

The framework of the relationship between the components of social capital and innovation using meta-synthesis method

Abstract

The present study investigated the relationship between dimensions of social capital (structural, relational, cognitive) on innovation. Today, innovation in the economy of countries is known as a competitive advantage. The utilization of knowledge is one of the principal sources of innovation in organizations. A meta-synthesis research design with nine qualitative studies was chosen. The result of the research shows the relationship patterns between social capital dimensions and innovation. The impact of dimensions on reducing innovation barriers, increasing enablers or facilitators of innovation outcomes, and the direct effects of social capital dimensions on innovation, form the resulting framework. This paper contributes to developing innovation, technology, and social capital literature by proposing this integrated framework. Findings can help organizations to create optimal conditions to improve the probability of collecting innovation and technology and development results from inter-organizational and intra-organizational networks.

Keywords:

social capital, innovation, meta-synthesis, qualitative case studies

چارچوب رابطه بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و نوآوری با روش فراترکیب

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی «رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی (ساختاری، رابطه‌ای، شناختی) بر نوآوری» پرداخته است. امروزه نوآوری در اقتصاد کشورها یک مزیت رقابتی شناخته می‌شود. بهره‌برداری از دانش یکی از منابع اصلی نوآوری در سازمان‌ها می‌باشد. یک طرح پژوهشی فراترکیب با 9 مطالعه کیفی انتخاب شد. نتایج پژوهش، الگوهای روابط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و نوآوری را نشان می‌دهد. تأثیر ابعاد بر کاهش موانع نوآوری و افزایش توانمندسازها یا تسهیل‌کننده‌های نتایج نوآوری، و تأثیرات مستقیم ابعاد سرمایه اجتماعی بر نوآوری، چارچوب حاصل را تشکیل می‌دهد. این مقاله با پیشنهاد این چارچوب یکپارچه به توسعه نوآوری، فناوری و ادبیات سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. یافته‌ها می‌تواند به سازمان‌ها در ایجاد شرایط بهینه برای بهبود احتمال جمع‌آوری نوآوری و فناوری و نتایج توسعه از شبکه‌های بین‌سازمانی و درون‌سازمانی کمک کند.

کلید واژگان

سرمایه اجتماعی، نوآوری، فراترکیب، مطالعات موردی کیفی

مقدمه

دنیای سریع در حال تغییر و نامطمئن امروز، محیط کسب و کار رقابتی را تغییر داده و آن را پویاتر و پیچیده تر می کند. در این محیط، سازمان ها باید به نوآوری توجه کنند، زیرا نوآوری عمدتاً برای بقا، موفقیت، رشد و مزیت های رقابتی سازمان ها ضروری است (Ahn & Kim, 2017; Iddris, 2016; Vicente et al., 2015). بعلاوه توسعه نوآوری یکی از دغدغه های دیرینه محققان سازمانی است زیرا سازمان های نوآور معمولاً در رقابت برای مزیت رقابتی پیشروی می کنند (Sirmon et al., 2011).

از آنجایی که نوآوری برای سازمان ها از اهمیت بالایی برخوردار است، محققان و دست اندرکاران مدت هاست که به این سوال علاقه دارند که چه چیزی نوآوری را در سازمان ها تعیین می کند (Petrou, 2019; Yeşil & Doğan, 2019; Daskalopoulou, 2013). یک جریان ثابت از تحقیقات به بررسی تأثیر تعبیه اجتماعی افراد، سازمان ها و شبکه ها بر عملکرد نوآوری پرداخته است (Czernek, 2013; Vasudeva et al., 2021; Singh et al., 2020; Marszałek, 2020). فرهنگ سازمانی (Holtzman, 2014; Longo & Narduzzo, 2017)، رهبری (Carneiro, 2008) و افراد (De Jong & Den Hartog, 2008) از جمله عواملی هستند که بر نوآوری در سازمان ها تأثیر می گذارند. مطالعات متعددی نقش سرمایه اجتماعی بر نوآوری را مورد بررسی قرار داده اند. مطالعه (S. Zheng et al., 2011) بیان نمود که سرمایه اجتماعی از جمله عوامل محرک نوآوری است و به دلیل ارتباط آن با چندین پیامد فردی و سازمانی، ملی و منطقه ای به موضوع مهمی تبدیل شده است (Agyapong et al., 2017; Ahn & Kim, 2017; Yan & Guan, 2018).

نگاهی به ادبیات سرمایه اجتماعی نشان می دهد که از یک سو، مطالعات نظری وجود دارد که ساختار و پیوند آن را با نتایج فردی و سازمانی توضیح می دهد (به عنوان مثال، Alguezaui & Filieri,

2010) از سوی دیگر، مطالعاتی با هدف ارتباط سرمایه اجتماعی با پیامدهای مختلف فردی، تیمی، سازمانی و منطقه ای (Clopton, 2011; Hasan et al., 2020; Mackenbach et al., 2016; Sözbilir, 2018; Stollberger et al., 2022; Tasheva & Hillman, 2019). با این حال، اگر چه مطالعات متعددی به بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و نوآوری با استفاده از مطالعات کمی می پردازند (Agyapong et al., 2017; Al-Omouh et al., 2022; Cofré-Bravo et al., 2019)، یک تعمیم تحلیلی ناشی از فراترکیب داده‌های کیفی برای درک پدیده مورد علاقه در زمینه پیشنهادی مفید خواهد بود، زیرا بر بینش‌های جمع آوری شده از تحقیقات عمیق متکی است. بنابراین، هدف این مقاله درک رابطه سرمایه اجتماعی در چارچوب ناهاپیت و گوشال (1998) (Nahapiet & Ghoshal, 1998) بر نوآوری است. برای دستیابی به این هدف، فراترکیبی از مطالعات کیفی انجام شده است (Hoon, 2013).

این مقاله با پیشنهاد یک چارچوب یکپارچه متشکل از سوابق سرمایه اجتماعی و نقش ابعاد اجتماعی در کاهش موانع، افزایش توانمندی‌ها یا تسهیل‌کننده‌ها و تأثیر مستقیم بر نوآوری، هم به نوآوری و توسعه فناوری و هم ادبیات سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. در این راستا، سازمان‌ها می‌توانند برای ایجاد شرایط بهینه برای بهبود نوآوری و فناوری و توسعه در شبکه‌های بین سازمانی و درون سازمانی، بر این یافته‌ها تکیه کنند.

ساختار مقاله به شرح زیر است. پیشینه نظری در مورد سرمایه اجتماعی، دیدگاه‌های آن و چارچوب ابعاد سرمایه اجتماعی (Nahapiet & Ghoshal, 1998) که در تحلیل مقالات اتخاذ شده است. سپس، ادبیات قبلی در رابطه با تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر مطالعات نوآوری تحلیل می‌شود. موضوع سوم طرح تحقیق فراترکیبی (Hoon, 2013) و مسیر روش‌شناختی طی شده برای دستیابی به ترکیب پیشنهادی را مورد بحث قرار می‌دهد. مبحث چهارم نتایج تحلیل و یافته‌های اصلی مقاله را ارائه می‌کند. در پایان، در بخش آخر، بحث، نتیجه‌گیری، محدودیت‌ها و پیشنهادات برای مطالعات آتی ارائه شده است.

مروری بر ادبیات پژوهش

سرمایه اجتماعی

اصطلاح «سرمایه اجتماعی» برای اولین بار در سال 1996 در مراکز اجتماعی مدارس مطرح شد و سپس توسط دانشگاهیان و نویسندگان مورد استفاده قرار گرفت (Cohen & Prusak, 2002). به دلیل رویکردها، سطح تحلیل و منابع مختلف در ادبیات، تعریف مورد توافقی از سرمایه اجتماعی در ادبیات وجود ندارد (Yeşil & Doğan, 2019). پیر بوردیو، جیمز کلمن و رابرت پاتنام به عنوان والدین این مفهوم هستند. بوردیو سرمایه اجتماعی را بر حسب شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات توضیح داد، در حالی که کلمن سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع اجتماعی-ساختاری تعریف کرد. کلمن، سرمایه اجتماعی را منبعی بین خانواده‌ها و جوامع می‌داند و رویکرد اجتماعی-ساختاری را معرفی کرد (Carrillo Álvarez & Riera Romaní, 2017). برای بوردیو سرمایه اقتصادی که به طور مستقیم به سود پولی تبدیل می‌شود، تنها شکل سرمایه نیست، او ادعا می‌کند که دو راه جایگزین برای دستیابی به منافع اقتصادی وجود دارد: سرمایه فرهنگی و اجتماعی. سرمایه فرهنگی به دانش (تحصیلات) و پیشینه فرهنگی اشاره دارد که ممکن است فرد یا طبقه‌ای را به موفقیت در زیان دیگران سوق دهد (Bourdieu & Richardson, 1986). از سوی دیگر، بوردیو سرمایه اجتماعی را منابع انباشته بالفعل یا بالقوه‌ای می‌داند که از طریق عضویت در یک گروه اجتماعی با دوام یا نهادینه شده به آن دسترسی پیدا می‌کنند، یعنی شبکه پایداری از ارتباطات، به عنوان یک سرمایه جمعی (Bourdieu & Richardson, 1986). طبق دیدگاه کلمن شبکه‌های بسته و متراکم که در آن افراد پیوندهای قوی دارند، به احتمال زیاد سطوح بالاتری از اعتماد را ایجاد می‌کنند، دانش بیشتری را به اشتراک می‌گذارند و عملکرد سازمانی را افزایش می‌دهند (Coleman, 1988). از نگاه پاتنام سرمایه اجتماعی ممکن است داخلی یا خارجی باشد، مستقل از سطح تحلیل (فرد، یک گروه کوچک یا حتی کل ملت‌ها)، به آن سرمایه اجتماعی پل زدن و پیوند می‌گویند (Putnam, 2000). دیدگاه پل زدن

