

The Explication of the Effective Factors and Barriers of the Formation of Inter-Organizational Social Capital Using the Grounded Theory Approach

Seyed Mahdi Ghoreishi¹, Seyed Mahmood Hashemi^{2*}, Zeinolabedin Amini Sabegh³, Ehsan Sadeh³

1. PhD Student, Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch, Islamic Azad University, Saveh, Iran

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management and Social Sciences, Tehran North Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

3. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Humanities, Saveh Branch, Islamic Azad University, Saveh, Iran

(Received: January 5, 2021; Accepted: June 7, 2021)

Abstract

This study was carried out to design an inter-organizational social capital model in the Iranian executive organizations using qualitative method and grounded theory based on Glaser's approach. The main research instrument of this pure, descriptive-exploratory study was semi-structured interviews with the informed and expert individuals who were active in the intended domain of the study. Sampling was done using snowball sampling to select participants from among the executive organizations' managers and university professors who had the intended characteristics. After conducting 17 interviews and collecting data, the obtained data was coded. In the tripartite coding stages – i.e., open, axial, and selective coding – some concepts, categories, and themes were derived from the data, and this process continued up until theoretical saturation was achieved. At the end, the inter-organizational social capital model was designed in five main levels that included factors such as inter-organizational trust, congruence and sympathy, inter-organizational cooperation, and sovereign belonging as the characteristics of inter-organizational social capital, the enhancing factors including themes such as organizational factors, educational factors, ideological factors, and cultural factors, the antecedent factors including individual characteristics, organizational characteristics, common goals, and extensive inter-organizational communications, the consequences level including consequences at the organizational and national levels, and the formation barriers level including intra-organizational and extra-organizational barriers. The provided model can be used to create and enhance social capital among executive organizations and benefit from the consequences.

Keywords

Social capital, Inter-organizational social capital, Trust, Organizational communication, Grounded theory.

* Corresponding Author, Email: Hashemi_2986@yahoo.com

فهم سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی با رویکرد داده‌بنیاد

سید مهدی قریشی^۱، سید محمود هاشمی^{۲*}، زین‌العابدین امینی‌سابق^۳، احسان ساده^۳

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

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۳۱ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۰۵)

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی الگوی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی با استفاده از روش کیفی و استراتژی داده‌بنیاد بر اساس رهیافت گلنزر انجام شد. در این تحقیق، که یک پژوهش بنیادی از نوع توصیفی-اکتشافی است، ابزار اصلی پژوهش مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با افراد آگاه و متخصص در حیطه موضوع پژوهش بود و نمونه‌گیری به صورت گلوله‌برفی از میان مدیران دستگاه‌های اجرایی و اعضای هیئت‌علمی دانشگاه، که ویژگی‌های مورد نظر را داشتند، انجام شد. پس از ۱۷ مصاحبه و جمع‌آوری اطلاعات، کدهای به‌دست‌آمده در بخش‌های مختلف تجزیه و تحلیل شدند و در مراحل سه‌گانه کدگذاری باز و محوری و انتخابی برخی مفاهیم و مقوله‌ها و فرامقوله‌های رویش‌یافته از درون داده‌ها تا رسیدن به اشباع شناسایی شدند. در نهایت، الگوی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در ۵ طبقه اصلی با مقولات اعتماد بین‌سازمانی، وفاق و همدلی، مشارکت بین‌سازمانی، تعلق حاکمیتی به عنوان مشخصه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی؛ عوامل تقویتی با فرامقوله‌های عوامل سازمانی، عوامل آموزشی، عوامل ایدئولوژیک، عوامل فرهنگی؛ طبقه پیشایندها شامل ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های سازمانی، اهداف مشترک، ارتباطات فراگیر بین‌سازمانی؛ طبقه پیامدها شامل پیامدها در سطح سازمانی و ملی؛ طبقه موانع شکل‌گیری شامل موانع درون‌سازمانی و موانع برون‌سازمانی به دست آمد. با استفاده از الگوی ارائه‌شده می‌توان سرمایه اجتماعی را در دستگاه‌های اجرایی ایجاد و تقویت کرد و از پیامدهای آن بهره گرفت.

کلیدواژگان

ارتباطات سازمانی، اعتماد، داده‌بنیاد، سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی.

* رایانامه نویسنده مسئول: Hashemi_2986@yahoo.com

مقدمه

در جهان تجاری امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیرملموس است. توانایی شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمان‌ها مهم و حیاتی است 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 این سؤال را در ایجاد و 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 در حوزه علوم انسانی، به‌خصوص مدیریت و سازمان، نیز مورد توجه قرار گرفت (Lin & Huang 2005: 189).

به طور کلی، سرمایه اجتماعی بر مجموعه شبکه‌ها، تیم‌ها، روابط، انجمن‌ها، و مؤسسه‌ای دلالت دارد که به واسطه هنجارها و ارزش‌های مشترک شکل گرفته و دلگرمی اجتماعی انسان را موجب شده است و کنش متقابل و تعاون و همکاری بین افراد را تسهیل می‌کند (زارعی‌متین ۱۳۹۵: ۲۰). از دیدگاه کاریون^۱ و همکارانش (۲۰۲۰) سرمایه اجتماعی مفهوم روابط و شبکه‌ها و منابع را در بر می‌گیرد و شبکه‌های روابط واحد چارچوب تحلیل سرمایه اجتماعی هستند.

سرمایه اجتماعی عناصری نظیر اعتماد و عمل متقابل و آمادگی‌های افراد برای کنش مشارکتی و همیارانه را شامل می‌شود. اعتماد مهم‌ترین عنصر سازنده سرمایه اجتماعی است. اهمیت سرمایه اجتماعی در این 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 و خلاقیت و پویایی‌های سازمانی به شمار می‌آید (مؤذن‌جمشیدی و روحی ۱۴۰۰: ۲۸۸).

مطالعات جامعه‌شناختی به صورت‌های مختلف به موضوع اعتماد و اهمیت آن برای سرمایه اجتماعی و فواید مترتب بر آن پرداخته‌اند. اکثر پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص اعتماد مربوط به سه دسته کلی است؛ اعتماد میان افراد (تعمیم‌یافته)، اعتماد میان فرد و نزدیکان (بین‌شخصی)، اعتماد فرد به نظام‌های اجتماعی (بنیادین). اما نوع دیگری از اعتماد نیز وجود دارد که کمتر مطالعه شده است و به اندازه و شاید بیشتر از اشکال یادشده اهمیت دارد. این شکل از اعتماد را «اعتماد

بین‌سازمانی» می‌خوانیم. موضوع مهم دیگری که می‌تواند در خصوص سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گیرد که مبنایی برای ایجاد اعتماد است ارتباطات است. این موضوع در ارتباطات بین‌سازمانی اهمیت دوچندان پیدا می‌کند. از این رو، موضوع سرمایه اجتماعی آن‌گونه که در دسته‌بندی‌های ارائه‌شده آن قابل مشاهده است می‌تواند در سطح گروه و سازمان (سرمایه اجتماعی پیوندی) بروز و ظهور کند. بنابراین، این مفهوم در قالب «سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی» نشان داده می‌شود.

با توجه به نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه اقتصادی و همچنین تأثیر آن بر حوزه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی و فرهنگی لازم است سرمایه اجتماعی فراتر از حوزه‌های فردی یا گروهی و در حوزه سازمان بررسی شود. پدیده سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی دارای پیچیدگی زیادی است و دولت نقش مؤثری در ارتقای آن دارد (محبوب‌روش و همکاران ۱۴۰۰: ۲۲۸). از طرف دیگر، یکی از موضوعاتی که همواره در دولت‌ها بدان توجه شده موضوع هماهنگی و مشارکت سازمان‌های دولتی و برقراری ارتباطات مؤثر بین‌سازمانی است؛ موضوعی که گرچه باعث افزایش کارکرد و فعالیت دولت‌هاست، منشأ بسیاری از مشکلات نیز به شمار می‌رود. در حال حاضر نظام اداری ایران دچار حدی از ناکارآمدی و مشکل در دستیابی به اهداف خود است که به عدم تحقق اهداف و به تبع آن نارضایتی ارباب‌رجوع انجامیده است. پژوهشگران در پژوهش حاضر به دنبال طراحی الگویی برای برقراری ارتباط متقابل و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی متعامل میان دستگاه‌های اجرایی بودند.

