

طراحی الگوی قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه

محمد رضا حلاج یوسفی¹ - صمد عالی^{2*}

ناصر صنوبر³ - حکیمه نیکی اسفهان⁴

1. دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

2. استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی تبریز

3. دانشیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز

4. استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد هادیشهر

تاریخ دریافت: 1399/9/10

تاریخ پذیرش: 1399/11/11

چکیده

هدف این مقاله ارایه الگوی قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه است. این پژوهش برحسب هدف، بنیادی و برحسب گردآوری اطلاعات، با روش اسنادی - مرور نظام‌مند، ابعاد و اجزا گوناگون و گزاره‌های ارائه‌شده پیرامون قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه را شناسایی، گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی پژوهش‌های حوزه قابلیت شبکه‌سازی تشکیل می‌دهند که در بازه زمانی «آغاز باز (بدون اعمال تاریخ) تا آخر ژانویه 2021» در پایگاه اسکوپس درج شده‌اند. تاریخ جستجو در پایگاه مذکور 31 ژانویه 2021 (12 بهمن 1399) می‌باشد. در این تحقیق برای شناسایی پژوهش‌های پیرامون قابلیت شبکه‌سازی، به وسیله کلید واژه‌های مرتبط با اصطلاحات قابلیت شبکه‌سازی در «عنوان» و در محدوده قلمرو موضوعی «بازرگانی، مدیریت و حسابداری» و نوع سند، محدود به «مقاله» و «مقاله کنفرانسی» جستجو شدند که تعداد 197 سند یافت شد. در گام بعدی با مطالعه چکیده سندهای فوق و با اعمال سایر شاخص‌ها، 79 مقاله باقی‌ماند. مقالات مذکور در بازه زمانی 1997 الی 2021 منتشر شده‌اند. اجزا و ابعاد قابلیت شبکه‌سازی در این مقالات، پس از گذر از فرآیند گدگاری، در سه مقوله پیشایندها، فرایندها و پیامدها دسته‌بندی شدند و در نهایت خلاءهای پژوهش‌های پیشین در مورد مفهوم قابلیت شبکه‌سازی شناسایی شده و پیشنهادها و پژوهشی برای پژوهشگران آتی ارائه شده‌است.

واژه‌های کلیدی: قابلیت شبکه‌سازی، قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه، کارآفرینی، مرور نظام‌مند

مقدمه

قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه عبارتست از توانایی برای توسعه و مدیریت روابط شبکه (Shu et al, 2018). مجموعه قابلیت‌های شبکه‌سازی شرکت، امکان دسترسی به دانش جدید و مکمل را افزایش می‌دهند که منبع اصلی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید کارآفرینانه‌اند. بنابراین، پیش‌بینی می‌شود بین قابلیت شبکه‌سازی و میزان وقوع رفتار کارآفرینانه در شرکت‌ها، رابطه‌ای مثبت وجود داشته‌باشد (اصل جعفری، 1397).

کسب دانش از محیط خارجی شرکت‌ها، مستلزم قابلیت‌های سازمانی برای ایجاد ارتباط با دیگران و مدیریت این ارتباطات (قابلیت شبکه‌سازی) برای بهره‌برداری بهینه از دانش خارجی است. در ادبیات کارآفرینی سازمانی، به این قابلیت‌ها کمتر توجه شده‌است؛ به‌ویژه اطلاعات درمورد چگونگی استفاده بهتر شرکت‌ها از قابلیت شبکه‌سازی برای اهداف کارآفرینانه، اندک است (سخدری، 1394). از سوی دیگر اگرچه تاکنون پژوهش‌های زیادی در مورد قابلیت شبکه‌سازی انجام شده‌است اما با این وجود هنوز فرصت‌های زیادی برای ایجاد دانش در این زمینه وجود دارد (Forkmann et al., 2018). این تحقیق نیز در راستای انجام تحقیقات بیشتر در مورد قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه انجام می‌شود.

عدم توافق گسترده‌ای در مورد مفاهیم اصلی مربوط به قابلیت شبکه‌سازی بین اندیشمندان این حوزه وجود دارد. این عدم توافق امکان دارد ناشی از انجام تحقیقات در چندین رشته در مورد این مفهوم باشد. بنابراین، این حوزه به صورت گسترده‌ای در تحقیقات تجربی و مفهومی مورد بررسی قرار گرفته‌است. اگرچه این گستردگی تحقیقات ممکن است محققان را برای ارائه ایده‌هایی برای مطالعات جدید مجذوب خود سازد اما تنوع تحقیقات در این زمینه باعث دشواری تعیین ابعاد قابلیت شبکه‌سازی شده‌است. علاوه بر این بدون واژگان مشترک، یک نظریه منسجم در مورد قابلیت شبکه‌سازی ایجاد نمی‌شود. غنای تحقیقات تجربی نیازمند ساختاردهی و یکپارچگی این تحقیقات است. بنابراین نیاز به یکپارچگی تحقیقات در مورد قابلیت شبکه‌سازی احساس می‌شود (Kohtamäki et al., 2018).

پژوهش‌های قبلی در مورد قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه، پراکنده، ناهمگون و اغلب

غیرنظام‌مند است و مطالعات در این رشته، وابسته به یکدیگر انجام نشده‌اند. علیرغم پراکندگی یافته‌ها، پژوهشگران تاکنون تلاش نکرده‌اند تا پیشایندها، فرایندها و پیامدها در زمینه قابلیت شبکه‌سازی را بررسی کنند. به علت ماهیت میان‌رشته‌ای قابلیت شبکه‌سازی، مطالعاتی که تاکنون انجام شده‌است، از دیدگاه‌های متعددی در این زمینه استفاده کرده‌اند. بنابراین، با در نظر گرفتن تعداد زیادی از مقالات درباره قابلیت شبکه‌سازی، نیاز به توسعه مدل‌های مفهومی یکپارچه و چارچوب‌های نظری جامع وجود دارد. بررسی این مشکلات در ادبیات قابلیت شبکه‌سازی و نیاز به توسعه چارچوب جامع، انگیزه اصلی برای انجام این پژوهش مروری است. اکثر تحقیقاتی که تاکنون در زمینه شبکه‌سازی انجام شده به مقوله شبکه‌سازی فردی و سازمانی پرداخته‌اند و کمتر به مباحث شبکه‌سازی بین‌سازمانی و کارآفرینانه پرداخته‌اند. پژوهش حاضر به‌منظور مروری نظام‌مند بر مطالعات انجام‌شده، به مرور مقالات چاپ شده در پایگاه اسکوپوس پرداخته و در پایان نیز خلاءها و توصیه‌های پژوهشی به‌منظور انجام پژوهش‌های بیشتری برای رفع این خلاءها ارایه شده‌است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق مرور

