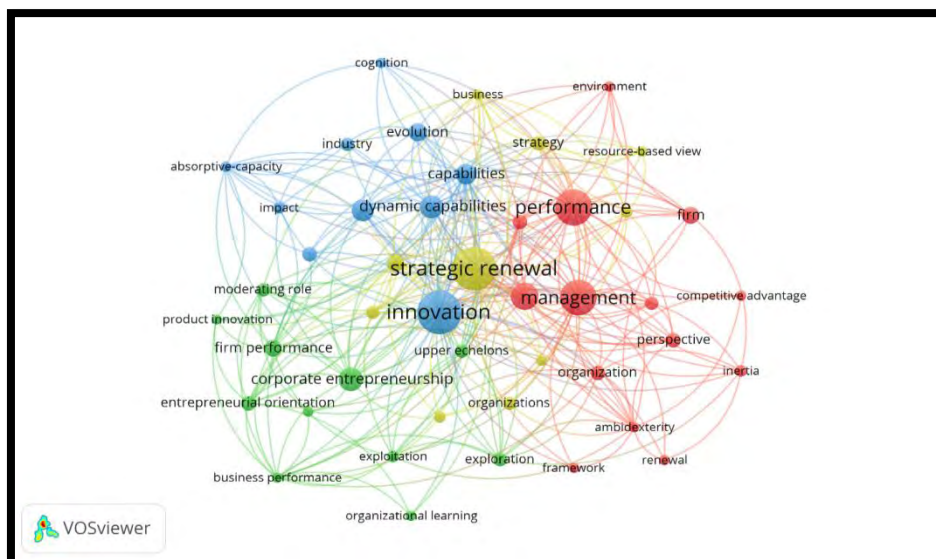
۵	کروسان و بردرو (۲۰۰۳)	یادگیری سازمانی و نوسازی استراتژیک	۱۱۳۷
۶	یو و همکاران (۲۰۰۷)	سرمایه‌گذاری بین‌المللی توسط شرکت‌های اقتصادی نوظهور: اثرات قابلیت‌های شرکت، شبکه‌های کشور خود و کارآفرینی شرکتی	۹۴۲
۷	وارنر و واگر (۲۰۱۹)	ایجاد قابلیت‌های پویا برای تحول دیجیتال: فرایند مداوم نوسازی استراتژیک	۹۳۱
۸	آگاروال و هلفات (۲۰۰۹)	نوسازی استراتژیک سازمان‌ها	۹۲۰
۹	لامپکین و لیچتسنستاین (۲۰۰۵)	نقش یادگیری سازمانی در فرایند شناسایی فرصت‌ها	۸۵۸
۱۰	هاف و همکاران (۱۹۹۲)	تغییر شناختی، اقدام استراتژیک و نوسازی سازمانی	۷۴۱



شکل ۴. شبکه نویسندگان برتر (خروجی نرم‌افزار VOSviewer، مقدار پیش فرض حداقل تعداد اسناد یک نویسنده ۲)

جدول ۴. نقشه مجلات برتر

میزان استنادات	عنوان اصلی مجله به زبان لاتین	
۱۳	Long Range Planning 13	۱
۱۰	Strategic Management Journal 10	۲
۸	Organization Science 8	۳
۳	Journal of Management Studies 3	۴
۳	Business Horizons 3	۵
۳	Journal of Product Innovation Management 3	۶
۳	Small Business Economics 3	۷
۳	Academy of Management Review 3	۸
۳	Entrepreneurship: Theory and Practice 3	۹
۳	European Management Journal 3	۱۰
۳	International Business Review 3	۱۱
۷۴	Other journals (two or less publications)	۱۲



شکل ۶- میزان هم‌رخدادی ده کلیدواژه‌ی برتر (خروجی نرم افزار VOSviewer، مقدار پیش فرض حداقل تعداد تکرار یک کلمه کلیدی ۵)

