

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال یازدهم، شماره ۲۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۸

نقش رویکرد سیاسی در شکل‌گیری همکاری استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی محور از دیدگاه نظریه نهادی

میرعلی سید نقوی

دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

غدیر شکیبا جمال‌آباد*

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی

سید حسین جلالی

دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری بازرگانی دانشگاه تهران

DOI:10.22067/pmt.v11i2.64014

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

همکاری‌های استراتژیک راهکار اثربخشی برای ارتقای توان رقابتی بنگاه‌های تجاری، به ویژه در میان شرکت‌های کوچک و متوسط تکنولوژی محور است، اما شکل‌گیری این همکاری‌ها بدون توجه به محیط نهادی امکان‌پذیر نیست. هدف از پژوهش حاضر، بررسی نقش رویکرد سیاسی از دیدگاه نظریه نهادی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی محور است. برای دستیابی به این هدف، داده‌های مورد نیاز بر اساس منطق نمونه‌گیری تصادفی ساده و از نمونه‌ای به حجم ۳۰۸ نفر از مدیران ارشد و اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌های تکنولوژی محور فعال در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد سراسر کشور گردآوری شده‌اند و نقش رویکرد سیاسی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک از منظر چهار وجه نظام حقوقی، نظام مالی، نظام ارزشی و اعتماد به روش تحلیل عاملی و مدل‌های رگرسیون چندگانه مورد ارزیابی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش حاضر بر مبنای نظریه نهادی تبیین روشنی از نقش رویکرد سیاسی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک فراهم می‌کند و نشان می‌دهد مهارت‌های برگرفته از رویکرد سیاسی بیشترین میزان تأثیرگذاری در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک را از منظر نظام مالی و نظام حقوقی دارد. به علاوه، نتایج همراستا با پیشینه نظری بیانگر اهمیت توسعه زیرساخت‌های نهادی در هر چهار وجه، به ویژه نظام مالی و نظام حقوقی، برای تسهیل شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان است.

کلیدواژه‌ها: همکاری‌های استراتژیک، نظریه نهادی، رویکرد سیاسی، اقتصاد دانش‌بنیان.

* نویسنده مسئول: ghadirshakiba@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۲۶

مقدمه

بنگاه‌های تجاری برای رقابت نیازمند در اختیار گرفتن مجموعه مشخصی از منابع و قابلیت‌ها هستند که می‌توانند این منابع و قابلیت‌ها را از بازار خریداری کنند؛ در یک بازه بلندمدت در درون مرزهای سازمانی خود پرورش دهند؛ یا از طریق حضور در یکی از الگوهای همکاری استراتژیک و برقراری رابطه با دیگر بنگاه‌های تجاری به آن دست یابند (Bierly & Mosleh, Bahrainizade & Dokuhaki, 2015; Gallagher, 2007). راهکار سوم یا همکاری‌های استراتژیک در طی دو دهه اخیر به یکی از گزینه‌های جذاب برای مدیران و تصمیم‌گیرندگان سازمانی تبدیل شده است و هر ساله حجم قابل توجهی از اخبار تجاری به شکل‌گیری طیف وسیعی از همکاری‌های استراتژیک در قالب‌ها و الگوهای مختلف اختصاص می‌یابد. با شدت یافتن اهمیت و افزایش روزافزون کمیّت همکاری‌های استراتژیک، این موضوع به عنوان یکی از مباحث اصلی مدیریت استراتژیک مورد توجه محققان و پژوهشگران قرار گرفته است و حجم زیادی از تحقیقات به بررسی این موضوع از منظر منابع و قابلیت‌های داخلی پرداخته‌اند. اما به تدریج، توجه محققان برای تشریح این پدیده از محیط داخلی معطوف به محیط خارجی شده است. یافته‌های پژوهشگران نشان می‌دهد عوامل زمینه‌ای یکی از محرک‌های اصلی شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی‌اند (Ahuja, Polidoro & Mitchell, 2009) و اتکای صرف به نظریه‌هایی مانند رویکرد منبع‌محور که شکل‌گیری همکاری میان سازمان‌ها را از جنبه دسترسی به منابع تفسیر می‌کنند، سبب غفلت از بخش مهمی از دلایل و علل پیدایش الگوهای سازمانی مختلف برای همکاری در عصر حاضر است. نظریه نهادی چارچوب ارزشمندی برای پوشش خلأ نظری موجود در خصوص شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک با در نظر گرفتن بافت و زمینه‌ای است که بنگاه در آن حضور دارد. از منظر این نظریه، تصمیمات و فعالیت‌های استراتژیک ریشه در بافت اجتماعی و هنجاری دارند و این بافت ضمن تأثیرگذاری بر محرک‌های اقتصادی، سازمان‌ها را وادار می‌کند تا تصمیمات استراتژیک خود را بر حسب مولفه‌های محیط نهادی تعدیل و اصلاح کنند (Dacin, Oliver & Roy, 2007). قدرت نظریه نهادی برای تشریح همکاری‌های استراتژیک در گام شکل‌گیری سبب شده تا تحقیقات متعددی با به کارگیری این نظریه به تبیین و تشریح جنبه‌های مختلف شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک از قبیل محرک‌های همکاری (Hyder & Abraha, 2008)؛ گزینش شرکا (Hitt, Ahlstrom, Dacin, Levitas & Lin & Svobodina., 2004; Ahlstrom, Levitas, Hitt, Dacin & Zhu., 2014)؛ و طراحی سازمان (Darnall, 2015) پردازند.

پژوهش حاضر با به کارگیری نظریه نهادی، مسئله شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک در شرکت‌های تکنولوژی محور را از منظر رفتاری و شناختی مورد توجه قرار داده است. شرکت‌های تکنولوژی محور عموماً فاقد توان عملیاتی لازم بوده و نیازمند حمایت‌های دولتی هستند، اما سازوکار توزیع حمایت‌های دولتی از کارآمدی لازم برخوردار نیست. با توجه به آنکه گسترش اقتصاد دانش‌بنیان از اهداف اسناد بالادستی کشور است و افزایش تعداد شرکت‌های تکنولوژی محور راه مناسبی برای حل چالش‌های ملی مانند بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است، یافتن راهکارهایی که بتواند زمینه توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و شرکت‌های تکنولوژی محور را تسهیل کند، از ضرورت فراوانی برخوردار است. محققان با تمرکز بر این پیش‌زمینه، به مسئله شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی محور پرداخته‌اند؛ زیرا شکل‌گیری همکاری میان این شرکت‌ها سازوکار کارآمدی برای افزایش توان عملیاتی آنها و در نتیجه، گسترش کمی و کیفی نقش این شرکت‌ها در اقتصاد ملی است. محققان برای مطالعه شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک از منظر رفتاری بر رویکرد سیاسی تمرکز کرده‌اند و اثرگذاری این مؤلفه و مهارت‌های ناشی از آن در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک را از وجوه مختلف نظریه نهادی مورد مطالعه قرار داده‌اند. از منظر نوآوری پژوهشی، عمده مقالات داخلی در زمینه همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی متمرکز بر ره‌آوردهای همکاری بوده‌اند و شکل‌گیری همکاری، به ویژه از منظر رفتاری مورد توجه محققان قرار نگرفته است. از سوی دیگر، محققان در این پژوهش برای تبیین و تشریح مسئله از نظریه نهادی بهره گرفته‌اند که علی‌رغم اهمیت این نظریه در اقتصادهای در حال توسعه (Hoskisson, Eden, Lau & Wright., 2000)، به کارگیری آن کمتر در تحقیقات داخلی مورد توجه قرار گرفته است. چارچوب نظریه نهادی رویکردی مناسب برای تبیین پدیده‌های اجتماعی، به ویژه در بازارهایی است که به لحاظ ساختاری از بلوغ کافی برخوردار نیستند (Hyder & Abraha, 2008). بررسی مسئله همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی با چارچوب نظریه نهادی ضمن تقویت وجوه نوآورانه این پژوهش؛ دربرگیرنده یافته‌های ارزشمندی درخصوص شرایط حاکم بر فضای کسب و کار در کشور است و می‌تواند نکات مهمی برای سیاست‌گذاری تسهیل و بهبود فضای کسب و کار به همراه داشته باشد.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم و جایگاه همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی

همکاری‌های استراتژیک میان سازمان‌ها به تدریج به یکی از موضوعات مورد توجه میان محققان مدیریت استراتژیک تبدیل شده است و حجم قابل توجهی از پژوهش‌های منتشره در نشریات علمی را به خود

اختصاص داده است؛ دلیل این مسئله را باید در منافع و مزایایی جست‌وجو کرد که این همکاری‌ها برای طرفین به همراه می‌آورند (Lavie, Haunschild & Khanna, 2012). این همکاری‌های استراتژیک در الگوهای مختلفی از قبیل ائتلاف‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، شبکه‌های استراتژیک و همکاری‌های مشترک، خط‌مشی همکاری را در کنار خط‌مشی کلاسیک رقابت به عنوان یکی از جریان‌های اصلی دانش استراتژی مطرح ساخته‌اند و به تدریج با ترویج برقراری روابط استراتژیک میان عناصر بازار، سهم بیشتری از توجهات را هم در عرصه تحقیقات دانشگاهی و هم در عرصه مدیریت عملی سازمانی به خود اختصاص می‌دهند (Gulati, Nohria & Zaheer, 2000).

از منظر مفهوم، همکاری‌های استراتژیک عموماً در قالب توافق‌های رسمی یا غیررسمی میان دو یا چند سازمان (Zhao, 2014)؛ و به منظور دستیابی به اهداف مطلوب برای طرفین عینیت می‌یابد (Das & Teng, 2002). از جنبه ساختاری، همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی عموماً بر روی پیوستاری قرار می‌گیرند که رسمیت و عدم رسمیت در دو سوی آن قرار دارند و الگوهایی مانند اتحادهای بلندمدت در سمت توافق‌های رسمی و شبکه‌های استراتژیک در سمت توافق‌های غیررسمی آن قرار دارند. از جنبه محتوایی، تشریح آنچه در همکاری‌های استراتژیک رخ می‌دهد، نیازمند در نظر گرفتن چارچوب‌های نظری است. بر این اساس، رویکرد منبع‌محور بر مشارکت در تأمین و بهره‌برداری از گونه‌های متنوع منابع تاکید می‌کند (Das & Teng, 2000)؛ در حالی که نظریه نهادی مشروعیت و تلاش برای هم‌شکلی را به عنوان مسئله کانونی خود مورد توجه قرار می‌دهد (Nakos, Brouthers & Dimitratos, 2014).

به طور مشخص، شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک به سازمان‌ها در تمرکز بر روی فعالیت‌هایی که بیشترین تناسب را با قابلیت‌هایشان داشته باشند، کمک می‌کند (Bierly & Gallagher, 2007). مروری بر تعاریف متعدد درباره همکاری‌های استراتژیک، نشان‌دهنده تواتر کلیدواژه‌هایی همچون به اشتراک‌گذاری منابع و دسترسی به منابع مکمل (Mindruta, Moeen & Agarwal, 2016; Goerzen, 2007)؛ استقلال نسبی شرکا در عین شراکت (Jalali, 2012)؛ و ارادی و اختیاری بودن (Zhang, Duysters & Filippov, 2012; Lavie, Haunschild & Khanna, 2012) برای مفهوم‌سازی انواع الگوهای همکاری بین‌سازمانی است.