تعاریف مختلفی تاکنون از قابلیت شبکه‌سازی شده‌است. در حالی که اغلب تعاریف موجود در مورد قابلیت‌های شبکه‌سازی، عملیات‌ها و رویه‌های سازمانی را در برمی‌گیرد (Forkmann et al., 2016; Mu, 2017; Zaefarian et al., 2017) سایر تعاریف مفهومی، در مورد نتایج حاصله از این قابلیت‌ها هستند به عنوان مثال (Kale et al., 2002; Ritter et al., 2002)، یا صلاحیت‌هایی که منجر به مهارت‌های خاصی می‌شود (به عنوان مثال Ritter, 1999). اکثر محققان قابلیت شبکه‌سازی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: توانایی شرکت در اداره روابط بین‌شرکتی. در این تعریف منظور از قابلیت شبکه‌سازی، قابلیت شرکت در مدیریت تمام شرکای شبکه به جای اداره فقط یک شبکه منفرد (یک شریک) است. این تعریف علاوه بر اینکه تعمیم‌نظری ادبیات ساختار شبکه را تسهیل می‌کند در ضمن اهمیت ملاحظه کردن پویایی‌های شبکه و فرایند مدیریت شبکه را برجسته می‌کند. به‌ویژه در این تحقیق ما قابلیت شبکه‌سازی را به عنوان توانایی شرکت در یافتن شرکای شبکه و مدیریت روابط شبکه برای ایجاد مزیت رقابتی تعریف می‌کنیم (Mu, 2014).

توانایی برای مدیریت و یادگرفتن از اتحاد استراتژیک، مدت زمان مدیری موضوع مهم در مباحث کارآفرینی بوده است (Kohtamäki et al., 2018).

سخداری (1394) در پژوهش خود با عنوان «قابلیت شبکه‌سازی و عملکرد کارآفرینانه سازمانی: تبیین نقش گرایش‌های راهبردی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های ارائه‌کننده تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی به بخش معدن و صنایع معدنی ایران)» به این نتیجه رسیده است که قابلیت شبکه‌سازی سازمانی شامل پیش‌فعالی در ایجاد ارتباطات بین‌سازمانی، قابلیت ارتباطی در ایجاد رابطه براساس اعتماد و تعهد متقابل و توانایی ایجاد هماهنگی در مجموعه پیوندهای سازمانی، عملکرد کارآفرینانه شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. بای و وی¹ (2019) در پژوهش خود با عنوان «قابلیت مدیریت اتحاد سازمان‌های غیرانتفاعی کارآفرین و عملکرد اتحاد بین‌بخشی» به مطالعه چهار بعد از قابلیت مدیریت اتحاد (یعنی تحقق تأثیرات اجتماعی، هماهنگی روابط، توازن قدرت و یادگیری بین‌سازمانی) که بر عملکرد اتحاد بین‌بخشی تأثیر می‌گذارد، پرداخته‌اند. کرمی و تانگ² (2019) در پژوهش خود با عنوان «گرایش کارآفرینی و عملکرد بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش میانجی قابلیت شبکه‌سازی و یادگیری تجربی» به این نتیجه رسیده‌اند که گرایش به کارآفرینی باعث افزایش عملکرد بین‌المللی شرکت‌های مذکور می‌شود. آدوماکو³ و همکارانش (2018) در پژوهش خود با عنوان «هوشیاری کارآفرینانه و عملکرد ادغام جدید: نقش تسهیل‌گر قابلیت شبکه‌سازی» نتیجه گرفته‌اند که افزایش سطح هوشیاری کارآفرینانه منجر به افزایش عملکرد ادغام‌های جدید می‌شود و همچنین در صورت افزایش استفاده از قابلیت شبکه‌سازی اجتماعی و تجاری، توانایی هوشیاری کارآفرینانه به عنوان محرکی برای موفقیت ادغام‌های جدید عمل می‌کند. فورکمن⁴ و همکارانش (2018) در پژوهش خود به مرور پیشینه پژوهش‌ها در زمینه ادبیات قابلیت شبکه‌سازی پرداخته و در این راستا چهار خلاء شناسایی کرده و هفت پیشنهاد برای پژوهش-

1 Bai & Wei

2 Karami & Tang

3 Adomako

4 Forkmann

های آتی ارائه کرده‌اند. فری و آیلو¹ (2017) در پژوهش خود با عنوان «مدیریت مقصد گردشگری در چشم‌انداز توسعه پایداری، نقش کارآفرینی و توانایی شبکه‌سازی» به این نتیجه رسیده‌اند که زمانی مقصد گردشگری پایدار امکان‌پذیر است که مقصد گردشگری را به عنوان هدف یکپارچه و چندسطحی مرکب از همه بازیگران اصلی در نظر بگیریم. کوهامکی² و همکاران (2018) به مرور نظام‌مند 94 مقاله از نشریات معتبر در زمینه قابلیت‌های اتحاد³ پرداخته‌اند. آن‌ها در این تحقیق مفهوم قابلیت اتحاد را تعریف کرده و پیشایندها و فرایندها و نتایج حاصل از قابلیت اتحاد را مشخص کرده‌اند. لی⁴ و همکاران (2015) پژوهشی را با عنوان «ظرفیت شبکه‌سازی کارآفرینانه شرکت‌های خوشه‌ای: چشم‌انداز شبکه اجتماعی در مورد چگونگی گسترش عملکرد شرکت از طریق منابع مشترک» انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش تاثیر انواع مختلف منابع مشترک خوشه در افزایش عملکرد بازار شرکت را نشان می‌دهد. وانگ و راجاگوپالان⁵ (2014) در پژوهش خود با استفاده از مرور نظام‌مند به بررسی هزار مقاله در مورد قابلیت شبکه‌سازی و با توجه به پیشایندها و نتایج پرداخته‌اند و چهارچوب مفهومی در مورد قابلیت شبکه‌سازی بر حسب تاثیراتش بر ایجاد و کسب ارزش ارائه نموده‌اند. خالد و لاریمو⁶ (2012) در پژوهش خود پژوهشی با عنوان «تأثیر کارآفرینی اتحاد بر چشم‌انداز مشترک، قابلیت اتحاد و عملکرد اتحاد» به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینی اتحاد بر چشم‌انداز مشترک، قابلیت اتحاد و عملکرد اتحاد تاثیر مثبت و مهمی دارد.