در تحقیق حاضر، محققان به دنبال آن بودند که موضوع سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در سازمان‌های دولتی را بررسی کنند و با شناسایی مفاهیم اصلی این موضوع و ارائه الگویی مناسب از آن بتوانند همکاری و هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی را افزایش دهند؛ شاید در گام دوم انقلاب اسلامی تغییرات بنیادینی در نظام اداری جمهوری اسلامی ایران ایجاد و ارتقای عملکرد سازمان‌های دولتی را موجب شود.

مبانی نظری تحقیق

سرمایه اجتماعی

موضوع سرمایه اجتماعی در اواسط قرن نوزدهم میلادی و بیشتر در حوزه سیاسی- اجتماعی مطرح شد و طی دهه‌های اخیر در حوزه علوم انسانی، به‌خصوص مدیریت و سازمان، مورد توجه

قرار گرفت. جیمز کلنن (۱۳۹۹: ۴۲) سرمایه اجتماعی را این‌گونه 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.» در تعریف دیگری سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه و پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود. بر اساس این تعریف مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه اجتماعی می‌شوند (بیکر ۱۳۸۲: ۳۶).

سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

سرمایه اجتماعی به صورت میان‌فردی یا میان‌سازمانی است. سرمایه اجتماعی فردی در شبکه‌های ارتباطی میان افراد ایجاد می‌شود و سرمایه اجتماعی سازمانی ناشی از شبکه‌های ارتباطی میان سازمان‌هاست (موسوی میرکلایی ۱۳۹۹: ۷۱). چنان‌که پاتنام (۱۳۹۲) مطرح کرد، سرمایه اجتماعی پیوندی بین گروه‌های مختلف شکل می‌گیرد که این گروه‌ها با هم همکاری دارند. از آنجا که سازمان‌ها نیز به نوعی گروه اجتماعی در نوع رسمی خود هستند، موضوع سرمایه اجتماعی پیوندی بین سازمان‌ها نیز قابل تعمیم است و می‌توان از آن به عنوان سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی تعبیر کرد. به بیان دیگر، با توجه به همپوشانی تعریف سازمان با گروه، از جمله تعریفی که رابینز (۱۳۹۹) ارائه کرده و گفته است «سازمان یک واحد اجتماعی متشکل از دو نفر یا بیشتر است که به صورت نسبتاً پیوسته برای دستیابی به یک یا چند هدف مشترک فعالیت می‌کنند»، می‌توان گفت سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی همان سرمایه اجتماعی برون‌گروهی (پیوندی) است. از این رو، موضوع سرمایه اجتماعی، آن‌گونه که در دسته‌بندی‌های ارائه‌شده آن قابل مشاهده است، می‌تواند در سطح گروه و سازمان (سرمایه اجتماعی پیوندی) بروز و ظهور کند. بنابراین، این مفهوم در قالب «سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی» نشان داده می‌شود.

سرمایه اجتماعی برون‌گروهی سبب تقویت منابع و اطلاعات بین افراد می‌شود. پاتنام بر این باور است که سرمایه اجتماعی برون‌گروهی حلقه‌های ارتباط و پیوند میان افراد را گسترش می‌دهد، هویت‌های عام و گسترده 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 می‌شود، و در نتیجه عاملی مؤثر جهت مدیریت مشارکتی اجتماع‌محور است (استعلاجی و همکاران ۱۳۹۶: ۵۷۱).

بسیاری از جامعه‌شناسان بر این باورند که سرمایه اجتماعی برون‌گروهی موجب می‌شود افراد از رفتارهای فرصت‌طلبانه، سواری مجانی، بی‌اعتمادی، فرقه‌گرایی، تک‌روی، و اسراف پرهیز کنند و در عوض برای تداوم خوشنامی 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 مختلف تقسیم نمی‌شود که روابط آن‌ها خصمانه و مبتنی بر عدم اعتماد باشد و هر گروه بر اساس منافع خویش عمل کند (زرافشانی و همکاران ۱۳۹۴: ۱۳۴).

در تعریفی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی «مجموعه‌ای از منابع اجتماعی تعبیه‌شده در شبکه‌ای از روابط بین‌سازمانی، شکل‌گرفته از تعامل میان بازیگران و فرایندهای مختلف موجود در آن» معرفی شده است (Min & Chen 2008). به تعبیری می‌توان سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی را حاصل اعتماد و وفاق و همدلی و مشارکت سازمان‌ها برای تحقق اهداف مشترک دانست.

ارتباطات بین‌سازمانی

به طور کلی، ارتباطات سازمانی به معنای انتقال و تبادل اطلاعات و معانی و مفاهیم و احساسات بین افراد سازمان با واسطه یا بدون واسطه با یکدیگر یا با سازمان‌های دیگر است (الوانی ۱۳۹۸: ۱۲۵). امروزه کارکردها و فعالیت‌های سازمان‌ها به شدت با یکدیگر پیوند خورده است؛ به گونه‌ای که تفکیک آن‌ها از یکدیگر غیرممکن است. شاید در گذشته سازمان‌هایی که با اتکا به ظرفیت و توانمندی و منابع مالی و انسانی و اطلاعاتی خویش قادر به ادامه حیات بودند قابل تصور بود؛ اما با حرکت در افق زمان و به موازات سیر تحول و تطور سازمان‌ها آن واقعیت کم‌رنگ و ارتباطات

بین‌سازمانی تقویت می‌شود. روابط صحیح و به‌موقع بین سازمان‌ها مزیت‌های فراوانی در پی داشته است؛ از جمله: کسب منابع اطلاعاتی و انسانی و مدیریتی و مالی جدید، تسهیل در کسب و حفظ و ارتقای مزیت‌های رقابتی پایدار، کسب سهم بیشتر از بازار، کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و تولید کالاها، افزایش نوآوری و خلاقیت، کاهش هزینه‌های مبادله، و به‌طور خلاصه امکان تأمین بیشتر منافع ذی‌نفعان داخلی و خارجی سازمان (آذر و همکاران ۱۳۸۴: ۲۸).

در عمل، ارتباطات بین‌سازمانی به صورت‌های مختلف ظاهر می‌شود که از آن‌ها با عنوان اشکال ارتباطات بین‌سازمانی نام برده می‌شود. چنانچه سازمان‌ها ارتباطات بین‌سازمانی را هم‌سو با فعالیت‌های اصلی خود شکل دهند، میزان سرمایه‌گذاری- اعم از نیروی انسانی و غیرانسانی- و مشارکت آن‌ها زیاد خواهد شد و می‌توانند به هویتی جدید با مالکیت مشترک برسند. در این نوع ارتباطات بین‌سازمانی شدت پیوند میان اعضا زیاد است و معمولاً در قالب سرمایه‌گذاری مشترک و شبکه و کنسرسیوم ظاهر می‌شود (Meier 1995: 139)

اعتماد بین‌سازمانی

سرمایه اجتماعی عناصر مهمی نظیر اعتماد و عمل متقابل و آمادگی‌های افراد برای کنش مشارکتی و همیارانه را دربرمی‌گیرد. در این میان می‌توان گفت اعتماد مهم‌ترین عنصر سازنده سرمایه اجتماعی است. مطالعات جامعه‌شناختی به صورت‌های مختلف به موضوع اعتماد و اهمیت آن برای سرمایه اجتماعی و فواید مترتب بر آن پرداخته‌اند. اکثر پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص اعتماد در سه دسته کلی جای می‌گیرند: اعتماد میان افراد (تعمیم‌یافته)، اعتماد میان فرد و نزدیکان (بین‌شخصی)، اعتماد فرد به نظام‌های اجتماعی (بنیادین). اما، نوع دیگری از اعتماد نیز وجود دارد که کمتر مطالعه شده و به اندازه و شاید بیشتر از اشکال یادشده اهمیت دارد. این شکل از اعتماد را «اعتماد بین‌سازمانی» می‌خوانیم.