بر سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی از طریق پیوندهای بیرونی تعبیه شده در شبکه اجتماعی به دست می‌آید و یک بازیگر کانونی را به بازیگران دیگر گره می‌زند (Carrillo Álvarez & Riera Romaní, 2017). دیدگاه پیوندی نیز بر پیوندهای درونی میان افراد یا گروه‌های درون جمع تمرکز دارد، به عبارتی به روابط بین اعضای یک شبکه که از نظر هویت اجتماعی مشترک، خود را شبیه یکدیگر می‌دانند اشاره دارد (Carrillo Álvarez & Riera Romaní, 2017). پانام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه‌ی اعضای هر اجتماع می‌شود و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. اصطلاح سرمایه اجتماعی بیان‌کننده این موضوع است که هنجارها و پیوندهای اجتماعی بخش مهمی از مبانی زندگی هستند (عباسی و همکاران، 1398). (Nahapiet & Ghoshal, 1998) سرمایه اجتماعی را به عنوان "مجموع منابع بالفعل و بالقوه تعبیه شده در درون، در دسترس و برگرفته از شبکه روابطی که یک فرد یا واحد اجتماعی در اختیار دارد" تعریف کردند. آنها سه بعد متمایز سرمایه اجتماعی را بیان نموده‌اند: بعد ساختاری (پیوندهای شبکه، پیکربندی شبکه و سازمان مناسب)، بعد شناختی (کدها و زبان‌های مشترک، روایت‌های مشترک) و بعد رابطه‌ای (اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت). بعد ساختاری به عنوان تعاملات اجتماعی از جمله الگوها و استحکام پیوند بین اعضای یک جمع تعریف می‌شود (Yeşil & Doğan, 2019). بعد شناختی مجموعه‌ای از منابع است که تفاسیر و اهداف مشترک را فراهم می‌کند و ترکیب و تبادل دانش بین بخش‌های مختلف را تسهیل می‌کند و بعد رابطه‌ای اساساً با ویژگی‌های روابط خود بازیگران مرتبط است و متشکل از منابع ایجاد شده از طریق روابط شخصی، از جمله اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت است (Camps & Marques, 2014). مزایای مختلف سرمایه اجتماعی از جمله اشتراک دانش، انسجام بیشتر عمل، کاهش هزینه معامله، توسعه انسانی، سرمایه فکری، ارزش‌آفرینی، عملکرد اقتصادی سازمانی، منطقه‌ای و ملی، موفقیت شغلی، رابطه خوب با تامین‌کننده، تبادل منابع بین واحدها، نوآوری محصول و کاهش نرخ گردش مالی برای سازمان‌ها قابل توجه است (Hoyle & Tilt, 2018; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Pitas & Ehmer, 2020; Santos et al., 2021; W. Zheng, 2010).

نوآوری

نوآوری به عنوان تبدیل ایده‌های جدید در یک سازمان به نتایج ارزشمند در میان شرکا تعریف می‌شود. بر این اساس، داده‌های مورد نیاز برای نوآوری، از کارکنان، تامین‌کنندگان و مشتریانی که شرکای داخلی و خارجی سازمان هستند، به دست می‌آید. تمام محصولات و خدمات تولید شده توسط سازمان‌ها به عنوان نتیجه پردازش داده‌های تولید شده از منابع سازمانی و تبدیل آن‌ها به ارزش به دست می‌آید. طبق نظر (Porter and Stern, 2001)، نوآوری شاید به مهمترین منبع مزیت رقابتی در اقتصادهای پیشرفته و ایجاد ظرفیت نوآورانه تبدیل شده است. نوآوری استفاده از دانش جدید برای ارائه محصول یا خدمات جدیدی است که مشتریان می‌خواهند (Afuah, 2003). به طور کلی، نوآوری فرآیندی است که امکان دستیابی به نتایج مفید را با کمک علم و فناوری فراهم می‌کند که ممکن است منجر به منافع اقتصادی و اجتماعی شود. همچنین، این فرآیند شامل مبهم بودن، غیرسیستماتیک بودن و باز بودن برای تغییر است. در این دیدگاه، نوآوری مبتنی بر در نظر گرفتن ایده‌های جدید و استفاده کارآمد از آنها است (Amabile et al., 1996; Alegre et al., 2006, cited in Pla-Barber and Joaquin, 2007).

قابلیت‌های نوآورانه که در فرآیندهای تجاری مرتبط با نوآوری آشکار می‌شوند (فنی و غیرفنی) فراتر از منابع هستند. آنها ورودی‌های ارزشمندی برای شرکت‌ها برای توسعه و حفظ مزیت رقابتی هستند (Ngo and O'Cass, 2013). با این حال، نوآوری پیچیده است. فرآیند نوآوری به عنوان مجموعه‌ای از تغییرات در سیستم کلی است که نه تنها شامل سخت افزار، بلکه محیط بازار، امکانات تولید و دانش، و زمینه‌های اجتماعی سازمان نوآور است (Kline and Rosenberg, 2009). نوآوری در دو مقوله مدیریتی و فنی قابل تحلیل است. در حالی که نوآوری مدیریتی با فرآیندهای اداری، ساختار سازمانی و منابع انسانی مرتبط است، نوآوری فنی با محصول، خدمات و فناوری درگیر است (Kimberly and Evanisko, 1981, cited in Damanpour and Evan, 1984). Chuang et al (2010) نوآوری مدیریتی را از نظر سه زیر گروه بررسی می‌کنند: بازار، ساختار سازمانی و جو نوآوری، در حالی که نوآوری فنی از نظر دو زیر گروه نوآوری محصول و فرآیند در نظر گرفته می‌شود. در چارچوب این توضیحات، نوآوری را می‌توان فرآیندی توسعه‌ای برای مدیریت تعامل بین فعالیت‌های داخلی و عوامل بیرونی دانست. از منظر کلان، نوآوری سازمانی شامل شکل‌دهی

نظرات جدید و ایجاد رفتارهای جدید در یک سازمان است (Damanpour and Gopalakrishnan, 2001). در این زمینه، نوآوری‌های سازمانی نه تنها ارتقای محصولات را بهبود می‌بخشد، بلکه ممکن است تأثیر مهمی بر عملکرد شرکت داشته باشد. نوآوری سازمانی می‌تواند کیفیت و کارایی کسب‌وکار را افزایش دهد، اطلاعات را افزایش داده و ظرفیت شرکت‌ها را با یادگیری و استفاده از فناوری‌های جدید افزایش دهد (Oslo, 2005). نوآوری برای تولید ایده‌های جدید یا فعلی و تبدیل آنها به اقدامات مورد نیاز است. این امر مستلزم بکارگیری دانش فعلی و توسعه دانش مناسب جدید به ویژه در شرکت‌های نوآوری محور است (Gurteen, 1998).

همچنین، سازمان‌ها باید کارکنان خود را تشویق کنند تا محصولات، فرآیندها و خدمات نوآورانه‌تر را با تفکر انتقادی توسعه دهند. بنابراین، آنها باید تیم‌های خود را برای استفاده از تکنیک‌های خلاقانه حل مسئله راهنمایی کنند. حل خلاقانه مسئله و نوآوری برای شرکت‌هایی که می‌خواهند انعطاف-پذیری و رقابت را بهبود بخشند ضروری است (Yüksel et al., 2021).

مؤلفه‌های نوآوری و سرمایه اجتماعی

در میان چندین حوزه خاص مطالعات سازمانی، تحقیقات نوآوری به سرمایه اجتماعی به عنوان یک نظریه تبیینی توجه دارند (Bozeman, 2000; Landry et al., 2002). ابعاد سرمایه اجتماعی چه تأثیری بر نوآوری دارد؟ با نگاهی به بعد ساختاری، ادبیات قبلی عواملی مانند دسترسی و اشتراک دانش، جریان اطلاعات و تبادل منابع را به عنوان محرک‌های نوآوری در نظر می‌گیرد (Ahuja, 2000; Alquezai & Filieri, 2010). در مطالعه خود در رابطه با بعد ساختاری تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری دریافت که پیوندهای مستقیم، پیوندهای غیرمستقیم و حفره‌های ساختاری نقش‌های متفاوتی در کسب دانش جدید، منابع و اطلاعات متنوع به منظور دستیابی به نوآوری دارند. مطالعه دیگری نشان داد که یک ساختار شبکه بهینه یک هسته منسجم را ارائه می‌دهد که امکان اشتراک‌گذاری دانش فشرده را فراهم می‌کند، اما با اتصالات جانبی قطع نمی‌شود (Gubbins & Dooley, 2014).

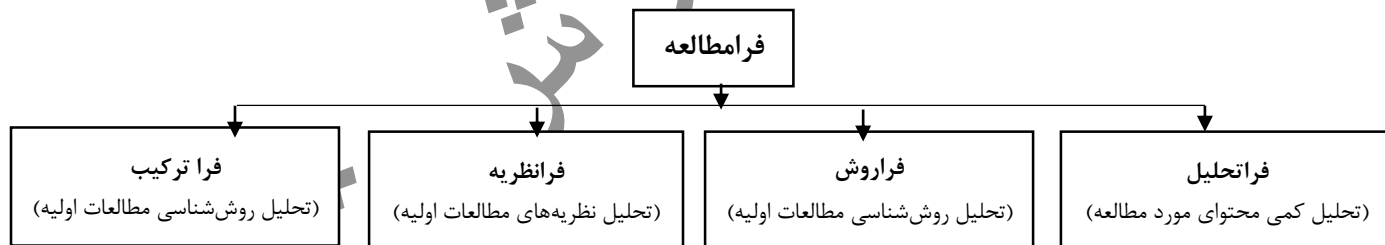
(Hammarfjord and Roxenhall, 2017) در رابطه با ابعاد رابطه‌ای و شناختی دریافتند که ارزش‌ها و انتظارات مشترک مرتبط با تعهد، محرک‌های نوآوری در شبکه‌های نوآوری استراتژیک هستند. همچنین اعتماد ناشی از پیوندهای قوی به عنوان شرط ضروری برای تبادل دانش مرتبط شناخته می‌شود (Levin, Walter, Appleyard, & Cross, 2016). در بعد شناختی، زبان‌های مشترک، روایت‌ها، چشم‌انداز و درک مشترک پیش‌بینی‌کننده نوآوری از طریق انتقال دانش، اشتراک‌گذاری و ایجاد در شبکه‌های بین‌سازمانی هستند (Nambisan & Sawhney, 2011; Tomlinson, 2012). در مورد سرمایه اجتماعی داخلی، (Tsai and Ghoshal, 1998) نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی ساختاری، رابطه‌ای و شناختی پیش‌بینی‌کننده تبادل و ترکیب منابع هستند که به نوبه خود منجر به نوآوری محصول می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌های پژوهش از نوع ترکیبی است. جامعه آماری این پژوهش شامل پژوهش‌های پیشین در حوزه شبکه نوآوری است. نمونه مورد نظر شامل مرتبط‌ترین مطالعات انجام شده که با رویکردی هدفمند انتخاب شد. روش تحقیق فراترکیب یک روش تحقیق کیفی است. فراترکیب مربوط به درک و توصیف موضوعات، نکات کلیدی و مضامین تکرار شده در یک جریان تحقیق است (Dixon-Woods et al., 2007). با رشد تحقیقات در حوزه‌های مختلف علوم تسلط بر تمامی ابعاد یک رشته امکان‌پذیر نیست، به این دلیل انجام پژوهش‌های کیفی که تحقیقات انجام شده در این زمینه را به شیوه نظام‌مند و علمی فراروی پژوهشگران قرار می‌دهند گسترش یافته است. فرامطالعه¹ تحلیل عمیق از کارهای پژوهشی انجام شده در یک حوزه خاص است. فرامطالعه شامل مفاهیمی از جمله فراتحلیل، فرا روش، فرانظریه و فراترکیب است (شکل 1). اگر فرا مطالعه به صورت کیفی و بر روی مفاهیم و نتایج پژوهش‌های گذشته باشد فرا ترکیب

