

مقاله پژوهشی  
اصیل  
**Original  
Article**

## شناسایی عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها بر اساس نظر خبرگان دانشگاهی با رویکرد داده بنیاد

سید مهدی قریشی<sup>۱</sup>؛ سید محمود هاشمی<sup>۲</sup>؛ زین العابدین امینی سابق<sup>۳</sup>؛ احسان ساده<sup>۴</sup>

### چکیده

**هدف:** این پژوهش با هدف شناسایی عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها بر اساس نظر خبرگان دانشگاهی با استفاده از روش کیفی و استراتژی «داده بنیاد» انجام شد. **روش:** در این تحقیق که یک پژوهش بنیادی از نوع توصیفی-اکتشافی است، ابزار اصلی پژوهش مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با افراد آگاه و متخصص در حیطه موضوع پژوهش بود که نمونه‌گیری به صورت گلوله برفی از میان روسای و مدیران دانشگاه‌ها و اعضای هیأت علمی دانشگاه که ویژگی‌های مورد نظر را داشتند انجام شد. پس از انجام ۱۷ مصاحبه و جمع‌آوری اطلاعات، کدهای بدست آمده در بخش‌های مختلف تجزیه و تحلیل شد و در مراحل سه‌گانه کدگذاری باز، محوری و انتخابی برخی مفاهیم، مقوله‌های رویش یافته از درون داده‌ها تا رسیدن به اشباع، شناسایی گردید. **یافته‌ها:** در نهایت عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی در ۵ طبقه فرعی شامل عوامل سازمانی، عوامل آموزشی، عوامل ایدئولوژیک و عوامل فرهنگی احصاء شد. **نتیجه‌گیری:** با بهره‌گیری از عوامل می‌توان در ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی در بین دانشگاه و مؤسسات آموزشی بهره گرفت.

**واژگان کلیدی:** سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی بین سازمانی، اعتماد، داده بنیاد، دانشگاه.

◆ تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۸؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۲

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و علوم اجتماعی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(نویسنده مسوول)، رایانامه: Hashemi\_2986@yahoo.com

۳. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

۴. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

## مقدمه

در جهان تجاری امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیر ملموس است. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمان‌ها مهم و حیاتی بوده و در چنین فضایی این سؤال اساسی قابل طرح است که راز بقا و موفقیت و سرآمدی و تعالی سازمان در بازار رقابتی امروز چیست؟ با نگاهی به نظریات اندیشمندان، شاید بتوان پاسخ سؤال را در ایجاد، حفظ و تداوم سرمایه اجتماعی یافت. سرمایه اجتماعی موضوعی است که اولین بار در اواسط قرن نوزدهم میلادی بیشتر در حوزه سیاسی-اجتماعی مطرح شد و طی دهه‌های اخیر این موضوع در حوزه علوم انسانی خصوصاً مدیریت و سازمان نیز مورد توجه قرار گرفت. (Lin & Huang, 2005, p189)

به‌طور کلی سرمایه اجتماعی بر مجموعه شبکه‌ها، تیم‌ها، روابط، انجمن‌ها و مؤسسه‌های دلالیت دارد که به‌واسطه هنجارها و ارزش‌های مشترک شکل گرفته و دلگرمی اجتماعی انسانی را موجب شده و کنش متقابل، تعاون و همکاری بین افراد را تسهیل می‌کند. (زارعی متین، ۱۳۹۵، ص ۲۰) از دیدگاه کاریون و همکاران (۲۰۲۰) سرمایه اجتماعی مفهوم روابط و شبکه‌ها و منابع را در بر می‌گیرد و شبکه‌های روابط واحد چارچوب تحلیل سرمایه اجتماعی هستند.

سرمایه اجتماعی عناصر مهمی نظیر اعتماد، عمل متقابل و آمادگی‌های افراد برای کنش مشارکتی و همیارانه را در بر می‌گیرد. در این میان می‌توان گفت اعتماد مهم‌ترین عنصر سازنده سرمایه اجتماعی است. اهمیت سرمایه اجتماعی به این دلیل است که با تأمین نوعی کنش فعال برای افراد و گروه‌ها و سازمان‌هایی که به اندازه کافی از آن برخوردارند مفید و سودمند است. سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در ایجاد نوآوری، خلاقیت و پویایی‌های سازمانی به شمار می‌آید. (مؤذن جمشیدی و روحی، ۱۴۰۰، ۲۸۸)

مطالعات جامعه‌شناختی به‌صورت‌های مختلفی از اعتماد و اهمیت آن‌ها برای سرمایه اجتماعی و فواید مترتب بر آن پرداخته‌اند. اکثر پژوهش‌های انجام شده در خصوص اعتماد مربوط به سه دسته کلی یعنی اعتماد میان افراد (تعمیم‌یافته)، اعتماد میان فرد و نزدیکان (بین شخصی) و اعتماد فرد به نظام‌های اجتماعی (بنیادین) است ولی نوع دیگری از اعتماد نیز وجود دارد که کمتر مطالعه شده و به اندازه و شاید بیشتر از این اشکال اعتماد اهمیت دارد که این شکل از اعتماد را «اعتماد بین سازمانی» می‌خوانیم. از سوی دیگر موضوع با اهمیت دیگری که می‌تواند در خصوص سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گیرد که مبنایی برای

ایجاد اعتماد است ارتباطات می‌باشد که این موضوع در ارتباطات بین سازمانی اهمیت دو چندان پیدا می‌کند. از این رو موضوع سرمایه اجتماعی آن‌گونه که در دسته‌بندی‌های ارائه شده آن قابل مشاهده می‌باشد می‌تواند در سطح گروه و سازمان (سرمایه اجتماعی پیوندی) بروز و ظهور نماید لذا این مفهوم در قالب «سرمایه اجتماعی بین سازمانی» نشان داده می‌شود.

با توجه به نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه اقتصادی و همچنین تأثیر آن بر حوزه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی لازم است تا سرمایه اجتماعی فراتر از حوزه‌های فردی یا گروهی و در حوزه سازمان مورد بررسی قرار گیرد. پدیده سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها دارای پیچیدگی زیادی است و دولت نقش مؤثری در ارتقای آن دارد. (محبوب روش، دانش فرد، میرسپاسی، ۱۴۰۰، ۲۲۸) از طرفی یکی از موضوعاتی که همواره در دانشگاه‌های اسلامی مورد توجه قرار داشته موضوع هماهنگی و مشارکت دانشگاه‌ها و برقراری ارتباطات مؤثر بین سازمانی بوده است موضوعی که علاوه بر اینکه باعث افزایش کارکردها و فعالیت‌ها است، منشأ بسیاری از مشکلات نیز به شمار می‌رود. امروزه اکثر سازمان‌ها از بی‌اعتمادی و ارتباطات بسته رنج می‌برند و باید تغییراتی در راستای اعتماد متقابل بیشتر و ارتباطات بازتر، انعطاف‌پذیری بیشتری ایجاد نمود و در این میان دانشگاه‌ها اعم از این قاعده مستثنی نیستند زیرا که با کمبود تعاملات و ارتباطات میان فردی و گروهی، احساس هویت سازمانی، اعتماد پایین، کار گروهی و مشارکت ضعیف در میان اعضای هیات علمی روبرو هستند. دانشگاه‌ها می‌توانند با سرمایه‌گذاری در زمینه سرمایه اجتماعی، بر دانش و مهارت و شایستگی‌های هیات علمی خود و همچنین در سرمایه ساختاری خود از قبیل دارایی‌های فکری، نوآوری، تسهیم دانش، فرایندها و روش‌های کاری، یادگیری سازمانی، سیستم‌های اطلاعاتی و ... بیافزایند. پژوهش حاضر، به دنبال شناسایی ارتباط متقابل و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی متعامل میان دانشگاه‌ها است.