پاولو^۱ (۲۰۰۸) اعتماد بین‌سازمانی را باور ذهنی اعضای سازمان به سازمان دیگر تعریف کرده است؛ یعنی بر این باورند که آن‌ها در معاملات بدون نیاز به نظارت و کنترل کاملاً صادق‌اند. از این

رو اعتماد سازمانی به باور ذهنی متکی است و باعث حفظ اتحادهای استراتژیک و تسهیل ارتباطات بین‌سازمانی و تعاملات می‌شود (Sockalingam & Panteli 2005: 603)

بانکر^۱ و لویسکی (۱۹۹۵) بیان کردند اعتماد بین‌سازمانی ویژگی‌های متفاوتی را در مراحل مختلف ارتباط نشان می‌دهد. آن‌ها سه مرحله متوالی از توسعه و تقویت اعتماد را معرفی کردند: اعتماد مبتنی بر محاسبه، اعتماد مبتنی بر دانش، 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 و 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 اعتماد پدیده‌ای است نیازمند زمان و بلوغ اجتماعی (Lewicki & Bunker 1995: 591).

پیشینه پژوهش

در خصوص سرمایه اجتماعی و موضوعات مرتبط با آن پژوهش‌های متعددی انجام شده است که اغلب مربوط به سرمایه اجتماعی متصل‌کننده است و پژوهشگران بیشتر به شاخص‌ها، اندازه‌گیری اثر، عوامل مؤثر، نتایج، و ... پرداخته‌اند. برخی نیز سرمایه اجتماعی سازمانی و موضوعاتی همچون بهره‌وری، تعلق سازمانی، تعهد سازمانی، فرهنگ سازمانی، کیفیت زندگی کاری، و ... بررسی کرده‌اند. پیشینه موضوع نشان می‌دهد در رابطه با سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی، به‌خصوص در دستگاه‌های اجرایی، تا کنون مطالعه مهمی صورت نگرفته است. برخی پژوهش‌های انجام‌شده، که قرابت بیشتری با موضوع این نوشتار دارد، در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

نویسندگان (سال پژوهش)	عنوان یا سؤالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
نوابخش و بشیری گیوی (۱۴۰۰)	تبیین جامعه‌شناختی نقش نهادهای مدنی بر سرمایه اجتماعی شهروندان	امروزه، به دلیل گستردگی و پیچیدگی مسائل شهری و همچنین کسب تجارب گوناگون در زمینه شرایط تحقق پروژه‌ها و برنامه‌های شهری، جلب مشارکت‌های مردمی در راستای دستیابی به اهداف مطلوب جوامع محلی از ملزومات مدیریت شهر است. این تحقیق با عنوان تبیین جامعه‌شناختی نقش نهادهای مدنی بر سرمایه اجتماعی در شهر تهران، سال ۱۳۹۵، به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه انجام شد. از سویی تجربه نشان داده که تحقق امر مشارکت در معنای واقعی آن مستلزم نهادینه شدن و پایداری مشارکت است؛ امری که با شکل‌گیری طیف تشکلیها و نهادهای جامعه مقارن است. به بیان دیگر، گسترش و تعمیق مشارکت‌های مردمی نیازمند سازمان‌دهی، نهادسازی، و ایجاد شرایط ساختاری مناسب است.
صادقی‌نسب (۱۳۹۸)	چهارچوب ساخت و کاربست سرمایه اجتماعی هموند	در این تحقیق به طراحی چارچوبی برای مدیریت و استفاده از سرمایه اجتماعی برای ارتباطات بهم‌پیوسته و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تعاملی بین اعضای هیئت‌علمی و مدیران میانی سازمان‌های دولتی پرداخته شده است و با استفاده از سرمایه اجتماعی میان اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و مدیران میانی دستگاه‌های دولتی الگویی برای ارتقای عملکرد سیستم اداری جمهوری اسلامی را طراحی نموده است.
حسنوی (۱۳۹۷)	بررسی نقش و جایگاه سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های میان صنایع هوایی دفاعی کشور با همکاران راهبردی آن‌ها	یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی مشارکت و ابعاد آن تأثیر مثبت و قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد مشارکت‌ها دارد. همچنین، نتایج آزمون میانگین نشان می‌دهد مشارکت‌های مورد بررسی از منظر برخی ابعاد و شاخص‌های سرمایه اجتماعی مشارکت در وضعیت مطلوبی قرار ندارند و ضروری است مدیران شرکت‌های درگیر در مشارکت توجه و اهتمام بیشتری نسبت به توسعه مشترک مسائل اجتماعی و روان‌شناختی مشارکت‌ها داشته باشند.
استعلاجی (۱۳۹۶)	تقویت سرمایه اجتماعی برون‌گروهی در راستای استقرار مدیریت اجتماع‌محور	در این تحقیق اثربخشی رویکرد مدیریت اجتماع محور در راستای تقویت سرمایه اجتماعی بررسی شده است. نتایج تحقیق حاکی از اعتمادسازی و تقویت روحیه مشارکت و همکاری در بین سرگروه‌های مورد پژوهش و در نتیجه تقویت سرمایه اجتماعی برون‌گروهی شده است که این امر اثربخشی مطلوب رویکرد اجتماع‌محور مدیریت سرزمین در راستای افزایش سرمایه اجتماعی برون‌گروهی برای مدیریت مشارکتی مناطق خشک را مورد تأکید قرار می‌دهد.

ادامه جدول ۱. پیشینه پژوهش

نویسندگان (سال پژوهش)	عنوان یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
ادیبی سده (۱۳۸۸)	سنجش سرمایه اجتماعی میان‌گروهی	نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی میان‌گروهی می‌بایست در سه بعد مختلف شامل علایق متفاوت، سبک زندگی متفاوت، و برون‌گروه‌ها بررسی شود. ضرایب همبستگی میان سرمایه اجتماعی میان‌گروهی 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.
Ortiz et al. (2021)	سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی و نوآوری در محصول: نقش واسطه‌ای ظرفیت جذب‌شده واقعی	نتایج حاکی از این است که توسعه پیوندهای محکم مبتنی بر درک مشترک و اعتماد بین اعضای شرکت را به سمت توسعه قابلیت‌های پویا برای بهره‌برداری از دانش به‌دست‌آمده از خارج سوق می‌دهد که این امر باعث نوآوری مبتنی بر توسعه محصول جدید می‌شود. نویسندگان مقاله محدودیت‌های تحقیق، پیامدها، و تحقیقات آینده را مورد بحث قرار داده‌اند.
Macke (2010)	تأثیر سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در رقابت‌پذیری شبکه‌های همکاری	این تحقیق نشان می‌دهد ارتباط میان ابعاد سرمایه اجتماعی و رقابت‌پذیری قوی و مهم است؛ به‌ویژه در ابعاد ساختاری و ارتباطی. در نهایت پیامدهای عملی و مدیریتی تحقیق بررسی شده است.
Macke (2009)	ایجاد ابزارهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی	از مشاهده مستقیم و تجزیه‌وتحلیل اسناد دو ابزار برای ارزیابی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی ارائه شده است: یک ابزار کیفی، که در مرحله اول مطالعه به دست آمد، و یک ابزار کمی (بررسی)، که از نتایج مرحله اکتشافی ساخته شد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع نظری و کاربردی و از نظر رویکرد کیفی است و در آن از استراتژی داده‌بنیاد بهره گرفته شده است. از آنجا که طراحی الگوی سرمایه اجتماعی بین دستگاه‌های اجرایی مطلوب این پژوهش بود، راهبرد نظریه داده‌بنیاد انتخاب شد تا با این مطلوب سازگاری داشته باشد. بنا بر نظر پاول^۱ (۱۹۹۹: ۹۸)، نظریه داده‌بنیاد روشی است که نظریه‌ها و فرضیه‌ها و قضایا را طی فرایندی منظم، به جای استنتاج از پیش‌فرض‌های قبلی و سایر پژوهش‌ها یا چارچوب‌های نظری موجود، به طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌کند. روش داده‌بنیاد را ابتدا دو محقق امریکایی، به نام‌های گلیرر^۲ و استراوس، در کتابی به نام *اکتشاف نظریه‌سازی داده‌بنیاد*، مطرح کردند. در این روش، پژوهشگر به گردآوری

