

گونه‌شناسی نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز

سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی*، وحید خاشعی ورنامخواستی**، مهدی حقیقی
کفاش***، مهدی الیاسی****

چکیده^۲

یکی از این اصول باز بودن در سازمان‌ها، حوزه استراتژیک از طریق شفافیت و مشارکت در فرآیندهای استراتژی است که استراتژی باز نامیده می‌شود. هدف این پژوهش، گونه‌شناسی و تحلیل محتوای نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز است که براساس تحلیل محتوای کیفی و با استفاده از روش قیاسی انجام شده است. با بررسی در پایگاه اسکوپوس و بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری گلوله برفی و نظری، در نهایت ۲۶ مقاله در بازه زمانی ۱۹۹۰ تا ۲۰۲۰ با محوریت استراتژی باز انتخاب و به روش کیفی تحلیل شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد به‌طور کلی نظریه‌های مختلفی به صورت آشکار و یا ضمنی در حوزه استراتژی باز تاثیرگذار هستند. از تالاقی ۸ رویکرد نظری شناسایی شده و ۲ بعد زمینه معرفی شده، ۱۶ گونه از نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز به دست آمد. استراتژی باز با توجه به مبنای نظری خود، می‌تواند شیوه‌های استراتژی‌سازی باز، پدیده ارتباطاتی، فرآیندهای معنابخشی باز، اشکال جدید مشارکت ذی‌نفعان، انتظارات نهادینه شده، ترتیب جریان اطلاعات و دانش، دسترسی به منابع باز و رقابت تعاملی در قالب ذی‌نفعان داخلی و یا ذی‌نفعان خارجی معرفی شود. در این میان رویکردهای شیوه عمل، رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان، رویکردهای نهادی و رویکردهای مبتنی بر دانش / اطلاعات رویکردهای مهم‌تر و قابل‌توجه‌تری هستند. باید اشاره کرد که ماهیت پویا و تاثیرگذار استراتژی باز و راه‌های مختلف نگاه به این حوزه، نشان می‌دهد محققین باید تلاش بیشتری برای درک بهتر این پدیده جدید هیجان‌انگیز داشته باشند.

کلیدواژه‌گان: نظریه، استراتژی، استراتژی باز، گونه‌شناسی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۸/۱۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴

* دانشجوی دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
** دانشیار، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: khashei@atu.ac.ir

*** دانشیار، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
**** این مقاله از رساله دکتری استخراج شده است.

۱. مقدمه

سازمان‌ها برای بقای خود باید تغییر کنند و اندیشمندان و نظریه‌پردازان سازمانی برای توصیف و تحلیل آن‌ها نیازمند الگوهای پویا خواهند بود [۱۳۱]. در این میان، استراتژی یک ابزار مهم برای موفقیت سازمان‌ها در دنیای کسب‌وکار رقابتی و پر تغییر امروز بوده و هدف اصلی آن آماده‌سازی سازمان برای مقابله با محیط‌های متلاطم و پیچیده است که البته این موفقیت رقابتی تا حد زیادی بستگی به انواع مختلف استراتژی‌هایی دارد که توسط شرکت‌ها اتخاذ می‌شود [۴].

در طول سال‌های گذشته، روند استراتژی تغییر کرده است، تغییرات محیطی، فناوری، فرهنگ و سازمانی، کارآمدی رویکردهای سنتی به استراتژی را در برخی محیط‌ها کمتر کرده‌اند [۷۸]. در استراتژی سنتی، گروه‌های کوچکی از افراد در فرآیند تدوین استراتژی و تصمیم‌گیری‌های کلیدی مشارکت می‌کنند [۱۹]، اما امروزه سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای در حال تغییر از یک فرآیند رسمی برنامه‌ریزی استراتژیک متمرکز که صرفاً توسط مدیریت ارشد صورت می‌گیرد؛ به شکل بازتری از تدوین استراتژی که شامل تعامل مدیران میانی و کارکنان و ذینفعان خارجی است، هستند [۱۶۱] و از آنجا که سازمان‌ها تحت فشار بیشتری برای برآورده کردن تقاضای مشتریان در محیط رقابتی می‌باشند، به کارکنانی نیاز دارند که بیشتر در تعیین اهداف سازمانی مشارکت کنند، ابتکار داشته باشند، ریسک را بپذیرند، نوآوری را تحریک کنند و از عهده عدم اطمینان برآیند [۱۱] که این باز بودن مسیری را برای مشارکت و نوآوری بیشتر پیشنهاد می‌کند. با توجه به افزون شدن پیچیدگی‌های سازمان و رخ دادن تغییرات سریع، انتقاداتی در مورد روش‌های معمول برنامه‌ریزی استراتژیک و جریان تحقیق در مورد تأثیر بیشتر مشارکت در موفقیت روند استراتژی مطرح گردید که به ایجاد مفهوم جدید استراتژی باز در ادبیات مدیریت منجر شد [۸].

امروزه مفهوم باز بودن در سازمان‌ها گسترده شده است و به دلیل ظهور اینترنت و پیشرفت در فناوری اطلاعات، سازمان‌ها علاقه خاصی را به رویکردهای باز نشان داده‌اند [۱۰۴]. استراتژی باز یا به عبارت بهتر باز کردن استراتژی، یک پدیده نوظهور و پویا می‌باشد [۱۴۴] که به اختصار می‌توان گفت فرآیند جستجوی ایده‌های استراتژی از تعداد زیادی از خبرگان است [۱۰۶] و شکل مدرنی از توسعه استراتژی را با هدف افزایش شفافیت، انعطاف‌پذیری و افزایش تعداد مشارکت‌کنندگان با استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات ترویج می‌دهد [۷۴]. استراتژی باز پدیده‌ای است که دارای ابعادی متفاوت بوده، دامنه بزرگی از فعالیت‌ها را در برمی‌گیرد و ممکن است به دنبال اهداف مختلفی باشد. لذا برای شناخت بهتر این پدیده، نیاز به بررسی بیشتر آن مشهود است [۱۲۹]. مروری بر پژوهش‌های منتشر شده در این زمینه، نشان می‌دهد طیف وسیعی از پژوهش‌ها با رویکردهای مختلف به این مبحث ورود کرده و پدیده نوظهور استراتژی باز را به یک دنیای جذاب پژوهشی تبدیل نموده‌اند [۸۰]. روند رو به رشد پژوهش‌های با موضوع استراتژی باز (که از سال ۲۰۰۷ تا پایان ۲۰۲۰ حدود بیش از ۸۰۰ مقاله به زبان انگلیسی به چاپ رسیده است) خود گواهی بر جدید بودن و جذابیت این موضوع است.

محققین، استراتژی باز را در برابر دو حوزه‌ی قدیمی استراتژی؛ دیدگاه نظری تمرکز مدیریت استراتژیک [۳۲] و نظریه منبع محور (مبتنی بر منابع) [۱۷] قرار داده‌اند. در این میان، نظریه‌های دیگری نیز مطرح هستند که به نوعی توجه به استراتژی باز را در درون خود مستتر دارند که باید شناسایی شده و مورد تحلیل قرار گیرند. با توجه به این‌که بررسی مبانی نظری یک پدیده به شناخت بهتر آن کمک می‌کند، لازم است از مبانی نظری نیز مورد کنکاش قرار گیرد. نظریه، یکی از راه‌های دست یافتن به روش تنظیم دانش است. یکی از مزایای این نقش نظریه، خدمات و کمک‌های نظریه به کل دانش است [۵۱]. اگر حوزه‌هایی مانند استراتژی در حال توصیف مرزهای خود و شکل دادن بدنه اصلی و هسته مرکزی دانش خود هستند، برای بیان مسائل پژوهشی، شکل دادن بحث‌های علمی و تفسیر نتایج تجربی، به بنیادهای نظری برخاسته از درون نیاز دارند [۱۱۱].

مفاهیم مرتبط با نظریه، به پژوهشگران کمک می‌کند اجزا یا جنبه‌های مختلف پدیده را راحت‌تر توضیح دهند و از این طریق حدود دامن مطالعه خویش را تعیین نمایند [۱۱۳]. به‌طور کلی وجود نظریه در هر حوزه علمی، سبب استواری پژوهش‌ها و دانش تولید شده آن حوزه می‌گردد. داشتن نظریه در پژوهش‌ها، نشانه بلوغ علمی رشته، جدی بودن و قابل قبول بودن آن‌هاست [۱۱۶]. از نظر علمای فلسفه علم، مشاهده‌ها مسبوق به نظریه‌اند یا به تعبیر دیگر، مشاهدات انسان مملو از پیش‌فرض‌ها، علایق، سلیق، قصه‌ها و پیشینه‌ها و نظریات است و البته خود پیش‌فرض‌ها، اصول و مبانی افراد نیز برآمده از مکتب، ایدئولوژی و فرهنگی است که از آن تبعیت می‌کنند [۳۳]. نظریه‌ها، جنبه‌های ذاتی پروژه‌های پژوهشی محسوب می‌گردند؛ به شکلی که پژوهش‌های فاقد نظریه از بسط دانش به شیوه‌های منظم و نظام‌مند عاجز می‌مانند [۴۲]. نظریه‌ها، پل‌هایی هستند که قطعات معین پژوهشی را به یکدیگر و به بدنه عمومی دانش متصل می‌کنند تا بدین ترتیب عمارت‌های منسجمی را به‌جای تلباری از آجرهای نامنظم به وجود آورند که دارای روابط درونی معینی هستند [۸۷].

پژوهشگرانی که در مقالات خود، به موضوع استراتژی باز پرداخته‌اند، هر کدام از زاویه دید نظری خاصی به این پدیده نگاه کرده و لازم است این مبانی نظری به صورت دقیق‌تر شناسایی و دسته‌بندی شود. لذا با توجه به تعدد و تنوع نظریه‌های مطرح شده در حوزه استراتژی [۶۹]، در این پژوهش به نظریه‌های پیرامون استراتژی باز پرداخته خواهد شد. ابتدا باید این نظریه‌های مهم و خط فکری آنها را شناخت تا سپس بتوان با دسته‌بندی و استخراج نکات کلیدی آن‌ها، بهتر پدیده استراتژی باز را درک کرد.

پژوهش حاضر بر اساس دامنه گسترده‌ای از نظریات مختلف برای کنکاش در مورد وجوه متفاوت استراتژی باز، بنا شده است. هر یک از این نظریه‌ها، در چارچوب مفاهیم مختص خود در حوزه استراتژی باز قرار گرفته و از منظر متفاوت به آن نگاه می‌کنند که نیازمند شناخت بیشتر است. همچنین با توجه به این‌که پژوهش‌های حوزه استراتژی در داخل کشور، تا کنون توجه چندانی به پدیده «استراتژی باز» نداشته است، در این مقاله تلاش می‌شود با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز شناسایی شده و یک گونه‌شناسی از این ادبیات نوظهور ارائه شود. بررسی‌ها نشان داد کمتر پژوهشی یافت شد که به صورت جامع و با توجه به هدف پژوهش حاضر، صورت گرفته باشد، لذا انجام پژوهشی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد تا به درک بهتر این پدیده کمک نماید. لذا جدید بودن پژوهش حاضر از نظر موضوعی، جامعه مورد بررسی و همچنین رویکرد و روش‌شناسی قابل تأکید است. این پژوهش با تمرکز بر نظریه‌های این حوزه، درصدد است ضمن ارائه تحلیلی بر نظریه‌ها و رویکردهای مرتبط با این پدیده و معرفی گونه‌شناسی جامع از آن، راهنمایی برای سایر محققین و علاقه‌مندان به این حوزه باشد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

استراتژی باز بخشی از روند و تمایل اجتماعی گسترده به سمت گشودگی بیشتر است که در حوزه‌های مختلف زندگی همانند نوآوری باز [۳۴]، نرم‌افزار متن باز^۱ [۱۵۲]، دولت باز^۲ [۸۳]، داده‌های باز^۱ [۸۱] و علم باز^۲

^۱ Open Source Software

نرم‌افزار اپن سورس یا متن باز، نرم‌افزاری است که هر کسی می‌تواند سورس‌کد آن را ببیند و آن را ویرایش کند و یا توسعه دهد.

^۲ Open Government در سال ۲۰۰۹ تحت تاثیر تحولات تکنولوژیکی، اجتماعی و مردم‌سالاری؛ جنبش جدیدی در حاکمیت با هدف بهبود روابط بین دولت و شهروندان و افزایش اعتماد و شفافیت و نیز پاسخگویی بیشتر دولت با موضوعیت «دولت باز» ظهور یافت که از «داده باز» شکل گرفت (رهنورد و مومن کاشانی، ۱۳۹۷).

رهنورد، فرج الله، مومن کاشانی، نوشین، (۱۳۹۷). «مفهوم دولت باز و داده باز و نقش آن در تحول نظام اداری»، تحول اداری،

شماره ۵۶، ص ۳۲-۱۵

[۴۰] شکل گرفته است [۱۲۹]. در مقایسه با برخی از این حوزه‌ها، تحقیق در مورد استراتژی باز در حال شکوفایی و شکل‌گیری اولیه است.

شروع مقالات استراتژی باز به سال ۲۰۰۷ به مقاله چسبرو و اپیلیارد بر می‌گردد. استراتژی باز بر اساس کارهای چسبرو در نوآوری باز، تأکیدی بر نیاز به یک رویکرد باز برای استراتژی سازمان‌ها بود [۷]. از نظر هنری چسبرو، که نظریه نوآوری باز منتسب به اوست، نوآوری باز به‌عنوان الزامی نوین برای ایجاد و سود بردن از فناوری تعریف می‌شود. نوآوری باز به این معنی است که افکار با ارزش می‌تواند از داخل و یا خارج از شرکت بیاید و می‌تواند از داخل یا خارج از شرکت به بازار برود [۳۴]. به‌عبارت‌دیگر، نوآوری باز، الگوی کسب‌وکار است که شرکت را به سرمایه‌گذاری در طیف گسترده‌ای از منابع و کاربران قادر می‌کند [۵۲]. در واقع شرکت‌ها به‌جای «انبار و مخفی کردن فناوری‌ها و نوآوری‌های خود در مخفی‌گاه‌ها»، در کنار بهره‌برداری از منشا بیرونی فناوری، با تسهیم ایده‌های خود، فرصت بهره‌برداری از نتایج دانش سازمانی خویش را هم برای دیگران فراهم می‌کنند [۱۱۲]. در واقع، با مرور ادبیات رویکرد نوآوری باز، ابعاد عمومی این رویکرد را می‌توان در سه بعد کلی آمادگی سازمانی، ظرفیت جذب و توانمندی‌های مشارکتی دسته‌بندی کرد [۶۸]. آمادگی سازمانی اشاره به فرهنگ باز سازمانی، قابلیت‌های پویا برای تغییرات و بازسازی سازمان، طراحی خاص فرآیند و ساختار سازمان و همچنین بهبودهای فناورانه دارد. ظرفیت جذب نیز در ذیل شناسایی فرصت‌های فناورانه، استخراج و تلفیق و همچنین فهم، تبادل و اشتراک و انتشار و به‌کارگیری تعریف می‌شود و توانمندی‌های مشارکتی نیز در قالب همکاری‌های داخلی، قابلیت‌های شبکه‌سازی و همکاری از بیرون به درون و از درون به بیرون مطرح می‌شود.

استراتژی باز، موضوع جدیدی در حوزه‌ی مدیریت استراتژیک است که به نظر برخی نظریه‌پردازان، بر پایه‌ی نوآوری باز قرار دارد [۱۱]. بعد از چسبرو، تعریف اولیه استراتژی باز توسط [۱۶۱] مطرح شد و این موضوع را گسترش بیشتری داد و چنان تعریف می‌کند که استراتژی باز به عنوان فرآیند درگیر شدن ذی‌نفعان داخلی و خارجی در روند تشکیل استراتژی است. به‌عبارت‌دیگر محققین، استراتژی باز را در برابر دو حوزه قدیمی استراتژی قرار داده‌اند: از یک‌سو، فرآیندهای شدیداً بسته‌ی استراتژی به‌زعم دیدگاه نظری تمرکز مدیریت استراتژیک [۳۲] که در آن روی هدفمندی و کنترل مدیریت سطح بالا تأکید دارد؛ و از دیگر سو، نظریه منبع محور (مبتنی بر منابع) [۱۷] که از ترس تقلید رقبای بازار، مخفی بودن را به شفافیت ترجیح می‌دهد. [۱۶۱] بر این نکته تأکید دارند که باز و بسته بودن نباید دو پدیده‌ی قطبی انگاشته شوند بلکه دو پدیده‌ای هستند که در طول یک پیوستار قرار دارند. مثل نوآوری باز، ایجاد استراتژی می‌تواند کم‌وبیش باز باشد؛ یعنی کم‌وبیش شفاف و کم‌وبیش فراگیر باشد [۱۲۹].

در واقع استراتژی باز، یک چالش را در چشم‌انداز سنتی سازمان ایجاد می‌کند مبنی بر این‌که برخلاف گذشته که استراتژی توسط یک گروه منحصربه‌فرد در بالاترین سطح سازمان دنبال می‌شده است، در رویکرد جدید، اغلب فرآیندهای استراتژی باز در استراتژی‌سازی نیازمند شفافیت بیشتر و حضور گسترده افرادی است که در فرآیند استراتژی‌سازی سازمان دخیل هستند [۵۶]. این دیدگاه بیان می‌کند که استراتژی باز، مجموعه‌ای پویا از روش‌هایی است که عوامل داخلی و خارجی سازمان را قادر می‌سازد که شفافیت و همکاری و انعطاف‌پذیری

^۱ Open Data

در داده‌های باز، برخی از داده‌ها باید به‌صورت رایگان در اختیار همه قرار گیرد تا بتوانند آن را آن‌گونه که می‌خواهند استفاده، باز استفاده و منتشر کنند، بدون آنکه با محدودیت حق نشر (Copyright)، حق اختراع (Patent) و یا سایر محدودیت‌ها مواجه شوند.