- تحلیل موضوعی مبانی نظری

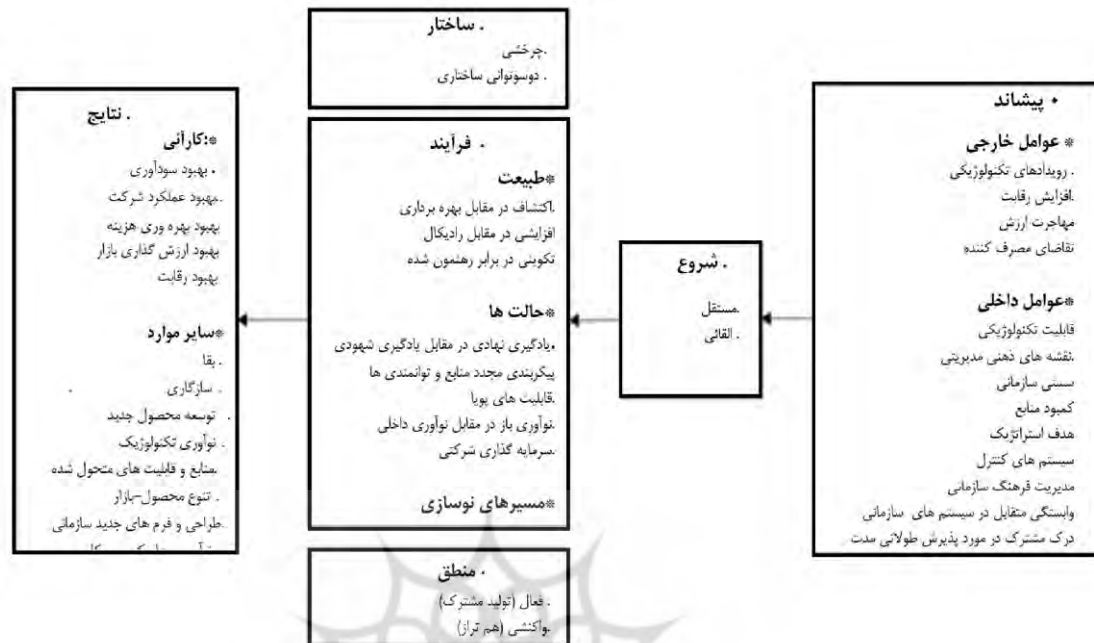
با توجه به چند بعدی بودن نوسازی استراتژیک، رویه پژوهش در رابطه با موضوعات اصلی بر اساس دستورالعمل‌ها و بهترین شیوه‌های ارائه‌شده توسط بررسی‌های مبانی نظری قبلی بود [۵۳]. برای شناسایی موضوعات مورد مطالعه در تحقیقات موجود، از رویکرد شلیچر و همکاران [۵۱] پیروی شد که ریشه در مدل‌های مبتنی بر پیچیدگی و سیستم‌ها دارد. چارچوب نظریه سیستم‌ها وجود مجموعه‌ای از عناصر مرتبط را فرض می‌کند، به این معنی که تغییر در یک عنصر بر عناصر دیگر سیستم تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، چارچوب نظریه سیستمی فرض می‌کند که همه عناصر سیستم با هم کار می‌کنند و همانند کل برای هدف مشترک عمل می‌کنند. در ادامه مدلی نادر و توشمن [۴۳] انتخاب شد که ورودی‌ها، فرآیندها و خروجی‌ها را مشخص می‌کند. ابتدا محتوای مقالات را در نمونه بررسی و بر اساس آن کدگذاری انجام شد. سپس، چارچوب مفهومی پایه را که به صورت قیاسی از مبانی نظری مشتق شده بود، معین شد و به صورت استقرایی بر اساس مضامین اضافی اضطراری و اشاره کننده به فرآیند نوسازی استراتژیک (یعنی شروع، ساختار) توضیح داده شد.

در مرحله دوم، زیرمجموعه‌هایی نیز شناسایی گردید. این روش یک چارچوب مفهومی را ایجاد کرد که حول شش دسته کلی مربوط به اجزای یک سیستم سازماندهی شد: ورودی‌ها (پیشایندها)، منطق، شروع، ساختار، فرآیند و خروجی‌های سیستم. شکل ۷ چارچوب را نشان می‌دهد.

برای کدگذاری موثر در چارچوب مفهومی تدوین شده نوسازی استراتژیک، مراحل زیر در نظر گرفته شد:

- ۱- شناسایی اجزای کلیدی: با شناخت شش موضوع اصلی نوسازی استراتژیک شروع گردید: پیشایندها، شروع، منطق، ساختار، فرایند و نتایج. هر یک از این مضامین همچون یک دسته برای کدگذاری عمل می‌کنند.
- ۲- استفاده از چارچوب نظریه سیستم: یک رویکرد نظریه سیستم‌ها اتخاذ شده، که تأکید می‌کند که تمام عناصر درون سیستم به هم مرتبط هستند. این بدان معنی است که تغییرات در یک منطقه می‌تواند بر دیگران تأثیر بگذارد و روند کدگذاری را هدایت کند.
- ۳- دسته‌بندی ورودی‌ها و خروجی: مقالات را بر اساس محتوای آنها مربوط به ورودی‌ها (پیشایندها) و خروجی‌ها (نتایج) کدگذاری گردید. این کار به درک چگونگی تأثیر عوامل مختلف بر روند نوسازی استراتژیک کمک کرد.
- ۴- تجزیه و تحلیل اجزای فرایند: بر کدگذاری پویایی اجزای فرآیند، مانند منطق، شروع و ساختار تمرکز گردید. این مورد شامل بررسی چگونگی تعامل این اجزاء و تأثیر بر یکدیگر است.
- ۵- زیر مجموعه‌ها کشف گردید: همانطور که کدگذاری انجام می‌شد، زیرها در هر موضوع اصلی شناسایی گردید. این درک ظریف‌تری از روند نوسازی استراتژیک را فراهم می‌کند.

