



Changing the Strategy of Information Technology Companies in the Context of Social Capital

Kazem hasanzadeh ¹, Morteza soltane ^{2*}, Hamidreza yazdani ³, Mohamad Hossein rahmati ⁴

1. PhD Student, Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Colleges, University of Tehran, Qom, Iran.
2. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Colleges, University of Tehran, Qom, Iran (corresponding author).
3. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Public Administration and Organizational Sciences, College of Management, University of Tehran, Tehran, Iran.
4. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Colleges, University of Tehran, Qom, Iran.

Received: 01/07/2025 Accepted: 23/07/2025

Corresponding author email: mortezasoltanee@ut.ac.ir

Abstract

Background: In today's dynamic business world, information technology companies face numerous challenges that threaten their survival and success. Rapid technological changes, increasing global competition, and sudden changes in customer demand require organizations to constantly review and modify their strategies.

Purpose: The present study examines how social capital affects the change in strategy of information technology companies, considering the mediating role of perceived environmental dynamics and open innovation.

Method: This descriptive-correlational study collected data from managers and senior employees of information technology businesses in Tehran using a Likert-scale questionnaire. The sample size of the study was 329 people and was available for sampling. Structural equation modeling was used to analyze the data using SPSS and PLS software.

Findings: The results of the structural equation model analysis show that the effect of social capital on strategy change, perceived environmental dynamics, and open innovation is positive and significant. The positive and significant effect of perceived environmental dynamics on strategy change was confirmed. The positive and significant effect of open innovation on strategy change was also confirmed.

Conclusion: The strategy change process is an attempt to prepare a second version of what goes on in the brains of very intelligent and elite people, that is, those who have a direct understanding of matters and combine knowledge and information with their scientific analyses and use their social capital to identify changes and ensure the survival of the organization in the arena of competition and conflict.

Keywords: Social capital, open innovation, environmental dynamics, Change of strategy



نشریه مدیریت تبلیغات و فروش

<https://asm.pgu.ac.ir>

دوره 6، شماره 2، تابستان 1404، پیاپی 22، ص 177-194

شاپا: 3060-8163

شناسه یکتا: 10.22034/asm.2025.2065655.3420



تغییر استراتژی شرکت‌های فناوری اطلاعات در بستر سرمایه اجتماعی

کاظم حسن زاده¹، مرتضی سلطانی^{2*}، حمید رضا یزدانی⁰، محمد حسین رحمتی⁴

1. دانشجوی دکتری. گروه مدیریت. دانشکده مدیریت و حسابداری. دانشکدگان فارابی. دانشگاه تهران. قم. ایران.
2. دانشیار. گروه مدیریت. دانشکده مدیریت و حسابداری. دانشکدگان فارابی. دانشگاه تهران. قم. ایران (نویسنده مسئول).
3. دانشیار. گروه مدیریت. دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی. دانشکدگان مدیریت. دانشگاه تهران. تهران. ایران.
4. استادیار. گروه مدیریت. دانشکده مدیریت و حسابداری. دانشکدگان فارابی. دانشگاه تهران. قم. ایران.

دریافت: 1404/03/10 انتشار: 1404/05/01

ایمیل نویسنده مسئول: mortezasoltanee@ut.ac.ir

چکیده

زمینه: در دنیای پویای کسب‌وکار امروز، شرکت‌های فناوری اطلاعات با چالش‌های متعددی روبرو هستند که بقا و موفقیت آن‌ها را تهدید می‌کند. تغییرات سریع فناوری، افزایش رقابت جهانی و تحولات ناگهانی در تقاضای مشتریان، سازمان‌ها را ملزم می‌سازد تا به‌طور مداوم استراتژی‌های خود را بازنگری و اصلاح کنند.

هدف: پژوهش حاضر به بررسی چگونگی تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی شرکت‌های فناوری اطلاعات، با در نظر گرفتن نقش میانجی پویایی محیطی ادراک‌شده و نوآوری باز، می‌پردازد.

روش شناسی: این پژوهش توصیفی-همبستگی با استفاده از پرسشنامه طیف لیکرت، به گردآوری داده‌ها از مدیران و کارکنان ارشد کسب‌وکارهای فناوری اطلاعات شهر تهران پرداخته است. حجم نمونه پژوهش 329 نفر و به‌صورت نمونه‌گیری در دسترس بوده است. برای تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای اس پی اسس و پی ال اس بهره گرفته شده است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تحلیل مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که تأثیر سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی، پویایی محیطی ادراک‌شده و نوآوری باز مثبت و معنادار است. تأثیر مثبت و معناداری پویایی محیطی ادراک‌شده بر تغییر استراتژی تأیید شد. همچنین تأثیر مثبت و معناداری نوآوری باز بر تغییر استراتژی تأیید شد.

نتیجه‌گیری: فرآیند تغییر استراتژی تلاشی است برای تهیه نسخه دوم از آنچه در مغزهای انسان‌های بسیار باهوش و نخبه می‌گذرد یعنی کسانی که دارای درک مستقیمی از امور هستند و دانش و اطلاعات را با تجزیه و تحلیل‌های علمی خود در هم می‌آمیزند و با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی خود تغییرات را شناسایی کرده و بقای سازمان در عرصه رقابتها و کشمکش‌ها را فراهم می‌نمایند.

کلید واژگان: سرمایه اجتماعی، نوآوری باز، پویایی محیطی، تغییر استراتژی

مقدمه

یکی از حوزه‌های جدیدی که در شمار مباحث نوین استراتژی است، مبحث سرمایه اجتماعی است (مارفی و همکاران¹، 2017). سرمایه اجتماعی به مجموعه ارتباطات، روابط و شبکه‌های اجتماعی در یک جامعه اشاره دارد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی، به عنوان مجموعه‌ای از شبکه‌های ارتباطی، اعتماد متقابل و هنجارهای مشترک در داخل و خارج سازمان، به طور فزاینده‌ای به عنوان یک منبع استراتژیک برای شرکت‌ها مورد توجه قرار گرفته است (کوپه و همکاران²، 2022). وجود سرمایه اجتماعی باعث به وجود آمدن دانش در بین شرکت‌های در جوامع مختلف (به ویژه شرکت‌های فناوری اطلاعات) می‌شود و ریسک خروج اطلاعات حیاتی از سازمان را برای بهره‌برداری رقبا کاهش می‌دهد (عبدل زاده و همکاران، 1403). از سوی دیگر در دنیای پویای کسب‌وکار امروز، شرکت‌های فناوری اطلاعات با چالش‌های متعددی روبرو هستند که بقا و موفقیت آن‌ها را تهدید می‌کند. تغییرات سریع فناوری، افزایش رقابت جهانی و تحولات ناگهانی در تقاضای مشتریان، سازمان‌ها را ملزم می‌سازد تا به طور مداوم استراتژی‌های خود را بازنگری و اصلاح کنند (تریس³، 2007). تغییر استراتژی در شرکت‌های فناوری اطلاعات یک فرآیند حیاتی برای حفظ رقابت‌پذیری و موفقیت در دنیای پویای فناوری است. این تغییرات می‌تواند شامل بازنگری در اهداف، راهبردها، منابع، زمان‌بندی و معیارهای سنجش باشد. همچنین هماهنگی با ارزش‌ها و اهداف اصلی کسب‌وکار و حمایت از رهبری سازمان در این زمینه ضروری است (بلاکیو و همکاران⁴، 2024). در این میان، توانایی انطباق با محیط متغیر و نوآوری باز، به عنوان دو عامل کلیدی در موفقیت این شرکت‌ها شناخته می‌شوند؛ زیرا که نوآوری باز می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر تغییر استراتژی سازمان‌ها داشته باشد. با بهره‌گیری از نوآوری باز، شرکت‌ها می‌توانند استراتژی‌های خود را با محیط خارجی و نیازهای مشتریان منطبق‌تر کنند و از ایده‌ها و دانش خارج از سازمان برای نوآوری و ایجاد مزیت رقابتی استفاده نمایند (گراسیواوالورده و همکاران⁵، 2018). مطالعات پیشین نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی می‌تواند به بهبود اشتراک دانش، افزایش همکاری و تسهیل نوآوری در سازمان‌ها کمک کند (دینگ و ویو⁶، 2023). با این حال، درک ما از چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی، به ویژه در شرکت‌های فناوری اطلاعات، هنوز محدود است. یکی از چالش‌های اصلی در این زمینه، درک مکانیسم‌هایی است که از طریق آن‌ها سرمایه اجتماعی می‌تواند به سازمان‌ها در درک و پاسخگویی به پویایی‌های محیطی کمک کند. پویایی محیطی ادراک شده، به عنوان تفسیر ذهنی مدیران از تغییرات و عدم قطعیت‌های موجود در محیط کسب‌وکار، نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های استراتژی ایفا می‌کند (ایندا و همکاران⁷، 2016). به نظر می‌رسد که سرمایه اجتماعی، با تسهیل جریان اطلاعات و ایجاد اعتماد بین اعضای سازمان، می‌تواند به مدیران در درک دقیق‌تر و سریع‌تر تغییرات محیطی کمک کند و در نتیجه، فرآیند تغییر استراتژی را بهبود بخشد. علاوه بر این، نوآوری باز، به عنوان یک رویکرد استراتژیک که بر بهره‌گیری از ایده‌ها و منابع نوآورانه از داخل و خارج سازمان تأکید دارد، به طور فزاینده‌ای در شرکت‌های فناوری مورد توجه قرار گرفته است (چزبورگ⁸، 2003). سرمایه اجتماعی، با ایجاد ارتباط بین سازمان و شبکه‌های خارجی، می‌تواند به شرکت‌ها در دسترسی به دانش و منابع نوآورانه کمک کند و در نتیجه، فرآیند نوآوری باز را تسهیل نماید. با این حال، نقش میانجی نوآوری باز در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی، نیازمند بررسی دقیق‌تر است؛ بنابراین، این پژوهش به دنبال پاسخ به سؤالات زیر است: آیا سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی در شرکت‌های فناوری اطلاعات تأثیر دارد؟ آیا پویایی محیطی