^۲ Open Science

دانش باز در واقع قصد دارد پژوهش‌های نظری که با بودجه عمومی اجرا شده‌اند را به شکل دیجیتالی و بیش از پیش در دسترس محققان جامعه علمی قرار دهد.

بیشتری داشته باشند و تعادل و گستردگی بیشتری در مرزهای درون سازمان و همچنین مرزهای برون سازمانی حاصل شود [۸۸]. هر چند تعدد تعاریف و بعضاً ابعاد متنوعی برای استراتژی باز در ادبیات مطرح شده است، با این حال، می‌توان گفت که وظیفه استراتژی باز در ساده‌ترین مفهوم، افزایش شفافیت و مشارکت در مورد مسائل استراتژیک (ذینفعان داخلی و خارجی) است [۷۴].

استراتژی باز پدیده‌ای چندوجهی است که به سرعت در حال پیشرفت است؛ پدیده‌ای است که منتظر تعاریف ساده نمی‌نشیند و ابعاد اصلی و فرعی متنوعی برای آن معرفی شده است [۱۲۹]. استراتژی باز همیشه ترکیبی خاص از شیوه‌های عمل باز و بسته از نظر ابعاد مختلف بوده است. تعریف اصلی از استراتژی باز بر اصول بنیادین شفافیت و فراگیری مشارکت متکی است [۱۵۹]. درحالی‌که [۷۴] نشان دادند که فعالیت و شیوه عمل باز بودن، در مجموعه‌های پویا و غیر یکدست و نامتجانس قرار گرفته‌اند.

براساس مبانی نظری این حوزه، ۳ بعد اصلی برای استراتژی باز شناسایی شده است که عبارتند از [۱۶۱] [۱۴۴] [۱۲۹] [۱۴۱]: شفافیت^۱، شمول (فراگیری)^۲ و قابلیت فعال‌سازی فناوری اطلاعات (استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات)^۳. شفافیت اشاره به میزان دسترسی افراد خارج از تیم مدیریت به ورودی، فرآیند و خروجی استراتژی است. شمول به معنای دریافت ایده‌های استراتژی از افراد خارج از تیم مدیریت بوده و قابلیت فعال‌سازی فناوری اطلاعات نیز به استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات برای تسهیل مشارکت به یک عنصر اساسی در فرآیند استراتژی اشاره دارد. یکی از خصوصیات اصلی استراتژی باز این است که اطلاعات در سازمان به‌طور واضح و شفاف گسترش پیدا می‌کند و عوامل بسیاری اعم از افراد داخل و خارج از سازمان از آن مطلع می‌شوند [۴۷]. دیگر خصوصیت این مفهوم، آن است که استراتژی باز به‌صورت سلسله مراتبی تنظیم شده مدیران برنامه‌های سازمان، کارکنان باید آن را اجرا کنند، هدایت می‌شود تا مشارکت به سطح بالایی رسد. افراد بسیاری از ذی‌نفعان داخلی و خارجی و مدیران سازمان در فرآیند تدوین استراتژی شرکت دارند [۴۷]. سومین بعد استراتژی باز، فناوری اطلاعات می‌باشد. در استراتژی بسته اگر سازمان‌ها از فناوری اطلاعات استفاده می‌کنند، تنها حمایت و پشتیبانی تلقی می‌شود. در روش‌های سنتی و استراتژی‌های بسته، فرآیند استراتژی بدون فناوری اطلاعات ممکن بوده است، اما در مقابل فرآیندهای استراتژی باز، بدون فناوری اطلاعات امکان‌پذیر نیست. در نتیجه فناوری اطلاعات در فرآیندهای استراتژی باز امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد [۹۹]. می‌توان در یک تعریف نسبتاً جامع همراستا با [۱۲۹]، این‌گونه مطرح کرد که «استراتژی باز، مجموعه‌ای پویا از فعالیت‌ها را تشکیل می‌دهد که امکان شفافیت استراتژیک و/یا فراگیری بازیگران داخلی و/یا خارجی فراتر از مدیریت ارشد و مشاوران بلافصلشان را فراهم می‌آورد».

پیشینه پژوهش

به‌طور کلی برخی اندیشمندان استراتژی، طبقه‌بندی‌های متنوعی از انواع نوع‌شناسی‌ها در حوزه نظریه یا الگوی شکل‌گیری استراتژی عرضه کرده‌اند [۱۴۸] [۱۲۲]. لینچ در کتاب خود از دو مکتب مدیریت استراتژیک تکوینی^۴ و تجویزی^۵ سخن می‌گوید. تعریف لینچ از مدیریت استراتژیک تجویزی همانند نگاه مینتزرگ است، اما مدیریت استراتژی تکوینی نوعی از استراتژی است که اهداف نهایی آن نامشخص بوده و عناصر آن در طول

^۱ Transparency

^۲ Inclusion

^۳ IT-enabledness

^۴ Emergent Approach

^۵ Prescriptive Approach

اجرای استراتژی مشخص می‌شوند. از نظر مدیریت استراتژیک تجویزی، نظریه‌های استراتژی در چهار حوزه نظریه‌های مبتنی بر محیط و صنعت (بازار)^۱، مبتنی بر منابع^۲، مبتنی بر بازی^۳ و مبتنی بر شبکه و همکاری^۴ است. همچنین از نظر مدیریت استراتژیک تکوینی، نظریه‌های استراتژی در حوزه نظریه‌های مبتنی بر بقاء^۵، مبتنی بر عدم اطمینان^۶، مبتنی بر منابع انسانی^۷ و مبتنی بر دانش و نوآوری^۸ است [۹۷].

توکلی^۹ و همکاران در سال ۲۰۱۷ در مرور مباحث نظری استراتژی باز و بازنگری مجدد و مفهوم‌سازی عملی پیرامون استراتژی باز با تکیه بر نظریه استراتژی به مثابه عمل، بیان می‌کند که تعداد زیادی از سازمان‌ها همچون IBM، Daimler و Red Hat از استراتژی باز استفاده می‌کنند، اما ناسازگاری‌هایی در مفهوم‌سازی استراتژی باز به چشم می‌خورد. هدف پژوهش آنان مفهوم‌سازی جامعی از استراتژی باز به‌عنوان یک عمل می‌باشد. این مفهوم‌سازی مبتنی بر بررسی ساختاریافته نثریات موجود و تجزیه و تحلیل مستندات استراتژی باز بوده است. این پژوهشگران به کمک چارچوب 3P^{۱۰} شامل فعالیت (شیوه عمل)^{۱۱}، عرف (رویه عملی)^{۱۲} و کارآموزان (عاملان)^{۱۳} مفاهیم استراتژی به‌مثابه عمل [۱۶۲] را به‌عنوان مینا قرار داده و پدیده استراتژی باز را در قالب آن به‌گونه‌ای تعریف می‌کنند که با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند. در نهایت مفاهیم استراتژی باز را به‌عنوان یک شیوه‌ای عملی در قالب شفافیت، فراگیری و فعالیت در بستر فناوری اطلاعات تعریف کرده و دستور کار تحقیقاتی را نیز برای استراتژی باز مبتنی بر استراتژی به‌مثابه عمل پیشنهاد می‌کنند [۱۴۴].

سیلر^{۱۴} و همکاران در سال ۲۰۱۸ به مرور کلی و برنامه تحقیقاتی پیرامون استراتژی باز پرداختند. این مقاله مرور ۶۴ مقاله حوزه‌ی استراتژی باز، چارچوبی جامع و فرآیند محور را معرفی کرد. در این مقاله، توجه خاصی به نقش فناوری اطلاعات در استراتژی باز شده و حوزه‌های کمتر بررسی شده در استراتژی باز شناسایی شده و فهرستی از تحقیقات ارائه شده است [۱۲۳]. همچنین سانر و آتس^{۱۵} (۲۰۱۹) نیز به مرور و برنامه تحقیقاتی پیرامون استراتژی باز پرداختند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که نظریه‌های مختلفی در این حوزه تاثیرگذار هستند و مطالعات استراتژی باز بصورت واگرا بوده و فاقد تمرکز دقیق است [۱۴۱].

دی گویرت^{۱۶} در سال ۲۰۱۹ در پژوهش خود که به استراتژی‌سازی در حوزه بین‌سازمانی پرداخته بود، نشان داد نظریه‌هایی همچون معنابخشی، قابلیت‌های پویا، تحقیقات عملیاتی، شبکه‌های صنعتی و ارتباطات تجاری نظریه‌های مهم این حوزه هستند [۴۱]. همچنین سیدل^{۱۷} و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی به معرفی استراتژی باز

^۱ Industry and Environment based

^۲ Resource based

^۳ Game based

^۴ Cooperative and network based

^۵ Survival based

^۶ Uncertainty based

^۷ Human resource based

^۸ Innovation and knowledge based

^۹ Tavakoli

^{۱۰} 3P framework

^{۱۱} Practices

^{۱۲} praxis

^{۱۳} practitioners

^{۱۴} Sailer

^{۱۵} Sunner & Ates

^{۱۶} De Gooyert

^{۱۷} Seidl

در قالب ابعاد، تأثیرات گوناگون استراتژی باز و مبانی نظری مختلف عمدتاً مبتنی بر نظریه استراتژی به مثابه عمل، نظریه ذی‌نفعان، نظریه مبتنی بر دانش شرکت و همچنین نظریه مبتنی بر منابع پرداختند [۱۲۹]. ضمن این‌که هاتز^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی ابعاد، مشکلات و پویایی استراتژی باز پرداختند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد عمده تعاریف به نوعی اشاره به دو بعد شفافیت و شمول دارند. همچنین برخی مشکلات شناسایی شده عبارتند از مشکلات مربوط به فرآیند، تعهد، افشاگری، توانمندسازی و تشدید. همچنین پویایی‌های کلیدی در استراتژی باز شامل هر دو جنبش در طول ابعاد شفافیت و شمول و همچنین حرکت بین این دو بعد است که نظریه‌های مختلفی در آن تأثیرگذار هستند [۷۴].

در داخل کشور، پژوهشی پیرامون استراتژی باز یافت نشد، حسین زاده شهری^۲ و همکاران (۲۰۱۹) در تحلیل کتابشناختی استراتژی باز به بررسی روند استراتژی باز در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۶ در پایگاه وب آو ساینس^۳ پرداختند. نتایج آنان نشان داد که استفاده از مفهوم استراتژی باز، علی‌رغم ماهیت اولیه استراتژی‌سازی، در مدیریت استراتژیک در حال رشد است [۸۰]. همچنین طالاری و آذربایجانی^۴ (۲۰۲۰) در پژوهشی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد به طراحی و تبیین مدل استراتژی باز در صنعت بانکداری پرداختند. پژوهشگران با تعیین شرایط علی همچون ماهیت سازمان، جهت‌گیری استراتژیک، تفکرات سازمانی و ماهیت محیط و راهبردهای فناورانه، ارتباطی، ساختاری و کنترلی در کنار پیامدهای رفتاری، سازمانی و محیطی، مدل پیاده‌سازی استراتژی باز در صنعت بانکداری را مطرح کردند [۱۴۳].

۳. روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس هدف، بنیادی، بر اساس ماهیت داده‌ها، کیفی و بر اساس روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، اسنادی است. همچنین روش انجام آن، تحلیلی توصیفی و روش تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوای کیفی می‌باشد.

پژوهش تبریزی^۵ (۲۰۱۴) نشان می‌دهد که در روش تحلیل محتوای کیفی، رویکرد مایرینگ جایگاه ویژه‌ای دارد [۱۴۲]. با توجه به نظر مایرین^۶ (۲۰۰۴)، سه رویکرد برای روش تحلیل محتوای کیفی وجود دارد که هر یک اهداف جداگانه‌ای دارند. رویکرد اول که در آن محقق با حفظ ساختار متن می‌کوشد داده‌ها را تا جای ممکن خلاصه کند. در رویکرد دوم برخلاف رویکرد خلاصه‌سازی، محقق با جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات اضافی تلاش می‌کند تا مولفه‌های مبهم متون را شفاف کند و در رویکرد سوم ساختار حاکم بر متون از طریق گونه‌شناسی و مقیاس‌گذاری، بیرون کشیده می‌شود [۱۰۱]. برای تحقق اهداف مطرح شده می‌توان تحلیل محتوای کیفی را به ۲ شیوه استقرایی و قیاسی انجام داد. استفاده از روش استقرایی، بیشتر زمانی ضرورت می‌یابد که اطلاعات کافی درباره یک پدیده وجود ندارد و محقق با رجوع به داده‌های مورد مطالعه، به تدریج آن‌ها را خلاصه می‌کند تا به اصلی‌ترین مفاهیم و مضامین مرتبط با موضوع تحقیق دست پیدا کند. هنگامی که پیرامون موضوع تحقیق دیدگاه‌های گوناگونی وجود دارد و هدف از انجام تحقیق آزمون نظریه‌های پیشین و یا بسط آن‌ها در یک

^۱ Hautz

^۲ Hoseinzadeh Shahri

^۳ Web of Science (WoS)

^۴ Talari & Azarbayejani

^۵ Tabrizi

^۶ Mayring

زمینه متفاوت است، روش قیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد. دیدگاه‌های موجود به ما کمک می‌کند تا مقولات مورد نیاز پژوهش فراهم آید و سپس اطلاعات در این مقوله‌ها سازماندهی می‌شود [۱۴۲].

پژوهش حاضر، براساس تحلیل محتوای کیفی با رویکرد ساختاردهی و با استفاده از روش قیاسی انجام شده است. واحد تحلیل، مقاله یا بخش یک کتاب با نویسندگان مجزا تعیین شد. برای یافتن مقالات، از روش‌های مختلفی همچون جستجو در پایگاه داده اسکوپوس و خبرگان استراتژی با استفاده از تکنیک‌های نمونه‌گیری گلوله برفی و نظری استفاده شد. در نمونه‌گیری گلوله برفی، محقق یک مورد را پیدا کرده و از طریق آن، برای پیدا کردن مورد یا موارد بعد استفاده می‌کند. تلاش شد در بخش پایگاه داده اسکوپوس به کمک زنجیره پیشنهادی خود مقاله در بخش معرفی مقالات مشابه پیشنهاد شده^۱ یا مقالات استناد کننده به آن^۲، سایر مقالات مشابه شناسایی و بررسی شوند. در نمونه‌گیری نظری نیز، محقق برای خلق یک نظریه فقط مواردی را انتخاب می‌کند که همسو با نظریه‌اش باشند، لذا در انتخاب مقالات مورد بررسی از سمت خبرگان و پایگاه داده، تلاش شد مقالات غیرهمسو از روند بررسی حذف شوند. ضمن این‌که از مقالات معرفی شده خبرگان نیز کمک گرفته شد و در نهایت مجموع مقالات دو مسیر پایگاه داده و کمک تکمیلی بخش خبرگان مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند.

با توجه به این‌که اسکوپوس از جمله پایگاه‌های قوی و مورد تأیید می‌باشد که نسبت به سایر پایگاه‌ها برتری قابل توجهی دارد [۱۰۷]، مقالات علمی معتبر انگلیسی با نمایه اسکوپوس مورد بررسی قرار گرفتند. جستجو در این پایگاه با محوریت کلید واژه «Open Strategy» در بازه زمانی ۱۹۹۰ تا ۲۰۲۰ صورت گرفت.

تعداد مقالات اولیه یافت شده حدود ۱۷۳ مورد بود. حال باید تحقیقات واجد شرایط را انتخاب کرد. معیار پذیرش و رد مطالعه حاضر، شامل بازه زمانی مطالعه، زبان پژوهش، موضوع مطالعه و ماهیت مطالعه بوده است. لذا پس از انجام جستجو با کلیدواژه مورد نظر در عناوین، چکیده و کلمات کلیدی و محدود کردن آثار مقالات علمی منتشر شده در زمینه «کسب‌وکار، مدیریت و حسابداری، اقتصاد و علوم کامپیوتر» در میان مجلات انگلیسی زبان و پس از بررسی و مطالعه عناوین و مرور سریع چکیده مقاله‌های یافت شده و با توجه به موضوع و هدف پژوهش، ۳۹ مقاله برای بررسی دقیق‌تر باقی ماندند. این مقالات با توجه به هدف پژوهش و بر اساس معیارهای درون‌گنجی (برحسب مقالات جامع‌تر، مقالات منتشر شده در مجلات معتبر، مقالات با استناد بالا و نویسنده‌های اصلی، مقالات تحلیلی این حوزه و مقالات تأثیرگذار معرفی شده توسط دیگر پژوهش‌ها و همچنین به کمک گروه کانونی پژوهش (خبرگان) که شامل نویسندگان اصلی مقاله و همچنین با توجه به نیاز، مشاوران تحقیق است که شامل ۳ نفر از اساتید مدیریت استراتژیک دانشگاه علامه طباطبائی می‌باشند) مورد ارزیابی قرار گرفتند و در نهایت با توجه به معیارهای ذکر شده و پس از غربالگری نهایی، ۲۶ مقاله انگلیسی مهم‌تر که دارای کیفیت بالا و هم‌راستا با هدف پژوهش بودند، برای استخراج اطلاعات انتخاب شدند.