۶- تکرار و اعتبارسنجی: به طور مداوم چارچوب برنامه نویسی، بر اساس موضوعات نوظهور و یافته‌های مبانی نظری اصلاح گردید. این فرآیند تکراری استحکام چارچوب مفهومی را افزایش می‌دهد.
با دنبال کردن این مراحل، یک سیستم کدگذاری جامع ایجاد گردید که پیچیدگی‌های نوسازی استراتژیک را ثبت می‌کند.



شکل ۷. چارچوب مفهومی تحقیق

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف نوسازی استراتژیک، بقای بلندمدت است [۲۸، ۷، ۱۰]. در این زمینه، دیدگاه هم‌تکاملی، تعامل عوامل محیطی و انتخاب‌های مدیریتی را با هدف نهایی همسوسازی نرخ‌های تغییر خارجی و درونی فرض می‌کند [۹]. لذا، حالت همسویی، حالت نوسازی است. مطابق با مفهوم برابری، این حالت از شرایط اولیه مختلف با استفاده از مسیرهای مختلف قابل دستیابی است [۳۸]. در واقع، تحقیقات موجود در زمینه نوسازی استراتژیک چندین نتیجه را شناسایی کرد که شرکت را قادر می‌سازد تا بقای خود را حفظ کند. در کوتاه مدت، نتیجه در آمادگی فنی مشاهده می‌شود. در درازمدت، هدف نوسازی استراتژیک دستیابی به وضعیت تناسب بیرونی است - مفهومی که ریشه در بوم‌شناسی جمعیت دارد و دیدگاه قابلیت‌های پویا مانند تناسب تکاملی اعمال می‌شود (هلفات و همکاران)^۱. طبقه‌بندی اول به بعد زمانی اشاره دارد. محققان اغلب تناسب فنی را از نظر عملکرد بهبود یافته (مانند بازده فروش، بازده دارایی) عملیاتی می‌کنند [۱۸]، ارزش‌گذاری بازار [۲۴]، کارایی هزینه [۲]، سودآوری، رقابت (برای مثال [۳]). تناسب اندام تکاملی از طریق بهبود موقعیت بازار [۲۸] و کاهش پایداری استراتژیک [۲۵] آشکار می‌شود. خط تقسیم دیگر به نتایج مستقیم در مقابل نتایج غیرمستقیم اشاره دارد. در حالی که عملکرد کوتاه‌مدت و بلندمدت معیارهای نهایی/غیرمستقیم در نظر گرفته می‌شوند، بخش بزرگی از تحقیقات موجود بر روی پدیده‌های مستقیم، یعنی محتوا تمرکز می‌کنند. در اینجا، پژوهشگران دیدگاه مبتنی بر منابع و قابلیت‌های پویا، تحول منابع شرکت را بررسی می‌کنند (مانند [۱])، یا توسعه مجموعه‌ای از قابلیت‌های جدید که به سازمان‌ها اجازه می‌دهد با موفقیت در آینده رقابت کند [۶]. گروه دیگری از نتایج شامل تغییرات در کسب و کار اصلی (تنوع محصول - بازار) است (مانند [۲۳])، نوآوری در مدل کسب و کار [۶۱]، فعالیت‌های سرمایه‌گذاری شرکتی و ظهور طرح‌ها و فرم‌های سازمانی جدید [۴۸]. در این راستا، مبانی نظری مربوط به نوسازی استراتژیک از تحقیقات نوآوری نشأت می‌گیرد و نتایج را بر حسب نوآوری، فناوری و اشاعه فناوری مفهوم‌سازی می‌کند [۳]. قابل توجه است که تغییرات ذکر شده در بالا می‌تواند رادیکال یا افزایشی باشد [۳۰]، که نتایج را به ساختار و شیوه‌های فرآیند نوسازی استراتژیک مرتبط می‌کند.