¹ Murphy et al

² Cope et al

³ Teece

⁴ Blaique et al

⁵ García-Villaverde et al

⁶ Ding & Wu

⁷ Inda et al

⁸ Chesbrough

ادراک شده، نقش میانجی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی ایفا می‌کند؟ آیا نوآوری باز، نقش میانجی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی ایفا می‌کند؟ این پژوهش با بررسی نقش میانجی پویایی محیطی ادراک شده و نوآوری باز، تلاش می‌کند تا درک عمیق‌تری از چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی در شرکت‌های فناوری اطلاعات ارائه دهد و به مدیران و پژوهشگران در این زمینه کمک کند تا تصمیمات استراتژی بهتری اتخاذ نمایند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی را می‌توان با استفاده از درجه اعتقاد دوجانبه که در جامعه یا بین مردم مشاهده می‌شود، تعریف کرد و می‌توان آن را به پیوند اجتماعی و یا پل اجتماعی تشبیه کرد (هورنگ و همکاران⁹، 2023). سرمایه اجتماعی برای کارآفرینی اقتصادی در آینده ضرورت دارند (علمدار و آنیلان، 2023). از نظر پونتام سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای سود متقابل تسهیل می‌کند این ویژگی‌ها عبارتند از شبکه‌ها، هنجارهای معامله متقابل و اعتماد اجتماعی (پونتام، 2020). سرمایه اجتماعی در سطح سازمان‌ها و بنگاهها، نه تنها منبعی حیاتی است، بلکه عاملی است که فراهم کننده مزیت‌های سازمانی و بنگاهی پایدار و استوار است. سازمانها و بنگاههایی که سرمایه اجتماعی بیشتری دارند، احتمالاً از رقیبشان که سرمایه اجتماعی کمتری دارند، موفق ترند. در ساده ترین تعریف، سرمایه اجتماعی بر این ایده استوار است که روابط اجتماعی ارزش دارند (یاشیل و دوگان، 2019).

ابعاد سرمایه اجتماعی شامل؛ بعد ساختاری (در برگیرنده الگوهای ارتباطی میان اعضای یک گروه یا واحد اجتماعی است)، بعد رابطه ای (به روابط بین شخصی افراد که در گذر زمان ایجاد می‌شود، می‌پردازد)، بعد شناختی (به منابعی اشاره می‌کند که بازنمایی و ارائه تفسیر مشترک را برعهده دارد و نظامی از معانی را بین گروهها ایجاد می‌کند) است (دیپیم پور، 1404).

تغییر استراتژی

سازمان از طریق تغییر رفتارهای فعلی و الگوهای موجود و نیز حرکت به سمت وضعیت مطلوب و در نهایت تثبیت مجدد آنها، به نحو موفقیت آمیزی به پیاده سازی تغییر می‌پردازد (بول و برون، 2010). از سوی دیگر تغییر استراتژی به فرآیند بازنگری و اصلاح برنامه‌ها، اهداف و روش‌های کلان یک سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و سازگاری با محیط متغیر کسب و کار اشاره دارد. این تغییر می‌تواند شامل؛ تغییر در چشم‌انداز و مأموریت (بازتعریف اهداف بلندمدت و دلیل وجودی سازمان)، تغییر در بازار هدف (ورود به بازارهای جدید یا تمرکز بر بخش‌های خاصی از بازار)، تغییر در محصول یا خدمت (نوآوری در محصولات، توسعه خدمات جدید یا خروج از خطوط تولید قدیمی)، تغییر در مدل کسب و کار (اصلاح نحوه درآمدزایی، کانال‌های توزیع یا روابط با مشتریان) و تغییر در ساختار سازمانی یا عملیات (بازآرایی بخش‌ها، بهبود فرآیندها یا به‌کارگیری فناوری‌های جدید) است. دلایل اصلی برای تغییر استراتژی می‌تواند شامل؛ فشار رقابتی (واکنش به اقدامات رقبا)، تغییرات تکنولوژیکی (انطباق با نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید)، تغییرات در نیازها و خواسته‌های مشتریان (پاسخگویی به انتظارات در حال تحول مشتریان)، شرایط اقتصادی یا سیاسی نامساعد (سازگاری با محیط کلان متغیر) و فرصت‌های جدید (بهره‌برداری از بازارهای نوظهور یا فناوری‌های جدید) می‌باشد (کیامو، 2022).

⁹ Horng et al

پویایی محیطی

در ادبیات مدیریت، تغییرات محیطی به میزان پویایی محیطی اشاره دارد که یک شرکت با آن مواجه است. پویایی محیطی به شرایطی اطلاق می شود که در آن، سرعت بالای رخدادها توانایی پیش بینی آینده را با مشکل مواجه می سازد. عواملی مانند میزان تغییر در بازار، تغییر خواسته های مشتری، مشکلات رقابتی و تغییر در فناوری یا قوانین حکمرانی از عمده ترین نمونه های شناخته شده است (کیت و همکاران، 2018). از دیدگاه اقتصادی، پویایی محیط یک متغیر وابسته به متن است و به عنوان میزان پیش بینی ناپذیر بودن تغییرات در محیط خارجی شرکت از آن یاد می شود. از این رو پویایی محیطی را می توان فراوانی و دامنه تغییرات در محیط و به طور کلی شرایط عدم قطعیت تعریف کرد (یوان و همکاران، 2021).