مقاله‌ای انتخاب شدند که محققان مختلف به آن‌ها استناد کرده بودند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، مینا یا نشانه‌ای از نظریه‌های استراتژی باز را تشکیل می‌دادند. همچنین، انتخاب و جستجوی مقالات تا آنجا ادامه یافت که ضمن ترسیم شالوده اصلی نظریه‌ها، برای نویسندگان این مسئله مشخص شد که بهره‌گیری از مقالات بیشتر، مطالب جدیدی را بازنمایی نمی‌کند و مفاهیم نظری حالت تکراری به خود گرفته است. سپس هر یک از واحدهای معنایی منتخب (اعم از واژه، جمله یا پاراگراف) مرتبط با نظریه یا مبنای نظری در مقالات بررسی شد تا نظریه‌های مشخص شده یا مولفه‌های مبهم و پنهان آن‌ها شفاف‌تر شود. در این پژوهش برای اعتبارسنجی نتایج

^۱ Recommended articles

^۲ Citing articles

از نظر گروه کانونی (خبرگان) استفاده شده است، به گونه‌ای که با طراحی نظام‌مند و به‌کارگیری نظر خبرگان این حوزه و انجام دادن اصلاحات چندباره و اعمال تکنیک‌هایی همچون: سه‌سوسازی یا چندجانبه‌نگری و مرور هم‌تا، اعتبار پژوهش بررسی و تأیید شد. ضمن این‌که نویسندگان، با شناختی که از آثار منتشر شده در این حوزه داشتند، یافته‌ها را با کتاب‌های مرجع استراتژی که بعضاً در آن‌ها به‌طور ضمنی به نظریه‌های استراتژی اشاره شده بود، نیز مورد مقایسه قرار دادند تا کیفیت نتایج مورد بررسی و تأیید قرار گیرد.

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

دیدگاه‌های نظری کلیدی احصا شده از پژوهش‌ها در قالب ۸ رویکرد نظری معرفی می‌شود. تلاش شده است تا حد امکان مفاهیم و مضامین آن برای تحقیق بیشتر در مورد استراتژی باز، تبیین شده و سپس گونه‌شناسی آن ارائه می‌شود.

۱) **رویکردهای فعالیت (شیوه عمل):**^۱ این گروه نظریه‌ها را می‌توان گروه اول نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز دانست. این نظریه‌ها، استراتژی باز را فعالیت و شیوه خاص برای انجام استراتژی می‌دانند؛ یعنی، شیوه عمل یا روالی که شفافیت بیشتری خلق می‌کنند و روالی که باعث مشارکت فراگیرتری می‌شوند. این موضوع یادآور دیدگاه استراتژی به مثابه عمل [۸۴] است. لذا رویکرد نظری این گروه، رویکردهای فعالیت یا شیوه عمل نام‌گذاری می‌شود. بحث‌های اولیه در حوزه استراتژی باز با این رویکرد همخوانی بیشتری داشته و روی باز بودن به‌عنوان مجموعه‌ای پویا و منعطف از فعالیت‌ها تأکید دارد، نه فقط یک واحد متجانس و یکدست. در این رویکرد، به منابع انسانی توجه بیشتری شده و نقش کارکنان در تدوین استراتژی مورد تأکید قرار گرفته و موضوعاتی همچون شیوه عمل که تبیین‌کننده انگیزش، فرهنگ سازمانی و علائق افراد است، اهمیت می‌یابد [۹۷]. در همین رابطه، برخی محققین به شناسایی شیوه‌های عمل مختلف استراتژی باز و به بررسی رابطه بین این فعالیت‌ها پرداخته و اثرات متمایز آن را دنبال کرده‌اند.

پژوهشگرانی [۹۵] مجموعه‌ای از «فعالیت‌های شدیداً باز استراتژی‌سازی»^۲ را شناسایی کرده‌اند که نشان می‌دهد این شیوه عموماً به‌منظور ایجاد تعادل متقابل با اثرات منفی باز بودن شدید، با شیوه بسته همراه بوده‌اند. اگرچه رویکرد شیوه عمل اغلب بر اساس مسیری نامحدود بنا شده‌اند، [۱۳۷] سه نظریه بارز در مورد شیوه عمل اجتماعی (از نگاهی محدود) را معرفی کرده‌اند: نظریه ساختارگرا^۳ [۶۰]، نظریه عمل‌گرایی^۴ [۲۷] و نظریه مجموعه‌های شیوه عمل^۵ [۱۲۵]. هرکدام از این موارد، فرصت‌هایی پدید آورده‌اند که برای عمیق‌تر شدن در جزئیات نقش میزان متفاوت باز بودن در شیوه عمل، کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. نوع نظریه دیگر، به فعالیت بر وجوه فناورانه تأکید دارند که بیشتر به نقش برجسته رسانه‌های اجتماعی در استراتژی باز پرداخته‌اند. بعد از این، [۱۲۷] به کمک نظریه عامل-شبکه^۶ [۹۰] عنوان می‌کند که مشوق در نظر گرفتن چگونگی مشارکت اشیا و سایر «عوامل غیرانسانی»^۷ در شیوه باز شدن، مهم است. همچنین نظریه‌های مختلفی در حوزه‌ی ترتیبات منابع

^۱ Practices

^۲ Radically open strategizing practices

^۳ Structuration theory

^۴ Praxeology theory

^۵ Theory of practice bundles

^۶ Actor-Network Theory

^۷ Nonhuman actors

اجتماعی^۱ هست که با این نظریه‌ی عامل-شبکه نزدیکی بسیار دارند؛ به عنوان مثال نظریه‌ی توانش یا قابلیت‌های فناورانه^۲ [۵۹] که به روابط درونی بین فناوری‌ها و فعالیت‌ها در طی پیاده‌سازی شیوه عمل استراتژی باز می‌پردازد [۱۴].

۲) رویکردهای مبتنی بر ارتباطات: گروه دوم نظریه‌ها، رویکردهای مبتنی بر ارتباطات هستند که با نقشی که ارتباطات بیرونی و درونی در باز شدن استراتژی دارند، مرتبط است. از این منظر، استراتژی باز، پدیده ارتباطاتی تلقی می‌شود. برای مثال، [۱۰۰] بر اساس نظریه گفتمان^۳ [۶۲]، به بررسی تأثیر انواع مختلف مباحث و گفتمان‌ها روی محدود کردن یا بیشتر کردن مشارکت در فرآیند ارتباطات و مخابره استراتژی می‌پردازند.

[۷۷] از نظریه گفت‌وگو^۴ [۲۶] برای توصیف اشکال خاص ارتباطات و مخابره که در فرآیند استراتژی با مشارکت فراگیر دید ه‌شده، استفاده می‌کند. [۱۴]، دیدگاه نظام‌نامه ارتباطی سازمان^۵ [۲۵] را برای مقایسه با ساختارهای ارتباط در فرآیندهای باز یا بسته‌ی توسعه‌ی استراتژی، تجهیز کردند. [۴۹]، براساس نظریه ارتباطات لومانی^۶ [۹۶]، به شناسایی ابعاد ارتباطی مختلف که فرآیند استراتژی باز را شکل می‌دهند، پرداخته‌اند.

۳) رویکردهای مرتبط با معنابخشی^۷: گروه سوم نظریه‌ها، مربوط به معنابخشی هستند. از این منظر، استراتژی در قالب فرآیندهای معنابخشی باز نمایان می‌شود. این نظریه‌ها روی این تأکید دارند که چگونه در استراتژی باز، ذی‌نفعان متنوع و آگاه باید مسائل استراتژیکی را که بسیاری از آن‌ها با آن‌ها ناآشنا هستند و برای آن‌ها معنی مشخص توافقی شده وجود ندارد، درک کنند. [۱۳۰] بر اساس رویکرد سنتی معنابخشی^۸ [۱۵۷]، استراتژی باز را به‌نوعی راهی برای افزایش پیچیدگی درک سیستم و خلق ظرفیت برای درک مسائل پیچیده‌ی استراتژیک، می‌دانند. در همین رابطه، [۱۲۷]، از نظریه نظم مورد توافق^۹ [۱۳۹] برای این استفاده می‌کند که استدلال بیاورد که استراتژی باز شامل خلق میدانی برای مبارزه منافع متقابل و تعاریف گوناگون از واقعیت است. [۵۶] و [۱۶۰] نظریه مدیریت تأثیر^{۱۰} [۱۲۶] را مطرح کرده و استدلال می‌کنند که استراتژی باز ابزاری برای تأثیرگذاری روی درک و معنابخشی مخاطبان بیشتر، در اختیار دارد. همچنین پژوهش‌هایی نیز در سطح خرد و فردی همچون نظریه رفتاری استراتژی^{۱۱} [۱۲۱] به منظور تحلیل رفتارهایی که بر استراتژی تأثیر دارند، بر سطح فردی تأکید می‌کنند [۶۶]. هدف از آن، کاربرد دانش علوم رفتاری و به‌ویژه روانشناسی و رفتار سازمانی برای موضوعات مدنظر در استراتژی است که می‌تواند زمینه بخش توسعه استراتژی باز در حوزه نمادها نیز قرار گیرد. هدف کلی این حوزه، مورد خطاب قرار دادن و تحلیل استراتژی از طریق فرضیات واقعی شناخت، درک،

^۱ Sociomaterial arrangements

^۲ Technological affordances

^۳ Discourse theory

^۴ Dialogue theory

^۵ Communicative Constitution of Organizations (CCO)

^۶ Luhmannian communication theory

^۷ Sensemaking

^۸ Classical sensemaking approach

^۹ Theory of negotiated order

^{۱۰} Theory of impression management

^{۱۱} Behavioral theory of strategy

عواطف و رفتارهای اجتماعی انسان می‌باشد که به نوعی به قابلیت‌ها و توانمندی‌های سازمانی متاثر از منابع انسانی و ویژگی‌های داخلی شرکت اشاره دارند.

۴) رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان: گروه چهارم نظریه‌ها، رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان هستند که

اشکال جدیدی از مشارکت ذی‌نفعان را برای استراتژی باز متصور هستند. این نظریه‌ها با به رسمیت شناختن دامنه وسیعی از عواملی که می‌توانند مشارکت داده شوند، با استراتژی باز طوری برخورد می‌کنند که گویی شکل جدیدی از مشارکت ذی‌نفعان است. برای مثال [۱۱۸] با اشاره به نظریه ذی‌نفعان^۱ [۵۴]، بر این است که استراتژی باز می‌تواند به مثابه پلتفرمی برای گرد هم آوردن دامنه وسیعی از ذی‌نفعان، انگاشته شود. [۱۰۸] بر این تأکید دارند که نسخه‌های متعددی از نظریه ذی‌نفعان وجود دارد، نظریه‌هایی مثل نظریه ذی‌نفع ابزاری^۲ [۳۵] و مدیریت ذی‌نفع^۳ [۷۹] که برداشت‌های متفاوتی از استراتژی باز داشته‌اند. [۷۲] بر اساس نظریه تصمیم‌گیری جمعی^۴ [۷۹]، استدلال می‌کنند که شکل‌های بازتر استراتژی‌سازی باعث پدید آمدن تصمیم‌گیری مشترک در میان ذی‌نفعان می‌شوند.

حال، نظریه نمایندگی^۵ [۸۶] نیز به نوعی می‌تواند در همین رویکرد قرار گیرد. نظر اولیه [۸۶] برای ترسیم نظریه نمایندگی در چارچوب مبانی نظری حاکمیت شرکتی، سهامداران را ذی‌نفعان اصلی مشخص کنند [۸۹]. در واقع، نظریه نمایندگی بر این موضوع تأکید دارد که مدیران درگیر تجمیع سرمایه بوده و به منافع و مصالح سهامداران توجه نمی‌کنند. این موضوع مقارن با دیدگاه [۸۵] است که می‌گوید به طور نظام‌مند، سهامداران چپاول می‌شوند [۱۳۵]. این نظریه با فراهم کردن دیدگاهی تأکید دارد که مدیران اصلی باید کنترل عامل‌ها را در راستای مهار فرصت‌طلبی‌های مدیریتی و منفعت‌طلبی‌های شخصی در دست گیرند [۳۹]. همچنین، نظریه نمایندگی با نوعی ارتباطات اجتماعی پیوند دارد، بدین معنا که دو کنشگر از طریق وکالت در نوعی تبادل منابع درگیر می‌شوند [۲۲]. لوائی آدریانی^۶ و همکاران (۲۰۱۹) نشان می‌دهد نظریه نمایندگی و حاکمیت سازمانی در همکاری‌های فراسازمانی تأثیرگذار هستند [۹۱]. همان‌طور که اشاره شد نظریه حاکمیت سازمانی^۷ [۵۸] نیز می‌تواند در ذیل این رویکرد قرار گیرد. هر چند نظریه‌های بنیادی سازنده این نظریه، تنها ذیل ذی‌نفعان قرار نمی‌گیرند و نظریه‌های دیگری نیز مطرح است [۲]. اما عمده تمرکز نظریه حاکمیت سازمانی که عمدتاً متاثر از تأثیر اولیه نظریه نمایندگی است، در حوزه ذی‌نفعان مطرح می‌شود. این پژوهشگر نشان می‌دهد به علت و تأثیر متغیرهایی مانند پیکربندی اعضای هیئت مدیره، کمیته حسابرسی، مدیران مستقل و نقش مدیران ارشد و روابط اجتماعی آن‌ها و چارچوب‌های نظارتی آن، باید نقش آن در استراتژی پر رنگ‌تر دیده شود. ضیایی و کفایی^۸ (۲۰۰) به موضوع حاکمیت شرکتی و گشودگی پرداخته و در مقاله‌ای با رویکرد نوآوری باز به این موضوع اشاره کرده است. آنان نشان می‌دهند که به کارگیری نوآوری باز در حاکمیت شرکتی با تأکید بر دو مؤلفه ایجاد مزیت رقابتی و خلق ارزش نوعی راهبرد فعال در راستای رشد و توسعه شرکت‌های فعال باشد [۱۶۶].

۵) رویکردهای نهادی^۹: گروه پنجم نظریه‌ها، رویکردهای نهادی هستند. این نظریه‌ها نگاهشان به

استراتژی باز بر اساس انتظارات سازمانی درون جوامع بوده و به قرارگیری این پدیده در کنار سایر اشکال باز بودن، مانند دولت باز یا علوم باز که متغیرهای سازمانی شبیه به متغیرهای محرک استراتژی

^۱ Stakeholder theory

^۲ Instrumental stakeholder theory

^۳ Stakeholder management theory

^۴ Theory of collaborative decision making

^۵ Agency Theory

^۶ Lavaei Adaryani

^۷ Corporate Governance Theory

^۸ Ziyae & Kafaee

^۹ Institutional

باز دارند، کمک می‌کنند. گلدشتاین و والگنباخ^۱ (۲۰۱۹) بیشتر بر اساس نظریه جامعه جهانی^۲ [۱۰۲]، استدلال می‌کنند که استراتژی باز نمونه‌ای از باور فرهنگی منطقی است که درون جامعه جهانی یکدست قرار گرفته است. یعنی، پیشرفت‌های فرهنگی در جامعه جهانی، باعث تقویت پایه‌های ساختارهای سازمانی می‌شود که پشتیبان شکل‌های باز استراتژی‌سازی هستند [۶۱]. ویتینگتون^۳ و همکاران (۲۰۱۱) براساس نظریه جامعه‌شناسی حرفه‌ای‌ها^۴ [۱] استدلال می‌کنند که هنجارهای حرفه‌ای جدیدی برای حرفه استراتژی وجود دارد که منجر به اشکال بازتر استراتژی‌سازی شده‌اند [۱۶۱]. ویتینگتون (۲۰۱۹) نیز نیروهای فرهنگی را شناسایی کرده که استراتژی باز را ترویج می‌دهند، درحالی‌که روی «کار نهادی»^۵، که به رسمیت یافتن در شیوه عمل نیاز دارند، تأکید دارند [۹۲]. شایان ذکر است از جهت نیروهای محرک سازمانی که بر وجود شیوه عمل متکی هستند، بین نظریه نهادی و نظریه‌های شیوه عمل ارتباط وجود دارد و باید دانست که استراتژی باز به‌خودی‌خود گسترش پیدا نمی‌کند [۱۵۹].

۶) رویکردهای مبتنی بر دانش / اطلاعات: گروه ششم نظریه‌ها، رویکردهای اطلاعات محور هستند. نظریه‌های این گروه، استراتژی باز را نوع جدیدی از سازمان‌دهی و ترتیب جدید جریان اطلاعات و دانش می‌دانند. اطلاعات، ماده خام شفافیت و مشارکت فراگیر است. نیلی و لوناردی^۷ (۲۰۱۸)، بر اساس نظریه دانش بنیان شرکت مرتبط با (گرت^۸؛ ۱۹۹۶)، نشان می‌دهند که ترتیب‌هایی که استراتژی باز بنا کرد [۶۳]، باعث به وجود آمدن مسیر جدیدی برای به اشتراک گذاشتن دانش مربوط به استراتژی در میان اعضای سازمان شده است [۱۰۵]. نظریه دانش بنیان به نوعی در کار مربوط به نوآوری باز نیز قابل مشاهده است [۷]. به عبارت دیگر، نظریه نوآوری باز^۹ مرتبط با (چسبرو^{۱۰}؛ ۲۰۰۳) نیز همراستا با همین موضوع تعاملات دانشی است که تاثیر مهمی در استراتژی باز نیز داشته است [۳۴]. (اورلوا^{۱۱}؛ ۲۰۱۹) سیر تکاملی در زمینه تحقیقات نظریه نوآوری باز را ارائه کرده و نشان می‌دهد که شرکت‌ها، فرآیندهای نوآوری خود را برای بهبود پتانسیل نوآوری خود باز کردند [۱۰۹]. ارتباط این کار به دلیل علاقه زیاد جامعه علمی و متخصصان به ابزارها و استراتژی‌های مورد نیاز برای پذیرش موفقیت آمیز نظریه نوآوری باز است. در پژوهش‌های اخیر نیز [۶] نشان می‌دهد که شیوه‌های عمل نوآوری باز متنوع‌تر شده و از طرفی نیاز است تا در حوزه شرکت‌های دانش‌محور، نقش دانشگاه، صنعت و دولت برای بهبود عملکرد نوآوری باز بیشتر دیده شود [۹۴].