داسین، اولیور و روی (۲۰۰۷) در جمع‌بندی کارکردهای همکاری استراتژیک به مواردی نظیر افزایش قدرت بازار، نوسازی استراتژیک کسب‌وکار، کاهش ریسک، دستیابی به صرفه به مقیاس، کاهش موانع ورود به بازارهای جدید و کسب مشروعیت نهادی اشاره کرده‌اند. چن و هوانگ (۲۰۰۴) نیز کسب

مشروعیت در بازار را یکی از کارکردهای اصلی همکاری‌های استراتژیک می‌دانند. فارغ از نقش پررنگ همکاری‌ها در ارتقای توان رقابتی (Das & Teng, 2000)؛ یافته‌های محققان حاکی از آن است که فعالیت در قالب الگوهای مختلف از همکاری استراتژیک بین‌سازمانی نقش مهمی در بقای کسب‌وکار دارد، به ویژه اگر این همکاری‌ها با مبنای تکنولوژیک و بهره‌گیری از هم‌افزایی‌های تحقیق و توسعه شکل گرفته باشند (Lee, Kelley, Lee & Lee, 2012).

نگاهی به پیشینه نظری در حیطه همکاری‌های استراتژیک نشان‌دهنده طیف وسیع نظریه‌هایی است که برای تبیین پویایی‌ها و سازوکارهای شکل‌گیری الگوهای مختلف همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. اصلی‌ترین شاخه‌های این طیف گسترده نظری شامل نظریه نهادی (Ahlstrom et al., 2014)؛ نظریه هزینه مبادله (Ireland, Hitt & Vaidyanath, 2002)؛ رویکرد منبع‌محور (Chung, Singh & Lee, 2000)؛ نظریه سازمان یادگیرنده (Heimeriks, Bingham & Laamanen, 2015)؛ نظریه نمایندگی (Robson, Skarmeas & Spyropoulou, 2006) و نظریه شبکه اجتماعی (Kenis & Knoke, 2002) است که محققان هریک از دیدگاه نظری منتخب خود به بررسی کلیت شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک یا تبیین جنبه‌های خاصی از آن مانند گزینش شرکا و اداره روابط میان شرکا پرداخته‌اند. چارچوب‌های نظری دیگری مانند نظریه بازی‌ها، رویکرد شایستگی‌محور و رویکردهای جامعه‌شناختی نیز به موازات این شاخه‌های اصلی برای تشریح انگیزه مدیران سازمان‌ها برای روی آوردن به الگوهای مختلف همکاری استراتژیک مورد استفاده قرار گرفته‌اند (Jalali, 2017).

همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی در نظریه نهادی

عمدتاً دهه هفتاد میلادی و جلب توجه محققان از محیط خرد پیرامون سازمان به بخش‌هایی از ابعاد فرهنگی-اجتماعی محیط خارجی و تأثیر این ابعاد بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک به عنوان سرآغاز فراگیر شدن نظریه نهادی در مطالعات سازمانی شناخته می‌شود (Ahlstrom et al., 2014). سازمان‌ها از شرایط زمینه‌ای فرهنگی-اجتماعی که در آن به سر می‌برند، تأثیر می‌پذیرند (Maharati, Kazemi & Hassani, 2008; Walter, Lechner & Kellermanns, 2014). این تأثیرپذیری در قالب محدودیت‌هایی بر روی تصمیم‌گیری سازمان‌ها و هدایت رفتار سازمانی خود را نشان می‌دهد و حتی در شکل‌گیری و پیدایش استراتژی سازمان نیز نقش دارد (Hitt et al., 2004; Hamidizadeh, Zaraei Matin & Khandel, 2016). منطق نظریه نهادی به هنجارها، قواعد و رویه‌هایی بازمی‌گردد که واقعیت‌های اجتماعی را شکل داده و آنها را اداره و سازماندهی می‌کند (Cornelissen, Durand, Fiss, Lammers & Vaara., 2015).

به همین دلیل، نگاه نهادی به مدیریت استراتژیک عمدتاً درصدد فراهم آوردن درک بهتری از فشارهای محیط بیرونی بر روی سازمان و نحوه پاسخ‌گویی سازمان‌ها نسبت به این فشارهاست (Peng, 2003) و به همین دلیل، نظریه نهادی برای تشریح بهتری از چگونگی تأثیرگذاری متغیرهای نهادی مختلف بر شکل‌گیری استراتژی و تصمیم‌گیری‌های کلیدی استراتژیک سازمان نیاز است (Hitt et al., 2004). به ویژه آنکه ممکن است مدیران به صورت فردی تصمیمات منطقی بگیرند، اما تصمیم‌هایی که برای همکاری استراتژیک به طور جمعی اتخاذ می‌شود، متأثر از بازی‌های سیاسی است (Walter, Lechner & Kellermanns, 2008).

دو کلیدواژه مشروعیت و هم‌شکلی بنیان‌های اصلی همکاری استراتژیک را از دیدگاه نظریه نهادی تشکیل می‌دهند. مفهوم مشروعیت اشاره به قضاوت اجتماع در خصوص پذیرش و تأیید یک رفتار یا کننده آن رفتار دارد. ریشه این پذیرش و تأیید در سیستم اجتماعی برساخته از ارزش‌ها، هنجارها و عرف قرار دارد (Dacin, Oliver & Roy, 2007) و هم‌شکلی راهی برای کسب مزیت‌های ناشی از مشروعیت قلمداد می‌شود (Zajac & Westphal, 2001). در بستر نظریه نهادی، سازمان‌ها در جست‌وجوی کسب مشروعیت هستند تا از موانعی که تأثیرگذاری‌شان را محدود می‌کند فراتر رفته و هنگامی دارای مشروعیت هستند که بتوانند تقاضای ذی‌نفعان را برآورده ساخته و واکنش‌های متناسب با تقاضاهای متنوع ذی‌نفعان را نشان دهند (Chandler & Hwang, 2015). مشروعیت نهادی در حوزه سازمانی خود را به صورت محرک‌هایی نشان می‌دهد که تصمیم‌ها و اهداف سازمان را با مقررات رسمی، قواعد غیررسمی، هنجارها، ارزش‌ها و انتظارات نهادی از جانب محیط، صنعت یا شرکای سازمان متناسب می‌سازد (Biniari, Simmons, Monsen & Moreno., 2015)؛ و ممکن است نشأت گرفته از رفتار و رویکردهای سیاسی مدیران باشد (Buchanan, 2008). بنابراین زمانی که همکاری استراتژیک بین‌سازمانی به عنوان روشی برای فعالیت مورد پذیرش عناصر نهادی محیط قرار گیرد، سازمان‌ها نیز آن را به عنوان یکی از گزینه‌های استراتژیک در دسترس خود به کار می‌گیرند تا از طریق هم‌شکلی شکل مشروعی به فعالیت‌های خود بدهند (Das & Teng, 2000).

شرایط نهادی شکل یکسانی در کشورها و سیستم‌های اجتماعی گوناگون ندارد. پژوهش‌هایی که با به‌کارگیری نظریه نهادی درصدد تشریح مسائل یکسان سازمانی در سیستم‌های اجتماعی گوناگون بوده‌اند، این مسئله را به اثبات رسانده‌اند که تفاوت‌های نهادی حتی در کشورهایی که قرابت بیشتری با همدیگر دارند، منجر به حصول نتایج متفاوتی می‌شود (Vasudeva, Spencer & Teegen, 2013). علاوه بر این،

محیط نهادی تعیین‌کننده بستری است که تصمیم‌های اقتصادی را شکل می‌دهد (Lim et al., 2010). از این منظر، تصمیم‌ها و اقدامات استراتژیک سازمان فقط با مبنای اقتصادی قابل تفسیر نیستند، بلکه باید آنها را در قالب گزینه‌های منتخب از میان مجموعه گزینه‌های ممکن و مشروع دانست که توسط جامعه و قواعد اجتماعی به سازمان تحمیل شده‌اند (Deligonul, Elg, Cavusgil & Ghauri, 2013) و عمدتاً تحت تأثیر رفتار سیاسی قرار می‌گیرند (Walter, Lechner & Kellermanns, 2008).

مروری بر پیشینه نظری درخصوص تشریح چگونگی تأثیرگذاری محیط نهادی بر تصمیم‌گیری‌های کلیدی نظیر همکاری‌های استراتژیک بین‌شرکتی نشان‌دهنده تنوع در روش به‌کارگیری و مفهوم‌سازی این نظریه در مواجهه با مسائل گوناگون است. بسیاری از محققان در بررسی مؤلفه‌های نهادی، سه محور قانونی، هنجاری و شناختی را به‌کار گرفته‌اند. وجه قانونی مؤلفه‌های نهادی به نظام حقوقی حاکم و قوانین و سازوکارهای رسمی تقنینی و قضایی باز می‌گردد که عموماً متأثر از رفتارهای سیاسی هستند. وجه هنجاری ماهیتی نیمه رسمی دارد و می‌توان از انجمن‌های حرفه‌ای به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر نهادی با وجه هنجاری یاد کرد که از طریق وضع استانداردهای حرفه‌ای، کدهای اخلاقی و لابی‌گری با گروه‌های مختلفی از ذی‌نفعان به تنظیم روابط و تعاملات آن بخش از اعضای جامعه می‌پردازند که با آن انجمن یا نهاد رابطه ارگانیک و مستقیم دارند (Lin & Darnall, 2015). در نهایت، وجه شناختی ماهیت کاملاً غیررسمی داشته و در قالب باورها، سنت‌ها و عرف بر رفتار تک‌تک اعضای جامعه تأثیرگذار است و تعاملات میان آنها را تنظیم می‌کند (Ahlstrom & Bruton, 2010; Deligonul et al., 2013). برخی از دیگر محققان برای بررسی محیط نهادی در فضای کسب‌وکار به زیرساخت‌ها و هنجارهای تجاری پرداخته‌اند و دامنه مسائل نهادی را فراتر از ساختارهای رسمی در نظر گرفته‌اند. آلسترام و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند عوامل نهادی به اشکال رسمی نظیر قوانین و رویه‌های دادرسی محدود نیستند، بلکه قواعد عرفی جامعه و مسائل شناختی پذیرفته‌شده در فرهنگ را نیز شامل می‌شوند. از دید این محققان، هرگاه شکل رسمی قواعد نهادی نتواند منافع ذی‌نفعان را تأمین کند، اشکال غیررسمی و هنجاری نهادی از سوی نقش‌آفرینان برای تنظیم مناسبات بازار به‌کار گرفته می‌شود. به همین دلیل می‌توان طیف وسیع و متنوعی از زیرساخت‌ها و هنجارهای تجاری را در چارچوب‌های پژوهشی مختلف پیدا نمود.

