

## شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار: مطالعه‌ای در صنعت نرم افزار

سید حسین جلالی\*

دریافت: ۱۳۹۲/۷/۱

پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۳

### چکیده

مطالعه در خصوص مفهوم شبکه استراتژیک و وجوه مختلف تاثیرگذاری آن در مسائل مرتبط با کسب و کار کمتر از سوی محققان داخلی مورد توجه واقع شده است. پژوهش حاضر می‌کوشد تا ضمن مفهوم سازی شبکه استراتژیک در قالب روابط درون صنعت و روابط برون صنعت و در نظر گرفتن مشخصه‌های تعدد، تنوع، تداوم و تراکم به عنوان ویژگی‌های کلیدی روابط پدیدار شده در بستر شبکه، به مطالعه رابطه میان این سازه و عملکرد کسب و کار بپردازد. با توجه به اتکای پژوهش بر شواهد تجربی، داده‌های مورد نیاز از ۷۴ شرکت نرم افزاری ثبت شده در اتحادیه صادرکنندگان نرم افزار ایران گردآوری شده است و تحلیل‌های آماری جهت شناسایی ابعاد گوناگون ارتباط میان شبکه استراتژیک و عملکرد به واسطه سنجش همبستگی و تحلیل رگرسیون در قالب هفت مدل مجزا صورت پذیرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد روابط درون صنعت و روابط برون صنعت در کلیت مفهومی خود نقش موثری بر بهبود عملکرد کسب و کار دارند. به علاوه، با تقویت ویژگی‌های تعدد، تداوم و تراکم در روابط درون صنعت و نیز تقویت ویژگی تنوع در روابط برون صنعت می‌توان نقش مثبت شبکه استراتژیک را بر عملکرد کسب و کار ارتقا داد. مفاهیم کلیدی: شبکه استراتژیک، شبکه سازی، عملکرد کسب و کار، صنعت نرم افزار.

---

\* کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی Jalalimba@gmail.com

فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال هشتم، شماره ۳۱، پاییز ۱۳۹۲، ص ۶۰-۳۷

## مقدمه

صاحبان صنایع و مدیران بنگاه‌های اقتصادی به منظور فعالیت در بازار با دو پارادایم متفاوت رقابت و یا همکاری مواجه هستند. در سالیان اخیر، شرایط حاکم بر بازار و فضای رقابتی در هم تنیده میان شرکت‌ها سبب شده است تا استراتژی همکاری از جذابیت بالایی برخوردار شود و علاوه بر جلب توجه مدیران، به موضوعی چالش برانگیز برای محققان حوزه استراتژی تبدیل شود. اتخاذ استراتژی همکاری ارتباط تنگاتنگی با مفهوم شبکه و شبکه سازی دارد. مفهوم شبکه استراتژیک در مقاله سال ۲۰۰۰ گوالاتی، نوری و زهیر برای اشاره به مجموعه روابط یک شرکت با تمامی عناصر محیط کسب و کار از جمله مشتریان، تامین‌کنندگان، رقبا، گروه‌های مختلف ذینفعان و نیز سازمان‌ها و نهادهای گوناگون از یک صنعت یا ناحیه جغرافیایی یا در میان صنایع و نواحی جغرافیایی مختلف مورد استفاده قرار گرفته است (Gulati, Nohria & Zaheer, 2000). شبکه استراتژیک کسب و کار بستر مساعدی برای شکل‌گیری همکاری میان مجموعه‌ای از بنگاه‌های اقتصادی (و احیاناً نهادهای غیراقتصادی) است که بر مبنای فلسفه برد-برد جهت‌گیری استراتژیک اعضا را در قبال یکدیگر و نیز نسبت به فعالیت در بازار تعیین می‌گرداند. از حیث مبانی فلسفی مدیریت استراتژیک، اصطلاح شبکه استراتژیک به مجموعه‌ای از توافقات غیررسمی میان کسب و کارهای گوناگون اطلاق می‌گردد که امکان به اشتراک‌گذاری و بهره‌گیری از منابع در اشکال مختلف را برای هر یک از اعضای شبکه به ارمغان می‌آورد؛ از این حیث، برخی از محققان شبکه کسب و کار را در معنا و مفهوم در تشابه با ائتلاف استراتژیک می‌دانند (Zheng, Liu & George, 2010)؛ هر چند ماهیت شبکه استراتژیک غیررسمی بوده و همانند برخی از ائتلاف‌های استراتژیک نیاز به تدوین قرارداد مشخص، تبیین حدود نقش‌های متقابل و ایجاد رسمیت ندارد. بنابراین، می‌توان شبکه استراتژیک را به صورت دقیق‌تر با وجه غیررسمی ائتلاف‌های استراتژیک معادل دانست. با وجود مطالعات متعددی که در سالیان اخیر به بررسی شبکه استراتژیک اختصاص یافته است؛ همچنان نیاز به تحقیق و تعمق بر ماهیت شبکه استراتژیک، ویژگی‌های مختص بدان و پویایی روابط درون شبکه از سوی محققان مورد اشاره قرار گرفته است (Goerzen & Beamish, 2005).

اگرچه فعالیت در نظام‌های اقتصادی در حال توسعه، به سبب سطوح بالای عدم اطمینان نیاز به وجود یک شبکه کارا را به عنوان یک الگوی غالب مطرح می‌کند؛ با این وجود، تحقیق در مورد شبکه استراتژیک و ماهیت آن به عنوان یک الگوی کسب و کار اکثراً در

نظام‌های اقتصادی توسعه یافته مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که به گواه اندک مطالعات موجود، شبکه سازی یکی از نیازهای اساسی بنگاه‌های تجاری کشورهای در حال توسعه برای موفقیت در بازار است (زالی، شات، کردنائیچ و نجفیان، ۱۳۹۱). پژوهش حاضر با در نظر گرفتن خلا تحقیقاتی موجود در داخل کشور نسبت به مفهوم شبکه استراتژیک، به رابطه میان شبکه و عملکرد کسب و کار اختصاص یافته است. بهبود عملکرد همواره از دغدغه‌های اصلی مدیران در بنگاه‌های تجاری بوده است و محققان برای رفع این دغدغه از نظریات و دیدگاه‌های متنوعی بهره گرفته‌اند. وجه نوآورانه پژوهش حاضر در بررسی عملکرد، بهره‌گیری از مفهوم شبکه استراتژیک به عنوان بنیان نظری است. بدین ترتیب پژوهش حاضر می‌کوشد تا با بررسی ارتباط میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار، پرسش در خصوص ارتباط شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار را از طریق بررسی ماهیت و مشخصه‌های کیفی روابط پدیدار شده در بستر شبکه پاسخ دهد. برای دستیابی بدین هدف ابتدا پیشینه نظری موجود در خصوص شبکه استراتژیک و وجوه گوناگون آن بررسی شده است و در ادامه ضمن در نظر گرفتن صنعت نرم افزار به عنوان منبع گردآوری شواهد تجربی؛ ویژگی‌های روش شناختی، جزئیات تجزیه و تحلیل‌های آماری و جمع بندی حاصل از یافته‌های پژوهش مورد اشاره قرار گرفته است.

## مبانی نظری

### مفهوم شبکه استراتژیک کسب و کار

بکارگیری الگو و مدل بهینه راهبری کسب و کار یکی از مهمترین تصمیمات پیش روی مدیران به شمار می‌رود؛ تغییرات پی در پی شرایط محیطی، تحولات تجاری و پیدایش نقاط عطف در روند جاری اداره کسب و کار سبب اهمیت بیش از پیش تصمیم‌گیری در خصوص مدل کسب و کار و تلاش برای یافتن الگوها و مفاهیم جایگزین می‌گردد. از زمان طرح مفهوم شبکه استراتژیک توسط محققان عرصه مدیریت استراتژیک به عنوان مدل نوینی برای اداره کسب و کار و دستیابی به کارایی بیشتر در بازار بیش از یک دهه می‌گذرد و به نظر می‌رسد این الگو چه در حوزه نظری و چه در حوزه عملی به سطح مناسبی از بلوغ مفهومی رسیده باشد. در ساده‌ترین تعریف، شبکه کسب و کار را می‌توان مجموعه ارتباطات یک بنگاه تجاری با تمامی عناصر تجاری و غیر تجاری محیط دانست (Hite & Hesterly, 2001). این عناصر طیف وسیعی از شرکت‌های رقیب، توزیع کنندگان، تامین کنندگان،