در نظریه‌های مبتنی بر دانش و نوآوری، ایده‌های جدید و به اشتراک‌گذاری آن‌ها به وسیله دانش مهم‌ترین جنبه استراتژی است [۹۷]. علاقه محققان به رابطه بین استراتژی باز و عملکرد نوآوری به‌صورت مستمر بوده و

^۱ Goldenstein & Walgenbach

^۲ World society theory

^۳ Whittington

^۴ Sociology of professions

^۵ Institutional work

^۶ Information/knowledge-based

^۷ Neeley & Leonardi

^۸ Grant

^۹ Open Innovation

^{۱۰} Chesbrough

^{۱۱} Orlova

در سال‌های اخیر حتی افزایش یافته است [۶]. (برگ گیل، ۲۰۱۳) در پژوهش خود، بر استراتژی باز ورودی متمرکز شده و نظریه‌های مختلف همچون شایستگی‌ها و نوآوری باز را در ارتباط با تصمیمات شرکت‌ها در مورد این استراتژی‌ها بررسی کرده و نشان داده که با در نظر گرفتن درجات مختلف باز بودن شرکت‌ها (بسته، نیمه باز، باز، فوق‌العاده باز) در صنعت با توجه به اندازه و نوع صنعت متفاوت بوده و نیازمند شاخص‌سازی است [۱۶]. (وان کروخ و گیلنر، ۲۰۱۹) این بحث را یک گام جلوتر برده و به این اشاره کرده‌اند که نظریه دانش‌بنیان شرکت، توجه‌ها را معطوف به دو بعد استراتژی باز می‌کند [۱۵۳]: از یک‌سو، بعد شناختی (مجموعه‌ی هدف و استفاده از منابع دانشی داخل و خارج از سازمان) و از سوی دیگر، بعد طراحی (مکانیزم‌هایی که سازمان در تحقیق، ادغام و شکل استفاده از آن دانش، از آن‌ها بهره می‌گیرد). به عبارت دیگر، به نظر برخی نظریه‌پردازان، ریشه استراتژی باز به نحوی بر پایه نوآوری باز قرار دارد [۷] البته [۱۵۳] نیز به شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو موضوع پرداخته‌اند. از این منظر، استراتژی باز، موضوع جدیدی در حوزه‌ی مدیریت استراتژیک است که به این معنی است که سازمان‌ها در فرآیندهای سازمانی خود برای دریافت ایده‌ها، نظرات و تدوین استراتژی‌های خود از دینفعان داخلی و خارجی استفاده کنند.

(هاتز^۳ و دیگران، ۲۰۱۷) بر اساس نظریه تعامل اجتماعی^۴ [۵۰]، به بررسی میزان تأثیر ترتیبات خاص استراتژی باز، روی افزایش حس جمع‌پنداری در میان شرکت‌کننده‌ها و اشتیاق آن‌ها برای مشارکت در تعامل اطلاعات و دانش، پرداخته‌اند [۸۲]. (مالهوترا^۵ و دیگران، ۲۰۱۷)، نظریه فرآیند اطلاعات^۶ [۳۶] را بسط داده و به بررسی چالش‌های خاص تبادل اطلاعات و دانش مرتبط با ترتیبات استراتژی باز پرداخته است [۹۹]. (هاتز^۷، ۲۰۱۹)، نظریه شبکه^۸ منتسب به (بورگاتی^۹ و دیگران، ۲۰۰۹) را دیدگاه نظری مناسبی برای بررسی روابط تعامل اطلاعات بین عوامل مشارکت‌کننده در شکل‌های مختلف استراتژی باز، می‌داند [۲۰]. آن‌ها نشان می‌دهند که ساختارهای شبکه‌ای مختلف، اثرات مختلفی روی جریان اطلاعات مربوط به استراتژی دارند [۷۳]. همچنین نظریه اتحاد استراتژیک^{۱۰} [۴۶] نیز همراستا با نظریه شبکه است. اتحاد استراتژیک در چارچوب برنامه استراتژیک بلندمدت شرکت‌ها قرار می‌گیرند و درصدد بهبود یا تغییر موقعیت رقابتی یک شرکت هستند [۴۶]. به اعتقاد (داس و تنگ^{۱۱}، ۱۹۹۸)، اتحاد استراتژیک، توافق‌های همکاری بین نهادی/شرکتی هستند که با هدف دستیابی به اهداف استراتژیک شرکا ایجاد می‌شوند [۳۸]. این اتحادها که شمایی از استراتژی‌های همکاری بین سازمانی است، متضمن تجمیع مهارت‌ها و منابع از طریق شرکای اتحاد هستند تا از این طریق به یک یا چند هدف مرتبط با اهداف استراتژیک شرکت‌های همکار نائل شوند [۹۱]. در نظریه‌های مبتنی بر شبکه و همکاری متمرکز بر روی مراودات شخصی، دانش و تأثیرگذاری‌هایی است که در داخل و خارج از سازمان منجر به موفقیت حداقل دو سازمان (که حلقه همکاری تشکیل داده‌اند) می‌شود [۹۷].

^۱ Barge-Gil

^۲ Von Krogh & Geilinger

^۳ Hutter

^۴ Social exchange theory

^۵ Malhotra

^۶ Information processing theory

^۷ Hautz

^۸ Network theory

^۹ Borgatti

^{۱۰} Strategic Alliance theory

^{۱۱} Das & Teng

(یاکیس داگلاس^۱ و دیگران، ۲۰۱۷) در مقابل، بر اساس نظریه عدم تقارن اطلاعات^۲ [۷]، به بررسی شرایطی پرداخته‌اند که در آن استراتژی باعث افزایش شفافیت فرآیند استراتژی می‌شود [۱۶۴]. همچنین نظریه یادگیری استراتژیک^۳ [۲۹]، از دیگر نظریه‌های مبتنی بر دانش می‌باشد. یادگیری استراتژیک یک فرآیند استراتژیک با تمرکز بر اثرات استراتژیک فرآیند یادگیری مربوط به درک سازمان از محیط خارجی است [۱۳۶]. برخی از جنبه‌های مهم یادگیری استراتژیک شامل خلق دانش استراتژیک، توزیع دانش استراتژیک، تفسیر دانش استراتژیک و اجرا و انجام دانش استراتژیک می‌باشد [۷۱]. یادگیری استراتژیک زمانی رخ می‌دهد که سازمان‌ها یا گروه‌ها، داده‌ها و اطلاعات را جمع‌آوری کرده و تفکرات کاری خود را ارزیابی می‌کنند و سپس استراتژی‌های خود را در پاسخ به آنچه آن‌ها می‌گیرند، تطبیق می‌دهند [۲۸]. برخی پژوهش‌ها دیدگاه یادگیری استراتژیک را راه حلی برای تشویق استفاده بنگاه‌ها از استراتژی هم‌رقابتی و تعامل معرفی نموده‌اند یا به عبارت دیگر، سازمان یادگیرنده، سازمانی آماده و مناسب برای اجرای استراتژی هم‌رقابتی است، زیرا یکی از خروجی‌ها و نتایج مهم آن، به اشتراک‌گذاری دانش بین سازمان‌هاست [۳۷].

۷) رویکردهای مبتنی بر منابع^۴: گروه هفتم نظریه‌ها، رویکردهای مبتنی بر منابع هستند. از این

منظر، استراتژی باز به عنوان روش دسترسی به منابع باز تلقی می‌شود. نظریه مبتنی بر منابع، ابزاری اقتصادی است که برای تعیین منابع استراتژیک (در دسترس) یک شرکت به کار می‌رود. بنیان‌های اولیه این نظریه در ابتدا توسط (پنروس^۵، ۱۹۵۹) ارائه شد [۱۱۵] و سپس توسط (ورنفلت^۶، ۱۹۸۴) بسط یافت [۱۵۸]. طبق این نظریه، منابع شرکت که در یک زمان مشخص، شامل دارایی‌هایی (ملموس و ناملموس) است که به صورت موقت در خدمت بوده و می‌تواند در راستای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار استفاده شود. ماهیت استراتژی شرکت می‌بایست بر مبنای منابع و قابلیت‌های منحصر به فرد آن تعریف شود [۹۱].

هر چند در ابتدا شاید این‌گونه برداشت شود که نظریه‌های این رویکرد، مخالف استراتژی باز است، اما اگر دقیق‌تر به آن‌ها و ایرادهای وارد شده به آن نگاه کرد متوجه می‌شویم به صورت غیرمستقیم در شکل‌گیری استراتژی باز تاثیرگذار بوده‌اند. همچنین برخی نظریه‌های دیگر مرتبط با استراتژی باز نیز در ارتباط با نظریه مبتنی بر منابع، پدیدار شده‌اند که بر ویژگی‌های داخلی شرکت مانند قابلیت‌های پویا^۷ منتسب به (تیس^۸ و دیگران، ۱۹۹۷) [۱۴۹]، وابستگی منابع^۹ منتسب به (پفر و سلزنیک^{۱۰}، ۱۹۷۸) [۱۱۷] و هماهنگ‌سازی منابع^{۱۱} منتسب به (سیرمون^{۱۲} و دیگران، ۲۰۱۱) [۱۳۳] تأکید دارند و لذا در همین رویکرد معرفی می‌شوند.

^۱ Yakis-Douglas

^۲ Information asymmetry theory

^۳ Strategic learning theory

^۴ Resource-based view (RBV)

^۵ Penrose

^۶ Wernerfelt

^۷ Dynamic capabilities

^۸ Teece

^۹ Resource Dependence Theory

^{۱۰} Pfeffer & Salancik

^{۱۱} Resource orchestration theory

^{۱۲} Sirmon

قابلیت‌های پویا از عبارات‌های جذابی است که به عنوان مزیت رقابتی، موجی از پژوهش‌ها را به همراه داشته است. (طیبی ابوالحسنی و ابراهیمی^۱، ۲۰۱۹) نشان دادند عمده نظریه‌های زمینه‌ساز قابلیت‌های پویا، نظریه‌های مبتنی بر منابع و یادگیری سازمانی است [۱۴۷]. نظریه قابلیت‌های پویا به دنبال تشریح موفقیت برخی بنگاه‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی در محیط متغیر می‌باشد. (زولا و وینتر^۲، ۲۰۰۲) قابلیت‌های پویا را به صورت یک الگوی اکتسابی و ثابت از فعالیت جمعی تعریف می‌کنند که سازمان از طریق آن به طور نظام‌مند به ایجاد و تعدیل فعالیت‌های عملیاتی روزمره می‌پردازد تا به اثربخشی بالاتری دست یابد [۱۶۷]. به عبارت دیگر، قابلیت‌های پویا به چگونگی تجدید و بهبود منابع بر یک مبنای مداوم مربوط می‌شوند و شرکت را قادر می‌سازد تا با محیط خود تناسب پیدا کند [۱۵۶]، لذا قابلیت‌های پویا تکاملی هستند و از طریق یادگیری سازمانی توسعه می‌یابند. [۱۲۴]، در یک تعریف جامع، قابلیت‌های پویا را قابلیت‌های یک سازمان برای خلق، توسعه یا اصلاح هدفمند منابع دانشی، قابلیت‌ها و یا رویه‌های معمول سازمان برای بهبود اثربخشی سازمانی تعریف می‌کند. این دیدگاه از قابلیت‌های پویا به این اشاره دارد که سازمان‌ها از منابع داخلی و خارجی می‌آموزند. در رویکرد خارجی این نظریه، نقش مکمل بنگاه‌ها و خبرگان بیرونی در توانمندسازی و قدرت نوآوری بیشتر از طریق تعاملات خارجی بیشتر نمایان می‌شود. در پژوهش‌های متاخر در حوزه استراتژی باز (دکن^۳ و دیگران، ۲۰۱۸) و (هگر و بورمن^۴، ۲۰۱۵) به کمک قابلیت‌های پویا و رویکرد اکتشاف به تعاملات بین سازمانی پرداختند [۴۴] [۷۶]. استراتژی‌سازی بین سازمانی در مراحل اولیه تصمیم‌گیری برای بررسی مسائل استراتژیک، قبل از تصمیم‌گیری برای تعیین جهت استراتژیک استفاده می‌شود که به اکتشاف یا اسکن محیط در این مرحله بسیار کمک می‌کند. همچنین (دی گیورت^۵ و دیگران، ۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود که به استراتژی‌سازی در حوزه بین سازمانی پرداخته بود، نشان داد نظریه قابلیت‌های پویا، از اهمیت خاصی برخوردار است که می‌تواند در حوزه استراتژی باز نیز مورد توجه قرار گیرد [۴۱].

نظریه وابستگی منابع نیز به عنوان یکی از نظریات این حوزه، اثرات منابع خارجی بر یک بنگاه را توصیف می‌کند. این نظریه با یک دیدگاه متمرکز بیرونی بر این موضوع تأکید دارد که چرا شرکت‌ها به یکدیگر نیاز دارند [۹۱]. به طور خاص یک بنگاه جهت بقای خود تعاملاتی با سایر بازیگران بازار انجام می‌دهد. تعاملات از دارایی‌های پولی، فیزیکی و اطلاعاتی تشکیل شده که بنگاه را به محیط خود وابسته می‌سازد. در نتیجه بازیگران بازار تلاش می‌کنند برای قد علم کردن در برابر سازمان‌های دیگر، برای خود قدرت ایجاد کنند. (پفر و سلزنیک، ۱۹۷۸) نشان می‌دهد که سه عامل متمایز اهمیت منابع، اختیار استفاده از منبع و تمرکز کنترل منابع، وابستگی بنگاه به دیگران را در محیط کسب و کار مشخص می‌کند [۱۱۷]. تمرکز اصلی بر وابستگی درک شده از طرف یک بنگاه به بنگاه دیگر در روابط مبتنی بر رقابت همکارانه می‌باشد که می‌تواند در حوزه استراتژی باز نیز منشا تغییرات باشد.

نظریه هماهنگ‌سازی منابع نیز، مسئله چگونگی ایجاد منابع و قابلیت‌های ارزشمند از طریق اقدامات انجام شده توسط مدیریت شرکت را مورد خطاب قرار می‌دهد. بنابراین این نظریه به دنبال تحلیل جعبه سیاه از مالکیت ساده منابع بوده و بر ایجاد و مدیریت آن‌ها تأکید دارد [۱۳۴]. این نظریه نیازمند تامل دقیق در حوزه‌هایی همچون وسعت (سازماندهی منابع در محدوده شرکت)، چرخه زندگی (تنظیم منابع در مراحل مختلف بلوغ

^۱ Tayebi Abolhasani & Ebrahimi

^۲ Zollo & Winter

^۳ Deken

^۴ Heger & Boman

^۵ De Gooyert

شرکت) و عمق (تنظیم منابع در سطوح مختلف شرکت) است [۱۳۳]. پژوهش متاخر (اندرسون و لینگویست، ۲۰۲۱) نشان می‌دهد مفهوم هماهنگ‌سازی منابع توجه قابل توجهی را در تحقیقات نوآوری معاصر و به ویژه نوآوری باز به خود جلب کرده است [۹]. آنان در پژوهش خود نقش تیم‌های مستقل، مشتریان و مدیران ارشد و نحوه همکاری بازیگران کلیدی را در هماهنگ‌سازی منابع برای نوآوری نشان دادند. همچنین (آسیایی^۲ و دیگران، ۲۰۲۱) به سیستم‌های کنترل مدیریت مناسب در همگام‌سازی و همسویی برای هماهنگ‌سازی منابع مختلف دانش یک شرکت پرداختند [۱۳]. این تحقیقات نشان از آن دارد که استراتژی باز نیز می‌تواند از منظر این نظریه بیشتر مورد کنکاش قرار گیرد.

