



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۵ / شماره ۱ (پیاپی ۵۷) / بهار ۱۴۰۵
صفحه ۴۰۷ تا ۴۲۶

ارایه مدل مناسب برای نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکتهای فناوری پیشرفته

داود طهماسبی آبدر

گروه مدیریت مالی، واحد امارات، دانشگاه آزاد اسلامی، دبی، امارات متحده عربی
tptacc@gmail.com

فریدون رهنمای رودپشتی

گروه حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Rahnama.roodposhti@gmail.com

شادی شاهوردیانی

گروه مدیریت مالی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
shahverdiani@gmail.com

حسین بدیعی

گروه حسابداری، دانشکده اقتصاد و حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
badiei@iau.ac.ir

محسن رستمی مال خلیفه

گروه ریاضی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Mohsen@rostami@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۲۳

چکیده

تحقیق حاضر ارائه مدل قابل اجرا و مناسب برای نوآوری کسب‌وکار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکتهای فناوری پیشرفته می‌باشد. در این پژوهش مجموعه‌ای از اطلاعات برای شرکتهایی می‌باشد که می‌خواهند از استراتژی ادغام و اکتساب شرکتی راهی را برای دستیابی به نوآوری اتخاذ کنند و به آنها امکان می‌دهد شانس موفقیت خود را افزایش دهند. در ادغام و اکتساب شرکت‌هایی با ساختارهای تحقیق و توسعه قوی، می‌تواند ابزار قدرتمندی برای افزایش ظرفیت نوآوری فناورانه در اختیار داشته باشد. متدولوژی مورد نظر در این پژوهش کیفی است. که در آن از روش گردن‌دنتوری داده بنیاد استفاده شده است. که با استفاده از نظرات خبرگان موضوع و مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان در این حوزه و با استفاده از روش گلوله برفی تا رسیدن به مرحله اشباع نظری در جهت شناسایی عوامل اثرگذار در تدوین مدل مورد نظر پژوهش با استفاده از کد گذارهای باز، محوری و انتخابی پرداخته شده است. نتایج حاصل از این پژوهش در پایان منجر به ارائه الگویی برای نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکتهای فناوری پیشرفته می‌شود که در جهت ادغام و اکتساب در شرکتهای فناوری پیشرفته و همچنین مدل مفهومی پژوهش تدوین و ارائه گردیده است. از نتایج حاصل از پژوهش جاری اهم فعالیت در بخش‌های از میزان محوریت نقش فناوری صنایع پیشرفته؛ مشارکت در طرح‌های پژوهشی؛ رشد فناوری؛ کیفیت فناوری؛ فوریت‌های ادغام و اکتساب؛ موقعیت تکنولوژیکی صنایع پیشرفته؛ سطح تخصص در شرکت فناوری پیشرفته؛ در جهت استراتژی‌های ادغام و اکتساب فناوری پیشرفته می‌باشند. **واژه‌های کلیدی:** ارائه الگو، ادغام و اکتساب، نوآوری کسب‌وکار، فناوری پیشرفته، روش کیفی.

۱- مقدمه

امروزه وقتی کشوری که به دنبال راه‌حل‌های مناسب برای شروع مجدد رشد پایدار اقتصادی است، موضوع تولیدات فناوری محور به دلیل ایجاد ارزش افزوده بالا در آن بسیار پراهمیت می‌شود. هدف اولیه ادغام و اکتساب ایجاد شرکت‌هایی توانمند که بتوانند با توان اقتصادی و مالی خود شرکت‌هایی با ساختارهای تحقیق و توسعه قوی با ابزارهای قدرتمند برای افزایش ظرفیت و تولیدی نوآوری و فناورانه را ایجاد نمایند. انجام فعالیت‌های کسب‌وکارهای کارآفرینی و کارآفرینانه در هر کشوری موجب شکوفایی و رشد اقتصادی آن کشور خواهد شد و برای پی بردن به این موضوع می‌توان به شرایط اقتصادی کشورهای توسعه یافته توجه کرد. با توجه به اینکه بسیاری از کشورها از طریق افزایش صادرات بر رکود غلبه کرده‌اند، سیاست و استراتژی تحریک صادرات عموماً در پویاترین مولفه آن یعنی صادرات با فناوری بالا متمرکز است (ساندو و سیوکانل^۱، ۲۰۱۴). افزایش صادرات کالاهای با فناوری بالا دارای تاثیر به مراتب بیشتری روی رشد بوده و خروج از رکود را نسبت به صادرات سایر کالاها، تسریع می‌کند. فرایند توسعه‌یافتگی کشورها نشان می‌دهد، نقش و اهمیت نوآوری در شتاب رشد و توسعه اقتصادی موجب تحولات پیچیده در محیط بنگاه‌ها و افزایش رقابت‌پذیری شده است. امروزه اکثر کشورها به واسطه دگرگونی‌های موجود در بازار و نیازهای متنوع تولید، برنامه توسعه و پرورش نوآوری را در اولویت کار خود قرار داده‌اند. بنابراین می‌توان ادعان کرد که اگر کشورها بتوانند با درک موقعیت، بسترهای محیطی مناسبی را برای توسعه نوآوری در کسب‌وکارها فراهم کنند، به‌نوعی می‌تواند با توسعه نوآوری در کسب و کارها، باعث افزایش رشد تولید شود. نتایج حاصل از پیشرفت کشورهای توسعه‌یافته نشان داده که تأمین محیط نهادی مساعد برای کسب‌وکارها، مؤثرترین برنامه رشد و توسعه پایدار محسوب می‌شود. ورود به این عرصه موجب می‌شود تا یک واحد کسب‌وکار بتواند خود را با واحدهای دیگر که در همان مجموعه شرایط محیطی قرار دارند، مطابقت دهد (حسین‌پور و مرادی، ۱۴۰۰). در این صورت اگر نهادها به‌عنوان مجموعه‌ای از قوانین رسمی و بازیگران غیررسمی (نورث، ۱۹۹۰). بتوانند مسیر حرکت کسب‌وکارها را در قالب یک چهارچوب مشخص برای تحقق اهداف توسعه تنظیم کنند، و مطابقت و تطبیق‌های لازم را به عمل آورند. با در نظر گرفتن این استدلال که وقتی مجموعه‌ای در بستر یک شرایط مشخص باید از قوانینی پیروی کند و بازیگران اقتصاد ناگزیر به انجام اعمال مشابهی می‌شوند که به همان مجموعه قوانین پاسخ می‌دهند (حسین‌پور و مرادی، ۱۴۰۰).

در سال‌های اخیر، شرکت‌های بزرگ چندملیتی IT (فناوری اطلاعات) تلاش زیادی برای افزایش توانایی خود برای تولید نوآوری رقابتی با سرعتی سریع‌تر انجام داده‌اند. با این حال، حتی شرکت‌های غول‌پیکر فناوری اطلاعات، قادر به تولید نوآوری‌های فن‌آوری پایدار به تنهایی نیستند و با همه شایستگی‌های لازم برای چنین چالش‌ها نوآوری‌هایی تسلط لازم را ندارند. لذا ادغام و تملیک به دلایل مختلفی انجام می‌شود و محققان با استفاده از چارچوبهای نظری مختلف، این انگیزه‌ها را مفهوم‌سازی کرده‌اند. ادغام و تملیک به طور گسترده با انگیزه‌های مالی، استراتژیک و مدیریتی ارتباط دارند (فاکنر، تریکانگاس و جوزف، ۲۰۱۲). در مورد انگیزه‌های مالی، ادغام و تملیک تواند برای افزایش ارزش شرکت از طریق هم‌افزایی مبتنی بر هزینه (اقتصاد مقیاس یا دامنه) یا هم‌افزایی مبتنی

^۱ Sandu & Ciocanel

بر درآمد که سبب افزایش فروش یا رشد دارایی می شود (ویلسون و همکاران، ۱۹۹۹). استراتژی دیگر دستیابی به دست آوردن افزایش قدرت بازار و ممانعت ورود به بازارهای احتمالی بازار است (تراتوبین، ۱۹۹۰). اکتساب کنندگان همچنین ممکن است به طور فعال شرکت‌های هدف کم ارزشگذاری شده را جستجو کنند. شرکت باید توجه زیادی به حرکات بازارها و رقبای خود در سطح داخلی و بین المللی داشته باشد تا در صورت لزوم، استراتژی‌های خود را بر اساس آن تغییر جهت دهد. اگرچه در ایران در خصوص ادبیات ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته تحقیقات متعددی انجام شده است اما تا کنون تحقیق جامعی در مورد ارائه الگوی نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته نشده است، بنابراین هدف پژوهش پیش رو ارائه الگوی تاب‌آوری مالی کسب و کارهای کارآفرینانه با رویکرد مدیریت ریسک می‌باشد. اما نکته اصلی این است که فرآیند ادغام و اکتساب در شرکت‌های با فناوری پیشرفته چگونه انجام شود تا اثربخشی لازم را داشته باشد؟ چگونه می‌توان ادغام و اکتساب را در شرکت‌های با فناوری پیشرفته را مدیریت کرد؟ و چه عواملی بر فرآیند ادغام و اکتساب در شرکت‌های با فناوری پیشرفته مؤثر هستند؟ با توجه به آنچه گفته شد، تحقیق حاضر به این موضوع می‌پردازد که در ادغام و اکتساب شرکت‌های با فناوری پیشرفته، ایجاد شایستگی، ادغام دارایی‌های نوآورانه و اهرم شایستگی و سایر مولفه‌های محتمل چه نقشی در نوآوری کسب و کار خواهد داشت.

