



University of Tehran Press

## Social Capital Management

Home Page: <https://jscm.ut.ac.ir/>

Online ISSN: 2423-6233

### Designing a Framework for External Social Capital Development of Support Organizations Based on Corporate Social Responsibility

Reza Farokhshahinia<sup>1\*</sup> | Forouzan Karkhaneh<sup>2</sup> | Siavash Gholipoor<sup>3</sup>

1. Corresponding Author, Department of Strategic Management, Payame Noor University Tehran, Iran. E-mail: [rfarokhshahi@pnu.ac.ir](mailto:rfarokhshahi@pnu.ac.ir)
2. Payam Noor University, Faculty of Law and Social Sciences, Tehran, Iran. E-mail: [fkarkhaneh@pnu.ac.ir](mailto:fkarkhaneh@pnu.ac.ir)
3. Department of Sociology, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: [gholipoor.sia@gmail.com](mailto:gholipoor.sia@gmail.com)

#### ARTICLE INFO

**Article type:**  
Research Article

**Article History:**  
Received December 02, 2023  
Revised May 24, 2024  
Accepted May 26, 2024  
Published online December 11, 2024

**Keywords:**  
Supporting organizations,  
external social capital,  
corporate social responsibility.

#### ABSTRACT

External social capital of support Organizations is a degree of potential resources resulting from the external communication of their managers and employees with the external environment. The purpose of this article is to design a framework for the development of external social capital of support organizations based on corporate social responsibility. The current research is "basic theory" in terms of practical purpose, qualitative nature, and implementation path. The data collection technique is "interview." Fifteen experts were selected using "criterion-based sampling." The findings indicate that by subtly monitoring social, moral, political, economic, legal and technological intervening factors and planning to change the background conditions affecting the central phenomenon, structural transformation strategies in public relations, promotion of foresight literature, attention to strategic planning, change in governance policies, corporate branding, organizational networking, and e-government promotion can be effective in the development of social-external capital of support organizations. The consequence of such an action will be the survival of companies and factories, and the empowerment of people covered by supporting organizations. Therefore, the paradigm model of the current research can serve as a desirable model for the sustainable development of external social capital of support organizations and the creation of social welfare.

**Cite this article:** Farokhshahinia, R.; Karkhaneh, F. & Gholipoor, S. (2025). Designing a Framework for External Social Capital Development of Support Organizations Based on Corporate Social Responsibility. *Social Capital Management*. 11 (4), 337-352. <http://doi.org/10.22059/jscm.2024.368642.2461>



© The Author(s). **Publisher:** University of Tehran Press.  
DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2024.368642.2461>



## طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی

رضا فرخ‌شاهی نیا<sup>۱\*</sup> | فروزان کارخانه<sup>۲</sup> | سیاوش قلی‌پور<sup>۳</sup>

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت راهبردی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، رایانامه: [rfarokhshahi@pnu.ac.ir](mailto:rfarokhshahi@pnu.ac.ir)

۲. دانشکده حقوق و علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، رایانامه: [fkarkhaneh@pnu.ac.ir](mailto:fkarkhaneh@pnu.ac.ir)

۳. گروه جامعه‌شناسی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران، رایانامه: [gholipoor.sia@gmail.com](mailto:gholipoor.sia@gmail.com)

### اطلاعات مقاله

### چکیده

#### نوع مقاله:

پژوهشی

#### تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۹/۲۱

#### کلیدواژه:

سازمان‌های حمایتی،

سرمایه اجتماعی خارجی،

مسئولیت اجتماعی شرکتی

سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی درجه‌ای از منابع بالقوه ناشی از ارتباطات خارجی مدیران و کارکنان آن‌ها با محیط بیرونی است. هدف این تحقیق طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت کیفی، و از نظر مسیر اجرا بر اساس «نظریه مبنایی» است. فن گردآوری داده‌ها «مصاحبه» بود که بر اساس آن پانزده نفر از خبرگان به روش «نمونه‌گیری مبتنی بر معیار» انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد با رصد هوشمندانه عوامل مداخله‌گر اجتماعی، اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، فناوری و نیز برنامه‌ریزی برای تغییر شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر پدیده محوری، راهبردهای تحول ساختاری در روابط عمومی، ترویج مباحث آینده‌نگاری، اهتمام به برنامه‌ریزی راهبردی، تغییر در سیاست‌های حاکمیتی، برندسازی شرکتی، شبکه‌سازی سازمانی، و ارتقای دولت الکترونیک می‌تواند بر توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی مؤثر باشد. پیامد چنین اقدامی بقای شرکت‌ها و کارخانه‌ها و توانمند شدن افراد تحت پوشش سازمان‌های حمایتی خواهد بود. از این رو، مدل پارادایمی تحقیق حاضر می‌تواند به عنوان یک الگوی مطلوب به توسعه پایدار سرمایه‌های اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی و ایجاد رفاه اجتماعی بیشتر کمک کند.

استناد: فرخ‌شاهی نیا، رضا؛ کارخانه، فروزان و قلی‌پور، سیاوش (۱۴۰۳). طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی

شرکتی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱۱ (۴) ۳۵۲-۳۳۷. <http://doi.org/10.22059/jscm.2024.368642.2461>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jscm.2024.368642.2461>



## مقدمه و بیان مسئله

سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup> وسیله‌ای برای ایجاد پیوند قوی با جامعه و ساخت مطلوب آن است (Anas, 2018). عناصر و عوامل زیادی در تحکیم و ارتقای سرمایه اجتماعی نقش دارند که «مسئولیت اجتماعی شرکتی» یکی از آنهاست. منظور از مسئولیت اجتماعی شرکتی انطباق میان سیاست‌ها، رویکردها، استراتژی‌ها، و ارزش‌های سازمان به گونه‌ای است که منافع همه ذی‌نفعان- نظیر سهامداران، مشتریان، کارکنان، سرمایه‌گذاران، عموم جامعه- در عملکرد آن منعکس شود. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها تعهد مدیران و سیاستگذاران و برنامه‌ریزان آنها در انجام دادن اقدامات داوطلبانه‌ای است که علاوه بر تأمین منافع سازمانی و رفاه جامعه نیازهای نیازمندان را نیز برطرف کند.

به اعتقاد پاتنام<sup>۲</sup> (۱۹۹۵) سرمایه اجتماعی «اعتماد، هنجارها، و شبکه‌هایی است که همکاری در زمینه منافع متقابل را امکان‌پذیر می‌سازد». فوکویاما<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) نیز به سرمایه اجتماعی از منظر ارزش‌های اجتماعی و تأثیر آن در خلق رونق اقتصادی می‌نگرد. بنابراین، تعداد زیادی از کسب‌وکارهای بزرگ برنامه‌های متنوعی برای ایفای نقش مسئولیت اجتماعی در قبال جامعه دارند و همواره آن را در بوق و کرنا می‌کنند تا به سرمایه اجتماعی بیشتری دست پیدا کند (Hedblom, 2019). به علاوه، شرکت‌ها و کسب‌وکارها ظرفیت‌های اقتصادی مناسبی در اختیار دارند که اختصاص بخشی از درآمد یا خدمات آنها به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند امری حیاتی محسوب می‌شود. زیرا، ضمن افزایش روابط دوطرفه میان سازمان و جامعه به ارتقای کیفیت زندگی شهروندان کمک می‌کند.

از سوی دیگر، پیشرفت در سازمان یکی از دغدغه‌های جدی مدیران است که داشتن سرمایه اجتماعی نقش مهمی در دستیابی به آن دارد. به عقیده محققان در سازمان‌های فاقد سرمایه اجتماعی کافی استفاده از سایر سرمایه‌ها ابتر می‌ماند و فرصت‌ها از دست می‌رود (Sabet & Khaksar, 2024; Worldbank, 2022; Anas, 2018). بنابراین، موضوع سرمایه اجتماعی محور اصلی مدیریت در سازمان‌های هزاره سوم است و مدیرانی موفق‌تر محسوب می‌شوند که بتوانند با ذی‌نفعان سازمانی خود ارتباط عمیق‌تری برقرار کنند و از حمایت بیشتری برخوردار باشند.

هر چه سطح تولید سرمایه اجتماعی بالاتر رود و روند انباشت آن تسهیل شود رشد اقتصادی بیشتر می‌شود (Faghfour-i, 2019). همچنین، نقش سرمایه اجتماعی در تأمین مالی واقعی‌انکارناپذیر است. لیاو (۲۰۱۵) در این خصوص می‌گوید برای بهبود عملکرد تأمین مالی جمعی طرفداران، به‌ویژه حامیان پروژه‌های انتفاعی، باید به طور ویژه از مکانیسم‌های ساخت سرمایه اجتماعی موجود در تأمین مالی جمعی استفاده کرد (Liao et al., 2015). بنابراین، شناسایی عوامل اثرگذار بر بهبود سرمایه اجتماعی می‌تواند علاوه بر افزایش اعتماد عمومی به تأمین منابع مالی پایدار برنامه‌های عملیاتی سازمان‌های عام‌المنفعه از محل منابع ذی‌نفعان خارجی کمک کند. بنابراین، سازمان‌های حمایتی به دنبال جذب حمایت کسب‌وکارها، شرکت‌ها، کارخانه‌ها برای افزایش سرمایه‌های اجتماعی خارجی و تأمین نیازهای افراد تحت پوشش خود هستند تا بتوانند در مدت زمان کوتاه‌تر به مأموریت‌ها و اهداف خود دست پیدا کنند.