به‌طور کلی در رویکرد مبتنی بر منابع، بر قابلیت‌ها و منابع کلیدی که منجر به مزیت رقابتی سازمان شده و برخی تعاملات آن تأکید می‌شود [۹۷]. (پنگ^۳ و دیگران، ۲۰۱۲) نشان می‌دهد ارتباط نظریه مبتنی بر منابع با همکاری‌های برون سازمانی همچون هم‌رقابتی بر اساس دو ویژگی مشترک بودن بازار و تشابه منابع است [۱۱۴]. در واقع می‌توان گفت فرسایش مزیت رقابتی محدود به منابع داخلی، سبب می‌شود به سمت سایر منابع بیرونی گام برداریم. در این میان، [۱۲۸] نظریه جدیدی به نام دیدگاه مبتنی بر منبع باز^۴ (ORBV) به عنوان نظریه باز بودن منابع مطرح می‌کند که توسعه یافته RBV است. (شولدر^۵ و دیگران، ۲۰۱۹) بیان می‌کند شرکت‌هایی مانند IBM، Google، Tesla، Facebook و Apple زمانی که منابع اطلاعاتی خود همچون محتوای دیجیتال، کد و رابط برنامه‌نویسی نرم‌افزار^۶ را برای استفاده عمومی از طریق اینترنت باز کردند و به موفقیت‌های نیز دست یافتند، چنین استراتژی‌های بازی، نظریه سنتی مبتنی بر منابع را مبتنی بر منطق «حفاظت از منابع» را به چالش کشیده و برعکس آن‌ها را آزاد و باز کردند [۱۲۸]. این پژوهشگران مفهوم باز بودن منابع را در دو بعد دسترسی و کنترل و همچنین ارائه یک مدل نظری برای توضیح تأثیرات این دو بعد باز بودن بر ایجاد ارزش شرکت و تخصیص ارزش به دست آمده از ترکیب منابع را توسعه دادند. هر چند این مقاله، درک مخاطب را از ماهیت و پیامدهای باز بودن منابع افزایش می‌دهد، اما نیازمند تامل و بررسی بیشتر برای تحقیقات تجربی در جهت آشکار کردن مفروضات، احتمالات و پیامدهای مورد نیاز است. الکسی^۷ و همکاران در سال ۲۰۱۸ در پژوهش خود، میان باز بودن و دیدگاه مبتنی بر منابع آشتی برقرار کرده و با یک مدل ریاضی نشان می‌دهد که هنگامی که (الف) بازکردن منابع، هزینه خود را کاهش می‌دهد، بنگاه‌ها بطور قابل توجهی بهبود می‌یابند در حالی که (ب) تقاضا برای منابع (منابع انحصاری) خود به شدت افزایش می‌یابد. آن‌ها همچنین توضیح می‌دهند که چگونه باز بودن می‌تواند با تضعیف رقبا، به ویژه در محیط‌های بسیار رقابتی، بازارها را تغییر دهد. لذا در شرایطی که مکمل‌های بالا و کاهش هزینه ثابت بالا باشد، گشودگی استراتژیک باعث مزیت رقابتی و برد شرکت و رقبا می‌شود. همچون هماهنگ‌سازی تولید باز منابع در داروخانه‌ها، صنایع نیمه‌هادی‌ها یا فناوری اطلاعات از این جمله صنایع است. لذا می‌توان گفت منابع مشترک می‌تواند منبعی برای مزیت رقابتی باشد [۵]. ضمن این‌که (دهقانی^۸؛ ۲۰۱۵) نیز نشان داد سطح باز بودن مدل کسب‌وکار بر مزیت رقابتی شرکت‌های دانش محور تاثیر دارد [۴۳].

^۱ Andersén & Ljungkvist

^۲ Asiaei

^۳ Peng

^۴ Open Resource-Based View (ORBV)

^۵ Schoder

^۶ Application Programming Interface (API)

^۷ Alexy

^۸ Dehghani

البته باید توجه داشت مدیریت مناسب منابع برای حفظ مزیت رقابتی و مدیریت نوآوری باز برون‌گرا که جریان‌های درون به بیرون دانش و فناوری را توصیف می‌کند، حیاتی است [۶۵]. در این میان، (گریمالدی^۱ و دیگران، ۲۰۲۱)، چارچوب استراتژیک^۳ گانه‌ای را برای مدیریت مناسب مالکیت معنوی^۲ ارائه می‌کند که شامل استراتژی دفاعی^۳ با هدف جلوگیری از سرریز دانش و ایجاد موانع برای رقابت؛ استراتژی همکاری^۴ با هدف همکاری با سایر سازمان‌ها و ورود به بازارهای جدید؛ و استراتژی بداهه^۵ که شرکت‌ها را توصیف می‌کند که از حریم خود بدون هدف مشخص محافظت می‌کنند [۶۵].

۸) رویکردهای مرتبط با سازمان صنعتی^۶: گروه هشتم نظریه‌ها، رویکردهای مرتبط با سازمان صنعتی یا اقتصاد صنعتی^۷ است. از این منظر، استراتژی باز به عنوان رقابت تعاملی و همکاریانه تلقی می‌شود. نظریه سازمان صنعتی منبعث از کار اقتصاددانانی نظیر ادوارد چمبرلین^۸ بوده است. این نظریه عوامل تعیین‌کننده رفتار شرکت‌ها و سازماندهی بازارها را که به شکل رقابت یا انحصار درمی‌آید تحلیل می‌کند. فرضیه اصلی در اقتصاد صنعتی عبارت است از کارایی بنگاه‌ها و بازارها و قدرت رقابت. در یک تعریف، اقتصاد صنعتی در نظر گرفتن یک بنگاه فردی، سازماندهی داخلی و اهداف آن نسبت به مجموعه‌ای از بازارهای ممکن، بررسی عملکرد پویای این بازارها، مزیت‌های مقایسه‌ای عوامل نسبت به یکدیگر، رقابت و تبانی، تمرکز، راهبردهای تولید و قیمت است [۲۴]. اقتصاد سازمان صنعتی نیز تأثیر قابل توجهی بر روش به‌کار رفته در پژوهش‌های حوزه استراتژی دارد. از دیدگاه اقتصاددانان نحوه سازمان یافتن کنونی بازارها و اثر ساختار بازار بر رفتار شرکت‌ها از یک طرف و نحوه اثر رفتار شرکت‌ها بر ساختار و عملکرد بازار از طرف دیگر، جایی است که نظریه سازمان صنعتی به نوعی با نظریه مدیریت استراتژیک یگانگی پیدا می‌کند. به تعبیری دیگر می‌توان گفت عملکرد شرکت‌ها در بازار به ویژگی‌های محیط صنعتی که در آن حضور دارند بستگی دارد. ساختار صنعت، رفتار شرکت‌ها را تعیین کرده که این رفتار مشترک آن‌ها، عملکرد کلی شرکت را در بازار مشخص می‌کند [۱۲۰]. در واقع نظریه سازمان صنعتی، منبع بیشتر مدل‌هایی است که برای تجزیه و تحلیل صنعت، موانع بازار و رقابت در آن مورد استفاده قرار گرفته است [۱۰۳]. به‌طور کلی در نظریه‌های مبتنی بر محیط و صنعت (بازار) که از آن با عنوان سازمان صنعتی نیز یاد می‌شود، منافع با انتخاب جذاب‌ترین صنعت و رقابت بهتر با رقبای موجود در صنعت حاصل می‌شود [۹۷]. همچنین برخی نظریه‌های دیگر مرتبط با استراتژی باز نیز در ارتباط با نظریه سازمان صنعتی، پدیدار شده‌اند که بر مطالعه ساختار و عملکرد بازارها و رفتار شرکت‌ها در این بازارهای رقابتی مانند نظریه بازی^۹ منتسب به (ون نیومن و مورگانسترن^{۱۰}، ۱۹۴۴) و نظریه هزینه مبادله^{۱۱} منتسب به (زیاک و اولسن^{۱۲}، ۱۹۹۳) تأکید دارند و لذا در همین رویکرد معرفی می‌شوند [۱۵۴] [۱۶۵].

^۱ Grimaldi

^۲ Intellectual Property (IP)

^۳ Defensive

^۴ Collaborative

^۵ Impromptu

^۶ Industrial organization

^۷ Industrial economics

^۸ Edward Chamberlin

^۹ Game Theory

^{۱۰} Von Neumann & Morgenstern

^{۱۱} Transaction Cost Theory

^{۱۲} Zajac & Olsen

نظریه بازی، زیرمجموعه‌ای از علم ریاضیات است که تلاش دارد با استفاده از طراحی و تحلیل سناریو، رفتارها و نتایج تصمیم‌گیری موجوداتی را که حق انتخاب دارند، در تعامل با یکدیگر پیش‌بینی کند. این نظریه بسیار گسترده شده و بسیاری از ابزارهای آن در تحلیل‌های اقتصاد صنعتی نیز وارد شدند [۲۳]. به عبارت دیگر، این نظریه با ترسیم مدل‌هایی از شرایط استراتژیک و تجزیه و تحلیل تصمیمات و تعاملات درون آن، امکان مطالعه روابط سازمان با عوامل درونی و بیرونی را در جهت کسب نتیجه بهینه فراهم می‌کند [۱۵۴]. نظریه بازی امکان مدلسازی تعامل رقابتی را فراهم می‌کند. به طور خاص، این نظریه دو دستاورد بسیار بارز را برای استراتژی فراهم می‌کند. این نظریه، امکان چارچوب‌دهی به تصمیمات استراتژیک را فراهم می‌کند. این نظریه همچنین می‌تواند نتیجه شرایط رقابتی را پیش‌بینی کند و تصمیمات استراتژیک بهینه را شناسایی کند. نظریه بازی از طریق اطلاعاتی که درباره شرایط رقابت و چانه‌زنی ارائه می‌کند می‌تواند نتایج تعادل شرایط رقابتی و پیامدهای حرکات استراتژیک هر یک از بازیگران را پیش‌بینی کند [۱۳۶]. نظریه بازی در مفهوم همکاری و هم‌رقابتی^۱ توسط [۲۱] به کار گرفته شد. بعد از آن، گروهی از پژوهشگران با بهره‌گیری از مفاد نظریه بازی و طراحی مدل بازی هم‌رقابتی محور، در سطح کلان راهکارهای عملیاتی برای حل معضلات اقتصادی مانند بحران اقتصادی در بخش‌هایی از اتحادیه اروپا صورت‌بندی نموده و اثرگذاری آن را مثبت ارزیابی نموده‌اند [۳۰]. همچنین [۹۳] نیز قدم را جلوتر گذاشته و به دنبال طراحی و تعریف مدل‌های بازی مبتنی بر هم‌رقابتی برای بنگاه‌ها در صنایع مختلف بوده که می‌تواند برای استراتژی باز نیز ایده‌آفرین باشد. البته باید توجه داشت که ماهیت بازی شاید کمی متفاوت شده باشد. [۱۵۵] نشان می‌دهد اصطلاحاً استراتژی در سازمان به‌مثابه استعاره صخره‌نوردی در نظر گرفته می‌شود و نه استعاره شطرنج. در شطرنج، اصل بر این است که تصمیم‌ها از اجرا جدا هستند. یعنی استراتژیست تصمیم می‌گیرد و در مرحله بعدی تصمیمات را اجرا می‌کند. اما در رویکرد تعاملی، تصمیمات و یا تدوین‌ها از اجرا و یا اقدامات جدا نبوده و به‌صورت توأمان است و اصطلاحاً تدوین و اجرا در دل هم تنیده شده‌اند. مدیر در عین رفتن بالا رفتن از صخره با مشکلاتی ساختار ناپافته، بدیع و بغرنج دست‌وپنجه نرم می‌کند. سازمان با مسائلی روبروست که راه‌حل درست و غلط ندارند و بایستی با همکاری و مشارکت ذی‌نفعان به راه‌های خوب یا بد بسنده کرد. از این استعاره صخره‌نوردی به توانایی تدوین و اجرای استراتژی تعبیر می‌شود که استراتژی باز نیز تا حدودی در همین راستا بوده و مشارکت همه ذی‌نفعان را می‌طلبد.

نظریه بازی بر مسئله تصمیم‌گیری در مورد انتخاب بهترین گزینه استراتژیک تأکید کرده و به تعامل میان سازمان و سایر بازیگران توجه می‌کند [۹۷]. سانر و آتس (۲۰۱۹) به اهمیت تصمیم‌گیری استراتژیک در استراتژی باز می‌پردازند [۱۴۱]. همچنین (دوباش^۲ و دیگران، ۲۰۱۹) اهمیت تصمیم‌گیری مشترک را به حدی می‌داند که از آن به عنوان یکی از عناصر فرعی گشودگی نام می‌برد، هر چند در بحث برخورداری از حقوق تصمیم‌گیری مشترک اختلاف نظرهایی نیز وجود دارد [۳]. اما به هر حال توجه به تصمیم‌گیری و اثرات آن به عنوان هم‌افزایی مثبت در استراتژی باز مورد تأکید است [۴۷]. در نظریه‌های مبتنی بر همکاری نیز تمرکز بر روی مراودات شخصی، دانش و تأثیرگذاری‌هایی است که در داخل و خارج از سازمان منجر به موفقیت حداقل دو سازمان (که حلقه همکاری تشکیل داده‌اند) می‌شود. (اوزکان کانبولات^۳ و دیگران، ۲۰۱۶) به بررسی نوآوری استراتژیک از منظر این نظریه پرداخته است [۱۱۰]. همچنین [۸۰] نشان می‌دهد که نظریه بازی از نظریه‌های پر تکرار در کنار استراتژی باز بوده است و به نظر می‌رسد در آینده نیز شاهد رشد بیشتر آن باشیم.

^۱ Coopetition

^۲ Dobusch

^۳ Ozkan-Canbolat

نظریه هزینه مبادله بیانگر تلاش حداکثری شرکت‌ها در راستای به حداقل رساندن هزینه‌های مبادله و معاملات است [۱۶۵]. بدین معنا که شرکت‌ها، سازوکارهای هماهنگی بازار را جایگزین سازوکارهای مدیریتی سازمان می‌کنند. نظریه هزینه مبادله عمدتاً در شرایط یکپارچه‌سازی عمودی و اجتناب از معاملات در بازار مطرح می‌شود [۱۵۱]. به عبارت دیگر، از این منظر، استراتژی‌های روابط بین‌سازمانی که در میان مقولات بازار و سلسله مراتب واقع می‌شود باید بیشتر مدنظر قرار گیرد. در این نظریه عمدتاً بر دو اصل عقلانیت محدود و فرصت طلبی تأکید شده است و این اصول به نوعی نشان‌دهنده علاقه به همکاری و رقابت هم‌زمان می‌باشد که به نوعی نشان‌دهنده هم‌رقابتی نیز می‌باشد [۱۳۶]. هم‌رقابتی زمانی بوجود می‌آید که دو شرکت رقیب به منظور ایجاد ارزش برای مشتریان خود تصمیم به همکاری با یکدیگر می‌گیرند. در این شیوه تفکر هم‌رقابتی یک رابطه زوجی و متناقض است و در آن دو شرکت در برخی فعالیت‌ها با یکدیگر همکاری کرده در حالی که در همان زمان در فعالیت‌های دیگری با هم رقابت می‌کنند [۱۸]. مدیریت هزینه‌های تراکنش‌ها و تعاملات بین‌بنگاهی می‌تواند از طریق جلوگیری از کاهش ارزش، برای بنگاه‌های درگیر در استراتژی هم‌رقابتی خلق ارزش کند. به عبارت بهتر، این نظریه به عنوان یکی از نظریه‌های پایه‌ای این موضوع به دنبال تحریک بنگاه‌ها به هم‌رقابتی از کانال خلق ارزش و یادگیری پویا می‌باشد [۵۷]. برخی از اصول هم‌رقابتی می‌تواند به نوعی به توسعه استراتژی باز نیز کمک کند. [۱۱] به شفافیت خارجی بصورت داوطلبانه اشاره کرده و دسترسی به نتایج پروژه توسط اجزای خارجی را مورد اشاره قرار داده‌اند. همچنین (برگ گیل، ۲۰۱۳) به استراتژی باز از منظر هزینه مبادله پرداخته و آن را به عنوان تعاملات مقرون به صرفه مورد بررسی قرار داده است [۱۶]. به نظر می‌رسد با توجه به تاثیرات نظریه هزینه مبادله در حوزه‌های همکاری و رقابت سازنده، تحقیقات آتی منبعث شده از این نظریه در استراتژی باز نیز رشد یابد.

جدول ۱، رویکردهای نظری نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز را به صورت خلاصه نشان می‌دهد. به طور کلی ۳۲ نوع نظریه در حوزه استراتژی باز تاثیرگذار هستند که توسط نویسندگان در قالب ۸ رویکرد نظری متفاوت تقسیم‌بندی شدند.

تنوع و گستردگی اشاره شده پیرامون استراتژی باز، گریزناپذیر است. یکی از راه‌های شناخت تنوع این عوامل و موضوعات، طبقه‌بندی آن‌ها بر اساس برخی از معیارهاست. برای این کار، در پژوهش حاضر، یک ماتریس دوبعدی معرفی می‌شود. این ماتریس که از بررسی تحلیل محتوای پژوهش‌ها و نظر خبرگان حاصل شده است، نشان‌دهنده تعامل دو بعد است که حاصل آن شکل‌گیری گونه‌ها می‌باشد. گونه‌شناسی نظریه‌ها بر مبنای دو بعد زمینه و رویکرد نظری، ساختاردهی گردید.