روش‌شناسی

در این پژوهش بر اساس گزاره‌های مفهومی و تعاریف قابلیت شبکه‌سازی در پژوهش‌های انجام‌شده، الگوی قابلیت شبکه‌سازی ارائه شده است. بنابراین این پژوهش از نظر هدف، بنیادی محسوب می‌شود. در راستای شناسایی اجزای شناسایی شده مفهوم قابلیت شبکه‌سازی در

1 Ferri & Aiello

2 Kohtamäki

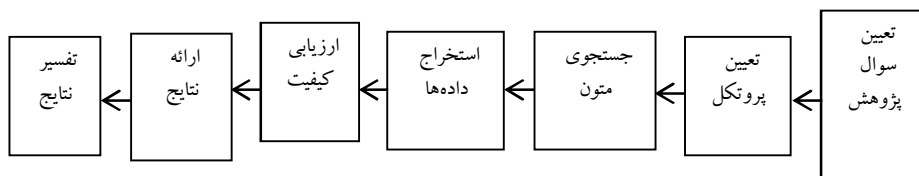
3 Alliance capabilities

4 Li

5 Wang & Rajagopalan

6 Khalid & Larimo

ادبیات، این پژوهش از روش اسنادی - مرور نظام‌مند بهره گرفته‌است. در این پژوهش برای انجام مرور نظام‌مند از روش هفت مرحله‌ای (Wright et al., 2003) استفاده شده‌است. مراحل انجام پژوهش در نمودار 1 نشان داده شده‌است.



نمودار 1. مراحل مرور نظام‌مند (Wright et al., 2003)

الف - تعیین سوال پژوهش

با توجه به موضوع این تحقیق، سوال تحقیق اینگونه بیان می‌شود: مدل قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه چیست؟

ب - تعیین پروتکل

پس از درک نیاز به مرور نظام‌مند و مشخص کردن اهداف، در بین پایگاه داده «اسکپوس»¹، جستجو گردید. این پایگاه پوشش نسبتاً مناسبی از مجله‌های معتبر در دوره‌های بلندمدت دارد. لذا جامعه آماری این پژوهش را تمامی پژوهش‌های حوزه قابلیت شبکه‌سازی تشکیل می‌دهند که در بازه زمانی «آغاز باز (بدون اعمال تاریخ) تا آخر ژانویه 2021» در پایگاه اسکپوس درج شده‌اند. لازم به ذکر است که در ادبیات تحقیق قابلیت شبکه‌سازی، مفاهیم مختلفی به جای این اصطلاح از سوی نظریه‌پردازان مختلف بیان شده‌است که عبارتند از: توانایی شبکه‌سازی²، ظرفیت شبکه‌سازی³، توانایی رابطه‌ای⁴، ظرفیت رابطه‌ای⁵، قابلیت رابطه‌ای⁶، ظرفیت مدیریت رابطه¹، قابلیت اتحاد²، قابلیت مدیریت اتحاد³ و شایستگی شبکه‌سازی⁴

1 Scopus

2. Networking ability

3 Networking capacity

4. Relational ability

5 Relational capacity

6 Relational capability

(Äyväri & Möller, 2008). در این تحقیق برای شناسایی پژوهش‌های پیرامون قابلیت شبکه‌سازی در پایگاه اسکپوس، از معادل انگلیسی اصطلاحات مذکور و به‌وسیله کلید واژه - "Networking capability", "Networking ability", "Networking capacity", "Network های capability", "Network ability", "Network capacity", "Networking competence", "Alliance capability", "Alliance capacity", "Alliance ability", "Alliance management capability", "Alliance management capacity", "Alliance management ability", "Relational capacity", "Relational capability", "Relational ability", "Relationship management capacity", "Relationship management capability", "Relationship management ability" در «عنوان»⁵ و با عملگر رابطه‌ای «OR» و در محدوده قلمرو موضوعی «بازرگانی، مدیریت و حسابداری»⁶ و نوع سند، محدود به «مقاله» و «مقاله کنفرانسی»، نوع منبع محدود به «نشریات» و «کنفرانس‌ها»، عنوان منبع و کلمات کلیدی و کشورها «همه موارد» و زبان محدود به «انگلیسی» جستجو شدند. لذا معیارهای ورود عبارتند از: دوره مورد بررسی: آغاز باز تا آخر ژانویه 2021، مرزهای جستجو: پایگاه اسکپوس، واژه های مورد جستجو: networking و اصطلاحات مرتبط با آن، زبان: انگلیسی، نوع تحقیقات: تجربی، مرتبط بودن با موضوع. معیارهای خروج نیز عبارتند از: مدارکی که قابلیت شبکه‌سازی را در سطح بین - فردی یا درون‌سازمانی در نظر گرفته یا عبارت مورد جستجو را به کار برده ولی موضوع اصلی‌شان قابلیت شبکه‌سازی بین سازمانی و تجربی نبود و یا در مورد قابلیت شبکه‌سازی اجتماعی بود، به زبان غیرانگلیسی بود، به زبان غیرانگلیسی چاپ شده و نوع تحقیق غیرتجربی بوده و متن کامل مقالات در دسترس نبود.

خاطرنشان می‌سازد قلمرو زمانی این تحقیق نیمه دوم سال 1399 می‌باشد و جستجوی مقالات در پایگاه اسکپوس در 31 ژانویه 2021 (12 بهمن 1399) انجام شده است.

-
- 1 Relationship management capacity
 - 2 Alliance capability
 - 3 Alliance management capability
 - 4 Network competence
 - 5 Title
 - 6 Business, Management and Accounting

پ - جستجوی متون

پس از اعمال معیارهای ورودی و خروجی تعداد 197 سند یافت شد. در گام بعدی با مطالعه چکیده 197 سند فوق، مدارکی که قابلیت شبکه‌سازی را در سطح بین‌فردی یا درون-سازمانی در نظر گرفته یا عبارت مورد جستجو را به کار برده ولی موضوع اصلی‌شان قابلیت شبکه‌سازی بین سازمانی و تجربی نبود و یا در مورد قابلیت شبکه‌سازی اجتماعی بود را حذف کردیم. در نتیجه تعداد 79 مقاله باقی‌ماند. در نهایت چکیده مدارک مذکور سه بار مرور شد تا اطمینان یابیم همه مدارک در مرور درون‌متنی لحاظ شده و مدارک غیرمرتبط حذف شدند و مدارک مذکور وارد مطالعه درون‌متنی شدند. از آنجاییکه در پایگاه اسکپوس فقط چکیده مقالات درج شده‌است، لذا جهت مطالعه کامل متن مقالات به سایت خود آن مجلات مراجعه شد.