ادبیات پژوهش

در حال حاضر اکثریت جوامع، سازمان‌ها و افراد در شرایط محیطی متنوع و در حال تغییر قرار دارند. این محیط‌ها علیرغم اینکه می‌توانند فرصت‌های قابل توجهی برای موفقیت و رشد سازمان‌ها را فراهم نمایند، می‌توانند تهدیدات و چالش‌های مهمی را نیز ایجاد نمایند. آمارها در چند دهه اخیر نشان می‌دهد که بسیاری از کشورها پیشرفت‌های اقتصادی خود را با سرمایه‌گذاری و افزایش نوآوری در زمینه تولید و بعد از آن صادرات در حوزه محصولات و خدمات نوآورانه به دست آورده‌اند (وانگ، ۲۰۱۴). شرکت‌های بزرگ فناوری چندملیتی در این کشورها تلاش‌های خود را برای افزایش ظرفیت خود برای تولید نوآوری‌های فن‌آوری رقابتی با سرعتی سریع‌تر تشدید کرده‌اند. چرخه عمر محصولات در حال کوتاه‌تر شدن است، رقابت به طور فزاینده‌ای شدید و جهانی شده است و نیاز روزافزونی برای برآورده کردن نیازهای خاص کشورها یا مناطق خاص وجود دارد. تحت این سناریوی افزایش رقابت، حتی شرکت‌های غول‌پیکر صنعت IT، با درآمدهای سالانه چند میلیارد دلاری، مانند HP با ۱۰۵ میلیارد دلار، IBM با ۹۶ میلیارد دلار، Dell با (۵۳ میلیارد دلار)، مایکروسافت (۵۸ میلیارد دلار آمریکا)، اینتل، اپل و سیسکو (۳۶ میلیارد دلار)، احساس نمی‌کنند که خودشان قادر به تولید نوآوری‌های تکنولوژیکی پایدار و تسلط بر همه شایستگی‌های مورد نیاز برای چالش‌های چنین نوآوری نیستند (www.forbes.com، ۲۰۰۹). چندین مدل برای مقابله با این مشکل پدید آمده است. برای مثال، اینتل استراتژی ایجاد اکوسیستم‌های تجاری، هماهنگ کردن منافع عوامل خارجی مختلف، و همچنین توسعه فناوری‌ها، پلتفرم‌ها و مدل‌های تجاری مورد نیاز برای ایجاد بازارهای جدید برای محصولات خود و محصولات شرکای خود را اتخاذ می‌کند. با این استراتژی، در روح نوآوری باز، بخشی از تلاش تحقیق و توسعه توسط شرکت‌های دیگر انجام می‌شود، و این به اینتل اجازه می‌دهد تا

نوآوری‌هایی را با هزینه کمتر و با سرعت بیشتری تولید کند (کاستا^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). یکی دیگر از استراتژی‌های رقابتی که اغلب توسط شرکت‌های بزرگ اتخاذ می‌شود، خرید یا ادغام سیستماتیک شرکت‌های مبتنی بر فناوری است که به چنین شرکت‌هایی فرصت می‌دهد تا فناوری‌هایی را که مکمل محصولاتشان است، یا تنوع بخشیدن به سبدهای خود برای ورود به بخش‌های جدید و بهره‌برداری نشده بازار، به دست آورند. این استراتژی امروزه به طور گسترده توسط شرکت‌های بزرگ در بازار فناوری، به عنوان مکمل تلاش‌های تحقیق و توسعه خود، برای تولید نوآوری‌های فناورانه در بازه‌های زمانی رقابتی و با حجم رقابتی مورد استفاده قرار گرفته است.

یک مطالعه استراتژی‌های مورد استفاده توسط EMC Corporation، یک شرکت فناوری اطلاعات چندملیتی ایالات متحده، را برای تولید نوآوری‌های فن‌آوری، ترکیب خریدهای متوالی شرکت‌ها با ابتکارات تحقیق و توسعه خود، مطابق با مفهوم نوآوری باز و توزیع شده در چندین کشور، تحلیل می‌کند. با ترکیب این استراتژی‌ها، این شرکت که در بیست سال اول فعالیت خود عمدتاً بر بازار سخت‌افزار متمرکز بود، موفق شد مجموعه خود را متنوع کند و به ارائه‌دهنده خدمات فناوری اطلاعات، راه‌حل‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تبدیل شود و عملکرد خود را در سطح جهانی و مسیر رشد خود را افزایش دهد (کاستا و همکاران، ۲۰۱۱). شرکت‌ها راه‌های مختلفی برای توسعه منابع و شایستگی‌ها دارند. آنها ممکن است چنین منابع و صلاحیت‌هایی را در داخل توسعه دهند یا ممکن است آنها را از خارج از مرزهای شرکت به دست آورند. کسب صلاحیت‌های خارجی می‌تواند به عنوان مثال از طریق کسب یک حق اختراع یا مجوز، یا با انعقاد قراردادهای مشارکتی، مانند سرمایه‌گذاری مشترک، انجام شود. در برخی موارد، شایستگی‌های فناورانه را می‌توان با خرید یک شرکت مبتنی بر فناوری جدید یا ادغام با شرکت‌های hi-tech که صلاحیت‌های لازم را توسعه داده و دارد، به دست آورد.

روند ادغام و اکتساب در جهان

ادغام و اکتساب مدتهاست که به عنوان یکی از عوامل موثر در ایجاد ارزش در اقتصادهای بزرگ بوده است. در اقتصادهای پیشرفته ادغام و اکتساب به عنوان ابزاری استراتژیک در سطح کلان و خرد شرکت توسعه و گسترش کسب و کارها به کار گرفته می‌شود.

تاریخچه ادغام به اوایل ۱۹۰۰ میلادی بر می‌گردد. اگرچه در آن زمان، صنایع تولیدی و معدنی را تحت تأثیر قرار دادند ولی صنایع مربوط به فلزات اساسی، پتروشیمی، شیمیایی، غذا، حمل و نقل و چند صنعت کوچک تاثیراتی از این ادغام‌های افقی پذیرفتند. پس از آن، در اوایل قرن بیستم رقابت زیادی برای گرفتن سهم بازار آغاز شد. سه دهه بعد با شدت و حجم بزرگتری شرکت‌ها در طول زنجیره ارزش به هم وصل شدند. مطالعات انجام گرفته نشان می‌دهد یکی از عوامل اصلی شدت گرفتن فعالیت‌های ادغام و اکتساب، شوک‌های محیطی شرکت‌ها بوده است. این شوک‌ها ترکیبی از شوک‌های اقتصادی، مقرراتی و تکنولوژیکی بودند که سبب شدند شرکت‌ها به این مسائل عکس‌العمل نشان داده و سبب شدت گرفتن فعالیت ادغام و اکتساب شوند. شوک اقتصادی در قالب رشد اقتصادی سبب می‌شود شرکت‌ها برای برآورده کردن نیازهای خود برای بالا رفتن شدید تقاضا در اقتصاد

¹ Costa

دست به فعالیتهای توسعه‌ای بزنند و ادغام و اکتساب راه سریعتری برای گسترش و توسعه فعالیت است تا رشد داخلی شرکت. شوک مقرراتی می‌تواند ناشی از برطرف شدن بعضی از موانع برای شرکت و در نتیجه ایجاد فرصت توسعه سریع برای شرکت‌ها باشد و در نهایت شوک تکنولوژی که می‌تواند در قالب انواع تغییرهای تکنولوژیکی سبب تغییرات عمده در صنایع موجود و حتی باعث ایجاد یک صنعت جدید شود.

موج فعالیتهای مربوط به ادغام و اکتساب به شش دوره مشخص تقسیم بندی می‌شود که در شکل شماره ۱ و ۲ به تصویر کشیده شده‌اند. اولین موج ادغام‌های بعد از رکود سال ۱۸۸۳ شروع شده است. ادغام‌های این دوره بیشتر مربوط به ادغام‌های افقی بودند و نتیجه بیشتر این ادغام‌ها ایجاد دساختار انحصارگونه در صنایع بود. موج دوم ادغام‌ها بین سالهای ۱۹۱۶ تا ۱۹۲۹ اتفاق افتاد و می‌توان افزایش فعالیت در این دوره را در نتیجه افزایش فعالیت اقتصادی بعد از جنگ دانست. در این دوره بیشتر فعالیت‌ها، ادغام‌های عمودی بر روی شرکت‌های در طول زنجیره تامین بود. رشد اقتصادی ممتد و رشد شدید بازار سهام سبب راه افتادن موج سوم ادغام‌ها در اواسط دهه ۱۹۷۰ شد که بیشتر بر روی تملک‌های خرید نامتجانس^۱ متمرکز بود.