در تحقیق حاضر محقق بدنبال آن است تا عوامل تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها را مورد بررسی قرار داده و با شناسایی مفاهیم اصلی این موضوع بتواند همکاری و هماهنگی بین آن‌ها را افزایش داده تا شاید در گام دوم انقلاب اسلامی تغییراتی در نظام آموزشی کشور ایجاد و ارتقاء عملکرد دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی را موجب گردد.

## مبانی نظری تحقیق

### سرمایه اجتماعی

موضوع سرمایه اجتماعی در اواسط قرن نوزدهم میلادی و بیشتر در حوزه سیاسی - اجتماعی مطرح گردید و طی دهه‌های اخیر نیز این موضوع در حوزه علوم انسانی خصوصاً مدیریت و سازمان مورد توجه قرار گرفته است. جیمز کلمن<sup>۱</sup> سرمایه اجتماعی را این گونه تعریف می‌کند: «سرمایه اجتماعی شیء واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آنها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می‌کنند. سرمایه اجتماعی مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدف‌های معینی را که در نبودن آن دست‌یافتنی نخواهد بود امکان‌پذیر می‌سازد (کلمن، ۱۳۷۷، ص ۴۲). در تعریف دیگری سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده است و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. بر اساس این تعریف مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه اجتماعی می‌گردند. (بیکر، ۱۳۸۲، ص ۳۶)

### سرمایه اجتماعی بین سازمانی

سرمایه اجتماعی به صورت میان فردی یا میان سازمانی است. سرمایه اجتماعی فردی در شبکه‌های ارتباطی میان افراد ایجاد می‌شود در حالیکه سرمایه اجتماعی سازمانی، ناشی از شبکه‌های ارتباطی میان سازمان‌ها است. (موسوی میرکلایی، ۱۳۹۹، ۷۱) آن‌چنان‌که پاتنام (۱۳۹۲) عنوان نمود سرمایه اجتماعی پیوندی، مابین گروه‌های مختلف شکل می‌گیرد که این گروه‌ها با هم همکاری دارند. از آنجا که سازمان‌ها نیز به نوعی گروه اجتماعی در نوع رسمی خود می‌باشند لذا موضوع سرمایه اجتماعی پیوندی در بین سازمان‌ها نیز قابل تعمیم است و می‌توان از آن به عنوان سرمایه اجتماعی بین سازمانی تعبیر نمود. به بیان دیگر با توجه به همپوشانی تعریف سازمان با گروه، از جمله تعریف ارائه شده توسط رابینز (۱۳۸۳) که بیان می‌دارد «سازمان یک واحد اجتماعی متشکل از دو نفر یا بیشتر (۱۳۸۳) که پیوسته برای دستیابی به یک یا چند هدف مشترک فعالیت می‌کند.» می‌توان گفت سرمایه اجتماعی بین سازمانی همان سرمایه اجتماعی برون گروهی (پیوندی) می‌باشد. از این رو

موضوع سرمایه اجتماعی آن گونه که در دسته‌بندی‌های ارائه شده آن قابل مشاهده می‌باشد می‌تواند در سطح گروه و سازمان (سرمایه اجتماعی پیوندی) بروز و ظهور نماید لذا این مفهوم در قالب «سرمایه اجتماعی بین سازمانی» نشان داده می‌شود.

سرمایه اجتماعی برون گروهی سبب تقویت منابع و اطلاعات در بین افراد می‌شود. پاتنام بر این باور است که سرمایه اجتماعی برون گروهی حلقه‌های ارتباط و پیوند میان افراد را گسترش می‌دهد، هویت‌های عام و گسترده را میان اعضای جامعه ایجاد می‌کند، امکان نشر اطلاعات و تعامل میان هویت‌ها را فراهم می‌کند، باعث اتصال و پیوند افراد متفاوت از بخش‌های گوناگون جامعه به یکدیگر می‌گردد، در نتیجه عاملی مؤثر در راستای مدیریت مشارکتی اجتماع محور است (استلاجی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۵۷۱)

بسیاری از جامعه‌شناسان معتقدند که سرمایه اجتماعی برون گروهی موجب می‌شود افراد از انجام رفتارهای فرصت طلبانه، سواری مجانی، بی‌اعتمادی، فرقه‌گرایی، تک‌روی و اسراف پرهیز کنند و در عوض برای تداوم خوشنامی آن‌ها در گروه و رعایت ارزش‌های اجتماعی به همکاری، مدارا، صرفه‌جویی، مراقبت از اموال عمومی، قانون‌گرایی، برقراری رابطه متقابل مبتنی بر اعتماد عام، عرضه اطلاعات شفاف و پایین آوردن هزینه مبادلات روی آورند. همچنین جامعه به گروه‌ها و شبکه‌های مختلفی تقسیم نمی‌شود که روابط آن‌ها خصمانه و مبتنی بر عدم اعتماد باشد که هر گروه بر اساس منافع خویش عمل کند (زرافشانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۳۴).

در تعریفی سرمایه اجتماعی بین سازمانی «مجموعه‌ای از منابع اجتماعی تعبیه شده در شبکه‌ای از روابط بین سازمانی که از تعامل میان بازیگران و فرایندهای مختلف موجود در آن شکل گرفته می‌شود» بیان شده است. (Min & Chen, 2008) به تعبیری می‌توان سرمایه اجتماعی بین سازمانی را حاصل اعتماد، وفاق و همدلی و مشارکت سازمان‌ها برای تحقق اهداف مشترک دانست.