ت - استخراج داده‌ها

در این مرحله داده‌های گردآوری‌شده از مرحله قبل در قالب جدولی دسته‌بندی شدند که شامل اطلاعات شناسنامه‌ای پژوهش‌می‌باشد و عبارتند از: عنوان، نام و نام خانوادگی پدیدآورندگان، سال انتشار، روش و هدف پژوهش، اطلاعات یافته‌های اصلی، نتایج و یافته‌های پژوهش.

ث - ارزیابی کیفیت

در این پژوهش از آنجایی که با در نظر گرفتن شباهت‌های معنایی بین کدها اقدام به ادغام و ایجاد مفاهیم شده‌است، لذا برای حفظ کیفیت مطالعه و به منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص «کاپا» استفاده شده‌است. بدین طریق که شخص دیگری از اساتید مدیریت بدون اطلاع از نحوه ادغام کدها و مفاهیم ایجادشده توسط پژوهشگران، اقدام به دسته‌بندی کدها در مفاهیم کرده‌است. سپس مفاهیم ارائه‌شده توسط پژوهشگران با مفاهیم ارائه‌شده توسط این شخص مقایسه شده و در نهایت با توجه به تعداد مفاهیم ایجادشده‌ی مشابه و مفاهیم ایجادشده‌ی متفاوت، شاخص «کاپا» محاسبه شده‌است. همانطور که در جدول 1 نشان

داده شده‌است، پژوهشگران 15 مفهوم و خبره دیگر، 14 مفهوم ایجاد کرده‌اند که از این تعداد 13 مفهوم مشترک هستند. همانطور که در ادامه نشان داده شده‌است، مقدار شاخص «کاپا» برابر با 0/8741 محاسبه شده که با توجه به جدول 2 در سطح توافق عالی قرار گرفته‌است (Landis & Koch, 1997).

جدول 1: پایایی پژوهش

		نظر پژوهشگران		
		بله	خیر	مجموع
نظر خبره دیگر	بلی	A=13	B=1	۱۴
	خیر	C=2	D=0	2
	مجموع	15	1	N=16

$$\text{توافقات مشاهده شده} = \frac{A+B}{N} = \frac{13+1}{16} = 0/875$$

جدول 2: وضعیت شاخص کاپا (Landis & Koch, 1997)

1	-0/8	-6	-0/4	0/2	کمتر از صفر	مقدار عددی شاخص کاپا
0/8-	0/61	0/41	0/21	0-		
عا	معتبر	منا	متوسط	بی- اهمیت	ضعیف	وضعیت توافق
لی		سب	ط			

$$\text{توافقات شانسی} = \frac{A+B}{N} \times \frac{A+C}{N} \times \frac{C+D}{N} \times \frac{B+D}{N} = \frac{13+1}{16} \times \frac{13+2}{16} \times \frac{2+0}{16} \times \frac{1+0}{16} = 0/0064$$

$$\text{شاخص کاپا} = \frac{\text{توافقات مشاهده شده} - \text{توافقات شانسی}}{1 - \text{توافقات شانسی}} = \frac{0/875 - 0/0064}{1 - 0/0064} = 0/8741$$

بعد از اینکه مقالات برای متناسب بودن با معیارهای مطالعه بررسی شدند، در گام بعدی کیفیت روش شناختی مطالعه‌ها ارزیابی شد. هدف از این گام حذف مقاله‌هایی بود که به یافته-

های ارائه شده آنها اعتمادی نبود. برای این منظور از ابزار «مهارت‌های ارزیابی ضروری»¹ استفاده شد. این ابزار شامل ده سوال به این شرح است: 1- اهداف تحقیق، 2- منطق روش، 3- طرح تحقیق، 4- روش نمونه‌برداری، 5- جمع‌آوری داده‌ها، 6- امکان بسط‌دادن نتایج، 7- رعایت ملاحظات اخلاقی، 8- دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها، 9- بیان واضح یافته‌ها و 10- ارزش پژوهش. طبق این ابزار پژوهشگر به هر سوال امتیاز صفر تا 5 می‌دهد. هر پژوهشی که مجموع امتیاز آن از 30 کمتر باشد، حذف می‌شود (Finfgeld, 2018). در این پژوهش حداقل امتیاز داده شده به مقالات 32 و حداکثر 48 بوده است. امتیاز همه مقالات برگزیده شده در مرحله «پ» بیش از 30 می‌باشد لذا هیچ‌یک از مقالات مذکور حذف نشدند.

روش تحلیل داده‌ها

در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون استفاده شده است. در فرآیند تحلیل مضمون، پس از آشنایی پژوهشگران با متن و تهیه فهرست اولیه از ایده‌های موجود در داده‌ها، گدهای اولیه مشخص شدند. با استخراج مفاهیم مرتبط با قابلیت شبکه‌سازی، گدهای باز را شناسایی کردیم. زمانی که همه داده‌ها، کدگذاری اولیه و گردآوری شده باشد، تحلیل در سطحی کلان‌تر از گدها در قالب مضامین مرتب می‌شود. در این مرحله، گدها تجزیه و تحلیل شده و به نحوه ادغام گدهای گوناگون برای تشکیل مضمون پایه توجه می‌شود. تصمیم‌گیری درباره نحوه گروه‌بندی مضامین، براساس محتوا و در صورت لزوم براساس مبانی نظری صورت می‌گیرد (عربیون و همکاران، 1398).

گام نهایی زمانی آغاز می‌شود که پژوهشگر به مضامین رضایت‌بخشی رسیده باشد. در این حالت، می‌توان مضامین پیشنهاد شده برای تحلیل داده‌ها را تعریف و تعدیل و داده‌ها را براساس آنها تحلیل کرد.