نوآوری باز

یکی از مباحث جدید در سال های اخیر، بحث پیرامون نوآوری بسته و نوآوری باز است که با استقبال فراوانی در عرصه آکادمیک روبه رو شده است. در ابتدا ایده ها و پروژه های تحقیقاتی بر پایه دانش و فناوری خود سازمان و در درون مرزهای بسته سازمان کلید می خوردند. این پروژه ها و ایده ها در فرآیند نوآوری سازمان پیش می رفتند، برخی متوقف می شدند و برخی دیگر کارهای تکمیلی بر روی آنها انجام می شد، ولی در نهایت از میان همین پروژه ها، تعداد اندکی به بازار راه می یافتند. این نوع فرآیند، نوآوری بسته نامیده می شد (برانسویکر و چسبرو، 2018). از طرفی دیگر رویکرد نوآوری باز شامل سرمایه گذاری در بخش تحقیق و توسعه داخلی با استخدام بهترین و باهوش ترین افراد و ارائه تجهیزات به آنهاست تا بتوانند ایده ها و فناوری هایی را توسعه دهند که به محصولات یا فرآیندهای جدید منجر می شود (چسبرو، 2012)؛ بنابراین نوآوری باز در خدمت گسترش تلاش های نوآوری فراتر از مرزهای شرکت با بهره گیری از دانش خارجی و ترکیب آن با شایستگی های داخلی است (اوگینگ و همکاران، 2023). نوآوری باز به یک راهبرد کلیدی تبدیل شده است که به نوآوری سریع تر و بهره وری بیشتر سازمان ها منجر می شود (آدرتش و بلیتسکی، 2023).

پیشینه تجربی پژوهش

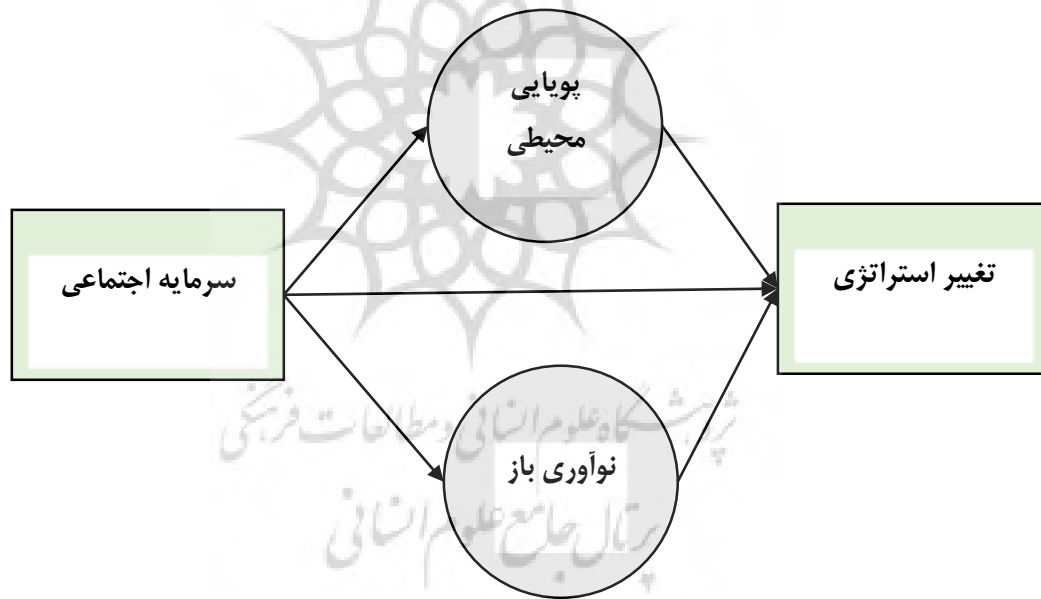
در این بخش در ابتدا به مرور برخی از پژوهش های تجربی انجام شده مرتبط با متغیرهای پژوهش پرداخته و سپس وجه تمایز بودن این پژوهش با سایر پژوهش ها بیان شده است. در جدول 1 برخی از مهم ترین مطالعات مرتبط با متغیرهای پژوهش ارائه شده است. پژوهش ها اغلب به بررسی نوآوری باز و تاثیر سرمایه اجتماعی بر سایر متغیرها پرداخته شده است؛ اما به تاثیر سرمایه اجتماعی به عنوان عاملی اثرگذار بر نوآوری باز، پویایی محیطی و تغییر استراتژی به ویژه در زمینه کسب و کارهای فناوری اطلاعات توجه چندانی نشده است و از وجه تمایز این پژوهش به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی است. همچنین پژوهش که نقش میانجی نوآوری باز و پویایی محیطی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی تاکنون پژوهشی صورت نگرفته است. با توجه به مطالب بیان شده در جدول 1، پژوهشی که به طور جامع به بررسی تاثیر متغیرهای پژوهش پرداخته شود، انجام نشده و به ویژه سرمایه اجتماعی و نیز نقش میانجی نوآوری باز و پویایی محیطی میان سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی ارائه نشده است.

جدول 1. برخی از پژوهش‌های مهم مرتبط با متغیرهای پژوهش

نویسنده/سال	عنوان پژوهش	یافته‌ها
کاروالهو و همکاران (2025)	پیوندهای اجتماعی و نوآوری باز: تأثیرات بر قابلیت نوآوری	نتایج نشان می‌دهد که پیوندهای اجتماعی به طور مثبت بر نوآوری باز تأثیر می‌گذارد، در حالی که ادراک ریسک رابطه ای تمایل به کاهش باز بودن دارد. تجزیه و تحلیل جنبه‌های رابطه‌ای نشان می‌دهد که نوآوری باز به طور قابل توجهی به توسعه قابلیت‌های نوآوری کمک می‌کند. علاوه بر این، وجود شدت رابطه، اثربخشی پیوندهای اجتماعی را بر نوآوری باز افزایش می‌دهد و توسعه مهارت‌های نوآورانه را تقویت می‌کند.
مستفیظ و همکاران (2025)	مسیر نوآوری باز به عملکرد شرکت: نقش قابلیت بازاریابی پویا در شرکت‌های کارآفرین مالیایی	یافته‌های این مطالعه، تعامل مثبت بین هوش سازمانی ورودی (کسب دانش) و قابلیت‌های بازاریابی پویا را نشان می‌دهد. در این مطالعه، هوش سازمانی خروجی (بهره‌برداری از دانش) به عنوان واسطه‌ای در رابطه بین هوش سازمانی ورودی و عملکرد شرکت شناخته شده است. علاوه بر این، در حالی که قابلیت‌های بازاریابی پویا تأثیر واسطه‌ای در رابطه بین هوش سازمانی ورودی و عملکرد شرکت دارد، چنین قابلیت‌هایی رابطه مثبت بین هوش سازمانی خروجی و عملکرد را تقویت می‌کند.
بلاکیو و همکاران (2024)	تأثیر سرمایه اجتماعی و سازمانی بر قابلیت نوآوری خدمات در طول کووید-۱۹: نقش واسطه‌ای بررسی استراتژیک محیط	شواهد تجربی نشان می‌دهد که در طول این بیماری همه‌گیر، رابطه بین سرمایه اجتماعی و قابلیت نوآوری خدمات به طور کامل توسط بررسی استراتژیک محیط میانجی‌گری شده است، در حالی که تا حدی واسطه رابطه بین سرمایه سازمانی و قابلیت نوآوری خدمات بوده است.
داوید و همکاران (2023)	تأثیر سرمایه اجتماعی خارجی تیم مدیریت ارشد بر باز بودن شرکت: بررسی نقش واسطه‌ای ادغام دانش استراتژیک	نتایج نشان داد که شرکت‌هایی که توانایی خوبی در شناسایی فرصت‌های جدید و کسب و کارهای استراتژیک پویا دارند، تمایل به نوآوری بیشتری دارند.
داوید و همکاران (2022)	قابلیت‌های پویای نوآوری محور ارائه دهندگان خدمات لجستیک، انعطاف پذیری پویا و عملکرد در طول همه‌گیری کووید 19	نتایج حاکی از آن است که قابلیت‌های پویای نوآور محور و انعطاف پذیری پویا بر عملکرد شرکت‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارند.
دیپیم پور (1404)	تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار پیشگامانه سازمانی با میانجیگری تلنگر سازمانی	نتایج تحقیق نشان داد همه مسیرها از سرمایه اجتماعی و تلنگر سازمانی بر رفتارهای پیشگامانه سازمانی معنادار است و همچنین از مسیر سرمایه اجتماعی از طریق متغیر میانجی تلنگر سازمانی بر رفتارهای پیشگامانه سازمانی معنادار است و روابط میان آن‌ها تأیید می‌شود.
نصرت پناه و همکاران (1403)	تأثیر قابلیت‌های نوآوری خدمات پویا بر عملکرد شرکت‌ها: نقش تعدیلگر پویایی محیطی درک شده و نقش میانجی نوآوری خدمات و مزیت رقابتی	نتایج نشان داد که قابلیت‌های نوآوری خدمات پویای هتل‌ها، بر عملکرد آن‌ها تأثیر معناداری دارد و نقش میانجی نوآوری خدمات و مزیت رقابتی در این رابطه تأیید شد. اثر تعدیلگری پویایی محیطی درک شده بر رابطه بین قابلیت‌های نوآوری خدمات پویا با نوآوری خدمات به تأیید رسید؛ اما اثر تعدیلگری پویایی محیطی درک شده بر رابطه بین قابلیت‌های نوآوری خدمات پویا با مزیت رقابتی و نیز با عملکرد شرکت رد شد. به علاوه، نقش تعدیلگری پویایی محیطی درک شده بر رابطه نوآوری خدمات با مزیت رقابتی و نیز با عملکرد شرکت تأیید شد.
نیک بخش (1401)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد خرید مشتری با نقش میانجی ارزش درک شده	نتایج پژوهش نشان داد که، بین متغیر قصد خرید مشتریان و ارزش یا برند تجاری رابطه منفی و معکوس وجود داشت. مدل ساختاری تحقیق نیز نشان داد که متغیر برون زای سرمایه اجتماعی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم با در نظر گرفتن نقش میانجی متغیر ارزش