1. Powell

2. Glaser

داده‌های کیفی از طریق مشاهده و مصاحبه و تجزیه و تحلیل متنی می‌پردازد و آن‌ها را کدبندی می‌کند و متغیرهای اصلی را می‌یابد و بررسی می‌کند (دانایی فرد ۱۳۹۸: ۴۷). سه طرح یا شیوه برای روش داده‌بنیاد وجود دارد: شیوه سیستماتیک که کوربین و استراس (۱۹۹۰) مطرح کردند و با سؤالات ساختارمند روابط بین ابعاد مدل را نشان می‌دهند، شیوه نوحاسته یا رهیافت ظاهرشونده که گلیر (۱۹۹۲) توسعه داد، شیوه سازگار (ساخت‌گرا) که چارمز^۱ در سال ۲۰۰۰ توسعه داد. این طرح نوعی موضع فلسفی است که به موضع تقریباً اثبات‌گرا می‌پردازد (دانایی فرد ۱۳۹۸: ۵۲). در این تحقیق از روش غیرنظام‌مند گلیر استفاده شد. گلیر، در نقدی آشکار بر طرح نظام‌مند، تأکید مضاعف بر قواعد و رویه‌ها و نیز به‌کارگیری چارچوبی مشخص و از قبل تعیین شده را از نقاط ضعف آن برمی‌شمرد. وی بر این اندیشه است که نظریه باید از دل داده‌ها بجوشد و ظهور یابد؛ نه اینکه پژوهشگر از قبل رابطه میان مقوله‌ها را در قالب کدگذاری محوری در نظر گرفته باشد و آن‌گاه در پی مقوله‌هایی بگردد که با این الگو سازگار باشد. از این رو، در طرح ظهوریابنده نموداری اولیه که نشان‌دهنده روابط میان مقوله‌ها باشد ترسیم نمی‌شود (Glaser 1992). روش گردآوری داده‌ها و اطلاعات در تحقیق حاضر کتابخانه‌ای و میدانی بود که در بررسی اسنادی متن‌های مکتوب، شامل کتاب‌ها و مقالات و مجلات و مصاحبه‌ها در زمینه موضوع سرمایه اجتماعی، مطالعه و سعی بر توصیف کیفی محتوای مورد نظر شد. پس از استخراج داده‌های نظری، داده‌های تکمیلی مورد نیاز، با به‌کارگیری ابزار مصاحبه، جمع‌آوری شد. بخش میدانی بر اساس مصاحبه از نوع نیمه‌ساخت‌یافته بود. جامعه آماری پژوهش نخبگان اداری و صاحب‌نظران علمی در حوزه تحقیقاتی پژوهش با مشخصات درج‌شده در جدول ۲ بودند.

جدول ۲. مشخصات جامعه آماری

جامعه آماری	مشخصات مورد نظر
مدیران ارشد و میانی دستگاه‌های اجرایی	حداقل چهار سال سابقه مدیریت داشته باشند. ترجیحاً تحصیلات دانشگاهی در حوزه مدیریت داشته باشند.
اعضای هیئت علمی دانشگاه	در گروه مدیریت دولتی باشند. حداقل چهار سال سابقه عضویت در هیئت علمی داشته باشند. سابقه همکاری با دستگاه‌های دولتی داشته باشند. ترجیحاً سابقه فعالیت در سازمان‌های دولتی در سطح مدیریت ارشد یا میانی داشته باشند.

نمونه‌گیری به روش گلوله‌برفی^۱ (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 و مقولات یا ارتباط آن‌ها ارائه دهد (خنیفر و همکاران ۱۳۹۶). در تحقیقات کیفی به دنبال تعمیم نتایج به یک جامعه بزرگ‌تر نیستیم. بنابراین، نمونه الزاماً معرف جامعه آماری نخواهد بود (لیک ۱۳۸۸: ۱۰۸). با توجه به استراتژی تئوری داده‌بنیاد در این پژوهش، نمونه‌گیری از آغاز مطالعه به طور تفصیلی برنامه‌ریزی نشد. اما به موازات پیشرفت پژوهش متمرکز شد 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 نمی‌کردند. نهایتاً با هفده مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. از مصاحبه دوازدهم به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد. اما برای اطمینان با پنج نفر دیگر نیز مصاحبه ادامه پیدا کرد. بازده مصاحبه انتهایی نشان‌دهنده داده‌های کاملاً تکراری بود که علامت اشباع نظری به شمار می‌رفت. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری تحقیق در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ویژگی	شاخص‌ها	تعداد	سهم نسبی
شغل	هیئت‌علمی	۷	٪۴۱
	اجرایی	۱۰	٪۵۹
مدرک تحصیلی	کارشناسی‌ارشد	۳	٪۱۲
	دکتر	۱۴	٪۸۸
سابقه کار	کمتر از ۱۵ سال	۱	٪۶
	۱۵ تا ۲۰ سال	۷	٪۴۱
	بیشتر از ۲۰ سال	۹	٪۵۳

کوربین و استراوس (۲۰۰۸) برای ارزش‌یابی پژوهش‌های مبتنی بر رویکرد داده‌بنیاد معیار مقبولیت را ارائه کردند. مقبولیت بدان معناست که نتایج نهایی به‌دست‌آمده تا چه میزان در انعکاس تجارب و علم پاسخگویان و محققان و حتی مخاطبان درباره پدیده مورد مطالعه معتبر و باورکردنی

1. snowball sampling

است. این محققان ده شاخص را برای معیار مقبولیت معرفی کردند که از آن جمله می‌توان به حساسیت پژوهشگر، روش‌شناسی، متناسب بودن نمونه، تکرار شدن یک یافته، استفاده از بارخورد مطلعان اشاره کرد (مقدم و همکاران ۱۳۹۵: ۱۳۳). بنابراین، نتایج نهایی حاصل از پژوهش در اختیار چهار نفر از صاحب‌نظران حوزه تحقیق قرار گرفت که یافته‌های پژوهش را تأیید کردند. همچنین روش لینکن^۱ و گوبا^۲ نیز که بر اساس چهار عنصر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت اعتماد، قابلیت تأیید شکل می‌گیرد روایی ابزار را تأیید کرد. جدول ۴ مراحل تأیید روایی بر اساس روش لینکن و گوبا را نشان می‌دهد. یکی از روش‌های معتبر ارزیابی پایایی در تحقیقات کیفی روش حسابرسی فرایند است. نتایج زمانی قابل حسابرسی‌اند که محقق دیگری بتواند مسیر تصمیم به‌کاررفته توسط محقق اصلی در طول مصاحبه را با روشنی و وضوح پیگیری کند و سازگاری مطالعه را نشان دهد (Downing 2004: 1009). در تحقیق حاضر، همه داده‌های خام، داده‌های تحلیل‌شده، کدها، مقوله‌ها، فرایند مطالعه، اهداف اولیه، و سؤال‌ها در اختیار دو تن از صاحب‌نظران قرار گرفت و با حسابرسی دقیق همه گام‌های پیموده‌شده تأیید شد. جهت اطمینان از پایایی ابزار، علاوه بر روش حسابرسی، از روش توافق درونی (درون‌موضوعی) بهره برده شد. بدین منظور، ضمن ارائه آموزش‌های لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها، از دو تن از صاحب‌نظران درخواست شد به عنوان کدگذار به کدگذاری چهار مصاحبه، که به صورت تصادفی گزینش شدند، اقدام کنند. میزان کدهای مورد توافق در هر مصاحبه و میزان توافق درون‌موضوعی (پایایی) در جدول ۵ 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 و اخذ نظر خبرگانی که در پژوهش شرکت نداشتند.
انتقال‌پذیری	اخذ نظر خبرگانی که در پژوهش شرکت نداشتند.
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