با آنکه مطالعات سرمایه اجتماعی در کشور غنی است، محققان به‌ندرت به موضوع سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی و ارتباط سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها توجه کرده‌اند. به علاوه، اگرچه تأثیر مسئولیت اجتماعی در تأمین مالی مؤسسات خیریه بررسی شده است، به نقش مهم مسئولیت اجتماعی شرکتی در تأمین منابع سازمان‌های حمایتی توجه نشده است. با عنایت به مطالب یادشده، پرسش اصلی تحقیق این است که چارچوب مناسب برای توسعه سرمایه‌های اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی در ایران با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی چگونه است؟ عناصر تشکیل‌دهنده مدل نام‌برده کدام‌اند؟ تدوین چه راهبردهایی می‌تواند سازمان‌های حمایتی و شرکت‌ها را به اهداف و مأموریت‌های خود نزدیک کند؟ بنابراین، تحقیق حاضر با هدف طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی انجام می‌شود.

1. social capital  
2. Putnam  
3. Fukuyama

## پیشینه نظری

### سرمایه اجتماعی

سرمایه به معنای جوهره و مایه اصلی و در مفهوم گسترده تر به معنی توانایی‌ها و استعدادها و ظرفیت‌ها است. دیدگاه‌های مدیریتی جدید بر این باورند که سازمان‌ها به جای هدف‌گذاری بر محور سرمایه‌های اقتصادی و فیزیکی و انسانی نیازمند ارتقای سرمایه اجتماعی هستند تا به توسعه پایدار دست پیدا کنند (Sabet & Khaksar, 2024: 1). بنابراین، مهم‌ترین تأثیر توسعه سرمایه اجتماعی کمک به ایجاد گروهی مستقل از دولت توسط مردم است که می‌توانند با ایجاد شبکه‌ای فعال از حامیان سبب صرفه‌جویی در هزینه ارائه خدمات شوند (Johansson, 2012: 44-52). بنابراین، موضوع سرمایه اجتماعی محور اصلی مدیریت در سازمان‌های حمایتی است و مدیرانی موفق محسوب می‌شوند که بتوانند به تولید و ارتقای سرمایه اجتماعی بیشتر در ارتباط با جامعه و اهداف سازمانی خود نائل شوند.

**سرمایه اجتماعی خارجی:** سرمایه اجتماعی از سه سطح خرد و میانی و کلان، که با هم در تعامل هستند، تشکیل شده است (Claridge, 2018). در سطح میانی، که سرمایه اجتماعی یک سازمان بررسی می‌شود دو سرمایه اجتماعی خارجی و سرمایه اجتماعی داخلی<sup>۱</sup> وجود دارند که بر هم تأثیرگذارند. سرمایه اجتماعی داخلی در روابط بین اعضای گروه یا سازمان وجود دارد (Akram et al., 2016: 116-126) و سرمایه اجتماعی خارجی به شکل روابط با بازیگران خارجی مربوط می‌شود که ممکن است افراد یا گروه‌های اجتماعی باشند (Zahra, 2010: 345-366). بنابراین، سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی درجه‌ای از منابع بالقوه ناشی از ارتباطات خارجی مدیران و کارکنان آن‌ها با محیط بیرونی است که یک مزیت رقابتی در نظر گرفته می‌شود.

**مسئولیت اجتماعی شرکتی:** اکثر شرکت‌های آینده‌نگر در سراسر جهان برنامه‌ای جامع برای توسعه فعالیت‌های خیرخواهانه خود دارند (Du et al., 2011: 1528-1545). مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها<sup>۲</sup>، که در چارچوب روابط شرکت و جامعه قرار دارد، اقدامات داوطلبانه اجتماعی و زیست‌محیطی است که فعالیت‌های تجاری و روابط با سهامداران را در بر می‌گیرد (Buchta, 2018: 22-33). بنابراین، زمانی که شرکت‌ها تلاش می‌کنند به مسئولیت اجتماعی خود، فراتر از آنچه در قانون الزامی است، توجه کنند دارای مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌شوند (Jha et al., 2015: 252-270). از این رو، توجه شرکت‌ها و کسب‌وکارها و کارخانه‌ها به تأمین بخشی از منابع سازمان‌های حمایتی می‌تواند بیانگر مسئولیت اجتماعی و توجه به اخلاق اسلامی و منافع و مصالح اجتماعی باشد و زمینه بهبود و رفاه جامعه و تأمین نیازهای افراد تحت پوشش سازمان‌های حمایتی را فراهم کند.

**سازمان‌های حمایتی:** سازمان‌های حمایتی سازمان‌هایی عام‌المنفعه<sup>۳</sup> هستند که به جای کسب منفعت برای اعضا برای منافع عمومی ایجاد شده‌اند. سالامون<sup>۴</sup> معتقد است سازمان‌های عام‌المنفعه اساساً برای خدمت به دیگران و کمک به رفاه عمومی و ارائه کالاها یا خدمات (از جمله اطلاعات یا حمایت) به افراد نیازمند تشکیل شده‌اند (Schmid, 2002: 377-395). از سوی دیگر، سازمان‌های حمایتی سازمان‌هایی غیرانتفاعی هستند که برای منفعت عمومی و اجتماعی تشکیل شده‌اند (Anheier, 2009: 1082-1094). بدین سبب، سازمان‌های حمایتی، به عنوان مراکز اجتماعی عام‌المنفعه و غیرانتفاعی، بخشی از مدیریت عمومی کشور ایران هستند که بر اقتصاد و رفاه مردم تأثیرگذارند.

## پیشینه پژوهش

از پژوهش‌های داخلی مهم در زمینه موضوع تحقیق می‌توان به مطالعات قاسمی و همکارانش (۱۴۰۰)، ساروخانی و همکارانش (۱۴۰۰)، رادمان و همکارانش (۱۴۰۰)، و فغفوری‌آذر و همکارانش (۱۳۹۸) اشاره کرد. قاسمی و همکارانش (۱۴۰۰) در بررسی

1. internal and external social capital  
2. corporate social responsibility  
3. public-benefit organizations  
4. Salamon

راهبردهای بهبود سرمایه اجتماعی هشت راهبرد در سطح نمادها و استعاره‌ها، سیزده راهبرد در سطح باورها و گفتمان‌ها، بیست و هفت راهبرد در سطح ساختارها، و سی و یک راهبرد در سطح لیتانی را ارائه کردند. ساووخانی و همکارانش (۱۴۰۰) در بررسی نقش سرمایه اجتماعی در پیشرفت اقتصادی بر اجرای راهبردهایی همچون اعتمادسازی، آموزش، شبکه‌سازی، گسترش روابط اجتماعی، و مشارکت مدنی تأکید کردند. رادمان و همکارانش (۱۴۰۰) مؤلفه‌هایی همچون جذب منابع، کیفیت خدمات، رفتار شهروند سازمانی، تعهد سازمانی، و اعتماد اجتماعی را پیامدهای ارتقای سرمایه اجتماعی سازمان کمیته امداد امام خمینی استان یزد معرفی کردند. فغفوری‌آذر و همکارانش (۱۳۹۸) نیز معتقدند هر چه سطح تولید سرمایه اجتماعی بالاتر رود و روند انباشت آن تسهیل شود، هزینه‌های مبادله کاهش می‌یابد و کارایی سیستم‌های انسانی نیز در پی آن گسترش پیدا می‌کند و افراد راحت‌تر از چهارراه‌های منفعتی عبور می‌کنند. بنابراین، تصمیم‌گیری‌های اقتصادی بیشتر و بهتر انجام می‌گیرد و رشد اقتصادی شتابان می‌شود.