رابطه تنگاتنگ و متقابل مشروعیت و رویکرد سیاسی و مهارت‌های ناشی از آن حلقه واسط مهمی در برقراری پیوند میان رویکرد سیاسی و نظریه نهادی است. البته، تدقیق در مفهوم، دامنه و کارکردهای رویکرد سیاسی نشان‌دهنده اشتراکات متعدد میان رویکرد سیاسی و ابعاد نظریه نهادی است. رویکرد

سیاسی و مهارت‌های ناشی از آن از طریق تأثیرگذاری بر صداقت (Ferris et al., 2005)؛ اعتبار (Deephouse & Carter, 2005)؛ تعارضات (Meurs, Gallagher & Perrewé, 2010)؛ سرمایه اجتماعی (Ellen, Ferris & Buckley, 2013) و سرمایه شناختی (Kimura, 2015) در شکل‌دهی به کدهای اخلاقی، نظام ارزشی و باورها دارای نقش است. فریز و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند رویکرد سیاسی می‌تواند به رهبران سازمان در زمینه تغییر هنجارهای موجود یا تطبیق با هنجارهای موجود کمک کند. از سوی دیگر، رویکرد سیاسی سازمان و مهارت‌های ناشی از آن توان سازمان را برای همکاری با نهادها و سازمان‌هایی که روابط مستحکمی با دولت‌های ملی یا حکومت‌های محلی دارند، افزایش می‌دهد و عاملی در جهت مشروعیت بخشی به فعالیت‌های سازمان است (Holmes, Miller, Hitt & Salmador., 2013). به همین دلیل، رویکرد سیاسی سازمان برای تأثیرگذاری بر نظام حقوقی و قوانین وضع شده از جمله ویژگی‌های تأثیرگذار در موفقیت برای مدیران و رهبران ارشد به شمار می‌آید (Buchanan & Badham, 2008, p. 73). ذکر این نکته لازم است که بحث درخصوص دامنه و میزان تأثیرگذاری رویکرد سیاسی محدود به مباحث فوق نیست. تردوی و همکاران (۲۰۱۳) رویکرد سیاسی را بازتابی از قابلیت‌های اجتماعی، شناختی، رفتاری و حسی می‌دانند که قابل تحلیل در سطوح مختلف سازمانی است. به همین دلیل، رویکرد سیاسی دامنه مفهومی بسیار وسیع‌تری نسبت به مهارت سیاسی دارد.

در سوی مقابل، رویکرد سیاسی سازمانی ماهیتاً با شکل‌گیری همکاری‌های بین‌سازمانی در ارتباط است. مینتزرگ (۱۹۸۵) با اشاره به نقش کلیدی این مؤلفه، مهارت‌های ناشی از رویکرد سیاسی را به ویژه در شبکه‌سازی و برقراری پیوند مورد تأکید قرار داده است. بوخانن و بدهام (۲۰۰۸) به مجموعه‌ای از رویکردها و رفتارهای سیاسی و مهارت‌های ناشی از آن اشاره کرده‌اند که لابی‌گری به منظور اقدام به همکاری‌های استراتژیک یکی از آنهاست. فریز و همکارانش (۲۰۰۷) نیز رویکرد سیاسی در سطح مدیر ارشد سازمان را عاملی تأثیرگذار در توانایی مدیر ارشد و رهبر سازمان برای دنبال کردن مقاصد فردی و سازمانی می‌دانند. بدین ترتیب به نظر می‌رسد رویکرد سیاسی یکی از زیربناهای اصلی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی باشد.

همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی در نظریه نهادی

هاسکینسون و همکاران (۲۰۰۰) معتقدند محققان، به ویژه در اقتصادهای در حال توسعه یا اقتصادهای نوظهور، باید توجه بیشتری به فشارهای نهادی داشته باشند و مطالعات مدیریتی به منظور ارائه تبیین روشن‌تری از مولفه‌های نهادی، بسط داده شوند. به همین دلیل، نگاه به همکاری‌های استراتژیک

بین‌سازمانی با نظریه نهادی جایگاه قابل توجهی در پژوهش‌های منتشره در یک دهه اخیر برخوردار شده است. داسین، اولیور و روی (۲۰۰۷) در بررسی همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی از دیدگاه نظریه نهادی، تمرکز اصلی خود را بر مشروعیت قرار داده‌اند و پنج جزء مشروعیت بازار، مشروعیت رابطه‌ای، مشروعیت اجتماعی، مشروعیت سرمایه‌گذاری و مشروعیت ائتلاف را از جمله ابعاد گوناگون مشروعیت می‌دانند که از ویژگی‌های محیط نهادی نشأت گرفته است.

مطالعه نمونه‌هایی از خاستگاه اروپای شرقی و مرکزی، اهمیت و نقش مؤلفه‌های نهادی را به واسطه بلوغ ناکافی بازار که سبب افزایش ریسک و هزینه‌ها می‌شود، در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه نشان می‌دهد. قوانین و مقررات دولتی، رویه‌های صنعت، جوازها و گواهی‌ها، نظام مالیاتی، قوانین حامی انحصار، ساختار تعرفه‌ها، بلوغ مؤسسات مالی، نرخ بالای بهره و مسائل فرهنگی مهم‌ترین عوامل نهادی از دید محققان در اینگونه بازارها است (Hyder & Abraha, 2008). وب و همکاران (۲۰۱۰) با مقایسه میان بازارهای در حال توسعه و بازارهای کمتر توسعه‌یافته، به پنج دسته از عوامل نهادی شامل بازار سرمایه، بازار نیروی کار، زیرساخت‌ها، قراردادها و الزامات قانونی و حقوق مالکیت اشاره کرده‌اند. بازار سرمایه خود به چندین زیرمجموعه از جمله ساختار بورس، نهادهای و روش‌های تأمین مالی و فعالیت شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر تقسیم می‌شود. بازار نیروی کار مستقیماً با نظام آموزشی و مهارت‌های نیروی انسانی مرتبط می‌گردد و زیرساخت‌ها نیز مشتمل بر زیرساخت‌های فیزیکی، حمل‌ونقل، انرژی و ارتباطات هستند. دو مؤلفه قراردادها و الزامات قانونی و حقوق مالکیت نیز اشاره به سازوکارهایی دارند که از حقوق و آزادی‌های مشروع اعضای جامعه حفاظت می‌کنند.

لیم، مورس، میچل و سی‌رایت (۲۰۱۰) با ارائه مدلی از مؤلفه‌های نهادی، به چهار جزء نظام حقوقی، نظام آموزشی، سیستم مالی و اعتماد اشاره کرده‌اند. این محققان برای مفهوم‌سازی نظام حقوقی به شیوه حفاظت از حقوق مالکیت و پیچیدگی قوانین اشاره کرده‌اند. به علاوه، نظام آموزشی با طول دوران تحصیل رایگان برای عموم جامعه و سیستم مالی با اندازه، کارایی و شدت نسبی فعالیت در بازار سرمایه مفهوم‌سازی شده است. دیگر وجه قابل ملاحظه در این پژوهش، در نظر گرفتن فاصله قدرت، فردگرایی، مردسالاری و اجتناب از عدم اطمینان به عنوان ابعاد فرهنگی مختص به هر کشور و زیربنای محیط نهادی است. به علاوه، برخی از محققان در مطالعات‌شان درباره گزینش شریک، به متغیرهای نهادی از جمله تمرکز نظام حاکمیتی کشور، سازوکارهای حمایت از حقوق معنوی، شدت فردگرایی و جمع‌گرایی در فرهنگ توجه کرده‌اند و طبیعی‌ست که فضای نهادی شکل گرفته به واسطه چنین متغیرهایی، از کشوری به کشور دیگر

متفاوت است (Vasudeva, Spencer & Teegen, 2013). در مقابل این حجم از مطالعات بین‌المللی، تعداد کمی از مقالات منتشره در نشریات داخلی نظیر پژوهش‌دانی فرد و خداداد حسینی (۲۰۰۴) یا نادری و سلگی (۲۰۱۵) از چارچوب نظریه نهادی برای تشریح پدیده‌های سازمانی استفاده کرده‌اند. نظیر همین وضعیت در خصوص پژوهش‌های منتشره پیرامون همکاری‌های استراتژیک بین‌سازمانی نیز صادق است و نمونه‌های اندکی از پژوهش‌های پیمایشی به بررسی این مسئله اختصاص یافته‌اند. مقاله رحمان‌سرشت، باشکوه و پهلوانی (۲۰۰۹) از جمله مطالعاتی است که به مسئله عوامل مؤثر در موفقیت شکل‌گیری همکاری‌های بین‌المللی بین‌سازمانی پرداخته است و نقش عواملی مانند انتخاب شریک و انتظارات آنها را بر یادگیری در همکاری‌های استراتژیک بین‌المللی ارزیابی کرده است. پژوهش‌های جلالی (۲۰۱۲) درباره معیارهای گزینش شرکا؛ و حمیدی‌زاده، زارع و سنگبر (۲۰۱۴) درباره عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف‌های استراتژیک نیز از تحقیقاتی هستند که به طور خاص متمرکز بر همکاری‌های استراتژیک هستند، اما هیچ‌یک تمایز مشخصی میان رویکردهای نظری مختلف قائل نشده‌اند.

چارچوب نظری پژوهش

به منظور مطالعه بر روی همکاری‌های استراتژیک از دیدگاه نظریه نهادی، مولفه‌های گوناگونی در پیشینه نظری و تجربی استفاده شده است. محققان در این پژوهش چارچوب لیم و همکاران (۲۰۱۰) و وایتلی (۲۰۰۲) را به کار گرفته‌اند و از مولفه‌های نظام حقوقی (حفاظت از دارایی‌ها، قوانین و غیره)، نظام مالی (کارایی نسبی، بازار سرمایه، بازار پول و غیره)، ساختار اعتماد (فاصله قدرت، فردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان و غیره) و نظام ارزشی (ارزش‌ها و فرهنگ حاکم بر سازمان) در چارچوب نظری پژوهش استفاده کرده‌اند. پژوهش حاضر به دنبال بررسی اثرگذاری رویکرد سیاسی سازمان و مهارت‌های ناشی از آن در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک از دیدگاه نظریه نهادی است؛ لذا فرضیه‌های پژوهش در قالب ذیل صورت‌بندی شده‌اند:

- از حیث نظام حقوقی، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.
- از حیث نظام مالی، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.
- از حیث ساختار اعتماد، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.
- از حیث نظام ارزشی، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر در قالب یک مطالعه پیمایشی و کاربردی به بررسی همکاری‌های استراتژیک از دیدگاه نظریه نهادی پرداخته است. محققان با طرح پرسش‌هایی درخصوص نظام حقوقی، نظام مالی، ساختار اعتماد و نظام ارزشی به عنوان وجوهی برآمده از نظریه نهادی، شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک در شرکت‌های تکنولوژی‌محور را هدف قرار داده‌اند. شرکت‌های تکنولوژی‌محور به گونه‌ای از کسب‌وکارها اطلاق می‌گردند که از نرخ رشد سریع و قابلیت نوآوری فراوانی برخوردار هستند، نشر تکنولوژی از کارکردهای اصلی آنان است و قابلیت ایجاد ارزش افزوده بالایی دارند (Ghazinoori & Ali, 2008). حمایت‌های دولتی از طریق سازوکارهایی مانند صندوق نوآوری و شکوفایی، توسعه علوم و فنون جدید، رشد پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد دولتی و خصوصی و نیز انبوه فارغ التحصیلان در رشته‌های مرتبط با تکنولوژی‌های پیشرفته در حوزه‌هایی نظیر زیست‌فناوری (بیوتکنولوژی)، ریزفناوری (نانوتکنولوژی) و فناوری اطلاعات سبب شده است تا تعداد شرکت‌های تکنولوژی‌محور رو به افزایش باشد. با این وجود اغلب این شرکت‌ها توان عملیاتی کافی برای حضور پایدار در بازار را ندارند. رویکرد پژوهش حاضر در بررسی شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی‌محور، با توجه به عدم وجود نمونه‌های تحقیقاتی مشابه داخلی، علاوه بر آنکه از وجوه نوآورانه پژوهش به شمار می‌آید، گویای ضرورت و اهمیت انجام آن است.