1. Lincoln
2. Guba

جدول ۵. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از روش توافق درون‌موضوعی

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

بنا بر توافق موجود، میزان توافق درونی بالای ۶۰ درصد بیان‌کننده پایایی مناسب ابزار است. بنابراین، نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد مصاحبه‌های انجام‌شده پایایی قابل قبولی دارند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از اینکه مصاحبه با تک‌تک مصاحبه‌شوندگان انجام شد، صوت مصاحبه‌ها حروف‌چینی شد. به هر یک از مصاحبه‌شوندگان یک شماره قراردادی داده شد. مصاحبه‌شوندگان علمی با حرف (U) و مصاحبه‌شوندگان اجرایی با حرف (O) مشخص شدند. برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تحلیل‌بنیاد استفاده شد. بر اساس این روش، مصاحبه‌ها مکرر خوانده شدند و مطالب مرتبط مصاحبه‌شوندگان، که در حقیقت پاسخ به سؤالات اصلی بودند، مشخص شدند. سپس داده‌های کیفی انتخاب‌شده کدگذاری شدند. کدگذاری داده‌ها، بر حسب مصاحبه و شماره‌های قراردادی، که در بالا تشریح شد، صورت گرفت.

پس از فهرست کردن همه نکات کلیدی در مصاحبه‌ها به هر نکته یک کد (عنوان) تخصیص یافت که در جدول ۶ در قالب کدهای اولیه نشان داده شده است. در این جدول نشانگر U3 به معنای سومین مصاحبه با اعضای هیئت‌علمی دانشگاه است.

جدول ۶. نمونه کدگذاری اولیه

نشانهگر	گزیده متن	کدگذاری باز
O1	- در یک دوران این بود که منافع جمعی و گروهی رجحان داشته بر منافع فردی. الان متأسفانه این طور نیست. الان سلسله مراتب و منافع از منافع ملی به منافع منطقه‌ای یا منافع شخصی تغییر کرده.	- 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 اعضای از گردونه سازمان خارج بشوند و هیچ از آن سرمایه اجتماعی همراه خود نمی‌برند و سرمایه اجتماعی 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 همه کدها و شناسه‌ها خودداری شده است.

تحلیل جزئی داده‌ها و سؤال کردن و تحلیل مقایسه‌ای روش‌های اصلی تحلیل در تئوری داده‌بنیاد هستند. برای توسعه مدل نظری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی محقق به شکلی مداوم و هدفمند، طی فرایند تحلیل داده‌ها، بین کدگذاری باز و محوری حرکت کرد. همان‌طور که اشتراوس و کوربین تأکید کرده‌اند، فرایند کدگذاری باز و محوری دو گام متوالی یک فرایند تحلیلی نیستند؛ فرایند کدگذاری پویا و شناور است. در ابتدای کدگذاری، تلاش شد مقوله‌ها از طریق کدگذاری باز مشخص شوند و طی کدگذاری محوری به یک‌دیگر مرتبط شوند. بعد از اینکه ارتباط بین مقوله‌ها طی کدگذاری باز و محوری شناسایی شد، طی کدگذاری انتخابی، مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی و ارتباط آن‌ها یکپارچه شد تا مدل نظری توسعه یابد.

یافته‌های پژوهش

بر اساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان این پژوهش شانزده مفهوم فرعی در زیرمجموعه شش مقوله اصلی - یعنی مشخصه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی، عوامل شکل‌دهنده، پیشایندها، موانع، پیامدهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی - استخراج شد که تا حدود زیادی با نتایج پیرامون موضوع تحقیق همخوانی دارد. در ادامه مفاهیم فرعی استخراج شده تحقیق تشریح می‌شود.

جدول ۷. کدهای نهایی و مضامین اصلی و فرعی

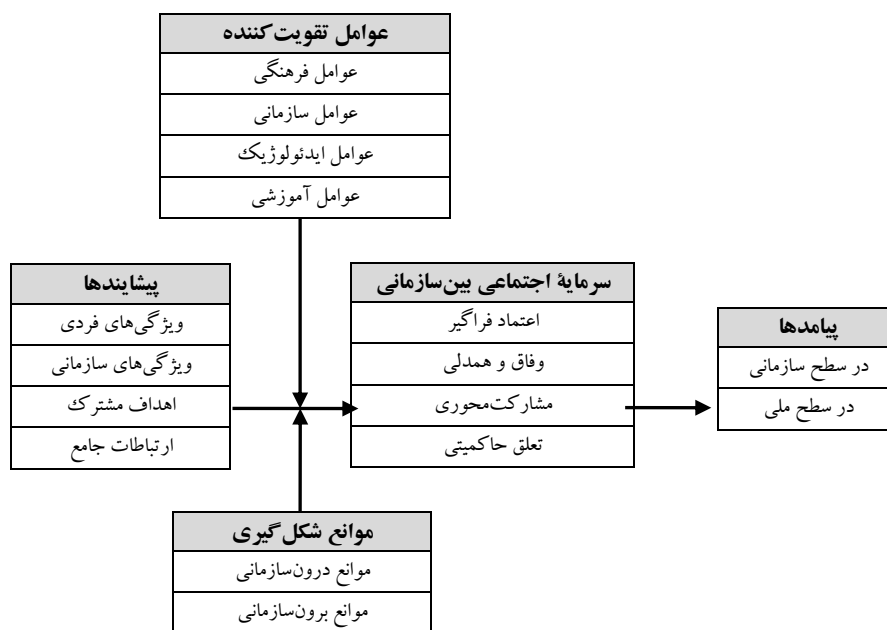
طبقه‌های اصلی	طبقه‌های فرعی	مفاهیم
مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی	اعتماد فراگیر	اعتماد به سازمان دیگر آگاهی و شناخت از یکدیگر شفافیت سازمانی نزدیکی دیدگاه‌ها
	وفاق و همدلی	هم‌زبانی انسجام و همبستگی همگرایی مسئولان از خودگذشتگی
	مشارکت‌محوری	هم‌اهنگی بین‌سازمانی همکاری‌های متقابل مشارکت در برنامه‌ها
	تعلق حاکمیتی	وابستگی به دولت تعهد به انجام دادن وظایف دولت
پیشایندها	ویژگی‌های فردی	توانایی برقراری ارتباط مؤثر فضایل اخلاقی مهارت‌های مدیریتی مسئولیت‌پذیری
	ویژگی‌های سازمانی	گروه‌های مشترک کاری مدیریت استراتژیک مسئولیت‌پذیری سازمانی ساختار سازمانی پویا ثبات مدیریتی
	اهداف مشترک	همگرایی بین سازمان‌ها هم‌پایانی سازمان‌ها توجه به مأموریت اصلی دولت منافع مشترک سازمان‌ها نگاه سیستمی و مشترک خرد و تفکر جمعی
ارتباطات جامع	ارتباطات غیررسمی ارتباطات مبتنی بر عواطف و دوستی ارتباطات میان‌گروهی ارتباطات میان‌سازمانی	