بررسی مطالعات خارجی هم نشان می‌دهد مسئولیت اجتماعی شرکتی مثبت عملکرد مالی آینده شرکت را افزایش می‌دهد. همچنین، اثر مثبت مسئولیت اجتماعی شرکتی در میان شرکت‌هایی که مکان آنان در شهرهایی با سرمایه اجتماعی بالا قرار دارد برجسته‌تر است (Hoi et al., 2019). به علاوه، وقتی یک شرکت بر اساس مسئولیت اجتماعی شرکتی کار خود را اجتماع‌محور تبلیغ می‌کند ۲۵ درصد متقاضیان بیشتری برای استخدام دارد و کارمندی بهره‌ورتر جذب می‌کند (Hedblom et al., 2019). الگوهای تأمین مالی سازمان‌های حمایتی نیز بر پنج مرحله ایدئولوژیک کردن، ایجاد اعتماد سازمانی، پیاده‌سازی طرح جمع‌آوری کمک‌های مالی، بهره‌برداری، و ارائه گزارش نهایی به اعضا تأکید دارند (Anas, 2018). تحقیقات انجام‌شده در بررسی نقش سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی در تأمین مالی نیز نشان می‌دهد برای بهبود عملکرد تأمین مالی جمعی طرفداران، به‌ویژه حامیان پروژه‌های انتفاعی، باید به‌خوبی از مکانیسم‌های ساخت سرمایه اجتماعی در تأمین مالی جمعی استفاده کرد (Liao et al., 2015). نتایج دیگر نشان می‌دهد اگر شرکت‌ها فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی خود را به شیوه‌ای داوطلبانه و استراتژیک دنبال کنند می‌توانند، ضمن کسب سود پایدار برای جامعه و شرکت، خواسته‌های سهامداران و ذی‌نفعان را نیز برآورده کنند (Gyves & O'Higgins, 2008). در جمع‌بندی پیشینه تحقیق می‌توان گفت تولید و ارتقای سرمایه‌های اجتماعی خارجی، ضمن کمک به رشد و توسعه اقتصادی و تقویت فرهنگ انفاق در جامعه، مزیت‌هایی همچون افزایش مسئولیت‌پذیری، تأمین مالی، افزایش عملکرد مالی، جذب نیروی انسانی توانمند، و کسب رضایت ذی‌نفعان سازمانی را در بر دارد. بنابراین، داشتن سرمایه اجتماعی خارجی برای شرکت‌ها و سازمان‌های حمایتی و جامعه سودآور است. با این حال، برای استفاده بیشتر از ظرفیت سرمایه‌های اجتماعی خارجی و کسب اعتماد بیشتر بین آنان باید از الگوهای ارائه‌شده تأمین مالی جمعی و راهبردهای بهبود سرمایه اجتماعی استفاده کرد.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت کیفی، و از نظر مسیر اجرا بر اساس «نظریه مبنایی»<sup>۱</sup> است. در نظریه مبنایی یا داده‌بنیاد سه رویکرد کلی وجود دارد: ۱. رویکرد نظام‌مند که با اثر استراوس و کوربین شناخته می‌شود؛ ۲. رویکرد ظاهرشونده که مربوط به اثر گلنزر است؛ ۳. رویکرد ساخت‌گرایانه که توسط چارمز حمایت می‌شود (Danaeifard & Emami, 2007: 76). بدین سبب، راهبرد پژوهش حاضر استفاده از نظریه داده‌بنیاد با رویکرد نظام‌مند استراوس و کوربین است. زیرا هدف اصلی این پژوهش طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی است و از میان سه رویکرد اصلی در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد تنها رویکردی که تئوری و برون‌داد خود را در قالب یک چارچوب و مدل ارائه می‌کند رویکرد استراوس و کوربین است.

در این پژوهش فن گردآوری داده‌ها مصاحبه و شیوه نمونه‌گیری نیز نمونه‌گیری هدفمند/ قضاوتی، از نوع نمونه‌گیری مبتنی بر معیار<sup>۲</sup> بود. در نمونه‌گیری مبتنی بر معیار، واحدهای نمونه دارای ویژگی‌های خاصی هستند که به شناخت و درک دقیق از

1. grounded theory  
2. criterion sampling

مسئله اصلی کمک می‌کنند (Ritchie & Lewis, 2003: 128). در این پژوهش معیار این بود که مصاحبه‌شوندگان، به صورت آکادمیک یا تجربی، در حداقل یکی از سه حوزه سرمایه اجتماعی یا مسئولیت اجتماعی شرکتی یا سازمان‌های حمایتی دارای تخصص باشند و با دو حوزه دیگر نیز آشنایی نسبی داشته باشند. این خبرگان شامل جمعی از مدیران و کارکنان درون سازمانی سازمان‌های حمایتی، استادان، پژوهشگران دانشگاهی، و مدیران و کارکنان شرکت‌ها و کسب‌وکارها و کارخانه‌های ایران بودند که به صورت نمونه‌گیری هدفمند/ قضاوتی انتخاب شدند. همچنین، در طول پژوهش میدانی بر اساس دو معیار دیگر، یعنی «در دسترس بودن و پاسخگویی افراد» و «کیفیت داده‌های برگرفته»، پیش و تحدید نمونه صورت گرفت و در نهایت پس از پانزده مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. مشخصات مصاحبه‌شوندگان بر اساس داده‌های جدول ۱ بدین شرح است:

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	جنسیت	تحصیل	میزان آشنایی با مفهوم سرمایه اجتماعی	نوع آشنایی با مفهوم سرمایه اجتماعی	میزان آشنایی با مسئولیت اجتماعی	نوع آشنایی با مسئولیت اجتماعی	میزان آشنایی با سازمان حمایتی	نوع آشنایی با سازمان حمایتی
۱	مرد	دکتری	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص
۲	زن	دکتری	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۳	مرد	دکتری	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۴	مرد	دکتری	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص
۵	زن	دانشجوی دکتری	دارای تخصص	دارای تخصص	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۶	مرد	دکتری	دارای تخصص	دارای تخصص	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	دارای تخصص	دارای تخصص
۷	مرد	کارشناسی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	دارای تخصص	دارای تخصص
۸	مرد	کارشناسی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۹	زن	کارشناسی‌ارشد	دارای تخصص	دارای تخصص	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	دارای تخصص	دارای تخصص
۱۰	مرد	دکتری	آشنایی نسبی	دارای تخصص	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی	دارای تخصص	دارای تخصص
۱۱	مرد	مهندسی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۱۲	مرد	کارشناسی‌ارشد	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	دارای تخصص	دارای تخصص
۱۳	مرد	کارشناسی‌ارشد	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	دارای تخصص	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۱۴	مرد	دیپلم	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی
۱۵	مرد	کارشناسی‌ارشد	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	تجربی	آشنایی نسبی	آشنایی نسبی

برای بررسی روایی تحقیق از شیوه بررسی مقبولیت<sup>۱</sup> (قابلیت اعتبار یا پایداری) و قابلیت تأیید<sup>۲</sup> (تأییدپذیری) استفاده شد. جهت افزایش مقبولیت از روش‌های بازنگری توسط شرکت‌کنندگان<sup>۳</sup> استفاده شد. برای جلب اعتماد مشارکت‌کنندگان نیز محقق متعهد به رعایت امانت‌داری از نام خبرگان در طول فرایند انجام دادن تحقیق شد. همچنین، برای افزایش پایایی از استراتژی هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها و استراتژی ایجاد فرایندهای ساختارمند برای اجرا و تفسیر مصاحبه‌ها استفاده شد. برای تحقق راهبرد اول فرم سؤالات مصاحبه طراحی و برای مشارکت‌کنندگان ارسال شد. برای تحقق راهبرد دوم نیز هر مصاحبه به طور جداگانه ضبط و اجرا شد تا اطمینان حاصل شود نکته‌ای نادیده گرفته نمی‌شود.

1. credibility  
2. confirmability  
3. member check

## یافته‌های تحقیق

تجزیه و تحلیل داده‌ها در «نظریه مبنایی» طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری، کدگذاری انتخابی<sup>۱</sup> انجام می‌شود. بدین سبب، در مرحله اول مفاهیم اولیه از بطن کدهای انتخابی استخراج خواهند شد. در مرحله دوم از میان مفاهیم استخراج شده مقولات، که سطح بالاتری دارند و انتزاعی‌ترند، نمایان می‌شوند. در مرحله آخر نیز مقوله‌ها به هم ربط داده می‌شوند تا روابط درونی مدل مشخص شود. بدین سبب، مقوله‌های متعددی همچون پدیده محوری، شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها، و پیامدها فضای درونی مدل را تشکیل می‌دهند که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود.

**پدیده محوری:** در مرحله کدگذاری باز برای پدیده محوری هفت مقوله فرعی شناسایی شد؛ شامل اعتماد عمومی جامعه به سازمان‌های حمایتی، نهضت داوطلبی همیار، تصویر سازمانی مثبت از سازمان‌های حمایتی، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک سازمان‌های حمایتی با جامعه، حامیان مالی توانمند، شبکه‌سازی حرفه‌ای.

مصاحبه‌شونده کد ۲ اظهار داشت: «سرمایه اجتماعی خارجی میزان اعتماد مردم به یک سازمان، نهاد، و ارگان از جمله سازمان‌های حمایتی است».

**شرایط علی:** در پژوهش حاضر، هفت مقوله فرعی برای بررسی شرایط علی شناسایی شد؛ شامل نقش مهم مردم در حکمرانی متعالی، پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی، تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر مشارکت اجتماعی، راهبردی بودن مفهوم سرمایه اجتماعی، ماهیت ذاتی سازمان‌های حمایتی، تحقق ارزش‌های اجتماعی در جامعه، دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی. مصاحبه‌شونده کد ۵ بیان کرد: «سرمایه اجتماعی بیشتر احساس مسئولیت شرکتی بیشتر را به همراه دارد و بالعکس».