#### اعتماد بین سازمانی

سرمایه اجتماعی عناصر مهمی نظیر اعتماد، عمل متقابل و آمادگی‌های افراد برای کنش مشارکتی و همیارانه را در برمی‌گیرد. در این میان می‌توان گفت اعتماد مهم‌ترین عنصر سازنده سرمایه اجتماعی است. مطالعات جامعه‌شناختی به صورت‌های مختلفی از اعتماد و اهمیت آن‌ها برای سرمایه اجتماعی و فواید مترتب بر آن پرداخته‌اند. اکثر پژوهش‌های انجام شده در خصوص اعتماد مربوط به سه دسته کلی یعنی اعتماد میان افراد (تعمیم یافته)، اعتماد

میان فرد و نزدیکان (بین شخصی) و اعتماد فرد به نظام‌های اجتماعی (بنیادین) است ولی نوع دیگری از اعتماد نیز وجود دارد که کمتر مطالعه شده و به اندازه و شاید بیشتر از این اشکال اعتماد اهمیت دارد که این شکل از اعتماد را «اعتماد بین سازمانی» می‌خوانیم.

پاولو<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) اعتماد بین سازمانی را اعتقاد و باور ذهنی که اعضای سازمان نسبت به سازمان دیگر دارند تعریف کرده است؛ به گونه‌ای که معتقدند آن‌ها در معاملات بدون نیاز به نظارت و کنترل کاملاً صادق هستند؛ از این رو اعتماد سازمانی به باور ذهنی متکی است و باعث حفظ اتحادهای استراتژیک و تسهیل ارتباطات بین سازمانی و تعاملات می‌شود. (Sockalingam&Panteli,2005,p603)

بانکر و لویسکی<sup>۲</sup> (۱۹۹۵)، بیان می‌کنند که اعتماد بین سازمانی ویژگی‌های متفاوتی را در مراحل مختلف ارتباط نشان می‌دهد. آن‌ها سه مرحله متوالی از توسعه و تقویت اعتماد را بیان می‌کنند: اعتماد مبتنی بر محاسبه؛ اعتماد مبتنی بر دانش و اعتماد مبتنی بر تعیین هویت. اعتماد مبتنی بر محاسبه، شکننده‌ترین نوع اعتماد است که در مراحل اولیه شکل‌گیری ارتباط و در اثر تبادلات اقتصادی - مالی بین شرکا ایجاد می‌شود؛ سپس اعتماد مبتنی بر محاسبه به تدریج توسعه می‌یابد؛ اعتماد مبتنی بر دانش در اثر استمرار روابط و ایجاد فهم دوجانبه ایجاد می‌شود؛ به گونه‌ای که رفتار شریک برای طرف مقابل قابل پیش‌بینی می‌شود. در این هنگام طرفین دارای ارزش‌های مشترک می‌شوند و به اشتراک‌گذاری دانش‌های ضمنی و شخصی می‌پردازند. از این رو می‌توان گفت که اعتماد پدیده‌ای است که نیازمند زمان و بلوغ اجتماعی است. (Lewicki& Bunker,1995,p591)

### پیشینه پژوهش

در خصوص سرمایه اجتماعی و موضوعات مرتبط با آن پژوهش‌های متعددی انجام گردیده است که اکثر آن مربوط به سرمایه اجتماعی متصل کننده است که بیشتر به شاخص‌ها، اندازه‌گیری اثرات، عوامل مؤثر، نتایج و ... آن پرداخته‌اند و برخی نیز سرمایه اجتماعی سازمانی و موضوعاتی همچون بهره‌وری، تعلق سازمانی، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی، کیفیت زندگی کاری و ... را مورد بررسی قرار داده‌اند لیکن ادبیات موضوع نشان می‌دهد در رابطه با سرمایه اجتماعی بین سازمانی خصوصاً در دستگاه‌های خصوصاً در دانشگاه‌ها تاکنون مطالعه مهمی صورت نگرفته است. برخی از پژوهش‌های انجام شده که قرابت

1. Pavlou

2. Lewicki and Bunker

بیشتری با موضوع مورد تحقیق این رساله دارد در جدول ذیل آمده است:

جدول ۱. پیشینه تحقیق

نویسندگان (سال پژوهش)	عنوان یا سؤالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
صادقی نسب (۱۳۹۸)	چهارچوب ساخت و کاربست سرمایه اجتماعی هموند	در این تحقیق به طراحی چارچوبی برای مدیریت و استفاده از سرمایه اجتماعی برای ارتباطات بهم پیوسته و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تعاملی بین اعضای هیئت‌علمی و مدیران میانی سازمان‌های دولتی پرداخته شده است. و با استفاده از سرمایه اجتماعی توسط اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و مدیران میانی دستگاه‌های دولتی در ارتقا عملکرد سیستم اداری جمهوری اسلامی را طراحی نموده است.
استعلاجی (۱۳۹۶)	تقویت سرمایه اجتماعی برون گروهی در راستای استقرار مدیریت اجتماع‌محور	در این تحقیق نشان داده شده است که اعتمادسازی و تقویت روحیه مشارکت و همکاری در بین سرگروه‌ها و در نتیجه تقویت سرمایه اجتماعی برون گروهی شده است که این امر اثربخشی مطلوب رویکرد اجتماع محور مدیریت سرزمین در راستای افزایش سرمایه اجتماعی برون گروهی برای مدیریت مشارکتی مناطق خشک را مورد تأکید قرار می‌دهد.
اندیشمند (۱۳۸۸)	شناسایی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها به منظور ارائه مدلی جهت ارتقا آن	پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش دانشگاه در ایجاد سرمایه اجتماعی به منظور ارائه مدل برای ارتقا نظام آموزش عالی کشور و به روش توصیفی پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش اعضای هیات علمی تمام وقت دانشگاه‌های آزاد استان کرمان در سال تحصیلی ۶۲۰ (۸۷-۸۸) نفر بودند که تعداد ۱۷۵ نفر به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای از بین آن‌ها انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده، دو پرسشنامه محقق ساخته بود. از مرور ادبیات و استفاده، دو پرسشنامه محقق ساخته بود. از مرور ادبیات و برپیشینه پژوهش ۵۴ متغیر و زیر مؤلفه استخراج گردید و بر اساس آن پرسشنامه اول برای تعیین وضع موجود سرمایه اجتماعی تدوین گردید. روایی محتوایی پرسشنامه توسط، صاحب‌نظران مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن پس از اجرای آزمایشی بین تعدادی از اعضای هیات علمی، از طریق ضریب آلفای کرانباخ (۹۸٪) محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های در دو سطح توصیفی و استنباطی (تحلیل