ادامه جدول ۷. کدهای نهایی و مضامین اصلی و فرعی

طبقه‌های اصلی	طبقه‌های فرعی	مفاهیم
عوامل تقویت‌کننده	عوامل فرهنگی	فرهنگ سازمانی
		نهادهای فرهنگی ملی‌گرایی ترویج اخلاق‌مداری
	عوامل سازمانی	شایسته‌سالاری و شایسته‌گزینی انگیزه خدمت عمومی اصلاح فرایندهای کاری بین‌دستگاهی تقویت ارتباطات غیررسمی نظام ارزیابی عملکرد تقویت شبکه‌های درون‌سازمانی
		عوامل ایدئولوژیک
موانع	عوامل آموزشی	دانش‌افزایی بین‌سازمانی ترویج سرمایه اجتماعی افزایش دانش و مهارت دانایی محوری
	موانع درون‌سازمانی	رقابت ناسالم عدم شایسته‌سالاری در انتصاب مدیران نگرش بخشی و وظیفه‌ای انفعال سازمانی
		موانع برون‌سیاسی
پیامدها	در سطح سازمانی	افزایش بهره‌وری افزایش عملکرد سازمانی تسریع در انجام دادن کارها
	در سطح ملی	بهبود عملکرد حاکمیت اعتماد عمومی رضایتمندی عمومی ارائه الگوی مدیریتی

رویش الگو و اشباع نظری

در مرحله دوم، که کدگذاری محوری نامیده شده است، محقق یکی از مقوله‌ها را انتخاب می‌کند و آن را تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرایند مورد کاوش قرار می‌دهد و ارتباط سایر مقوله‌ها را با آن مشخص می‌کند (Corbin & Strauss 2008).



شکل ۱. مدل نهایی تحقیق: برگرفته از نتایج مصاحبه‌ها و نظر خبرگان

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، که در شکل ۱ ارائه شده است، الگوی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی تبیین و تحلیل می‌شود.

سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی دارای چهار مشخصه بنیادی- شامل اعتماد فراگیر، وفاق و همدلی، مشارکت محوری، تعلق حاکمیتی- است. اعتماد از مبانی زیربنایی سرمایه اجتماعی و زاینده ارتباطات درون‌گروهی و بین‌گروهی است و می‌توان آن را ماحصل شفافیت و آگاهی و شناخت صحیح و نزدیکی دیدگاه‌ها به یکدیگر و در نهایت تکرار رفتارهای مناسب

دانست. از خودگذشتگی و ایجاد یک زبان مشترک و همگرایی در مسئولان و انسجام و همبستگی مدیران دولتی به پیدایش وفاق و همدلی می‌انجامد که می‌تواند اعتماد بین سازمان‌های دولتی را افزایش دهد. وابستگی سازمان‌های دولتی به حاکمیت به منزله مرجع هماهنگ‌کننده آن‌ها، وابستگی افراد سازمانی به حاکمیت و دولت، تعهدپذیری مدیران در زمینه انجام دادن وظایف محوله از سوی دولت، و نقش پررنگ دستگاه‌های حاکمیتی مشخصه تعلق حاکمیتی را برای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی به ارمان آورده است.

همکاری‌های مشترک ناشی از سرمایه اجتماعی و برنامه‌های کاری مشترک همراه مشارکت مدنی در سازمان‌ها در نهایت مشارکت بین‌سازمانی را ایجاد می‌کند که از مشخصه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی است.

پیشایندهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

این پیشایندها در زمینه‌سازی و ایجاد بستر مناسب برای سرمایه اجتماعی تأثیرگذارند. از عوامل به‌دست‌آمده ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های سازمانی، اهداف مشترک، و ارتباطات جامع بود که به ایجاد و ظهور سرمایه اجتماعی بین دستگاه‌های اجرایی منجر می‌شود. سرمایه اجتماعی تابعی از ارتباطات فراگیر سازمانی در دستگاه‌های اجرایی است که تأکید آن بیشتر بر ارتباطات غیررسمی است. توانمندی در برقراری تعامل و ارتباط مؤثر با سایر دستگاه‌ها و ایجاد مراودات غیررسمی بین سازمان‌ها نقشی بسزا در سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی دارد تا جایی که می‌توان گفت این ارتباطات و تعاملات چالش‌ها و مشکلات موجود در شکل‌دهی سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی را کاهش و هماهنگی‌های بین‌سازمانی و اعتماد را افزایش می‌دهند. ویژگی‌های فردی یکی دیگر از عوامل مهم در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی است. این ویژگی‌ها که شامل توانایی و مهارت افراد در برقراری ارتباطات مؤثر، خصوصیات و ویژگی‌های فردی، مهارت‌ها و تخصص‌های مدیران سازمان‌ها، و ویژگی‌های متمایز افراد است به جهت‌دهی سرمایه اجتماعی بین دستگاه‌ها کمک می‌کند. این عوامل به مثابه نقش افراد در سازمان‌ها عمل می‌کنند و به درکی خاص برای شکل‌دهی سرمایه اجتماعی می‌انجامند. ویژگی‌های سازمانی نیز یکی دیگر از عوامل شکل‌دهی سرمایه اجتماعی است و شامل خصوصیات چون وجود روحیه کار گروهی، شبکه‌سازی، تفکر استراتژیک و

سیستمی، ساختارهای پویا، تعاملات صحیح، مسئولیت‌پذیری، ثبات مدیریتی است که زمینه‌ساز سرمایه اجتماعی است. وجود اهداف مشترک بین سازمان‌های دولتی که می‌تواند همگرایی و هم‌پایانی آن‌ها را منجر شود و توجه به مأموریت اصلی دستگاه‌های دولتی که همان ارائه خدمت درست به مردم است با یک نگاه کلان و سیستمی می‌تواند زمینه‌های لازم را برای ایجاد سرمایه اجتماعی بین سازمان‌های دولتی فراهم آورد.

عوامل تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

عوامل تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی در چهار دسته قابل ارائه‌اند: عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی، عوامل ایدئولوژیک، عوامل آموزشی. امروزه نقش بی‌بدیل عوامل فرهنگی را در هیچ‌یک از موضوعات مرتبط با سازمان‌ها نمی‌توان نادیده گرفت. در اینجا نیز این عوامل در کنار سایر متغیرها نقشی بسیار مهم در تقویت سرمایه اجتماعی ایفا می‌کنند. فرهنگ متغیری مستقل است که می‌تواند پایه و اساس نهادهای فرهنگی و تقویت‌کننده سرمایه اجتماعی باشد. فرهنگ سازمانی مبتنی بر ایجاد ارتباط و اعتماد و همچنین نهادهای فرهنگی همچون دانشگاه و خانواده در بسترسازی برای سرمایه اجتماعی نقش اساسی ایفا می‌کنند. عوامل فرهنگی بر رفتارها، باورهای کلیدی، و ارزش‌های سازمانی تأثیر می‌گذارند و عاملی مؤثر برای تقویت سرمایه اجتماعی به شمار می‌روند. همچنین، ویژگی‌های ملی همچون نوع دوستی و ظرفیت‌های مردمی و گزاره‌های اخلاقی مثل فرهنگ ایثار در بهبود و تقویت سرمایه اجتماعی بین دستگاه‌های اجرایی نقشی مهم ایفا می‌کنند. توجه به دستورها و باورهای دینی، همچون امانت‌داری، و فعالیت‌های جمعی و همچنین باورهای ملی و رویکردهای انقلابی نیز از عوامل ایدئولوژیک هستند که در تقویت سرمایه اجتماعی تأثیرگذارند. برخی عوامل آموزشی، همچون افزایش دانش بین‌سازمانی، فعالیت‌های ترویجی سرمایه اجتماعی، افزایش مهارت‌های ارتباطی، و دانایی محوری نیز در تقویت سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی مؤثرند.

موانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

موانع مختلفی در محیط داخلی سازمان‌ها و همچنین بیرون از آن‌ها وجود دارند که موجب عدم تحقق اهداف سازمانی و مانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌شوند. موانع درون‌سازمانی شامل

رقابت‌های منفی و ناسالم، فقدان نظام شایسته‌سالاری، انتصابات غیرعلمی، وجود نگاه جزیره‌ای، نگرش وظیفه‌ای، فرایندهای نادرست کاری، و انفعال سازمانی و موانع برون‌سازمانی شامل قوانین و مقررات زاید بالادستی، ضوابط و سیاست‌های نامناسب حاکم، دیدگاه‌های سنتی و قدیمی، انتصابات مدیریتی بر اساس گرایش‌های سیاسی، توجه به خواسته گروه‌ها و حزب‌های سیاسی به‌خصوص در انتصاب مدیران، تأمین منافع گروه‌های ذی‌نفع سیاسی، و تأثیرگذاری تصمیم‌های گروه‌های ذی‌نفوذ است که بر سرمایه اجتماعی بین سازمان‌های دولتی تأثیر می‌گذارند و از ارتقای آن جلوگیری می‌کنند.

پیامدهای حاصل از سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی

پیامد در اصطلاح رویداد یا پدیده‌ای است که در نتیجه تحقق یک برنامه، فرایند، تلاش، یا هر اقدام مشابهی در سازمان‌ها و جوامع رخ دهد و آثار و نتایجی متفاوت در پی داشته باشد. پیامدهای حاصل از وجود سرمایه اجتماعی در دستگاه‌های اجرایی در دو سطح ملی و سازمانی تجلی می‌یابد. کاهش اصطکاک بین‌سازمانی، هم‌افزایی و تقویت کارآمدی و کارایی، کاهش موازی‌کاری، تسریع در انجام دادن فعالیت‌ها، و در یک کلام افزایش بهره‌وری و عملکرد سازمانی از دستاوردهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی است و کاهش اتلاف منابع ملی، افزایش احساس هویت جمعی، افزایش مشارکت عمومی و رضایتمندی، ارتقای ارتباطات و تفاهم بین سازمان‌های دولتی، و کاهش تنش بین آنان از دستاوردهای سرمایه اجتماعی در سطح ملی است. همچنین خصوصیات خاص ایران، مبتنی بر فرهنگ ایرانی-اسلامی، می‌تواند به ارائه یک مدل مدیریتی ملی و بین‌المللی منجر شود. بر اساس یافته‌های حاصل پیامدهای به‌دست‌آمده دربرگیرنده مفاهیمی ارزشمند برای جامعه سازمانی و دستگاه‌های اجرایی است.

سرمایه اجتماعی و همگنی اجتماعی بر هویت تأثیری بسزا می‌گذارد. همگنی و انسجام موجب تقویت هویت ملی و هویت ملی زمینه‌ساز انسجام بیشتر در جامعه است (Gharbi 2020: 591).

نتیجه و پیشنهاد

همواره موضوعاتی از قبیل همکاری‌های بین‌سازمانی، ارتباطات بین‌سازمانی، هماهنگی‌های بین‌سازمانی، و ... مورد توجه سازمان‌ها بوده و به‌خصوص برای دولت‌ها از اهمیتی بسزا برخوردار

است. امروزه، سازمان‌های دولتی ایران با مشکلات متعددی، همچون عدم هماهنگی و فقدان یکپارچگی امور و اختلافات و بعضاً منازعات، روبه‌رو هستند که خروجی آن کاهش عملکرد و نارضایتی مردم است و طبعاً موضوعات مطرح‌شده می‌تواند جزء اولویتهای دولت به منزله ملجأ همه دستگاه‌های اجرایی باشد. یکی از موضوعات مهمی که می‌تواند در ایجاد روابط صحیح بین سازمان‌ها و تعامل و هماهنگی بیشتر بین آن‌ها تأثیری بسزا داشته باشد سرمایه اجتماعی است که آن‌گونه که مشخص است نماد آن اعتماد، روابط شبکه‌ای، هنجارهای مشترک، و ... است. در حقیقت، با ایجاد سرمایه اجتماعی بین سازمان‌ها می‌توان خلل‌های موجود در روابط سازمانی و مشکلات ناشی از آن را مرتفع کرد. ارتباط بین سازمان‌ها به‌خصوص در بخش دولتی و چگونگی تعامل و هماهنگی و همکاری آن‌ها برای ایفای صحیح نقش دولت و ارائه خدمات به مردم و در واقع حکمرانی خوب همواره از موضوعات مورد توجه همه دولت‌مردان بوده و آن‌ها سعی کرده‌اند با ایجاد یکپارچگی بین سازمان‌ها و کاهش اختلافات بین‌دستگاهی اهداف خود را محقق کنند. به نظر می‌رسد مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی - همچون اعتماد بین‌سازمانی، وفاق و همدلی، مشارکت بین‌سازمانی، تعلق حاکمیتی - بتواند این مهم را محقق کند.

با توجه به الگوی تدوین‌شده و بر اساس نتایج تحلیل کیفی در این تحقیق، جهت به‌کارگیری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی برخی پیشنهادها ارائه می‌شود:

- آشنایی دقیق مدیران دستگاه‌های اجرایی با مشخصه‌های سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی - همچون اعتماد، وفاق و همدلی، مشارکت، تعلق حاکمیتی - و زمینه‌سازی برای نهادینه شدن این مؤلفه‌ها در آن‌ها در اولویت قرار گیرد.
- پیشایندهای سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در سازمان‌ها مورد توجه قرار گیرد که از آن‌ها می‌توان به ویژگی‌های فردی - همچون توانایی ارتباطی مدیران، فضایل اخلاقی، مهارت‌های مدیریتی، مسئولیت‌پذیری - اشاره کرد که باید در انتخاب مدیران ملاک عمل قرار گیرد و با آموزش‌های لازم تقویت شود.

- ایجاد نگاه سیستمی و تأکید بر اهداف مشترک سازمان‌های دولتی، به‌خصوص اینکه هدف غایی همه دستگاه‌های اجرایی خدمت به مردم و انجام دادن بخشی از وظایف دولت است، می‌تواند بسترساز سرمایه اجتماعی شود.
- تقویت کانال‌های ارتباطی به‌خصوص افزایش مراودات و ارتباطات غیررسمی با تشکیل کمیته‌های مشترک و برگزاری نشست‌ها و بازدیدهای گروهی و همچنین استفاده از ارتباطات مبتنی بر عواطف نقش مؤثری در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی ایفا می‌کند.
- اطلاع از موانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است که باید بر اساس این آگاهی برای رفع این موانع به‌طور جدی اقدام کرد. تعارض منافع، رقابت ناسالم و خودنمایی سازمانی، فقدان تفکر سیستمی و داشتن نگاه بخشی و جزیره‌ای، انتصابات نامناسب مدیران، و انفعال سازمانی از موانعی است که باید با برنامه‌ریزی دقیق برای رفع آن اقدام کرد تا به ایجاد سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی منجر شود.
- همچنین حذف و تغییر برخی خلأهای قانونی یا قوانین و مقررات متضاد که موجب تعارض بین دستگاه‌های اجرایی می‌شود و فاصله گرفتن از نگاه‌های سنتی و عدم دخالت گروه‌های سیاسی یا ذی‌نفوذ در انتصابات نیز از عواملی است که برای رفع موانع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بین‌سازمانی در دستگاه‌های اجرایی مؤثر است.