سازمان‌های مالی، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، نهادهای دولتی و مراکز قانون‌گذاری و قضایی را شامل می‌شوند. گولاتی و همکارانش (۲۰۰۰) معتقدند شبکه استراتژیک که می‌توان آن را به اشکال گوناگونی از جمله ائتلاف‌های استراتژیک رسمیت بخشید؛ پارادایم کلاسیک رقابت یک بنگاه در بازار را منسوخ کرده و در عوض، پارادایم همکاری میان بنگاه‌های تجاری و برقراری روابط استراتژیک میان عناصر بازار جهت دستیابی به اهداف مطلوب برای طرفین را ترویج می‌نماید (Gulati et.al, 2000). بسیاری از محققان شبکه را با قابلیت انتقال دانش میان اعضای آن و تسهیل در خلق ارزش از دانش جاری میان عناصر شبکه تبیین می‌کنند (Sternberg, 2000; Sampson, 2007; Padula, 2008)؛ این تعاریف که به لحاظ خاستگاه ریشه در رویکرد دانش محور دارند، شبکه استراتژیک را بستری پویا برای تبادل دانش فرض می‌کنند (Hagedoorn & Duysters, 2002)؛ و بیش از آنکه شبکه را از حیث ساختاری مورد تبیین قرار دهند، این مفهوم را از وجوه کارکردی مورد بررسی قرار می‌دهند. دو کارکرد شبکه استراتژیک بیش از دیگر مزایای بالقوه ناشی از آن مورد توجه محققان قرار گرفته است، این دو کارکرد شامل نقش شبکه در فراهم آوردن دسترسی به منابع موجود در شبکه و نیز منفعت ناشی از ارتباط با اعضای شبکه است (Li, Veliyath & Tan, 2013). این مزایا سبب شده تا بخش عمده‌ای از بسط نظری مفهوم شبکه استراتژیک پیرامون کسب و کارهای کوچک و یا نوظهور شکل گیرد و مفهوم شبکه به عنوان یک ابزار استراتژیک در مباحث کارآفرینی و در طی فرایند ظهور و رشد کسب و کار مطرح شود (Greve & Salaff, 2003; Schutjens & Stam, 2003; Hite, 2005; Ahlstrom & Bruton, 2006).

تلاش برای مفهوم سازی شبکه استراتژیک غالباً با اشاره به نقش این مفهوم در وجوه مختلف کسب و کار همراه بوده است. باوم و همکاران در پژوهش خود میان شرکت‌های فعال در حوزه زیست فناوری، رابطه میان شبکه و عملکرد را به ویژه از حیث عملکرد کسب و کار در نوآوری مورد توجه قرار داده‌اند (Baum, Calabrese & Silverman, 2000)؛ آیرلند و همکارانش کانون پژوهش خود را به رابطه میان شبکه کسب و کار و توسعه محصولات جدید معطوف نموده‌اند (Ireland, Hitt, Camp & Sexton, 2001)؛ هایت و هسترلی نیز در تحقیقات خود با استناد به تاثیر شبکه‌ها بر طی موفقیت آمیز مراحل پیدایش و رشد کسب و کار، به ظهور ناگزیر شبکه‌ها در مراحل ابتدایی برپایی کسب و کار و سپس نیاز به مدیریت هدفمند توسعه شبکه در مراحل بعدی اشاره می‌کنند (Hite & Hesterly, 2001)؛

مطالعه بر روی شرکت‌های مالزیایی نیز با تایید رابطه میان شبکه کسب و کار و عملکرد، به ویژه بر عواید مالی ناشی از شبکه استراتژیک کسب و کار دلالت دارد (Ismail & Kwee, 2003). از حیث منافع ارتباطی، دو پژوهش با تمرکز بر شبکه روابط برون سازمانی مدیران ارشد، رابطه مستقیم میان کارکرد ارتباطی شبکه به عنوان وجه برآمده از تعاملات انسانی را با عملکرد کسب و کار مورد تایید قرار داده‌اند (Collins & Clark, 2003; Kim, 2005). مطالعاتی نیز هستند که به نقش شبکه‌ها بر یادگیری سازمانی و نوآوری اذعان نموده‌اند (Dyer & Nobeoka, 2000; Schönström, 2005). وان هاوریک و همکارانش نیز بررسی شبکه و خلق تکنولوژی را در دستور کار خود قرار داده و برقراری روابط میان سازمانی را عاملی در جهت خلق و توسعه تکنولوژی ذکر نموده‌اند (Vanhaverbeke, Gilsing & Duysters, 2012). در میان ابعاد گوناگون کسب و کار، تشریح رابطه میان شبکه کسب و کار و عملکرد از جذابیت و گستره بیشتری برای محققان برخوردار بوده است و پژوهش‌های متعدد و مطرحی همچون پژوهش‌های انجام شده توسط گوئرنز و بنامیش (Goerzen & Beamish, 2005)؛ زهیر و بل (Zaheer & Bell, 2005)؛ گوئرنز (Goerzen, 2007)؛ کوکا و پرسکات (Koka & Prescott, 2008)؛ سوامیناتان و مورمن (Swaminathan & Moorman, 2009)؛ و لی و همکاران (Li et.al, 2013)؛ به بررسی وجوه مختلف رابطه میان این دو سازه پرداخته‌اند. فصل مشترک مطالعات یادشده تاکید بر نقش مثبت شبکه استراتژیک بر عملکرد کسب و کار و در نتیجه قابلیت مفهوم شبکه برای تبدیل شدن به مدل و فلسفه کسب و کار است.

### ماهیت و ویژگی روابط در شبکه استراتژیک

هنگامی که یک شبکه میان مجموعه‌ای از بنگاه‌های تجاری شکل می‌گیرد، اداره شبکه و تداوم آن به واسطه پدیدآمدن چالش‌های ناشی از تضاد منافع، ناهمگونی‌های فرهنگی و تفاوت سطح ساختاری اهمیت می‌یابد (Zheng et.al, 2010). این چالش‌ها به ویژه زمانی که اعضای شبکه به سبب مولفه‌هایی مانند اندازه، سابقه فعالیت و یا پیش زمینه صنعتی ناهمگون باشند تشدید خواهد شد. از حیث ماهیت، دو گونه روابط درون صنعت و روابط برون صنعت در بستر شبکه استراتژیک شکل می‌گیرد (Vanhaverbeke et.al, 2012; Li et.al, 2013). روابط درون صنعت به روابطی اطلاق می‌گردد که میان یک بنگاه تجاری با دیگر بنگاه‌ها از همان صنعت شکل می‌گیرد؛ این دسته از روابط سبب تعمیق دانش

تکنولوژیک بنگاه، ارتقای سطح تخصص و شایستگی‌های بنگاه در صنعت و دستیابی به منابع مکملی می‌گردد که بنگاه را در اقدام به نوآوری یاری می‌رساند (Dyer & Nobeoka, 2000; Vanhaverbeke et.al, 2012). داس و تنگ معتقدند روابط درون صنعت علاوه بر مزایای یاد شده سبب کاهش ریسک عملیاتی بنگاه در بازار خواهند شد (Das & Teng, 2001). باتلت و همکارانش نیز به نقش روابط درون صنعت در تخصصی شدن فرایند تولید کالا یا ارائه خدمات و به تبع آن صرفه جویی نسبت به مقیاس اشاره دارند (Bathelt, Malmberg & Maskell, 2004). لی و همکارانش معتقدند روابط درون صنعت ضمن از میان برداشتن تهدیدات ناشی از عدم کفایت و یا عدم تقارن اطلاعات، سبب کاهش هزینه معاملات برای بنگاه-های تجاری خواهد شد. از سوی دیگر این گونه روابط می‌تواند توان بنگاه را برای کسب اطلاعات از رقبا و در نتیجه واکنش‌های به هنگام در برابر استراتژی‌های اتخاذ شده از سوی آنان به همراه داشته باشد (Li et.al, 2013).