**راهبردها:** در این پژوهش راهبردهای توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی ایران با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی عبارت است از: تحول ساختاری و برنامه‌ای در روابط عمومی، ترویج و پیشرفت مباحث آینده‌نگاری در مدیریت کلان، نهادینه شدن تفکر و برنامه‌ریزی راهبردی، تغییر در سیاست‌های حاکمیتی، برندسازی شرکتی-مددجویی، توجه به شبکه‌سازی و ارتباطات در همه سطوح سازمانی، پیشرفت سیستم اطلاعات مدیران و دولت الکترونیک.

مصاحبه‌شونده کد ۴ اظهار داشت: «سازمان‌های حمایتی باید به یک سازمان شیشه‌ای شفاف تبدیل شوند».

**شرایط مداخله‌گر:** در این پژوهش شش مقوله فرعی عوامل اجتماعی، اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، فناوری به عنوان شرایط مداخله‌گر شناسایی شدند.

مصاحبه‌شونده کد ۱۱ اظهار داشت: «عملکرد نهادهای حاکمیتی بر میزان سرمایه اجتماعی سازمان‌های حمایتی تأثیرگذار است».

**شرایط زمینه‌ای:** در این پژوهش شرایط زمینه‌ای در دو مقوله شرایط زمینه‌ای سازمان‌های حمایتی و شرایط زمینه‌ای شرکت‌ها و کارخانه‌ها بررسی شدند و شرایط فناوری و رسانه، مدیریت اطلاعات تحلیل کسب و کار، راهبردهای سازمانی، ساختار سازمانی، مدیریت امور مالی شفاف، رفتار سازمانی، سازماندهی حامیان مالی و خیرین، و مدیریت عملکرد منابع انسانی در سازمان‌های حمایتی و نیز سیستم فکری و باور مدیران در شرکت‌ها و کارخانه‌ها به عنوان شرایط زمینه‌ای شناسایی شدند. مصاحبه‌شونده کد ۳ اظهار داشت: «داشتن برنامه دقیق و مدبرانه سازمان‌های حمایتی می‌تواند بین مردم و کارخانه‌ها اطمینان لازم را ایجاد کند».

**پیامدها:** در این پژوهش پنج مقوله فرعی تعالی سازمانی، پیشرفت اقتصادی، پیشرفت فرهنگی-اجتماعی، توانمند شدن افراد تحت پوشش، و بقای شرکت‌ها و کارخانه‌ها به عنوان پیامدهای توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی شناسایی شدند.

مصاحبه‌شونده کد ۱۲ بیان داشت: «این اقدام بازی برد برد است. زیرا افراد تحت پوشش سازمان‌های حمایتی می‌توانند محصولاتی را که کارخانه‌ها به آن‌ها می‌دهند بین مردم تبلیغ کنند».

جدول ۲. مقوله‌های احصاشده توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی

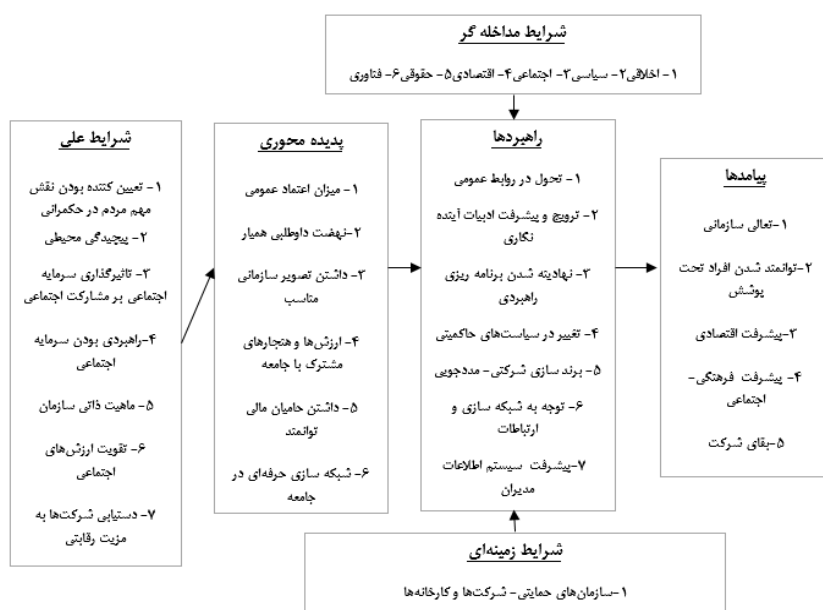
مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله اصلی
میزان اعتماد در جامعه، میزان اعتبار سازمانی، میزان نوستالژی بین مردم و سازمان حمایتی	اعتماد عمومی جامعه به سازمان‌های حمایتی	پدیده محوری
مشارکت داوطلبانه، روحیه کار گروهی، ظرفیت‌های اجتماعی و سیاسی و اقتصادی پشتیبان سازمان	نهضت داوطلبی همیار	
اقتدار سازمانی، دانش سازمانی، ارتباط با مبانی قدرت، میزان پایگاه اجتماعی سازمان	تصویر سازمانی مثبت از سازمان‌های حمایتی	
درک متقابل، تعهد، و مسئولیت‌پذیری بین سازمان و جامعه	ارزش‌ها و هنجارهای مشترک بین سازمان‌های حمایتی با جامعه	
داشتن حامیان حقیقی و حقوقی، همکاری خیرین، قبول ضمانت مالی افراد تحت پوشش از سوی مردم	حامیان مالی توانمند	
داشتن بازوهای اجتماعی همراه، داشتن شبکه‌های اجتماعی فعال، داشتن شبکه ذی‌نفعان	شبکه‌سازی حرفه‌ای	
پایه و اساس هر جامعه مردم هستند. نقش محوری سرمایه اجتماعی بین سرمایه‌های دیگر، تعیین‌کننده بودن نقش مردم در سرنوشت کشورها	نقش مهم مردم در حکمرانی متعالی	تربیت ملی
تعداد زیاد بازیگران و ذی‌نفعان سازمانی، پیچیدگی سیستم‌های اجتماعی، سیستمی بودن مسئله فقر	پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی	
رابطه دوسویه سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی شرکتی، تأثیر سرمایه اجتماعی بر کمک‌های داوطلبانه، تأثیر سرمایه اجتماعی در ایجاد اعتماد	تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر مشارکت اجتماعی	
سرمایه اجتماعی ثروت است، عامل پیشرفت و حرکت سازمان‌هاست، نقش مهمی در موفقیت پایدار و بقای بلندمدت سازمانی دارد.	راهبردی بودن مفهوم سرمایه اجتماعی	
تأکید اساسنامه سازمان‌های حمایتی بر استفاده از سرمایه اجتماعی، مردم‌نهاد بودن سازمان‌های حمایتی، کمبود اعتبارات، جذب منابع مردمی	ماهیت ذاتی سازمان‌های حمایتی	
نهادینه شدن نگاه بشردوستانه در جامعه، افزایش حس انسان‌دوستی، نهادینه شدن نقش مسئول بودن همه افراد جامعه در برابر یکدیگر	تحقق ارزش‌های اجتماعی در جامعه	
توجه به منافع عمومی ضامن موفقیت شرکت‌ها، تأثیر فقر بر درآمد مردم و فروش محصولات شرکت، تأثیر مسئولیت اجتماعی بر میزان فروش شرکت	دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی	
خلق رویدادهای ویژه مسئولیت‌ساز، صحنه‌گذاری بر فعالیت‌های سازمانی، استفاده از شیوه‌های جدید بازاریابی نظیر بازاریابی حسی و پارتیزانی	تحول ساختاری و برنامه‌ای در روابط عمومی	راهبردها
داشتن رویکرد فرافعال در برنامه‌ریزی، آینده‌نگری خدمات مشاوره‌ای سرمایه‌های اجتماعی، ترسیم پیامدهای فقر در آینده شرکت‌ها	ترویج و پیشرفت مباحث آینده‌نگاری در مدیریت کلان	
ایجاد ساختار نهادی در برابر بروکراسی سازمانی، تدوین راهبرد تعادلی بین مردم و حاکمیت، تبدیل سازمان‌های حمایتی به سازمان توانمندساز	نهادینه شدن تفکر و برنامه‌ریزی راهبردی	
استفاده از فرصت ماده ۱۷۲ مالیات‌های غیرمستقیم، اختصاص بسته‌های حمایتی به شرکت‌ها، تقسیم کار ملی برای مقابله با فقر	تغییر در سیاست‌های حاکمیتی	
پیشرفت بازاریابی اجتماعی، تبلیغ برای شرکت‌ها از سوی ذی‌نفعان سازمانی، صحنه‌گذاری وسایل و تجهیزات تولیدی کارخانه‌ها	برندسازی شرکتی	
راه‌اندازی انجمن‌های اطلاع‌رسانی، راه‌اندازی دفتر ویژه سازمان‌های حمایتی در کارخانه‌ها، ایجاد شبکه ارتباطی خدمت در فضای مجازی	توجه به شبکه‌سازی و ارتباطات در همه سطوح سازمانی	
ایجاد سامانه آنلاین اطلاعات مالی سازمان‌های حمایتی، تبدیل شدن به سازمان شفاف شیشه‌ای، سامانه جامع رهگیری کمک‌های خیرین	پیشرفت سیستم اطلاعات مدیران و دولت الکترونیک	
حضور سلبریتی‌ها و موازی‌کاری با سازمان‌های حمایتی، کوتاهی نهادهای کنترل‌کننده آسیب‌های اجتماعی، روند رو به رشد افراد تحت پوشش	عوامل اجتماعی	عوامل مداخله‌گر
تأثیر باورها و اعتقادات مردم، تأثیر افکار عمومی حاکم بر سازمان‌های حمایتی، با حیا بودن فقرای واقعی و عدم شناسایی آن‌ها	عوامل اخلاقی	
سیاست‌های بالادستی، تحریم‌ها، فعالیت ضد انقلاب در خارج از کشور، ناراضی‌تبی مردم از عملکرد دولت‌ها	عوامل سیاسی	
نامشخص بودن درآمد ثابت شرکت‌ها، شوک‌های مداوم اقتصادی، نوسانات ارزی	عوامل اقتصادی	
قوانین و مقررات پیچیده، تصمیمات غیرکارشناسی مجلس، کمبود برنامه‌های جامع برای هم‌افزایی سازمان‌های دولتی و غیردولتی	عوامل حقوقی	
راه‌اندازی پلتفرم‌های جمع‌سپاری، هشتگ‌های رسانه‌ای، تأثیر فضای مجازی بر عدم مشارکت مردم در عمل به دستورهای اسلامی و مسئولیت اجتماعی	عوامل فناوری	