مبنای استراتژی نشان می‌دهد به طور گسترده از یک طرف بسیاری از محققان خواسته‌اند تا توجه خود را بر عوامل داخلی شرکت مانند نقاط قوت و ضعف آن متمرکز کنند. از طرف دیگر، دلایل موفقیت در فرصت‌ها و تهدیدهای محیط مورد بررسی قرار گرفته است [۱۴۶]. می‌توان گفت دو پارادایم اصلی تحلیل استراتژی؛ تحلیل محیط بیرونی بنگاه (عمدتاً تحلیل صنعت) و تحلیل محیط درونی (تحلیل منابع و قابلیت‌های بنگاه) است [۶۶]. به همین دلیل یک مبنای گونه‌شناسی پژوهش حاضر برحسب همین رویکرد است. لذا از بعد زمینه، دو حالت تمرکز بر محیط درونی شرکت و تمرکز بر محیط بیرونی شرکت معرفی شد. تمرکز بر محیط درونی شرکت را می‌توان معادل با دامنه ذی‌نفعان داخلی شرکت یا مشارکت محدود و تمرکز بر محیط بیرونی شرکت را معادل با دامنه ذی‌نفعان خارجی یا مشارکت گسترده شرکت دانست. همچنین مبنای دوم جهت گونه‌شناسی نظریه‌ها، رویکردهای نظری متفاوت پیرامون استراتژی باز است. طبق نتایج به دست آمده پژوهش حاضر، می‌توان ۸ رویکرد نسبتاً متفاوت را برای آن برشمرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۱. رویکردهای نظری نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز

ردیف	رویکردهای نظری	نظریه‌ها
۱	رویکردهای فعالیت (شیوه عمل)	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه شیوه عمل اجتماعی [۱۲۵] • نظریه عامل - شبکه [۹۰] • نظریه قابلیت‌های فناورانه [۵۹]
۲	رویکردهای مبتنی بر ارتباطات	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه گفتمان [۶۲] • نظریه گفت‌وگو [۲۶] • نظریه ارتباطات لومانی [۹۶] • ارتباطات به مثابه اساس و ساختار (CCO) [۲۵]
۳	رویکردهای مرتبط با معنابخشی	<ul style="list-style-type: none"> • معنابخشی [۱۵۷] • نظریه نظم موردتوافق [۱۳۹] • نظریه مدیریت تاثیر [۱۲۶] • نظریه رفتاری استراتژی [۱۲۱]
۴	رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه ذی‌نفعان [۵۴] • نظریه تصمیم‌گیری جمعی [۶۴] • نظریه نمایندگی [۸۶] • نظریه حاکمیت سازمانی [۵۸]
۵	رویکردهای نهادی	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه جامعه جهانی [۱۰۲] • کار نهادی [۹۲] • نظریه جامعه‌شناسی حرفه‌ای‌ها [۱]
۶	رویکردهای مبتنی بر دانش / اطلاعات	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه دانش بنیان شرکت [۶۳] • نظریه نوآوری باز [۳۴] • نظریه تعامل اجتماعی [۵۰] نظریه فرآیند اطلاعات [۳۶] • نظریه شبکه [۲۰] • نظریه اتحاد استراتژیک [۴۶] • نظریه عدم تقارن اطلاعات [۷] • نظریه یادگیری استراتژیک [۲۹]
۷	رویکردهای مبتنی بر منابع	<ul style="list-style-type: none"> • قابلیت‌های پویا [۱۴۹] • نظریه وابستگی منابع [۱۱۷] • نظریه هماهنگ‌سازی منابع [۱۳۳] • نظریه مبتنی بر منبع باز [۱۲۸]
۸	رویکردهای مرتبط با سازمان صنعتی	<ul style="list-style-type: none"> • نظریه بازی [۱۵۴] • نظریه هزینه مبادله [۱۶۵]

از تلاقی ۸ رویکرد نظری و ۲ بعد زمینه معرفی شده، ۱۶ گونه شکل می‌گیرد. جدول ۲، گونه‌شناسی نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز را نشان می‌دهد که داخل هر کدام از ۱۶ خانه سفید جدول (۱۶ گونه)، نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز قرار گرفته‌اند.

ستون سمت چپ با عنوان مفهوم استراتژی باز، به تبعیت از ۸ رویکرد نظری شناسایی شده، مفهوم استراتژی باز را معرفی می‌کند. به‌طور کلی ۳۲ نوع نظریه در حوزه استراتژی باز تاثیرگذار هستند که در قالب ۱۶ گونه معرفی می‌شوند. این گونه‌ها نشان می‌دهند که استراتژی باز به عنوان ۸ مفهوم مختلف مبتنی بر محیط درونی شرکت (ذی‌نفعان داخلی) و یا محیط بیرونی شرکت (ذی‌نفعان خارجی) قابل بررسی و توسعه است.

جدول ۲. گونه‌شناسی نظریه‌های زمینه ساز استراتژی باز

زمینه		مفهوم استراتژی باز		رویکردهای نظری	
تمرکز بر محیط درونی شرکت	تمرکز بر محیط بیرونی شرکت	* نظریه قابلیت‌های فناورانه	* نظریه شیوه عمل اجتماعی	* نظریه ارتباطات لومانی	* نظریه ارتباطات به مثابه‌ی اساس و ساختار (CCO)
رویکردهای شیوه عمل	رویکردهای مبتنی بر ارتباطات	* نظریه ارتباطات لومانی	* نظریه گفتمان	* نظریه ارتباطات لومانی	* نظریه ارتباطات به مثابه‌ی اساس و ساختار (CCO)
رویکردهای مرتبط با معنابخشی	رویکردهای مرتبط با معنابخشی	* معنابخشی	* نظریه مدیریت تاثیر	* نظریه نظم موردتوافق	* نظریه رفتاری استراتژی
رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان	رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان	* نظریه ذی‌نفعان	* نظریه تصمیم‌گیری جمعی	* نظریه ذی‌نفعان	* نظریه حاکمیت سازمانی
رویکردهای نهادی	رویکردهای نهادی	* نظریه جامع جهانی	* نظریه جامع‌شناسی حرفه‌ای‌ها	* نظریه جامع جهانی	* نظریه جامع‌شناسی حرفه‌ای‌ها
رویکردهای مبتنی بر دانش / اطلاعات	رویکردهای مبتنی بر دانش / اطلاعات	* نظریه دانش بنیان شرکت	* نظریه تعامل اجتماعی	* نظریه دانش بنیان شرکت	* نظریه تعامل اجتماعی
رویکردهای مبتنی بر منابع	رویکردهای مبتنی بر منابع	* قابلیت‌های پویا	* وابستگی منابع	* نظریه عدم تقارن اطلاعات	* نظریه تعامل اجتماعی
رویکردهای مرتبط با سازمان صنعتی	رویکردهای مرتبط با سازمان صنعتی	* نظریه بازاری	* نظریه هزینه مبادله	* نظریه عدم تقارن اطلاعات	* نظریه تعامل اجتماعی

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

وظیفه استراتژی باز در ساده‌ترین مفهوم، افزایش شفافیت و مشارکت در مورد مسائل استراتژیک (ذینفعان داخلی و خارجی) است که نیازمند شناخت بیشتر است. در این مقاله تلاش شد با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز شناسایی شده و یک گونه‌شناسی از این ادبیات نوظهور ارائه شود. تعریف اصلی از استراتژی باز طبق ادبیات این حوزه، بر اصول بنیادین شفافیت و فراگیری مشارکت متکی است، درحالی‌که باید گفت فعالیت و شیوه عمل باز بودن، در مجموعه‌های پویا و غیر یکدست و نامتجانس قرار گرفته‌اند. به عبارت دیگر، می‌توان در یک تعریف نسبتاً جامع، این‌گونه مطرح کرد که «استراتژی باز، مجموعه‌ای پویا از فعالیت‌ها را تشکیل می‌دهد که امکان شفافیت استراتژیک و/یا فراگیری ذی‌نفعان داخلی و/یا خارجی را به کمک ابزارهای فناوری اطلاعات فراهم می‌آورد»، که این تعریف با پژوهش‌های [۷۴] و [۱۲۹] شباهت بسیاری داشته و همراستاست.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر باز بودن استراتژی تأکید کرده‌اند. همان‌طور که اشاره شد هر یک از این نظریه‌ها، در چارچوب مفاهیم مختص خود در حوزه‌ی استراتژی باز قرار گرفته و از منظر متفاوتی به آن نگاه می‌کنند. به عبارت دیگر، رویکردهای نظری متنوعی هستند که در استراتژی باز مطرح شده‌اند که هر یک با تفاوت کمی در استراتژی باز مفهوم پیدا کرده و

توجهشان معطوف به وجوه مختلف این پدیده است. همه این رویکردها می‌توانند پشتیبان برنامه‌های بعدی تحقیقاتی باشند.

به‌طور کلی ۳۲ نظریه در حوزه استراتژی باز تاثیرگذار هستند که برخی از آن‌ها به صورت مستقیم و آشکارتر و برخی نیز به صورت ضمنی بوده‌اند. تنوع و گستردگی اشاره شده پیرامون استراتژی باز، گریزناپذیر است. یکی از راه‌های شناخت تنوع این عوامل و موضوعات، طبقه‌بندی آن‌ها بر اساس برخی از معیارهاست. لذا برای این کار، در پژوهش حاضر، یک ماتریس دوبعدی معرفی شد و گونه‌شناسی نظریه‌ها بر مبنای دو بعد رویکرد نظری و زمینه، ساختاردهی گردید. از بعد اول جهت گونه‌شناسی نظریه‌ها، رویکردهای نظری متفاوت پیرامون استراتژی باز بود که برای این کار، نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز در قالب ۸ رویکرد نظری نسبتاً متفاوت تقسیم‌بندی شد. همچنین از بعد زمینه، ۲ حالت تمرکز بر محیط درونی شرکت (معادل با دامنه ذی‌نفعان داخلی شرکت) و تمرکز بر محیط بیرونی شرکت (معادل با دامنه ذی‌نفعان خارجی شرکت) معرفی شد. سپس از تلاقی ۸ رویکرد نظری و ۲ بعد زمینه معرفی شده، ۱۶ گونه از نظریه‌های زمینه‌ساز استراتژی باز به دست آمد. این گونه‌ها نشان می‌دهند که استراتژی باز به عنوان ۸ مفهوم مختلف مبتنی بر محیط درونی شرکت (ذی‌نفعان داخلی) و یا محیط بیرونی شرکت (ذی‌نفعان خارجی) قابل بررسی و توسعه است.

گونه ۱- رویکردهای شیوه عمل متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز به عنوان شیوه‌های استراتژی‌سازی باز با محوریت ذی‌نفعان داخلی مطرح می‌شود. در این گونه، شیوه‌های عمل سازنده استراتژی باز، به‌ویژه کاربردهای پویا در حوزه فناوری مهم است. پژوهش‌هایی همچون [۶۷]، [۸]، [۱۴]، [۱۴۴]، [۱۲۳] و [۱۲۹] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۲- رویکردهای شیوه عمل متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز به عنوان شیوه‌های استراتژی‌سازی باز با محوریت ذی‌نفعان خارجی مطرح می‌شود. در این گونه، شیوه‌های عمل سازنده استراتژی باز، به‌ویژه کاربردهای پویا در حوزه فناوری در قالب پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی با محوریت مشارکت گسترده‌تر بیشتر اهمیت دارد [۵۵]. طی دهه گذشته، اکوسیستم‌های پلتفرمی اهمیت فوق‌العاده‌ای یافته‌اند [۳۱] که نیازمند است از آن‌ها برای استراتژی باز نیز بهره‌برداری شود. پژوهش‌هایی همچون [۱۲۷]، [۴۵]، [۶۷]، [۹۵]، [۱۵]، [۱۴۴]، [۱۰۵]، [۱۲۹] و [۱۳۷] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۳- رویکردهای مبتنی بر ارتباطات متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز به عنوان پدیده ارتباطاتی با محوریت ذی‌نفعان داخلی مطرح می‌شود. این گونه به محدود کردن مشارکت در فرآیند ارتباطات و مخابره استراتژی در بین درون شرکت توصیه می‌کند و ارتباطات باز محدود شناخته می‌شود. پژوهش‌هایی همچون [۱۴]، [۴۹] و [۴۸] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۴- رویکردهای مبتنی بر ارتباطات متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز پدیده ارتباطاتی با محوریت ذی‌نفعان خارجی است. این گونه به گسترده‌تر کردن مشارکت در فرآیند ارتباطات و مخابره استراتژی در بیرون شرکت توصیه می‌کند و ارتباطات باز گسترده شناخته می‌شود. این گونه به شرایط گفت‌وگوی دوطرفه مؤثر و اختلالات نهفته در گفتمان‌ها می‌پردازد. پژوهش‌هایی همچون [۱۰۰]، [۵۳]، [۷۷]، [۱۰۵]، [۴۱] و [۴] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۵- رویکردهای معنابخشی متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، فرآیندهای معنابخشی باز با محوریت ذی‌نفعان داخلی است. این گونه، استراتژی باز را به‌نوعی راهی برای برطرف کردن پیچیدگی درک سیستم و خلق ظرفیت برای درک بهتر مسائل پیچیده‌ی استراتژیک می‌داند و به شناخت، درک، عواطف و رفتارهای اجتماعی انسان‌های درون سازمان اشاره می‌کند. پژوهش‌هایی همچون [۱۲۷]، [۶۶] و [۱۳۰] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۶- رویکردهای معنابخشی متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، فرآیندهای معنابخشی باز با محوریت ذی‌نفعان خارجی است. این گونه به تأثیرگذاری روی درک و معنابخشی مخاطبان بیشتر توجه می‌کند و به ذی‌نفعان متنوع بیرونی و چالش‌های ایجاد درک منسجم در میان آن‌ها اشاره کرده و به دنبال عوامل تسهیل‌کننده و درک بهتر در تفاسیر مشترک می‌پردازد. پژوهش‌هایی همچون [۱۵۰]، [۱۶۰]، [۵۶] و [۴۱] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۷- رویکردهای ذی‌نفعان متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، اشکال جدید مشارکت ذی‌نفعان با محوریت ذی‌نفعان داخلی است. در این گونه استراتژی باز می‌تواند به مثابه پلتفرمی برای گرد هم آوردن دامنه وسیعی از ذی‌نفعان داخلی همچون کارکنان، مدیران میانی انگاشته شود. همچنین حاکمیت شرکتی و تأثیرات اعضای هیئت مدیره و روابط اجتماعی آن‌ها در این گونه پر رنگ‌تر دیده می‌شود. پژوهش‌هایی همچون [۱۱۸]، [۱۲۹]، [۴] و [۱۰۸] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۸- رویکردهای ذی‌نفعان متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، اشکال جدید مشارکت ذی‌نفعان با محوریت ذی‌نفعان خارجی است. این گونه به معنای به رسمیت شناختن دامنه وسیعی از عواملی است که می‌توانند مشارکت داده شوند. این گونه از طرفی روی دامنه وسیعی از عوامل دخیل در مشارکت فراگیر، عمق این مشارکت و میزان افشای اطلاعات و از طرف دیگر، پاسخگویی مناسب به ذی‌نفعان بیرونی تأکید دارد. پژوهش‌هایی همچون [۷۲]، [۱۲۹]، [۱۰۸] و [۳] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۹- رویکردهای نهادی متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، انتظارات نهادینه شده با محوریت ذی‌نفعان داخلی شناخته می‌شود. باید دانست که استراتژی باز به‌خودی‌خود گسترش پیدا نمی‌کند و به نهادسازی و فرهنگ‌سازی بیرونی و درون سازمانی نیاز است. باید در کنار تأثیرپذیری از نهادهای اجتماعی بیرونی، نیروهای فرهنگی مروج استراتژی باز را شناسایی و تشویق کرد تا به صورت کار نهادی و شیوه عمل در سازمان رسمیت یابد. پژوهش‌هایی همچون [۱۴۵]، [۱۵۹] و [۱۲۹] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۰- رویکردهای نهادی متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز، انتظارات نهادینه شده با محوریت ذی‌نفعان خارجی است. این گونه، بعدی اجتماعی وارد بحث می‌کند که مشوق تحقیق در مورد گستردگی استراتژی باز است و در کنار سایر اشکال باز بودن، مانند دولت باز یا علوم باز، به عوامل محرک کلی پشت آن و روابطش با سایر پدیده‌های باز می‌پردازد. پژوهش‌هایی همچون [۱۶۱]، [۶۱]، [۱۲۹] و [۱۵۹] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۱- رویکردهای دانشی متمرکز بر محیط درونی شرکت: استراتژی باز، ترتیب جدید جریان اطلاعات و دانش با محوریت ذی‌نفعان داخلی شناخته می‌شود. این گونه محققان را به سمت تأثیرات عملکردی استراتژی باز همچون خلق مزیت‌های دانش‌بنیان از طریق فرآیندهای بازتر سوق داده‌اند و نشان می‌دهد که ترتیب‌هایی که استراتژی باز بنا کرد، باعث به وجود آمدن مسیر جدیدی برای به اشتراک گذاشتن دانش مربوط به استراتژی در میان اعضای سازمان شده است. ایده‌های جدید و به اشتراک‌گذاری آن‌ها در جهت افزایش شفافیت و مشارکت در فرآیند استراتژی به وسیله دانش درون سازمانی، مهم‌ترین دستاورد این گونه است. پژوهش‌هایی همچون [۱۶]، [۱۶۴]، [۱۲۹]، [۱۰۵] و [۱۵۳] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۲- رویکردهای دانشی متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: استراتژی باز، ترتیب جدید جریان اطلاعات و دانش با محوریت ذی‌نفعان خارجی است رویکرد دانش برون‌سازمانی این گونه با محوریت نظریه نوآوری باز، بسیار مهم است. به دلیل علاقه زیاد جامعه علمی و متخصصان به ابزارها و استراتژی‌های مورد نیاز برای پذیرش موفقیت آمیز نظریه نوآوری باز، شاهد شیوه‌های عمل نوآوری باز متنوع‌تر و قابل توجه‌تر شده‌ایم که به استراتژی باز نیز کمک می‌کند. افزایش حس جمع‌پنداری در میان شرکت‌کننده‌ها و اشتیاق آن‌ها برای مشارکت در تعامل