روابط برون صنعت دومین گونه روابط پدیدار شده در شبکه استراتژیک به شمار می‌آیند، این روابط تعامل بنگاه را با ذی نفعان محیطی تسهیل می‌کنند. از این گونه روابط می‌توان به ارتباط بنگاه‌های تجاری با نهادهای مالی نظیر بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، بنگاه‌های تخصصی پخش و توزیع محصولات، موسسات حقوقی و یا بنگاه‌های تجاری و تولیدی در دیگر صنایع اشاره نمود که از حیث تکنولوژی مورد استفاده یا کانال‌های بازاریابی به محصولات بنگاه اصلی و یا به گروه هدف مخاطبان محصولات و خدمات بنگاه اصلی مرتبط می‌گردند و ارتباط با بنگاه اصلی برای آنها سبب ایجاد هم افزایی می‌شود. بسیاری از صاحب‌نظران عرصه مدیریت استراتژیک کارکرد اصلی روابط برون صنعت را در دسترسی به منابع دانش دانسته‌اند (Ahuja, 2000; Grabher, 2006); از سوی دیگر برخی از استنادات گویای ارتقای قابلیت رقابت کسب و کار از طریق توسعه روابط برون صنعت است (Zhang & Li, 2010). برقراری رابطه با عناصر برون صنعت ضمن تعمیق دانش تکنولوژیک بنگاه و روزآمد ساختن آن، می‌تواند زمینه ساز یادگیری سازمانی پویا، فهم بهتری از تغییر و تحولات در تقاضای بازار و تطبیق محصولات و خدمات با خواسته‌های جدید مشتریان باشد (Giuliani & Bell, 2005; Jiang, Tan & Thursby, 2011).

فارغ از ماهیت روابط در شبکه که می‌تواند با بنگاه‌های درون صنعت یا بنگاه‌های برون صنعت شکل گیرد، برخی از ویژگی‌ها بر کیفیت روابط تاثیرگذار می‌باشند. سوامیناتان و مورمن معتقدند ویژگی روابط در شبکه، عملکرد و بازده شبکه کسب و کار را تحت تاثیر خود

قرار می‌دهد (Swaminathan & Moorman, 2009). اگرچه تاثیر شبکه به ویژه برای دستیابی به عملکرد بهتر در کسب و کارهای کوچک پذیرفته شده است، با این وجود توافق چندانی در خصوص ویژگی روابط میان محققان وجود ندارد (Hite & Hesterly, 2001). پادولنی مشخصا به ویژگی روابط در شبکه‌ها به عنوان موضوعی اشاره می‌کند که در قیاس با تحقیقات معطوف به ساختار شبکه‌ها کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته است (Podolny, 2001). نکته مهم در خصوص مشخصه‌های روابط در شبکه، لزوم شناسایی این مشخصه‌ها و در نظر گرفتن آنها به هنگام بررسی عملکرد شبکه استراتژیک است (Zaheer & Bell, 2005). هوستون و جانسون در مقاله خود به تمرکز و اعتبار به عنوان دو ویژگی مهم روابط در شبکه اشاره کرده‌اند (Houston & Johnson, 2000). مطالعات متمرکز بر مشخصه‌های روابط در شبکه‌ها نشان می‌دهد ماهیت اغلب بلندمدت شبکه‌ها سبب اهمیت تداوم روابط می‌باشد (Ismail & Kwee, 2003; Li et.al, 2013); از سوی دیگر باید در نظر داشت که تداوم روابط معیار خوبی از میزان اعتباری است که محیط کسب و کار آن را به بنگاه نسبت می‌دهد. گوئرز و بئامیش معتقدند ویژگی روابط در شبکه عاملی تعیین کننده در کیفیت روابط و نیز در کیفیت تصمیماتی است که در قالب شبکه اتخاذ می‌شود؛ این دو محقق از تعدد روابط و همچنین تنوع موجود در روابط به عنوان دو مشخصه کلیدی روابط در شبکه‌ها یاد می‌کنند (Goerzen & Beamish, 2005). عامل تنوع در برخی پژوهش‌ها نیز مورد استناد قرار گرفته است (Gulati et.al, 2000); همچنین وان هاوربک و همکارانش تنوع در روابط را یکی از مشخصه‌های کلیدی و تاثیرگذار بر عملکرد شبکه‌ها می‌دانند (Vanhaverbeke et.al, 2012). گوئرز با اشاره به اندازه شبکه استراتژیک، تعدد روابط در شبکه و نیز درهم تنیدگی روابط یا تراکم را به عنوان ویژگی‌های اصلی روابط در شبکه در نظر گرفته است (Goerzen, 2007). کوکا و پرسکات تعدد روابط، تمرکز و نیز قوت روابط را در مطالعه خود در خصوص طراحی شبکه‌های استراتژیک مورد اشاره قرار داده‌اند (Koka & Prescott, 2008). سوامیناتان و مورمن از تراکم، اعتبار، تمرکز و کارایی به عنوان مهمترین ویژگی‌های روابط شبکه یاد می‌کنند (Swaminathan & Moorman, 2009). در میان مشخصه‌های روابط در شبکه‌ها، بیشترین میزان استنادات به تعدد روابط اختصاص یافته است، به نحوی که در اکثر مطالعات صورت پذیرفته در این حوزه، تعدد روابط از سوی محققان مورد استناد قرار گرفته است (Yang, Lin & Lin, 2010).

تعدد روابط به سبب ایجاد روابط متداخل و درهم تنیده اغلب به تراکم روابط نیز می‌انجامد (Swaminathan & Moorman, 2009).

از سوی دیگر، بسیاری از محققان ضمن در نظر گرفتن ویژگی‌های روابط در شبکه به تاثیرگذاری این ویژگی‌ها بر کیفیت روابط اشاره کرده و ویژگی‌های روابط را به عنوان متغیرهای تعدیل کننده در رابطه میان روابط شبکه و عملکرد در نظر گرفته‌اند. لی و همکارانش در نتایج تحقیقات خود دریافتند که تعدد، قوت و دوام روابط به عنوان متغیرهای تعدیل گر نقش مثبتی در رابطه میان روابط درون صنعت و عملکرد دارند، و در عین حال به عنوان متغیر تعدیل کننده اثر منفی بر روابط برون صنعت و عملکرد دارند (Li et.al, 2013). سوامیناتان و مورمن نیز نقش تعدیل کنندگی را برای مشخصه‌های شبکه در نظر گرفته و تاثیر آنها را در خلق ارزش از طریق شبکه‌های استراتژیک مورد سنجش قرار داده‌اند (Swaminathan & Moorman, 2009).

### چارچوب نظری

چارچوب نظری پژوهش حاضر اختصاص به بررسی ارتباط موجود میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار دارد. شبکه استراتژیک مفهومی وابسته به روابط شرکت و عناصر محیطی آن است. بنابراین در بررسی این روابط بایستی ماهیت آنها و همچنین مشخصه‌های کیفی یا ویژگی‌های بارز آنها را مورد مذاقه قرار داد. با توجه به استنادات متعدد مبنی بر وجود ارتباط مثبت میان روابط درون صنعت و عملکرد (Li et.al, 2004; Bathelt et.al, 2004; Das & Teng, 2001; 2013)؛ فرضیه اول پژوهش حاضر به صورت ذیل تعریف می‌گردد:

فرضیه ۱: روابط درون صنعت در بستر شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد.

حسب نتایج گزارش شده توسط آهوجا (Ahuja, 2000)؛ جولیانو و بل (Giuliani & Bell, 2005)؛ گرابر (Grabher, 2006)؛ ژانگ و لی (Zhang & Li, 2010)؛ و جیانگ و همکاران (Jiang et.al, 2011)؛ روابط برون صنعت می‌توانند ارتقای عملکرد کسب و کار را به همراه داشته باشند. بنابراین، فرضیه دوم پژوهش به صورت ذیل مفهوم سازی می‌گردد:

فرضیه ۲: روابط برون صنعت در بستر شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد



مروری بر یافته‌های محققان نشان می‌دهد تعدد روابط در شبکه یا روابط از حیث کمیت، تنوع روابط و طیف مخاطبان روابط در شبکه، تداوم یا پیشینه ارتباطی در طول زمان و همچنین تراکم روابط و درهم تنیدگی و تداخل موجود میان آنها بیشترین استنادات را به عنوان مشخصه‌های کیفی روابط در شبکه استراتژیک کسب و کار به خود اختصاص داده‌اند ( Gulati et.al, 2000; Ismail & Kwee, 2003; Goerzen & Beamish, 2005; Goerzen, 2007; Koka & Prescott, 2008; Swaminathan & Moorman, 2009; Yang et.al, 2010; Li et.al, 2013). علاوه بر آن، این چهار مفهوم برای زمینه پژوهش حاضر و بررسی صنعت نرم افزار در ایران نیز مولفه‌های قابل قبولی به شمار می‌آیند. با توجه به موارد ذکر شده، چهار فرضیه شامل فرضیات شماره سه، چهار، پنج و شش به منظور سنجش رابطه میان مشخصه‌های تعدد، تنوع، تداوم و تراکم روابط و عملکرد مورد نظر قرار گرفته است:

فرضیه ۳: تعدد روابط در شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۴: تنوع روابط در شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۵: تداوم روابط در شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۶: تراکم روابط در شبکه ارتباط مستقیم و مثبتی با عملکرد کسب و کار دارد.

