

Original Article

Providing a framework for promoting social capital in investment companies (Kian Financial Group)

Received: 08 May 2024
Accepted: 09 Jul 2024

Mitra Kordheydari¹, Hossein Moeini^{2*}, Vahid Sharafi³

1. MSc. student of Business Management, Faculty of Humanities, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran.

2. Associate Professor, Department of Business Administration, Faculty of Humanities, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran. (Corresponding Author)
Email: moeini61@yahoo.com

3. Assistant Professor, Department of Business Administration, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran.

doi:10.48308/jbmp.2024.235610.1606

EXTENDED ABSTRACT:

Introduction: In the current era, the success of organizations cannot be achieved solely through the utilization of wealth and equipment; social capital has emerged as a complementary factor to human, financial, and economic capital. Social capital generally refers to a set of shared values that allow individuals to collaborate effectively towards a common goal within a group. It is an important factor in explaining the differences in economic growth between companies and has become an attractive concept for researchers and policymakers. Social capital is introduced as cohesive networks that share norms, values, and understandings, facilitating internal and external cooperation within organizations (Mercado et al., 2019). It is considered one of the most popular concepts that has emerged in management discussions, particularly in the field of sociology, aimed at investigating and creating value based on communities and social networks. Social capital has been viewed from both process and content perspectives. From a process perspective, four dynamic factors – stability, closure, interdependence, and interaction – strengthen the formation of social capital. From a content perspective, social capital comprises three dimensions: structural, cognitive, and relational. The structural dimension is necessary for the existence of the relational and cognitive dimensions, while the cognitive dimension is necessary for the relational dimension. Social capital is recognized as an economic asset, contributing to acquiring financial resources and increasing organizational efficiency. Numerous studies have examined the relationship between social capital and the performance of investment companies in terms of efficiency and sustainability by analyzing various economic and non-economic factors. From the perspective of endogenous economic growth models, social capital is considered an institutional variable influencing the growth and economic stability of economic societies. Economic and sociological research over the past few decades indicates that social capital influences the performance of investment companies, particularly financial development.

Methods: The research methodology is determined based on the purpose of the study. The present research is applied-developmental in terms of purpose and has been conducted qualitatively. This research is exploratory in nature and was conducted using a semi-structured interview tool. The interview questions were derived from the main and sub-questions of the research, which were designed with the expansion and explanation of 5 questions in a researcher-made manner and with the approval of the supervisor. The case study is Kian Investment Company, and the statistical population of the research consists of the managers and experts of this company, from whom 12 people were selected using snowball sampling. In such studies, the sample size is determined using the sufficiency limit until theoretical saturation, so this research reached theoretical saturation after 12 interviews. The responses and interviews with experts were conducted in person. To develop the framework and analyze the collected data, a three-level thematic analysis method (basic, organizing, and global themes) was used. Also, to measure validity and reliability, criteria such as credibility, confirmability, and dependability, as well as the Holsti coefficient, were used. Thematic analysis is a method for identifying, analyzing, and reporting patterns within qualitative data. This method is a process for analyzing textual data and transforms scattered and diverse data into rich and detailed data. This method uses a multi-step process to create basic, organizing, and ultimately global themes, including: 1) familiarizing with the data, 2) creating initial codes and coding, 3) searching for and recognizing themes, 4) drawing a thematic network, 5) analyzing the thematic network, and 6) reporting.

Result: Semi-structured expert interviews were conducted with experts from investment companies to identify a model for promoting social capital. In this stage, before starting the interview, some questions were considered, and during the interview process, it was anticipated that new questions would also be raised. To familiarize the researcher with the depth and content range of the data, repeated re-readings of the data and active reading of the data (searching for meanings and patterns) were performed. The findings from the data coding process are then presented. Braun and Clarke (2021) presented a six-stage process for thematic