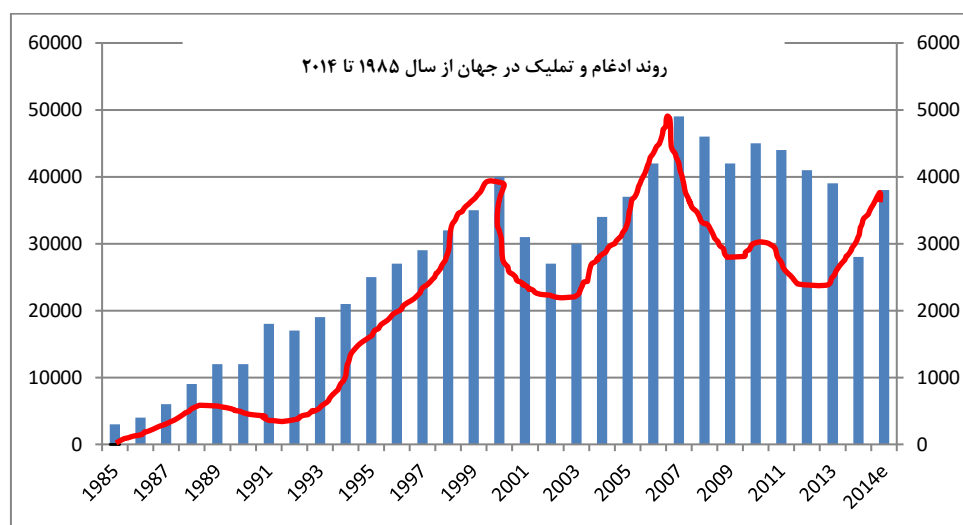
در دهه هشتاد میلادی، تصاحب‌های دشمنانه شدت گرفت. در این دوره خریدهای اهرمی به عنوان استراتژی غالب برای اکتساب‌ها مورد استفاده قرار گرفت. ادامه رونق اقتصادی و بازارهای مالی بین سالهای ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۰ که با ترکیبی از انقلاب تکنولوژیکی، کاهش موانع معاملاتی و روند جهانی به سمت خصوصی سازی همراه بود سبب شد تا موج دیگری از فعالیتهای ادغام شکل بگیرد و موج ششم ادغام‌ها نیز با گسترش شدید استفاده از خریدهای اهرمی بالا، سرمایه‌گذاری های PE همراه بود.

هر چند الگوهای خرید و تصاحب و سوددهی حاصل از ادغام و اکتساب در دوره‌های مختلف این فعالیت‌ها، متفاوت بوده است ولی فاکتورهای مشترکی هم باهم دارند. ادغام‌ها در دوره‌ای بیشتر اتفاق می‌افتانند که نرخ رشد اقتصادی پایدار و روبه بالا، نرخ بهره کاهشی و بازار سرمایه در حال رشد باشد. به طور تاریخی هر دوره از فعالیتهای ادغام و اکتساب هم در دوره‌های ویژه‌ای از فاکتورهای توسعه از قبیل ظهور فناوری‌های نوین، تمرکز صنعت، درجه مقررات و هم در تنوع تراکنش‌ها مثل افقی و عمودی باهم اختلاف داشتند.

بررسی موج‌های ادغام و اکتساب، ویژگی‌های آنها و عوامل موثر بر شروع فعالیت ادغام و اکتساب و تحلیل وضعیت موجود در اقتصاد و شرکت‌های فناوری پیشرفته و تطبیق شرایط احتمالی با دوره‌های شدت فعالیت ادغام و اکتساب کمک می‌کنند. در چند سال اخیر، رشد و توسعه شرکت‌های فناوری پیشرفته و قدرت اطلاعاتی در شرکت‌های فناوری پیشرفته، افزایش تعداد شرکت‌های تخصصی فناوری پیشرفته مانند شرکت‌های مادر تخصصی، شکل‌گیری هلدینگ‌های بزرگ در صنایع مختلف و ورود شرکت‌های تکنولوژی محور در اقتصاد کشور سبب شده است که فضا برای شروع فعالیتهای ادغام و اکتساب مناسب باشد. ادغام و اکتساب در داخل کشور می‌تواند بسیاری از شرکت‌های داخلی از جمله شرکت‌های فناوری پیشرفته را از طریق بازبانی ساختار مدیریتی، عملیاتی و تکنولوژیکی متحول کند و قدرت رقابت پذیری شرکت‌ها را بالا ببرد.

^۱ conglomerate

اما باید توجه داشت که این امر در عمل چالش‌های زیادی را پیش رو دارد. از این موارد می‌توان به اختلاف فرهنگ سازمانی بین شرکت‌ها، عدم وجود نهادهای تخصصی در حوزه تکنولوژیکی و به ویژه ادغام و اکتساب و قدرت ریسک‌پذیری پایین مدیران شرکت‌ها نام برد.



شکل ۲-۲: روند ادغام و اکتساب در جهان

ادغام، یکی شدن، دو یا چند سازمان/شرکت است که فعالیت‌های مشابه، مکمل یا مرتبط دارند و به منظور کسب توانایی‌های بیشتر و ایجاد بهبود در وضع موجود انجام می‌شود (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۶). ادغام سازمانی/شرکت‌ها عبارت است از تمرکز و به هم پیوستن تمامی فرایندهای انجام کار در دو یا چند سازمان/شرکت مشابه در قالب یک سازمان جدید به گونه‌ای که سازمان جدید توانایی انجام وظایف سازمان‌ها/شرکت‌های مذکور را دارا بوده و بتواند اهدافی را که آن‌ها دنبال می‌کردند را تحقق بخشد (کازمی و روکویی^۱، ۲۰۰۲؛ جلیلی و همکاران، ۱۳۹۶). اکتساب، معمولاً شرکتی دیگر را می‌خرد و دارایی‌های آن را جذب می‌کند. در این مورد، شرکت جذب‌شده معمولاً هویت خود را از دست می‌دهد و در شرکت جذب‌کننده ترکیب می‌شود. اکتساب‌ها به صورت کلی بیش‌تر نوعی خرید هستند تا توافق. شرکت جذب‌کننده در واقع سهام ممتاز شرکت دیگر را می‌خرد تا معامله را تکمیل کند. اصطلاح اکتساب به معنای عملی برای دستیابی به کنترل موثر توسط یک شرکت بر دارایی‌ها یا مالکیت یک شرکت دیگر است، بدون این که هیچ‌گونه ترکیبی به وجود بیاید. بنابراین در هنگام اکتساب ممکن است دو یا چند شرکت مستقل همچنان حقوق خودشان را به صورت جداگانه حفظ کنند، اما در کنترل این شرکت‌ها تغییراتی به وجود آید. در این راستا می‌توان گفت که اکتساب می‌تواند کنترل شرکت هدف را در دست

^۱ Kazemi & Rokoei

بگیرد. به لحاظ تجاری اصطلاح اکتساب متفاوت از اصطلاح تصرف است و هر دو آنها به صورت جداگانه استفاده می‌شوند. به عنوان مثال در کشور انگلستان، پنجاه درصد مالکیت یا بیشتر حقوق صاحبان سهام به عنوان اکتساب در نظر گرفته می‌شود، در حالی که اکتساب بیش از نود درصد از یک شرکت را تنها می‌توان تصاحب خواند، زیرا دارندگان سهام ممکن است ده درصد باقیمانده را نیز بسته به تمایل خودشان به فروش برسانند. آستانه کمیت/ ارزش سهام عموماً توسط سهامداران تجاری تعیین می‌شود. هرچه این سهامداران ماهرتر و سازماندهی شده تر عمل کنند، سهامداران جدید کنترل کمتری را خواهند داشت. بدین ترتیب اقتصادهای پیشرفته‌تر به احتمال زیاد بتوانند آستانه اقتصادی توسعه یافته‌تری داشته باشند تا بتوانند امور تجاری یک شرکت را کنترل کنند. این تمایز در عمل باعث ایجاد ابهاماتی می‌شود. چیزی که به عنوان اکتساب شناخته شده است برخی مواقع ادغام نیز خوانده می‌شود تا مدیران شرکت خریداری شده موقعیت خود را از دست ندهند. (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۱۳۹۶)

هر چند پژوهشگران از زوایای متعددی به بررسی نوآوری همت گماشته‌اند، اما در این راستا نقطه مشترک این تعاریف، این مفهوم را دارد که نوآوری، استفاده از ایده‌های نو در ایجاد ارزش‌های جدید می‌باشد (ایونسن^۱، ۲۰۰۴). با توجه به گستردگی تعاریف نوآوری و در راستای درک بیشتر از مفهوم آن تعریف جدیدی از دیدگاه چالز (۲۰۱۴) مطرح شده است که چهار فاکتور عمده را در مفهوم نوآوری مؤثر و مهم می‌داند که عبارتند از: شناخت مسئله، خلاقیت، ارزش و اجرا می‌باشند (مندگاری‌بامکان، ۱۳۹۹).