¹ Helfat et al., 2007

تحقیقات اخیر در مورد نوسازی استراتژیک اهمیت آن را برای سازگاری و تاب‌آوری سازمانی برجسته می‌کند. نوسازی استراتژیک به طور قابل توجهی بر رشد اشتغال در بحران‌ها تأثیر می‌گذارد، به طوری که شرکت‌های خانوادگی از هم‌افزایی بین اعضا برای افزایش نوآوری و انعطاف‌پذیری سود می‌برند [۳۲]. مضامین کلیدی در تحقیق نوسازی استراتژیک شامل سوابق، شروع، منطق، ساختار، فرآیند و نتایج است. واحدهای سرمایه‌گذاری شرکتی می‌توانند نقش مهمی در نوسازی استراتژیک، استفاده از قابلیت‌های پویا و ساختارهای دوسویه برای ایجاد نوآوری‌های تجاری جدید ایفا کنند [۶۲]. نوسازی استراتژیک مبتنی بر یادگیری تحت تأثیر عوامل فردی، سازمانی و خارجی است که از طریق سازوکار شهودی، تفسیری، یکپارچه‌سازی و نهادینه‌سازی عمل می‌کند [۴۱]. این فرآیندها به عملکرد بلندمدت و پایداری شرکت کمک می‌کنند. نوسازی استراتژیک رویکرد حیاتی برای سازمان‌ها برای انطباق با محیط‌های متغیر و حفظ مزیت رقابتی است.

این تحقیق به بررسی گسترده‌ای در مبانی نظری نوسازی استراتژیک پرداخته و با استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی و مرور نظام‌مند مبانی نظری، تلاش کرده است تا چهره‌ها و پویایی‌های این حوزه حیاتی را روشن سازد. از طریق این مطالعه، ارتباطات بین مضامین مختلف نوسازی استراتژیک مورد تأکید قرار گرفت و چارچوبی برای درک بهتر و ارتباط این مضامین به صورت یک داستان منسجم ارائه شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که نوسازی استراتژیک تنها یک واکنش به شوک‌های خارجی نیست، بلکه نشان‌دهنده گرایش استراتژیکی است که سازمان‌ها برای تضمین بقا و مزیت رقابتی در بلندمدت اتخاذ می‌کنند.

تحقیق شش مضمون اصلی را شناسایی کرده است که جوهره نوسازی استراتژیک را تشکیل می‌دهند: پیشینه‌ها، آغاز، منطق، ساختار، فرایند و نتایج. این مضامین به طور جمعی طبیعت جامع نوسازی استراتژیک را برجسته می‌سازند و بر پیچیدگی و جنبه‌های چندبعدی مدیریت تغییر در سازمان تأکید دارند. پیشینه‌ها شامل نوآوری‌های فناورانه، فشارهای رقابتی و پویایی‌های داخلی سازمانی هستند که زمینه‌ساز ابتکارات نوسازی استراتژیک می‌شوند. آغاز این تلاش‌ها اغلب با درک عدم تناسب بین استراتژی سازمان و محیط خارجی آن یا با رهبری ژرف‌نگر که به دنبال بازتعریف مسیر سازمان است، فعال می‌شود.

منطق پشت تلاش‌های نوسازی استراتژیک بر اساس تمایل به ارتقاء توانمندی‌های سازمانی و همراستا سازی شیوه‌های کسب‌وکار با روندهای بازار و فناوری است. این مطالعه، نقش حیاتی ساختارهای تطبیق‌پذیر را که اجرای استراتژی‌های نوسازی را تسهیل می‌کنند، مورد تأکید قرار داده است، ساختارهایی که تصمیم‌گیری چابک و فرهنگ نوآورانه را ترویج می‌دهند. فرایند نوسازی استراتژیک، که با یادگیری تکراری و سازگاری مداوم مشخص می‌شود؛ نیازمند سازگاری قوی برای ادغام و همراستایی با عملیات و اهداف استراتژیک سازمان است. نتایج نوسازی استراتژیک، با یکدیگر متفاوت هستند اما به طور کلی بر بهبود عملکرد سازمانی، حفظ مزیت رقابتی پایدار و افزایش تاب‌آوری در برابر نوسانات محیطی اشاره دارند. این مطالعه تأکید می‌کند موفقیت در نوسازی استراتژیک به توانایی سازمان در ادغام و تعادل مؤثر این نتایج با اهداف استراتژیک بلندمدت آن بستگی دارد.