برند و نام تجاری	درک شده برند و نام تجاری با متغیر درون زا قصد خرید مشتری ارتباط دارد.
فرمبینه فراهانی و همکاران (1400)	نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی بر انباشت دانش و نوآوری سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تاثیر سرمایه اجتماعی با میانجی گری انباشت دانش بر نوآوری سازمانی هم مورد تایید قرار گرفت. بالاخره، نقش تعدیل گری فرهنگ سازمانی در رابطه بین انباشت دانش و نوآوری سازمانی تایید نشد.
توکلی و معتمدی گلوگاهی (1399)	در نهایت، مشخص شد سرمایه اجتماعی بر نوآوری راهبردی تأثیرگذار است. همچنین، جو نوآورانه سازمانی نیز در رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوآوری راهبردی نقش تعدیلگر ایفا می‌کند.

با توجه به پیشینه پژوهش و پژوهش های صورت گرفته در گذشته، مطالعات اندکی در زمینه سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی انجام شده است و بیشتر پژوهش ها به دنبال تاثیر سرمایه اجتماعی بر سایر متغیرها بوده‌اند؛ بنابراین در این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر مستقیم سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی در شرکت های فناوری اطلاعات بوده‌ایم و از طریق متغیرهای میانجی پویایی محیطی و نوآوری باز این رابطه را به صورت غیر مستقیم بررسی می کنیم. براین اساس سرمایه اجتماعی متغیر مستقل، پویایی محیطی و نوآوری باز متغیر میانجی و تغییر استراتژی متغیر وابسته این پژوهش را تشکیل می دهند. در شکل 1 مدل مفهومی پژوهش ارائه شده است.



شکل 1. مدل مفهومی پژوهش (کاروالهو و همکاران (2025)؛ داوید و همکاران (2023))

از این رو فرضیه های پژوهش حاضر به شرح زیر است:

- نقش سرمایه اجتماعی در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
- نقش سرمایه اجتماعی در پویایی محیطی ادراک شده مثبت و معنادار است.
- نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری باز مثبت و معنادار است.
- نقش پویایی محیطی ادراک شده در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.

نقش میانجی پویایی محیطی ادراک شده در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
نقش نوآوری باز در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
نقش میانجی نوآوری باز در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر فلسفه پژوهش؛ اثبات گرایی، رویکرد پژوهش؛ استقرایی، استراتژی پژوهش؛ پیمایشی، انتخاب پژوهش تک روش، بازه زمانی؛ مقطعی و روش گردآوری داده ها؛ پرسشنامه است. در این پژوهش موردهای مطالعه کسب و کارهای ثبت شده در حوزه فناوری اطلاعات براساس فهرست وزارت ارتباطات بوده‌اند و به منظور نظرسنجی از نظرات مدیران و کارکنان ارشد کسب و کارهای فناوری اطلاعات شهر تهران استفاده شد و طی بررسی‌ها تعداد آن‌ها حدوداً 2300 نفر است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت طبقه‌ای بوده است. به طوری که قبل از انتخاب، جامعه آماری را به طبقه‌های معاونت فناوری اطلاعات، معاونت توسعه کسب و کار، معاونت امور سازمان تقسیم بندی کردیم و سپس به نسبت هر طبقه به طور تصادفی، نمونه با در نظر گرفتن 3 شرط؛ 1- حداقل مدرک کارشناسی 2- حداقل 5 سال فعالیت در یکی از معاونت توسعه کسب و کار، معاونت فناوری اطلاعات و معاونت امور سازمان 3- آشنایی کلی با مباحث نوآوری باز، پویایی محیطی و تغییر استراتژی، انتخاب شده است. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که مفروضات آن شامل؛ $q=p=50\%$ ، Z آماره استاندارد توزیع نرمال می باشد که در سطح اطمینان 95 درصد برابر است با $1/96$ است، d خطای برآورد است (معمولاً برابر $0/05$ در نظر می گیرند) و N نیز برابر با 2300 نفر است. فرمول اصلی محاسبه حجم نمونه کوکران نیز به صورت زیر است:

N نیز برابر با 2300 نفر است. فرمول اصلی محاسبه حجم نمونه کوکران نیز به صورت زیر است:

رابطه 1.

$$n = \frac{\frac{(1/96)^2 * 0/50 * 0/50}{(0/05)^2}}{1 + \frac{1}{2300} \left(\frac{(1/96)^2 * 0/50 * 0/50}{(0/05)^2} - 1 \right)} = 329$$

بر این اساس تعداد نمونه 329 نفر (بر اساس فرمول کوکران) تعیین گردید و برای اطمینان بیشتر از 335 پرسشنامه توزیع که 330 عدد تکمیل و جمع‌آوری شد. ابزار گردآوری داده‌های این پژوهش، پرسشنامه است. برای تعیین روایی پرسشنامه پژوهش، از روش اعتبار محتوای صوری استفاده گردید. برای این منظور پرسشنامه طراحی شده در اختیار 5 نفر از اساتید دانشگاه قرار داده شد و از آن‌ها خواسته شد تا نظر خود را در مورد روایی پرسشنامه بیان فرمایند. پس از جمع‌آوری نظرات، پرسشنامه نهایی طراحی گردید. برای سنجش مقیاس سرمایه اجتماعی (سوال های 1-8) از پرسشنامه چن و همکاران (2016) و با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. برای سنجش مقیاس تغییر استراتژی (سوال های 9-17) به کمک پرسشنامه برگرفته از پژوهش استن ساکر و می یر (2012) بهره‌جویی شده است. برای سنجش مقیاس پویایی محیطی (سوال های 18-23) به کمک پرسشنامه برگرفته از پژوهش چانگ (2019) و با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است. همچنین برای سنجش مقیاس نوآوری باز (سوال های 24-28) به کمک پرسشنامه برگرفته از پژوهش روتر و همکاران (2019) بهره جویی شده است. در این پژوهش برای بررسی پایایی ابزار مورد استفاده از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و محاسبه آن با استفاده از

نرم افزار SPSS صورت گرفته است. وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر جنسیت، 256 نفر (78 درصد) از گروه نمونه آماری را مردان و 74 نفر (22 درصد) را زنان تشکیل داده‌اند. وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر سن، بین 25-34 سال (36 درصد)، بین 35-44 سال (34 درصد)، بین 45-54 سال (25 درصد) و بیشتر از 55 سال (5 درصد) می باشد. وضعیت افراد پاسخ دهنده از نظر تحصیلات، لیسانس (51 درصد)، فوق لیسانس (38 درصد) و دکتری (11 درصد) است. از طرفی سابقه کاری افراد پاسخ دهنده شامل 25 درصد دارای سابقه کاری 5 تا 10 ساله، 45 درصد دارای سابقه کاری 10 تا 20 سال و 30 درصد دارای سابقه کاری 20 تا 30 ساله می‌باشند. حداقل مقدار آلفای کرونباخ برای تضمین پایایی ابزار اندازه‌گیری 0/7 است. در جدول 2 معیار کیفیت براساس نرم افزار پی ال اس مربوط به مدل‌های اندازه‌گیری چهارگانه پژوهش نشان داده شده است.