شکل ۱: نوآوری (مندگاری‌بامکان، ۱۳۹۹)

نوآوری فناورانه، نقش حیاتی و مهمی در توسعه جوامع صنعتی پیشرفته ایفا می‌کند. نوآوری فناورانه اغلب از طریق فرایند پیچیده و بلندمدتی همچون مراحل جست و جو، انتخاب، پیاده سازی و تصاحب ارزش، به دست می‌آید. (تید و بسانت^۲، ۲۰۰۹: ۱۱۶) تیلور و گریو (۲۰۰۶) نوآوری فناورانه را شکل‌گیری خلاقانه ایده جدید و عملی

^۱ Evensen

^۲ Tidd & Bessant

کردن آن در قالب محصولی ارزشمند تعریف می‌کنند. (مصلح و اله یاری بوزنجانی، ۱۳۹۳) در بخش بندی شناخته شده‌ای، نوآوری فناورانه به دو دسته نوآوری در محصول و نوآوری در فرایند تقسیم می‌شود. نوآوری‌های فناورانه اغلب در شکل‌های محصول و فرایند و مدیریت، یا نوآوری در هر دو بعد عملی و مدیریت طبقه بندی می‌شود. نوآوری فناورانه حاصل تحولات فناورانه است و این تحولات به طور عمده به دو دلیل صورت می‌گیرد:

- دستیابی به عملکرد بهتر و ظرفیت و کارایی بیشتر؛ و
- تامین نیاز و تقاضای مشتریان (فخرایی و صادق پور، ۱۳۸۰)

فناوری پیشرفته به فناوری‌های مدرن یا پیچیده اطلاق می‌شود. اگر شرکتی ویژگی‌های زیر را دارا باشد، آنگاه آن را شرکت بهره‌مند از فناوری پیشرفته می‌نامند: (۱) از کارکنان با تحصیلات بالا استفاده میکند. (۲) فناوری آن با سرعت بیشتری از دیگر صنایع در حال تغییر است. (۳) با نوآوری فناوری رقابت می‌کند. (۴) بودجه تحقیق و توسعه آن بالاست. (۵) می‌تواند از فناوری برای رشد سریع استفاده کند (براری‌نیا و همکاران، ۱۳۹۸).

پیشینه پژوهش

حسین‌پور و مرادی (۱۴۰۰) در تحقیقی تحت عنوان نهاد دولت در توسعه نوآوری کسب‌وکارهای هایتک این موضوع را در صناعی که قصد ورود به بازارهای بین‌المللی داشتند را بررسی کردند و ابعاد اثرگذار در نوآوری را برای کسب‌وکارها شناسایی نمودند.

صمیمی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی عوامل موثر بر بنگاه‌های کوچک نوآور تملک شده توسط بنگاه‌های بزرگ پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تملک بنگاه‌های کوچک از میزان استقلال بنگاه تملک شده کاسته و نوآوری را کاهش می‌دهد در نهایت عواملی از قبیل میزان استقلال بنگاه تملک شده پس از تملک، میزان پایه دانش و فناوری موجود در بنگاه کوچک، میزان نوآوری در بنگاه تملک شده قبل از تملک، میزان تثبیت کارکنان در بنگاه و توانمندی مالی بنگاه بزرگ که از عواملی است که بر میزان توسعه نوآوری بنگاه تملک شده پس از تملک مؤثر است.

طهماسبی و همکاران (۱۳۹۵) رویکردهای اکتسابی قابلیت‌های فناورانه توسط شرکت‌های نوپا را بررسی کرده و به این نتیجه رسیدند که عامل اصلی موفقیت توسعه دانش و فناوری آشکار و ضمنی به داخل شرکت و فعال سازی فعالیت‌های تحقیق و توسعه می‌باشد.

وو و همکاران (۲۰۲۲) اثرات نوآوری باز را در ادغام و اکتساب و رفتار نوآورانه کسب‌وکارهای مبتنی بر ادغام و اکتساب را بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که نوآوری باز مبتنی بر ادغام و اکتساب در خارج از کشور می‌تواند بر عملکرد نوآوری و سرمایه‌گذاری نوآوری را به طور قابل توجهی افزایش دهد. همچنین بدلیل مالکیت شرکت و شدت ناهمگن فناوری، شواهد بسیار محکمی از ادغام و اکتساب شرکت در ارتباط نوآوری کارآفرینانه بدست آوردند.

ویتالا و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی نقش ارتقای رشد و نوآوری از طریق ادغام و اکتساب پرداختند آن‌ها بیان داشتند که علیرغم ارتقاء نوآوری و رشد در داخل شرکت از طریق تمرکز بر R&D بسیاری از شرکت‌ها ادغام و اکتساب را از منابع خارج را جایگزین سریع و جذاب می‌دانند، همچنین خریداران اهدافی را انتخاب می‌کنند که

بازار محصول آن‌ها با پروژه‌های R&D تطابق داشته باشد و بالعکس، از اینرو مسئله توجه به بازار محصول در این مقاله تأکید شده است.

لیو و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه خود به بررسی اثر جهت‌گیری استراتژیک کسب‌وکار در ادغام و اکتساب نوآورانه پرداختند. آن‌ها معتقدند رویکرد توسعه مبتنی بر نوآوری نقش مهمی در انتقال و توسعه اقتصاد ملی ایفا می‌کند. همچنین برای مطالعه این اثر در ادغام و اکتساب مبتنی بر نوآوری شرکت‌ها می‌بایست توجه زیادی به استراتژی‌های تجاری آینده‌نگر صورت گیرد.

دزی و همکاران (۲۰۲۰) ارتباط بین نوآوری و ادغام و اکتساب را در موسسات مالی بررسی کردند. این مقاله نشان داد که نوآوری به طور ویژه‌ای و به طور ویژه‌ای نوآوری باز بر فعالیت‌های ادغام و اکتساب تأثیر چشم‌گیری دارد. از این‌رو در مطالعات آینده باید به نقش نوآوری باز در توسعه ادغام و اکتساب توجه ویژه داشت.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش کیفی است که در این بخش ابتدا بر اساس بررسی‌های صورت گرفته در رابطه با نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته و معیارهای اولیه شکل-گیری آن بصورت کلی با خبرگان و صاحب‌نظر در دسترس که بر اساس معیارهای برآمده از اهداف پژوهش به شیوه قضاوتی انتخاب شدند بحث و تبادل نظر گردید. جمع‌آوری و تحلیل همزمان داده‌ها در تحلیل محتوا به پژوهشگر این فرصت را می‌دهد که ببیند چه داده‌هایی را از کجا و چگونه جمع‌آوری نماید، که این روش را نمونه‌گیری قضاوتی و یا نظری بیان گردیده است که خود حاکی از آن است که موردها به گونه‌ای انتخاب می‌شوند که از سویی کیفیت مفاهیم و مقوله‌ها را افزایش داده و از سوی دیگر نمونه بعدی و مسیر حرکت را مشخص می‌نمایند. معیار انتخاب خبرگان، مرتبط بودن تحصیلات دانشگاهی، مرتبط بودن حوزه مطالعاتی و پژوهشی در دانشگاه و داشتن سابقه اجرایی و مدیریتی در حوزه‌های مرتبط با ادغام و اکتساب و فناوری پیشرفته بوده است و بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه‌های اولیه و اسناد و مدارک بررسی شده و راهنمایی‌های به عمل آمده توسط مصاحبه‌شوندگان، نسبت به انتخاب سایر خبرگان اقدام شده است. مصاحبه‌ها در جلسات اول به صورت مصاحبه باز بوده و در جلسات بعدی و با مشخص شدن موارد مرتبط به صورت نیمه ساخت یافته ادامه یافت. در مجموع ۱۰ مصاحبه با خبرگان صورت گرفت تا در نهایت کفایت نظری حاصل شد. کفایت نظری زمانی حاصل می‌شود که جمع‌آوری هرگونه داده، کمکی به افزایش مفاهیم در یک مقوله یا مقوله جدید نمی‌نماید داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در کنار داده‌های حاصل از بررسی اسناد و مدارک مورد استفاده قرار گرفتند. و به تفسیر مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان کسب‌وکارهای کارآفرینانه پرداخته می‌شود. در این مطالعه، مصاحبه‌هایی با خبرگان کسب-وکارهای کارآفرینانه در استان تهران انجام گرفت. تمرکز مصاحبه‌ها بر دیدگاه نظر تخصصی خبرگان نسبت به مدل مفهومی نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته بود. مصاحبه‌های آغازین پس از استخراج مولفه‌های اصلی از منابع و متون علمی و داخلی و خارجی به منظور شناسایی مضامین و مقوله‌های اصلی انجام گرفت. هم‌زمان با انجام مصاحبه‌ها، محقق اقدام به شناسایی افرادی نمود که در