یافته‌ها

الف) توصیف نمونه‌های مورد مطالعه

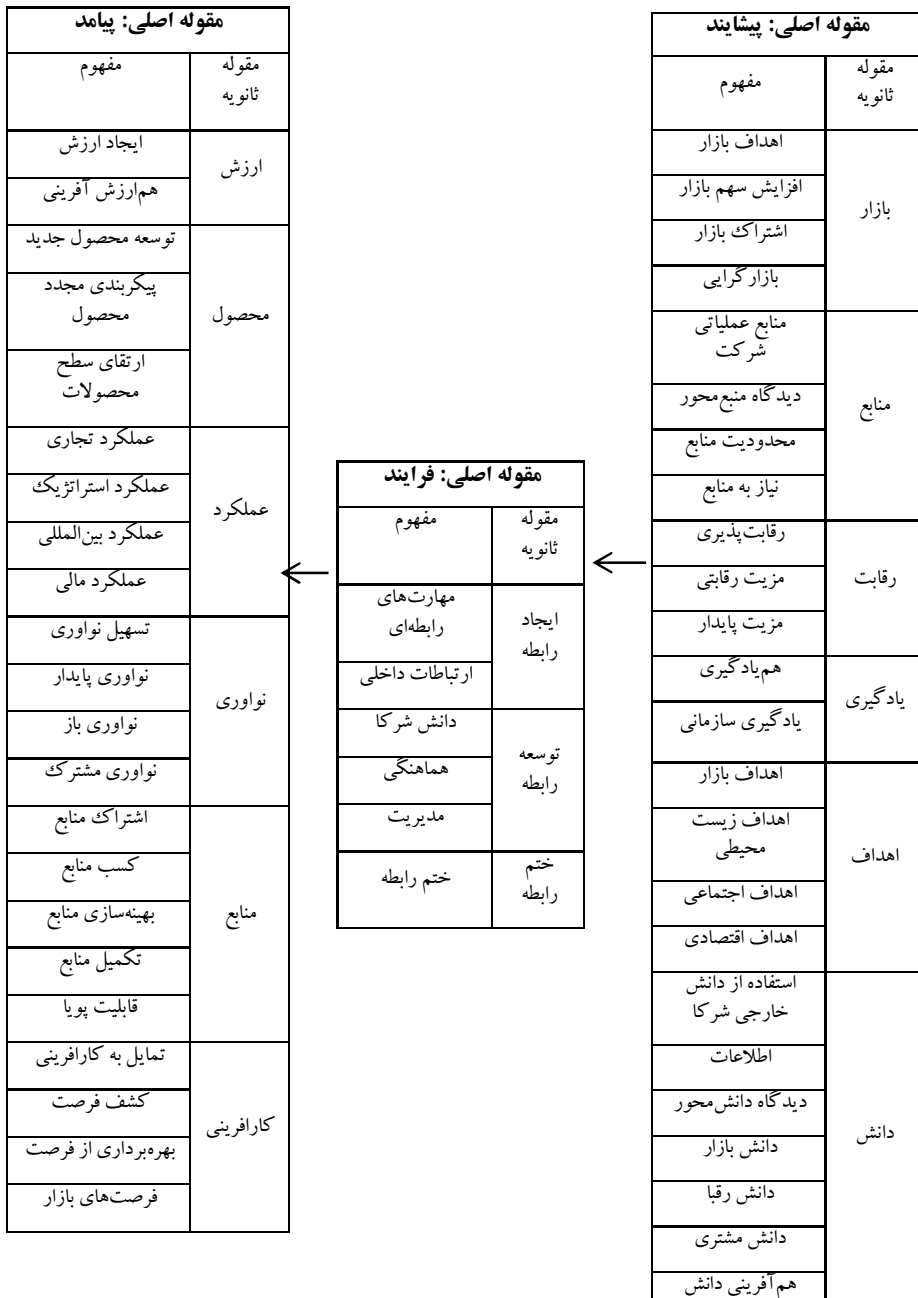
79 مقاله مورد مطالعه، در بازه زمانی سال‌های 1997 الی 2021 منتشر شده‌اند که از این تعداد 1 مقاله (1٪) در سال 2021 و تعداد 21 مقاله (24/4٪) در سال 2020 و تعداد 20 مقاله (23/2٪) در سال 2019 و تعداد 21 مقاله (24/4٪) در سال 2018 و تعداد 19 مقاله (22٪) در سال 2017 چاپ شده‌است که نشان‌دهنده روند رو به رشد انتشار مقالات در زمینه قابلیت شبکه‌سازی در سال‌های اخیر است. البته باید در نظر داشت که تعداد اندک مقالات در سال 2021 به دلیل آن است که فقط ماه اول سال مذکور در این مطالعه در نظر گرفته شده‌است. نشریه‌ای که بیشترین مقالات را به خود اختصاص داده، نشریه «مدیریت بازاریابی صنعتی» با تعداد (17 مقاله) می‌باشد. نویسندگانی که بیشترین مقالات را در زمینه قابلیت شبکه‌سازی به چاپ رسانده، مک‌گریس¹ می‌باشد. آمریکا با 37 مقاله کشوری است که بیشترین تولیدات علمی را در این زمینه داشته‌است. تاثیر قابلیت شبکه‌سازی در این پژوهش‌ها بر متغیرهایی از قبیل عملکرد، نوآوری و کسب دانش مورد بررسی قرار گرفته‌است و در تمام این مطالعات، قابلیت شبکه‌سازی به عنوان متغیر مستقل یا میانجی در نظر گرفته شده‌است و در هیچیک از مطالعات مذکور قابلیت شبکه‌سازی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته نشده‌است.

ب) تفسیر نتایج (طراحی الگوی پژوهش)

چارچوب پیشنهادی این پژوهش که براساس گداهای مستخرج از مدارک درباره قابلیت شبکه‌سازی ارائه شده، در شکل 1 نشان داده شده‌است. در ادامه به توضیح هر یک از اجزا مدل می‌پردازیم.

1- پیشایندهای قابلیت شبکه‌سازی

دسترسی به فرصت‌ها یکی از علل ایجاد قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه است. قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه به عنوان یک ساختار چهار بعدی در نظر گرفته می‌شود که توضیح



شکل 1. الگوی قابلیت شبکه‌سازی

می‌دهد چگونه کارآفرینان برای تسهیل کشف فرصت‌ها انگیزه پیدا می‌کنند تا روابط شبکه را ایجاد، حفظ و هماهنگ نمایند. کارآفرینان این ساختار را به روش‌های زیر انجام می‌دهند: الف) توسعه پیکربندی ساختار کارآفرینی (به عنوان مثال، مرکزیت شبکه) و ب) بهبود کیفیت رابطه (به عنوان مثال، قدرت رابطه) (Shu et al, 2018).