analysis, which was also used in this research: In the first stage, familiarization with the depth of the data content was done. The second stage deals with creating initial codes, and in this stage, 81 codes were extracted from the interviews. In the third stage, called the search for initial themes, different codes were categorized into initial themes, and all coded data summaries were arranged, resulting in 45 initial themes. In the fourth stage, organizing themes were formed, which included reviewing, refining, and shaping higher-level themes. In the fifth stage, the main themes for analysis were presented, defined, and reviewed again. Then the data of each main theme was analyzed. In this stage, seven main or global themes were obtained from among the sub-themes. In the final and sixth stage, the final analysis and report writing were performed. Given the findings from Table 5 and the separation of initial themes into constituent themes and the final identification of the components of promoting social capital in investment companies as global themes in this research, the findings indicate that this model has 8 global themes, including increasing participation, improving organizational adaptability, increasing corporate social responsibility, increasing transparency, nurturing a positive organizational culture, expanding organizational trust, dynamic competition, and flexible organizational structure. The themes were classified into these 8 categories based on conceptual relationships with each other. The organizing themes that created each global theme are: strengthening intra-organizational communications and cooperation, promoting a participatory work environment, improving work-life balance, employee satisfaction, implementing agile strategies for adaptability, growth of citizenship behaviors, existence of corporate social responsibility programs, information transparency, constructive laws and regulations, leadership modeling instead of management, attention to employee well-being, investment in education and development, expansion of organizational honesty, trust in organizational processes, innovation and continuous improvement, increasing competitive advantage and differentiation, situational use of hierarchical structures, and promotion of decentralized decision-making. Based on the global, organizing, and basic themes identified in this research, a model for promoting social capital in investment companies based on the case study is presented below. It should be noted that in general, the obtained themes were obtained in the areas of importance reasons, influencing factors, required actions and strategies, and consequences related to promoting social capital in investment companies.

Conclusion: Social capital is a type of capital that has received a lot of attention internationally. The existence of social capital provides a suitable platform for promoting human, economic, and physical capital, while the lack of social capital negates the effectiveness of other capitals in achieving development. However, research aimed at the growth and promotion of social capital has faced limitations, resulting in research gaps and the field not growing as it should. Therefore, this research aims to present a framework for promoting social capital in investment companies. A qualitative study was conducted involving interviews with 12 experts from the company under study. Thematic analysis was used to identify 45 basic themes, 18 organizing themes, and 8 global themes as components of promoting social capital in investment companies. The global themes identified include increasing participation, improving organizational adaptability, increasing corporate social responsibility, increasing transparency, nurturing a positive organizational culture, expanding organizational trust, dynamic competition, and flexible organizational structure. The organizing themes that create these global themes involve strengthening intra-organizational communications, promoting a participatory work environment, improving work-life balance, implementing agile strategies for adaptability, existence of corporate social responsibility programs, leadership modeling, investment in education, innovation, and decentralized decision-making. The results provide a guide for promoting social capital in investment companies and are consistent with some prior research in this area, though this study presents a unique framework for this context.

Keywords: Social Capital, Investment Company, Thematic Analysis.

Funding: There is no funding support

Authors Contribution: equal share for each author.

Conflict of interest: Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgements: -

ارائه چارچوبی برای ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری (مطالعه موردی: گروه مالی کیان)

میترا کردحیدری^۱، حسین معینی^{۲*}، وحید شرفی^۳

تاریخ دریافت: ۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۹ تیر ۱۴۰۳

چکیده:

هدف: سرمایه اجتماعی، یکی از انواع سرمایه‌ها است که در جوامع بین الملل مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. وجود سرمایه اجتماعی، بستر مناسبی برای ارتقا سرمایه انسانی، اقتصادی و فیزیکی است. این پژوهش به دنبال ارائه چارچوبی برای ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری است. هدف آن بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای سرمایه انسانی، اقتصادی و فیزیکی و تاثیر فقدان آن بر اثربخشی سایر سرمایه‌ها در دستیابی به توسعه است.

روش‌شناسی پژوهش: پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، کیفی و از نظر روش تحلیل، تحلیل مضمون می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش، شرکت سرمایه‌گذاری کیان در شهر تهران می‌باشد و منبع جمع‌آوری داده‌ها شامل مدیران مالی، دارایی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری هستند که در زمینه سرمایه‌گذاری تخصص دارند و به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین برای انتخاب نمونه، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. در این پژوهش، ابتدا مطالعات مرتبط بررسی و سپس با بهره‌گیری از نظر خبرگان از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته، نتایج حاصل از این روش مورد تحلیل و راستی‌آزمایی قرار گرفت.