منابع

۱. آذر، عادل؛ بهروز زارعی؛ عظیم زارعی (۱۳۸۴). «ارائه یک روش برای شبیه‌سازی ارتباطات بین‌سازمانی دستگاه‌های دولت»، *دانشور رفتار*، دانشگاه شاهد، د ۳، ش ۱، صص ۱۹-۳۶.
۲. استعلاجی، علی‌رضا؛ احمد حاج‌علی‌زاده؛ مسعود حیدرونند (۱۳۹۶). «تقویت سرمایه اجتماعی برون‌گروهی در راستای استقرار مدیریت اجتماع‌محور در مناطق خشک»، *مرتع و آبخیزداری*، د ۷۰، ش ۳، صص ۵۶۹ - ۵۸۰.
۳. الوانی، مهدی (۱۳۹۸). *مدیریت عمومی*، تهران، نی.
۴. بیکر، واین (۱۳۸۲). *مدیریت و سرمایه اجتماعی*، مترجم: سید مهدی الوانی و محمدرضا ربیعی مندجین، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.
۵. پاتنام، رابرت (۱۳۹۲). *دموکراسی و سنت‌های مدنی؛ سرمایه اجتماعی و سنت‌های مدنی در ایتالای مدرن*، مترجم: محمدتقی دل‌فروز، تهران، جامعه‌شناسان.
۶. دانایی‌فرد، حسن؛ سید مهدی الوانی؛ عادل آذر (۱۳۹۸). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*، تهران، صفار.
۷. رابینز، استیفن؛ سید مهدی الوانی؛ حسن دانایی‌فرد (۱۳۹۹). *تئوری سازمان*، تهران، صفار.
۸. زارعی‌متین، حسن؛ بهزاد محمدیان؛ سعید مدرسی (۱۳۹۵). *مدیریت سرمایه اجتماعی*، تهران، مؤسسه کتاب مهربان.
۹. زرافشانی، کیومرث؛ حسین حیدری؛ خدیجه مرادی (۱۳۹۴). «مدل کیفی کنش سرمایه اجتماعی با فرایند توسعه روستایی (مورد: روستای فارسینج در استان کرمانشاه)»، *فضا و توسعه روستایی*، س ۴، ش ۱، صص ۱۳۱ - ۱۴۶.
۱۰. کلمن، جیمز (۱۳۹۰). *بنیادهای نظریه اجتماعی*، مترجم: منوچهر صبوری کاشانی، تهران، نی.
۱۱. مقدم، ابوالفضل؛ امین‌رضا کمالیان؛ بدرالدین اورعی یزدانی؛ باقر کرد؛ سید علی‌قلی روشن (۱۳۹۵). «تبیین و طراحی الگوی مدیریت منابع انسانی کارآفرینانه: رویکرد داده‌بنیاد»، *بهبود مدیریت*، د ۱۰، ش ۴، صص ۱۲۳ - ۱۵۷.

۱۲. محبوب‌روش، شبنم؛ کرم‌الله دانش‌فرد؛ ناصر میرسپاسی (۱۴۰۰). «طراحی الگوی نقش دولت در ارتقای سرمایه اجتماعی با رویکرد خلق ارزش عمومی در سازمان‌های دولتی ایران»، مدیریت سرمایه اجتماعی، د ۸، ش ۲، صص ۲۰۹ - ۲۳۳.

۱۳. مؤذن‌جمشیدی، میرهادی؛ روشنک روحی (۱۴۰۰). «سرمایه اجتماعی و جهش تولید در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان: یک مطالعه با رویکرد آمیخته (کیفی-کمی)»، مدیریت سرمایه اجتماعی، د ۸، ش ۲، صص ۲۸۵ - ۳۰۱.

۱۴. موسوی میرکلایی، سید زمان (۱۳۹۹). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره پست استان مازندران)»، رهیافتی در مدیریت بازرگانی، د ۱، ش ۱، صص ۶۶ - ۸۳.

۱۵. نوابخش، مهرداد؛ حسین بشیری گیوی (۱۴۰۰). «تبیین جامعه‌شناختی نقش نهادهای مدنی بر سرمایه اجتماعی شهروندان»، صیانت فرهنگی و سرمایه اجتماعی، د ۱، ش ۱، شماره پیاپی ۱، صص ۹۱ - ۲۴۸.

References

1. Alvani, S. M. (2019). *public Management*, Tehran, Ney Publishers. (in Persian)
2. Azar, A., Zarei, B., & Zarei, A. (2020). "Developing a Methodology for Simulation of Inter-Organizational Relationship in Public Organizations", *Commercial Strategies*, 3 (1), pp. 19-36. (in Persian)
3. Baker, W. (2003). *Management and Social capital*, Translated by Seyed Mehdi Alwani and Mohammadreza Rabee Mondajin, Tehran, Industrial Management Organization. (in Persian)
4. 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.
5. Coleman, J.S. (2011). *Foundations of Social Theory*, Translated by Manochehr Sabori Kashani, Tehran, Ney Publishers. (in Persian)
6. Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basic of Qualitative Reasearch*, 3ed, Basic of qualitative research, Techniques and procedures for developing grounded theory, Thousand oask, USA: sage.
7. Danaee-Fard, H., Alavani, S. M., & Azar, A. (2019). *Qualitative research methodology in comprehensive management*, Tehran, Saffar Publishers. (in Persian)
8. Downing, S. M. (2004). "Reliability: on the reproducibility of assessment data", *Medical Education*, 38 (9), pp. 1006-1012.

9. 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 Managment*, 70 (3), pp. 569-580. (in Persian)
10. Glaser, B. G. (1992). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*, Sociology Press, San francisco, University of California.
11. Gharbi, M. (2020). "Les Dimensions du capital social et l'intention entrepreneuriale des étudiants", *Creating global competitive economies: 2020 vision planning & implementation*, pp. 590-601.
12. Heydari, H., Zarafshani, Q., & Moradi, K. (2015). "Qualitative model pertaining to interaction between social capital and rural development process - Case Farsinj village in Kermanshah", *Serd*, 4 (11), pp. 131-146. (in Persian)
13. Lin, S. & Huang, Y. (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.
14. Lewicki, R. J. & Bunker, B. B. (1995). "Trust in relationships", *Administrative Science Quarterly*, 5 (1), pp. 583-601.
15. 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)
16. Meier, J. (1995). "The importance of relationship management in establishing successful inter organizational systems", *Journal of strategic information systems*, 4, pp. 135-148.
17. Min, S., Kim, S. K., and Chen, H., (2008). "Developing social identity and social capital for supply chain management, " *Journal of business logistics*, vol. 29, pp 304-283.
18. Mosavi Mirkalae, 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)
19. 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)
20. 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)
21. Nava-Bakhsh, M. & Bashiri Guivi, H. (2021). "Sociological explanation of the role of civic institutions on the social capital of citizens", *Psychological Protection and Social Capital*, 1 (1), pp. 91-248. (in Persian)
22. 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.
23. Powell, R. (1999). "Recent trends in research: a methodological essay", *Library and Information Science Research*, Vol. 21, No. 1, pp. 91-119.

24. Putnam, D. R. (2013). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Translated by MohammadTaghi Delforo, Tehran, Jemeshenasan Publishers. (in Persian)
25. Sockalingam, S. & Panteli, N. (2005). "Trust and conflict within virtual interorganizational alliances: a framework for facilitating knowledge sharing", *Decision Support Systems*, 39, pp. 599-617.
26. Robbins, S. (2020). *Organization Theory*, Translated by Seyyed Mehdi Alavani & Hasan Danaee-Fard, Tehran, Saffar Publishers. (in Persian)
27. Zarei-Matin, H., Mohammadian, B., & Modarresi, S. (2016). *Social Capital Management*, Tehran, Mehraban Publishers. (in Persian)