اطلاعات و دانش، تقویت رویکردهای شبکه، یادگیری استراتژیک و سازمان‌های یادگیرنده در این گونه قرار دارند. پژوهش‌هایی همچون [۷]، [۱۴۰]، [۱۶]، [۸۲]، [۹۹]، [۱۱]، [۴۱]، [۱۲۹]، [۱۰۹] و [۱۵۳] [۷۳] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۳- رویکردهای منابع متمرکز بر محیط درونی شرکت: در اینجا استراتژی باز دسترسی به منابع باز با محوریت ذی‌نفعان داخلی شناخته می‌شود. این رویکرد، پژوهشگران را به نوآوری و بسط نظریه‌های مطرح شده برای باز شدن محدود در درون سازمان تشویق می‌کند. این گونه عمدتاً بر قابلیت‌ها و منابع کلیدی درونی و برخی تعاملات بیرونی آن که منجر به مزیت رقابتی سازمان می‌شود، تأکید می‌کند. به عنوان مثال، قابلیت‌های پویا از عبارتهای جذابی است که به دنبال تشریح موفقیت برخی بنگاه‌ها در دست‌یابی به مزیت رقابتی در محیط متغیر می‌باشد که نشان دهنده اهمیت تکاملی بودن و توجه به یادگیری سازمانی و سیستم‌های کنترل مدیریت مناسب است که می‌تواند در استراتژی باز نیز بیشتر مورد توجه قرار گیرد. پژوهش‌هایی همچون [۱۶۷]، [۱۲۴]، [۷۶]، [۷۴]، [۴۴]، [۴۱] و [۹] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۴- رویکردهای مبتنی بر منابع متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز به عنوان دسترسی به منابع باز با محوریت ذی‌نفعان خارجی مطرح می‌شود. این رویکرد، پژوهشگران را به نوآوری و بسط نظریه‌های مطرح شده برای باز شدن گسترده در درون و بیرون سازمان تشویق می‌کند. این گونه با یک دیدگاه متمرکز بیرونی بر این موضوع تأکید دارد که چرا شرکت‌ها به یکدیگر نیاز دارند و به‌طور خاص به تعاملات با سایر بازیگران بازار می‌پردازد. همچنین نظریه جدیدی به نام دیدگاه مبتنی بر منبع باز به عنوان نظریه باز بودن منابع مطرح است که مفهوم باز بودن منابع را در دو بعد دسترسی و کنترل مطرح می‌کند که نیازمند توجه و تحقیق بیشتر است. پژوهش‌هایی همچون [۱۱۴]، [۱۲۹] و [۱۲۸] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۵- رویکردهای سازمان صنعتی متمرکز بر محیط درونی شرکت: در این گونه، استراتژی باز همان رقابت تعاملی با محوریت ذی‌نفعان داخلی است. این گونه به کارایی بنگاه‌ها و بازارها و قدرت رقابت اشاره دارد. نظریه بازی که در این گونه قرار دارد با ترسیم مدل‌هایی از شرایط استراتژیک و تجزیه و تحلیل تصمیمات و تعاملات درون آن، امکان مطالعه روابط سازمان با عوامل درونی و بیرونی را در جهت کسب نتیجه بهینه فراهم می‌کند. همچنین توجه به توانایی تدوین و اجرای استراتژی نیز تا حدودی در همین راستا بوده و مشارکت همه ذی‌نفعان به ویژه درون سازمان را می‌طلبد. پژوهش‌هایی همچون [۳۰]، [۷۴]، [۹۳]، [۴]، [۱۴۱] و [۸۰] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

گونه ۱۶- رویکردهای سازمان صنعتی متمرکز بر محیط بیرونی شرکت: استراتژی باز همان رقابت تعاملی با محوریت ذی‌نفعان خارجی است. در این گونه، منافع شرکت همراستا با موضوعاتی همچون استراتژی‌های روابط بین سازمانی، هم‌رقابتی و رقابت همکارانه در جهت باز شدن استراتژی، با انتخاب جذاب‌ترین صنعت و رقابت بهتر با رقبای موجود در آن حاصل می‌شود. پژوهش‌هایی همچون [۱۶]، [۱۸] و [۱۱] به این موضوع اشاره کرده‌اند.

استراتژی باز با توجه به مبنای نظری خود، می‌تواند شیوه‌های استراتژی‌سازی باز، پدیده ارتباطاتی، فرآیندهای معنابخشی باز، اشکال جدید مشارکت ذی‌نفعان، انتظارات نهادینه شده، ترتیب جدید جریان اطلاعات و دانش، دسترسی به منابع باز و رقابت تعاملی در قالب ذی‌نفعان داخلی و یا ذی‌نفعان خارجی معرفی شود. از میان آن‌ها، رویکردهای شیوه عمل، نظریه‌های رویکرد مبتنی بر دانش/اطلاعات و همچنین رویکردهای مبتنی بر منابع نقطه شروع مفیدتری ارائه کرده‌اند. این نتیجه با [۱۱] نیز همراستا است. همچنین می‌توان گفت در این میان رویکردهای شیوه عمل، رویکردهای مرتبط با ذی‌نفعان، رویکردهای نهادی و رویکردهای مبتنی بر دانش /

اطلاعات رویکردهای مهم‌تر و قابل‌توجه‌تری هستند که پژوهشگران می‌توانند در پژوهش‌های آتی خود به آن‌ها بیشتر توجه داشته باشند.

این پژوهش، همچون دیگر تحقیقات با محدودیت‌هایی نیز همراه بوده است. ممکن است در بخش‌های مختلف، کمی همپوشانی و تکرار مشاهده شده باشد، که به دلیل ماهیت پژوهش، اجتناب‌ناپذیر بوده است. همچنین با این‌که تلاش شده بود با به‌کارگیری نظر خبرگان و انجام دادن اصلاحات چندباره، یافته‌ها به درست‌ترین شیوه ساختاردهی شوند، اما با توجه به همپوشانی مطالب و ارتباط نظریه‌ها، شاید پژوهشگران دیگر بتوانند در نام‌گذاری‌ها و محل قرارگیری نظریه‌ها در گونه‌ها تغییراتی ایجاد نمایند. ضمن این‌که در تشریح مطالب، برخی از یافته‌های پژوهشی ممکن است کنار گذاشته شود، درحالی‌که دیگران روی آن تأکید داشته‌اند. همچنین ممکن است پژوهشگران در برخی موارد، به‌جای مرور متعادل و منصفانه، اعمال نظر خود را بیش‌ازحد انجام داده باشند. همچنین در بخش جستجوی مقالات، لازم به ذکر است مجلات غیر انگلیسی زبان و مقالات سایر زمینه‌های غیر مرتبط با مدیریت، مورد بررسی قرار نگرفتند.

در این پژوهش، گونه‌شناسی تنها بر حسب دو بعد زمینه و رویکردهای نظری شکل‌دهی شد. با توجه به مطالعات بررسی شده به‌خصوص [۱۰۳] [۱۳۸] [۱۶۳] [۶۶] [۷۰]، می‌توان مباحث دیگری را هم در نظر داشت که می‌تواند منجر به توسعه و بسط نظریه‌های مرتبط نیز گردد. یکی از این مباحث می‌تواند مکاتب استراتژی بر حسب دو رویکرد نوظهور و برنامه‌ریزی شده باشد. همچنین فرض‌های فلسفی که شامل طیف عینی-ذهنی است، مبنای پیشنهادی دیگری است. مبنای دیگر هدف و نتیجه استراتژی است که نشان می‌دهد استراتژی مورد نظر بیشتر به‌سوی حداکثرسازی سود گرایش دارد یا به‌سوی کثرت‌گرایی اهداف. همچنین توجه به مبنای سطح تحلیل بر حسب سطح خرد (رابطه بین افراد) و کلان (شرکت کل) از دیگر موارد پیشنهادی به سایر پژوهشگران است. استراتژی باز، هدفی چالش‌برانگیز و هیجان‌انگیز برای بررسی بیشتر فراهم کرده، لذا محققان مجبور خواهند بود سریع‌تر حرکت کنند و تحقیقات بیشتری انجام دهند تا با اشکال تکوین یافته استراتژی باز در تمامی سازمان‌ها، هماهنگ پیش روند. ماهیت پویا و تأثیرگذار استراتژی باز و راه‌های مختلف نگاه به این حوزه، نشان می‌دهد محققین باید تلاش بیشتری برای درک بهتر این پدیده جدید هیجان‌انگیز داشته باشند. پژوهشگران می‌توانند از این ۱۶ گونه معرفی شده به پدیده نوظهور استراتژی باز نگریسته و تحقیقات آتی نظری و تجربی در آن را توسعه دهند. همچنین در کنار توجه مسیر پژوهشی آینده به فرصت‌ها و چالش‌های نظریه‌های مورد تأکید اشاره شده در پژوهش، برخی موضوعات دیگر همچون جمع‌سپاری استراتژی، استراتژی درون سازمانی و بین سازمانی، وبلاگ‌نویسی استراتژی، اکوسیستم‌های پلتفرمی و سایر حوزه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در استراتژی می‌تواند مورد پژوهش سایر علاقه‌مندان قرار گیرد.

منابع

1. Abbott, A. (1988). *The system of professions: An essay on the division of expert labor*. Chicago: University of Chicago Press.
2. Abdullah, H. (2009). Fundamental and ethics theories of corporate governance, *Middle Eastern Finance and Economics*, 4, 88-96
3. Adobor, H. (2020). Open strategy: role of organizational democracy, *Journal of Strategy and Management*, 13(2), 310-331.
4. Adobor, H. (2019). Opening up strategy formulation: Benefits, risks, and some suggestions. *Business Horizons*, 62(3), 383–393.
5. Alexy, O., West, J., Klapper, H., & Reitzig, M., (2018), Surrendering control to gain advantage: Reconciling openness and the resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, 39, 1704– 1727
6. Almeida, F. (2021). Open-Innovation practices: diversity in Portuguese SMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 1-19
7. Ambarish, R., John, K., & Williams, J. (1987). Efficient signaling with dividends and investments. *The Journal of Finance*, 42, 321–343.
8. Amrollahi, A., Ghapanchi, A. H., & Talaei-Khoei, A. (2014). Using crowdsourcing tools for implementing open strategy: A case study in education. 20th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2014.
9. Andersén, J., & Ljungkvist, T., (2021), Resource orchestration for team-based innovation: a case study of the interplay between teams, customers, and top management. *R&D Management*, 51, 147-160.
10. Analoui, F., & Karami, A. (2002). CEOs and development of the meaningful mission statement. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 2(3), 13-20
11. Appleyard, M. M., & Chesbrough, H. W. (2017). The dynamics of open strategy: from adoption to reversion. *Long Range Planning*, 50(3), 310-321.
12. Armbrüster, T., & Gebert, D. (2002). Uncharted territories of organizational research: The case of Karl Popper's open society and its enemies. *Organization Studies*, 23(2), 169–188.
13. Asiaei, K., Rezaee, Z., Bontis, N., Barani, O., & Sapiei, N.S. (2021). Knowledge assets, capabilities and performance measurement systems: a resource orchestration theory approach, *Journal of Knowledge Management*
14. Aten, K., & Thomas, G.F. (2016). Crowdsourcing strategizing: communication technology affordances and the communicative constitution of organizational strategy. *International Journal of Business Communication*, 53(2), 148–180.
15. Baptista, J., Wilson, A. D., Galliers, R. D., & Bynghall, S. (2017). Social media and the emergence of reflexivity as a new capability for open strategy. *Long Range Planning*, 50(3), 322–336.
16. Barge-Gil, A. (2013). Open strategies and innovation performance. *industry and innovation*, 20(7), 585–610
17. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
18. Bengtsson, M., Tatbeeq Raza-Ullah, T., (2017), Paradox at an Inter-Firm Level: A Coopetition Lens, in Wendy K. Smith and others (eds), *The Oxford Handbook of Organizational Paradox*, Oxford Handbooks, 296-314
19. Birkinshaw, J., (2017). Reflections on open strategy. *Long Range Planning*, 50(3), 423-426.
20. Borgatti, S.P., Mehra, A., Brass, D., & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323(5916), 892–895.
21. Brandenburger, A.M., & Nalebuff, B.J. (1995). The right game: Use game theory to shape strategy, *Long Range Planning*, 28(5), 128-148.

22. Braun, D., & Guston, D.H. (2003). Principal-agent theory and research policy: an introduction. *Science and Public Policy*, 30(5), 302-308.
23. Broumand, S. (2019). Investigating the role of game theory in the evolution of competition and industrial policies in industrial economics. *JPBUD*, 24(1), 135-152. (In Persian)
24. Broumand, S. (1997). Change at the turn of the 21st century, a new perspective on the foundations of industrial economics. *Knowledge and Development*, 6, 39-62. (In Persian)
25. Brummans, B. H. J. M., Cooren, F., Robichaud, D., & Taylor, J. R. (2014). Approaches in research on the communicative constitution of organizations. In L. L. Putnam & D. K. Mumby (Eds.), *Sage handbook of organizational communication*, 173-194. Thousand Oaks, CA: Sage.
26. Bohm, D. (1996). *On dialogue*. London: Routledge.
27. Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford: Stanford University Press.
28. Burchard, M.S., & Swerdzewski, P., (2009). Learning effectiveness of a strategic learning course, *Journal of College Reading and Learning*, 40(1), 14-34.
29. Butler, D. L. (1995). Promoting strategic learning by postsecondary students with learning disabilities. *Journal of Learning Disabilities*, 2(3), 170-190
30. Carfi, D., & Musolino, F., (2012), Game theory and speculation on government bonds, *Economic Modelling*, 29(6), 2417-2426.
31. Cenamor, J., & Frishammar, J., (2021), Openness in platform ecosystems: Innovation strategies for complementary products, *Research Policy*, 50(1), 1-15.
32. Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the American enterprise*. Massachusetts Institute of Technology Cambridge, 4(2), 125-137.
33. Chalmers, A.F. (1982), *What is this thing called science?: an assessment of the nature and status of science and its methods*, Hackett Publishing Company.
34. Chesbrough, H.W. (2003). The era of open innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(3), 35-41.
35. Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20, 92-117.
36. Cronin, M. A., & Weingart, L. R. (2007). Representational gaps, information processing, and conflict in functionally diverse teams. *Academy of Management Review*, 32(3), 761-773.
37. Czernek, K., & Czakon, W. (2016). Trust-building processes in tourist cooperation: The case of a Polish region. *Tourism Management*, 52, 380-394.
38. Das, T. K., & Teng, B.S., (1998). Between trust and control: Developing confidence in partner cooperation in alliances. *Academy of management review*, 23(3), 491-512.
39. Daily, C., Dalton, D., & Cannella, J. (2003). *Corporate Governance: Decades of Dialogue & Data*. *Academy of Management Review*, 28(3), 371-382.
40. David, P. A. (1998). Common agency contracting and the emergence of "Open science" institutions. *American Economic Review*, 88(2), 15-21.
41. De Gooyert, V., Rouwette, E., & Van Kranenburg, H. (2019). Interorganizational strategizing. *Cambridge handbook of open strategy*. 106-120.
42. Dehghan Ashkezari, M., Miremadi, T., Ghazinoori, S., & RamezanzpourNargesi, G. (2019). The Typology of Theories of Innovation Systems Internationalization. *Management Researches*, 11(42), 33-60. (In Persian)
43. Dehghani, M. (2015). Study of the effect of open business model on strategic innovation and competitive advantage in knowledge-based companies in Bushehr province. M.Sc. Thesis, Business Management, Persian Gulf University. (In Persian)
44. Deken, F., Berends, H., Gemser, G., & Lauche, K. (2018). Strategizing and the initiation of interorganizational collaboration through prospective resourcing. *Academy of Management Journal*, 61(5), 1920-1950.

45. Denyer, D., Parry, E., & Flowers, P. (2011). Social, Open and Participative? Exploring personal experiences and organisational effects of enterprise2.0 use. *Long Range Planning*, 44(5–6), 375–396.
46. Devlin, G., Bleackley, M. (1988). Strategic alliances-guidelines for success. *Long range planning*, 21(5), 18-23.
47. Dobusch, L., Dobusch, L., & Müller-Seitz, G. (2019). Closing for the benefit of openness? The case of Wikimedia's open strategy process. *Organization Studies*, 40(3). 343–370.
48. Dobusch, L., & Kapeller, J. (2018). Open strategy-making with crowds and communities: Comparing Wikimedia and Creative Commons. *Long Range Planning*, 51(4), 561–579.
49. Dobusch, L., Kremser, W., Seidl, D., & Werle, F. (2017). A communication perspective on open strategy and open innovation. *Management forschung*, 27(1), 5–25.
50. Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362
51. Ethiraj, SK., Gambardella, A., & Helfat, C.E., (2018). Theory in strategic management. *Strategic Management Journal*, 39, 1529.
52. Ettlinger N. (2017). Open innovation and its discontents, *Geoforum*, 80, 61–71
53. Faraj, S., von Krogh, G., Monteiro, E., & Lakhani, K. R. (2016). Special section introduction— Online community as space for knowledge flows. *Information Systems Research*, 27(4), 668–684.
54. Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
55. Gawer, A., (2020). Digital platforms' boundaries: the interplay of firm scope, platform sides, and digital interfaces. *Long Range Plann.*
56. Gegenhuber, T., & Dobusch, L. (2017). Making strategy making practices change in the evolution of new ventures. *Long Range Planning*, 50(3), 337–354.
57. Gnyawali, D. R., & Madhavan, R. (2001). Cooperative networks and competitive dynamics: A structural embeddedness perspective. *Academy of management review*, 26(3), 431-445.
58. Goergen, M., Martynova, M., & Renneboog, L. (2005). Corporate Governance Convergence: Evidence from Takeover Regulation Reforms, *Oxford Review of Economic Policy*, 21(2), 243-268.
59. Gibson, J. J. (1977). The theory of affordances, in R. Shaw & J. Bransford (Eds.), *Perceiving acting, and knowing*, 67–82. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
60. Giddens, A. (1984). *The constitution of society*. Cambridge: Polity.
61. Goldenstein, J., & Walgenbach, P. (2019). An institutional perspective on open strategy: strategy in world society. *Cambridge Handbook of Open Strategy*, 289-304.
62. Grant, D., Oswick, C., Hardy, C., Putnam, L. L., & Phillips, N. (Eds.). (2004). *The sage handbook of organizational discourse*. Thousand Oaks, CA: Sage.
63. Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109–122.
64. Gray, B. (1989). *Collaborating*. San Francisco: Jossey-Bass.
65. Grimaldi, M., Greco, M., & Cricelli, L., (2021). A framework of intellectual property protection strategies and open innovation, *Journal of Business Research*, 123, 156-164.
66. Guerras-Martín, L.A., Madhok, A., & Montoro-Sánchez, A. (2014). The evolution of strategic management research: Recent trends and current directions, *Business Research Quarterly*, 17(2), 69-76.
67. Haefliger, S., Monteiro, E., Foray, D., & von Krogh, G. (2011). Social software and strategy. *Long Range Planning*, 44(5/6), 297–316.