حین فرایند تحلیل داده‌ها می‌توانستند بینشی خاص را نسبت به مباحث و مقوله‌های توسعه‌نیافته یا کم‌تر توسعه‌یافته ارائه نمایند. با شناسایی مضامین و شکل‌گیری مقوله‌های اولیه، دور دوم مصاحبه‌ها با هدف توسعه این گروه از مقوله‌ها آغاز شد. در ادامه روند تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌ها به بحث گذاشته می‌شود. در این تحقیق از سه نوع نمونه‌گیری پیشنهادی اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، نمونه‌گیری باز، نمونه‌گیری ارتباطی و تنوعی و نمونه‌گیری تمییز دهنده برای جمع‌آوری و کمک به تحلیل داده‌ها استفاده شد. بر این اساس محقق در سه دور اقدام به هدایت ۱۰ مصاحبه و تحلیل متن آن‌ها نمود. در دور نخست محقق پس از تحلیل متن ۷ مصاحبه موفق به شناسایی مقوله‌های کلیدی شد. پس از تحلیل این مصاحبه‌ها و بررسی دامنه گسترده‌ای از مطالعات انجام شده توسط محققین پیشین، پرسش‌هایی در مورد پدیده‌ی اصلی تحقیق به وجود آمد. از این رو، محقق به انجام دور دوم مصاحبه‌ها مبادرت ورزید. در این دور، به منظور اطمینان از اشباع نظری مقوله‌ها، محقق با لحاظ کردن پدیده‌ی اصلی و مقوله‌های فرعی مربوط به آن انجام ۳ مصاحبه دیگر در دستور کار قرار گرفت. سرانجام پس از شناسایی مقوله‌ها و اطمینان از اشباع نظری آن‌ها نوبت به دور سوم مصاحبه‌ها رسید. در این مرحله محقق با انجام پرسشنامه در قالب گویه‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها و ارسال به مصاحبه‌شوندگان کوشید تا با یافتن نمونه‌هایی نظری از مقوله‌ها و روابط شناسایی شده بین آن‌ها مبنایی را برای پالایش نظریه و ارائه مدل مفهومی خود فراهم سازد. مصاحبه‌ها با طرح سؤالاتی در مورد «نواوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته» آغاز شد (مصاحبه باز و نیمه ساختار یافته) و در ادامه پرسش‌ها بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان طرح گردید. مدت‌زمان هر مصاحبه از ۶۰ دقیقه تا حداکثر ۹۰ دقیقه و در پاره‌ای از موارد در دو جلسه انجام شد.

تجزیه و تحلیل نتایج یافته‌ها

در این تحقیق مصاحبه‌های خبرگان در حوزه نواوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته با استفاده از سه روش کدگذاری (باز-محوری و انتخابی) در مرحله نظریه‌پردازی، داده‌ها، اطلاعاتی گردآوری و تحلیل شد. داده‌هایی که از مآخذ اطلاعات (مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها و بررسی تحقیقات پیشین، مدارک و متون...) به دست می‌آید بر اساس قواعد کدگذاری در قالب جداولی قرار می‌گیرند. کدگذاری در گراند تئوری نوعی تحلیل محتوا بوده و در پی یافتن و مفهوم‌سازی موضوعات قابل‌بحثی است که در میان انبوه داده‌ها وجود دارند. در واقع، محقق در جریان تحلیل یک مصاحبه به این نکته پی خواهد برد که مصاحبه‌شوندگان در هنگام صحبت‌های خود از کلمات و عباراتی استفاده می‌کنند که موضوعات قابل‌بحثی را در مورد پدیده مورد بررسی برجسته می‌سازد. همان‌طور که قبلاً نیز بیان گردید محقق در پژوهش جاری برای تحلیل کلیه روندهای گراند تئوری (کدگذاری باز، محوری و انتخابی و هم‌چنین ثبت یادداشت‌ها و ترسیم دیاگرام) بهره لازم را برده است. که در جدول‌های زیر به عنوان نمونه بیان می‌گردند.

طبقه‌ها و خصوصیات مرتبط برای روشنی در آن‌ها خصوصیات مربوطه بیان می‌گردد. برای کدگذاری باز با توجه به جدول مربوطه که شامل دو قسمت مصاحبه‌ها و کدهای اولیه استخراجی، کدهای ثانویه مفاهیم و طبقه‌های استخراج شده از آن‌ها می‌باشد.

الف: همان‌طور که در جداول شماره ۲ مشاهده می‌شود تلاش بر این است تا نکات کلیدی و مواردی را که توسط مصاحبه‌شوندگان بر آن‌ها تأکید شده است استخراج گردد. توجه به این نکات کلیدی که از متن مصاحبه‌ها استخراج شده است پژوهشگر را یاری می‌کند که با خلاقیت خود عناوینی متناسب با ویژگی‌های خاص مرتبط به پژوهش انتخاب نماید. بعد از اینکه کدگذاری، و اجرای مراحل مرتبط به آن انجام شد. به تمامی نکات کلیدی مصاحبه‌ها، عنوانی به شرح زیر آورده شده است.

جدول شماره ۲: خلاصه‌ای از مصاحبه‌های پژوهش (بخش کیفی)

کدگذاری اولیه (مصاحبه)
<ul style="list-style-type: none">• کاربرد تجهیزات فنی و تخصص در ایجاد بهتر کردن محصولات تولیدی• دیجیتالی شدن و استفاده از نوآوری‌های دیجیتال برای محصولات جدید• تغییرات فناوری در حوزه تحلیل داده‌های مشتریان و هوش مصنوعی• مدیریت ناکارآمد داده‌ها و مدل‌های عملیاتی در جهت توسعه صنایع پیشرفته• نبود آموزش‌های تخصصی و حرفه‌ای برای آماده‌سازی پرسنل در مواجهه با تغییرات تکنولوژیکی• نبود دانش فنی لازم• ایجاد ترکیبی قوی از مدیران کارآمد برای هیئت مدیره‌های مربوطه در صنایع پیشرفته• توجه ویژه به منابع انسانی• توجه ویژه به آینده صنایع پیشرفته در کشور• تدوین درست اساس نامه‌های تولیدی و اجرایی در ساختار صنایع پیشرفته

در این مرحله با ایجاد خط کدهایی در مرحله کدگذاری و استفاده از آنها، ۱۹۶ گویه در رابطه با مضمون و تدوین و ارائه مدل قابل اجرا و مناسب برای نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته مشخص شد.

ب: شکل‌دهی مقولات و طبقات اصلی شکل می‌گیرد پژوهشگر در این قسمت به ارتباط مفاهیم استخراج شده در بین مصاحبه‌ها (کدگذاری‌های اولیه) و پایه‌های اساسی تحقیق (ارائه مدل قابل اجرا و مناسب برای نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته) پرداخته و تلاش می‌نماید که یک ارتباط جامع، کامل منطقی و یکپارچه‌ایی را در بین مقولات مذکور اتخاذ نماید تا بر اساس آن مقولات و طبقات اصلی را پیکربندی نموده و بتواند به تدوین کدگذاری محوری پرداخته تا در نهایت الگوی مدنظر خویش را در تدوین و ارائه مدل ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته ارائه نماید.

در نتیجه با توجه به مصاحبه‌های صورت گرفته در این پژوهش محقق به دنبال جواب این سوال می‌باشد که: ابعاد و مولفه‌های اصلی الگوی جامع و یکپارچه نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته کدامند و آیا رتبه و جایگاه هریک از آنها قابل شناسایی می‌باشد؟