با توجه به اتکای پژوهش به شواهد تجربی، داده‌های مورد نیاز برای تحلیل‌های آماری از سطح شرکت‌های تکنولوژی‌محور در دو حوزه با بالاترین پیچیدگی تکنولوژیک شامل نانوتکنولوژی و بیوتکنولوژی جمع‌آوری شده است. دسترسی به جامعه آماری مورد نظر پژوهش از طریق ستاد ویژه توسعه فناوری نانو، پژوهشگاه ملی مهندسی ژنتیک و زیست‌فناوری (مرکز رشد زیست‌فناوری)، پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، مرکز رشد زیست‌فناوری رویان، مرکز رشد زیست‌فناوری انستیتو پاستور ایران، پژوهشگاه فناوری‌های نوین علوم زیستی جهاد دانشگاهی و سایر مراکز رشد و پژوهشکده‌های نانوتکنولوژی و بیوتکنولوژی زیرمجموعه دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری سراسر کشور صورت پذیرفته است. با توجه به ماهیت مسئله در پژوهش حاضر و به منظور دسترسی به داده‌ها، مدیران ارشد و اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌های فعال در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری هدف قرار داده شدند. با توجه به جامعه آماری پژوهش و بر حسب استناد به جدول مورگان، حداکثر تعداد اعضای نمونه در محافظه کارانه‌ترین حالت برابر با ۲۸۵ است که به منظور اطمینان از دستیابی به حجم نمونه مورد نظر، تعداد

۳۵۰ پرسشنامه به طور تصادفی در جامعه آماری توزیع گردید و در نهایت، پس از گردآوری پرسشنامه‌ها و غربال اولیه، تعداد ۳۰۸ پرسشنامه صحیح جهت انجام تحلیل‌های آماری مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش جهت بررسی روایی پرسشنامه از روایی محتوا و روایی سازه استفاده شد. در ابتدا سنججه‌ها از ادبیات تحقیق استخراج گردیده و نظر اساتید و کارشناسان جهت سنجش روایی محتوا به کار گرفته شد و تغییرات مورد نظر با توجه به نقطه نظرات ارائه شده، انجام گرفت. جهت روایی سازه روش تحلیل عاملی اکتشافی مورد استفاده قرار گرفت که با توجه به خروجی حاصل، مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۱۴ است که دلیل بر کفایت نمونه‌گیری دارد و Sig آزمون بارتلت ۰/۰۳۹ حاصل شد که دلیل بر واحد نبودن ماتریس است و در نتیجه هر دو عامل KMO و Sig بیان‌کننده روایی قابل قبول پرسشنامه می‌باشند. شاخص آلفای کرونباخ به جهت بررسی پایایی به کار گرفته شد و ضریب آلفای محاسبه شده از طریق نرم‌افزار SPSS برابر ۰/۷۶ بدست آمد که نشان دهنده اعتبار کافی پرسشنامه می‌باشد. از آنجایی که مولفه‌های اصلی که برای بررسی سؤالات تحقیق به کار گرفته شده‌اند، به صورت سؤالاتی در طیف لیکرت طراحی شده‌اند، از این رو می‌توان سؤالات را به عنوان متغیرهای تصادفی در نظر گرفت که مقادیر ۱ تا ۷ را به خود اختصاص داده‌اند. در این تحقیق تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شده است و جهت بررسی مناسب بودن شاخص‌های هر یک از متغیرهای تحقیق روش تحلیل عاملی و به منظور بررسی سؤالات تحقیق، تحلیل رگرسیون و همبستگی به کار گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل عاملی سنججه‌ها

در گام نخست از تحلیل عاملی برای شناسایی سنججه‌های قابل قبول استفاده شده است. برای سنجش مؤلفه نظام حقوقی در این پژوهش از پرسشنامه ۱۲ سوالی استفاده گردید که نتایج تحلیل عاملی مربوط به سنججه‌های این مؤلفه در جدول شماره ۱ به نمایش درآمده است. پس از انجام تحلیل عاملی، گویه‌های ۱ و ۴ و ۵ و ۱۱ به دلیل بارعاملی کمتر از ۰/۵ حذف گردید و در نهایت ۸ گویه برای سنجش مؤلفه نظام حقوقی باقی ماند. برای سنجش پایایی نیز از آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار حاصله برای مؤلفه نظام حقوقی بالغ بر ۰/۷۱ بود و این نتیجه از مقدار آستانه قابل قبول (۰/۶) بالاتر است.

جدول شماره (۱): نتایج تحلیل عاملی سنجه‌های نظام حقوقی

سنجه	بار عاملی
۱	دارایی‌های سازمان با سیاسی‌کاری افراد دچار هیچ اختلالی نمی‌شود
۲	سیاست مناسب از مظاهر امنیت است
۳	سیاست‌های مناسب داشته‌های سازمان را به خوبی محافظت می‌کنند
۴	افراد سازمان می‌توانند با لابی‌گری از منابع سازمان برای اهداف شخصی خود استفاده کنند
۵	دارایی‌های سازمان به صورت شفاف و با جزئیات کامل مشخص است
۶	سیاست مدیران سازمان در جهت حفظ منابع سازمان است
۷	قوانین حقوقی پیچیده با سیاسی‌کاری‌های پیچیده توامان است
۸	قوانین دارای جنبه‌های گوناگونی بوده و باعث ایجاد برداشت‌های مختلف می‌گردد
۹	به جهت قوانین پیچیده، سیاسی‌کاری مدیران دور از انتظار نیست
۱۰	قوانین شفاف و به دور از هر گونه چند پهلویی است
۱۱	وضوح قوانین هر گونه سوء استفاده از آن را مانع می‌گردد
۱۲	با وجود شفافیت قوانین، مهارت‌های برگرفته از رویکرد سیاسی از ملزومات مدیران است

سنجش مؤلفه نظام مالی به عنوان دومین مؤلفه، با پرسشنامه ۲۱ سوالی صورت پذیرفته است و نتایج تحلیل عاملی مربوط به آن در جدول شماره ۲ درج شده است.

جدول شماره (۲): نتایج تحلیل عاملی سنجه‌های نظام مالی

سنجه	بار عاملی
۱	فعالیت سازمان در بازار پول زیاد است
۲	قوانین خشک بازار پول از کارایی آن برای سازمان می‌کاهد
۳	بازار پول انعطاف لازم برای بهبود فعالیت‌های سازمان را دارد
۴	سیاسی‌کاری مدیران در فعالیت در بازار پول نقش دارد
۵	با لابی‌گری نمی‌توان تغییری در بازار پول ایجاد کرد
۶	با لابی‌گری نمی‌توان تغییری در بازار سرمایه ایجاد کرد
۷	قانون تجارت کارایی بازار سرمایه را کاسته است
۸	بازار سرمایه انعطاف لازم برای بهبود فعالیت‌های سازمان را دارد
۹	مدیران توانایی مذاکره در بازار سرمایه را دارند
۱۰	فعالیت سازمان در بازار سرمایه زیاد است
۱۱	بدلیل انعطاف بازار سرمایه، مدیران سازمان ترجیح می‌دهند بیشتر از این بازار استفاده کنند
۱۲	مدیران سازمان با مذاکره در بازار سرمایه مشکلات سازمان را بهتر حل می‌کنند
۱۳	مذاکره در بازار سرمایه امکان‌پذیر نیست
۱۴	امکان مذاکره برای مدیران در بازار پول بیش از بازار سرمایه است

ادامه جدول (۲) از صفحه قبل:

۰/۶۹۱	مدیران سازمان توانایی حل مشکلات سازمان در بازار سرمایه و پول را ندارند	۱۵
۰/۶۹۰	مدیران سازمان فعالیت بسیار موثری در بازار سرمایه و پول را دارند	۱۶
۰/۵۳۷	بسیاری از مشکلات سازمان با لابی‌گری مدیران در بازار سرمایه حل می‌شود	۱۷
۰/۸۰۹	مدیران با گفت‌وگو و سیاسی‌کاری در بازار پول فعالیت‌های سازمان را بهبود می‌دهند	۱۸
۰/۵۱۰	به دلیل عدم توجه مدیران، سازمان هیچ فعالیتی در بازار سرمایه ندارد	۱۹
۰/۳۹۹	توجه بیش از حد مدیران به بازار پول، کارایی بازار سرمایه را برای سازمان از بین برده است	۲۰
۰/۶۹۹	توجه مدیران به بازار پول بیشتر از بازار سرمایه نیست	۲۱

نتایج تحلیل عاملی منجر به حذف گویه‌های ۳، ۱۴ و ۲۰ در مرحله اول، گویه ۸ در مرحله دوم و گویه ۱۹ در مرحله سوم چرخش واریماکس گردید و در نهایت ۱۶ گویه برای مؤلفه نظام مالی باقی ماند و مقدار آلفای کرونباخ این قسمت ۰/۸۹ حاصل گردید. برای سنجش مؤلفه ساختار اعتماد از پرسشنامه ۹ سوالی استفاده گردید که نتایج تحلیل عاملی مربوط به سنجه‌های این مؤلفه در جدول ۳ مشخص گردیده است.

جدول شماره (۳): نتایج تحلیل عاملی سنجه‌های ساختار اعتماد

بارعاملی	سنجه	
۰/۸۰۱	قدرت ریسک‌پذیری مدیران سازمان بالاست	۱
۰/۸۵۱	مدیران قبل از انجام هر گونه ریسکی پیش‌بینی‌های لازم را انجام می‌دهند	۲
۰/۶۲۸	در اکثر مواقع ریسک‌های مدیران برای سازمان نتایج مثبت دارد	۳
۰/۷۰۱	مدیران بدلیل توانمندی سیاسی پایین با ریسک‌های بی‌دلیل سازمان را به مخاطره می‌اندازند	۴
۰/۷۸۴	مدیران سازمان پیش از انجام ریسک با یکدیگر همه جوانب آن را بررسی می‌کنند	۵
۰/۶۳۸	مسئولیت انجام ریسک به عهده شخص ریسک‌کننده است	۶
۰/۵۲۱	مشورت در سازمان امری رایج بین مدیران شرکت می‌باشد	۷
۰/۶۹۱	افراد سازمان با استفاده از ترفندهای لازم یکدیگر را در شکست‌ها سهیم می‌کنند	۸
۰/۵۷۹	بدلیل درایت مدیران، سازمان هیچ ریسک غیرمنطقی متحمل نمی‌شود	۹

بدین ترتیب، بارعاملی کلیه گویه‌های مؤلفه ساختار اعتماد بیش از ۰/۵ حاصل گردید و آلفای کرونباخ نیز برابر با ۰/۶۹ شد. برای سنجش نظام ارزشی به عنوان چهارمین مؤلفه از پرسشنامه ۸ سوالی استفاده گردید که نتایج تحلیل عاملی مربوط به این مؤلفه در جدول شماره ۴ به نمایش درآمده است.