<p>عاملی و ضریب همبستگی) صورت گرفت. پس از انجام تحلیل عاملی، ۷ مؤلفه اصلی و ۵۴ زیر مؤلفه شناسایی شده و با هویت سازمانی، توانمندسازی، همکاری و نفع عمومی، تسهیم دانش و خلق سرمایه فکری، اعتماد و همبستگی، مدیریت مشارکتی و آگاهی نام گذاری شد. نتایج نشان داد، مؤلفه اصلی اعتماد و همبستگی بالاترین میانگین و مؤلفه مدیریت مشارکتی از کمترین میزان میانگین برخوردار است و زیر مؤلفه‌های تعهد و تعلق، میزان قدرت رهبری و مدیریت، خیرخواهی و دیگرخواهی برقراری ارتباط بین افراد دارای دانش با افراد نیازمند به دانش آن‌ها، قابلیت دسترسی به افراد و گروه‌های مورد نیاز، بالاترین میانگین را دارا هستند ولی زیر مؤلفه‌های تجلیل و قدرشناسی، عدالت، جهت‌گیری به سمت هدف جمعی، پرورش نوآوری و خلاقیت، همبستگی در کل سازمان، مدیریت مشارکتی پایین‌ترین میانگین را دارا هستند و نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب در این حوزه‌ها می‌باشد. نتایج نشان داد که بین نظر پاسخگویان از لحاظ متغیر جنسیت، تحصیلات و سابقه کار تفاوت چندانی وجود ندارد ولی توزیع نظر پاسخگویان در متغیرهای مرتبه علمی و محل دانشگاهی محل خدمت یکسان نمی‌باشد، به طوری که در متغیر مرتبه علمی، بیشترین سرمایه اجتماعی مربوط به (استادان) و کمترین مربوط به (مربیان) می‌باشد. همچنین در متغیر واحد دانشگاهی محل خدمت، شهرستان زرنند و کرمان به ترتیب، بالاترین و پایین‌ترین میزان سرمایه اجتماعی را دارا می‌باشند. نتایج نشان داد که جو دانشگاه‌های مذکور پیش نیاز اصلی را برای ایجاد و ارتقا سرمایه اجتماعی ندارد و نقششان در این زمینه ضعیف می‌باشد. بر اساس یافته‌های حاصله از پرسشنامه اول پرسشنامه دوم مشتمل بر ۵ بخش (فلسفه و اهداف، مبانی نظری، چهارچوب ادراکی، مراحل اجرایی، نظام ارزشیابی) تدوین گردید و سپس با استفاده از روش امید ریاضی با (۹۶٪) اعتبار سنجی شد.</p>	
--	--



<p>نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی میان گروهی می‌بایست در سه بعد مختلف شامل علایق متفاوت، سبک زندگی متفاوت، و برون گروه‌ها بررسی شود. ضرایب همبستگی میان سرمایه اجتماعی میان گروهی از یک سو، و اعتماد و تساهل اجتماعی به عنوان ابعاد ذهنی سرمایه اجتماعی از سوی دیگر مثبت بوده و به لحاظ آماری معنادار هستند.</p>	<p>سنجش سرمایه اجتماعی میان گروهی</p>	<p>ادیبی سده (۱۳۸۸)</p>
<p>نتایج حاکی از این است که توسعه پیوندهای محکم مبتنی بر درک مشترک و اعتماد بین اعضای شرکت، شرکت را به سمت توسعه قابلیت‌های پویا برای تبدیل و بهره‌برداری از دانش به دست آمده از خارج سوق می‌دهد، که این امر باعث نوآوری مبتنی بر توسعه محصول جدید می‌شود. محدودیت‌های تحقیق، پیامدها و تحقیقات آینده نیز توسط نویسندگان مقاله مورد بحث قرار گرفته است.</p>	<p>سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی و نوآوری در محصول: نقش واسطه‌ای ظرفیت جذب شده واقعی</p>	<p>ارتیز و همکاران (2021)</p>
<p>نتایج نشان می‌دهد، شرکت‌هایی که توانایی‌های پیشرفته‌تری در شناسایی و ارزیابی ارزش دانش خارجی دارند، به احتمال زیاد برای دستیابی به چنین دانشی از شرکای خود، روش‌های بهینه‌ای را ارائه می‌دهند</p>	<p>سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی</p>	<p>Ortiz (۲۰۱۸)</p>
<p>از مشاهده مستقیم و تجزیه و تحلیل اسناد استفاده شده، دو ابزار برای ارزیابی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی ارائه می‌شود: یک ابزار کیفی، که در مرحله اول مطالعه ایجاد شده و یک ابزار کمی (بررسی) که از نتایج مرحله اکتشافی ساخته شده است.</p>	<p>ایجاد ابزارهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی</p>	<p>Macke (۲۰۰۹)</p>

### روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع نظری و کاربردی و از نظر رویکرد کیفی است و از استراتژی داده بنیاد بهره گرفته است. از آنجا که شناسایی عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دانشگاه‌ها بر اساس نتایج نظر خبرگان دانشگاهی مطلوب این پژوهش بود بنابراین راهبرد نظریه داده بنیاد انتخاب شد تا با این مطلوب سازگاری داشته باشد. پاول می‌گوید: نظریه داده بنیاد روشی است که نظریه‌ها، فرضیه‌ها و قضایا را طی یک فرایند منظم، به جای استنتاج از پیش فرض‌های قبلی، سایر پژوهش‌ها یا چارچوب‌های نظری موجود به‌طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌کند (Powell, 1999, P98). روش گردآوری

داده‌ها و اطلاعات در تحقیق حاضر کتابخانه‌ای و میدانی بوده است که در بررسی اسنادی، متن‌های مکتوب شامل کتاب‌ها، مقاله‌ها، مجلات و مصاحبه‌های پیرامون موضوع سرمایه اجتماعی بررسی و سعی بر توصیف کیفی محتوای مورد نظر شده است. پس از استخراج داده‌های نظری، داده‌های مورد نیاز تکمیلی با بکارگیری ابزار مصاحبه جمع‌آوری شد. بخش میدانی بر اساس مصاحبه از نوع نیمه ساخت یافته بود. جامعه آماری پژوهش شامل روسا، مدیران ارشد و میانی دانشگاه‌های منتخب و اعضای هیات علمی دانشگاه در حوزه تحقیقاتی پژوهش با مشخصات جدول شماره ۲ بودند.

جدول ۲. مشخصات جامعه آماری

مشخصات مورد نظر	جامعه آماری
حداقل ۴ سال سابقه مدیریت داشته باشند ترجیحاً تحصیلات دانشگاهی در حوزه مدیریت را داشته باشند	روسا، مدیران ارشد و میانی دانشگاه‌های منتخب
حداقل ۴ سال سابقه عضویت در هیأت علمی را داشته باشند ترجیحاً سابقه همکاری با دستگاه‌های دولتی داشته باشند	اعضای هیات علمی دانشگاه

نمونه‌گیری به روش گلوله برفی<sup>۱</sup> (ارجاع زنجیره‌ای) انجام شد و مصاحبه‌ها تا اشباع نظری کامل پیش رفت. اشباع نظری زمانی اتفاق می‌افتد که نمونه جدید نتواند اطلاعات جدیدی درباره مفاهیم، مقولات و یا ارتباط آن‌ها را ارائه دهد. (خنیفر و دیگران، ۱۳۹۶) در تحقیقات کیفی به دنبال تعمیم نتایج به یک جامعه بزرگ‌تر نیستیم لذا نمونه الزاماً معرف جامعه آماری نخواهد بود (لیک، ۱۳۸۸، ص ۱۰۸). با توجه به استراتژی تئوری داده بنیاد در این پژوهش، نمونه‌گیری از آغاز مطالعه به‌طور تفصیلی برنامه‌ریزی نشد ولی به موازات پیشرفت پژوهش متمرکز گردید و زمانی پایان پذیرفت که همه دسته‌بندی‌ها اشباع شدند یعنی نمونه‌برداری تا زمانی ادامه یافت که نمونه‌های بعدی مطالب تکمیل‌کننده‌ای به اجزای تشکیل‌دهنده تئوری اضافه نمی‌کرد. نهایتاً با تعداد ۱۷ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. از مصاحبه دوازدهم به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده گردید اما برای اطمینان با ۵ نفر دیگر نیز مصاحبه ادامه پیدا کرد. بازده مصاحبه انتهایی نشان‌دهنده داده‌های کاملاً تکراری بود که علامت اشباع نظری به شمار می‌رفت. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری تحقیق در جدول ۲ ارائه شده است.