با توجه به نتایج پژوهش‌های سوامیناتان و مورمن ( Swaminathan & Moorman, 2009)؛ و لی و همکاران (Li et.al, 2013)؛ بررسی مشخصه‌های کیفی روابط در شبکه استراتژیک باید با در نظر گرفتن نقش تعدیل کننده این مشخصه‌ها بر ماهیت روابط همراه باشد. در این پژوهش نیز فرضیه هفتم با در نظر گرفتن نقش تعدیل کنندگی برای هر یک از چهار مشخصه، در مسیر مفروض میان روابط درون صنعت و عملکرد کسب و کار طراحی گردیده است؛ لذا این فرضیه مشتمل بر چهار بخش به منظور آزمودن نقش تعدیل کننده هر چهار متغیر است.

فرضیه ۱-۷: تعدد روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط درون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۲-۷: تنوع روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط درون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۳-۷: تداوم روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط درون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۴-۷: تراکم روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط درون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه هشتم پژوهش نیز معطوف به روابط برون صنعت و بررسی نقش تعدیل کننده چهار مشخصه یادشده در مسیر میان این روابط با عملکرد کسب و کار است. این فرضیه نیز همانند فرضیه هفتم مشتمل بر چهار بخش است.

فرضیه ۱-۸: تعدد روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط برون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۲-۸: تنوع روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط برون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۳-۸: تداوم روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط برون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

فرضیه ۴-۸: تراکم روابط اثر مستقیم و مثبتی بر رابطه میان روابط برون صنعت و عملکرد کسب و کار دارد.

## روش تحقیق

### طرح تحقیق

پژوهش حاضر در زمره مطالعاتی قرار می‌گیرد که با رویکرد پیمایشی و کاربردی به واکاوی مفهوم شبکه استراتژیک و بررسی نقش آن در ابعاد گوناگون کسب و کار پرداخته‌اند. هدف اصلی از اجرای این پژوهش تبیین رابطه میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار به واسطه ارزیابی روابط درون صنعت و برون صنعت کسب و کار است. بهبود عملکرد همواره از دغدغه‌های صاحبان صنایع در عرصه عمل و پژوهشگران علوم مدیریتی در عرصه تحقیق بوده است. پژوهش حاضر با درک ضرورت و اهمیت پرداختن بدین دغدغه، می‌کوشد تا از منظر شبکه استراتژیک به بررسی عملکرد کسب و کار بپردازد. وجود تعداد اندک تحقیقات داخلی که به مطالعه رابطه میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار اختصاص یافته است؛ ضرورت انجام پژوهش، توسعه نظری مفهوم شبکه استراتژیک در صنایع داخلی و

فراهم آوردن شواهد تجربی در این خصوص را بیشتر نمایان می‌سازد. به علاوه، چارچوب نظری این پژوهش که رابطه میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار را از طریق بررسی ویژگی‌های شبکه کسب و کار مورد نظر قرار می‌دهد، پیش از این در تحقیقات داخلی بکار گرفته نشده و این امر سبب تقویت وجوه نوآورانه پژوهش حاضر است.

### ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار مورد استفاده برای گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه‌ای مشتمل بر سه بخش اصلی و سئوالاتی در مقیاس لیکرت ۷ تایی است. به منظور طراحی پرسشنامه، مبنای نظری لازم در خصوص سنجش عملکرد کسب و کار از پژوهش کوکا و پرسکات (Koka & Prescott, 2008) اخذ شده است. همچنین برای سنجش مفاهیم روابط درون صنعت و برون صنعت از پژوهش لی و همکاران (Li et.al, 2013)؛ و برای سنجش ویژگی‌های روابط در بستر شبکه‌های استراتژیک از پژوهش‌های رولی و همکاران (Giuliani & Bell, 2000)؛ جولیان و بل (Rowley, Behrens & Krackhardt, 2000)؛ و سوامیناتان و مورمن (Swaminathan & Moorman, 2009) استفاده شده است. به منظور تضمین روایی، ابزار پژوهش در اختیار پنج تن از خبرگان دانشگاهی در حوزه مدیریت استراتژیک با سابقه تدریس بیش از پنج سال و نیز سه تن از مدیران شرکت‌های تولید کننده نرم افزاری با سابقه مدیریت بیش از ده سال در صنعت قرار گرفت و اصلاحات لازم در پرسشنامه بر حسب نظرات ایشان اعمال گردید. تضمین پایایی ابزار پژوهش نیز از طریق پیش آزمون پرسشنامه بر روی ۲۰ نمونه تصادفی از جامعه آماری مورد نظر پژوهش و محاسبه آلفای کرونباخ صورت پذیرفت. با توجه به حصول مقدار  $0/908$  برای ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه، ابزار پژوهش از پایایی مطلوب برخوردار می‌باشد. جدول شماره ۱ دربرگیرنده مبنای نظری طرح سئوالات برای هر یک از سه بخش اصلی پرسشنامه پژوهش می‌باشد. در این جدول علاوه بر اشاره به مبانی نظری، ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از سه بخش پرسشنامه به طور جداگانه ذکر شده است.

## جدول شماره ۱. ساختار نظری پرسشنامه پژوهش

سازه	مبنای نظری	آلفای کرونباخ
عملکرد کسب و کار	نرخ بازگشت سرمایه؛ نرخ رشد فروش؛ نرخ رشد سود؛ نسبت حاشیه سود؛ نسبت تبدیل ایده به محصول نهایی؛ نسبت بهره‌وری نیروی انسانی	۰/۹۲
ماهیت روابط در شبکه	روابط با مشتریان، همکاران و رقبای مستقیم؛ روابط با مشتریان، همکاران و رقبای غیرمستقیم؛ روابط با مشتریان درون صنعت (ارائه‌دهندگان خدمات فناوری اطلاعات)، روابط با مشتریان از صنایع با سابقه همکاری قبلی، روابط با مشتریان در صنایع جدید، روابط با رقبای مستقیم، روابط با رقبای غیرمستقیم، روابط با همکاران درون صنعت (شرکت‌های ارائه- دهنده خدمات در حوزه فناوری اطلاعات: گرافیست‌ها)، روابط با همکاران خارج از صنعت (شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات در غیر از حوزه فناوری اطلاعات: آژانس‌های تبلیغاتی و ...)	۰/۸۷
ویژگی- های روابط در شبکه	تعداد روابط با همکاران استراتژیک در زنجیره ارزش صنعت؛ تعداد روابط با مشتریان کلیدی؛ تعدد دفعات تبادل دانش با همکاران؛ تعداد روابط با رقبای مستقیم؛ امکان برقراری روابط با رقبای غیرمستقیم؛ نسبت تعداد روابط درون صنعت و برون صنعت؛ امکان استفاده از هم‌افزایی در روابط؛ کیفیت روابط ایجاد شده؛ توانایی حفظ روابط ایجاد شده؛ عمر زمانی روابط با مشتریان؛ عمر زمانی روابط با همکاران؛ روابط متقابل میان همکاران؛ تعداد روابط با مشتریان از یک زنجیره ارزش؛ تعداد روابط با مشتریان از یک صنعت	۰/۸۴

## جامعه و نمونه آماری

با توجه به اتکای این پژوهش بر شواهد تجربی، جامعه آماری پژوهش در صنعت نرم افزار تعریف گردیده است. انتخاب صنعت نرم افزار به سبب اتکای این صنعت بر سرمایه انسانی، تولید دانش محور و نیز ارتباط وسیع و بالقوه صنعت و فرآورده‌های آن با اکثریت صنایع تولیدی و خدماتی صورت پذیرفته است. از حیث تعریف عملیاتی، شرکت‌های تولید کننده نرم افزار که به صادرات محصولات نرم افزاری اشتغال داشته و مشخصات آنها در

اتحادیه صادرکنندگان نرم افزار ایران به ثبت رسیده است به عنوان جامعه آماری پژوهش در نظر گرفته شده‌اند؛ بر حسب آخرین اطلاعات موجود تعداد این شرکت‌ها بالغ بر ۹۸ شرکت فعال در حوزه تولید و صدور محصولات نرم افزاری مالی و حسابداری، اتوماسیون اداری، فنی مهندسی، امنیتی، طراحی به کمک رایانه، بازی و سرگرمی و نیز فرهنگی و مذهبی می‌باشد. برای دستیابی به داده‌های مورد نیاز، فرایند اجرایی پژوهش در نیمه دوم سال ۱۳۹۱ آغاز گردید و پرسشنامه پژوهش در اختیار تمامی اعضای جامعه آماری مذکور که در سمت مدیر عامل، مشاور و یا عضو ارشد هیئت مدیره بودند، قرار گرفت. در نهایت با ترکیب پرسشنامه‌های دریافتی از هر شرکت، از میان پرسشنامه‌های توزیع شده ۷۴ پرسشنامه به ازای هر شرکت دریافت گردید که نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها را بیش از ۷۵٪ نشان می‌دهد.

### تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل‌های آماری در این پژوهش در ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای تعیین نوع توزیع داده‌های گردآوری شده و آزمون همبستگی به شیوه پیرسون برای ارزیابی همبستگی میان متغیرهای پژوهش صورت پذیرفته است. سپس به منظور تکمیل یافته‌ها، دو گونه روابط درون صنعت و برون صنعت به همراه چهار ویژگی تعدد، تنوع، تداوم و تراکم روابط در شبکه استراتژیک به عنوان متغیرهای مستقل، متغیر عملکرد کسب و کار به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای اندازه شرکت، سابقه شرکت و پیش زمینه صنعتی به عنوان متغیرهای کنترل برای تحلیل رگرسیونی مدل‌های پژوهش در نظر گرفته شده‌اند. تحلیل رگرسیونی نیز در هفت مدل، شامل یک مدل پایه‌ای، یک مدل جامع و پنج مدل بر حسب ترکیب اجزای فرضیه‌های پژوهش است. این تفکیک امکان فراهم آوردن تبیین روشن‌تری از رابطه میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار را به همراه دارد.

اولین گام تجزیه و تحلیل‌های آماری پژوهش، استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف به منظور سنجش یکنواختی توزیع داده‌ها می‌باشد. مقدار آماره حاصل از این آزمون در سطح معنی‌داری ۰/۴۴۸ بالغ بر ۳/۱۵۳ گردید، که با توجه به سطح معنی‌داری و بیشتر بودن مقدار آن از سطح خطای پیش فرض ۵ درصد، یکنواختی توزیع داده‌های گردآوری شده مورد تایید قرار گرفت، لذا به منظور تحلیل همبستگی میان متغیرهای پژوهش، آزمون همبستگی به روش پیرسون اجرا گردید. نتایج تحلیل همبستگی میان متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۲ به نمایش درآمده است.

جدول شماره ۲. همبستگی میان متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱ عملکرد کسب و کار										
۲ اندازه شرکت	۰/۱۸*									
۳ سابقه شرکت	۰/۲۱**	۰/۲۴**								
۴ پیش زمینه صنعتی	۰/۱۴*	۰/۲۲**	۰/۱۳							
۵ روابط درون صنعت	۰/۵۳**	۰/۳۳**	۰/۴۰**	۰/۰۳						
۶ روابط برون صنعت	۰/۴۷**	۰/۳۶**	۰/۴۸**	۰/۱۶*	۰/۲۸**					
۷ تعدد روابط در شبکه	۰/۲۲**	۰/۱۹*	۰/۳۳**	۰/۱۱	۰/۱۵*	۰/۴۶**				
۸ تنوع روابط در شبکه	۰/۳۰**	۰/۲۰*	۰/۲۶**	۰/۳۲**	۰/۲۵**	۰/۰۱	۰/۲۸**			
۹ تداوم روابط در شبکه	۰/۲۷**	۰/۰۹	۰/۳۱**	۰/۰۲	۰/۳۸**	۰/۱۱	۰/۱۷*	۰/۱۲		
۱۰ تراکم روابط در شبکه	۰/۲۹**	۰/۳۷**	۰/۲۹**	۰/۳۵**	۰/۴۱**	۰/۱۴*	۰/۳۰**	۰/۲۵**	۰/۳۳**	
* معنی داری در سطح خطای ۰/۰۵ و ** معنی داری در سطح خطای ۰/۰۱										

آزمون همبستگی نشان می‌دهد روابط درون صنعت (۰/۵۳) و روابط برون صنعت (۰/۴۷) ارتباط مثبت و مستحکمی با عملکرد دارند؛ از سوی دیگر هر دو گونه روابط وابستگی نزدیکی با اندازه و سابقه شرکت دارند. یافته‌های تحلیل همبستگی نشان می‌دهد سابقه شرکت رابطه مستحکم‌تری را با روابط برون صنعت (۰/۴۸) به نسبت روابط درون صنعت (۰/۴۰) دارد؛ سابقه شرکت همچنین ارتباط تنگاتنگی با ویژگی‌های چهارگانه روابط در شبکه‌ها دارا است. این نتایج را می‌توان ناشی از نقش اعتبار شرکت در برقراری ارتباط سازنده با عناصر فعال محیطی و بازیگران عرصه‌های مختلف کسب و کار دانست که به تبع، به سهولت و تسریع در گسترش شبکه استراتژیک کسب و کار می‌انجامد. ضرایب همبستگی همچنین امکان ارزیابی روابط زوجی میان مولفه‌های پژوهش را فراهم می‌آورند. تحلیل روابط زوجی میان ویژگی‌های شبکه گویای ارتباط متقابل تنوع، تداوم و تراکم با تعدد؛ تنوع با تراکم و نیز تداوم با تراکم روابط در شبکه است، در حالی که شواهد تجربی کافی برای ارتباط میان تداوم و تنوع روابط در شبکه وجود ندارد. اگرچه بررسی تحلیل همبستگی شواهد مفیدی در خصوص رابطه میان شبکه استراتژیک و ویژگی‌های آن را بر عملکرد کسب و کار به همراه دارد، با این وجود تحلیل رگرسیون به منظور احصای مدل پژوهش و نیز فراهم آوردن تبیین دقیقی از وجوه مختلف ارتباط میان شبکه و عملکرد مورد نیاز است. در این

پژوهش تحلیل رگرسیون در هفت گام صورت پذیرفته است؛ مدل شماره یک مدل پایه‌ای متشکل از متغیرهای کنترل و ارتباط آنها با متغیر وابسته عملکرد کسب و کار است، در حالی که مدل شماره دو ترکیب متغیرهای کنترل و فرضیات اول تا ششم پژوهش را در بر می‌گیرد. همچنین چهار مدل نیز به سنجش فرضیات هفتم و هشتم و ارزیابی اثر تعدیل کنندگی ویژگی روابط در شبکه بر نوع روابط اختصاص یافته است. مدل هفتم پژوهش نیز به عنوان مدل جامع، شامل ترکیب تمامی فرضیات پژوهش و ارزیابی توامان متغیرها بر عملکرد می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون در جدول شماره ۳ مورد اشاره قرار گرفته است.

جدول شماره ۳. تحلیل رگرسیونی مدل‌های پژوهش (متغیر وابسته: عملکرد کسب و کار)