جدول شماره (۴): نتایج تحلیل عاملی سنجه‌های نظام ارزشی

سنجه	بارعاملی
۱ ارزش‌های سازمان در رفتار مدیران جنبه عینی پیدا کرده‌اند	۰/۵۳۲
۲ کنترل از طریق مجموعه باورها و ارزش‌ها مهم‌ترین ابزار کنترل در سازمان است	۰/۸۴۱
۳ گزاره‌های بیانیه ارزش‌های سازمان شفاف و به دور از ابهام و چندگانگی است	۰/۶۲۸
۴ نظام ارزشی حاکم بر فعالیت‌های سازمان به رفتار سیاسی حساس است	۰/۷۷۹
۵ فرهنگ سازمانی ابهام و عدم قطعیت بالا را نمی‌پذیرد	۰/۴۰۱
۶ چشم‌انداز و ارزش‌های سازمانی نمود اجماع میان گروه‌های اصلی قدرت در سازمان است	۰/۵۵۹
۷ ارزش‌ها و فرهنگ سازمان ریشه در باورهای بنیان‌گذاران و سهامداران اصلی دارد	۰/۸۷۱
۸ فرهنگ سازمان یادگیری مستمر و اصلاح بر اساس یادگیری‌ها را تشویق می‌کند	۰/۶۹۹

نتایج تحلیل عاملی در این بخش منجر به حذف گویه پنجم شد و در نهایت ۷ گویه برای نظام ارزشی باقی ماند و مقدار آلفای کرونباخ نیز به رقم ۰/۷۴ بالغ شد. در نهایت، برای سنجش مؤلفه شکل‌گیری همکاری استراتژیک در این پژوهش از پرسشنامه ۶ سوالی استفاده شده است که نتایج تحلیل عاملی مربوط به سنجه‌های این مؤلفه در جدول ۵ مورد اشاره قرار گرفته است.

جدول شماره (۵): نتایج تحلیل عاملی سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک

سنجه	بارعاملی
۱ سازمان قابلیت‌های لازم برای همکاری استراتژیک با سازمان‌های همسطح را داراست	۰/۶۱۰
۲ ریسک از دست دادن منابع دانشی سازمان با شکل‌گیری استراتژیک افزایش می‌یابد	۰/۳۳۹
۳ سازمان آمادگی لازم جهت تشکیل همکاری استراتژیک را ندارد	۰/۶۸۹
۴ با شکل‌گیری همکاری استراتژیک مزایای زیادی عاید سازمان می‌شود	۰/۵۷۸
۵ دیدگاه مثبتی نسبت به شکل‌گیری همکاری استراتژیک در سازمان وجود دارد	۰/۵۹۷
۶ همکاری استراتژیک موجب تضعیف منابع تکنولوژیک سازمان می‌شود	۰/۳۱۸

نتایج تحلیل عاملی برای این مؤلفه نیز منجر به حذف گویه ۲ در مرحله اول و گویه ۶ در مرحله دوم چرخش واریماکس گردید و در نهایت ۴ گویه در این بخش باقی ماند. همچنین، مقدار آلفای کرونباخ مؤلفه شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک برابر با ۰/۹۱ شد.

تحلیل همبستگی و مدل‌سازی رگرسیونی

پس از بدست آوردن سنجه‌های هر یک از متغیرها، به منظور بررسی ارتباط چهار مؤلفه نهادی با شکل‌گیری همکاری استراتژیک از تحلیل همبستگی و رگرسیون استفاده شده است. در این پژوهش

تحلیل رگرسیون چندگانه مرحله‌ای^۱ به جهت شناسایی موثرترین سنجه‌های تاثیرگذار بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک به کار گرفته شده است. در این روش متغیرهای مستقلی که بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارند، به صورت مرحله‌ای وارد مدل رگرسیون گردیده و مدل رگرسیون نهایی با کمترین خطای میانگین مربعات^۲ و بالاترین ضریب تعیین تعدیل شده^۳ انتخاب می‌شود. نتایج تحلیل همبستگی بین سنجه‌های نظام حقوقی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک در جدول ۶ به تصویر کشیده شده است. مقادیر ضریب همبستگی پیرسون برای روابط دودویی در دو سطح معنی‌داری ۰/۰۱ و ۰/۰۵ مورد اشاره قرار گرفته و از یکدیگر تفکیک شده‌اند.

سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه ۱	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵	
سنجه ۲	۰/۰۴۶	۰/۵۳۲**	۰/۰۱۸	
سنجه ۳	۰/۱۸۴*	۰/۳۰۸**	۰/۱۷۸*	
سنجه ۶	۰/۰۰۷	۰/۰۶۱	۰/۳۲۹**	
سنجه ۷	۰/۰۶۵	۰/۲۱۷*	۰/۴۹۲**	
سنجه ۸	۰/۲۷۵*	۰/۱۰۲	۰/۰۱۱	
سنجه ۹	۰/۲۸۷**	۰/۰۰۹	۰/۰۴۲	
سنجه ۱۰	۰/۲۲۲**	۰/۴۹۰**	۰/۵۰۹**	
سنجه ۱۲	۰/۴۱۷**	۰/۴۰۹**	۰/۲۱۱*	

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

با توجه به آنکه مقدار sig کمتر از ۵ درصد است، فرض عدم وجود همبستگی رد شده است. به علاوه، می‌توان اظهار داشت که سنجه دوم نظام حقوقی به صورت مستقیم با ضریب همبستگی پیرسون ۰/۵۳۲ و ۰/۵۱۹ با سنجه‌های سوم و چهارم شکل‌گیری همکاری استراتژیک ارتباط دارد. همچنین، سنجه‌های سوم، دهم و یازدهم نظام حقوقی به صورت مستقیم با همه سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک ارتباط مستقیم دارد اما در مقابل، سنجه ششم نظام حقوقی تنها با سنجه‌های چهارم و پنجم، سنجه هشتم نظام حقوقی تنها با سنجه‌های اول و چهارم و سنجه نهم نظام حقوقی فقط با سنجه اول شکل‌گیری همکاری

¹ Stepwise

² The Mean Square Error

³ The Multiple Coefficient of Determination

استراتژیک ارتباط مستقیم دارند. در نهایت، سنجه هفتم نظام حقوقی با هر سه سنجه شکل‌گیری همکاری استراتژیک به جز سنجه نخست مرتبط است.

با توجه به نتایج تحلیل همبستگی، جدول شماره ۷ نتایج نهایی رگرسیون چندگانه مرحله‌ای برای سنجه‌های نظام حقوقی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک را دربر گرفته است. لازم به ذکر است که سنجه‌های فاقد نتیجه معنی‌دار در جدول تحلیل رگرسیون آورده نشده‌اند. خط نخست از هر خانه شامل ضریب رگرسیون و خط دوم شامل آماره آزمون است. همانطور که در نتایج مشخص است، کلیه مقادیر sig کمتر از ۵ درصد بوده و لذا فرض خطی بودن مدل تأیید می‌شود. بر حسب یافته‌ها، سنجه‌های دوم، سوم و دوازدهم نظام حقوقی میزان ۳۷/۴ درصد از تغییرات سنجه سوم شکل‌گیری همکاری استراتژیک را پیش‌بینی می‌کند و همچنین ۳۶/۱ درصد از تغییرات سنجه چهارم شکل‌گیری استراتژیک توسط سنجه‌های هفتم، هشتم، دهم و دوازدهم نظام حقوقی تبیین می‌گردد که این نتایج، تأییدکننده پاسخ مثبت برای سؤال اول تحقیق است؛ به عبارت دیگر از منظر نظام حقوقی، رویکرد سیاسی سازمان بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.

جدول شماره (۷): نتایج تحلیل رگرسیون میان نظام حقوقی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه ۱	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵	
سنجه ۲	۰/۴۹۲ (۴/۲۹)			
سنجه ۳	۰/۳۲۸ (۳/۰۹)		۰/۱۹۹ (۲/۵۵)	
سنجه ۷		۰/۳۷۱ (۳/۰۵)	۰/۵۱۱ (۴/۴۵)	
سنجه ۸		۰/۳۵۹ (۴/۱۹)		
سنجه ۹	۰/۲۸۸ (۲/۶۵)			
سنجه ۱۰		۰/۳۹۹ (۲/۹۱)		
سنجه ۱۲	۰/۳۹۱ (۳/۱۲)	۰/۵۲۱ (۵/۱۹)	۰/۴۶۴ (۵/۸۹)	۰/۲۵۱ (۳/۱۲)
R	۰/۳۱۴	۰/۵۸۹	۰/۵۱۲	۰/۲۷۴
R ²	۰/۰۹۸	۰/۳۸۵	۰/۴۹۸	۰/۰۵۱
Adj.R ²	۰/۰۹۳	۰/۳۷۴	۰/۳۶۱	۰/۰۵۳
F	۱۳/۱۹۱*	۲۳/۹۲۱**	۳۱/۱۰۹**	۷/۴۲۴*
*معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۱ و **معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۰۱				

سنجه‌های نظام حقوقی

نتایج مدل رگرسیون

نتایج تحلیل همبستگی میان سنجه‌های مؤلفه نظام مالی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک در جدول ۸ نشان داده شده است.

از آنجا که مقدار sig کمتر از ۵ درصد است فرض عدم وجود همبستگی رد شده است. بالاترین ضرایب همبستگی در این مؤلفه اختصاص به رابطه میان سنجه دهم نظام مالی با سنجه پنجم شکل‌گیری همکاری استراتژیک (۰/۶۹۱ در سطح خطای ۰/۰۵) و سنجه ششم نظام مالی با سنجه پنجم شکل‌گیری همکاری استراتژیک (۰/۶۱۸ در سطح خطای ۰/۰۵) دارد.