یافته‌ها: بر اساس یافته‌ها، ۸ مؤلفه اصلی شامل، افزایش مشارکت، بهبود سازگاری سازمانی، افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت، افزایش شفافیت، پرورش فرهنگ سازمانی مثبت، گسترش اعتماد سازمانی، رقابت پویا، ساختار سازمانی منعطف در راستای ارتقای سرمایه اجتماعی بدست آمده و مدل مرتبط با آن طراحی شده است.

نتیجه‌گیری: نتایج بدست آمده حاکی از آن است که در شرکت‌های سرمایه‌گذاری با تمرکز و توجه بر مولفه‌هایی مانند افزایش مشارکت، بهبود سازگاری سازمانی، افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت، افزایش شفافیت، پرورش فرهنگ سازمانی مثبت، گسترش اعتماد سازمانی، رقابت پویا و ساختار سازمانی منعطف می‌توان به ارتقای سرمایه اجتماعی پرداخت؛ همچنین این پژوهش می‌تواند راهنمای مناسبی جهت ارائه راهکارهای ارتقای سرمایه اجتماعی باشد. در نهایت نیز پیشنهادهایی کاربردی مبتنی بر نتایج به شرکت‌های سرمایه‌گذاری ارائه شده است.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، شرکت سرمایه‌گذاری، تحلیل مضمون.

۱. دانشجوی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه، قم، ایران.

۲. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی؛ دانشگاه حضرت معصومه(س)، قم، ایران.
(نویسنده مسئول).

ایمیل: moeini61@yahoo.com

۳. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه(س)، قم، ایران.

doi:10.48308/jbmp.2024.235610.1606

۱- مقدمه

امروزه، سرمایه اجتماعی به عنوان مکمل سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی مورد بحث قرار گرفته است؛ به طوری که در عصر حاضر موفقیت سازمان‌ها تنها از طریق به‌کارگیری ثروت و تجهیزات امکان‌پذیر نخواهد بود (Coelho et al, 2023). سرمایه اجتماعی شرکت‌ها معمولاً به عنوان تضمینی مؤثر برای کسب دانش، تحریک نوآوری و بهبود عملکرد در نظر گرفته می‌شود (Lyu et al, 2022). این مفهوم به مجموعه‌ای از ارزش‌های مشترک که به افراد اجازه می‌دهد تا برای دستیابی مؤثر به یک هدف مشترک در یک گروه با هم کار کنند، اشاره دارد و عامل مهمی در تبیین تفاوت در رشد اقتصادی بین شرکت‌ها است و به مفهومی جذاب برای محققان و سیاست‌گذاران تبدیل شده است (Muringan et al, 2021).

فورسل^۱ و همکارانش (۲۰۲۰) سرمایه اجتماعی را یکی از محبوب‌ترین مفاهیمی تعریف کرده‌اند که طی سال‌های گذشته در مباحث مدیریتی به‌ویژه شاخه جامعه‌شناسی ظهور پیدا کرده است و به یکی از گزاره‌های شناخته‌شده این حوزه به دنبال بررسی و ایجاد ارزش‌های مبتنی بر جامعه و شبکه‌های اجتماعی تبدیل شده است. ژانگ^۲ و همکارانش (۲۰۱۹) اعلام کردند که سرمایه اجتماعی بیانگر مقاصد مشترک میان اعضای یک نظام اجتماعی است. سرمایه اجتماعی از هر دو منظر فرآیندی و محتوایی نگریسته شده است. از منظر فرآیندی، چهارعامل پویا شامل ثبات، بسته بودن، وابستگی متقابل و تعامل، ایجاد سرمایه اجتماعی را تقویت می‌کنند (Menike, 2020) و از منظر محتوایی سرمایه اجتماعی شامل سه بعد ساختاری^۳، شناختی^۴ و رابطه‌ای^۵ است (Fatima & Elbanna, 2023). بعد ساختاری برای وجود بعد رابطه‌ای و شناختی لازم است، در حالی که بعد شناختی برای وجود بعد رابطه‌ای لازم است. بعد ساختاری به عنوان الگوی کلی ارتباطات بین افراد تعریف می‌شود و به ساختار شبکه اجتماعی اشاره دارد و شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی است (Lan & Luc, 2020). بعد رابطه‌ای به کیفیت تعاملات و ارتباطات اعضا در درون یک گروه اشاره دارد و شامل مؤلفه‌هایی چون؛ اعتماد، هنجارها، تعهدات، روابط متقابل و تعیین هویت مشترک است. بعد شناختی که محور آن، شناخت (یعنی فعالیت‌های ذهنی، عقلی و اندیشه‌ای) است، با استفاده از زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش‌ها را برای اعضای شبکه فراهم می‌کند. بعد شناختی، همانند بعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می‌پردازد؛ مانند زبان، کد، روایت‌های مشترک (Thomas & Gupta, 2021).