جدول ۳: کدگذاری ثانویه مصاحبه

مؤلفه	گویه
شناسایی و تطبیق مناسب فناوری	شناسایی راهکارهای پیش روی شرکت برای دستیابی به کارکردهای همکاری، مانند تبادل دانش و اشتراک اطلاعات
رشد و جذابیت فناوری	جذابیت‌های فناوری پیشرفته سبب شده که بسیاری از صنایع بزرگ در شاخه‌های مختلف صنعت به فکر ورود به این حوزه بیفتند.
کیفیت فناوری پیشرفته	اتخاذ سیاست‌های هدفمند و استفاده بهینه از فناوری‌های پیشرفته و پیدا کردن بازار مناسب و ارائه اطلاعات الکترونیکی مفید، ارتقاء کیفیت برتر بر اساس فناوری‌های پیشرفته در زمینه‌ها مختلف
قراردادهای پژوهشی در حوزه فناوری	ایجاد زیربنایی استاندارد برای تمامی قراردادهای با توجه به زیر ساخت‌های فناوری پیشرفته به عنوان شاخص پیشرفت علمی و فناورانه
اخذ لیسانس	اخذ لیسانس برای کوتاه شدن دست رقبای تجاری از هر گونه تقلب و جعل اختراعات
فوریت‌های ادغام و اکتساب	کسب منافع مشترک برای ادغام یا اکتساب بنا به صلاحدید و کسب منافع حداکثری برای طرفین ادغام و اکتساب به عنوان جنبه‌ای از مدیریت راهبردی،
پیچیدگی فناوری صنایع پیشرفته	ایجاد همگونی و همکاری بین واحدهای هم‌صنف که در صنایع پیشرفته به صورت روبه‌ای روز افزونی در حال به‌کارگیری فناوری‌های جدید برای ارتقای هستند نیازمند به همکاری برای تولید در محصولات و فرایندها می‌باشند
میزان محوریت نقش فناوری در صنایع پیشرفته	هوشمندی در فناوری پیشرفته عملی پشتیبانی‌کننده است که می‌تواند به‌صورت رسمی یا غیررسمی صورت پذیرد. از آنجا که تصمیمات می‌توانند با فرایند برنامه‌ریزی یا خود به‌خود اجرا شوند، نشان از پیچیدگی در موضوع مذکور می‌باشد
هزینه توسعه فناوری پیشرفته	ایجاد و توسعه در راستای هوشمندی فناوری سبب افزایش هزینه‌های شرکت‌های سرویس دهنده در این زمینه شده است.
سطح تخصص در شرکت فناوری پیشرفته	با توجه به اینکه در صنایع با فناوری پیشرفته تحولات فناوری‌های به روز می‌باشد تخصص در این صنایع و در کشورهای مختلف خیلی سریع اتفاق افتاده و نیازمند به بروزآوری تخصص برای برقراری ارتباط با فناوری‌های روز دنیا می‌باشد

پس از تعیین مقولات، مرحله ساخت طبقات کلی نظریه است که در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

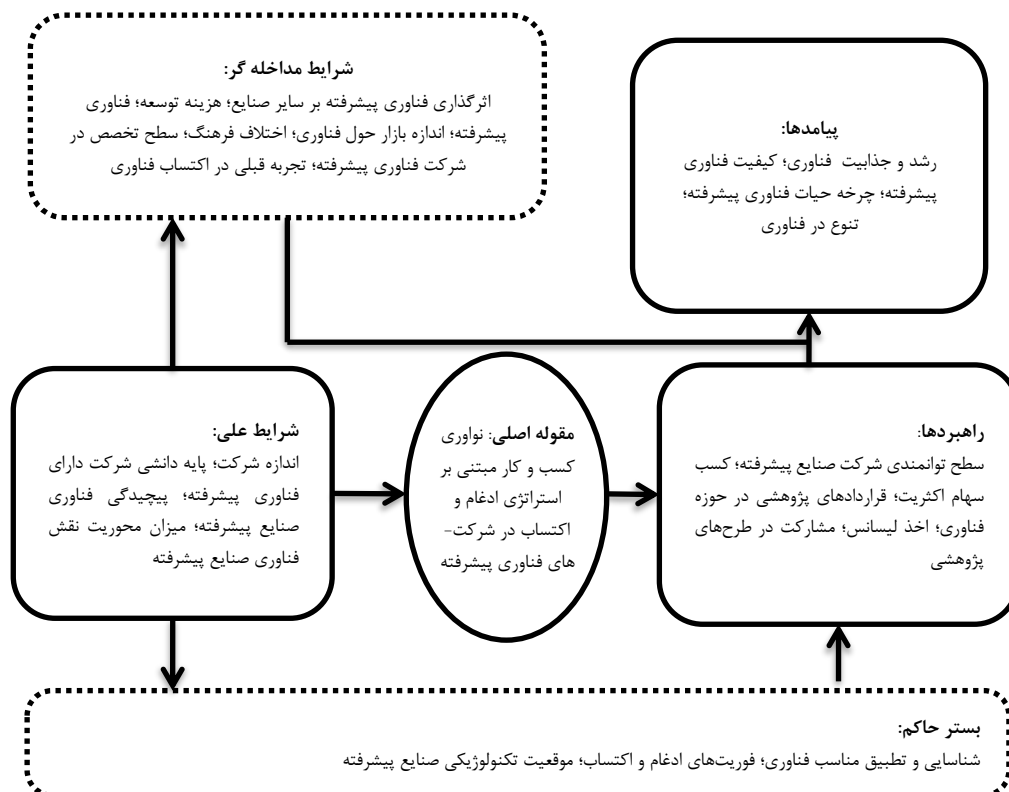
جدول ۴: شکل‌دهی طبقات کلی از مقولات

مؤلفه	بعد
رشد و جذابیت فناوری	پیامدها
کیفیت فناوری پیشرفته	
چرخه حیات فناوری پیشرفته	
تنوع در فناوری	
سطح توانمندی شرکت صنایع پیشرفته	راهبردها
کسب سهام اکثریت	
قراردادهای پژوهشی در حوزه فناوری	
اخذ لیسانس	
مشارکت در طرح‌های پژوهشی	شرایط زمینه‌ای (بستر حاکم)
شناسایی و تطبیق مناسب فناوری	
فوریت‌های ادغام و اکتساب	
موقعیت تکنولوژیکی صنایع پیشرفته	
اندازه شرکت	شرایط علی
پایه دانشی شرکت دارای فناوری پیشرفته	
پیچیدگی فناوری صنایع پیشرفته	
میزان محوریت نقش فناوری صنایع پیشرفته	
اثرگذاری فناوری پیشرفته بر سایر صنایع	شرایط مداخله‌گر
هزینه توسعه فناوری پیشرفته	
اندازه بازار حول فناوری	
اختلاف فرهنگ	
سطح تخصص در شرکت فناوری پیشرفته	
تجربه قبلی در اکتساب فناوری	

با توجه به جدول فوق که در ابعاد پنجگانه شکل گرفته است، تعداد ۵ مؤلفه اصلی و ۳۷ مؤلفه فرعی از نتایج گام اول استخراج شده است. در این راستا لازم به ذکر است که مقولات و طبقه‌های اصلی و فرعی این پژوهش در گام دوم تحلیل و مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

از آنجا که در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در گام دوم بر اساس داده‌های به دست آمده، مؤلفه‌های مدل نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته مورد نظر قرار گرفت که ۶ مؤلفه به شرح زیر در شکل شماره ۲ قابل مشاهده است، ارائه گردید. مؤلفه‌های ۶ گانه بر پایه داده‌های به

دست آمده از مصاحبه‌های عمیق و پردازش و مقوله‌بندی آن‌ها به دست آمده است. نتایج به دست آمده در اختیار برخی اساتید قرار گرفت و اعتبار سنجی شدند.



شکل ۲: چارچوب نهایی شکل گرفته از مصاحبه‌ها

با توجه به مدل تاب‌آوری مالی کسب‌وکارهای کارآفرینانه با رویکرد مدیریت ریسک

❖ پاسخ به سوال اصلی: مدل نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته کدام است؟

- **طبقه محوری:** میزان مشارکت هیات مدیره، مدیرعامل و مدیران بخش‌های مختلف در برنامه اجرا و پیاده‌سازی نوآوری کسب و کار در راستای ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته. این مقوله همان برجسب مفهومی است که برای چارچوب یا طرح به‌وجودآمده، در نظر گرفته می‌شود. با توجه به اینکه در این پژوهش، ارائه مدل و الگوی مناسب به منظور نوآوری کسب و کار و ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته مورد مطالعه قرار گرفته است، پس از گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها در

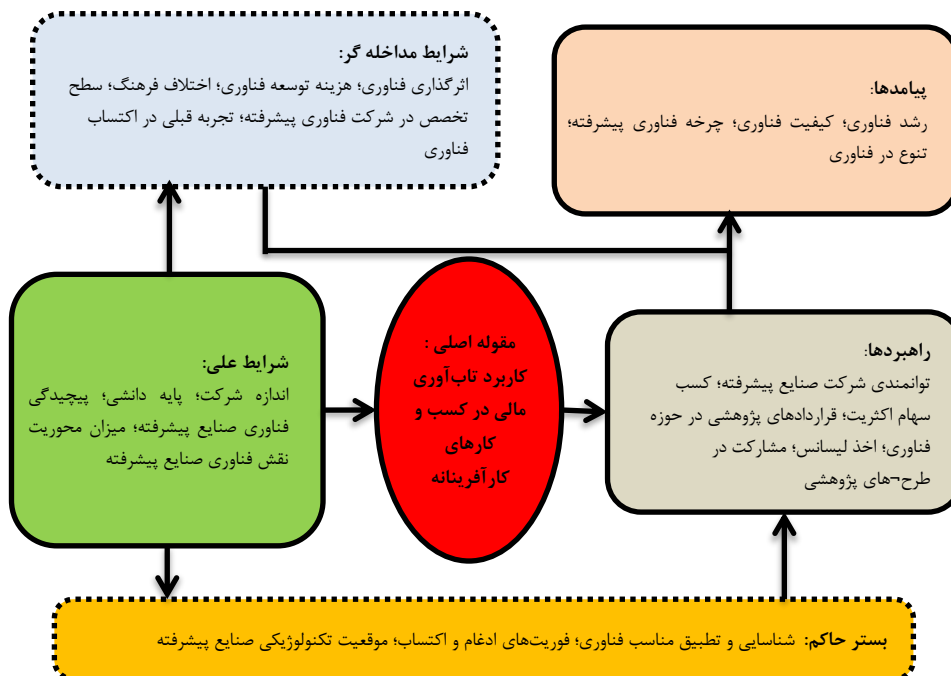
مرحله کدگذاری باز و بررسی ویژگی‌های ارائه شده، این طبقه به‌عنوان طبقه محوری انتخاب شد که دربردارنده موارد زیر است:

- داشتن نگرش کلان، توانمندی، مسئولیت‌پذیری و کنترل توسط کلیه اعضای هیات مدیره، مدیرعامل، مدیران ارشد و کارشناسان درگیر در توسعه نوآوری کسب‌وکارهای، پایش و ارزیابی بازخورد خدمات توسط اعضای هیات مدیره، مدیرعامل، مدیران ارشد و کارشناسان، ترویج و اشاعه نوآوری و خلاقیت، توانمندسازی کارکنان در زمینه مدیریت نوآوری، تشویق به مشارکت در برنامه‌های عملیاتی مدیریت کارآفرینی در کسب و کارهای فناوری پیشرفته مزید علت ادغام و اکتساب می‌باشند.
- **شرایط علی:** این شرایط سبب ایجاد و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند که شامل دلایل اصلی توسعه و ارتقاء نوآوری در کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته و ایجاد شرایط لازم برای ادغام و اکتساب در این زمینه است که براساس دیدگاه خبرگان حوزه فناوری پیشرفته، اندازه شرکت؛ پایه دانشی شرکت دارای فناوری پیشرفته؛ پیچیدگی فناوری صنایع پیشرفته؛ میزان محوریت نقش فناوری صنایع پیشرفته و ... در تسهیل‌گری ادغام و اکتساب متمرثر خواهد شد.
- **راهبردها:** این مؤلفه بیانگر رفتارها، فعالیت‌ها و تعاملات هدفداری هستند که در تبعات طبقه محوری و تحت تأثیر شرایط مداخله‌گر و بستر حاکم است. به این طبقه‌ها راهبرد نیز گفته می‌شود که در پژوهش حاضر عبارتند از سطح توانمندی شرکت صنایع پیشرفته؛ کسب سهام اکثریت؛ قراردادهای پژوهشی در حوزه فناوری؛ اخذ لیسانس؛ مشارکت در طرح‌های پژوهشی می‌باشند.
- **بستر حاکم:** به شرایط خاصی که بر کنش‌ها و تعاملات تأثیر می‌گذارند، بستر گفته می‌شود. این شرایط را مجموعه‌ای از مفاهیم و طبقه‌ها یا متغیرهای زمینه‌ای را تشکیل می‌دهند و در مدل معرفی شده عبارتند از: شناسایی و تطبیق مناسب فناوری؛ فوریت‌های ادغام و اکتساب؛ موقعیت تکنولوژیکی صنایع پیشرفته
- **شرایط مداخله‌گر:** شرایط عامی هستند که مجموعه‌ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می‌دهند و راهبردها هم از آن‌ها متأثر می‌شوند. این شرایط براساس دیدگاه خبرگان و در مدل تحقیق زیر، عواملی شامل: اثرگذاری فناوری پیشرفته بر سایر صنایع؛ هزینه توسعه؛ فناوری پیشرفته؛ اندازه بازار حول فناوری؛ اختلاف فرهنگ؛ سطح تخصص در شرکت فناوری پیشرفته؛ تجربه قبلی در اکتساب فناوری می‌باشند.
- **پیامدها:** برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهایی هستند که در اثر اتخاذ راهبردها به‌وجود می‌آیند. در پژوهش حاضر، طراحی و ارائه مدل نوآوری در کسب و کارهای در راستای ادغام و اکتساب، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و منابع شرکت در نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده و تأثیرپذیر از طبقه محوری، بستر حاکم و شرایط مداخله‌گر است که عوامل متعددی را شامل می‌شود از جمله: رشد و جذابیت فناوری؛ کیفیت فناوری پیشرفته؛ چرخه حیات فناوری پیشرفته؛ تنوع در فناوری می‌باشد.

❖ پاسخ به سوال: (با استفاده از مصاحبه خبرگان و تحلیل آن) ابعاد و مؤلفه‌های نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته کدامند؟

در این بخش که به هدف غائی پژوهش جاری یعنی ارائه مدل مفهومی نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته پرداخته می‌شود. اعتقاد محقق بر این است که، چنانچه براساس پژوهش‌های صورت پذیرفته شده، در تحقق اهداف نوآوری در کسب‌وکار برای ادغام و اکتساب که در بخش‌های مختلف، به‌ویژه کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته در جهت ایجاد ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته و به عنوان یک استراتژی به عنوان یک راه‌کار اساسی در این رابطه که در مسیر و جهت انسجام کلیات گفته شده در نوآوری کسب‌وکار می‌باشد، میسر و دست یافتنی نخواهد شد، یا به عبارت دیگر محقق معتقد است در صورتی در بخش‌های مختلف نوآوری در کسب‌وکار می‌توان در این زمینه به موفقیت رسید که با تعامل سازنده با کسب-وکارهای فناوری پیشرفته، و دیگر مراکز کنترل و خلق دانش پیشرفته که با اهداف ادغام و اکتساب همگامی و همکاری لازم را دارند که همگی آن‌ها می‌توانند جزء لاینفک تصمیم‌گیرندگانی باشند که در این زمینه فعالیت داشته و زیر ساخت‌های فناوری پیشرفته را برای شرکت‌های همگام آماده نموده و در راستای خدمت‌رسانی به عموم کسب‌وکارهای نوین و فناوری پیشرفته ارائه می‌دهند، به این مهم دست پیدا خواهند نمود، که مدل توسعه را در جهت نوآوری کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته با رویکرد ادغام و اکتساب در آن‌ها سوق داده شوند. لذا با توجه به نتایج حاصل از پژوهش مدل برآمده از نتایج پژوهش ارائه می‌گردد.

با توجه به مدل مفهومی نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته نتایج حاصل در قالب ادغام و اکتساب در ذیل مدل ارائه می‌گردد.



شکل ۳: مدل پژوهش

در نتیجه‌گیری و تشریح مدل نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته و نتایج حاصل از تدوین مدل و توجه به نظرات خبرگان ادغام و اکتساب در کسب‌وکارها نتایج تحلیل شده است.

نتیجه‌گیری

محقق در پژوهش جاری پس از استخراج مفاهیم و مقولات از کدگذاری‌های صورت پذیرفته در روش گراندد تئوری مبادرت به ارائه چارچوبی مفهومی براساس مدل‌های توسعه داده شده نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته توسط محققان قبلی نمود تا پس از تکوین چارچوب و بررسی همه جانبه آن‌ها بتواند از چارچوب تکوین شده به عنوان پایه و اساس پژوهش در راستای تدوین و تبیین مدل مفهومی استفاده نماید. به همین علت یافته‌های اصلی پژوهش در دو بخش چارچوب مفهومی (ادبیات نظری و پیشینه تحقیق) و مدل مفهومی (مصاحبه و خبرگان) ارائه شده است. قبل از بررسی دو بخش معرفی شده بیان می‌گردد که مدل ارائه شده باعث بهبود نوآوری کسب‌وکارهای مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته گردیده است چراکه در این مدل علاوه بر تأکید ویژه میزان مشارکت هیات مدیره، مدیرعامل و مدیران بخش‌های مختلف در برنامه اجرا و پیاده‌سازی نوآوری کسب و کار با داشتن نگرش کلان، توانمندی، مسئولیت‌پذیری و کنترل توسط کلیه اعضاء و کارشناسان درگیر در توسعه نوآوری کسب‌وکارهای، پایش و ارزیابی

بازخورد خدمات توسط اعضای هیات مدیره، مدیرعامل ترویج و اشاعه نوآوری و خلاقیت، توانمندسازی کارکنان در زمینه مدیریت نوآوری شده است که می‌تواند در فاز شناسایی مسائل نقش‌آفرین باشد. همچنین بر اساس منطق نظریه داده بنیاد که بیانگر این است که پدیده محوری باید ماهیتاً فرآیندی باشد، نوآوری در کسب‌وکارها را در راستا ادغام و اکتساب پیش برده و بتواند در سه مرحله شناسایی مساله، دستورکدگذاری، و تدوین در نظر گرفته شده و متغیرهای علی هم بر اساس این فرآیندها شناسایی شده است. همچنین، این تحقیق مبحث «نوآوری کسب‌وکارها در شرکت‌های فناوری پیشرفته» را یک گام به جلو برده است؛ به گونه‌ای که از آن به عنوان راهبرد اصلی این تحقیق در ارتقای نوآوری در کسب و کارهای فناوری پیشرفته استفاده شده است. همچنین خود ادبیات هم بیانگر این است که محققان چندان در خصوص نوآوری کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته مطالبی بیان نکرده‌اند و این تحقیق تجلی نوآوری در کسب و کارهای فناوری پیشرفته و ادغام و اکتساب در آن‌ها را در راستای فرآیند ایجاد آن‌ها در نظر گرفته است. همچنین شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر مرتبط با اجرای راهبرد توسعه و افزایش نوآوری در کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته به همراه پیامدهای آنها، مدلی قابل اتکا برای ارتقای ادغام و اکتساب در کسب و کارهای فناوری پیشرفته فراهم کرده است.