جدول شماره (۸): نتایج تحلیل همبستگی میان نظام مالی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه ۱	سنجه ۲	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵
سنجه ۱	۰/۴۷۱**	۰/۰۱۹	۰/۴۵۱**	۰/۰۱۱
سنجه ۲	۰/۲۸۷**	۰/۲۹۹**	۰/۰۱۹	۰/۰۲۴
سنجه ۴	۰/۲۶۷*	۰/۱۰۲	۰/۲۰۶*	۰/۰۱۱
سنجه ۵	۰/۲۳۷*	۰/۱۹۲*	۰/۳۵۶**	۰/۴۲۱**
سنجه ۶	۰/۱۶۸*	۰/۴۱۸**	۰/۴۲۹**	۰/۶۱۸**
سنجه ۷	۰/۱۸۷*	۰/۱۵۹	۰/۰۱۹	۰/۰۲۴
سنجه ۹	۰/۳۳۰**	۰/۳۸۹**	۰/۴۳۱**	۰/۲۲۱*
سنجه ۱۰	۰/۲۸۲**	۰/۴۳۰**	۰/۳۴۲**	۰/۶۹۱**
سنجه ۱۱	۰/۲۲۲*	۰/۲۲۰*	۰/۳۲۰**	۰/۰۹۱
سنجه ۱۲	۰/۳۱۷**	۰/۰۹۱	۰/۲۸۹*	۰/۳۱۹**
سنجه ۱۳	۰/۲۴۶*	۰/۴۳۲**	۰/۴۱۹**	۰/۰۱۹
سنجه ۱۵	۰/۲۵۷*	۰/۱۱۲	۰/۳۰۶**	۰/۳۱۱**
سنجه ۱۶	۰/۱۷۴*	۰/۲۱۸*	۰/۲۷۰*	۰/۱۷۸*
سنجه ۱۷	۰/۰۵۶	۰/۱۰۱	۰/۲۸۹*	۰/۰۸۲
سنجه ۱۸	۰/۰۴۶	۰/۲۳۲*	۰/۲۱۹*	۰/۰۱۸
سنجه ۲۱	۰/۰۲۲	۰/۳۴۰**	۰/۰۹۲	۰/۵۱۱**

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

سنجه‌های نظام مالی

با توجه به یافته‌های تحلیل همبستگی، نتایج مدل‌های رگرسیون بین سنجه‌های مؤلفه نظام مالی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک در جدول ۹ نشان داده شده است. همانطور که مشخص است، در مدل‌های رگرسیون کلیه مقادیر sig کمتر از ۵ درصد بوده و بنابراین خطی بودن مدل تأیید می‌گردد. سنجه‌های دوم، ششم، سیزدهم و بیست‌ویکم نظام مالی به میزان ۴۲/۸ درصد از تغییرات سنجه سوم شکل‌گیری همکاری استراتژیک را پیش‌بینی می‌کند و همچنین ۴۴/۹ درصد از تغییرات سنجه پنجم شکل‌گیری همکاری استراتژیک توسط سنجه‌های ششم، هشتم، پانزدهم و بیست‌ویکم بیان می‌گردد. لذا، یافته‌ها

تأیید‌کننده پاسخ مثبت برای سؤال دوم تحقیق است؛ به عبارت دیگر از منظر نظام مالی، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.

جدول شماره (۹): نتایج تحلیل رگرسیون میان نظام مالی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک					
سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک					
سنجه ۱	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵		
سنجه ۲	۰/۴۰۱ (۴/۱۱)				
سنجه ۴	۰/۳۱۹ (۳/۲۰)				
سنجه ۵		۰/۲۹۱ (۵/۳۱)	۰/۵۰۵ (۶/۳۹)		
سنجه ۶		۰/۴۱۱ (۳/۹۱)	۰/۴۲۰ (۴/۵۹)		
سنجه ۹			۰/۲۷۹ (۳/۹۸)		
سنجه ۱۰	۰/۲۳۵ (۳/۲۲)				
سنجه ۱۳		۰/۳۹۰ (۶/۵۰)			
سنجه ۱۵			۰/۲۹۹ (۳/۳۱)		
سنجه ۱۶	۰/۲۱۸ (۳/۰۵)				
سنجه ۱۷		۰/۳۰۷ (۳/۳۱)			
سنجه ۱۸					
سنجه ۲۱		۰/۳۹۱ (۵/۹۱)	۰/۴۱۲ (۶/۲۲)		
R	۰/۲۹۱	۰/۳۸۸	۰/۴۸۲		
R ²	۰/۰۸۸	۰/۳۵۸	۰/۵۱۹		نتایج مدل
Adj.R ²	۰/۰۹۵	۰/۴۲۸	۰/۴۴۹		رگرسیون
F	۱۱/۲۲۱*	۳۰/۳۰۱**	۲۱/۱۹۰**	۴۹/۵۲۹**	

*معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۱ و **معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۰۱

جدول‌های شماره ۱۰ و ۱۱ نتایج تحلیل همبستگی و مدل‌های رگرسیون میان سنجه‌های ساختار اعتماد و شکل‌گیری همکاری استراتژیک را شامل می‌شوند.

جدول شماره (۱۰): نتایج تحلیل همبستگی میان ساختار اعتماد و شکل‌گیری همکاری استراتژیک					
سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک					
سنجه ۱	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵		
سنجه ۱	۰/۰۲۸	۰/۳۱۸**	۰/۰۹۹		سنجه‌های
سنجه ۲	۰/۳۱۱**	۰/۲۱۸*	۰/۱۵۹*		ساختار اعتماد

ادامه جدول (۱۰) از صفحه قبل:

سنجه ۳	۰/۰۵۱	۰/۴۳۲**	۰/۳۸۹**	۰/۰۱۴
سنجه ۴	۰/۰۸۸	۰/۰۵۳	۰/۲۱۴*	۰/۳۹۳**
سنجه ۵	۰/۳۵۶**	۰/۱۴۳*	۰/۰۷۸	۰/۱۰۲
سنجه ۶	۰/۳۵۵**	۰/۱۰۲	۰/۴۱۶**	۰/۰۷۰
سنجه ۷	۰/۲۳۰*	۰/۱۰۹	۰/۰۰۸	۰/۳۴۲**
سنجه ۸	۰/۰۸۲	۰/۲۱۰*	۰/۲۱۲*	۰/۰۰۹
سنجه ۹	۰/۴۱۷**	۰/۱۰۲	۰/۵۵۱**	۰/۲۱۱*

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

بر اساس یافته‌ها، sig آزمون همبستگی کمتر از ۵ درصد بوده و فرض عدم همبستگی رد می‌شود. همچنین، کلیه مقادیر sig در مدل‌های رگرسیون نیز کمتر از ۵ درصد بوده است. در نتیجه، فرض خطی بودن مدل تأیید شده و این مسئله تأیید کننده پاسخ مثبت برای سؤال سوم تحقیق است؛ به عبارت دیگر از منظر ساختار اعتماد، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.

جدول شماره (۱۱): نتایج تحلیل رگرسیون میان ساختار اعتماد و شکل‌گیری همکاری استراتژیک

سنجه‌های ساختار اعتماد				
	سنجه ۱	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵
سنجه ۱	۰/۲۷۸ (۳/۱۳)			
سنجه ۲				۰/۱۸۷ (۲/۶۱)
سنجه ۳		۰/۳۹۱ (۳/۰۹)		
سنجه ۴				۰/۴۲۱ (۳/۳۱)
سنجه ۵		۰/۲۲۰ (۲/۵۸)		
سنجه ۶			۰/۳۱۴ (۴/۸۷)	
سنجه ۷				۰/۲۶۷ (۳/۲۱)
سنجه ۸			۰/۲۴۵ (۲/۷۴)	
سنجه ۹	۰/۴۰۲ (۴/۸۷)			
R	۰/۳۵۶	۰/۲۹۸	۰/۳۲۹	۰/۲۶۱
R ²	۰/۳۱۴	۰/۰۸۱	۰/۳۰۱	۰/۲۷۴
Adj.R ²	۰/۳۲۹	۰/۲۵۸	۰/۰۶۱	۰/۲۵۳
F	۲۶/۵۲۹**	۳۱/۱۲۸**	۸/۱۰۹*	۷/۸۱۳*

*معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۱ و **معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۰۱.

در نهایت، یافته‌ها با بررسی نتایج تحلیل همبستگی و مدل‌های رگرسیون میان سنجه‌های مؤلفه نظام ارزشی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک در جدول شماره ۱۲ و ۱۳ ادامه می‌یابد.

جدول شماره (۱۲): نتایج تحلیل همبستگی میان نظام ارزشی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک

سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه ۱	سنجه ۲	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵
سنجه ۱	۰/۲۱۸*	-۰/۱۰۲	۰/۰۹۸	۰/۱۹۲*
سنجه ۲	۰/۴۵۱**	۰/۲۱۸*	۰/۳۵۸**	۰/۰۵۹
سنجه ۳	۰/۱۵۱*	۰/۰۸۱	۰/۱۰۹	۰/۲۵۸*
سنجه ۴	۰/۰۸۱	۰/۰۳۸	۰/۲۳۵*	۰/۴۱۲**
سنجه ۶	۰/۱۲۱	۰/۱۰۲	۰/۲۱۶*	۰/۳۲۱**
سنجه ۷	۰/۲۴۰*	۰/۳۰۹**	۰/۱۰۸	۰/۳۹۵**
سنجه ۸	۰/۲۳۱*	۰/۲۰۹*	۰/۲۲۵*	۰/۰۸۷

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

سنجه‌های نظام ارزشی

با توجه به جدول شماره ۱۲، sig آزمون همبستگی کمتر از ۵ درصد است و فرض عدم همبستگی رد می‌شود. به علاوه، همان‌گونه که در جدول شماره ۱۳ مشخص شده است، کلیه مقادیر sig در مدل‌های رگرسیون نیز کمتر از ۵ درصد بوده و فرض خطی بودن مدل تأیید می‌شود. بنابراین، یافته‌ها تأیید‌کننده فرضیه چهارم تحقیق است؛ به عبارت دیگر از منظر نظام ارزشی، رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک مؤثر است.

جدول شماره (۱۳): نتایج تحلیل رگرسیون میان نظام ارزشی و شکل‌گیری همکاری استراتژیک

سنجه‌های شکل‌گیری همکاری استراتژیک				
سنجه ۱	سنجه ۲	سنجه ۳	سنجه ۴	سنجه ۵
سنجه ۲	۰/۳۹۴ (۶/۲۰)			
سنجه ۳				-۰/۱۸۷ (۲/۶۱)
سنجه ۴			۰/۲۴۷ (۳/۷۱)	
سنجه ۶			۰/۲۱۱ (۲/۴۷)	
سنجه ۷		۰/۲۹۷ (۳/۲۸)		
سنجه ۸	۰/۲۱۸ (۳/۱۴)	۰/۲۱۷ (۲/۹۸)		
R	۰/۳۵۲	۰/۳۱۸	۰/۲۲۴	۰/۱۵۹
R ²	۰/۰۹۲	۰/۲۸۱	۰/۲۱۴	۰/۰۸۲
Adj.R ²	۰/۰۵۸	۰/۲۵۸	۰/۲۰۹	۰/۰۹۱
F	۷/۳۶۷*	۱۴/۲۵۸**	۱۱/۴۱۹*	۱۰/۴۱۲**

*معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۱ و **معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۰۱