سرمایه اجتماعی به طور گسترده‌ای دوگانه تلقی می‌شود: در سطح گروه، ماهیت احساسات و کیفیت روابط را منعکس می‌کند، در حالی که در سطح فردی، اقدامات بازیگران را ارتقا می‌دهد و دسترسی آن‌ها به منابع شبکه‌های اجتماعی را منعکس می‌کند (Xu et al, 2022). سرمایه اجتماعی مجموعه ویژگی‌های محیطی و روابط اجتماعی

1 Forsell

2 Zhang

3 Structural dimension

4 Cognitive dimension

5 Relationship dimension

است که می‌تواند با تسهیل همکاری و هماهنگی میان افراد، موجب دستیابی به اهداف و منافع مشترک شود (Jha & Cox, 2015; Kheirgoo & Soheili, 2018). مولفه‌هایی نظیر اعتماد، مشارکت داوطلبانه و موارد مشابه در سرمایه اجتماعی، باعث می‌شوند تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت، رایزنی‌های مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و موارد دیگر در سازمان کاهش یابد و باعث بهبود رضایت شغلی در سازمان شود. سرمایه اجتماعی به کسب مزیت از منابع مالی و همچنین افزایش کارایی فعالیت‌ها در سازمان کمک می‌کند؛ در نتیجه آن سرمایه اجتماعی را می‌توان به عنوان دارایی‌های اقتصادی شناسایی کرد (Mariani et al, 2023). از منظر الگوهای رشد اقتصادی درون‌زا سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از متغیرهای نهادی تأثیرگذار بر رشد و ثبات اقتصادی جوامع اقتصادی تلقی می‌شود (Kong et al, 2023). تحقیقات اقتصادی و جامعه‌شناسی در چند دهه اخیر نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های سرمایه‌گذاری به‌ویژه توسعه مالی، تأثیر می‌گذارد (Menike, 2020). سرمایه اجتماعی، اعتبارات خصوصی و سرمایه‌گذاری در یک کشور را متأثر می‌کند (Ebrahimian et al, 2021)؛ از طرفی شرکت‌های سرمایه‌گذاری با توجه به ماهیت عملکردی که دارند، سیستمی مبتنی بر تعاملات ارتباطات بین افراد و شرکت است، چرا که این شرکت‌ها با دریافت سرمایه و تبدیل پس‌اندازها و وجوه سرگردان به فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مولد نقش اساسی در تأمین مالی خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی بر عهده داشته و از این طریق زمینه‌های سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی را فراهم می‌کنند (Yazdani et al, 2022).

بررسی‌های انجام‌شده در حوزه سرمایه اجتماعی حاکی از آن است که مطالعات متعددی در این زمینه انجام‌شده است؛ اما پژوهش‌ها در جهت رشد و ارتقاء سرمایه اجتماعی در حوزه مالی با محدودیت مواجه بوده و لذا شکاف‌ها و محدودیت‌های پژوهشی در این زمینه وجود دارد و به همین جهت آن‌طور که باید، منجر به رشد این حوزه نشده است. علاوه بر تفاوت‌هایی که از لحاظ روش‌شناسی بین این پژوهش و تحقیقات مشابه در این زمینه وجود دارد و جزء تمایزهای این پژوهش محسوب می‌شود، از لحاظ مولفه‌های شناسایی شده نیز تفاوت‌هایی وجود دارد. همچنین پژوهشی که به ارائه چارچوب ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری پردازد، انجام نشده است.