ادبیات موجود در مورد شبکه‌های سازمانی صرفاً بر روی تاثیر قابلیت‌های پویای شبکه - محور بر عملکرد سازمان‌ها متمرکز شده‌است و از بررسی عوامل تعیین‌کننده این روش‌ها غافل مانده‌است. «علینقیان و رزم‌دوست»¹ (2018) مطالعه‌ای را با هدف بررسی این مسئله با بررسی ویژگی‌های منابع شبکه که بر روی قابلیت‌های پویای شبکه محور شرکت تاثیر می‌گذارد، انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که اثرات هشت ویژگی منبع شبکه بر روی سه دسته از قابلیت‌های پویای شبکه (به عنوان مثال، شناسایی کردن، به‌دست آوردن و انتقال قابلیت‌های پویای شبکه) به شرح زیر است: کمیابی منابع شبکه بر اثربخشی شناسایی قابلیت‌های پویای شبکه تاثیر می‌گذارد، مکمل بودن منابع شبکه بر اثربخشی کسب قابلیت‌های پویای شبکه تأثیر می‌گذارد، قابلیت دسترسی و سودمند بودن منابع شبکه بر اثربخشی کسب قابلیت‌های پویای شبکه تاثیر می‌گذارد، قابلیت مقیاس‌پذیری و قابلیت اطمینان منابع شبکه بر اثربخشی انتقال منابع تاثیر می‌گذارد و در نهایت، استفاده و قابلیت انعطاف‌پذیری منابع شبکه بر کارایی انتقال قابلیت‌های پویای شبکه تاثیر می‌گذارد.

مؤ² تحقیقی را با عنوان «قابلیت شبکه‌سازی، ساختار شبکه و عملکرد توسعه محصول جدید» در سال 2014 انجام داده‌است. وی در این پژوهش خاطر نشان می‌کند که با توجه به اثرات استراتژیک روابط شبکه بر عملکرد شرکت، مهم است که بدانیم چگونه قابلیت‌های شبکه به دست می‌آید و بر روابط ساختاری شبکه تاثیر می‌گذارد و به نوبه خود بر عملکرد توسعه محصول جدید تأثیر می‌گذارد. بر اساس دیدگاه قابلیت‌های پویا، وی بحث نموده‌است که قابلیت شبکه، عملکرد توسعه محصول جدید را تقویت می‌کند و نقش مهمی در توسعه و تاثیرگذاری روابط ساختاری شبکه بر عملکرد توسعه محصول جدید دارد. وی پیش‌بینی‌های

1 Alinaghian & Razmdoost

2 Mu

نظری خود را آزمایش کرده و یافته‌های تحقیق، بینش جدیدی را در مورد توانایی شرکت‌ها در ایجاد روابط ساختاری شبکه‌ای ارائه می‌دهد که شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا به‌طور موفقیت‌آمیز محصولات جدید را تولید و تجاری‌سازی نمایند. وی متوجه گردیده‌است که روابط قوی و گره‌های ارتباطی تنها زمانی که شرکت‌ها دارای قابلیت شبکه‌سازی مناسب (مدیریت) هستند بر عملکرد توسعه محصول جدید به‌طور مثبت تاثیر می‌گذارد. همچنین، وی نشان داده‌است که به‌ترتیب روابط قوی و گره ارتباطات، تاثیر مثبتی بر رابطه بین توانایی شبکه‌سازی (پیدا کردن) و عملکرد توسعه محصول جدید می‌گذارد.

2- فرایندهای قابلیت شبکه‌سازی

قابلیت شبکه‌سازی به عنوان توانایی شرکت در یافتن شرکای شبکه و مدیریت روابط شبکه برای ایجاد مزیت رقابتی شایستگی یک شرکت برای جستجوی هدفمند و پیدا کردن شرکای شبکه، مدیریت و اثرگذاری در روابط شبکه برای ایجاد ارزش تعریف می‌شود (Mu, 2014).

قابلیت شبکه‌سازی، شامل توانایی برای شناسایی و ایجاد ارتباط با دیگران زودتر از رقبا (پیش‌فعالی)، ایجاد ارتباط براساس اعتماد متقابل (مهارت ارتباطی) و هماهنگی و ادغام مجموعه ارتباطات سازمانی و مدیریت آنها به عنوان یک پورتفولیو (هماهنگی) است. محققان معتقدند بازار عوامل برای شرکا کامل نیست و تعداد شرکا با دانش جدید و مکمل در بازار محدود است. در نتیجه، شرکت‌های پیش‌فعال در ایجاد ارتباط با دیگر شرکت‌ها، از مزیت پیش‌تاز بودن استفاده می‌کنند و می‌توانند فرصت‌های ایجاد اتحاد با شرکای بالقوه و جدید را پیش از رقبا قبضه کنند (سخدری، 1394). براین اساس، امکان دسترسی شرکت‌های پیش‌فعال به دانش جدید و مکمل بیشتر است و فعالیت‌های کارآفرینانه آنها افزایش می‌یابد.

3- پیامدهای قابلیت شبکه‌سازی:

قابلیت شبکه‌سازی رابطه نزدیکی با مشتریان دارد که شرکت را قادر می‌سازد تا در فرایندهای مشتریان مشارکت نماید و آنها را از طریق ایجاد ارزش برای آنها تحت تاثیر قرار دهد. شرکت می‌تواند با ایجاد شبکه یا گروه‌های تجاری با سایر شرکایش مشارکت نموده و از همدیگر یاد بگیرند و در ریسک‌ها باهم سهیم شوند و منابع را در بین خود تقسیم نمایند و همراه با مشتریان ارزش ایجاد کنند (Varamäki & Vesalainen, 2003). یکی از متغیرهای

تأثیرگذار بر ارزش مشتری قابلیت شبکه‌سازی است (Forret & Dougherty, 2004).

نوآوری نقشی اساسی در توسعه فناوری دارد. این ماده در همه جا تولید می‌شود و با خرد محلی برای حل مسئله در مناطق خاص غنی می‌شود تا رفاه بیشتر انسان‌ها افزایش یابد. بنابراین توسعه فناوری به یک سیستم پویا از روابط بین ذینفعان مختلف تبدیل می‌شود و این امر به مشارکت و همکاری متقابل و همکاری مشترک نیاز دارد. مشارکت‌های فناوری به یک مدل شبکه‌ای تبدیل می‌شوند که توسط ذینفعانی که دانش، فعالیت‌ها و منابع مرتبط با هم دارند، شکل می‌گیرد که منجر به گزینه‌های استراتژیک آینده و راه‌حل‌های محصول جایگزین، کارآمد، موثر و پایدار می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه، اساس موفقیت کارآفرینی است (Chaston & Scott, 2012; Gronum et al., 2012). این پژوهش به دنبال پاسخ‌دادن به این سوال بوده‌است: چه مدلی برای قابلیت شبکه‌سازی وجود دارد؟ در این پژوهش برای قابلیت شبکه‌سازی با استفاده از مرور نظام‌مند مدلی طراحی شد. برای این منظور 197 مقاله از پایگاه اسکپوس مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت 79 مقاله جهت بررسی و تحلیل انتخاب گردید. ابعاد اصلی قابلیت شبکه‌سازی شامل سه بعد پیشایندها، فرایندها و پیامدها می‌باشد. در این پژوهش برای مضمون اصلی پیشایندها، شش مضمون ثانویه (بازار، منابع، رقابت، یادگیری، اهداف و دانش) و برای مضمون اصلی پیامدها، شش مضمون ثانویه (ارزش، محصول، عملکرد، نوآوری، منابع و کارآفرینی) و برای مضمون اصلی فرایندها سه مضمون ثانویه (ایجاد رابطه، توسعه رابطه و ختم رابطه) در نظر گرفته شد.