¹. Meta Study

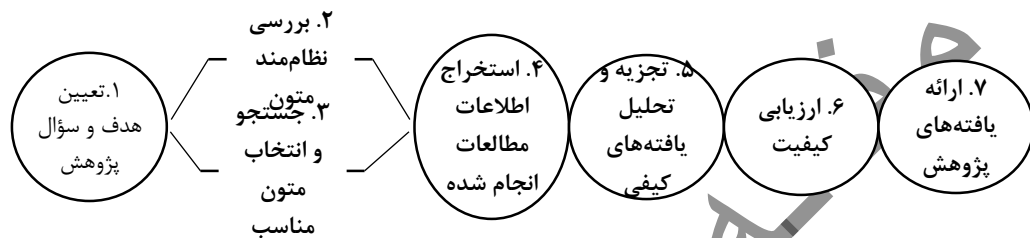
شناخته می‌شود. به عبارتی فراترکیب، روشی کیفی برای ارائه تفسیر و نظریه‌ها از طریق ترکیب و مقایسه پژوهش‌های کیفی در زمینه خاص به کار می‌رود (Saravathy, 2001)، این روش نتایج مطالعات کیفی در زمینه مورد نظر را مجدداً تغییر شکل می‌دهد (Finfgeld-Connett, 2008). زمانی این روش مفید است که پژوهشگر در جستجوی مفهومی خاص در پژوهش‌های موجود باشد (Finfgeld-Connett, 2008)، از آنجا که مفاهیم بیان‌شده برای تصمیم‌گیری در پژوهش‌ها از منظر زمینه، مفهوم و پیامدها متنوع است، به کارگیری این رویکرد برای ارائه مدلی منسجم و جامع توجیه‌پذیر است. به بیان زیر، فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که از اطلاعات استخراج شده از پژوهش‌های کیفی با موضوعات مرتبط استفاده می‌کند، فراترکیب تنها یک مرور ادبیات نظام‌مند از یک حوزه خاص نیست بلکه تفسیری از یافته‌های پژوهش‌های منتخب است (Zimmer, 2006). مشابه با فراتحلیل، فراترکیب مطالعات روی یک موضوع خاص را برای ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری ادغام و ترکیب می‌کند. با این حال برخلاف فراتحلیل که ترکیبی از داده‌های مطالعات مختلف برای ارزیابی یک تأثیر کلی است، فراترکیب با ارزیابی منحصر به فرد بودن یک مطالعه در یک کل جامع و تفسیری، نتایج را توسعه و گسترش می‌دهد (Clemmens, 2003).



شکل 1. انواع فرامطالعه منبع: (Bench & Day, 2010)

انجام فراترکیب مستلزم بازنگری دقیق در حوزه مورد مطالعه است. در شکل 2 مراحل این روش خلاصه شده است. این مطالعه قصد دارد با ارائه یک تعمیم تحلیلی از مشارکت‌های عمیق و اساسی حاصل از مطالعات کیفی، نظریه سرمایه اجتماعی را در زمینه نوآوری بیان کند. این روش، مانند فراتحلیل مطالعات کمی، بر توصیف و تفسیر داده‌های اشخاص ثالث به جای داده‌های اصلی تکیه

می‌کند و تنها راه واقع‌بینانه برای انجام یک تحقیق با در نظر گرفتن زمینه‌های متعدد است (Merriam & Tisdell, 2015). برای اطمینان از دقت و قابلیت اطمینان متاسنتر، پروتکل ایجاد شده توسط ساندلوسکی و باروسو انجام شد (Sandelowski & Barroso, 2006).



شکل 2. مراحل روش فراترکیب

تعیین هدف و سؤال پژوهش

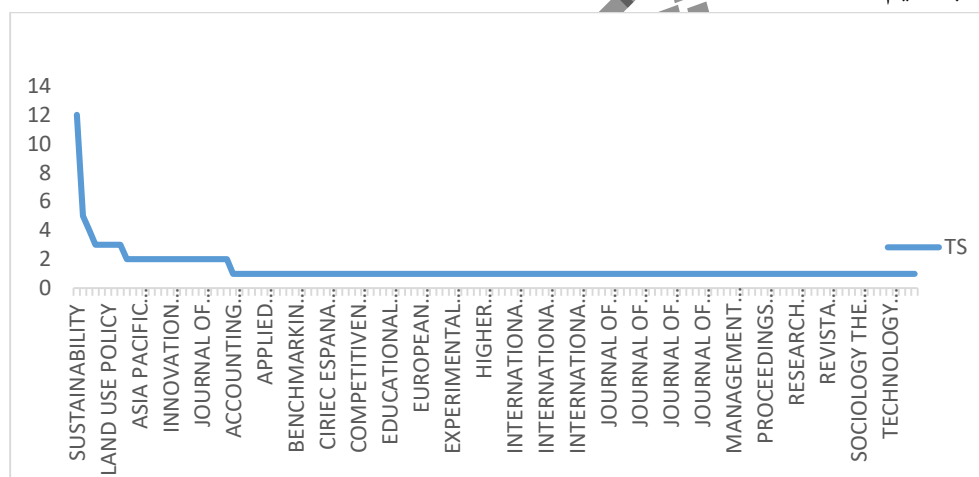
در این مرحله ادبیات موجود در زمینه سرمایه اجتماعی و نوآوری مطالعه شد. فراترکیب با چارچوب مفهومی موضوع آغاز می‌شود. هدف اصلی این پژوهش شناسایی چارچوب روابط ابعاد سرمایه اجتماعی و نوآوری است. در ارتباط با هدف این پژوهش، سوالات پژوهش متمرکز بر ساختار و طبقه‌بندی مطالعات در زمینه سرمایه اجتماعی و نوآوری است. از پارامترهای what (چه چیزی)، who (جامعه مورد مطالعه) و when (دوره زمانی) استفاده شد و سوالات زیر در ارتباط با پارامترهای لحاظ شده بیان شد (جدول 1). سوالات موارد زیر را در برمی‌گیرد:

جدول 1. سوالات تحقیق

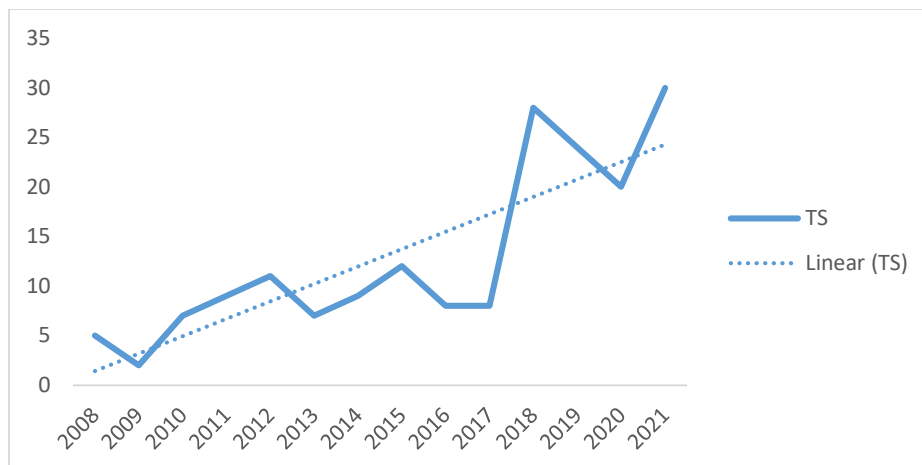
سوالات بیان شده	پارامترهای سؤالی
توزیع مقالات در مجلات چگونه است؟ روند مطالعات در دوره زمانی منتخب چگونه است؟ الزامات ایجاد شبکه نوآوری چیست؟ عوامل مؤثر در طراحی شبکه نوآوری چیست؟ عوامل بهبود شبکه نوآوری چیست؟	what
روند مطالعات در دوره زمانی منتخب چگونه است؟	who

الزامات ایجاد شبکه نوآوری چیست؟ عوامل مؤثر در طراحی شبکه نوآوری چیست؟ عوامل بهبود شبکه نوآوری چیست؟	When
2008-2022	

هر چه مسئله پژوهش دقیق تر باشد، تفسیر نتایج وضوح بیشتری دارد (Yin, 2017). پرداختن به سؤالات پژوهشی مذکور دانش فعلی در این زمینه را ارتقاء می دهد و از این طریق بینشی نظری منجر به توسعه مزیت رقابتی در محیط پویای امروز می شود. بر خلاف تحقیقات گسترده ای که به بررسی منظم ادبیات می پردازند، فراترکیب از یک سؤال پژوهشی کاملاً مشخص استفاده می کند (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). در این پژوهش نیز سؤالات بیان شده، مشخصات دامنه مطالعات را مشخص می کند و این فرصت را می دهد تا مطالعات مناسب را از مطالعات انجام شده انتخاب کنیم.