1. Snowball Sampling

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

ویژگی	شاخص‌ها	تعداد	سهم نسبی
شغل	هیات علمی	۷	۴۱٪
	اجرایی	۱۰	۵۹٪
مدرک تحصیلی	کارشناسی ارشد	۲	۱۲٪
	دکتر	۱۴	۸۸٪
سابقه کار	کمتر از ۱۵ سال	۱	۶٪
	۱۵ تا ۲۰ سال	۷	۴۱٪
	بیشتر از ۲۰ سال	۹	۵۳٪

در تحقیق حاضر، همه داده‌های خام، تحلیل شده، کدها، مقوله‌ها، فرایند مطالعه، اهداف اولیه و سؤال‌ها در اختیار دو تن از صاحب‌نظران قرار گرفت و با حسابرسی دقیق همه گام‌های پیموده شده تأیید شد. جهت اطمینان از پایایی ابزار، علاوه بر روش حسابرسی از روش توافق درونی (درون موضوعی) بهره برده شد. بدین منظور ضمن ارائه آموزش‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها از دو تن از صاحب‌نظران درخواست شد به‌عنوان کدگذار به کدگذاری چهار مصاحبه که به‌صورت تصادفی گزینش شدند اقدام کنند. میزان کدهای مورد توافق در هر مصاحبه و میزان توافق درون موضوعی (پایایی) در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. روایی و اعتبار بر اساس روش لینکن و گوبا

شاخص	فرایند
اعتبار	صرف زمان کافی برای پژوهش و تأیید داده‌های مصاحبه توسط مصاحبه‌شونده اخذ نظر خبرگانی که در پژوهش شرکت نداشتند
انتقال‌پذیری	اخذ نظر خبرگانی که در پژوهش شرکت نداشته‌اند
تأیید‌پذیری	مستندسازی و حفظ همه گام‌های پژوهش و مستندات در فرایند پژوهش
قابلیت اعتماد	ثبت همه جزئیات پژوهش و یادداشت‌برداری در طول مصاحبه و روند پژوهش

جدول ۵. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از روش توافق درون موضوعی

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	پایایی باز آزمون (درصد)
۱	سوم	۲۴	۱۹	۰/۷۹
۲	هشتم	۳۳	۲۵	۰/۷۵
۳	شانزدهم	۲۸	۱۸	۰/۶۴
	کل	۸۵	۶۲	۰/۷۳

بنابر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۶۰ درصد بیان‌کننده پایایی مناسب ابزار

است. بنابراین نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد مصاحبه‌های انجام شده پایایی قابل قبولی داشتند.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از اینکه مصاحبه با تک تک مصاحبه‌شوندگان انجام شد صوت مصاحبه‌ها، تایپ و پیاده‌سازی گردید. به هر یک از مصاحبه‌شوندگان یک شماره قراردادی داده شد. مصاحبه‌شوندگان روسا و مدیران دانشگاهی با حرف (O) و مصاحبه‌شوندگان هیات علمی دانشگاه با حرف (U) مشخص شدند. برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تحلیل بنیاد استفاده گردید. بر اساس این روش مصاحبه‌ها مکرر خوانده شده و مطالب مرتبط پژوهشگران که در حقیقت پاسخ به سؤالات اصلی بودند مشخص شد. سپس داده کیفی انتخاب شده کدگذاری گردیدند. کدگذاری داده‌ها، برحسب مصاحبه و شماره‌های قراردادی که در بالا تشریح شد صورت گرفت.

پس از فهرست کردن تمامی نکات کلیدی در مصاحبه‌ها به هر نکته یک کد (عنوان) تخصیص داده شده است که در جدول شماره ۵ در قالب کدهای اولیه نشان داده شده است. در این جدول نشانگر U3 به معنای سومین مصاحبه با اعضای هیات علمی دانشگاه می‌باشد.

#### جدول ۶. نمونه کدگذاری اولیه

نشاتگر	گزیده متن	کدگذاری باز
O1	در یک دوران این بود که منافع جمعی و گروهی روجحان داشته بر منافع فردی. الان متأسفانه این طور نیست الان سلسله‌مراتب و منافع از منافع ملی به منافع منطقه‌ای بخش یا منافع شخصی تغییر کرده شد. فرد خودش با خودش سرمایه اجتماعی معنی ندارد معنی سرمایه اجتماعی در یک سیستم است و در سیستم تجلی پیدا می‌کند یا گروه است یا سازمان است	ترجیح منافع گروهی به شخصی تفکر سیستمی
U3	سرمایه اجتماعی بین سازمانی وقتی شکل بگیرد هم در خدمت اهداف فردی می‌تواند باشد و هم در خدمت اهداف سازمانی می‌تواند قرار بگیرد. یک پویایی در این نهفته است پویایی که ممکن است اعضایی را از گردونه سازمان خارج بشود و هیچ از آن سرمایه اجتماعی همراه خود نمی‌برند و سرمایه اجتماعی می‌باشد لطمه‌ای به آن نمی‌خورد.	توجه هم‌زمان به اهداف فردی و سازمانی عدم قائم به شخص بودن سرمایه اجتماعی

\* با توجه به محدودیت‌های موجود نشریه و به علت اینکه حجم مقاله بیش از حد مجاز نشود از ذکر کلیه

کدها و شناسه‌ها خودداری شده است.

تحلیل جزئی داده‌ها، سؤال کردن و تحلیل مقایسه‌ای، روش‌های اصلی تحلیل در تئوری داده بنیاد هستند. برای توسعه مدل نظری سرمایه اجتماعی بین سازمانی، محقق به شکلی مداوم و هدفمند، طی فرایند تحلیل داده‌ها بین کدگذاری باز و محوری حرکت نمود. همان‌طور که اشتراوس و کوربین تأکید کرده‌اند، فرایند کدگذاری باز و محوری دو گام متوالی یک فرایند تحلیلی نیستند، بلکه فرایند کدگذاری، پویا و شناور انجام می‌گیرد. در ابتدای کدگذاری، تلاش شد مقوله‌ها از طریق کدگذاری باز مشخص شود و طی کدگذاری محوری، مقوله‌ها به یکدیگر مرتبط می‌شوند. بعداً اینک ارتباط بین مقوله‌ها طی کدگذاری باز و محوری شناسایی شدند، طی کدگذاری انتخابی، مقوله‌ها، مقوله‌های فرعی و ارتباط آن‌ها یکپارچه شده تا مدل نظری توسعه یابد.