جدول 2. معیار کیفیت

متغیرها	آلفای کرونباخ	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)	ضریب پایایی ترکیبی (CR)
سرمایه اجتماعی	0/90	0/590	0/934
نوآوری باز	0/89	0/566	0/910
پویایی محیطی	0/91	0/610	0/949
تغییر استراتژی	0/92	0/665	0/923
جمع میانگین	0/90	0/607	0/929

همان‌گونه که در جدول 2 قابل‌ملاحظه است، مقادیر مربوط به آلفای کرونباخ برای چهار سازه سرمایه اجتماعی، نوآوری باز، پویایی محیطی و تغییر استراتژی، بالاتر از 0/7 است که حکایت از پایایی مناسب مدل دارد. علاوه بر این، برای اندازه‌گیری روایی از روایی سازه استفاده می‌شود. روایی سازه از طریق روایی همگرا و روایی واگرا اندازه‌گیری می‌شود. برای اینکه روایی همگرا قابل‌ملاحظه باشد، میانگین واریانس استخراج شده (AVE) باید بیشتر از 0/5 و ضریب پایایی ترکیبی (CR) باید بیشتر از 0/6 باشد. در جدول 3 روایی واگرا برای متغیرهای مدل آمده است. برای سنجش روایی واگرا در PLS یک روش وجود دارد: روش فورنل و لارکر¹⁰. در روش فورنل و لارکر، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها مقایسه می‌شود. فورنل و لارکر (1981) برای بررسی روایی واگرا ماتریسی را پیشنهاد می‌دهند که قطر اصلی این ماتریس حاوی جذر مقادیر AVE چهار سازه سرمایه اجتماعی، نوآوری باز، پویایی محیطی و تغییر استراتژی است.

جدول 3. نتایج حاصل از بررسی روایی واگرا با استفاده از روش فورنل و لارکر

متغیرها	سرمایه اجتماعی	نوآوری باز	پویایی محیطی	تغییر استراتژی
سرمایه اجتماعی	1/0000			

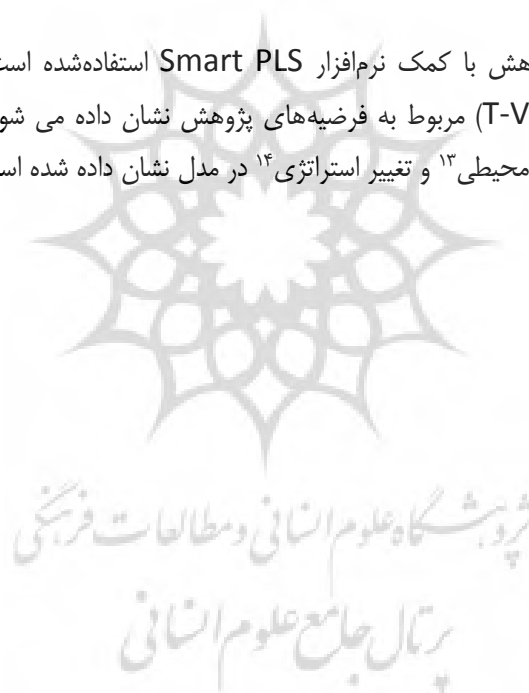
¹⁰Fornell – Larcker Criterion

		1/0000	0/7573	نوآوری باز
	1/0000	0/6607	0/6698	پویایی محیطی
1/0000	0/7531	0/7429	0/8892	تغییر استراتژی

همان‌گونه که از جدول 3 برگرفته از روش فورنل و لارکر (1981) مشخص است، مقدار جذر میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها با دیگر متغیرهای پژوهش که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است. از این‌رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌های مدل (متغیرهای مکنون) تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر، به‌بیان دیگر، روایی و اگرایی مدل در حد مناسبی است.

یافته های پژوهش

از تحلیل مسیر برای بررسی فرضیه‌های پژوهش با کمک نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. در شکل های 2 و 3 ضریب مسیر استاندارد (Beta) و ضریب معناداری (T-Value) مربوط به فرضیه‌های پژوهش نشان داده می‌شود. همچنین متغیرهای پژوهش با عنوان های سرمایه اجتماعی¹¹، نوآوری باز¹²، پویایی محیطی¹³ و تغییر استراتژی¹⁴ در مدل نشان داده شده است.