مدل ۱	مدل ۲	مدل ۳	مدل ۴	مدل ۵	مدل ۶	مدل ۷	
۰/۱۳	۰/۰۳	۰/۱۰	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۱۵°	۰/۱۲	اندازه شرکت
۰/۲۱°	۰/۱۵°	۰/۱۴°	۰/۱۴°	۰/۱۶°	۰/۰۷	۰/۱۴°	سابقه شرکت
۰/۱۰	۰/۰۸	۰/۰۹	۰/۱۷°	۰/۰۳	۰/۱۹°	۰/۱۱	پیش زمینه صنعتی
--	۰/۴۳**	۰/۴۳**	۰/۴۴**	۰/۴۳**	۰/۴۶**	۰/۴۶**	روابط درون صنعت
--	۰/۳۸**	۰/۴۰**	۰/۳۹**	۰/۳۸**	۰/۳۹**	۰/۴۲**	روابط برون صنعت
--	۰/۲۰°	۰/۲۱°	۰/۲۲**	۰/۲۰°	۰/۲۲**	۰/۲۱°	تعدد روابط در شبکه
--	۰/۲۸**	۰/۲۹**	۰/۳۰**	۰/۱۵	۰/۲۹**	۰/۲۹**	تنوع روابط در شبکه
--	۰/۲۲**	۰/۱۸*	۰/۰۸	۰/۲۳**	۰/۲۱**	۰/۲۲**	تداوم روابط در شبکه
--	۰/۲۵**	۰/۲۶**	۰/۲۶**	۰/۲۵**	۰/۲۶**	۰/۲۴**	تراکم روابط در شبکه
--	--	۰/۳۹**	--	--	--	۰/۲۸**	روابط درون صنعت و تعدد روابط
--	--	۰/۰۹	--	--	--	۰/۰۷	روابط برون صنعت و تعدد روابط
--	--	--	۰/۱۲	--	--	۰/۱۱	روابط درون صنعت و تنوع روابط
--	--	--	۰/۴۱**	--	--	۰/۳۲**	روابط برون صنعت و تنوع روابط
--	--	--	--	۰/۲۷**	--	۰/۲۳**	روابط درون صنعت و تداوم روابط
--	--	--	--	۰/۰۲	--	۰/۰۹	روابط برون صنعت و تداوم روابط
--	--	--	--	--	۰/۴۰**	۰/۳۳**	روابط درون صنعت و تراکم روابط
--	--	--	--	--	۰/۱۰	۰/۰۷	روابط برون صنعت و تراکم روابط
۰/۰۶	۰/۴۲	۰/۳۶	۰/۴۹	۰/۳۳	۰/۴۷	۰/۶۳	R <sup>2</sup>
۰/۰۶	۰/۴۰	۰/۳۲	۰/۴۸	۰/۳۲	۰/۴۴	۰/۶۱	R <sup>2</sup> adjusted
۱/۷۴	۴/۴۴**	۴/۰۱**	۵/۲۰**	۳/۸۱**	۴/۸۳**	۶/۲۹**	F

\* معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ و \*\* معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۱

مروری بر نتایج تحلیل رگرسیون بیانگر آن است که فرضیه‌های اول تا ششم پژوهش مورد پذیرش قرار گرفته‌اند، لذا در وهله نخست شواهد تجربی ارتباط مثبت و مستقیم روابط درون صنعت (فرضیه شماره ۱) و برون صنعت (فرضیه شماره ۲) را بر عملکرد مورد پشتیبانی قرار می‌دهند. پشتیبانی این دو فرضیه عملاً رابطه مستقیم میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار را تبیین می‌کند، لذا توسعه شبکه استراتژیک کسب و کار و ایجاد ارتباط با شرکتهایی که به لحاظ زمینه فعالیت در یک گروه صنعتی قرار می‌گیرند، و نیز گسترش این شبکه در میان سازمان‌ها و دیگر گونه‌های کسب و کار فارغ از زمینه صنعتی مشترک سطح عملکرد شرکت را ارتقا خواهد داد. به علاوه، مدل دوم پژوهش گویای نقش مثبت چهار مولفه تعدد، تنوع، تداوم و تراکم روابط در شبکه بر عملکرد کسب و کار است، این نتیجه همراستا با نظریه شبکه‌ها، ویژگی‌های اساسی روابط در شبکه کسب و کار را مورد اشاره قرار می‌دهد. مدل سوم پژوهش نشان می‌دهد تعدد روابط درون صنعت نقش موثری بر بهبود عملکرد (۰/۳۹) خواهد داشت، اما رابطه میان تعدد روابط برون صنعت و عملکرد (۰/۰۹) معنی‌دار نمی‌باشد. این نتیجه گویای پشتیبانی بخش اول فرضیه هفتم و عدم پشتیبانی بخش اول از فرضیه هشتم توسط نتایج است. در مقابل، مدل چهارم پژوهش از بخش دوم فرضیه هفتم مبنی بر ارتباط مثبت تنوع روابط درون صنعت و عملکرد پشتیبانی نمی‌کند، ضریب تاثیر بدست آمده برای این رابطه (۰/۱۲) از معنی‌داری کافی برخوردار نیست و نمی‌توان تنوع روابط را عاملی برای بهبود تاثیرگذاری روابط درون صنعت در نظر گرفت. با این وجود، یافته‌های تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد تنوع روابط برون صنعت که ضریب تاثیر نسبتاً بالای ۰/۴۱ را در سطح اطمینان ۹۹٪ به خود اختصاص داده است، قادر است تا به عنوان راهکار بهبود عملکرد از منظر توسعه روابط برون صنعت مطرح شود.

مدل پنجم رگرسیون اختصاص به بررسی نقش تعدیل‌کنندگی ویژگی تداوم در روابط شبکه‌ای دارد. یافته‌های پژوهش به وضوح بیانگر نقش تداوم روابط درون صنعت بر عملکرد می‌باشند، اما شواهد کافی برای ارتباط مثبت مولفه تداوم با روابط برون صنعتی موجود نیست. بنابراین بخش سوم فرضیه هفتم پژوهش قابل پذیرش بوده، اما ادعای مطرح شده در بخش سوم فرضیه هشتم قابل پشتیبانی نیست. مدل ششم پژوهش نیز در وضعیتی مشابه به مدل پنجم، بخش چهارم از فرضیه هفتم را مبنی بر نقش مثبت تراکم روابط درون صنعت بر عملکرد (۰/۴۰) مورد پشتیبانی قرار می‌دهد، اما رابطه میان تراکم روابط برون صنعتی و عملکرد از معنی‌داری لازم برخوردار نبوده و بخش چهارم فرضیه هشتم توسط شواهد



پشتیبانی نمی‌شود. جمع‌بندی از ترکیب توامان تمامی متغیرهای موجود در چارچوب پژوهش و ارتباط آنها با عملکرد در قالب مدل شماره هفت مورد اشاره قرار گرفته است. مدل نهایی نشان می‌دهد روابط درون صنعت (۰/۴۶) و روابط برون صنعت (۰/۴۲) در کلیت مفهومی خود نقش موثری بر بهبود عملکرد کسب و کار دارند؛ به علاوه با تقویت ویژگی تنوع در روابط برون صنعت و ویژگی‌های تعدد، تداوم و تراکم در روابط درون صنعت می‌توان نقش مثبت شبکه استراتژیک بر عملکرد کسب و کار را ارتقا داد. همچنین مروری بر ضرایب تاثیر حاصله برای ویژگی‌های شبکه نشان می‌دهد از میان چهار ویژگی تعدد، تنوع، تداوم و تراکم؛ نقش مثبت تنوع (۰/۲۹) و تراکم (۰/۲۴) بیش از دو ویژگی دیگر بر عملکرد کسب و کار موثر خواهد بود.

### نتیجه گیری

شبکه استراتژیک از جمله مفاهیمی است که در پژوهش‌های داخلی کمتر بدان پرداخته شده است، با این وجود نمی‌توان نقش بی بدیل این مفهوم را در توانمندسازی بنگاه‌های تجاری، به ویژه واحدهای تجاری کوچک و کسب و کارهای کارآفرینانه انکار کرد. اهمیت نقش شبکه‌های کسب و کار در راهبری بنگاه‌های تجاری سبب شده است تا صاحبان مدیران استراتژیک رویکرد مبتنی بر شبکه را در کنار دیدگاه سازمان صنعتی و دیدگاه منبع محور، به عنوان یکی از سه دیدگاه عمده به منظور ایجاد مزیت رقابتی و خلق ارزش مطرح نمایند (حمیدی زاده و حبیبی، ۱۳۸۶). پژوهش حاضر با تمرکز بر رویکرد مبتنی بر شبکه کوشیده است تا به توسعه نظری این مفهوم در فضای کسب و کار کشور پرداخته و به مقتضای سهم خود بخشی از خلا پژوهشی در این حوزه را پوشش دهد. تاکید محققان بر اهمیت نقش شبکه‌ها در اقتصادهای در حال توسعه که توانمندی بنگاه‌های تجاری را برای رقابت در بازار بین الملل به همراه دارد، با توجه به تلاش سیاستگذاران تجاری کشور برای بهبود قابلیت‌ها و شایستگی‌های صنایع داخلی به منظور حضور در عرصه جهانی بر اهمیت پژوهش حاضر افزوده است. بنابراین، پرسش کلیدی این پژوهش به سنجش تاثیرگذاری شبکه استراتژیک بر عملکرد کسب و کار و واکاوی آن از منظر مشخصه‌ها و ویژگی‌های روابط پدیدار شده در بستر شبکه‌ها اختصاص دارد. مروری بر ادبیات موجود در حیطه شبکه استراتژیک کسب و کار نشان می‌دهد دو قسم روابط درون صنعت و روابط برون صنعت گونه‌های عمده روابط در شبکه‌ها را تشکیل می‌دهند، به علاوه ویژگی‌هایی همچون تعدد،