نتایج پژوهش حاضر همسو با نتایج پژوهش کوهامکی¹ و همکاران (2018) است. آنها در پژوهش خود با استفاده از مرور نظام‌مند اجزای قابلیت اتحاد را در سه بعد پیشایندها، فرایندها و پیامدها ارائه داده‌اند. همچنین نتایج این پژوهش همسو با نتایج پژوهش فورکمن² و همکاران (2018) می‌باشد. آنها در پژوهش خود با مرور ادبیات موضوع قابلیت شبکه‌سازی اقدام به

1 Kohtamäki

2 Forkmann

شناسایی خلاقانه‌های پژوهشی در مورد قابلیت شبکه‌سازی پرداخته و پیشنهادهای پژوهشی ارائه نموده‌اند. نتایج این پژوهش همسو با نتایج پژوهش چن و کیتسیس¹ (2017) می‌باشد. آنها در پژوهش خود اقدام به ارائه و توسعه چارچوب و گزاره‌هایی برای پیشبرد تحقیقات و عملیات در مورد نقش قابلیت رابطه‌ای در مدیریت پایدار زنجیره تأمین بر اساس ابعاد پیشایندها (فشار از سوی ذینفعان)، پیامدها (شاخص‌های عملکرد اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی و عملیات (مدیریت ریسک، ارتباطات، همکاری، تسهیم اطلاعات و اعتمادسازی) می‌شود.

پیشنهاد‌های پژوهشی

پتانسیل‌های پژوهش‌های مروری در روشن کردن قلمروهایی که به پژوهش بیشتری نیاز دارند و کاهش قلمروهایی که کثرت پژوهشی در آنها وجود دارد، به تازگی در ادبیات شبکه‌سازی نیز مورد توجه قرار گرفته‌است. در این بخش خلاءهای موجود در پژوهش‌های قابلیت شبکه‌سازی ذکر شده و توصیه‌های پژوهشی برای پژوهشگران آتی ارائه می‌شود. شرکت‌ها به‌طور فزاینده‌ای در حال پیوستن به اتحادهای استراتژیک برای توسعه عملیات خود هستند. آنها برای اداره روابطشان با سایر اعضای اتحادیه برای تضمین موفقیت این اتحادها تلاش می‌کنند. از سوی دیگر طبق پژوهش‌های انجام‌یافته در طی 20 سال گذشته، اتحادهای استراتژیک، موفقیت کمی در زمینه نیل به اهدافشان داشته‌اند. یکی از علل این عدم موفقیت شرکت‌ها، نداشتن قابلیت مدیریت اتحاد توسط شرکت‌ها است (Mamavi et al., 2015). لذا یکی از زمینه‌های پژوهش آتی پژوهشگران می‌تواند بررسی عوامل تعیین‌کننده قابلیت اتحاد استراتژیک شرکت‌ها باشد. یکی دیگر از زمینه‌های پژوهشی می‌تواند بررسی عوامل موثر بر کسب قابلیت شبکه‌سازی کارآفرینانه توسط شرکت‌ها باشد. اغلب مطالعات موجود در ادبیات شبکه، مقیاس‌های ساختاری شبکه‌ای نظیر متمرکزی و گستردگی شبکه شرکت را برای درک تفاوت‌های عملکرد شرکت اقتباس کرده‌اند (برای مثال Hagedoorn et al., 2006; Hendry & Brown, 2006; Zaheer & Bell, 2005). تحقیقات تجربی که بر رفتارهای شرکت‌ها در ارتباط با شبکه‌هایشان متمرکز است، هنوز اندک است. لذا یکی از زمینه‌های پژوهشی آتی

می‌تواند مطالعه رفتارهای شبکه‌سازی باشد. طبق بررسی‌های بعمل آمده اکثر پژوهش‌هایی که تاکنون در مورد قابلیت شبکه‌سازی انجام شده است تاثیر قابلیت شبکه‌سازی را بر عملکردهای خاص شرکت‌ها مانند سودآوری و توسعه محصول جدید بررسی کرده‌اند و از تاثیر قابلیت شبکه‌سازی بر سایر کارکردهای شرکت‌ها غافل مانده‌اند. یکی از این کارکردها، رقابت‌پذیری شرکت‌ها است. طبق پژوهشی که توسط فورکمن و همکارانش در سال 2018 انجام گرفته، یکی از شکاف‌های موجود در ادبیات پژوهشی قابلیت‌ها در شبکه‌ها و روابط تجاری، عدم-انجام پژوهشی در زمینه تاثیر قابلیت‌های شرکت بر رقابت‌پذیری آنها است. لذا ایشان به عنوان توصیه پژوهشی پیشنهاد می‌کنند تا در این زمینه مطالعه نظری و تجربی انجام شود (Forkmann et al., 2018). علاوه بر این، عدم توانایی رقبا برای افزایش قابلیت‌ها یا «شناسایی قابلیت» که بر اساس آن استراتژی رقابتی بنا می‌شود به عنوان منبع کلیدی پایداری مزیت‌های رقابتی پیشنهاد شده است. ویراوارد و ماوندو¹ (2011) متوجه شدند که این مطلب اهمیت کمتری در مباحث علمی به خود اختصاص داده و می‌تواند موضوع ارزشمندی برای پژوهش‌های آتی باشد.

محدودیت‌های پژوهش

به‌رغم اهمیت پژوهش‌های مروری برای پیشبرد دانش یک قلمرو، محدودیت‌هایی در این روش پژوهشی وجود دارد. نخست، برخلاف تلاش ما برای پوشش مقالات پیشرو در مورد قابلیت شبکه‌سازی، قسمت‌هایی همچون فصل‌های کتاب حذف شدند. علاوه بر این، به‌رغم تلاش برای انجام دقیق پژوهش، نمی‌توان ذهنیت پژوهشگران را در گدگذاری و به‌ویژه دسته-بندی گدها و نامگذاری مفاهیم و مقولات، نادیده گرفت. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها، فقط از پایگاه داده اسکپوس استفاده شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی از سایر پایگاه‌های داده نیز استفاده کنند.