شکل 3. توزیع مقالات در مجلات



شکل 4. روند انتشار مقالات

مرحله دوم مرور نظامند ادبیات

برای بررسی ادبیات، فرایند جستجو و انتخاب مطالعات باید تا حد امکان شفاف باشد (Wendler, 2012). در این مرحله به جستجوی سیستماتیک مطالعات منتشر شده در مجلات علمی پرداخته می‌شود تا مطالعات پیشین انجام شده در این حوزه بررسی شود. برای این منظور در این پژوهش از کلیدواژه‌هایی مرتبط با این حوزه استفاده شد. با توجه به نوظهور بودن موضوع پژوهش مقالات منتشر شده در منابع فارسی محدود بود بنابراین برای یافتن مجموعه‌ای از مطالعات کیفی انجام شده، از منابع معتبر خارجی در این پژوهش استفاده کردیم. کلید واژه‌های استفاده شده در جستجوی منابع خارجی با نظر خبرگان در این حوزه عبارتند از: "social capital" و "innovati*" و "case stud*" که با عبارت "and" با یکدیگر پیوند خورده‌اند. این جستجو در ژانویه 2022 انجام شد در نتیجه 180 مطالعه منتشر شده حاصل شد. این جستجوی اولیه نتایج کلی در برداشت. در نتیجه با بازیابی کلیه مطالعات در پایگاه داده الکترونیکی Web of Science پالایش شده در زمینه‌های مرتبط با

مدیریت و کسب و کار، فقط مقاله‌های با کلیدواژه‌های مذکور منتشر شده به زبان انگلیسی طی سال‌های 2008 تا 2022 شروع کردیم، این کلیدواژه‌ها به عنوان معیار انتخاب در موضوع (عنوان، کلیدواژه، چکیده) استفاده شدند. در نتیجه مجموعه‌ای شامل 49 مطالعه موردی تکرار نشده بدست آمد تا بر اساس معیارهای تعیین شده توسط محقق مورد بررسی قرار گیرد.

مرحله سوم جستجو و انتخاب مطالعات مناسب

پس از جستجو در پایگاه داده منتخب 180 مطالعه بین سال 2008 تا 2022 گردآوری شد. از بین مطالعات گردآوری شده مناسب‌ترین آن‌ها انتخاب می‌شود. فرض بر این است که احتمال انتشار مطالعات کیفی در مجلات سطح بالا دشوار است (Hoon, 2013). بنابراین جستجو در طیف گسترده‌ای از ژورنال‌ها این امکان را خواهد داد تا مطالعات در زمینه شبکه نوآوری که در مجلات با رتبه‌های پایین یا بالا انجام شده‌اند را در اختیار داشته باشیم. مطالعات با توجه به الگوریتم مشاهده شده در شکل 5 انتخاب شدند. بر این اساس مطالعات گردآوری شده در پنج محور مورد بررسی واقع شده است که عبارتند از: 1. حوزه مرتبط با کسب و کار، 2. رویکرد سرمایه اجتماعی کافی، 3. نوآوری مرتبط، 4. مطالعه موردی کیفی، 5. کیفیت مطالعه با توجه به توصیف روش‌شناختی. در نتیجه منجر به شناسایی مطالعات مرتبط با پژوهش و حذف مطالعات غیر متناسب شد (شکل 3). پس از بررسی گسترده بر اساس معیارهای تعیین شده، 11 مورد از 49 مطالعه موردی در ارزیابی نهایی قرار گرفتند (معیار شماره 4) و نمونه نهایی متاسفانه از 9 مطالعه منتخب تشکیل شد.

پس از بدست آوردن نسخه کامل مقالات، برای ثبت شواهد مربوطه از هر یک از مطالعات موجود در فراترکیب بخش چکیده و روش مطالعه آن‌ها به صورت دستی غربالگری و طبقه‌بندی شد. در این مرحله اگر مقاله‌ای یکی از معیارها را نداشته باشد، در مراحل بعدی ارزیابی نمی‌شود. اولین معیار این بود که مطالعه باید در زمینه مرتبط با کسب و کار باشد 9 مورد از 49، در زمینه دیگر بوده است. معیار دوم، بیان می‌کند که مقاله باید آنچه را که «رویکرد سرمایه اجتماعی کافی» نامیده می‌شود، ارائه دهد. مقاله باید به صراحت دیدگاه چند بعدی سرمایه اجتماعی را که توسط ناهاپیت و گوشال (1998) پیشنهاد شده است، اتخاذ کند. 26 مقاله از 40 مقاله باقیمانده در این معیار شرکت نکردند.

معیار سوم این بود که مقالات باید مرتبط با حوزه نوآوری باشند. سه مقاله از چهارده مقاله باقی مانده حذف شدند. معیار چهارم، بیان می‌کند که مطالعات باید مطالعات موردی کیفی باشند در این صورت از نمونه‌های موردی، مطالعات کمی و مطالعات ترکیبی حذف می‌شود. در این مرحله، دو مقاله در نظر گرفته نشدند و در نهایت لیستی از نه مطالعه موردی برای ارزیابی بعدی باقی ماندند. جدول 2 هر یک از معیارها و دلایل آن را به همراه انگیزه‌های حذف هر مقاله شرح می‌دهد. جدول 3 نیز مقالات در نظر گرفته شده و گنجانده شده در تحقیق را تشریح می‌کند.



شکل 5. نتیجه غربالگری و انتخاب مطالعات مناسب

جدول 2. مطالعات بررسی شده برگرفته از پایگاه داده‌های منتخب

(keywords: "social capital", "innovati*", "case stud*")

مقالات رد شده	دلایل منطقی	معیار
Aula and Harmaakorpi (2008); Exner et al. (2016); McMichael and Shipworth (2013); Ziolkowska, J (2021); Pitkänen (2016); Scheffran, Marmer, and Sow (2012), geography/climate; van der Horst (2011), geography/climate; Vico (2014); Gerhardt, T., & Mackenzie-Philps, L. (2018); Cooper, L., & Huff, E. (2018); Voinea, C. L., Logger, M., Rauf, F., & Roijackers, N. (2019); Stefani, G., Nocella, G., & Sacchi, G. (2020).	این معیار برای محدود کردن فراتر کتب فقط به حوزه مرتبط با کسب و کار می‌باشد.	حوزه مرتبط با کسب و کار
Adina and Ramona (2013); Baba and Walsh (2010); Banerjee, Yadav, and Banerjee (2016); Barbosa, Noronha, and Castro (2012); Beckett (2008); Larsson, Z. Y., Di Gangi, P. M., & Teigland, R. (2019); Bocquet and Mothe (2011); Borges and Filion (2013); Cannone, Pisoni, and Onetti (2014); Handoko, I., Bresnen, M., & Nugroho, Y. (2018); Elola, Valdaliso, and López (2013); Gittins, Lang, and Sass (2015); Bye, L. A., Jenner, P., & Graham, W. (2021); Ivančič, Podmenik, and Hafner (2014); Muafi (2015); Ragin-Skorecka (2016); Lombardi, M., & Costantino, M. (2020); Polyviou, M., Croxton, K. L., & Knemeyer, A. M. (2019); Silva and Reis (2015); Belkhodja, O., & Daghfous, A. (2020); Smith (2012); Tseng, Wang, and Yen (2014).	درک سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر اساس چارچوب پیشنهادی ناهاپیت و گوشال (1998) در نظر گرفته شد. بنابراین، تنها مطالعاتی که بر اساس این رویکرد سرمایه اجتماعی را در نظر گرفته بودند در تحلیل گنجانده شدند.	رویکرد سرمایه اجتماعی کافی
Bogers and Sproedt (2012), education/learning; Makkonen and Virtanen (2015); Walsh, J., & Winsor, B.	از آنجایی که قصد تجزیه و تحلیل ابعاد سرمایه اجتماعی در حوزه نوآوری	نوآوری مرتبط

(2019); Benavides-Salazar, Claudia, et al. (2021).	و فناوری بود، تصمیم گرفته شد مقالاتی که به سایر زمینه‌ها (بازاریابی، آموزش، مالی و غیره) می‌پردازند، حذف شوند.	
Roman-Castillo and Smida (2013) and Tondolo et al. (2015).	این معیار به این دلیل پذیرفته شد که مطالعات موردی کیفی، درک عمیقی (Merriam 2009) از رابطه مورد نظر برای بررسی در زمینه مورد علاقه تحقیق فراهم می‌کند.	مطالعه موردی کیفی
Valdaliso et al. (2011). ما نتوانستیم رویه‌های اتخاذ شده در مطالعه موردی را شناسایی کنیم، در واقع نویسندگان مقالات بیان نکردند که آیا شواهد تجربی و مشارکت‌های نظری هر مقاله ارزیابی شده است یا نه	مطالعات به طور جامع بررسی شدند تا اطمینان حاصل شود که فقط بینش‌ها و یافته‌های کیفی در فراترکیب گنجانده می‌شوند. دقت روش شناختی، یافته‌های مبتنی بر شواهد تجربی و مشارکت‌های نظری هر مقاله مورد ارزیابی قرار گرفت.	ارزیابی کیفیت (روش‌ها، شواهد تجربی، مشارکت نظری)

جدول 3. نمونه نهایی مطالعات موردی

سال	مجله	نویسنده
2016	Technological Forecasting and Social Change	Al-Tabbaa and Ankrah
2015	International Small Business Journal	Masiello, Izzo, and Canoro
2008	Industrial Marketing Management	Partanen et al.
2015	Industry and Innovation	Steinmo
2011	Journal of Business Research	Hughes and Perrons
2019	Technological Forecasting and Social Change	Grzegorzczuk, Malgorzata

2021	Journal of Business & Industrial Marketing	Kulkov, Ignat, et al.
2020	Administrative Sciences	Lombardi, Mariarosaria, and Marco Costantino
2018	Journal of Operations & Production Management	Handoko, Indria, Mike Bresnen, and Yanuar Nugroho

مرحله چهارم استخراج اطلاعات مطالعات انجام شده

گام چهارم در رویکرد فراترکیب (متا سنتز) استخراج، کدگذاری و طبقه‌بندی شواهد تحت مطالعه فراترکیب است (Noblit & Hare, 1988). مطالعاتی که بر مبنای متاسنتز عمل می‌کنند بینش محققان اصلی را از طریق درک و تفسیر داده‌ها برجسته می‌کنند. فراترکیب با توجه به درک و تفسیر محققان از داده‌ها عمل می‌کند. به عبارتی به جای داده‌های خام اولیه بینش‌هایی که محققان از این مطالعات ایجاد کرده‌اند فراترکیب را تشکیل می‌دهند. در این مرحله برای طبقه‌بندی بینش‌های ایجاد شده توسط محققان مطالعات بررسی شده، از رویکرد کدگذاری باز (Denzin & Lincoln, 2011) با تمرکز بر بخش چکیده و بحث و نتیجه‌گیری استفاده کردیم. فرایند کدگذاری در این مرحله بر اساس مطالعات پیشین در حین مرور مقالات صورت می‌گیرد و برای تمام اطلاعات استخراج شده بر اساس بینش محققان اصلی کدی در نظر گرفته می‌شود (Duriiau, Reger, & Pfarrer, 2007). پس از تجزیه و تحلیل هر مورد به طور جداگانه، مفاهیم مرکزی آنها برای رسیدن به یک سنتز نهایی حفظ شد (Point et al., 2017). پس از بررسی متغیرها و رتبه‌بندی آنها، یک شبکه ایجاد شد که امکان شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی، عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده نوآوری و اثرات مستقیم ابعاد سرمایه اجتماعی بر نوآوری را فراهم می‌کند. جدول 4 اطلاعات لازم مربوط به کدگذاری را نشان می‌دهد.