تنوع، تداوم و تراکم روابط به عنوان پارامترهای حاکم بر انواع روابط در شبکه‌ها مطرح می‌باشند. لذا در چارچوب نظری پژوهش حاضر، هشت فرضیه به منظور سنجش مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم میان متغیرهای یادشده طراحی گردید و این فرضیات به واسطه بهره‌گیری از هفت مدل رگرسیونی به صورت گام به گام مورد آزمون قرار گرفت. نتایج تحلیل‌های آماری در وهله نخست گویای ارتباط مثبت میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار است، این نتیجه همراستا با یافته‌های پژوهشگران گوناگون همچون گوئرزن و بئامیش (Goerzen & Beamish, 2005)؛ زهیر و بل (Zaheer & Bell, 2005)؛ گوئرزن (Goerzen, 2007)؛ کوکا و پرسکات (Koka & Prescott, 2008)؛ سوامیناتان و مورمن (Swaminathan & Moorman, 2009)؛ و لی و همکاران (Li et.al, 2013) است. تایید رابطه میان شبکه استراتژیک و عملکرد کسب و کار در این پژوهش نشان دهنده پایداری نتایج با وجود تفاوت در پیش زمینه‌های اقتصادی و سطح توسعه اقتصادی میان ایران و جوامع توسعه یافته است و به وضوح بر صحت بنیان نظری رویکرد مبتنی بر شبکه دلالت دارد. بنابراین، شبکه سازی و توسعه روابط میان بنگاه‌ها به مثابه دیپلماسی تجاری می‌تواند به عنوان یک استراتژی بهینه از سوی مدیران دنبال گردد.

تفسیر یافته‌های پژوهش در قالب مدل‌های هفت گانه نشان می‌دهد هر دو قسم روابط در شبکه‌ها، شامل روابط درون صنعت و روابط برون صنعت ارتباط مستقیم و مثبتی را با عملکرد دارا می‌باشند. ضرایب بدست آمده در مدل دوم پژوهش که ارتباط مستقل متغیرها را بر عملکرد می‌سنجد برای روابط درون صنعت بالغ به ۰/۴۳ و برای روابط برون صنعت بالغ به ۰/۳۸ گردیده است، همچنین مدل هفتم پژوهش با در نظر گرفتن اثر مستقل متغیرها به همراه اثر تعدیل کننده مشخصه‌های روابط در شبکه سبب حصول ضرایب ۰/۴۶ برای روابط درون صنعت و ۰/۴۲ برای روابط برون صنعت شده است. تغییرات در ضرایب به همراه فاصله اندک میان آنها ضمن پشتیبانی از فرضیات اول و دوم پژوهش نشان می‌دهد شبکه استراتژیک کسب و کار، فارغ از جهت گیری درون صنعت یا برون صنعت قادر است تا سازمان را در دستیابی به سطوح عملکرد بالاتر یاری رساند. لذا، نقش روابط درون صنعت در پوشش ضعف دانش، تامین منابع مورد نیاز و هم افزایی در تولید؛ و نقش روابط برون صنعت در از میان برداشتن محدودیت‌های تجاری، پوشش ریسک و ایجاد هم افزایی در تلاش‌های بازاریابی برای بنگاه‌های تجاری غیرقابل انکار است. با این حال باید در نظر داشت که گسترش بیش از حد شبکه روابط درون صنعت ممکن است کارایی شبکه را به سبب تسهیم

جریان انبوه و غیر قابل مدیریت دانش کاهش دهد (Ahuja & Katila, 2001)؛ و همراه با افزایش هزینه‌ها به سبب تعدد تعاملات و پیچیدگی حاصل از آن باشد (Duysters & Man, 2003). در سوی مقابل نیز همواره این تهدید وجود دارد که روابط برون صنعت منجر به دستیابی به دانش و یا تکنولوژی گردند که برای بنگاه غیرقابل استفاده است (Ahuja, 2000; Vanhaverbeke et.al, 2012). در نظر گرفتن این تهدیدات بالقوه برای طراحی کارای شبکه استراتژیک کسب و کار ضروری است و توجه صاحبان صنایع و مدیران بنگاه‌های تجاری را نسبت به توسعه متوازن شبکه استراتژیک و اهمیت سازماندهی روابط در شبکه به منظور رفع نقاط ضعف و از میان برداشتن تهدیدات پیش روی کسب و کار فرا می‌خواند. در میان فرضیات پژوهش، فرضیات سوم تا ششم به رابطه مثبت میان چهار ویژگی تعدد (۰/۲۰ در مدل دوم و ۰/۲۱ در مدل چهارم)، تنوع (۰/۲۸ در مدل دوم و ۰/۲۹ در مدل چهارم)، تداوم (۰/۲۲ در هر دو مدل دوم و چهارم) و تراکم (۰/۲۵ در مدل دوم و ۰/۲۴ در مدل چهارم) با عملکرد کسب و کار اشاره دارد؛ بدین ترتیب شواهد تجربی از فرضیات سوم تا ششم پژوهش پشتیبانی می‌کند. مشاهدات محققان پیشین از ویژگی‌های کلیدی روابط در شبکه‌ها و محدود نبودن این ویژگی‌ها به چهار متغیر مورد نظر در این پژوهش گویای چشم انداز مناسبی برای پیگیری تحقیقات در خصوص شبکه استراتژیک کسب و کار برای پژوهشگران آتی است. به منظور فراهم آوردن تبیین دقیق‌تری از چگونگی اثرگذاری ویژگی روابط در شبکه بر عملکرد، اثر تعدیل کننده این ویژگی‌ها بر رابطه میان روابط درون و برون صنعت بر عملکرد در قالب مدل‌های سوم، چهارم، پنجم و ششم مورد تحلیل قرار گرفت. جمع‌بندی نتایج حاصل از این مدل‌ها نشان می‌دهد تعدد، تداوم و تراکم روابط اثر مثبتی بر مسیر میان روابط درون صنعت و عملکرد دارا می‌باشند، اما اثر تعدیل کنندگی تنوع در روابط درون صنعت معنی‌دار نیست. در مقابل، تنوع به عنوان یک ویژگی کلیدی در مورد روابط برون صنعت مطرح می‌گردد و تعدد، تداوم و تراکم در خصوص روابط برون صنعت از سطح معنی‌داری لازم برخوردار نیستند. این نتایج نشان می‌دهد هرچه تعداد روابط درون صنعت بیشتر شده و بر تراکم میان این روابط افزوده گردد، این روابط نقش مثبتی در عملکرد خواهند داشت، این گزاره همراستا با یافته‌های لی و همکاران (Li et.al, 2013) و در تضاد با نتایج حاصل از پژوهش‌های آهوچا و کاتیللا (Ahuja & Katila, 2001)؛ دایسترز و دی مان (Duysters & Man, 2003)؛ و وان هاوربک و همکارانش (Vanhaverbeke et.al, 2012) می‌باشد که معتقدند افزایش تعداد روابط درون شبکه

می‌تواند سبب کاهش کارایی این روابط گردد. همچنین، لازم است تا به نقش تنوع در روابط درون صنعت و برون صنعت توجه شود، تنوع در روابط برون صنعت دسترسی بنگاه را به دیگر بنگاه‌ها، صنایع، سازمان‌ها و نهادها تسهیل می‌کند. هنگامی که یک بنگاه تجاری با مجموعه‌ای از نهادهای مالی، موسسات بیمه، سازمان‌های حقوقی و صنایع مکمل در ارتباط می‌باشد با سهولت بیشتری نسبت به رفع نیازهای خود در مواردی همچون تامین مالی، پوشش ریسک، حمایت در دعاوی حقوقی، ارتباط با ذینفعان و برنامه‌ریزی تولید، عرضه و پخش می‌پردازد. بنابراین تنوع روابط برون صنعت قدرت تاثیرگذاری بنگاه‌های تجاری را بر محیط پیرامونی افزایش می‌دهد و به تغییر استراتژی‌های منفعلانه بنگاه‌های تجاری به کنشگری فعال در محیط می‌انجامد. حصول ضریب تعیین ۰/۶۳ برای مدل هفتم پژوهش نشان می‌دهد چارچوب ارائه شده و تفاسیر منتج از آن قابلیت تبیین کنندگی در سطح مطلوب را داراست و می‌توان این چارچوب را به منظور بررسی وجوه تاثیرگذاری شبکه استراتژیک بر عملکرد کسب و کار مورد استفاده قرار داد.