نتایج مطالعات قبل نشان می‌دهد تحقیقات در مورد نوسازی استراتژیک چندین موضوع و اصول کلیدی را شناسایی کرده است. نوسازی استراتژیک فرآیندی است که توسط آن سازمان‌ها قابلیت‌ها و قصد استراتژیک خود را برای تغییر وابستگی مسیر تغییر می‌دهند. همچنین مطالعات پیشین، شروع، منطق، ساختار، فرآیند و نتایج آن را بررسی کرده‌اند. سه اصل کلیدی نوسازی استراتژیک پایدار عبارتند از تطبیق نرخ‌های تغییر داخلی و خارجی، توسعه خود سازمان‌دهی و متعادل‌سازی اکتشاف و بهره‌برداری. با این حال، نوسازی استراتژیک سودآور همچنان چالش‌برانگیز است، تنها تعداد کمی از شرکت‌ها در نوسازی فعال و در عین حال حفظ سودآوری برتر موفق می‌شوند. تحقیقات آینده باید بر ادغام حوزه‌های پراکنده و کاوش در ماهیت فرآیندی و اجرای نوسازی استراتژیک برای درک بهتر پیچیدگی‌ها و نتایج آن متمرکز شود.

با این حال، این تحقیق چندین شکاف و زمینه‌هایی برای تحقیقات آینده را شناسایی کرده است. مبانی نظری هنوز در ارائه شواهد تجربی در مورد تأثیرات بلندمدت نوسازی استراتژیک در حال تکامل است. نیاز به مطالعات طولی بیشتری وجود دارد که می‌توانند مسیرهای تلاش‌های نوسازی استراتژیک و پایداری آنها را در طول زمان دنبال کنند. علاوه بر این، در حالی که این مطالعه اهمیت پیشینه‌های داخلی و خارجی را در آغاز نوسازی استراتژیک مورد تأکید قرار داده، تحقیقات بیشتر می‌تواند بررسی کننده شرایط خاصی باشند که در آن بعضی از پیشینه‌ها تأثیر بیشتری دارند. با توجه به اهمیت مفهوم پایداری در جوامع امروزی، پیشنهاد می‌گردد در مورد نوسازی استراتژیک و اهمیت آن برای سازمان‌هایی که با بحران‌ها و شوک‌های زیست‌محیطی مواجه هستند، تحقیق گردد. همچنین، در تحقیقات آینده، مطالعاتی بر پیچیدگی نوسازی استراتژیک و نقش حیاتی آن در موفقیت سازمانی، به ویژه در زمان عدم اطمینان و تغییرات سریع انجام شود.

این تحقیق برای عملکردگراها بر اهمیت ترویج فرهنگی تأکید کرده که یادگیری مداوم و سازگاری را پشتیبانی می‌کند و این مهم برای نوسازی استراتژیک حیاتی است. به طور خلاصه، این تحقیق نه تنها دانش موجود در مورد نوسازی استراتژیک را غنی‌تر کرده است بلکه زمینه‌هایی برای تحقیقات علمی مداوم و کاربرد عملی را فراهم آورده است. این تحقیق به دنبال دیدگاهی متوازن است که هم بعد پیشگیرانه و هم واکنشی نوسازی استراتژیک را در نظر گیرد و برای استراتژی‌هایی که نه تنها به چالش‌های فوری پاسخ می‌دهند بلکه با رشد و سازگاری بلندمدت سازمان هماهنگ هستند، وکالت کند. بر این مبنا، طبیعت پویای نوسازی استراتژیک نیازمند ترکیبی از رهبری ژرفاندیش، برنامه‌ریزی استراتژیک محکم و فرهنگی است که نوآوری و تغییر را نمایان می‌کند و همه اینها برای سازمان‌هایی که به دنبال موفقیت در یک منظره جهانی در حال تغییر هستند، ضروری است.

یکی از دلایل اصلی نوسازی استراتژیک، نیاز به استراتژی نوآوری است که شامل تعهد شرکت به توسعه محصولات و خدمات جدید است، همانطور که با تأکید بر تأمین مالی تحقیق و توسعه، تنوع عرضه‌ها برجسته می‌شود. علاوه بر این، انعطاف‌پذیری استراتژیک نقش مهمی ایفا می‌کند، زیرا به سازمان‌ها اجازه می‌دهد منابع و فرایندها را دوباره پیکربندی کنند تا به طور موثر به محیط‌های پویا پاسخ دهند و در نتیجه عملکرد را بهبود بخشند. علاوه بر این، در زمینه تحریم‌های اقتصادی، شرکت‌ها باید در جهت‌گیری استراتژیک داخلی برای رفع چالش‌ها و حفظ کارایی عملیاتی شرکت کنند. این ترکیبی از نوآوری، انعطاف‌پذیری و سازگاری استراتژیک برای شرکت‌ها برای حفظ رشد و عملکرد در بازارهای آشفته حیاتی است و در نهایت منجر به یک مزیت رقابتی پایدار می‌شود.