## ادامه جدول ۲.

مفاهیم	مقوله‌های فرعی	مقوله اصلی
بی‌اطلاعی از مسئولیت اجتماعی شرکتی، محدود شدن مسئولیت اجتماعی به حمایت از پرسنل، در اولویت نبودن مسئولیت شرکتی در برنامه‌ریزی‌ها	سیستم فکری و باور مدیران کارخانه‌ها	عوامل زمینه‌ای
عدم پیشرفت خدمات الکترونیک، نداشتن اپلیکیشن تأمین مالی، نداشتن برنامه برای بهره‌برداری از فناوری‌های نو ظهور	شرایط فناوری و رسانه	
میزان شفافیت اطلاعات سازمانی، استفاده بهینه از منابع، شفاف نبودن سیستم ارائه خدمات، تفاوت در آمار ارائه‌شده با واقعیت‌های موجود	مدیریت اطلاعات تحلیل کسب‌وکار	
عدم برنامه‌ریزی دقیق و مدبرانه سازمانی، نداشتن چشم‌انداز دقیق، ناکارآمدی تصمیمات در بیشتر کردن فقر، کمبود سیستم‌های اداری روزآمد	راهبرد سازمانی	
ساختار کلاسیک و سلسله‌مراتبی سازمان‌های حمایتی، بروکراسی شدید اداری، تأثیر پراکندگی جغرافیایی محل سکونت نیازمندان	ساختار سازمانی	
استفاده از بودجه سازمان‌های حمایتی برای اهداف سیاسی، احتمال پول‌شویی در سازمان‌های حمایتی، ساختمان‌سازی زیاد	مدیریت امور مالی شفاف	
داشتن نگاه متکبرانه، برخورد حقارت‌آمیز با افراد تحت پوشش، عدم رعایت عدالت و انصاف در توزیع، نداشتن انگیزه در کارکنان، اخلاص در کار	رفتار سازمانی	
ضعف در ارتباطات اثربخش با خیرین، ضعف در جلسات توجیهی با ذی‌نفعان سازمانی، کوتاهی در کمک به بازاریابی اجتماعی شرکت‌ها	سازماندهی حامیان مالی و خیرین	
میزان تسلط منابع انسانی بر فناوری‌های اطلاعاتی نوین، میزان باور منابع انسانی به اهداف سازمانی، حضور مدیران سیاسی در سطوح عالی سازمان	مدیریت عملکرد منابع انسانی	
تعلق خاطر بیشتر جامعه به سازمان‌های حمایتی، کاهش هزینه‌های سازمانی، بهبود عملکرد سازمانی، بهبود سیستم‌ها و فرایندهای داخلی	تعالی سازمانی	بناها
رونق بیشتر تولید در کشور، تبدیل جامعه نیازمند به جامعه توانمند، کاهش روند ایجاد فقر در جامعه، دریافت کمک‌های ثابت و پایدار	پیشرفت اقتصادی	
کاهش آسیب اجتماعی، ایجاد انسجام اجتماعی در جامعه، کاهش فاصله طبقاتی، ایجاد حس خوشبختی واقعی در جامعه، ارتقای سطح فرهنگ عمومی	پیشرفت فرهنگی-اجتماعی	
شکوفایی استعدادهای افراد تحت پوشش، تنوع در ارائه خدمات، آموزش‌های کارآفرینی جدید، هدفمند شدن کمک‌های خیرین و شرکت‌ها	توانمند شدن افراد تحت پوشش	
فروش بیشتر محصولات کارخانه‌های دارای مسئولیت اجتماعی شرکتی، قرار گرفتن ارزش‌های محوری در کنار مأموریت‌های سازمانی شرکت‌ها، تولید بیشتر	بقای شرکت‌ها و کارخانه‌ها	

بر اساس مدل پارادایمی نظریه داده‌بنیاد مقوله‌هایی که در مرحله قبل و با کمک کدگذاری باز شناسایی شده بودند به یک‌دیگر ربط داده شدند. شکل ۱ این روابط را نشان می‌دهد.



شکل ۱. کدگذاری محوری بر اساس مدل پارادایم

در این تحقیق با استفاده از روش داده‌بنیاد به مفهوم‌پردازی و مقوله‌پردازی توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی پرداخته شد و بر اساس فرایند کدگذاری محوری و مدل پارادایمی مقوله‌های آن به یک‌دیگر ربط داده شدند. به‌علاوه، در این پژوهش شش مقوله اصلی شرایط علی، پدیده محوری، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها، و پیامدها مورد بررسی قرار گرفتند و مقوله‌های فرعی آن‌ها احصا شدند.

## بحث

هدف پژوهش حاضر طراحی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی ایران با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی بود. این پژوهش به جای طراحی یک مدل فرایندی، که توسعه سرمایه اجتماعی خارجی را محدود به چند اقدام مختصر در قالب چند گام مشخص می‌کرد، با یک نگاه کل‌نگر و جامع چارچوبی کلان را به روش داده‌بنیاد ارائه کرد تا ضمن احصای مقوله توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی علت پرداختن به پدیده محوری، شرایط و عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر تأثیرگذار بر آن، راهبردها و نیز پیامدهای کنش‌ها و واکنش‌های ایجادشده بر اثر خلق این پدیده را نیز به صورت یکپارچه و به تفصیل بررسی کند.

در باب مقایسه یافته‌های پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین باید گفت مدل یا چارچوب مشابهی برای مقایسه عینی آن با چارچوب ارائه‌شده در این پژوهش وجود ندارد و اساساً فقدان و کاستی تئوریک و نظری در پیشینه پژوهش پژوهشگران را به سمت به‌کارگیری روش داده‌بنیاد سوق داد. با این حال، می‌توان برخی از اجزا و مقوله‌های چارچوب ارائه‌شده در این پژوهش را با یافته‌های تحقیقات پیشین مقایسه کرد. مثلاً پژوهش‌های زیادی هم‌سو با این تحقیق از پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی به عنوان شرایطی علی مؤثر بر اهداف و مأموریت‌های سازمانی نام برده‌اند. شوارتز (۲۰۰۸)، در پژوهشی روی سازمان‌های آلمانی، پویایی و پیچیدگی در محیط سازمان‌های امروزی را یکی از دلایل مهم پرچالش بودن تصمیم‌گیری مدیران می‌داند و اشاره می‌کند که این پیچیدگی سبب شده ضرورت تحول در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی دوچندان شود (Schwarz, 2008). بر اساس پژوهش فیدلر (۲۰۱۱) نیز توجه به عدم اطمینان و شوک‌های سیستمی از مواردی هستند که باید در سازمان‌ها مورد توجه جدی قرار گیرند (Fidler, 2011). بنابراین، به دلیل پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی حاکم بر فضای مدیریتی کشور، به‌ویژه در سازمان‌های حمایتی، توجه به توسعه سرمایه اجتماعی خارجی اهمیت دارد. تعیین‌کننده بودن نقش مهم مردم در حکمرانی متعالی- به نظر می‌رسد نسبت به حکمرانی خوب اصطلاح دقیق‌تری باشد- یکی دیگر از دلایل توجه به سرمایه اجتماعی خارجی است. الگوی حکمرانی خوب حاصل تعامل و مشارکت میان نیروهای اجتماعی یعنی دولت و بخش خصوصی و جامعه مدنی است. بدین سبب، حکمرانی متعالی با قرار دادن عناصر اصلی عرصه زیست اجتماعی در کنار یک‌دیگر و به رسمیت شناختن جایگاه بازیگران غیردولتی زمینه را برای رسیدن به حکومت مردم‌سالارانه و دموکراتیک فراهم می‌کند. در تأیید این مطلب برخی محققان معتقدند تمرکززدایی از دولت‌ها و واگذاری کارها به مردم، که بر ارزش‌ها و هنجارهای حکمرانی متعالی تأکید دارد، سبب کاهش ناکارآمدی دولت‌ها می‌شود (Farokhshahinia, 2024). از این رو، سرمایه اجتماعی سنگ‌بنای جامعه مرفه و دولت کارآمد است و در سایه حفظ و تقویت و انباشت این منبع ارزشمند جامعه می‌تواند به تحول در مدیریت و حکمرانی دست پیدا کند. دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی یکی دیگر از دلایل توجه به سرمایه اجتماعی خارجی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی است. امروزه مسئولیت اجتماعی شرکتی تعهد یک شرکت برای به حداکثر رساندن رفاه بلندمدت اقتصادی و اجتماعی و زیست‌محیطی جامعه است که می‌تواند در دستیابی به اهداف راهبردی خود و در عین حال بهبود وضع جهان نیز مؤثر باشد (Du et al., 2011). بنابراین، به نظر می‌رسد بشردوستی اغلب مقرون‌به‌صرفه‌ترین راه برای شرکت‌ها و کارخانه‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی است (Porter & Kramer, 2002). این نتایج با تحقیق نیو و همکارانش (۲۰۱۹) که مسئولیت اجتماعی شرکتی و مزیت رقابتی را بخشی از چشم‌انداز کشورهای در حال توسعه می‌دانند هم‌سو است (Nyuur et al., 2019).