نتایج مدل رگرسیون

بحث و نتیجه‌گیری

چارچوب‌های نظری مختلفی نظیر سازمان صنعتی، رویکرد منبع‌محور، رویکرد دانش‌محور، نظریه بازی‌ها، نظریه نهادی، نظریه شبکه و غیره در توسعه دانش مدیریت استراتژیک از آغاز راه تا به امروز نقش داشته‌اند. نگاه به مسائل سازمانی از منظر هر کدام از این نظریه‌ها بخشی از جنبه‌های نامکشوف در راهبری و هدایت سازمان‌ها و بنگاه‌های تجاری را هویدا ساخته که دستیابی به آن از طریق دیگر چارچوب‌های نظری امکان‌پذیر نبوده است. با وجود آنکه مسئله همکاری استراتژیک اغلب از منظر هم‌افزایی‌های ناشی از به اشتراک‌گذاری منابع میان طرفین تحلیل شده است؛ نظریه نهادی با توجه به بافت فرهنگی-اجتماعی پیرامون بنگاه و فشارهای محیط نهادی، دامنه تحلیل را به سطحی فراتر از آنچه صرفاً در اختیار بنگاه است، گسترش می‌دهد. پیشینه نظری نیز با تاکید بر ارزش به‌کارگیری نظریه نهادی برای تشریح مسائل سازمانی در بازارهای در حال توسعه یا کمتر ساختار یافته (Hyder & Abraha, 2008; Hoskisson et al., 2000)، اهمیت و ضرورت درک بهتری از ماهیت پدیده‌ها با در نظر گرفتن بافت محیط نهادی را تأیید می‌کند. بر همین اساس، پژوهش حاضر از دیدگاه نظریه نهادی به بررسی اثرگذاری رویکرد سیاسی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک پرداخته است و محققان برای بررسی مدعاهای خود، تأثیرگذاری رویکرد سیاسی بر شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی‌محور را از منظر چهار حوزه نظام حقوقی، نظام مالی، ساختار اعتماد و نظام ارزشی با استفاده از تحلیل عاملی، تحلیل همبستگی و مدل رگرسیون چندگانه مرحله‌ای مورد ارزیابی قرار داده‌اند. به موازات ارزش پژوهش حاضر از وجه نظری، اتکای پژوهش به شواهد برآمده از شرکت‌های تکنولوژی‌محور سبب می‌شود تا یافته‌های پژوهش با توجه به اهمیت اقتصاد دانش‌بنیان و جهت‌گیری سیاست‌های کلان کشور به سوی توسعه تکنولوژی‌های پیشرفته از جنبه کاربردی، هم در سطح بنگاه و هم در سطح سیاست‌گذاری ملی، از اهمیت برخوردار باشد.

یافته‌های پژوهش حاضر در وهله نخست نشان‌دهنده شواهدی در جهت تأیید نقش مثبت رویکرد سیاسی در هر چهار وجه نظام حقوقی، نظام مالی، ساختار اعتماد و نظام ارزشی بر شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی‌محور است. در این میان، نظام مالی اولویت بالاتری را به خود اختصاص داده است و ضرایب رگرسیون مربوط به نظام مالی نسبت به دیگر وجه‌ها بالاتر و قوی‌تر هستند. این نتیجه از نظر کاربردی نشان می‌دهد هر چه مدیران مذاکره‌کننده تسلط بیشتری نسبت به رویکرد سیاسی سازمان داشته باشند، می‌توانند با شکل‌دهی همکاری‌های استراتژیک، سازمان‌دهی بهتری از منظر سیستم و نظام مالی پدید آورند. به عبارتی ساده‌تر مدیران با رویکردهای کارآمدتر سیاسی می‌توانند ضعف‌های نظام مالی بنگاه خود را با انتخاب شرکای قوی‌تر پوشش داده و بنگاه را با اهرم‌های مالی بهتری

به سوی اهداف مناسب هدایت کنند. آنچه کارایی رویکرد سیاسی در وجه نظام مالی را محسوس ساخته است، ممکن است ریشه در بحران‌های اقتصادی سال‌های اخیر، خلأها و ضعف‌های موجود در قوانین مربوط به بازار سرمایه و عدم وجود زیرساخت‌هایی باشد که امکان مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان و تکنولوژی‌محور را در بازار پول و سرمایه افزایش دهد. وب و همکاران (۲۰۱۰) نیز مسئله نظام مالی، به ویژه از جنبه بازار سرمایه را در بازارهای در حال توسعه مهم می‌دانند و عدم دسترسی به منابع تأمین مالی از طریق سازوکارهای متعلق به بازار سرمایه را به عنوان یکی از چالش‌های اصلی برای بنگاه‌های برآمده از اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه مورد اشاره قرار می‌دهند. لیم و همکاران (۲۰۱۰) نیز ضمن اشاره به نقش پراهمیت سازوکارهای بازار سرمایه، به وجود شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر به عنوان یکی از الزامات بهبود شرایط نهادی اشاره می‌کنند. در یک‌سال گذشته قوانینی برای فعالیت شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در ایران به تصویب رسیده است؛ به همین دلیل پیشنهاد می‌شود اصلاحات ساختاری نظیر اصلاح قانون تجارت در مواردی از قبیل تعریف مشارکت‌ها یا سازوکارهای ادغام و تملیک بنگاه‌های تجاری و افزایش انعطاف‌پذیری بازار سرمایه با ارائه ابزارهای مالی نوین و راه‌اندازی بازارهای مبادلاتی ویژه شرکت‌هایی که توان مالی و عملیاتی برای حضور در بازارهای مبادلاتی اصلی را ندارند، باید در یک بازه میان‌مدت مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد.

پس از نظام مالی، رویکرد سیاسی و مهارت‌های ناشی از آن بیش‌ترین تأثیر را از منظر نظام حقوقی بر شکل‌گیری همکاری استراتژیک می‌گذارد. در واقع رویکرد سیاسی مناسب برای بهره‌گیری از قوانین و مقررات می‌تواند محرک مناسبی برای شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک باشد. شاید مهم‌ترین جنبه نظام حقوقی در شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک را بتوان در مسائل مرتبط با انعقاد قراردادها جست‌وجو نمود. خبرگی در استفاده از قوانین می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تنظیم قراردادهای همکاری به منظور حراست از منافع مالی و استراتژیک بنگاه داشته باشد و به بهترین نحو پیش‌بینی‌های لازم به منظور اعاده کامل حق بنگاه در صورت سرباز زدن طرف مقابل از ایفای تعهد را شامل شود. از آنجایی که همکاری‌های استراتژیک میان شرکت‌های تکنولوژی‌محور عمدتاً بر پایه مبادله تکنولوژی استوار است، قراردادهایی که بتوانند ضمن تضمین کسب منفعت مشروع، از مزیت‌های تکنولوژیک طرفین حفاظت لازم را به عمل آورند، از الزامات شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک به شمار می‌آیند. به موازات قراردادها، سازوکارهایی که در جهت حفظ حقوق مالکیت معنوی مورد استفاده قرار می‌گیرند نیز از اهمیت فراوانی برخوردار بوده و یکی از شاخصه‌های محیط نهادی به شمار می‌آیند (Vasudeva, Spencer)

(Teegen, 2013). مجموعه این عوامل در کنار همدیگر به همراه رویه‌های قضایی برای دادرسی نسبت به عدم ایفای تعهدات طرفین، بلوغ نظام حقوقی را تشکیل می‌دهند. پژوهشگرانی نظیر حیدر و آبراه (۲۰۰۸) یا آلسترام و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعات خود روی کشورهای در حال توسعه و نواحی جغرافیایی مشخص بر اهمیت وجود یک نظام حقوقی بالغ تاکید کرده‌اند. در واقع، عدم به‌کارگیری ظرفیت‌های سیاسی در برخورد مناسب با مقررات و استفاده از ظرفیت‌های قانونی به هنگام شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک می‌تواند مشکلات جبران‌ناپذیری را به همراه داشته باشد و منافع بنگاه، به ویژه در خصوص حفاظت از منابع تکنولوژیک اختصاصی آن را به خطر اندازد. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود اولاً در کنار تسهیلات مالی از سوی نهادهای دولتی مانند صندوق نوآوری و شکوفایی، ارائه خدمات مشاوره حقوقی نیز به طور جدی مورد توجه قرار گیرد و دوماً، رویه‌های قضایی برای تسریع در ارائه خدمات به شرکت‌های کوچک تکنولوژی‌محور و دانش‌بنیان مورد بازبینی قرار گیرند یا دادرسی‌های ویژه رسیدگی به پرونده‌های مختص به آنها تشکیل شود.

دو وجه دیگر، یعنی اعتماد و نظام ارزشی به نسبت ضرایب رگرسیونی کمتری داشته، اما مورد تأیید قرار گرفته‌اند. اعتماد از جمله مولفه‌هایی است که در تحقیقات منتشره در خصوص الگوهای مختلف همکاری‌های استراتژیک بسیار مورد توجه قرار گرفته است و محققانی نظیر هیت و همکاران (۲۰۰۴) آن را به عنوان زیربنای شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک قلمداد کرده‌اند. وجود اعتماد به طرفین همکاری اطمینان می‌دهد که هیچ‌یک نسبت به رفتارهایی که منافع یا ارزش‌های طرف مقابل را به خطر اندازد، اقدام نمی‌کند. به نظر می‌رسد رویکردهای سیاسی سازمان ظرفیت ایفای نقش متضاد در ایجاد اعتماد را داشته باشند. از یک سو، رفتارهای مخرب سیاسی می‌تواند کاهنده میزان اعتماد به طرفین باشد و از سوی دیگر، مدیران آگاه و مسلط بر رویکردهای سیاسی می‌توانند با اتکا به این قابلیت، به اعتمادسازی در فضای همکاری استراتژیک پرداخته و زمینه‌های بروز تنش و تردید را از میان بردارند. یافته‌های پژوهش در خصوص اعتماد همراستا با یافته‌های تحقیقات داسین، اولیور و روی (۲۰۰۷)؛ بیرلی و گالاگر (۲۰۰۷) و لیم و همکاران (۲۰۱۰) است. در نهایت، نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهد از منظر نظام ارزشی؛ که بازتابی از ارزش‌ها، الگوهای رفتاری و فرهنگ سازمانی است؛ رویکرد سیاسی و مهارت‌های ناشی از آن بر شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک تاثیرگذارند. وجه اشتراک نظام ارزشی با رویکرد سیاسی از جنبه مهارت‌ها و گزاره‌های ارزشی نظیر صداقت (Ferris et al., 2005) یا اعتبار (Deepphouse & Carter, 2005)؛ و همچنین مسائل تاثیرگذار در فرهنگ سازمانی مانند تعارضات (Meurs, Gallagher &

Kimura,) و سرمایه اجتماعی (Ellen, Ferris & Buckley, 2013) و سرمایه شناختی (Perrewé, 2010)؛ در پیشینه نظری و تجربی برجسته شده است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها و نهادهای حمایت‌کننده مانند مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، آموزش در زمینه رفتارها و رویکردهای سیاسی را نیز در قالب خدمات حمایتی خود به کارآفرینانی که اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار در قالب شرکت‌های تکنولوژی محور می‌کنند، ارائه دهند.

پژوهش حاضر با محدودیت‌های متنوعی روبه‌رو بود. از مهم‌ترین موارد در این زمینه می‌توان به پیشینه اندک مطالعات داخلی درخصوص همکاری‌های استراتژیک و پرداختن به مسائل و چالش‌های این همکاری‌ها از منظر شناختی و رفتاری اشاره کرد که راه را برای مقایسه و تطبیق یافته‌ها از صنایع گوناگون دشوار ساخته است. به علاوه، چارچوب نظریه‌ی نهادی برای پرداختن به مسائل استراتژیک سازمانی نیز کمتر مورد استفاده محققان قرار گرفته است و ضعف پیشینه نظری و تجربی پیرامون به‌کارگیری این نظریه در بنگاه‌های داخلی مشهود است. به علاوه، پژوهش حاضر ابعاد به‌خصوصی از چارچوب نظریه‌ی نهادی را برگزیده است که محققان آتی می‌توانند با گسترش این ابعاد و تمرکز روی برخی از آنها زمینه درک عمیق‌تری از موضوع را فراهم سازند.