جدول 4. اطلاعات مربوط به کدگذاری

بخش	آیتم‌های مشاهده شده
داده‌های کلی چارچوب تئوریک زمینه مطالعه روش	نویسنده، عنوان، داده، سوال تحقیق چارچوب نظری برای مفهوم شبکه نوآوری کشور، بخش، محل استفاده واحد تحلیل، تعداد موارد، نمونه‌گیری، تکنیک‌های گردآوری داده و تحلیل، پایگاه داده‌ها
تحلیل و تفسیر داده‌ها بحث نتیجه‌گیری	یافته‌های مطالعه، شناسایی عناصر یا سازه‌ها، شناسایی چارچوب‌ها سهم نظری
ارزیابی کلی	ارتباط با موضوع مطالعه، کیفیت مطالعه

مرحله پنجم تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی

در این بخش، هر مورد به طور جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا ویژگی‌های زمینه‌ای و محیطی آنها در نظر گرفته شود (Hoon, 2013; Point et al., 2017). نتایج در قالب چارچوب شکل 6، با بررسی هر یک از مطالعات منتخب تأثیر ابعاد بر کاهش موانع نوآوری و افزایش توانمندسازها یا تسهیل‌کننده‌های نتایج نوآوری، و تأثیرات مستقیم ابعاد سرمایه اجتماعی بر نوآوری را نشان می‌دهد.

Al-Tabbaa and Ankrah (2016) بررسی کردند که چگونه ابعاد سرمایه اجتماعی به عنوان تسهیل‌کننده انتقال دانش در مورد مشارکت فارادی، در بریتانیا عمل می‌کند. نویسندگان پنج مشارکت دانشگاه و صنعت مهندسی شده توسط آژانس فارادی را در دو مرحله، قبل از شکل‌گیری و پس از شکل‌گیری بررسی کردند. آنها دریافتند که ابعاد سرمایه اجتماعی نقش‌های متمایزی قبل و بعد از برقراری روابط در محیط‌های بین سازمانی دارند. در مرحله پیش‌سازی، حضور واسطه‌ها یا دلال‌ها و اهداف از پیش تعریف‌شده (قوانین فارادی) باعث ایجاد سرمایه اجتماعی شد. در این راستا،

تعهدات و انتظارات مشترک در بعد رابطه‌ای، رمزها و روایات مشترک و درک متقابل در بعد شناختی، برای کاهش موانع همکاری مانند عدم اشتراک اطلاعات، ترس از تعارضات اولویت‌بندی و دشواری در استخدام شرکای مناسب، اساسی بود. در مرحله پس از شکل‌گیری، بعد ساختاری اهمیت پیدا کرد، بعد ساختاری مرتبط با افزایش اعتماد رابطه‌ای و محاسباتی (بعد رابطه‌ای)، رمزها و روایت‌های مشترک و درک مشترک (بعد شناختی) بود. بعد رابطه‌ای در مرحله پس از شکل‌گیری، برای کاهش منافع شخصی و رفتار فرصت‌طلبانه رقابتی بود. از سوی دیگر، بعد شناختی به کاهش مسائل ارتباطی کمک کرد (Al-Tabbaa & Ankrah, 2016). علاوه بر این Steinmo (2015) نیز شش شرکت درگیر در اتحاد با سازمان‌های تحقیقاتی عمومی (PROs) در نروژ را مورد مطالعه قرار داد. او دریافت که ابعاد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی ابزاری برای کاهش چالش‌های همکاری بین صنایع و دانشگاه‌ها در سطوح فردی، شرکتی و اتحادی است. در بعد رابطه‌ای، آشنایی دوجانبه و نزدیک، اعتماد و صراحت، تعامل و تعهد متقابل و ارتباط موثر، چالش‌های همکاری را کاهش می‌دهد. جنبه شناختی سرمایه اجتماعی به عنوان کاهش‌دهنده چالش‌های همکاری، اهداف، زبان و درک مشترک بود. بنابراین، بعد ساختاری نقشی جزئی داشت، زیرا انسجام و نزدیکی شبکه و ساختار همکاری به کاهش چالش‌های اتحادها کمک کرده است. این مقاله کمک مهمی به درک ابعاد سرمایه اجتماعی و رابطه آن با نوآوری از منظر چند سطحی می‌کند. (Masiello, Izzo, and Canoro (2015) اثربخشی بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی، سرمایه اجتماعی را در فرآیند ایجاد دانش، انتقال و به اشتراک‌گذاری بین SMEs در پنج شبکه نوآوری محور در ایتالیا بررسی کردند. نویسندگان دریافتند که استحکام پیوند و ثبات شبکه (بعد ساختاری) به دلیل یادگیری سریع‌تر در طول فرآیند انتقال دانش، نتایج نوآوری را تسهیل می‌کند. حکمرانی بر اساس اعتماد، شهرت و انتظارات متقابل در مبادلات شخصی چندسطحی، عوامل رابطه‌ای بودند که به عنوان تسهیل‌کننده‌های نوآوری شناسایی شدند. در بعد شناختی، آنها دریافتند که اهداف و چشم‌انداز مشترک، زبان و پیشینه فرهنگی مشترک و پایگاه دانش برای نوآوری در شبکه‌ها، افزایش دانش و جریان اطلاعات و ظرفیت جذب بین شرکا اساسی است. یکی دیگر از یافته‌های جالب که در رابطه با بعد رابطه‌ای ارائه شده این است که صمیمیت و تعهد عاطفی، همراه با استحکام پیوند، منجر به تعبیه بیش از حد، اعتماد اینرسی، عدم تقارن قدرت

و وابستگی متقابل شده است. نویسندگان استدلال کردند که روابط دوتایی یک چرخه زندگی به شکل U معکوس است. در این راستا، مراحل اولیه همکاری بسیار رسمی و کمتر خلاقانه و نوآورانه است در حالی که در مرحله اکتشاف، آنها سطح بالاتری از غیر رسمی بودن، خلاقیت و نوآوری را درک می‌کنند. در نهایت، در مرحله بهره‌برداری، زمانی که درآمدها و سود سهام جمع‌آوری می‌شود، آنها سطوح بالاتر رسمی و سطوح کمتری از خلاقیت و نوآوری پیدا می‌کنند. این مطالعه با ارتباط دانش، سرمایه اجتماعی و نوآوری از طریق موارد متعدد در شبکه‌های مبتنی بر نوآوری، سهم مرتبطی در این زمینه ارائه می‌کند. Partanen و همکارش در سال 2008 نقش سرمایه اجتماعی را در مراحل پس از نوآوری، ارزیابی نوآوری، توسعه کسب‌وکار، تجاری سازی و رشد سریع سه شرکت کوچک و متوسط مبتنی بر فناوری (SMEs) در فنلاند بررسی کردند. در مطالعه آنها تمرکز بر مرحله ارزیابی نوآوری بود. برای ارزیابی نوآوری، ابعاد رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی مرتبط هستند. آنها بیان می‌کنند که پیوندهای قوی برای یادگیری و توسعه مشترک مرتبط هستند، در حالی که پیوندهای ضعیف برای یادگیری سریع و گسترده ایده‌های جدید مهم است. به اشتراک گذاشتن کدها و زبان دانشگاهیان برای تسهیم توسعه فناوری با دانشگاه‌ها مهم است. اشتراک کدها، زبان‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای یکسان، اعتماد رابطه‌ای که برای نوآوری در محیط‌های مبتنی بر دانش ضروری است را ممکن می‌سازد. این مطالعه بینش‌های جدیدی در رابطه با مرحله و زمان‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی و توسعه سرمایه اجتماعی به ارمغان می‌آورد. مقاله Hughes and Perrons's (2011) تنها مطالعه در نمونه برای بررسی یک محیط بین سازمانی در زمینه کسب‌وکار به کسب‌وکار (B2B) بود. این مطالعه در صنعت فناوری چاپ انگلیسی انجام شد. نویسندگان دریافته‌اند که تصمیم‌گیری در مورد حفظ یک فناوری تثبیت شده یا اتخاذ یک فناوری مخرب منجر به گزینه‌های متفاوتی در مورد ابعاد اجتماعی در رابطه خریدار و تامین کننده می‌شود. در این راستا، محدودیت‌های زمانی و منابع، بازدارنده توسعه سرمایه اجتماعی هستند. با توجه به اینکه قدرت پیوند (بعد رابطه) ممکن است به کوری فرصت و وابستگی رابطه‌ای منجر شود، نویسندگان دریافته‌اند که تکیه بر پیوندهای ضعیف و ایجاد هنجارهای همکاری برای ارزیابی نوآوری مؤثر است. مطالعه Grzegorzyc(2019) به بررسی تأثیر تفاوت‌های فرهنگی بر ایجاد سرمایه اجتماعی در فرآیندهای انتقال فناوری می‌پردازد. هدف