در بررسی مقوله پدیده محوری هم نتایج نشان داد میزان اعتماد عمومی به سازمان‌های حمایتی به معنی داشتن سرمایه اجتماعی خارجی است. نتایج تحقیق حاضر با دیدگاه‌های برخی از محققان هم‌سو است (Putnam, 1993; Dudwick et al., )

(2006; Sadri et al., 2018; Anas, 2018). مثلاً پاتنام (۱۹۹۳) سرمایه اجتماعی را آن دسته از عناصر و ویژگی‌های نظام اجتماعی مانند اعتماد اجتماعی می‌داند که ضمن تسهیل هماهنگی و همکاری بین افراد یک جامعه (کنشگران) در دستیابی به سود متقابل مشارکت‌کنندگان را قادر می‌سازد به شیوه‌ای مؤثرتر اهداف مشترک خود را تعقیب کنند. صدری و همکارانش (۲۰۱۸) هم معتقدند سرمایه اجتماعی نشان‌دهنده میزان اعتماد فرد در شبکه‌های غیررسمی مختلف و سازمان‌های مدنی است (Sadri et al., 2018). دادویک و همکارانش (۲۰۰۶) نیز معتقدند تجزیه و تحلیل سرمایه‌های اجتماعی در شش بعد بررسی می‌شود که یکی از آن‌ها اعتماد است (Dudwick et al., 2006). نتایج تحقیق حاکی از آن است که گسترش نهضت داوطلبی همیار سازمان‌های حمایتی به مفهوم داشتن سرمایه اجتماعی خارجی است. انجمن‌های داوطلبانه یکی از جنبه‌های مهم و محوری زندگی اجتماعی هستند. زیرا می‌توانند ضمن ایجاد پیوندهای نهادی بین اعضا و سازمان‌های مرتبط و نیز نظام سیاسی یک کشور به عنوان نهادهای واسطه ایفای نقش کنند (Wollebaek & Selle, 2002). گسترش نهضت داوطلبی با بررسی مفهوم سرمایه اجتماعی از دیدگاه اجتماعی هم‌سو است. چون برخی معتقدند سرمایه اجتماعی از مشارکت در انجمن‌های داوطلبانه و تعامل غیررسمی چهره به چهره افراد در جامعه نشئت می‌گیرد (Vårheim, 2009). برخی محققان نیز در تبیین طرح‌واره الگوی فرهنگ امداد و نیکوکاری در نظام تعلیم و تربیت رسمی کشور بر این مطلب تأکید دارند. زیرا آنان مفهوم سرمایه اجتماعی را با عضویت در انجمن‌های داوطلبی یکی می‌دانند (Rostami Tengki et al., 2019). بررسی‌ها نشان می‌دهد شبکه‌سازی حرفه‌ای در جامعه و برخورداری از ارتباطات سازمانی قوی و مؤثر به منزله داشتن سرمایه اجتماعی خارجی است. این نتایج با دیدگاه‌های برخی از محققان هم‌سو است (Bourdieu, 1986; Claridge, 2018). به عقیده بوردیو (۱۹۸۶) سرمایه اجتماعی ارتباطات و مشارکت اعضای یک سازمان، فراتر از وظایف خود، در دستیابی به مأموریت‌ها است (Bourdieu, 1986). کلاریج (۲۰۱۸) هم معتقد است هر سه سطح خرد و میانی و کلان سرمایه اجتماعی بر پایه ارتباطات شکل گرفته‌اند (Claridge, 2018). بنابراین، سرمایه اجتماعی همان ارتباطات مؤثر میان مردم است که اعضای شبکه‌های انسانی و جوامع را به یک‌دیگر پیوند می‌دهد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد ساختار سازمانی یکی از شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی است. ساختار یکی از سه عامل تغییر و تحول در سازمان‌هاست (Robbins et al., 1998). بنابراین، ساختار کلاسیک و سلسله‌مراتبی و وظیفه‌ای سازمان‌های حمایتی، بروکراسی شدید اداری، تصمیم‌گیری متمرکز از جمله عناصر ساختاری هستند که می‌توانند به عنوان شرایط زمینه‌ای در توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی مؤثر باشند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد فناوری و رسانه یکی دیگر از شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی است. زیرا ظهور «فناوری اطلاعات و ارتباطات» که از آن به عنوان انقلاب اطلاعات یاد می‌شود دریچه‌ای جدید فراروی سازمان‌های خدماتی، نظیر سازمان‌های حمایتی جهان، گشوده است. به‌علاوه، پیدایش صور نوین ارتباط و شبکه‌های بزرگ اطلاعاتی و ارتباطی و نیز تحول ایجادشده در کانال‌های ارتباطی رسانه‌های نوین را واجد ویژگی‌هایی نظیر سرعت انتشار پیام، کانال‌های متعدد انتشار، پوشش فراگیر، و فراهم کردن امکان ماندگاری پیام کرده است (Roshandel Arbatani et al., 2014) که می‌توانند روابط و ابعاد و سرمایه اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار دهند. نتایج تحقیق حاضر با نتایج برخی محققان که تأثیر استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی بر سرمایه اجتماعی خارجی را مهم می‌دانند هم‌سو است (Panahi, 2014). مدیریت امور مالی شفاف یکی دیگر از شرایط زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی است. منظور از شفافیت بودجه کیفیت اطلاعات بودجه‌ای سازمان‌ها و قابلیت آن در پاسخگویی بهتر به مردم است که با گزارش‌دهی مداوم مرتبط است (Siadati Kharati, 2014). در تأیید این مطلب برخی معتقدند افزایش اعتماد به سازمان، که مبتنی بر شفافیت است، یکی از مراحل مهم الگوی جمع‌آوری کمک مالی در سازمان‌های اجتماعی است (Anas, 2018).

## نتیجه

با توجه به کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام‌شده می‌توان در یک جمع‌بندی نهایی چارچوب توسعه سرمایه اجتماعی