68. Hafkesbrink, J., & Schroll, M. (2010). Organizational competences for open innovation in small and medium sized enterprises of the digital economy, innowise GmbH, Bürgerstr. 15, 47057 Duisburg, Germany.
69. Hajipour, B., Tayebi Abolhasani, A., & Azizian Kalkhoran, Z. (2016). Content analysis of articles in the field of strategic management (Case Study: Journal of Strategic Management Studies). , Strategic management research, 22(62), 13-47. (In Persian)
70. Hajipour, B., & Najji, M. (2011). Typology of strategy formation in economic public organizations of Iran. Strategic Management Thought, 5(1), 99-124. (In Persian)
71. Hamidzadeh, M., Goldasteh, A., & Soleimanzadeh, E. (2021). Explain the pattern of development of the teacher-student approach in sharing tacit knowledge. Journal of Strategic Management Studies, 12(46), 87-113. (In Persian)
72. Hardy, C., Lawrence, T. B., & Phillips, N. (2006). Swimming with sharks: Creating strategic change through multi-sector collaboration. International Journal of Strategic Change Management, 1(1-2), 96-112.
73. Hautz, J. (2019). A social network perspective on open strategy. Cambridge Handbook of Open Strategy, 272-288.
74. Hautz, J., Seidl, D., & Whittington, R. (2017). Open strategy: Dimensions, dilemmas, dynamics. Long Range Planning, 50 (3), 298-309.
75. Hautz, J. (2017). Opening up the strategy process—a network perspective. Management Decision, 55(9), 1956-1983.
76. Heger, T., & Boman, M. (2015). Networked foresight – The case of EIT ICT Labs. Technological Forecasting and Social Change, 101, 147-164.
77. Heracleous, L., Gößwein, J., & Beaudette, P. (2018). Open strategy making at the Wikimedia Foundation: A dialogic perspective. The Journal of Applied Behavioral Science, 54(1), 5-35.
78. Heidari, A., & Valipour, A. (2017). Strategic Management Research in Iran: An Overview of Published Works in Domestic Scientific Journals during 2002 to 2015. Journal of Business Management, 9(1), 83-102. (In Persian)
79. Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What is the bottom line? Strategic Management Journal, 22(2), 125-139.
80. Hoseinzadeh Shahri, M., Khodabandelou, R., & Moshkdanian, F. (2019). A bibliometric analysis of open strategy: a new concept in strategic management. Iranian Journal of Management Studies, 12(3), 363-377.
81. Huijboom, N., & Van Den Broek, T. (2011). Open data: An international comparison of strategies. European Journal of ePractice, 12(1), 4-16.
82. Hutter, K., Nketia, B. A., & Fuller, J. (2017). Falling short with participation – Different effects of ideation, commenting, and evaluating behavior on open strategizing. Long Range Planning, 50(3), 355-370.
83. Janssen, M., Charalabidis, Y., & Zuiderwijk, A. (2012). Benefits, adoption barriers and myths of open data and open government. Information Systems Management, 29(4), 258-268.
84. Jarzabkowski, P. (2005). Strategy as Practice: an activity-based approach. Sage Publications.
85. Jensen, M. (1989). Eclipse of the public corporation. Available in: <https://hbr.org/1989/09/eclipse-of-the-public-Corporation>
86. Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs & ownership structure. Journal of Financial Economics, 3(4), 305-360.
87. Jourabchi, K. (2019). Method, theory and their relationship: The evolution of the concept of method and theory based on two quantitative and qualitative perspectives. Methodology of Social Sciences and Humanities, 25(98), 1-28.(In Persian)

88. Keshavarzian, A., Bashkoooh Ajirloo, M., Hashemi, A., & Zarei, Gh. (2019). The concept of strategy from long ago to open strategy. Fourth National Conference on Management, Accounting and Economics with emphasis on regional and global marketing, Tehran(In Persian)
89. Lan, L., & Heracleous, L. (2010). Rethinking agency theory: the view from law. *Academy of Management Review*, 35(2), 294-314.
90. Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press.
91. Lavaei Adaryani, R., Kalantari, K., Asadi, A., & Alambeigi, A. (2019). Content analysis of business cooperatives theories emphasizing network functions. *Journal of Business Management*, 11(1), 3-24. (In Persian)
92. Lawrence, T. B., Suddaby, R., & Leca, B. (Eds.). (2009). *Institutional work: Actors and agency in institutional studies of organizations*. Cambridge: Cambridge University Press.
93. Lin, D.-Y., Huang, C.-C., & Ng, M. (2017). The coopetition game in international liner shipping. *Maritime Policy & Management*, 44(4), 474-495.
94. Lopes, J.M., Gomes, S., Oliveira, J., & Oliveira, M. (2021). The role of open innovation, and the performance of European union regions. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2).
95. Luedicke, M. K., Husemann, K. C., Furnari, S., & Ladstaetter, F. (2017). Radically open strategizing: How the premium cola collective takes open strategy to the extreme. *Long Range Planning*, 50(3), 371-384.
96. Luhmann, N. (1995). *Social systems*. Stanford: Stanford University Press.
97. Lynch, R., (2011). *Strategic Management*, Prentice Hall, Six edition
98. Makadok, R., Burton, R., & Barney, J. (2018). A practical guide for making theory contributions in strategic management, *Strategic Management Journal*, 39(6), 1530-1545
99. Malhotra, A., Majchrzak, A., & Niemiec, R. M. (2017). Using public crowds for open strategy formulation: Mitigating the risks of knowledge gaps. *Long Range Planning*, 50(3), 397-410.
100. Mantere, S., & Vaara, E. (2008). On the problem of participation in strategy: A critical discursive perspective. *Organization Science*, 19(2), 341-358.
101. Mayring, P. (2004). *Qualitative Content Analysis*. In: *A Companion to Qualitative Research*. Edited by Uwe Flick, Ernest Von Kardorff and Ines Steinke. London: Sage.
102. Meyer, J. W. (2010). World society, institutional theories, and the actor. *Annual Review of Sociology*, 36, 1-20.
103. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari*, New York: Prentice Hall.
104. Morton, J., Wilson, A., & Cooke, L. (2016). Open Strategy Initiatives: Open, IT-Enabled Episodes of Strategic Practice, 20th Pacific Asia Conference on Information Systems, Taiwan, Province of China
105. Neeley, T., & Leonardi, P. (2018). Enacting knowledge strategy through social media use: The paradox of non-work interactions. *Strategic Management Journal*, 39(3), 922-946.
106. Nketia, B.A. (2016). The influence of open strategizing on organizational members' commitment to strategy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 473-483.
107. Norris, M., & Oppenheim, C. (2007). Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature. *Journal of Informatics*, 1(2), 161-169.
108. Ohlson, T., & Yakis-Douglas, B. (2019). Practices of transparency in open strategy: beyond the dichotomy of voluntary and mandatory disclosure. *Cambridge Handbook of open strategy*, 136-150.

109. Orlova, L.S. (2019). Open innovation theory: Definition, instruments, frameworks. *Strategic Decisions and Risk Management*, 10(4), 396-408.
110. Ozkan-Canbolat, E., Beraha, A., & Bas, A. (2016). Application of evolutionary game theory to strategic innovation, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 685-693.
111. Özdaşlı, K. (2015). Positioning in business administration education at universities established in 2006: A Content Analysis on Strategic Drivers and Curriculum, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 174, 2926-2933.
112. Parsajam, M., Hamidzadeh, M., Hajipour, B., & Fadaeinezhad, M. (2019). The Functions of Risks in Firm's Growth High Tech Industries Strategies. *Journal of Strategic Management Studies*, 10(37), 19-39. (In Persian)
113. Paya, A., & Mansouri, A. (2019). Science and technology: differences, interactions, and implications. *Philosophy of Science*, 8(16), 131-158. (In Persian)
114. Peng, T.J.A., Pike, S., Yang, J.C.H., & Roos, G., (2012). Is cooperation with competitors a good idea? An example in practice. *British Journal of Management*, 23(4), 532-560.
115. Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: Sharpe
116. Pettigrew, K. E., & McKechnie, L. (2001). The use of theory in information science research, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(1), 62- 73
117. Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*: Stanford University Press.
118. Pittz, T. G., & Adler, T. (2016). An exemplar of open strategy: Decision-making within multi-sector collaborations. *Management Decision*, 54(7), 1595–1614.
119. Popper, K. R. (1966). *The open society and its enemies*. Volumes II and I. London: Routledge.
120. Porter, M.E., (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. *Academy of Management Review* 6, 609-620.
121. Powell, T.C., Lovallo, D., & Fox, C.G. (2011). Behavioral strategy, *Strategic Management Journal*, 32, 1369-1382.
122. Rahmanseresht, H. (2004). *Strategic management in the thought of theorists*. Tehran, Allameh Tabatabai University Press. (In Persian)
123. Sailer, A.-S., Schlagwein, D., & Schoder, D. (2018). Open strategy: state of the art review and research agenda. *ICIS 2017: Transforming Society with Digital Innovation*.
124. Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2011). Towards a model of dynamic capabilities in innovation-based competitive strategy: Insights from project-oriented service firms. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1251-1263.
125. Schatzki, T. R. (2002). *The site of the social: A philosophical account of the constitution of social life and change*. University Park, PA: Penn State University Press.
126. Schlenker, B. R. (1980). *Impression management*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
127. Schmitt, R. (2010). Dealing with wicked issues: Open strategizing and the Camisea case. *Journal of Business Ethics*, 96(1), 11–19.
128. Schoder, D., Schlagwein, D., & Fischbach, K. (2019). Open resource-based view (ORBV): A theory of resource openness, *International Conference on Information Systems (ICIS)*, Germany.
129. Seidl, D., Krogh, G.V., & Whittington, R. (2019). Defining open strategy: dimensions, practices, impacts, and perspectives. *Cambridge Handbook of Open Strategy*, 9–26.

130. Seidl, D., & Werle, F. (2018). Inter-organizational sensemaking in the face of strategic metaproblems: Requisite variety and dynamics of participation. *Strategic Management Journal*, 39(3), 830–858.
131. Shaykh al-Islami, S. (2013). Principles of change in organization (challenges and conflicts), Tehran: Iran Industrial Training and Research Center Publications. (In Persian)
132. Sinatra, A., Singh, H., & Von Krogh, G. (Eds.). (2016). The management of corporate acquisitions: International perspectives. New York: Springer.
133. Sirmon, D.G., Hitt, M.A., Ireland, R.D., & Gilbert, B.A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage breadth, depth, and life cycle effects, *Journal of Management*, 37(5), 1390-1412.
134. Sirmon, D.G., Hitt, M.A., & Ireland, R.D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: looking inside the black box, *Academy of Management Review*, 32(1), 273-292.
135. Smith, T. R. (2011). Agency theory and its consequences: A study of the unintended effect of agency theory on risk and morality. Master thesis, Copenhagen Business School.
136. Soltani, M., Shahbazi, M., Ahmadian, A., & Hamidzadeh, A. (2019). Analytical and systematic overview on the paradigms of co-opetition strategy as a paradox in the strategic management literature. *Iranian journal of management sciences*, 14(53), 100-120. (In Persian)
137. Splitter, V., Seidl, D., & Whittington, R. (2019). Practice-theoretical perspectives on open strategy: implications of a strong programme. *Cambridge Handbook of open strategy*, 221-240.
138. Stacey, R. (1993). Strategic thinking and the management of change, London, Kogan Page
139. Strauss, A. (1988). *Negotiations – Varieties, contexts, processes and social orders* (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
140. Stieger, D., Matzler, K., Chatterjee, S., & Ladstaetter-Fussenegger, F. (2012). Democratizing strategy: How crowdsourcing can be used for strategy dialogues. *California Management Review*, 54(4), 44–68.
141. Sunner, A., & Ates, A. (2019). Open strategy: a review and research agenda. In: *BAM 2019 Conference Proceedings*. British Academy of Management, GBR, London.
142. Tabrizi, M. (2014). Qualitative content analysis from the perspective of deductive and inductive approaches. *Social Sciences* 21(64), 138-105. (In Persian)
143. Talari, M., & Azarbajani, M. (2020). Designing and explaining open strategy model (Case Study: Iranian Banking Industry). *Strategic Management Thought*, 14(2), 743-778. (In Persian)
144. Tavakoli, A., Schlagwein, D., & Schoder, D. (2017). Open strategy: Literature review, re-analysis of cases and conceptualisation as a practice. *Journal of Strategic Information Systems*, 26(3), 163–184.
145. Tavakoli, A., Schlagwein, D., & Schoder, D. (2015). Open Strategy: consolidated definition and processual conceptualization. In *Proceedings of the Thirty-Sixth International Conference on Information Systems*, Fort Worth, USA.
146. Tayebi Abolhasani, A., & Khashei Varnamkhasti, V. (2021). Analyze the evolution of strategy. *Science and Technology Policy Letters*, 11(2), 97-123. (In Persian)
147. Tayebi Abolhasani, A., & Ebrahimi, M. (2019). Reflection the concept of Dynamic Capabilities. *Journal of International Business Administration*, 2(1), 103-148. (In Persian)
148. Tayebi Abolhasani, A., & Rouhanirad, S. (2017). A review on strategy tools published in leading journals within the past 25 years. *Science and Technology Policy Letters*, 7(1), 55-77. (In Persian)

149. Teece, D.J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal* 18, 509-34
150. Teulier, R., & Rouleau, L. (2013). Middle managers' sensemaking and interorganizational change initiation: Translation spaces and editing practices. *Journal of Change Management*, 13(3), 308-337.
151. Vega, D. C., & Keenan, R. J. (2014). Transaction cost theory of the firm and community forestry enterprises. *Forest Policy and Economics*, 42, 1-7.
152. Von Hippel, E., & Von Krogh, G. (2003). Open source software and the "private-collective" innovation model: Issues for organization science. *Organization Science*, 14(2), 209-223.
153. Von Krogh, G., & Geilinger, N., (2019). Open innovation and open strategy: epistemic and design dimensions, *Cambridge Handbook of Open Strategy*, 41-58
154. Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *The theory of games and economic behavior*, Princeton: Princeton University Press.
155. Wagnerwick, C. (2016). *Strategy metaphors: a creative look at strategic management education*. Translated by Bahman Hajipour, Tehran: Imam Sadegh University Press. (In Persian)
156. Wang, C.L., & Ahmed, P.K. (2007). Dynamic capabilities: a review and research agenda, *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31-51.
157. Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage
158. Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
159. Whittington, R. (2019). *Opening strategy: Professional strategists and practice change, 1960 to today*. Oxford: Oxford University Press.
160. Whittington, R., Yakis-Douglas, B., & Ahn, K. (2016). Cheap talk? Strategy presentations as a form of chief executive officer impression management. *Strategic Management Journal*, 37(12), 2413-2424.
161. Whittington, R., Cailluet, L., & Yakis Douglas, B. (2011). Opening strategy: Evolution of a precarious profession. *British Journal of Management*, 22(3), 531-544
162. Whittington, R. (2006). Completing the practice turn in strategy research. *Organization Studies*, 27(5), 613-634.
163. Whittington, R. (2001). *What is Strategy and does it matter?*, London: South-Western CENGAGE Learning
164. Yakis-Douglas, B., Angwin, D., Ahn, K., & Meadows, M. (2017). Opening M&A strategy to investors: Predictors and outcomes of transparency during organizational transition. *Long Range Planning*, 50(3), 411-422.
165. Zajac, E.J., & Olsen, C.P. (1993). From transaction cost to transactional value analysis: Implications for the study of interorganizational strategies. *Journal of management studies*, 30(1), 131-145.
166. Ziyae, B., & Kafaee, F. (2020). Designing comprehensive model of corporate governance with open innovation approach in the insurance Industry. *Innovation Management in Defense Organizations*, 3(3), 25-50. (In Persian)
167. Zollo, M., & Winter, S.G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization science*, 13(3), 339-351.