درک تأثیر فرهنگ بر روابط، به ویژه ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی است که در روابط مرتبط با پیوندهای دانشگاه و صنعت، به ویژه انتقال فناوری ایجاد می‌شود. ویژگی‌ها و سودمندی سرمایه اجتماعی توسط شیوه‌های فرهنگی حاکم بر ساختارهای اجتماعی تعیین می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ می‌تواند بر ایجاد و استفاده از سرمایه اجتماعی در پیوندهای دانشگاه و صنعت تأثیر بگذارد. فرهنگ می‌تواند نه تنها بر روابط با ذینفعان خارجی در انتقال فناوری (صنعت، ارگان‌های دولتی) بلکه بر روابط داخلی و سبک‌های مدیریت (تأثیر بر فرهنگ سازمانی) تأثیر بگذارد. آگاهی از ویژگی‌ها و تأثیرات فرهنگی نه تنها در انتقال فناوری بین فرهنگی بلکه در عملیات داخلی نیز مهم است. استفاده از این آگاهی برای ایجاد اعتماد در تعامل با ذینفعان داخلی و خارجی قرار دارد. این مقاله بیان می‌کند که ماهیت و نقش سرمایه اجتماعی تعدیل‌شده با فرهنگ به عنوان تسهیل‌کننده انتقال فناوری و حمایت از فرآیندهای مؤثر برای تجاری‌سازی تحقیقات علمی است. Kulkov, Ignat, et al.(2021) بررسی کردند که چگونه سرمایه اجتماعی شخصی رهبران به پذیرش بازار نوآوری‌های نوپا کمک می‌کند. پذیرش نوآوری‌ها می‌تواند با رهبرانی آغاز شود که بعداً تجربیات خود را با سایر اعضای جامعه حرفه‌ای به اشتراک خواهند گذاشت. سرمایه اجتماعی به نوبه خود، امکان ایجاد همکاری بین استارت‌آپ‌ها و رهبران را بر اساس تعدادی پارامتر خاص فراهم می‌کند. در این مطالعه نویسندگان نشان می‌دهند که چگونه می‌توان از سرمایه اجتماعی ذینفعان خارجی به عنوان منبع شرکت برای توسعه کسب‌وکار استفاده کرد. سهم اصلی این مطالعه نشان دادن این است که سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان پارامتری برای پذیرش نوآوری‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

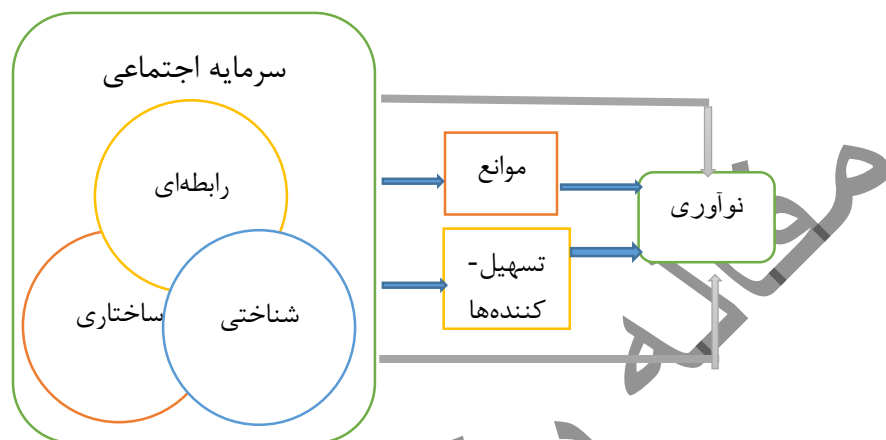
Lombardi, Mariarosaria, and Marco Costantino(2020) در مطالعه خود بیان کردند که ضایعات مواد غذایی (FW) همواره به عنوان یکی از چالش‌های اصلی سیاره زمین از نظر اثرات اخلاقی و اجتماعی و همچنین اثرات اقتصادی و زیست محیطی در نظر گرفته می‌شود. هدف این مقاله بهبود درک در مورد اینکه چگونه مدل‌های نوآوری اجتماعی با ایجاد روابط جدید در داخل شبکه ذینفعان، و درگیر کردن بازیگران جدیدی که معمولاً به طور فعال مشارکت نمی‌کنند، منجر به کاهش FW می‌شود. نتایج این مطالعه اهمیت سرمایه اجتماعی در شبکه‌های توزیع مجدد غذای محلی برای

مقابله با موضوع کاهش FW نشان می‌دهد. در پایان هدف مقاله Handoko, Indria, Mike (2018) Bresnen, and Yanuar Nugroho (2018) کمک به درک تأثیر سرمایه اجتماعی بر تبادل دانش در زنجیره تأمین است. شناسایی اثرات سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف سازمانی و در نظر گرفتن اینکه چگونه این تأثیرات با شیوه حاکمیت زنجیره تأمین ارتباط دارند. نتایج، تمایز داخلی در سازمان‌ها در تعدیل تأثیر سرمایه اجتماعی بر تبادل دانش در زنجیره‌های تأمین را نشان می‌دهد. سرمایه اجتماعی هم اثرات توانمند و هم بازدارنده داشت و اینها به چگونگی شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در درون و بین سازمان‌ها بستگی دارد. این مقاله به مفهوم‌سازی بیشتر روابط بین سرمایه اجتماعی، تبادل دانش و شیوه‌های حکمرانی در زنجیره تأمین کمک می‌کند.

پس از تجزیه و تحلیل هر مطالعه به صورت جداگانه، هدف یافتن یک الگوی منسجم از روابط بین متغیرهای شناسایی شده در مطالعات موردی انتخاب شده است. نتایج تحلیل در شکل 6 نشان داده شده است. مشاهده شد که هر مطالعه نوعی از روابط ابعادی را ارائه می‌کند، یعنی ابعاد از یکدیگر جدا نیستند و در بیشتر موارد تأثیر متقابل را نشان می‌دهند. استدلال می‌شود که سرمایه اجتماعی ممکن است به طور مستقیم نوآوری را تقویت کند یا حتی از طریق کاهش موانع و بازدارنده‌ها یا افزایش توانمندسازها و تسهیل‌کننده‌ها برای نتایج نوآوری، موجب پیامدهای نوآوری شود.

همانطور که در تحلیل سطح موردی توضیح داده شد، ابعاد سرمایه اجتماعی بسته به تمرکز تحلیل، نقش‌های متفاوتی ایفا می‌کنند. آنچه به سرمایه اجتماعی بین سازمانی اشاره می‌شود، تعادل نسبی بین مشارکت‌های هر بعد می‌باشد، که بعد رابطه‌ای برجسته‌ترین است. در بعد ساختاری مشخص شد که واسطه‌ها و دلالتان پیش‌سازان شکل‌گیری پیوندهای شبکه‌ای هستند.

علیرغم عدم تأثیر مستقیم بر نتایج نوآوری، پیوندهای شبکه بر ابعاد رابطه‌ای و شناختی تأثیر می‌گذارند. در بعد رابطه‌ای، آنها پیش‌بینی‌کننده چگونگی ایجاد اعتماد محاسباتی و رابطه‌ای هستند (Bonfim, Segatto, & Takahashi, 2018). اعتماد محاسباتی از انتظارات مثبت از دستاوردهای مبتنی بر انتخاب‌های منطقی پدیدار می‌شود، در حالی که اعتماد رابطه‌ای مبتنی بر احساسات مثبت و قدردانی ناشی از تعاملات منظم است. (Al-Tbaa & Ankrah, 2016)



شکل 6. چارچوب رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و نوآوری

متغیر دیگری که در بعد ساختاری که بر اعتماد رابطه‌ای تأثیر می‌گذارد پیوندهای گذشته است. زمانی که همکاری مبتنی بر روابط قبلی است، اعتماد رابطه‌ای به احتمال زیاد ظاهر می‌شود. در مورد توانمندسازهای نوآوری در بعد ساختاری، داده‌ها نشان می‌دهد که پیکربندی یا ساختار شبکه ممکن است بهره‌وری دانش را افزایش دهد. مزیت و شهرت ممکن است دسترسی به سرمایه‌گذاری - های خطرپذیر را، زمانی که یک اتحاد نیاز به اجرای نوآوری دارد تسهیل کند (Partanen et al., 2008). انسجام و نزدیکی متغیر دیگری است که مسئول کاهش چالش‌های همکاری است. با این حال، ثبات پیوند ممکن است به دلیل عدم کسب دانش جدید و جریان محدود اطلاعات، یادگیری سریع و گسترده را کاهش دهد. شواهد همچنین نشان می‌دهد که داشتن روابط غیرمستقیم، تعاملات و مبادلات چند سطحی بین شرکای همکاری، و ثبات پیوند ممکن است اثرات مثبت مستقیمی بر نتایج نوآوری داشته باشند (Masiello et al., 2015).

ما همچنین روابط بین ابعاد را درک کردیم، استحکام روابط هنجارهای مشترک بین شرکا را افزایش می‌دهد، اما ممکن است به وابستگی رابطه‌ای نیز منجر شود. موضوع دیگری که ممکن است مورد

توجه قرار گیرد این است که در طول همکاری طولانی مدت، شرکا ممکن است مفهومی دستاوردهای کارآمد را از دست بدهند، و روابطی که دیگر برای طرفین سودمند نیست، حفظ کنند، چیزی که اعتماد اینرسی نامیده می‌شود (Masiello et al., 2015).

در بعد رابطه‌ای متغیرهایی که منجر به نوآوری می‌شوند یا موانع نوآوری را کاهش می‌دهند نیز یافت شد. بهره‌وری دانش (توانمندساز نوآوری) در حضور اعتماد رابطه‌ای افزایش می‌یابد، زمانی که درک تعامل و تعهد متقابل، آشنایی نزدیک و همکاری وجود داشته باشد، روابط مثبت بین طرفین را نشان می‌دهد. یادگیری و توسعه مشترک (توانمندساز دیگر نوآوری)، زمانی رخ می‌دهد که روابط دارای پیوندهای قوی باشند. همچنین با توجه به موانع، چالش‌های همکاری ممکن است از طریق ارتباط مؤثر، مشارکت متقابل و تعهد، آشنایی نزدیک، و هنجارهای مشترک کاهش یابد. در بعد رابطه‌ای، بیش از حد صمیمیت و تعهد عاطفی و استحکام پیوند ممکن است همکاری را به بیش از حد تعبیه شدن و کوری فرصت‌ها سوق دهد.

در بعد شناختی، اهداف، چشم‌انداز و ارزش‌های مشترک برای ایجاد یک محیط مساعد برای نوآوری هستند. تعهد شخصی کارکنان، ارزش‌های اخلاقی و شایستگی‌های رابطه‌ای بالاتر، پیش‌بینی‌کننده‌های اهداف، چشم‌انداز و ارزش‌های مشترک هستند که شانس دستیابی به توانمندسازی‌های نوآوری مانند مکانیسم‌های کنترل مؤثر، کنش جمعی، همکاری داخلی و ریسک-پذیری را افزایش می‌دهند.