خارجی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی در سازمان‌های حمایتی ایران را این‌گونه تفسیر و روایت کرد: «امروزه به دلیل تعیین‌کننده بودن نقش مهم مردم در حکمرانی، پیچیدگی و عدم اطمینان محیطی حاکم بر سازمان‌ها، تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر مشارکت اجتماعی، راهبردی بودن مفهوم سرمایه اجتماعی، ماهیت ذاتی سازمان‌های حمایتی، تقویت ارزش‌های اجتماعی، و دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی تدوین مدل و راهکارهای توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی به عنوان یک پدیده محوری ضرورت یافته است. بنابراین، این پدیده باید از طریق افزایش میزان اعتماد عمومی، توجه به ارزش‌ها و هنجارهای مشترک با جامعه، برنامه‌ریزی برای گسترش نهضت داوطلبی همیار، تلاش برای ایجاد یک تصویر سازمانی مناسب بین ذی‌نفعان سازمانی، داشتن حامیان مالی توانمند، شبکه‌سازی حرفه‌ای در جامعه، و برخورداری از ارتباطات سازمانی قوی و مؤثر مورد توجه و رسیدگی جدی قرار گیرد. بنابراین، اتخاذ راهبردهای کلان مانند تحول ساختاری و برنامه‌ای در روابط عمومی، نهادینه شدن تفکر و برنامه‌ریزی راهبردی، تغییر در سیاست‌های حاکمیتی، ترویج و پیشرفت مباحث آینده‌نگاری، توجه به شبکه‌سازی و ارتباطات در همه سطوح سازمانی، پیشرفت سیستم اطلاعات مدیران و دولت الکترونیک، و برندسازی شرکتی-مددجویی می‌تواند برای توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی راهگشا باشد. بدین سبب، توجه به این راهبردها باید در اسناد بالادستی و برنامه‌های کلان این سازمان مورد توجه جدی قرار گیرد. زیرا سرمایه اجتماعی پیشران توسعه سرمایه‌های دیگر است. البته کارکرد این راهبردها در عمل تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای موجود در این سازمان‌ها مانند راهبرد سازمانی، ساختار سازمانی، فناوری و رسانه، مدیریت اطلاعات تحلیل کسب‌وکار، مدیریت امور مالی شفاف، رفتار سازمانی، سازماندهی حامیان مالی و خیرین و نیز شرایط زمینه‌ای کارخانه‌ها و شرکت‌ها نظیر سیستم فکری و باور مدیران آن‌ها است که باید قبل از اجرای راهبردها مورد بررسی بیشتر قرار گیرند. همچنین، عوامل مداخله‌گر نظیر عوامل اجتماعی، اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، و فناوری می‌توانند بر توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی مؤثر باشند که باید قبل از تصمیم‌گیری و اجرای راهبردها در سازمان‌های حمایتی با پویای محیطی خارجی توسط متخصصان مورد بررسی عمیق قرار گیرد. به نظر می‌رسد پیامد چنین اقدامی در آینده تعالی سازمانی سازمان‌های حمایتی، توانمند شدن افراد تحت پوشش، بقای شرکت‌ها و کارخانه‌ها، پیشرفت اقتصادی، و نیز پیشرفت فرهنگی-اجتماعی ایران خواهد بود».

در جمع‌بندی پژوهش می‌توان گفت از آنجا که طراحی یک مدل فرایندی، که توسعه سرمایه اجتماعی خارجی را محدود به چند اقدام مختصر در قالب چند گام مشخص می‌کند، از قابلیت پاسخگویی مناسبی در محیط متلاطم امروزی سازمان‌های حمایتی برخوردار نبود استفاده از نظریه داده‌بنیاد، که ریشه واقعی در داده‌های دسته اول دارد، می‌تواند با یک نگاه کل‌نگر و جامع، ضمن پیوند نظریه و عمل و احصای مقوله توسعه سرمایه اجتماعی خارجی سازمان‌های حمایتی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی شرکتی و مؤلفه‌های مؤثر بر آن، نظریه‌ای خلق کند که به صورت یکپارچه‌تر و تفصیلی‌تر و دقیق‌تر به تبیین موضوع توسعه سرمایه اجتماعی خارجی بپردازد. اگرچه، استفاده از راهبردهای احصاشده تحقیق حاضر اهمیت دارد، به دلیل محدودیت منابع به نظر می‌رسد اتخاذ یک رویکرد ترکیبی از راهبردهای ۱. شبکه‌سازی و ارتباطات در همه سطوح سازمانی؛ ۲. برندسازی شرکتی-مددجویی؛ ۳. تغییر در سیاست‌های حاکمیتی می‌تواند ضمن ایجاد رویکرد برد برد، هنجارها، ارزش‌ها، شبکه‌ها، و روابط متقابل غیررسمی ویژه‌ای را در جهت منافع مشترک ذی‌نفعان تأثیرگذار بر مسئله فقر (نهادهای حاکمیتی، سازمان‌های حمایتی، شرکت‌ها و کارخانه‌ها) به وجود آورد و چالش‌های فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی امروز جامعه ایران را کمتر کند. بدین سبب، مدل پارادایمی تحقیق حاضر می‌تواند ضمن ترسیم وضعیت مطلوب سازمان‌های حمایتی درک عمیق‌تری را در ارتباط با اهمیت تنظیم‌گری روابط بین ذی‌نفعان سازمان‌های حمایتی ایران ایجاد کند. از این رو، می‌تواند به عنوان یک الگوی مطلوب به توسعه پایدار سرمایه‌های اجتماعی خارجی سازمان‌ها و ایجاد رفاه اجتماعی بیشتر کمک کند.

### محدودیت‌های تحقیق

۱. کمبود خبرگان واجد شرایط برای انجام دادن مصاحبه با توجه به نمونه‌گیری مبتنی بر معیار یکی از محدودیت‌های اصلی پژوهش حاضر بود.

۲. این پژوهش فقط سازمان‌های حمایتی را مورد مطالعه قرار داده است و نمی‌توان یافته‌های آن را به دیگر سازمان‌های اجتماعی ایران تعمیم داد.
۳. این پژوهش همانند همه پژوهش‌های کیفی دچار محدودیت‌های تعمیم‌پذیری و تکرارناپذیر بودن است.

### پیشنهاد

۱. قبل از به‌کارگیری راهبردهای توسعه سرمایه اجتماعی خارجی یک برنامه جامع برای تغییر شرایط زمینه‌ای و یک برنامه پوش محیطی برای به حداقل رساندن شرایط مداخله‌گر محیطی تدوین شود.
۲. برنامه جامعی برای توسعه زیرساخت‌های سازمان‌های حمایتی در زمینه ارتباطات و فناوری اطلاعات تدوین شود.
۳. در نمودار سازمانی سازمان‌های حمایتی جایگاهی برای مدیریت سرمایه اجتماعی با عنوان «مرکز توسعه سرمایه اجتماعی» در نظر گرفته شود تا وضعیت سرمایه اجتماعی مورد رصد دائمی قرار گیرد.
۴. پژوهشگران آتی می‌توانند به بررسی معناداری روابط بین مقوله‌ها بپردازند و به کمک روش‌های کمی و تکنیک‌های معادلات ساختاری همبستگی و شدت اثرگذاری آن‌ها را مورد سنجش قرار دهند.
۵. نظریه روایت‌شده می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های آتی در زمینه توسعه سرمایه اجتماعی بر پایه مسئولیت اجتماعی شرکتی باشد.

## منابع

- عذارانی، عبدالامیر؛ خیری، حسن؛ اژدری زاده، حسین (۱۴۰۰). تحلیل سیاست‌های فرهنگی موثر بر نظام جمهوری اسلامی ایران در حفظ سرمایه اجتماعی در استان خوزستان. *مطالعات توسعه اجتماعی*، ۲(۱۳)، ۲۹۶-۳۰۷.
- فغفوری آذر، امین؛ باکویی، فاطمه؛ مهدوی عادل، محمدحسین؛ رادفر، رضا؛ افشار کاظمی، محمدعلی (۱۳۹۸). طراحی مدل پویای تحلیل سرمایه اجتماعی با رویکرد دینامیک سیستم. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۶(۴)، ۴۴۵-۴۷۳. doi: 10.22059/jscm.2019.282916.1866
- فرخ‌شاهی‌نیا، رضا (۱۳۹۹). پیامدهای عدم تمرکز سازمان‌های حمایتی ایران بر اساس مسئولیت اجتماعی شرکتی. *فصلنامه مدیریت متعالی*، ۴(۳)، ۵۷-۷۶.
- قاسمی، حاکم؛ نیکویی، مهدی؛ شیروی‌پور، شهریار (۱۴۰۰). استراتژی‌های ساخت و نگهداری سرمایه اجتماعی در ایران: کاربرد رویکرد آینده‌نگاری تحلیل لایه‌ای علی. *مجله علوم مدیریت ایران*، ۱۶(۶۳)، ۱۳۵-۱۶۰.
- ایمان، محمد تقی؛ وجیهه جلاویان بخشنده (۱۳۸۹). بررسی و تبیین رابطه بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و سرمایه اجتماعی در میان جوانان شهر شیراز. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۱(۱)، ۱۹-۴۲.
- خنیفر، حسین؛ مسلمی، ناهید. (۱۳۹۷). *اصول و مبانی روش‌های تحقیق کیفی*. تهران: انتشارات نگاه دانش.
- پناهی، محمدحسین؛ پناهی، حسین (۱۳۹۳). بررسی ابعاد و رابطه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات با سرمایه اجتماعی. *مطالعات رسانه جدید*، ۱(۳)، ۱-۴۲. doi: 10.22054/cs.2015.4592
- رادمان، علی (۱۴۰۰). گزارش اینفوگرافیک ۶۲ طرح پژوهشی. تهران، مرکز برنامه ریزی و پژوهش، دفتر مطالعات و پژوهش، دفتر مرکزی کمیته امداد امام خمینی(ره).
- رضایی، علی (۱۴۰۰). *گزارش اینفوگرافیک ۶۲ پروژه تحقیقاتی*. تهران: مرکز برنامه‌ریزی و پژوهش، دفتر مطالعات و تحقیقات کمیته امداد امام خمینی.
- رابینز، استیون پی؛ دی سنزو، دیوید ای (۱۳۷۷). *مبانی مدیریت*. ترجمه سید محمد اعرابی، حمیدرفیعی؛ بهروز اثراری ارشاد. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رستمی تنگی، آرمان؛ ماشینیچی، علی اصغر؛ قلتاش، عباس (۱۳۹۸). تبیین الگوی فرهنگ کمک و نیکوکاری در نظام رسمی آموزش و پرورش کشور. *دوماهنامه رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی*، ۱۱(۴۵)، ۲۶۹-۲۸۸.
- روشندل اربطانی، طاهر؛ ذوالفقارزاده، محمد مهدی؛ بلالی، مجید (۱۳۹۳). روندهای محیطی موثر بر آینده رسانه ملی در افق بیست ساله کشور. *پژوهش‌های مدیریت استراتژیک*، ۲۰(۵۴).
- ساروخانی، باقر؛ ادهمی، عبدالرضا؛ محمدزاده، حیدر (۱۴۰۰). سرمایه اجتماعی به‌عنوان مبنای پیشرفت اقتصادی (مورد مطالعه: منطقه آزاد ارس). *فصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و پیشرفت*، ۱۰(۱)، ۲۴۵-۲۷۰. doi: 10.22034/jeds.2021.41434.1455
- سیادت‌ی خراطی، سید محسن (۱۳۹۶). لزوم شفاف‌سازی امور مالی دولت برای بهبود شرایط اجتماعی موجود. کنفرانس منطقه‌ای نقش مدیریت و حسابداری در تعالی سازمان‌ها و حل چالش‌های مالی. <https://civilica.com/doc/275699>.
- Akram, T., Lei, S., Hussain, S. T., Haider, M. J., & Akram, M. W. (2016). Does relational leadership generate organizational social capital? A case of exploring the effect of relational leadership on organizational social capital in China. *Future Business Journal*, 2(2), 116-126.
- Anas, M. A. (2018). Social Entrepreneur: A 'Coin' Fundraising Model for Social Organizations. *KnE Social Sciences*.
- Anheier, H. K. (2009). What kind of nonprofit sector, what kind of society? Comparative policy reflections. *American Behavioral Scientist*, 52(7), 1082-1094.
- Adhariani, A., Khairi, H., & Azhdarizadeh, H. (2021). Analysis of cultural policies influencing the system of the Islamic Republic of Iran on the preservation of social capital in Khuzestan province, Iran. *Social Development Studies*, 2(13), 296-307. (In Persian)
- Buchta, K., Jakubiak, M., Skiert, M., & Wilczewski, A. (2018). University social responsibility: Theory vs. practice. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, (520), 22-33.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook for the Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Claridge, T. (2018). Explanation of the different levels of social capital: Individual or collective. Retrieved from <https://d1fs2th61pidml.cloudfront.net/wp-content/uploads/2018/11/Levels-of->