### یافته‌های پژوهش

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که براساس نقطه نظرات صاحب‌شوندگان این پژوهش هفده مفهوم فرعی و در چهار طبقه اصلی به‌عنوان عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی شناسایی شد. در ادامه پژوهش کلیه مفاهیم فرعی استخراج شده تحقیق تشریح می‌شود.

جدول ۷. کدهای نهایی، مضامین فرعی و مضامین اصلی

طبقه‌های اصلی	طبقه‌های فرعی	مفاهیم
عوامل تقویت کننده	عوامل فرهنگی	فرهنگ سازمانی نهادهای فرهنگی ملی گرایی ترویج اخلاق مداری
	عوامل سازمانی	شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی انگیزه خدمت عمومی اصلاح فرایندهای کاری تقویت ارتباطات غیررسمی نظام ارزیابی عملکرد تقویت شبکه‌های درون سازمانی
	عوامل ایدئولوژیک	باورهای دینی هویت ملی رفتار انقلابی

۳۲۴ ♦ شناسایی عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی...

	عوامل آموزشی	دانش افزایی بین سازمانی ترویج سرمایه اجتماعی افزایش دانش و مهارت دانایی محوری
--	--------------	--

ذکر این نکته لازم است که در بخشی از نتایج بدست آمده توسط محقق، برای تقویت سرمایه اجتماعی پیشایندهایی نیز مورد نیاز است که در جدول شماره ۷ آمده است.

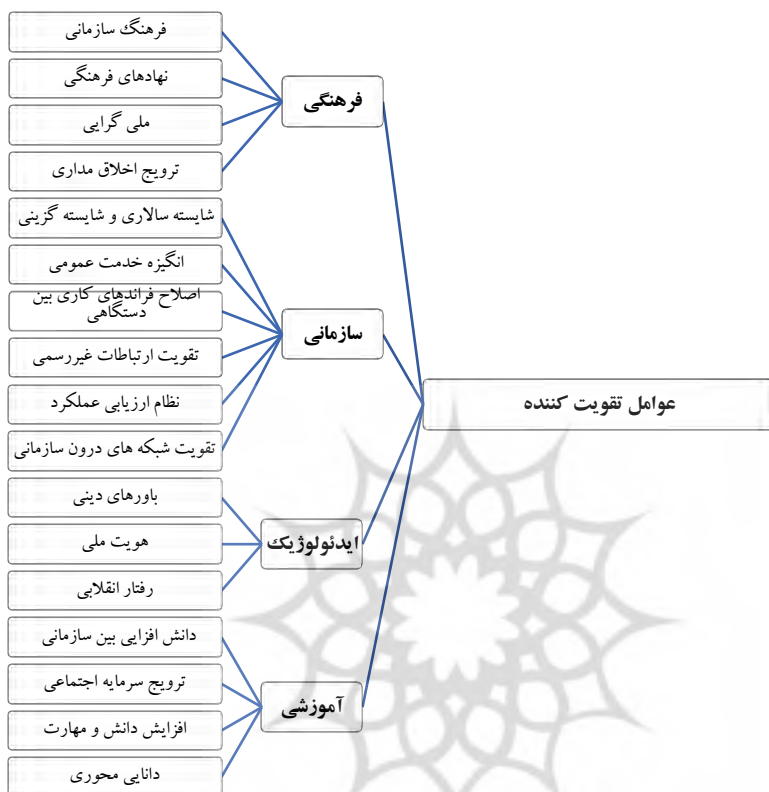
**جدول ۸. کدهای نهایی، مضامین فرعی و مضامین اصلی پیش آیندها**

طبقه اصلی	طبقه فرعی	مفاهیم
پیش آیندها	ویژگی های فردی	توانایی برقراری ارتباط مؤثر فضائل اخلاقی مهارت های مدیریتی مسئولیت پذیری
	ویژگی های سازمانی	گروه های مشترک کاری مدیریت استراتژیک مسئولیت پذیری سازمانی ساختار سازمانی پویا ثبات مدیریتی
	اهداف مشترک	همگرایی بین سازمان ها همپایانی سازمان ها توجه به مأموریت اصلی دانشگاه منافع مشترک سازمان ها نگاه سیستمی و مشترک خرد و تفکر جمعی
	ارتباطات فراگیر بین سازمانی	ارتباطات غیررسمی ارتباطات مبتنی بر عواطف و دوستی ارتباطات میان گروهی ارتباطات میان سازمانی

**رویش الگو و اشباع نظری**

در مرحله دوم که کد گذاری که کد گذاری محوری نامیده شده است محقق یکی از مقوله ها را انتخاب کرده و آنرا تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند مورد کاوش قرار داده و

ارتباط سایر مقوله‌ها را با آن مشخص می‌کند (Corbin&Strauss,2008)



شکل ۱- عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها بر اساس نتایج مصاحبه‌ها و نظر خبرگان دانشگاهی

### عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی بین سازمانی

این عوامل شامل چهار دسته عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی، عوامل ایدئولوژیک و عوامل آموزشی است. امروزه نقش بی‌بدیل عوامل فرهنگی را در هیچ‌یک از موضوعات مرتبط با سازمان‌ها نمی‌توان نادیده گرفت و در اینجا نیز این گونه عوامل در کنار سایر متغیرها نقش بسیار مهمی در تقویت سرمایه اجتماعی ایفا می‌نماید. فرهنگ به‌عنوان یک متغیر مستقل می‌تواند به‌عنوان پایه و اساس موجود در نهادهای فرهنگی و تقویت کننده سرمایه اجتماعی عمل نماید. فرهنگ سازمانی مبتنی بر ایجاد ارتباط و اعتماد، نهادهای فرهنگی همچون دانشگاه و خانواده در بسترسازی برای سرمایه اجتماعی نقش اساسی ایفا می‌کنند. عوامل

فرهنگی بر نحوه رفتارها، باورهای کلیدی و ارزش‌های سازمانی تأثیر گذاشته و عاملی مؤثر برای تقویت سرمایه اجتماعی به شمار می‌روند. همچنین ویژگی‌های ملی همچون نوع دوستی، ظرفیت‌های مردمی و گزاره‌های اخلاقی مثل فرهنگ ایثار در بهبود و تقویت سرمایه اجتماعی بین دانشگاه‌ها نقش مهمی را ایفا می‌کنند. توجه به دستورات و باورهای دینی همچون توصیه به امانت‌داری، انجام فعالیت‌های جمعی و همچنین باورهای ملی و رویکردهای انقلابی نیز از عوامل ایدئولوژیکی هستند که در تقویت سرمایه اجتماعی تأثیر گذارند. برخی عوامل آموزشی از جمله افزایش دانش بین سازمانی، فعالیت‌های ترویجی سرمایه اجتماعی، افزایش مهارت‌های ارتباطی و دانایی محوری نیز بر تقویت سرمایه اجتماعی بین سازمانی مؤثرند.

#### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهاد

همواره موضوعاتی از قبیل همکاری‌های بین سازمانی، ارتباطات بین سازمانی، هماهنگی‌های بین سازمانی و ... مورد توجه سازمان‌ها بوده و خصوصاً برای دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی از اهمیت بسزایی برخوردار است. امروزه دانشگاه‌ها با مشکلات متعددی همچون عدم هماهنگی، فقدان یکپارچگی امور و اختلافات و بعضاً منازعاتی روبرو هستند که خروجی آن کاهش عملکرد است و طبعاً موضوعات مطرح شده می‌تواند جزء اولویت‌های سیستم آموزشی باشد. یکی از موضوعات مهمی که می‌تواند تأثیر بسزایی در ایجاد روابط صحیح بین دانشگاه‌ها و تعامل و هماهنگی بیشتر آنان داشته باشد سرمایه اجتماعی است که آن‌گونه که مشخص است نماد آن اعتماد، روابط شبکه‌ای، هنجارهای مشترک و ... می‌باشد و در حقیقت با ایجاد سرمایه اجتماعی در بین دانشگاه‌ها می‌توان خلل‌های موجود در روابط سازمانی و مشکلات ناشی از آن را مرتفع نمود. ارتباط بین دانشگاه‌ها خصوصاً در بخش دولتی و چگونگی تعامل، هماهنگی و همکاری آن‌ها برای ایفای نقش صحیح خود همواره از موضوعات مورد توجه همه اندیشمندان بوده و سعی نموده‌اند تا با ایجاد یکپارچگی بین دانشگاه‌ها و کاهش اختلافات بین آن‌ها اهداف خود را محقق نمایند. بنظر می‌رسد مؤلفه‌های مربوط به سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها همچون اعتماد بین سازمانی، وفاق و همدلی، مشارکت بین سازمانی و تعلق حاکمیتی بتواند این مهم را محقق نماید.

با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده و بر اساس نتایج تحلیل کیفی در این تحقیق، بکارگیری سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها، برخی پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:



- آشنایی دقیق مدیران دانشگاه‌های کشور با مشخصه‌های سرمایه اجتماعی بین سازمانی همچون اعتماد، وفاق و همدلی، مشارکت، تعلق سازمانی به دانشگاه محل خدمت و زمینه‌سازی برای نهادینه شدن این مؤلفه‌ها در آن‌ها در اولویت قرار گیرد.

- پیشایندهای سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد که از جمله آن می‌توان به ویژگی‌های فردی همچون توانایی ارتباطی مدیران، فضائل اخلاقی، مهارت‌های مدیریتی و مسئولیت‌پذیری اشاره نمود که باید در انتخاب مدیران دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در سطوح عالی، میانی و عملیاتی ملاک عمل قرار گرفته و با آموزش‌های لازم تقویت گردد.

- ایجاد نگاه سیستمی به بحث آموزش در سطح کلان و تأکید بر اهداف مشترک نظام آموزشی خصوصاً اینکه هدف غایی همه دانشگاه‌ها ارائه خدمات به دانشجویان و ارتقای بنیه علمی کشور است می‌تواند موجب بسترسازی مناسب برای سرمایه اجتماعی بین دانشگاهی گردد.

- تقویت کانال‌های ارتباطی خصوصاً افزایش مراودات و ارتباطات غیررسمی با تشکیل کمیته‌های مشترک و انجام نشست‌ها و بازدیدهای گروهی و همچنین استفاده از ارتباطات مبتنی بر عواطف نقش مؤثری در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین دانشگاهی ایفا خواهد نمود.

- اطلاع از موانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است که باید بر اساس این آگاهی نسب به رفع این موانع به‌طور جدی اقدام گردد. تعارض منافع، رقابت ناسالم و خودنمایی سازمانی، فقدان تفکر سیستمی در نظام آموزشی کلان و داشتن نگاه بخشی و جزیره‌ای، انتصابات نامناسب مدیران و انفعال سازمانی از موانعی است که باید با برنامه‌ریزی دقیق نسبت به رفع آن اقدام نمود تا بتواند منجر به ایجاد سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها گردد.

- همچنین حذف و تغییر برخی خلأهای قانونی یا قوانین و مقررات متضاد که موجب ایجاد تعارض بین دانشگاه‌ها می‌گردد و فاصله گرفتن از نگاه‌های سنتی، عدم دخالت گروه‌های سیاسی یا ذی‌نفوذ در انتصابات که متأسفانه در دانشگاه‌ها با اینکه محیط علمی هستند به چشم می‌خورد، نیز از عواملی است که برای رفع موانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین سازمانی در دانشگاه‌ها مؤثر می‌باشند.

- تقویت حس رضایت‌مندی در دانشگاهیان چه به‌صورت فردی و گروهی،

## ۳۲۸ ♦ شناسایی عوامل تقویت کننده سرمایه اجتماعی...

درک نیازهای آنان برقراری ارتباطات شفاف و ترغیب افراد به تماس بیشتر با یکدیگر، کاهش دیوانسالاری (بوروکراسی)، برقراری جلسات گروهی بیشتر، جلب اعتماد و تعهد، بهسازی مهارت‌ها، به اشتراک گذاشتن تجربیات و مهارت‌ها، واگذاری قدرت تصمیم‌گیری، ارتقای روحیه گروهی، احساس ارزشمندی، پذیرش ایده‌ها، کار گروهی و تیم‌سازی، حل تعارض و ارتقای افراد شایسته...