منابع

1. Agarwal, R., & Helfat, C. E. (2009). Strategic renewal of organizations. *Organization science*, 20(2), 281-293. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0423>
2. Albertini, E. (2019). The contribution of management control systems to environmental capabilities. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 1163-1180. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3810-9>
3. Amankwah-Amoah, J., Ottosson, J., & Sjögren, H. (2017). United we stand, divided we fall: historical trajectory of strategic renewal activities at the Scandinavian Airlines System, 1946–2012. *Business History*, 59(4), 572-606. <https://doi.org/10.1080/00076791.2016.1250743>
4. Angwin, D., & Contardo, I. (1999). Unleashing Cerberus: don't let your MBOs turn on themselves. *Long Range Planning*, 32(5), 494-504. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(99\)00088-6](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(99)00088-6)
5. Au, K., Han, S., & Chung, H. M. (2018). The impact of sociocultural context on strategic renewal: A twenty-six nation analysis of family firms. *Cross Cultural & Strategic Management*, 25(4), 604-627. <https://doi.org/10.1108/CCSM-07-2017-0090>
6. Baden-Fuller, C., & Volberda, H. W. (1997). Strategic renewal: How large complex organizations prepare for the future. *International Studies of Management & Organization*, 27(2), 95-120. <https://doi.org/10.1080/00208825.1997.11656709>
7. Barr, P. S., Stimpert, J. L., & Huff, A. S. (1992). Cognitive change, strategic action, and organizational renewal. *Strategic management journal*, 13(S1), 15-36. <https://doi.org/10.1002/smj.4250131004>
8. Basu, S., & Wadhwa, A. (2013). External venturing and discontinuous strategic renewal: An options perspective. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 956-975. <https://doi.org/10.1111/jpim.12039>
9. Ben-Menahem, S. M., Kwee, Z., Volberda, H. W., & Van Den Bosch, F. A. (2013). Strategic renewal over time: the enabling role of potential absorptive capacity in aligning internal and external rates of change. *Long range planning*, 46(3), 216-235. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2012.09.012>
10. Binns, A., Harreld, J. B., O'Reilly, C., & Tushman, M. L. (2014). The art of strategic renewal. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 21-23. <https://sloanreview.mit.edu/article/the-art-of-strategic-renewal/>
11. Brereton, P., Kitchenham, B. A., Budgen, D., Turner, M., & Khalil, M. (2007). Lessons from applying the systematic literature review process within the software engineering domain. *Journal of systems and software*, 80(4), 571-583. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2006.07.009>
12. Bunderson, J. S., & Boumgarden, P. (2010). Structure and learning in self-managed teams: Why "bureaucratic" teams can be better learners. *Organization Science*, 21(3), 609-624. <https://doi.org/10.1287/orsc.1090.0483>
13. Burgelman, R. A. (1983). A model of the interaction of strategic behavior, corporate context, and the concept of strategy. *Academy of management Review*, 8(1), 61-70. <https://doi.org/10.5465/amr.1983.4287661>
14. Chakravarthy, B., & Gargiulo, M. (1998). Maintaining leadership legitimacy in the transition to new organizational forms. *Journal of Management Studies*, 35(4), 437-456. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00104>
15. Chandra, S., Verma, S., Lim, W. M., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1529-1562. <https://doi.org/10.1002/mar.21670>
16. Ciszewska-Mlinarič, M., & Wójcik, P. (2023). What do we talk about when we talk about strategic renewal: a systematic literature review of 40 years of research. *Central European Management Journal*, 31(3), 416-441. <https://doi.org/10.1108/CEMJ-01-2023-0003>
17. Crossan, M. M., & Berdrow, I. (2003). Organizational learning and strategic renewal. *Strategic management journal*, 24(11), 1087-1105. <https://doi.org/10.1002/smj.342>
18. Dai, W. D., Mao, Z. E., Zhao, X. R., & Mattila, A. S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 42-55. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.011>
19. D'Aveni, R. A., Dagnino, G. B., & Smith, K. G. (2010). The age of temporary advantage. *Strategic management journal*, 31(13), 1371-1385. <https://doi.org/10.1002/smj.897>
20. Diaz-Fernandez, M., Pasamar-Reyes, S., & Valle-Cabrera, R. (2017). Human capital and human resource management to achieve ambidextrous learning: A structural perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(1), 63-77. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.002>
21. Diodato, V. P., & Gellatly, P. (2013). *Dictionary of bibliometrics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203714133>
22. Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
23. Eggers, J. P., & Kaplan, S. (2009). Cognition and renewal: Comparing CEO and organizational effects on incumbent adaptation to technical change. *Organization science*, 20(2), 461-477. <https://doi.org/10.1287/orsc.1080.0401>
24. Eklund, J., & Kapoor, R. (2019). Pursuing the new while sustaining the current: Incumbent strategies and firm value during the nascent period of industry change. *Organization Science*, 30(2), 383-404. <https://doi.org/10.1287/orsc.2018.1229>