بنابر نتایج و تحلیل‌های به عمل آمده در طراحی مدل بایستی نخست مؤلفه‌ها تعیین و سپس رابطه بین آن‌ها تبیین گردد و پس از آن منطق انتخاب این مؤلفه‌ها و ارتباط بین آن‌ها تشریح شود. در تشریح و تبیین مدل تجربی در عمل و با استناد به مقوله طبقه محوری چارچوب یا طرح بوجود آمده، در نظر گرفته می‌شود. با توجه به اینکه در این پژوهش، ارائه مدل قابل اجرا و مناسب برای نوآوری کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته با رویکرد ادغام و اکتساب در آن‌ها را مورد مطالعه قرار گرفته است، پس از گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها در مرحله کدگذاری باز، و بررسی ویژگی‌های ارائه شده، نوآوری کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته و حمایت مدیران ارشد از طرح‌ها و برنامه‌های ادغام و اکتساب کسب‌وکارهای مربوطه از طریق تشویق به مشارکت در برنامه‌های ادغام و اکتساب و تدوین چارچوب‌های کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته به عنوان طبقه محوری در نظر گرفته شد. پس از آن علل و عواملی که سبب ایجاد و توسعه پدیده یا طبقه محوری می‌شوند.

در مورد مقایسه یافته‌های پژوهش حاضر با سایر یافته‌های محققان باید اشاره کرد که بیشتر مولفه‌های موثر ارائه شده بر نوآوری کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته و ادغام و اکتساب آن‌ها توسط دیگر محققان از جمله حسین‌پور و مرادی (۱۴۰۰) (توجه به تأمین زیرساخت‌ها و رفتارهای اجرایی نهاد دولت بیش از پیش در قرن حاضر برای توسعه نوآوری کسب و کارهای هایتک برای حضور در بازارهای بین‌المللی)؛ صمیمی و همکاران (۱۳۹۷) (استقلال بنگاه تملک شده پس از تملک، میزان پایه دانش و فناوری موجود در بنگاه کوچک، میزان نوآوری در بنگاه تملک شده قبل از تملک، میزان تثبیت کارکنان در بنگاه و توانمندی مالی بنگاه بزرگ که از عواملی است که بر میزان توسعه نوآوری بنگاه تملک شده پس از تملک مؤثر است)، طهماسبی و همکاران (۱۳۹۵) (عامل اصلی موفقیت توسعه دانش و فناوری آشکار و ضمنی به داخل شرکت و فعال سازی فعالیت‌های تحقیق و توسعه می‌باشد)؛ وو و همکاران (۲۰۲۲) (نوآوری باز مبتنی بر ادغام و اکتساب در خارج از کشور می‌تواند بر عملکرد نوآوری و سرمایه‌گذاری نوآوری را به طور قابل توجهی افزایش دهد)؛ ویتالا و همکاران (۲۰۲۱) (ارتقاء نوآوری و رشد در داخل شرکت از

طریق تمرکز بر R&D بسیاری از شرکت‌ها ادغام و اکتساب را از منابع خارج را جایگزین سریع و جذاب می‌دانند، همچنین خریداران اهدافی را انتخاب می‌کنند که بازار محصول آن‌ها با پروژه‌های R&D تطابق داشته باشد و بالعکس، از اینرو مسئله توجه به بازار محصول در این مقاله تأکید شده است) که سعی بر توسعه این مدل‌ها داشته‌اند همسویی داشته پس می‌توان گفت در جهت شناخت بهتر عوامل موثر بر تدوین مدل نوآوری کسب و کار مبتنی بر استراتژی ادغام و اکتساب در شرکت‌های فناوری پیشرفته گام موثری برداشته است. از طرفی این پژوهش می‌تواند با رتبه‌بندی شاخص‌های مورد مطالعه کاربردهایی را نیز برای سازمان‌های دیگر هم داشته باشد، یعنی اینکه نتایج این پژوهش می‌تواند نقش و اهمیت رتبه شاخص‌های موثر بر فرآیند ادغام و اکتساب فناوری‌های پیشرفته را برای مدیران و دست‌اندرکاران نوآوری در کسب‌وکارهای فناوری پیشرفته و دیگر بخش‌های مرتبط با فناوری را آشکار سازد، تا در برنامه‌ریزی‌های کلان خود و تدوین استراتژی‌های ادغام و اکتساب و تدوین استراتژی‌های مربوطه از این عوامل در برنامه‌های خود بهره لازم را بکار گیرند.

فهرست منابع

- براری نیا، الهه، عباسی، رضا، و صفری، سعید. (۱۳۹۸). الگوی اولویت بندی پروژه های فناوری پیشرفته. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۰(۳۸)، ۲۳۷-۲۶۰.
- چلیلی، اسماعیل، خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی، اصغر، و آذر، عادل. (۱۳۹۸). طراحی مدل اجرای استراتژی ادغام سازمان های دولتی ایران. پژوهش های مدیریت در ایران، ۲۳(۲)، ۱۵۱-۱۸۱.
- حسین پور، علی، مرادی، محمد علی. (۱۴۰۰). نقش نهاد دولت در توسعه نوآوری کسب‌وکارهای هایتک برای ورود به بازار های بین المللی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۴(۴)، 1-24.
- نوروزپور، نازنین؛ ابراهیمی، عبدالحمید؛ ولی‌بیگی، حسن؛ دیده‌خانی، حسین (۱۴۰۰). تدوین الگوی توسعه صادرات صنایع هایتک ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۰۱، ۱۹۳-۲۲۸.
- Evensen, J.E.; (2004) "Creating an innovative organization", Journal of Teletronikk, p. 42-47,
- Kazami, Hossein. (2006) Business Law. Tehran, ghanoon.vol,1
- Kazemi, Abbas. Rokoe, Iman (2002). D esighning a Contingency model for Integration of large governmental organizations in Iran. Modares,6. Vol1.
- North, D. C. (1990) Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge: Cambridge University Press.
- North. Douglas C. (2000) The New Institutional Economics and Third World Development, Edit by J. Harriss, J. Hunter, International Ltd.
- Sandu, S., & Ciocanel, B. (2014). Impact of R&D and Innovation on High-Tech Export. Procedia Economics and Finance, 15, 80-90.
- Wang, Z.X. and Wang, Y.Y., (2014). Evaluation of the Provincial Competitiveness of the Chinese High-Tech Industry using an Improved TOPSIS Method. Expert Systems with Applications, 41(6), pp.2824-2831.

Providing a suitable model for business innovation based on merger and acquisition strategy in advanced technology companies

Davood Tahmasabi Abdar

Department of Financial Management, Emirates Branch, Islamic Azad University, Dubai, United Arab Emirates
tptacc@gmail.com

Fraydoon Rahnamay Roodposhti

Accounting Department, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Rahnama.roodposhti@gmail.com

Shadi Shahverdiani

Department of Financial Management, Quds City Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
shahverdiani@gmail.com

Hossein Badiei

Department of Accounting, Faculty of Economics and Accounting, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
badiei@iau.ac.ir

Mohsen Rostami Mal Khalife

Department of Mathematics, Research Science Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Mohsen@rostami@yahoo.com

Abstract

The current research is to provide an applicable and suitable model for business innovation based on the strategy of integration and acquisition in advanced technology companies. In this research, there is a set of information for companies that want to adopt a strategy of corporate mergers and acquisitions as a way to achieve innovation and allow them to increase their chances of success. In the merger and acquisition of companies with strong research and development structures, it can have a powerful tool to increase the capacity of technological innovation. The methodology used in this research is qualitative. In which the foundational data grand theory method is used. Using the opinions of subject matter experts and interviewing 10 experts in this field and using the snowball method until reaching the theoretical saturation stage in order to identify the effective factors in developing the desired research model using open, axial and A choice has been made. At the end, the results of this research lead to the presentation of a model for business innovation based on the strategy of integration and acquisition in advanced technology companies, which was developed and presented for the purpose of integration and acquisition in advanced technology companies, as well as the conceptual model of the research. Is. From the results of the current research, the most important activity in the sectors is the centrality of the role of technology in advanced industries; participation in research projects; technological growth; technology quality; merger and acquisition urgency; technological position of advanced industries; the level of expertise in the high-tech company; In the direction of integration and acquisition strategies, they are advanced technology.

Keywords: Presentation model, merger and acquisition, business innovation, advanced technology, qualitative method.