- socialcapital.Pdf](https://d1fs2th61pidml.cloudfront.net/wp-content/uploads/2018/11/Levels-of-socialcapital.Pdf
- Coleman, J. S. (1998). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*.
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2011). Corporate social responsibility and competitive advantage: Overcoming the trust barrier. *Management Science*, 57(9), 1528-1545.
- Dudwick, N., Kuehnast, K., Jones, V. N., & Woolcock, M. (2006). Analyzing Social Capital in Context: A Guide to Using Qualitative Methods and Data. *World Bank Group Working Paper*. Stock No. 37260.
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Strategies of qualitative research: A reflection on grounded theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97. doi: 10.30497/smt.2007.104.
- Faghfour Azar, A., Bakouie, F., Mahdavi Adeli, M. H., Radfar, R., & Afshar Kazemi, M. A. (2019). Designing a dynamic model to analyze social capital with system dynamics approach. *Social Capital Management*, 6(4), 445-473. doi: 10.22059/jscm.2019.282916.1866. (In Persian)
- Farokhshahinia, R. (2024). Consequences of decentralization of Iranian support organizations based on corporate social responsibility. *Journal of Exalted Governance*, 4(3), 57-76. (In Persian)
- Fidler, D. (2011). Foresight defined as a component of strategic management. *Futures*, 43, 540-544.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Ghasemi, H., Nikooye, M., & Shiroyepoor, S. (2021). Strategies to build up social capital in Iran: The application of future-oriented approach of casual layer analysis. *Iranian Journal of Management Sciences*, 16(63), 135-160. (In Persian)
- Gyves, S., & O'Higgins, E. (2008). Corporate social responsibility: An avenue for sustainable benefit for society and the firm? *Society and Business Review*.
- Hedblom, D., Hickman, B. R., & List, J. A. (2019). Toward an understanding of corporate social responsibility: Theory and field experimental evidence (No. w26222). *National Bureau of Economic Research*.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2018). Community social capital and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 647-665.
- Iman, M. T., & Jalaian Bakshandeh, V. (2010). Examining and explaining the relationship between social responsibility and social capital among the youth of Shiraz. *Applied Sociology*, 21(1), 19-42. (In Persian)
- Jha, A., & Cox, J. (2015). Corporate social responsibility and social capital. *Journal of Banking & Finance*, 60, 252-270.
- Johansson, S., Leonard, R., & Noonan, K. (2012). Caring and the generation of social capital: Two models for a positive relationship. *International Journal of Social Welfare*, 21(1), 44-52.
- Khanfir, H., & Muslimi, N. (2018). *Principles and basics of qualitative research methods*. Tehran: Negah Danesh Publications. (In Persian)
- Liao, C., Zhu, Y., & Liao, X. (2015). The role of internal and external social capital in crowdfunding: Evidence from China. *Revista de cercetare si interventie sociala*, 49, 187-204.
- Ma, J., Ma, Y., Bai, Y., & Xia, B. (2014). Study on the technical efficiency of creative human capital in China by three-stage data envelopment analysis model. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, e-Journal, 1-12. <http://dx.doi.org/10.1155/2014/964275>.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nyuur, R. B., Ofori, D. F., & Amponsah, M. M. (2019). Corporate social responsibility and competitive advantage: A developing country perspective. *Thunderbird International Business Review*, 61(4), 551-564.
- Panahi, M. H., & Panahi, H. (2014). Investigating the dimensions and relationship of information and communication technologies with social capital. *New Media Studies*, 1(3), 1-42. doi: 10.22054/cs.2015.4592. (In Persian)
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, 80(12), 56-68.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
- Radman, A. (2021). Infographic report of 62 research projects. Tehran: Planning and Research Center, Studies and Research Office, Central Office of Imam Khomeini Relief Committee. (In Persian)
- Robbins, S., & De Santis, D. (1998). *Fundamentals of Management*. Translated by S. M. Arabi, M. A. Hamid Rafiei, & B. Asrari Ershad. Tehran: Cultural Research Office. (In Persian)
- Rostami Tengki, A., Mashinchi, A. A., & Qaltash, A. (2019). Explaining the scheme of the aid and philanthropy culture model in the country's formal education and training system. *Bimonthly New Approach in Educational Management*, 11(45), 269-288. (In Persian)
- Roshandel Arbatani, T., Zulfizarzadeh, M., & Veblai, M. (2014). Environmental trends affecting the future of the national media in the country's twenty-year vision. *Strategic Management Research*, 20(54). (In Persian)

- Ritchie, J., & Lewis, J. (2003). *Qualitative research practice: A guide for social science student and researcher*. London: SAGE Publication.
- Sabet, N. S., & Khaksar, S. (2024). The performance of local government, social capital and participation of villagers in sustainable rural development. *The Social Science Journal*, 61(1), 1-29.
- Sarukhani, B., Adhami, A., & Mohammadzadeh, H. (2021). Social capital as a basis for economic progress (case study of Aras Free Zone). *Quarterly Journal of Economic Sociology and Progress*, 10(1), 245-270. doi: 10.22034/jeds.2021.41434.1455. (In Persian)
- Siadati Kharati, S. M. (2017). The need for clarification of the government's financial affairs to improve the existing social conditions. Regional Conference on the Role of Management and Accounting in the Excellence of Organizations and Solving Financial Crises. (In Persian)
- Sadri, A. M., Ukkusuri, S. V., Lee, S., Clawson, R., Aldrich, D., Nelson, M. S., & Kelly, D. (2018). The role of social capital, personal networks, and emergency responders in post-disaster recovery and resilience: A study of rural communities in Indiana. *Natural Hazards*, 90(3), 1377-1406.
- Schmid, H. (2002). Relationships between organizational properties and organizational effectiveness in three types of nonprofit human service organizations. *Public Personnel Management*, 31(3), 377-395.
- Schwarz, J. O. (2008). Assessing the future of futures studies in management. *Futures*, 40, 237-246.
- Vårheim, A. (2009). Public libraries: Places creating social capital? *Library Hi Tech*.
- Wollebaek, D., & Selle, P. (2002). Does participation in voluntary associations contribute to social capital? The impact of intensity, scope, and type. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 31(1), 32-61.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27, 151-208.
- Worldbank. (2022). Retrieved from <https://web.worldbank.org/archive/website01360/WEB/0CO-10.HTM>
- Zahra, S. A. (2010). Harvesting Family Firms' Organizational Social Capital: A Relational Perspective. *Journal of Management Studies*, 47(2), 345-366.