25. Fang, H. C., Chrisman, J. J., & Holt, D. T. (2021). Strategic persistence in family business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(4), 931-950. <https://doi.org/10.1177/10422587211001806>
26. Farjoun, M., & Fiss, P. C. (2022). Thriving on contradiction: Toward a dialectical alternative to fit-based models in strategy (and beyond). *Strategic Management Journal*, 43(2), 340-369. <https://doi.org/10.1002/smj.3342>
27. Flier, B., Bosch, F. A. V. D., & Volberda, H. W. (2003). Co-evolution in strategic renewal behaviour of British, Dutch and French financial incumbents: Interaction of environmental selection, institutional effects and managerial intentionality. *Journal of management studies*, 40(8), 2163-2187. <https://doi.org/10.1046/j.1467-6486.2003.00416.x>
28. Floyd, S. W., & Lane, P. J. (2000). Strategizing throughout the organization: Managing role conflict in strategic renewal. *Academy of management review*, 25(1), 154-177. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791608>
29. Friesl, M., & Silberzahn, R. (2012). Challenges in establishing global collaboration: Temporal, strategic and operational decoupling. *Long Range Planning*, 45(2-3), 160-181. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2011.11.004>
30. Fuentes-Henríquez, F., & Del Sol, P. (2012). Analogical foundation of the scope of organizational change. *Journal of Organizational Change Management*, 25(1), 163-185. <https://doi.org/10.1108/09534811211199646>
31. Glanzel, W. (2003). *Bibliometrics as a research field a course on theory and application of bibliometric indicators*.
32. Gómez, J. M., & Rodríguez, Y. E. (2024). Strategic renewal of family firms to face vulnerability risks during times of crisis. *International Journal of Social Economics*, 51(12), 1538-1564. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2022-0771>
33. Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990). Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic management journal*, 5-15. <https://www.jstor.org/stable/2486666>
34. Hallinger, P., & Kovačević, J. (2022). Applying bibliometric review methods in education: rationale, definitions, analytical techniques, and illustrations. *International Encyclopedia of Education: Fourth Edition*, 546-556. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.05070-3>
35. Hirsch, P. M., & Levin, D. Z. (1999). Umbrella advocates versus validity police: A life-cycle model. *Organization Science*, 10(2), 199-212. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.2.199>
36. Huff, J. O., Huff, A. S., & Thomas, H. (1992). Strategic renewal and the interaction of cumulative stress and inertia. *Strategic Management Journal*, 13(S1), 55-75. <https://doi.org/10.1002/smj.4250131006>
37. Jantunen, A., Tuppur, A., & Pätäri, S. (2022). Dominant logic—Cognitive and practiced facets and their relationships to strategic renewal and performance. *European Management Journal*, 42(1), 108-118. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.07.004>
38. Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). Organizations and the system concept. *Classics of organization theory*, 80(480), 27. <https://pdfcoffee.com/4-katzkahn-organizations-and-the-system-conceptdoc-pdf-free.html>
39. Kobrin, S. J. (2017). Bricks and mortar in a borderless world: Globalization, the backlash, and the multinational enterprise. *Global Strategy Journal*, 7(2), 159-171. <https://doi.org/10.1002/gsj.1158>
40. Kwee, Z., Van Den Bosch, F. A., & Volberda, H. W. (2011). The influence of top management team's corporate governance orientation on strategic renewal trajectories: a longitudinal analysis of Royal Dutch Shell plc, 1907-2004. *Journal of Management Studies*, 48(5), 984-1014. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00961.x>
41. Maharani, I. A. K., Sukoco, B. M., Usman, I., & Ahlstrom, D. (2024). Learning-driven strategic renewal: systematic literature review. *Management Research Review*, 47(5), 708-743. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2023-0377>
42. Mollona, E. (2017). How visible is the visible hand of top management in strategic renewals? Guided evolution and the intraorganizational ecology model of adaptation. *Industrial and Corporate Change*, 26(4), 689-708. <https://doi.org/10.1093/icc/dtw049>
43. Nadler, D. A., & Tushman, M. L. (1980). A model for diagnosing organizational behavior. *Organizational Dynamics*, 9(2), 35-51. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(80\)90039-X](https://doi.org/10.1016/0090-2616(80)90039-X)
44. Nicholls-Nixon, C. L., & Jasinski, D. (1995). The blurring of industry boundaries: An explanatory model applied to telecommunications. *Industrial and Corporate Change*, 4(4), 755-768. <https://doi.org/10.1093/icc/4.4.755>
45. Post, C., Lokshin, B., & Boone, C. (2022). What changes after women enter top management teams? A gender-based model of strategic renewal. *Academy of Management Journal*, 65(1), 273-303. <https://doi.org/10.5465/amj.2018.1039>
46. Potter, W. G. (1981). Introduction to library trends 30 (1) summer 1981: Bibliometrics. <https://hdl.handle.net/2142/7179>
47. Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of documentation*, 25(4), 348-349. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1570009750342049664>
48. Riviere, M., & Suder, G. (2016). Perspectives on strategic internationalization: Developing capabilities for renewal. *International Business Review*, 25(4), 847-858. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.10.004>
49. Rumelt, R. P. (1995). *Inertia and transformation, in Resource-based and evolutionary theories of the firm: Towards a synthesis*, Springer. 101-132. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-2201-0_5
50. Schilke, O., Hu, S., & Helfat, C. E. (2018). Quo vadis, dynamic capabilities? A content-analytic review of the current state of knowledge and recommendations for future research. *Academy of management annals*, 12(1), 390-439. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0014>