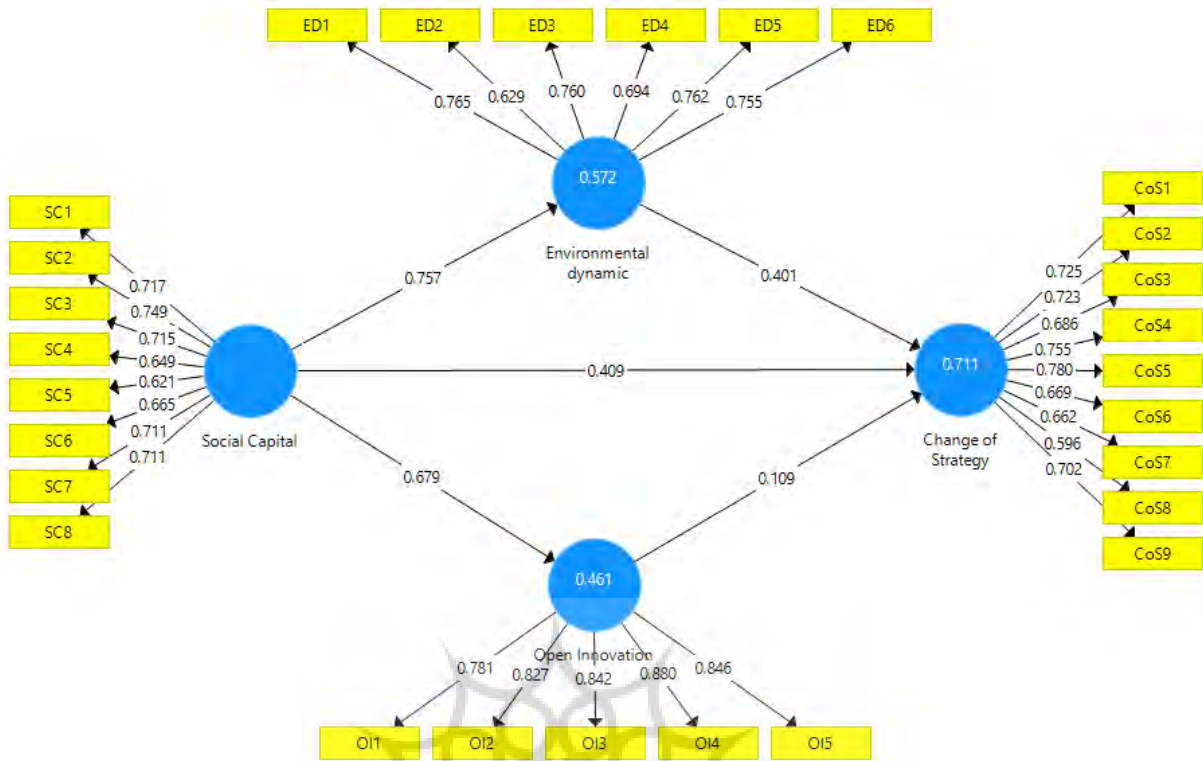


¹¹ Social capital

¹² Open innovation

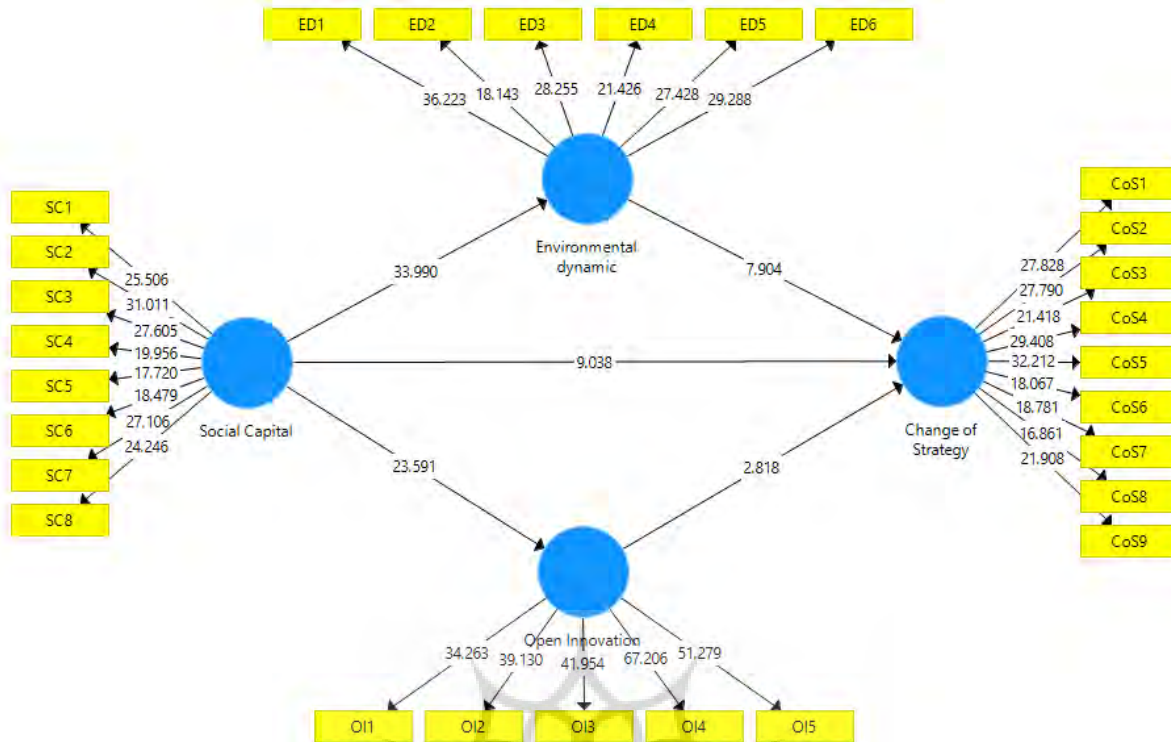
¹³ Environmental dynamics

¹⁴ Change of strategy



شکل 2. ضریب مسیر

اعداد داخل دایره شاخص ضریب تعیین می‌باشند. ضریب تعیین (R^2) بررسی می‌کند چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته توسط متغیر (های) مستقل تبیین می‌شود؛ بنابراین طبیعی است که این مقدار برای متغیر مستقل مقداری برابر صفر و برای متغیر وابسته مقدار بیشتر از صفر باشد. هر چه این میزان بیشتر باشد، ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته بیشتر می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت که متغیر مستقل روی هم رفته توانسته اند از واریانس متغیر وابسته را تبیین کنند.



شکل 3. عدد معناداری پژوهش

همان گونه که در شکل 3 قابل ملاحظه است، فرضیه های (H₁, H₂, H₃, H₄, H₆) در خصوص تاثیر معناداری سرمایه اجتماعی بر تغییر استراتژی، نوآوری باز و پویایی محیطی و همچنین تاثیر معناداری نوآوری باز و پویایی محیطی بر تغییر استراتژی تأیید می شود؛ زیرا ضرایب معناداری مسیرهای میان این متغیرهای مدل پژوهش از مقدار 1/96 بیشتر است که این مطلب حکایت از معنی دار بودن روابط متغیرها در سطح اطمینان 95 درصد داشته و باعث تأیید صحت رابطه ی بین این سازه ها می شود. فرضیه های (H₅, H₇) در خصوص نقش غیرمستقیم متغیرهای میانجی نوآوری باز و پویایی محیطی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی معنادار است. در نتیجه متغیرهای نوآوری باز و پویایی محیطی به عنوان متغیرهای میانجی در تاثیر دو متغیر مذکور ایفای نقش دارد. در این پژوهش پس از تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از ضریب استاندارد و ضریب معناداری نتایج تأیید یا عدم تأیید هر یک از فرضیه های پژوهش به صورت جدول 4 آورده شده است.

جدول 4. آزمون فرضیه های پژوهش

نتیجه آزمون	عدد معناداری	ضریب مسیر	فرضیات
تایید	9/038	0/409	نقش سرمایه اجتماعی در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
تایید	33/990	0/757	نقش سرمایه اجتماعی در پویایی محیطی ادراک شده مثبت و معنادار است.
تایید	23/591	0/679	نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری باز مثبت و معنادار است.
تایید	7/904	0/401	نقش پویایی محیطی ادراک شده در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.

تایید	268/656	0/303	نقش میانجی پویایی محیطی ادراک شده در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
تایید	2/818	0/109	نقش نوآوری باز در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.
تایید	66/479	0/074	نقش میانجی نوآوری باز در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است.

همچنین ضریب R^2 برای بررسی برازش مدل ساختاری و معیار Q^2 برای قدرت پیش‌بینی مدل توسط محقق سنجیده شد و برای سنجش مدل کلی از معیار GOF استفاده گردید، در جدول 5 نشان داده شده است.

جدول 5. گزارش مربوط به معیار R^2 ، Q^2 و معیار GOF

GOF			Q^2 معیار			معیار R Squares			متغیر
0/36	0/25	0/01	0/35	0/15	0/02	0/67	0/33	0/19	
قوی	متوسط	ضعیف	قوی	متوسط	ضعیف	قوی	متوسط	ضعیف	
0/412			0/302			0/551			نوآوری باز
			0/378			0/630			پویایی محیطی
			/381			/724			تغییر استراتژی

همان‌طور که در جدول 7 مشاهده می‌شود مقدار R Squares برای متغیر درون‌زای کارایی 0/724 محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می‌سازد. همچنین در سنجش معیار Q^2 مشخص گردید که قدرت پیش‌بینی مدل در خصوص این دو سازه بالاست و برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش تأیید شد و حصول مقدار 0/412 برای معیار GOF، برازش بسیار مناسب مدل کلی را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

سرعت سرسام آور تغییرات در دنیای کنونی بدین معناست که روش‌های متداول مدیریت نمی‌توانند مناسب تغییرات باشند. هنگامیکه تغییرات جزئی بود می‌توان از تجربه استفاده کرد ولی هنگامیکه تصمیمات جنبه استراتژی دارند و نتایج بسیار عمده و غیر قابل برگشت هستند نمی‌توان از تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر قضاوت‌های شهودی و تجربه فردی مبتنی بر فلسفه‌های مدیریت استفاده کرد؛ بنابراین فرآیند تغییر استراتژی تلاشی است برای تهیه نسخه دوم از آنچه در مغزهای انسان‌های بسیار باهوش و نخبه می‌گذرد یعنی کسانی که دارای درک مستقیمی از امور هستند و دانش و اطلاعات را با تجزیه و تحلیل‌های علمی خود در هم می‌آمیزند و با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی خود

تغییرات را شناسایی کرده و بقای سازمان در عرصه رقابتها و کشمکشها را فراهم می نمایند. هر هفت فرضیه پژوهش حاضر تایید شد که به بررسی آنها پرداخته می شود.