در شبکه‌های درون‌سازمانی، بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی در مقایسه با ابعاد ساختاری و شناختی ارزش بیشتری دارد. اعتماد رابطه‌ای، منجر به همکاری داخلی، اقدام جمعی و معاشرت‌پذیری به‌عنوان توانمندسازهای نوآوری می‌شود. بیان شده که کنش جمعی، همکاری داخلی، معاشرت‌پذیری، جریان اطلاعات بهتر و افزایش دانش، مستقیماً بر نتایج نوآوری نیز تأثیر می‌گذارد. استدلال می‌شود که اعتماد شایستگی، هنجارهای مشترک، هویت مشترک و قدرت پیوند به‌طور مثبت با نتایج نوآوری در شبکه‌های درون‌سازمانی مرتبط هستند.

مرحله ششم: قابلیت اطمینان و اعتبار

اعتبار مطالعات فراترکیب به داشتن گزارش‌های مربوط به مطالعات انجام شده در حوزه‌ی مورد نظر است (Sandelowski & Barroso, 2006). اعتبار مطالعات کیفی بر این امر دلالت دارد که با استفاده از روش‌های خاص دقت یافته‌های مطالعه بررسی می‌شود (Creswell & Creswell, 2017). چهار نوع اعتبار (Sandelowski & Barroso, 2006) مربوط به مطالعات انجام شده به روش فراترکیب بیان شده است: روایی توصیفی، روایی تفسیری، روایی نظری و روایی عملی. اعتبار-سنجی یافته‌های این مطالعه در راستای توصیه‌های ساندلوفسکی و بارسو انجام شده است:

1. استفاده از کانال جستجوی معتبر در زمینه مورد مطالعه
2. استفاده از نظرات خبرگان در این حوزه
3. ارائه مستندات کلیه مراحل انجام شده
4. برگزاری جلسات میان تیم تحقیقاتی برای مذاکره در زمینه مورد مطالعه در راستای دستیابی به اجماع نظرات محققان

بنابراین یافته‌های این مطالعه چهار نوع سنجش اعتبار را در بر دارد و شامل توصیفی، تفسیری، نظری و عملی است. همچنین در مرحله نام‌گذاری مؤلفه‌ها از ضریب توافق کاپا برای کنترل کیفیت استفاده می‌شود (J. Cohen, 1960). بنابراین قابلیت اطمینان یافته‌های فراترکیب این مطالعه با استفاده از شاخص کاپا ارزیابی شد. بدین منظور نتایج در اختیار خبرگان قرار گرفت تا میزان توافق در خصوص نحوه دسته‌بندی مفاهیم مورد بررسی قرار گیرد. ضریب کاپا با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شد که برای آن ضریب توافق $k = .75$ بدست آمد و با توجه به بالا بودن این مقدار از $.6$ ، سطح توافق معتبر است.

$Pr(e)$: احتمال فرضی قرارداد شانس

$Pr(a)$: قرارداد نسبی مشاهده شده بین ارزیاب‌ها

$$k = \frac{Pr(a) - Pr(e)}{1 - Pr(e)}$$

بحث و نتیجه گیری

این مقاله با روش فراترکیب چگونگی ارتباط ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی سرمایه اجتماعی را با نوآوری بررسی می‌کند. مطالعات موردی ممکن است برای درک پیچیدگی روابط بین سازمان‌ها و درون سازمان‌ها که دانش، اطلاعات و منابع از طریق ابزارهای عقلانی و اقتصادی مبادله می‌شوند مناسب باشد.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که ابعاد سرمایه اجتماعی با توجه به سطح روابط تحلیل شده، نقش‌های متفاوتی ایفا می‌کند. در شبکه‌های بین‌سازمانی، ابعاد رابطه‌ای برجسته هستند، در حالی که با ابعاد ساختاری و شناختی به میزان کمتر مرتبط هستند. با این حال هر سه بعد نقش مهمی در تبادل و ترکیب منابع دارند که به نوبه خود منجر به نوآوری می‌شود.

در رابطه با بعد رابطه‌ای، در حالی که در مطالعه‌ای قدرت پیوند تنها متغیر رابطه‌ای بود که منجر به نوآوری شد (Maurer et al., 2011)، مدل پیشنهادی در این مقاله نشان می‌دهد که اعتماد رابطه‌ای، هنجارهای مشترک، هویت مشترک و تعهد و مشارکت متقابل نیز عوامل مرتبطی هستند که به طور مستقیم یا غیر مستقیم نوآوری را توضیح می‌دهند. در مواردی که به شبکه‌های بین‌سازمانی مربوط می‌شود، یافته‌ها با ادبیات قبلی مطابقت دارند (به عنوان مثال، Huggins, Johnston, & Kazemargi, N., Tavoletti, E., Kapucu, & Demiroz, 2017؛ Thompson, 2012) Appolloni, A., & Cerruti, 2022). از نظر ساختاری، هر دو پیوند ضعیف و قوی برای نوآوری در اتحادیه‌های بین‌سازمانی مناسب هستند. شبکه‌های گسترده و پایدار، احتمال بیشتری برای ایجاد اعتماد، بهره‌وری دانش و همسویی شناختی در بین شرکا دارند. در بعد رابطه‌ای، مشخص شد که تعهد و مشارکت متقابل یک متغیر قابل توجه برای توضیح نتایج نوآوری در شبکه‌های بین‌سازمانی است، چیزی که با استدلال‌های اخیر در مطالعات نوآوری و فناوری سازگار است (Hammarfjord & Roxenhall, 2017). بنابراین، تخصیص زمان و منابع از همه شرکای درگیر در همکاری، منبع تعهد و مشارکت شبکه است.

برای گسترش شبکه، سازمان‌های متعدّد ضرورت دارد، زیرا ایجاد پیوندهای جدید برای تولید دانش جدید مطلوب است. در نتیجه، هر چه سازمان‌ها متعدّدتر به شبکه‌سازی باشند، احتمال بیشتری در دستیابی به نتایج نوآوری دارند. همچنین در همکاری‌های بین‌سازمانی، توسعه روایت‌های مشترک و درک مشترک برای دستیابی به نتایج نوآوری مهم است. اعتماد علیرغم اینکه برای ایجاد و انتقال دانش در بین سازمان‌ها اساسی است اما در مواقعی ممکن است تأثیر منفی بر نتایج نوآوری داشته باشد (Masiello et al., 2015).

چارچوب حاصل از فراترکیب با نشان دادن اینکه ابعاد سرمایه اجتماعی منابع مرتبط با نوآوری هستند به ادبیات موجود کمک می‌کند. این تأثیر سه‌گانه است. اول، منبعی از نتایج نوآوری از طریق تقویت یا بهبود توانمندسازها و تسهیل‌کننده‌های نوآوری است. ثانیاً، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با کاهش موانعی که نوآوری را در شبکه‌های بین‌سازمانی مسدود می‌کنند، نوآوری کنند. سوم، ابعاد سرمایه اجتماعی حتی تحت تأثیر زمینه‌ها، فرهنگ‌ها و نهادهای خاص ممکن است منابع مستقیم نوآوری برای سازمان‌ها باشند (Grzegorzcyk, 2019).

تحقیق در این زمینه می‌تواند همکاری بین‌سازمانی را تقویت کند که با وجود داشتن منابع و دانش در دسترس، انگیزه‌ای برای تعبیه شدن در شبکه‌های نوآوری محور ندارند. در پایان با اینکه این پژوهش یک الگوی نظری ارائه می‌دهد، استفاده از یک مطالعه موردی اکتشافی به منظور تقویت این الگو و نشان دادن کاربرد آن توصیه می‌شود.

محدودیت‌های پژوهش

با این حال، این مطالعه محدودیت‌هایی ارائه می‌دهد. علی‌رغم تلاش‌ها برای یافتن همه مطالعات موردی مرتبط در مورد سرمایه اجتماعی و نوآوری، احتمالاً با توجه به تمرکز بر یک پایگاه داده، برخی از موارد مرتبط پیدا نشده‌اند. یکی دیگر از محدودیت‌های ذاتی روش اتخاذ شده برای انجام این تحقیق، این است که تجزیه و تحلیل متکی به بینش و تفسیر محقق است و در معرض سوگیری قرار دارد. همچنین به دلیل تعداد زیاد مقالات مورد بررسی هر سازه بر اساس تعداد مناسبی از مقالات

بیان شده است. از آنجا که یافته‌های این پژوهش، ادراک و تفسیر محققان از مقالات مورد بررسی است، احتمال اینکه هر گونه تعصب در مطالعات مورد بررسی از طریق فرایند سنتز چند برابر شود وجود دارد.

منابع

1. عباسی، محرم، ابراهیمی، قهی، ش. و اکبری. (2019). تحلیل سطوح مفهوم سرمایه اجتماعی با رویکرد فراترکیب. *جامعه پژوهی فرهنگی*, 10(2), 55-79.

References

1. Afuah, A. (2003). *Innovation Management—Strategies, Implementation, and Profits. Oxford University Press, New York, New York.*
2. Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1309784.
3. Ahn, S.-Y., & Kim, S.-H. (2017). What makes firms innovative? The role of social capital in corporate innovation. *Sustainability*, 9(9), pp. 1564.
4. Alegre, J., Lapiedra, R. and Chiva, R. (2006). A measurement scale for product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), pp. 333-346.
5. Al-Omouh, K. S., Ribeiro-Navarrete, S., Lassala, C., & Skare, M. (2022). Networking and knowledge creation: Social capital and collaborative innovation in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100181.
6. Alguezaui, S., & Filieri, R. (2010). Investigating the role of social capital in innovation: sparse versus dense network. *Journal of Knowledge Management*.
7. Al-Tabbaa, O., & Ankrah, S. (2016). Social capital to facilitate 'engineered' university-industry collaboration for technology transfer: A dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, pp. 1-15.

8. Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), pp. 1154-1184.
9. Aytug, Z. G., Rothstein, H. R., Zhou, W., & Kern, M. C. (2012). Revealed or concealed? Transparency of procedures, decisions, and judgment calls in meta-analyses. *Organizational Research Methods*, 15(1), pp. 103–133.
10. Bench, S., & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharge: a meta-synthesis of qualitative research. *International Journal of Nursing Studies*, 47(4), pp. 487–499.
11. Bourdieu, P., & Richardson, J. G. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. The Forms of Capital, pp. 241, 258.
12. Camps, S., & Marques, P. (2014). Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, pp. 325–348.
13. Carneiro, A. (2008). When leadership means more innovation and development. *Business Strategy Series*.
14. Carrillo Álvarez, E., & Riera Romaní, J. (2017). Measuring social capital: further insights. *Gaceta Sanitaria*, 31, pp. 57–61.
15. Chuang, L., Liu, C., Tsai, W. and Huang, C. (2010), Towards an analytical framework of organizational innovation in the service industry. *African Journal of Business Management*, 4(5), pp. 790-799.
16. Clemmens, D. (2003). Adolescent motherhood: a meta-synthesis of qualitative studies. *MCN: The American Journal of Maternal/Child Nursing*, 28(2), pp. 93–99.
17. Clopton, A. W. (2011). Social capital and team performance. *Team Performance Management: An International Journal*.
18. Cofré-Bravo, G., Klerkx, L., & Engler, A. (2019). Combinations of bonding, bridging, and linking social capital for farm innovation: How farmers configure different support networks. *Journal of Rural Studies*, 69, pp. 53–64.
19. Cohen, D., & Prusak, L. (2002). In good company: How social capital makes organizations work. Harvard Business School.
20. Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, pp. S95--S120.

21. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
22. Czernek-Marszałek, K. (2020). Social embeddedness and its benefits for cooperation in a tourism destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100401.
23. Damanpour, F. and Evan, W. (1984). Organizational innovation and performance: the problem of organizational lag. *Administrative Science Quarterly*, 29 (3), pp. 392-409.
24. Damanpour, F. and Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38 (1), pp. 45-65.
25. De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation. *EIM Business and Policy Research*, 8(1), pp. 1–27.
26. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. sage.
27. Dixon-Woods, M., Booth, A., & Sutton, A. J. (2007). Synthesizing qualitative research: a review of published reports. *Qualitative Research*, 7(3), pp. 375–422.
28. Duriau, V. J., Reger, R. K., & Pfarrer, M. D. (2007). A content analysis of the content analysis literature in organization studies: Research themes, data sources, and methodological refinements. *Organizational Research Methods*, 10(1), pp. 5–34.
29. Finfgeld-Connett, D. (2008). Meta-synthesis of caring in nursing. *Journal of Clinical Nursing*, 17(2), pp. 196–204.
30. Grzegorzczak, M. (2019). The role of culture-moderated social capital in technology transfer—insights from Asia and America. *Technological Forecasting and Social Change*, pp. 132-141.
31. Gurteen, D. (1998). Knowledge, creativity and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), pp. 5-13.
32. Hammarfjord, M. O., & Roxenhall, T. (2017). The relationships between network commitment, antecedents, and innovation in strategic innovation networks. *International Journal of Innovation Management*, 21(04), p. 1750037.
33. Handoko, I., Bresnen, M., & Nugroho, Y. (2018). Knowledge exchange and social capital in supply chains. *International Journal of Operations & Production Management*.

33. Hasan, I., He, Q., & Lu, H. (2020). The impact of social capital on economic attitudes and outcomes. *Journal of International Money and Finance*, 108, p. 102162.
34. Holtzman, Y. (2014). A strategy of innovation through the development of a portfolio of innovation capabilities. *Journal of Management Development*.
35. Hoon, C. (2013). Meta-synthesis of qualitative case studies: An approach to theory building. *Organizational Research Methods*, 16(4), pp. 522–556.
36. Hoyle, C., & Tilt, L. (2018). The Benefits of Social Capital for the Wrongfully Convicted: Considering the promise of a resettlement model. *The Howard Journal of Crime and Justice*, 57(4), pp. 495–517.
37. Huggins, R., Johnston, A., & Thompson, P. (2012). Network capital, social capital and knowledge flow: how the nature of inter-organizational networks impacts on innovation. *Industry and Innovation*, 19(3), pp. 203–232.
38. Hughes, M., & Perrons, R. K. (2011). Shaping and re-shaping social capital in buyer–supplier relationships. *Journal of Business Research*, 64(2), pp. 164–171.
39. Iddris, F. (2016). Innovation capability: A systematic review and research agenda. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, pp. 235–260.
40. Kapucu, N., & Demiroz, F. (2017). Interorganizational networks in disaster management. In *Social network analysis of disaster response, recovery, and adaptation*, pp. 25–39
41. Kimberly, J.R. and Evanisko, M.J. (1981). Organizational innovation: the influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. *Academy of Management Journal*, 24(4), pp. 689–713.
42. Kline, S.J. and Rosenberg, N. (2009). An overview of innovation. in *Studies on Science and the Innovation Process*, pp. 173–203.
43. Kulkov, I., Barner-Rasmussen, W., Ivanova-Gongne, M., Tsvetkova, A., Hellström, M., & Wikström, K. (2020). Innovations in veterinary markets: opinion leaders' social capital. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
44. Lombardi, M., & Costantino, M. (2020). A social innovation model for reducing food waste: The case study of an Italian non-profit organization. *Administrative Sciences*, 10(3), p. 45.

45. Longo, M. C., & Narduzzo, A. (2017). Transactive knowledge from communities of practice to firms: An empirical investigation of innovative projects performance. *European Journal of Innovation Management*, 20(2), pp. 291–311.
46. Mackenbach, J. D., Lakerveld, J., van Lenthe, F. J., Kawachi, I., McKee, M., Rutter, H., Glonti, K., Compernelle, S., De Bourdeaudhuij, I., & Feuillet, T. (2016). Neighbourhood social capital: measurement issues and associations with health outcomes. *Obesity Reviews*, 17, pp. 96–107.
47. Masiello, B., Izzo, F., & Canoro, C. (2015). The structural, relational and cognitive configuration of innovation networks between SMEs and public research organisations. *International Small Business Journal*, 33(2), pp. 169-193.
48. Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
49. Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), pp. 242–266.
50. Ngo, L.V. and O’Cass, A. (2013). Innovation and business success: the mediating role of customer participation. *Journal of Business Research*, 66(8), pp. 1134-1142.
51. Noblit, G. W., & Hare, R. D. (1988). *Meta-ethnography: Synthesizing qualitative studies*. (11). sage.
52. Partanen, J., Möller, K., Westerlund, M., Rajala, R., & Rajala, A. (2008). Social capital in the growth of science-and-technology-based SMEs. *Industrial Marketing Management*, 37(5), pp. 513-522.
53. Paterson, B. L., Thorne, S. E., Canam, C., & Jillings, C. (2001). *Meta-study of qualitative health research: A practical guide to meta-analysis and meta-synthesis* (3). Sage.
54. Petrou, A., & Daskalopoulou, I. (2013). Social capital and innovation in the services sector. *European Journal of Innovation Management*.
55. Pitas, N., & Ehmer, C. (2020). Social Capital in the Response to COVID-19. *American Journal of Health Promotion*, 34(8), pp. 942–944.
56. Pla-Barber, J. and Joaquin, A. (2007). Analysing the link between export intensity, innovation and firm size in a science-based industry. *International Business Review*, 16(3), pp. 275-293.

57. Porter, M.E. and Stern, S. (2001). National innovative capacity. Ch. 2.2, in *The Global Competitiveness Report 2001–2002*, Oxford University Press, New York, 2002, pp. 102-118.
58. Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and schuster.
59. Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. springer publishing company.
60. Santos, R. F., Oliveira, M., & Chaves, M. S. (2021). Are you getting full benefits from the use of Social Media? A review combining the concepts of Social Media, Social Capital and Knowledge Sharing. *Revista de Administração Da UFMS*, 14, pp. 349–368.
61. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), pp. 243–263.
62. Singh, S. K., Mazzucchelli, A., Vessal, S. R., & Solidoro, A. (2021). Knowledge-based HRM practices and innovation performance: Role of social capital and knowledge sharing. *Journal of International Management*, 27(1), p. 100830.
63. Sirmon, D. G., Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Gilbert, B. A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage: Breadth, depth, and life cycle effects. *Journal of Management*, 37(5), pp. 1390–1412.
64. Sözbilir, F. (2018). The interaction between social capital, creativity and efficiency in organizations. *Thinking Skills and Creativity*, 27, pp. 92–100.
65. Steinmo, M. (2015). Collaboration for innovation: A case study on how social capital mitigates collaborative challenges in university–industry research alliances. *Industry and Innovation*, 22(7), pp. 597-624.
66. Stollberger, J., Ali Al-Atwi, A., & De Cremer, D. (2022). Untangling the team social capital–team innovation link: The role of proportional task conflict as well as group and differentiated individual-focused transformational leadership. *Human Relations*, 00187267221080995.
67. Tasheva, S., & Hillman, A. J. (2019). Integrating diversity at different levels: Multilevel human capital, social capital, and demographic diversity and their implications for team effectiveness. *Academy of Management Review*, 44(4), pp. 746–765.

68. Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), pp. 207–222.
69. Vasudeva, G., Zaheer, A., & Hernandez, E. (2013). The embeddedness of networks: Institutions, structural holes, and innovativeness in the fuel cell industry. *Organization Science*, 24(3), pp. 645–663.
70. Vicente, M., Abrantes, J. L., & Teixeira, M. S. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: the innovscale. *International Marketing Review*.
71. Wendler, R. (2012). The maturity of maturity model research: A systematic mapping study. *Information and Software Technology*, 54(12), pp. 1317–1339.
72. Yan, Y., & Guan, J. (2018). Social capital, exploitative and exploratory innovations: The mediating roles of ego-network dynamics. *Technological Forecasting and Social Change*, 126, pp. 244–258.
73. Yeşil, S., & Doğan, I. F. (2019). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation. *Innovation*, 21(4), pp. 506–532.
74. Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.
75. Yüksel, A., GÖK, M. Ş., Gökhan, Ö., & CİGERİM, E. (2021). A new theoretical approach to intellectual capital: Meta-synthesis definitions of innovative literacy. *Journal of Intellectual Capital*.
76. Zheng, S., Zhang, W., & Du, J. (2011). Knowledge-based dynamic capabilities and innovation in networked environments. *Journal of Knowledge Management*.
77. Zheng, W. (2010). A social capital perspective of innovation from individuals to nations: where is empirical literature directing us? *International Journal of Management Reviews*, 12(2), pp. 151–183.
78. Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Nursing*, 53(3), pp. 311–318.