References

- Ahlstrom, D., & Bruton, G. D. (2010). Rapid institutional shifts and the co evolution of entrepreneurial firms in transition economies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 531-554.
- Ahlstrom, D.; Levitas, E.; Hitt, M. A.; Dacin, M. T., & Zhu, H. (2014). The three faces of China: Strategic alliance partner selection in three ethnic Chinese economies. *Journal of World Business*, 49(4), 572-585.
- Ahuja, G.; Polidoro, F., & Mitchell, W. (2009). Structural homophily or social asymmetry? The formation of alliances by poorly embedded firms. *Strategic Management Journal*, 30(9), 941-958.
- Bierly, P. E., & Gallagher, S. (2007). Explaining alliance partner selection: fit, trust and strategic expediency. *Long Range Planning*, 40(2), 134-153.
- Biniari, M. G.; Simmons, S. A.; Monsen, E. W., & Moreno, M. P. (2015). The configuration of corporate venturing logics: integrated resource dependence and institutional perspective. *Small Business Economics*, 45, 1-17.
- Buchanan, D. A. (2008). You stab my back, I'll stab yours: Management experience and perceptions of organization political behavior. *British Journal of Management*, 19(1), 49-64.

Buchanan, D. A., & Badham, R. (2008). *Power, politics, and organizational change: Winning the turf game*. 2nd ed. Sage.

Chandler, D., & Hwang, H. (2015). Learning from learning theory a model of organizational adoption strategies at the micro foundations of institutional theory. *Journal of Management*, 41(5), 1446-1476.

Chen, H. L., & Huang, Y. (2004). The establishment of global marketing strategic alliances by small and medium enterprises. *Small Business Economics*, 22(5), 365-377.

Chung, S. A.; Singh, H., & Lee, K. (2000). Complementarity, status similarity and social capital as drivers of alliance formation. *Strategic Management Journal*, 21(1), 1-22.

Cornelissen, J. P.; Durand, R.; Fiss, P. C.; Lammers, J. C., & Vaara, E. (2015). Putting communication front and center in institutional theory and analysis. *Academy of Management Review*, 40(1), 10-27.

Dacin, M. T.; Oliver, C., & Roy, J. P. (2007). The legitimacy of strategic alliances: an institutional perspective. *Strategic Management Journal*, 28(2), 169-187.

Danaeifard, H., & Khodadadhoseini, S. H. (2004). Institutional frameworks in national innovations system: comparative approach on the role of government and public administration. *Management Studies in Development and Evolution*, 11(43-44), 69-94. [in Persian]

Das, T. K., & Teng, B.S. (2002). The dynamics of alliance conditions in the alliance development process. *Journal of Management Studies*, 39(5), 725-746.

Das, T. K., & Teng, B. S. (2000). A resource-based theory of strategic alliances. *Journal of Management*, 26(1), 31-61.

Deephouse, D. L., & Carter, S. M. (2005). An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. *Journal of Management Studies*, 42(2), 329-360.

Deligonul, S.; Elg, U.; Cavusgil, E.; & Ghauri, P. N. (2013). Developing strategic supplier networks: institutional perspective. *Journal of Business Research*, 66(4), 506-515.

Ellen, B. P.; Ferris, G. R., & Buckley, M. R. (2013). Leader political support: Reconsidering leader political behavior. *The Leadership Quarterly*, 24(6), 842-857.

Ferris, G. R.; Treadway, D. C.; Kolodinsky, R. W.; Hochwarter, W. A.; Kacmar, C. J.; Douglas, C., & Frink, D. D. (2005). Development and validation of the political skill inventory. *Journal of Management*, 31(1), 126-152.

Ferris, G. R.; Treadway, D. C.; Perrewé, P. L.; Brouer, R. L.; Douglas, C., & Lux, S. (2007). Political skill in organizations. *Journal of Management*, 33(3), 290-320.

Ghazinoori, S. S., & Ali Hamadi, A. (2008). Prioritizing policy instruments for supporting new technology-based firms in Iran, using a fuzzy MCDM model. *Journal of Science and Technology Policy*, 1(3), 73-89. [In Persian]

Goerzen, A. (2007). Alliance networks and firm performance: The impact of repeated partnerships. *Strategic Management Journal*, 28(5), 487-509.

Gulati, R.; Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203-215.

Hamidizadeh, A.; Zaraei Matin, H., & Khandel, M. (2016). The Impact of strategic factors on organizational performance with the mediation of entrepreneurship variable (case study: Gas Company of Bandar Abbas city). *Transformation Management Journal*, 1(8): 16-44. [In Persian]

Hamidizadeh, M.R.; Zare, H., & Sangbor, M.A. (2014). Analyzing of critical success factor of strategic alliances (Tile & ceramic industrial cluster of Yazd). *Journal of Business Management*, 6(3), 517-534. [In Persian]

Heimeriks, K. H.; Bingham, C. B., & Laamanen, T. (2015). Unveiling the temporally contingent role of codification in alliance success. *Strategic Management Journal*, 36(3), 462-473.

Hitt, M. A.; Ahlstrom, D.; Dacin, M. T.; Levitas, E., & Svobodina, L. (2004). The institutional effects on strategic alliance partner selection in transition economies: China vs. Russia. *Organization Science*, 15(2), 173-185.

Holmes, R. M.; Miller, T.; Hitt, M. A., & Salmador, M. P. (2013). The interrelationships among informal institutions, formal institutions, and inward foreign direct investment. *Journal of Management*, 39(2), 531-566.

Hoskisson, R. E.; Eden, L., Lau; C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249-267.

Hyder, A. S., & Abraha, D. (2008). Institutional factors and strategic alliances in eastern and central europe. *Baltic Journal of Management*, 3(3), 289-308.

Ireland, R. D.; Hitt, M. A., & Vaidyanath, D. (2002). Alliance management as a source of competitive advantage. *Journal of Management*, 28(3), 413-446.

Jalali, S. H. (2017). Partner capabilities and alliance time frame: an analysis of international strategic alliances from the CEE. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 13(2), 59-75.

Jalali, S. H. (2012). Explaining the content elements of partner selection in strategic alliances: a study in the context of Iranian software industry. *Iranian Journal of Management Science*, 7(27), 147-168. [in Persian]

Kenis, P., & Knoke, D. (2002). How organizational field networks shape interorganizational tie-formation rates. *Academy of Management Review*, 27(2), 275-293.

Kimura, T. (2015). A review of political skill: current research trend and directions for future research. *International Journal of Management Reviews*, 17(3), 312-332.

Lavie, D.; Haunschild, P. R., & Khanna, P. (2012). Organizational differences, relational mechanisms, and alliance performance. *Strategic Management Journal*, 33(13), 1453-1479.

Lee, H.; Kelley, D.; Lee, J., & Lee, S. (2012). SME survival: the impact of internationalization, technology resources, and alliances. *Journal of Small Business Management*, 50(1), 1-19.

Lim, D. S.; Morse, E. A.; Mitchell, R. K., & Seawright, K. K. (2010). Institutional environment and entrepreneurial cognitions: a comparative business systems perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 491-516.

Lin, H., & Darnall, N. (2015). Strategic alliance formation and structural configuration. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 549-564.

Maharati, Y.; Kazemi, M., & Hassani Tavabe, A. (2014). Investigating the mediating role of knowledge management between environmental uncertainty and organizational innovation. *Transformation Management Journal*, 12(6): 91-112. [in Persian]

Meurs, J. A.; Gallagher, V. C., & Perrewé, P. L. (2010). The role of political skill in the stressor–outcome relationship: Differential predictions for self-and other-reports of political skill. *Journal of Vocational Behavior*, 76(3), 520-533.

Mindruta, D.; Moeen, M., & Agarwal, R. (2016). A two sided matching approach for partner selection and assessing complementarities in partners' attributes in inter firm alliances. *Strategic Management Journal*, 37(1), 206-231.

Mintzberg, H. (1985). The organization as political arena. *Journal of Management Studies*, 22(2), 133-154.

Mosleh, A.; Bahrainizadeh, M., & Dokuhaki, S. A. (2015). A study of the effect of competitive intelligence on innovation in knowledge-based enterprises of Shiraz. *Transformation Management Journal*, 13(7): 18-41. [in Persian]

Naderi, A., & Solgi, M. (2015) Investigating the impact of inter organization elements and industry structure on corporate social responsibility in Tehran stock exchange (TSE). *Iranian Journal of Business Management*, 7(1), 209-229. [in Persian]

Nakos, G.; Brouthers, K. D., & Dimitratos, P. (2014). International alliances with competitors and non-competitors: the disparate impact on SME international performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(2), 167-182.

Peng, M. W. (2003). Institutional transitions and strategic choices. *Academy of Management Review*, 28(2), 275-296.

Rahmanseresht, H.; Bashkouh, M., & Pahlevaneghomi, M. (2009). The effective factors on success of international joint ventures (case study: research center of Irankhodro corporation). *Journal of Business Management*, 1(3): 19-38. [in Persian]

Robson, M. J.; Skarmeas, D., & Spyropoulou, S. (2006). Behavioral attributes and performance in international strategic alliances: Review and future directions. *International Marketing Review*, 23(6), 585-609.

Treadway, D. C.; Breland, J. W.; Williams, L. M.; Cho, J.; Yang, J., & Ferris, G. R. (2013). Social influence and interpersonal power in organizations: Roles of performance and political skill in two studies. *Journal of Management*, 39(6), 1529-1553.

Vasudeva, G.; Spencer, J. W., & Teegen, H. J. (2013). Bringing the institutional context back in: a cross-national comparison of alliance partner selection and knowledge acquisition. *Organization Science*, 24(2), 319-338.

Walter, J.; Lechner, C., & Kellermanns, F. W. (2008). Disentangling alliance management processes: decision making, politicality, and alliance performance. *Journal of Management Studies*, 45(3), 530-560.

Webb, J. W.; Kistruck, G. M., Ireland, R. D., & Ketchen Jr, D. J. (2010). The entrepreneurship process in base of the pyramid markets: The case of multinational enterprise/nongovernment organization alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 555-581.

Whitley, R. (2002). *Competing capitalisms*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Zajac, E. J., & Westphal, J. D. (2001). Do markets learn? institutional vs. market learning perspectives on the consequences of stock repurchase programs. *Academy of Management Best Papers Proceedings*; 1-6.

Zhang, Y.; Duysters, G., & Filippov, S. (2012). Chinese firms entering europe: internationalization through acquisitions and strategic alliances. *Journal of Science and Technology Policy in China*, 3(2), 102-123.

Zhao, F. (2014). A holistic and integrated approach to theorizing strategic alliances of small and medium-sized enterprises. *Business Process Management Journal*, 20(6), 887-905.