فرضیه اول پژوهش اینکه نقش سرمایه اجتماعی در تغییر استراتژی مثبت و معنادار است، تایید شد. نتایج این پژوهش با پژوهش بلاکیو و همکاران (2024) همخوانی دارد. این مطالعه نشان می دهد که سرمایه اجتماعی نه تنها یک دارایی نامشهود ارزشمند است، بلکه یک ابزار استراتژی برای افزایش چابکی شرکت های فناوری اطلاعات محسوب می شود. مدیران شرکت های فناوری اطلاعات می توانند با تقویت اعتماد، توسعه شبکه های ارتباطی و ترویج هنجارهای مشارکتی، زمینه را برای تغییرات استراتژی اثربخش فراهم کنند. از منظر کاربردی، یافته ها نشان می دهند که مدیران شرکت های فناوری اطلاعات باید برنامه های توسعه سرمایه اجتماعی را در اولویت قرار دهند. شاخص های کمی برای پایش سرمایه اجتماعی طراحی کنند. سازوکارهایی برای تبدیل سرمایه اجتماعی به قابلیت های استراتژی ایجاد نمایند.

فرضیه دوم پژوهش نقش مثبت و معناداری سرمایه اجتماعی در پویایی محیطی ادراک شده تایید می کند. نتایج این پژوهش با پژوهش فرمهبینی فراهانی (1401) همخوانی دارد. سرمایه اجتماعی به عنوان یک سازه چندبعدی (شامل اعتماد، شبکه های اجتماعی، هنجارهای مشارکتی و انسجام جمعی) نقش حیاتی در تقویت پویایی محیطی در شرکت های فناوری اطلاعات ایفا می کند. سرمایه اجتماعی نه یک ابزار تک بعدی، بلکه یک بستر پیچیده است که در صورت ترکیب با سیاست های هوشمند، فناوری های سبز و عدالت محیطی می تواند به موتور محرکه ای برای پویایی محیطی تبدیل شود. موفقیت آن مستلزم تعادل بین مشارکت مردمی، حمایت نهادی و انعطاف پذیری اکولوژیک است. مدیران و سیاستگذاران شرکت های فناوری اطلاعات می بایست با بهره گیری از سرمایه اجتماعی، پویایی محیطی را بهبود بخشند.

فرضیه سوم پژوهش اینکه نقش سرمایه اجتماعی در نوآوری باز مثبت و معنادار است، تایید شد. نتایج این پژوهش با پژوهش های مستفیظ و همکاران (2025) و کاروالهو و همکاران (2025) همخوانی دارد. سرمایه اجتماعی به عنوان بستر ارتباطی و اعتمادسازی بین بازیگران مختلف (شرکت ها، دانشگاه ها، مشتریان، استارت آپ ها و دولت)، نقش کلیدی در موفقیت نوآوری باز در شرکت های فناوری اطلاعات ایفا می کند. نوآوری باز بر مبنای تبادل دانش، فناوری و ایده ها خارج از مرزهای سنتی شرکت های فناوری اطلاعات تعریف می شود و سرمایه اجتماعی این فرآیند را تسهیل می کند. سرمایه اجتماعی موتور محرکه نوآوری باز در شرکت های فناوری اطلاعات است، اما نیازمند مدیریت فعال برای جلوگیری از چالش هایی مانند انحصار اطلاعات یا تضاد منافع است. ترکیب روابط قوی، سیستم های دانشی ساختاریافته و فرهنگ یادگیری جمعی، موفقیت در نوآوری باز را تضمین می کند. سرمایه اجتماعی، پل نامرئی اما حیاتی بین ایده های پراکنده و نوآوری های عملی در شرکت های فناوری اطلاعات است. به مدیران و سیاست گذاران شرکت های فناوری اطلاعات توصیه می شود که به استفاده از پلتفرم های دیجیتال برای تسهیل تعاملات بین سازمانی توجه نمایند و همچنین طراحی مشوق های مالی و غیرمالی برای تقویت اعتماد و همکاری جدی بگیرند.

فرضیه چهارم و پنجم پژوهش اینکه نقش مستقیم پویایی محیطی ادراک شده در تغییر استراتژی و نیز نقش غیر مستقیم در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است، تایید شد. نتایج این پژوهش با پژوهش نصرت پناه و همکاران (1403) هم راستا است. پویایی محیطی اشاره دارد به تغییرات، تحولات و نوساناتی که در محیط بیرونی شرکت های فناوری اطلاعات (مانند بازار، فناوری، رقبا، مقررات و...) رخ می دهد. ادراک شده یعنی اینکه شرکت های فناوری اطلاعات و مدیران چطور این تغییرات را درک می کنند، تفسیر می کنند و به آن ها پاسخ می دهند. در تغییر استراتژی یعنی این ادراک و واکنش ها نقش کلیدی در شکل گیری و اصلاح استراتژی های شرکت های فناوری اطلاعات دارند. پویایی محیطی و ادراک آن، نقش مهمی در نحوه تغییر و تطابق استراتژی های شرکت های فناوری اطلاعات ایفا می کند. مدیران باید بتوانند محیط را به درستی تحلیل کرده و تغییرات را فهمیده و در زمان مناسب به آن پاسخ دهند. این فرآیند باعث می شود شرکت های فناوری اطلاعات بتواند رقابتی باقی بماند و فرصت ها و تهدیدهای محیط را بهتر مدیریت کند. در نتیجه، انعطاف پذیری و توانایی درک صحیح محیط،

کلید موفقیت در تغییر استراتژی است. به مدیران و سیاست گذاران شرکت های فناوری اطلاعات توصیه می شود که محیط کسب و کار را به طور مداوم رصد کنند. این شامل تحلیل روندهای بازار، فناوری، رقابت، تغییرات قانونی و سایر عوامل مؤثر است. استراتژی های خود را به گونه ای طراحی کنند که قابلیت تغییر و تطبیق سریع با شرایط جدید را داشته باشند. ارتباطات خود را با ذینفعان کلیدی (مانند مشتریان، تأمین کنندگان، شرکای تجاری، دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی) تقویت کنند.

فرضیه ششم و هفتم پژوهش اینکه نقش مستقیم نوآوری باز در تغییر استراتژی و نیز نقش غیرمستقیم در رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی مثبت و معنادار است، تایید شد. نتایج این پژوهش با پژوهش مستفیظ و همکاران (2025) همخوانی دارد. نوآوری باز به معنای استفاده از ایده ها و منابع خارجی، به علاوه منابع داخلی، برای پیشبرد نوآوری و توسعه محصولات یا خدمات جدید در شرکت های فناوری اطلاعات است. این رویکرد به شرکت فناوری اطلاعات کمک می کند تا از دانش و تخصص گسترده تری بهره مند شوند و سرعت نوآوری خود را افزایش دهند. نوآوری باز یک رویکرد قدرتمند برای تغییر استراتژی در شرکت های فناوری اطلاعات است که به آنها کمک می کند تا با انعطاف پذیری بیشتر، هزینه های کمتر و دسترسی به ایده های جدید، فرآیند نوآوری را تسریع کرده و مزیت رقابتی ایجاد کنند. در واقع شرکت های فناوری اطلاعات باید استراتژی های خود را به گونه ای طراحی کنند که بتوانند از ظرفیت های نوآوری باز به طور کامل بهره مند شوند. به مدیران و سیاست گذاران شرکت های فناوری اطلاعات توصیه می شود که فرهنگ سازمانی خود را به گونه ای تغییر دهند که پذیرای ایده ها و همکاری های خارجی باشند. به طور فعال به دنبال فرصت های نوآوری باز در محیط بیرون باشند. فرآیندهای نوآوری خود را به گونه ای طراحی کنند که بتوانند به طور مؤثر از منابع خارجی استفاده کنند.