### منابع

- استعلاجی، علیرضا، حاج‌علیزاده، احمد، حیدروند، اط‌مسعود (۱۳۹۶). تقویت سرمایه اجتماعی برونگروهی در راستای استقرار مدیریت اجتماع‌محور در مناطق خشک، مجله مرع و آبخیزداری، دوره ۷۰، شماره ۳، صص ۵۸۰-۵۶۹.
- اندیشمند، ویدا (۱۳۸۸). شناسایی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در دانشگاه‌ها به منظور ارائه مدلی جهت ارتقا آن. رهبری و مدیریت آموزشی تابستان ۱۳۸۸ شماره ۲ (مسلسل ۸)
- بیکر، واین. (۱۳۸۲). مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه سید مهدی الوانی و محمدرضا ربیعی مندجین، سازمان مدیریت صنعتی، تهران
- پاتنام، رابرت. (۱۳۹۲). دموکراسی و سنت‌های مدنی؛ سرمایه اجتماعی و سنت‌های مدنی در ایتالیای مدرن، ترجمه محمد تقی دلفروز، انتشارات جامعه‌شناسان، تهران.
- دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۴) روش‌شناسی پژوهش کیفی در: مدیریت رویکردی جامع. تهران، انتشارات صفار
- رابینز، استیفن؛ تئوری سازمان، سید مهدی الوانی / حسن دانایی فرد، تهران، صفار، ۱۳۸۳، هفتم.
- زارعی متین، حسن، محمدیان، بهزاد، مدرسی، سعید. (۱۳۹۵). مدیریت سرمایه اجتماعی، موسسه کتاب مهربان نشر، تهران
- زرافشانی، کیومرث، حیدری، حسین، مرادی، خدیجه. (۱۳۹۴). مدل کیفی کنش سرمایه اجتماعی با فرآیند توسعه روستایی، مورد: روستای فارسینج در استان کرمانشاه، فصلنامه فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صص ۱۴۶-۱۳۱
- کلمن، جیمز. (۱۳۷۷). بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، نشر نی، تهران.
- مقدم، ابوالفضل؛ امین رضا کمالیان؛ بدرالدین اورعی یزدانی؛ باقر کرد؛ سید علی قلی روشن (۱۳۹۵). تبیین و طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی کارآفرینانه: رویکرد داده‌بنیاد، بهبود مدیریت، ۱۰(۴): صص ۱۲۳-۱۵۷.
- محبوب روش، شبنم؛ دانش فرد، کرم‌الله، میرسپاسی، ناصر (۱۴۰۰). طراحی الگوی نقش دولت در ارتقای سرمایه اجتماعی با رویکرد خلق ارزش عمومی در سازمان‌های دولتی ایران، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی دوره ۸، شماره ۲، صص ۲۳۳-۲۰۹.

سید مهدی قریشی و همکاران ♦ ۳۲۹

- مؤذن جمشیدی، میرهادی، روحی، روشنگر (۱۴۰۰). سرمایه اجتماعی و جهش تولید در کسب و کارهای دانش بنیان: یک مطالعه با رویکرد آمیخته (کیفی کمی). فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی دوره ۸، شماره ۲، صص ۳۰۱-۲۸۵.
- موسوی میرکلایی، سید زمان (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی اداره پست استان مازندران). رهیافتی در مدیریت بازرگانی، شماره: بهار ۱۳۹۹، دوره ۱، شماره ۱؛ صص ۶۶ - ۸۳
- Andishmand, V. (2009). Identifying the components of social capital in universities in order to provide a model to promote it. *Educational Leadership & Administration*, 3(2), 9-34.
- Baker, W. (2003). *Management and Social Capital*, Translated by Seyed Mehdi Alwani and Mohammadreza Rabee Mondajin, Tehran, Industrial Management Organization. (in Persian)
- Carrión, C. H. Izquierdo, C. C. & Cillán, J. G. (2020). "The internal mechanisms of entrepreneurs' social capital: A multi-network analysis", *Business Research Quarterly*, 23, PP. 1-19.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basic of Qualitative Research (3ed)*, Basic of qualitative research, Techniques and procedures for developing grounded theory. Thousand oaks, USA: sage.
- Coleman, J.S. (2011). *Foundations of Social Theory*, Translated by Manochehr Sabori Kashani, Tehran, Ney Publishers. (in Persian)
- Danaee-Fard, H. Alavani, S. M. & Azar, A. (2019). *Qualitative research methodology in comprehensive management*, Tehran, Saffar Publishers. (in Persian)
- Downing, S. M. (2004). "Reliability: on the reproducibility of assessment data", *Medical Education*, 38(9): pp. 1006-1012.
- Estelaji, A. Hajalizadeh, A. & Heydarvand, M. (2017). "Increasing of Bridging social capital for establishment of community-based management in Arid regions", *Journal of Range and Watershed Management*, 70 (3), pp. 569-580. (in Persian)
- Glaser, B. G. (1992). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*: Sociology Press, San Francisco: University of California.
- Gharbi, M. (2020); "Les Dimensions du capital social et l'intention entrepreneuriale des étudiants", *Creating global competitive economies: 2020 vision planning & implementation*: 590-601.
- Lin, S and Y, Huang, (2005), The Role of Social Capital In The Relationship between human capital and career Mobility, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.6, No. 2, pp.189-199.
- Lewicki, R. J. & Bunker, B. B. (1995). Trust in relationships. *Administrative Science Quarterly*, 5(1), 583-601.
- Mahjoob-Ravesh, S. Daneshfard, K. & Mirsepassi, N. (2021). "Designing a Model for the Role of Government in Promoting Social Capital via a Public Value Creation Approach in the Governmental Organizations of Iran", *Social Capital Management*, 8 (2), pp. 209-233. (in Persian)
- Mosavi Mirkalaei, S. Z. (2020). "Investigating the Relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship (Case Study of Mazandaran Post Office)", *An Approach to Business Management*, 1 (1), pp. 66-83. (in Persian)
- Moazen-Jamshidi, M. & Roohi, R. (2021). "Social Capital and Production Leap in Knowledge Enterprises: A Mixed-Methods Approach (Qualitative-

- Quantitative)", *Social Capital Management*, 8 (2), pp. 285-321. (in Persian)
- Moghadam, A. Kamalian, A. Oraei Yazadni, B. Kord, B. & Roshan, S. (2017). "Explaining and Designing an Entrepreneurial Human Resource Management Model: Grounded Theory Approach (A study power Industry, Iran Transfo Corporation)", *Journal of Management Improvement*, 10 (4), pp. 123-157. (in Persian)
  - Ortiz, B, Donate. M. J. Guadamillas. F. (2021). Intra-Organizational Social Capital and Product Innovation: The Mediating Role of Realized Absorptive Capacity. *Frontiers in Psychology*, Published online 2021 Jan 13. doi: 10.3389/fpsyg.2020.624189.
  - Putnam, D. R. (2013). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Translated by MohammadTaghi Delforozi, Tehran, Jemeshenasan Publishers. (in Persian)
  - Powell, R. (1999), "Recent trends in research: a methodological essay", *Library and Information Science Research*, Vol. 21 No. 1, pp. 91-119.
  - S. Sockalingam and Panteli, N, 2005. Trust and conflict within virtual interorganizational alliances: a framework for facilitating knowledge sharing. *Decision Support Systems* 39: 599-617.
  - Robbins, S. (2020). *Organization Theory*, Translated by Seyyed Mehdi Alavani & Hasan Danaee-Fard, Tehran, Saffar Publishers. (in Persian)
  - Zarei-Matin, H. Mohammadian, B. & Modarresi, S. (2016). *Social Capital Management, Tehran, Mehraban Publishers. (in Persian)*
  - Zarafshani Q, Heydari H, Moradi K. *Qualitative model pertaining to interaction between social capital and rural development process - Case Farsinj village in Kermanshah. Serd* 2015; 4 (11):131-146