با توجه به نتایج حاصله از تحلیل فرضیات هشت گانه مشخص است که رویکرد مبتنی بر شبکه می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای در ارتقای عملکرد و به تبع آن توانمندسازی بنگاه‌های داخلی داشته باشد. توسعه هدفمند و ساختار یافته شبکه استراتژیک کسب و کار مهمترین پیشنهاد برآمده از این پژوهش است، مدیران بنگاه‌های تجاری بایستی ضمن تقویت ارتباطات درون صنعت و برون صنعت به سازماندهی این روابط بر حسب ویژگی‌هایی مانند تعدد، تنوع، تراکم و تداوم بپردازند، حاصل این اقدام شبکه منسجمی از روابط هدفمند خواهد بود که می‌تواند بنگاه را در نیل به اهداف استراتژیک، حصول بهره‌وری عملیاتی و دستیابی به سطوح بالاتری از عملکرد یاری رساند. پژوهش حاضر به مانند اکثر تحقیقات با محدودیت‌هایی در روش و اجرا همراه بود. این محدودیت‌ها چشم انداز وسیعی را به سبب بازآزمایی یافته‌های این پژوهش برای محققان آتی فراهم می‌آورد. علاوه بر محدودیت اشاره شده در مورد در نظر گرفتن چهار مشخصه برای ویژگی‌های روابط در شبکه، به نظر می‌رسد محققان آتی باید با بکارگیری روش‌های آماری متفاوت و سنجش یافته‌های این پژوهش در دیگر صنایع قابلیت تبیین و توصیف چارچوب پژوهش را مورد آزمون قرار دهند. انجام چنین پژوهش‌هایی ضمن توسعه نظری مفهوم شبکه استراتژیک کسب و کار می‌تواند مبنای قابل اتکایی برای سیاستگذاری تجاری در سطح بنگاه فراهم نماید.

## منابع

حمیدی زاده، محمدرضا، و حبیبی، معصومه. (۱۳۸۶). مزیت رقابتی در شرکت‌های چند کسب و کاره و رویکرد رابطه‌ای. *فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت*، سال بیستم، شماره ۷۶، ۳۹-۶۸.

زالی، محمدرضا، شات، توماس، کردنائیج، اسداله، و نجفیان، مینا. (۱۳۹۱). تاثیر شبکه اجتماعی بر عملکرد کسب و کار: اثر تعدیل کنندگی الگوی نقش و انگیزه کارآفرینانه (شواهدی مبتنی بر داده‌های GEM ایران، کرواسی و دانمارک). *فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های مدیریت در ایران*، سال شانزدهم، شماره ۲، ۹۱-۱۱۱.

- Ahlstrom, D., & Bruton, G.D. (2006). Venture capital in emerging economies: Networks and institutional change. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(2), 299-320.
- Ahuja, G. (2000). Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 425-455.
- Ahuja, G., & Katila, R. (2001). Technological acquisitions and the innovation performance of acquiring firms: A longitudinal study. *Strategic Management Journal*, 22(3), 197-220.
- Bathelt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: Local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-56.
- Baum, J.A., Calabrese, T., & Silverman, B.S. (2000). Don't go it alone: Alliance network composition and startups' performance in Canadian biotechnology. *Strategic Management Journal*, 21(3), 267-294.
- Collins, C.J., & Clark, K.D. (2003). Strategic human resource practices, top management team social networks, and firm performance: The role of human resource practices in creating organizational competitive advantage. *Academy of Management Journal*, 46(6), 740-751.
- Das, T.K., & Teng, B.S. (2001). Trust, control and risk in strategic alliances: An integrated framework. *Organization Studies*, 22(2), 251-283.
- Duysters, G., & Man, A.P. (2003). Transitory alliances: An instrument for surviving turbulent industries?. *R&D Management*, 33(1), 249-58.

- Dyer, J.H., & Nobeoka, K. (2000). Creating and managing a high performance knowledge sharing network: the Toyota case. *Strategic Management Journal*, 21(3), 345-367.
- Giuliani, E., & Bell, M. (2005). The micro-determinants of meso-level learning and innovation: Evidence from a Chilean wine cluster. *Research policy*, 34(1), 47-68.
- Goerzen, A. (2007). Alliance networks and firm performance: The impact of repeated partnerships. *Strategic Management Journal*, 28(5), 487-509.
- Goerzen, A., & Beamish, P.W. (2005). The effect of alliance network diversity on multinational enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 26(4), 333-354.
- Grabher, G. (2006). Trading routes, bypasses, and risky intersections: Mapping the travels of networks' between economic sociology and economic geography. *Progress in Human Geography*, 30(2), 163-189.
- Greve, A., & Salaff, J.W. (2003). Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 1-22.
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203-215.
- Hagedoorn, J., & Duysters, G. (2002). Learning in dynamic inter-firm networks: The efficacy of multiple contacts. *Organization Studies*, 23(4), 525-548.
- Hite, J.M. (2005). Evolutionary processes and paths of relationally embedded network ties in emerging entrepreneurial firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 113-144.
- Hite, J.M., & Hesterly, W.S. (2001). The evolution of firm networks: From emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), 275-286.
- Houston, M.B., & Johnson, S.A. (2000). Buyer-Supplier contracts versus joint ventures: Determinants and consequences of transaction structure. *Journal of Marketing Research*, 37(1), 1-15.
- Ireland, R.D., Hitt, M.A., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. *The Academy of Management Executive*, 15(1), 49-63.
- Ismail, M.N., & Kwee, J. (2003). Network characteristics and outcomes: Case studies of two Malaysian firms. *Asia Pacific Management Review*, 8(2), 161-184.

- Jiang, L., Tan, J., & Thursby, M. (2011). Incumbent firm invention in emerging fields: Evidence from the semiconductor industry. *Strategic Management Journal*, 32(1), 55-75.
- Kim, Y. (2005). Board network characteristics and firm performance in Korea. *Corporate Governance: An International Review*, 13(6), 800-808.
- Koka, B.R., & Prescott, J.E. (2008). Designing alliance networks: The influence of network position, environmental change, and strategy on firm performance. *Strategic Management Journal*, 29(6), 639-661.
- Li, W., Veliyath, R., & Tan, J. (2013). Network characteristics and firm performance: An examination of the relationships in the context of a cluster. *Journal of Small Business Management*, 51(1), 1-22.
- Padula, G. (2008). Enhancing the innovation performance of firms by balancing cohesiveness and bridging ties. *Long Range Planning*, 41(4), 395-419.
- Podolny, J. (2001). Networks as piles and prisms of the market. *American Journal of Sociology*, 107, 33-60.
- Rowley, T., Behrens, D., & Krackhardt, D. (2000). Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the steel and semiconductor industries. *Strategic Management Journal*, 21(3), 369-386.
- Sampson, R.C. (2007). R&D alliances and firm performance: The impact of technological diversity and alliance organization on innovation. *Academy of Management Journal*, 50(2), 364-386.
- Schönström, M. (2005). Creating knowledge networks: Lessons from practice. *Journal of Knowledge Management*, 9(6), 17-29.
- Schutjens, V., & Stam, E. (2003). The evolution and nature of young firm networks: A longitudinal perspective. *Small Business Economics*, 21(2), 115-134.
- Sternberg, R. (2000). Innovation networks and regional development-evidence from the European regional innovation survey (ERIS): Theoretical concepts, methodological approach, empirical basis and introduction to the theme issue. *European Planning Studies*, 8(4), 389-407.
- Swaminathan, V., & Moorman, C. (2009). Marketing alliances, firm networks, and firm value creation. *Journal of Marketing*, 73(5), 52-69.
- Vanhaverbeke, W., Gilsing, V., & Duysters, G. (2012). Competence and governance in strategic collaboration: The differential effect of

- network structure on the creation of core and noncore technology. *Journal of Product Innovation Management*, 29(5), 784-802.
- Yang, H., Lin, Z.J., & Lin, Y.L. (2010). A multilevel framework of firm boundaries: Firm characteristics, dyadic differences, and network attributes. *Strategic Management Journal*, 31(3), 237-261.
- Zaheer, A., & Bell, G.G. (2005). Benefiting from network position: Firm capabilities, structural holes, and performance. *Strategic Management Journal*, 26(9), 809-825.
- Zhang, Y., & Li, H. (2010). Innovation search of new ventures in a technology cluster: The role of ties with service intermediaries. *Strategic Management Journal*, 31(1), 88-109.
- Zheng, Y., Liu, J., & George, G. (2010). The dynamic impact of innovative capability and inter-firm network on firm valuation: A longitudinal study of biotechnology start-ups. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 593-609.