در نهایت می توان گفت که سرمایه اجتماعی نقش مهمی در توانایی شرکت های فناوری اطلاعات برای تغییر استراتژی دارد. این تأثیر از طریق درک بهتر پویایی محیطی و تسهیل نوآوری باز تقویت می شود. شرکت هایی که می خواهند در محیط های پویا و رقابتی موفق باشند، باید به توسعه و تقویت سرمایه اجتماعی خود توجه ویژه ای داشته باشند. شرکت های فناوری اطلاعات برای اینکه بتوانند در بازار پر تغییر و تحول امروزی موفق باشند، باید روابط اجتماعی قوی و گسترده ای داشته باشند. این روابط به آنها کمک می کند تا: متوجه شوند که بازار و محیط کسب و کارشان چقدر سریع در حال تغییر است. از ایده ها و دانش دیگران (خارج از شرکت خودشان) برای نوآوری و بهبود محصولات و خدماتشان استفاده کنند. با توجه به این تغییرات و نوآوری ها، استراتژی های خود را به موقع و به درستی تغییر دهند.

از جمله محدودیت های این پژوهش شامل؛ عدم دسترسی محدود به جامعه آماری، امکان تأثیر گذاری متغیرهای مداخله گر دیگری (مانند اندازه شرکت، سن شرکت، صنعت خاص، و غیره) وجود داشته باشند که بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و تغییر استراتژی، دشواری در تعریف و تشخیص پویایی محیطی ادراک شده و ... می باشد. به پژوهشگران آتی پیشنهاد می شود که سرمایه اجتماعی را به ابعاد مختلف (مانند سرمایه اجتماعی پیوندی، پل ساز و پیونددهنده) تفکیک کنند و تأثیر هر یک از این ابعاد را به طور جداگانه بر تغییر استراتژی بررسی کنند. تغییر استراتژی را به انواع مختلف (مانند تغییرات تدریجی، بنیادی، واکنشی و پیش دستانه) تفکیک کنند و تأثیر سرمایه اجتماعی را بر هر یک از این انواع بررسی کنند. به تأثیر سرمایه اجتماعی از طریق تغییر استراتژی، بر عملکرد شرکت (مانند سودآوری، رشد فروش و سهم بازار) بپردازند.

منابع

توکلی، عبدالله و معتمدی گلوگاهی، فاطمه. (1399). تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری راهبردی با توجه به نقش تعدیلگر جو سازمانی نوآورانه. *مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی*، 7(1)، 87-109.

- دیهیم پور، مهدی. (1404). تأثیر سرمایه اجتماعی بر رفتار پیشگامانه سازمانی با میانجیگری تلنگر سازمانی. *مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی*، 12 (2)، 171-185.
- فرمهبینی فراهانی، محسن، محمدی فاتح، اصغر و خلیلی، سیدعلی. (1400). تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی آجا با نقش میانجی قابلیت انباشت دانش و نقش تعدیل گر فرهنگ سازمانی. *مدیریت سرمایه انسانی دفاعی*، 1 (2)، 17-42.
- عبدل زاده، سعید، عباس زاده سهرون، یدالله و یارمحمدزاده، پیمان. (1403). ارائه مدل آسیب شناسی سرمایه اجتماعی در نظام آموزش و پرورش. *مجله علمی مدیریت سرمایه اجتماعی*، 11 (3)، 269-285.
- نیک بخش، بهرام. (1401). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد خرید مشتری با نقش میانجی ارزش درک شده برند و نام تجاری. *جامعه شناسی اقتصادی و توسعه*، 11 (1)، 223-242.
- نصرت پناه، رسول، بارانی، صمد، اشرف زاده، عارف و آتشی، غلامحسین. (1403). تأثیر قابلیت های نوآوری خدمات پویا بر عملکرد شرکت ها: نقش تعدیلگر پویایی محیطی درک شده و نقش میانجی نوآوری خدمات و مزیت رقابتی. *مدیریت بازرگانی*، 16 (1)، 166-137.
- Audretsch, B. D. & Belitski, M. (2023). The limits to open innovation and its impact on innovation performance. *Technovation*, 119, 102519.
- Blaique, L., Abu-Salim, T., Asad Mir, F. and Omahony, B. (2024). The impact of social and organisational capital on service innovation capability during COVID-19: the mediating role of strategic environmental scanning. *European Journal of Innovation Management*, Vol. 27 No. 1, pp. 1-26. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2022-0023>
- Bull, M; Brown, T. (2010) "Change communication: the impact on satisfaction with alternative workplace strategies", *Facilities*, 30(3/4) , 135-151.
- Brunswick, S. & Chesbrough, H. (2018). The Adoption of Open Innovation in Large Firms: Practices, Measures, and Risks A survey of large firms examines how firms approach open innovation strategically and manage knowledge flows at the project level. *Research-Technology Management*, 61(1), 35-45
- Carvalho, N., Zanquetto-Filho, H., Hoffmann, V.E. and Lacruz, A.J. (2025), "Social ties and open innovation: impacts on innovation capability", *Innovation & Management Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/INMR-09-2023-0145>
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
- Cope, T., Thomas, L., Pantie, N., & Froehlich, D. (2022). The Use of Social Capital in Teacher Research: A Necessary Clarification. *Front. Psychol*, 13, 1-18.
- David, K. G. Wu, Y. Pei, C. and Moosa, A. (2023). "The Effects of Top Management Team External Social Capital on Firm's Openness: Exploring the Mediating Role of Strategic Knowledge Integration," in *IEEE Transactions on Engineering Management*, vol. 70, no. 11, pp. 3918-3931, doi: 10.1109/TEM.2021.3091607.

- Dovbischuk, I. (2022). Innovation-oriented dynamic capabilities of logistics service providers, dynamic resilience and firm performance during the COVID-19 pandemic. *The International Journal of Logistics Management*, 33(2), 499-519.
- Ding, Q. & Wu, Q. (2023). Effects of Economic Capital, Cultural Capital and Social Capital on the Educational Expectation of Chinese Migrant Children. *Applied Research Quality Life*, 18, 1407–1432.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they?. *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- García-Villaverde, P. M., Rodrigo-Alarcón, J., Parra-Requena, G. and Ruiz-
- Hoang, L. C., Pham, Q. A., Thi, K. D. P., Vo, T. H., & Truong, T. P. (2023). Influence of virtual social capital on sustainable clothing consumption pattern: a study on young people in Ho Chi Minh City. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 14(4), 73-90.
- Chesbrough, H. (2012). *Open Innovation: The New Imperative for creating and profiting from Technology*. Boston: Harvard business School Press
- Ortega, M.G. (2018). Technological dynamism and entrepreneurial orientation: The heterogeneous effects of social capital. *Journal of Business Research*, 83: 51-64.
- Ogink, R. H., Goossen, M. C., Romme, A. G. L. & Akkermans, H(2023). Mechanisms in open innovation: A review and synthesis of the literature. *Technovation*, 119, 102621.
- Murphy, P. E., Laczniak, G. R., & Harris, F. (2017). "Ethics in marketing: International cases and perspectives, (2nd edition)". London: Routledge.
- Mostafiz, M.I., Ahmed, F.U. and Hughes, P. (2025), "Open innovation pathway to firm performance: the role of dynamic marketing capability in Malaysian entrepreneurial firms", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 31 No. 2/3, pp. 673-701. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2022-0206>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Putnam, R. D. (2020). *Education, diversity, social cohesion and 'social capital'*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- Inda, B. A., Romdhoni, A. H., & Setiawan, M. A. (2016). The Effect of Environmental Dynamism and Entrepreneurial Orientation on the Competitive Advantage: The Mediating Role of Strategic Flexibility (Study on SMEs Handicraft in East Java). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 270-277.
- Keat, L.I., Thi, L.S. & Kadzrina, A.K. (2018). Effect of knowledge management, management innovation and dynamic capabilities in sustaining competitive advantage in dynamic business environments. *International Journal of Accounting*, 3(15), 01-12.
- Yuan, C., Xue, D. & He, X. (2021). A balancing strategy for ambidextrous learning, dynamic capabilities, and business model design, the opposite moderating effects of environmental dynamism. *Technovation*, 13(1), 01-14.

Yeşil, S. & Doğan, I. F. (2019). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation. *Innovation*, 21(4), 506-532.