ما جستجوی موضوع قابلیت شبکه‌سازی را تا آخر ژانویه سال 2021 میلادی در پایگاه داده اسکپوس انجام دادیم. از آنجاییکه هر روز به مقالات این پایگاه افزوده می‌شود، لذا پیشنهاد می‌شود پژوهشگران آتی این جستجو را در بازه‌های زمانی آتی نیز انجام دهند.

منابع

اصل جعفری، الهه (1397)، "تاثیر جهت گیری کارآفرینی و قابلیت شبکه سازی بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شرکتهای مستقر در پارک های علم و فناوری شهر تهران)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

سخدری، کمال (1394)، "قابلیت شبکه سازی و عملکرد کارآفرینانه سازمانی: تبیین نقش گرایش های راهبردی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های ارائه کننده تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی به بخش معدن و صنایع معدنی ایران)"، توسعه کارآفرینی، 8 (1): 174-159.

عریبون، ابوالقاسم، مبینی دهکردی، علی، سلاجقه، نیلوفر، (1398)، "مفهوم پردازی کنش کارآفرینانه"، توسعه کارآفرینی، 12 (2): 260-241.

Adomako, S., Danso, A., Boso, N., Narteh, B. (2018), "Entrepreneurial alertness and new venture performance: Facilitating roles of networking capability", International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 36(5), 453-472.

Alinaghian, L., Razmdoost, K. (2018), "How do network resources affect firms' network-oriented dynamic capabilities?", Industrial Marketing Management, 71, 79-94.

Äyväri, A., Möller, K. (2008), "Understanding relational and network capabilities a critical review", In 24th IMP-conference, Uppsala.

Bai, O., Wei, J. (2019), "Alliance Management Capability of Entrepreneurial Nonprofit Organizations and Cross-sector Alliance Performance: An fsQCA Approach", IEEE International Symposium on Innovation and Entrepreneurship (TEMS-ISIE).

Chen, I. J., Kitsis, A. M. (2017), "A research framework of sustainable supply chain management", The International Journal of Logistics Management, 28(4), 1454-1478.

Chaston, I., G. Scott (2012), "Entrepreneurship and Open Innovation in an Emerging Economy", Management Decision, 50(7), 1161-1177.

Ferri, M. A., Aiello, L. (2017), "Tourism destination management in sustainability development perspective, the role of entrepreneurship and networking ability: Tourist Kit", World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 13, (5/6), 647-664.

Finfgeld, D. L. (2003), "Metasynthesis: The State of the Art—So Far", Qualitative Health Research, 13(7), 893-904.

Forkmann, S., Henneberg, S. C., & Mitrega, M. (2018), "Capabilities in business relationships and networks: Research recommendations and directions", Industrial Marketing Management, 74, 4-26.

- Forkmann, Sebastian, Henneberg, Stephan C., Naudé, P., Mitrega, Maciej (2016), "Supplier relationship management capability: A qualification and extension", *Industrial Marketing Management*, 57, 185–200
- Forret, M. L., Dougherty, T. W. (2004), "Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women?", *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 419–437.
- Gronum, S., Verreyne, M., Kastle, T. (2012), "The Role of Networks in Small and Medium-Sized Enterprise Innovation and Firm Performance", *Journal of Small Business Management*, 50(2), 257–282.
- Hagedoorn, J., Roijakkers, N., Van Kranenburg, H. (2006), "Inter-firm R&D networks: The importance of strategic network capabilities for high-tech partnership formation", *British Journal of Management*, 17(1), 39–53.
- Hendry, C., Brown, J. (2006), "Organizational Networking in UK Biotechnology Clusters", *British Journal of Management*, 17(1), 55–73.
- Khalid, S., Larimo, J. (2012), "Affects of alliance entrepreneurship on common vision, alliance capability and alliance performance", *International Business Review*, 21(5), 891–905.
- Kale, P., Dyer, J. H., Singh, H. (2002), "Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: the role of the alliance function", *Strategic Management Journal*, 23(8), 747–767.
- Karami, M., Tang, J. (2019), "Entrepreneurial orientation and SME international performance: The mediating role of networking capability and experiential learning", *International Small Business Journal: Researching*, 37(2):105-124.
- Kohtamäki, M., Rabetino, R., Möller, K. (2018), "Alliance capabilities: A systematic review and future research directions", *Industrial Marketing Management*, 68, 188–201.
- Landis, J. R., Koch, G. G. (1977), "The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data", *Biometrics*, 33(1), 159-174.
- Li, H., de Zubieta, G. C., O'Connor, A. (2015), "Entrepreneurial networking capacity of cluster firms: a social network perspective on how shared resources enhance firm performance", *Small Business Economics*, 45(3), 523–541.
- Mamavi, O., Meier, O., Zerbib, R. (2015), "Alliance management capability: the roles of alliance control and strength of ties", *Management Decision*, 53(10), 2250–2267.
- Mu, Jifeng, (2014), "Networking capability, network structure, and new product development performance", [IEEE Transactions on Engineering Management](#), 61(4), 599-609.
- Mu, [Jifeng \(2017\)](#). "Dynamic Capability and Firm Performance: The Role of Marketing Capability and Operations Capability", [IEEE Transactions on Engineering Management](#), 64(4), 554 – 565.
- Ritter, T., Wilkinson, I. F., Johnston, W. J. (2002), "Measuring network competence: Some international evidence", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 17(2/3), 119–138.
- Ritter T. (1999), "The networking company: antecedents for coping with relationships and networks effectively", *Ind Mark Manage*; 28(5):467 –79.

- Shu, R., Ren, S., Zheng, Y. (2018), “*Building networks into discovery: The link between entrepreneur network capability and entrepreneurial opportunity discovery*”, Journal of Business Research, 85, 197–208.
- Varamäki, E., Vesalainen, J. (2003), “*Modelling different types of multilateral cooperation between SMEs*”, Entrepreneurship & Regional Development, 15, 27–47.
- Wang, Y. Rajagopalan, N. (2014), “*Alliance Capabilities*”, Journal of Management, 41(1), 236–260.
- Weerawardena, J. Mavondo, F.T. (2011), “*Capabilities, innovation and competitive advantage*”, Industrial Marketing Management, 40 (8), 1220–1223.
- Wright R.W., Brand R. A., Dunn W., Spindler K. P. (2007), “*How to write a systematic review*”, Clin Orthop Relat Res, 455, 23-9.
- Zaefarian, G., Forkmann, S., Mitreǵa, M., Henneberg, S. C. (2017), “*A capability perspective on relationship ending and its impact on product innovation success and firm performance*”, Long Range Planning, 50(2), 184–199.
- Zaheer, A., Bell, G. G. (2005), “*Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes, and performance*”, Strategic Management Journal, 26(9), 809–825.