51. Schleicher, D. J., Baumann, H. M., Sullivan, D. W., Levy, P. E., Hargrove, D. C., & Barros-Rivera, B. A. (2018). Putting the system into performance management systems: A review and agenda for performance management research. *Journal of management*, 44(6), 2209-2245. <https://doi.org/10.1177/0149206318755303>
52. Schmitt, A., Barker III, V. L., Raisch, S., & Whetten, D. (2016). Strategic renewal in times of environmental scarcity. *Long Range Planning*, 49(3), 361-376. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.08.004>
53. Schmitt, A., Raisch, S., & Volberda, H. W. (2018). Strategic renewal: Past research, theoretical tensions and future challenges. *International Journal of Management Reviews*, 20(1), 81-98. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12117>
54. Schrader, A. M. (1981). *Teaching bibliometrics*, Graduate School of Library and Information Science. University of Illinois at Urbana-Champaign. 151-172. <http://hdl.handle.net/2142/7192>
55. Şenel, E., & Demir, E. (2018). Bibliometric and scientometric analysis of the articles published in the journal of religion and health between 1975 and 2016. *Journal of religion and health*, 57, 1473-1482. <https://doi.org/10.1007/s10943-017-0539-1>
56. Shu, C., De Clercq, D., Zhou, Y., & Liu, C. (2019). Government institutional support, entrepreneurial orientation, strategic renewal, and firm performance in transitional China. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 433-456. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2018-0465>
57. Soykan, E., & Uzunboylu, H. (2015). The review of published articles on mobile learning area in EBSCO database. *Procedia-social and behavioral sciences*, 182, 710-717. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.818>
58. Strobel, M., Tumasjan, A., Spoerle, M., & Welp, I. M. (2017). Fostering employees' proactive strategic engagement: Individual and contextual antecedents. *Human Resource Management Journal*, 27(1), 113-132. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12134>
59. Verbeke, A., Chrisman, J. J., & Yuan, W. (2007). A note on strategic renewal and corporate venturing in the subsidiaries of multinational enterprises. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 585-600. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00189.x>
60. Volberda, H. W., Van den Bosch, F. A., Flier, B., & Gedajlovic, E. R. (2001). Following the herd or not?: Patterns of renewal in the Netherlands and the UK. *Long Range Planning*, 34(2), 209-229. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(01\)00031-0](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(01)00031-0)
61. Warner, K. S., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long range planning*, 52(3), 326-349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.001>
62. Weiss, L., & Kanbach, D. K. (2023). Leveraging new business innovation for strategic renewal: An organizational framework for strategic corporate venturing. *Creativity and innovation management*, 32(2), 316-339. <https://doi.org/10.1111/caim.12553>
63. Williams Jr, R. I., Clark, L. A., Clark, W. R., & Raffo, D. M. (2021). Re-examining systematic literature review in management research: Additional benefits and execution protocols. *European management journal*, 39(4), 521-533. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2020.09.007>
64. Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational research methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>