بنابراین، این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که: چارچوب ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری چگونه است؟

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- سرمایه اجتماعی^۱

سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره می‌کند و مفهوم جامعی است که به مزایای حاصل از ارتباطات اجتماعی اشاره می‌کند (Ben-Hador et al, 2021). سرمایه

اجتماعی را به عنوان یک دارایی جمعی در قالب هنجارها، ارزش‌ها، اعتقادات، اعتماد، شبکه‌ها، روابط اجتماعی و نهادهایی مشترک تعریف می‌کنند که همکاری و اقدام جمعی را برای منافع متقابل تسهیل می‌کنند (Mahjoob et al, 2021). به عبارتی، سرمایه اجتماعی به سنگ بنای توسعه جامعه تبدیل شده‌است (Halstead et al, 2022). سویدی^۱ و فرازمند (۲۰۲۰) سرمایه اجتماعی را سیستمی از روابط اجتماعی تعریف کردند. چوایی^۲ و همکارانش (۲۰۲۰) سرمایه اجتماعی را فرایندی از اتصال‌ها بین افراد تعریف کردند. سنجر^۳ و همکارانش (۲۰۲۱) سرمایه اجتماعی را روابط یا تعامل‌های فیزیکی بین افراد در یک نظام اجتماعی می‌دانند. سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌های منسجمی که هنجارها، ارزش‌ها و درک‌هایی را به اشتراک می‌گذارند و موجب تسهیل همکاری داخلی و خارجی را در سازمان‌ها می‌شوند، معرفی شده است (Mercado et al, 2019).

جدول ۱. برخی پژوهش‌های در حوزه سرمایه اجتماعی

مباحث مهم پژوهش محقق	محقق (سال)
<ul style="list-style-type: none"> از نظریه سرمایه اجتماعی برای بررسی استراتژی‌هایی برای افزایش مشارکت در اداره جامعه استفاده می‌کند. رابطه علی بین سرمایه اجتماعی و مشارکت ساکنین اثبات شده است. افزایش سرمایه اجتماعی جامعه حیاتی است. مشارکت ساکنین به طور مثبت تحت تأثیر عناصر مختلف سرمایه اجتماعی جامعه است. هنگام مقایسه سرمایه هنجاری با سرمایه هویتی، بدیهی است که تأثیر سرمایه شبکه و سرمایه اعتماد اهمیت بیشتری دارد. 	<ul style="list-style-type: none"> زانگ^۴ (۲۰۲۴)
<ul style="list-style-type: none"> بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی، مدلی را پیشنهاد و آزمایش کرد که دربرگیرنده مفاهیم شایستگی رهبر، اشتراک دانش، عملکرد شغلی کارکنان و وفاداری کارکنان در زمینه مدیران کل بود. شایستگی‌های رهبر برای ارتقای اشتراک دانش و افزایش عملکرد شغلی کارکنان حیاتی است. اشتراک گذاری دانش و عملکرد شغلی کارکنان تأثیر مستقیمی بر وفاداری کارکنان دارند. 	<ul style="list-style-type: none"> اسوانسون و همکاران^۵ (۲۰۲۰)
<ul style="list-style-type: none"> این پژوهش بر اهمیت ایجاد سرمایه اجتماعی برای لیبرال دموکراسی مدرن تأکید می‌کند و نقش شبکه‌های مشارکت مدنی را در تقویت همکاری و اعتماد برجسته می‌کند. سرمایه اجتماعی همکاری و کنش جمعی را تسهیل می‌کند، شبکه‌های مشارکت مدنی هنجارهای متقابل و اعتماد را تقویت می‌کنند، و جامعه مدنی متراکم برای لیبرال دموکراسی مدرن حیاتی است. 	<ul style="list-style-type: none"> اسریلخا و شیجا^۶ (۲۰۲۲)
<ul style="list-style-type: none"> دلیل اصلی تشدید تضادهای اجتماعی فقدان سرمایه اجتماعی است و ادغام و بازسازی سرمایه اجتماعی برای ارتقای نوآوری حکمرانی اجتماعی پیشنهاد می‌شود. این مقاله اهمیت سرمایه اجتماعی را برای هماهنگی و ثبات اجتماعی مورد بحث قرار می‌دهد، فقدان عناصر سرمایه اجتماعی را که منجر به درگیری‌های اجتماعی می‌شود، برجسته می‌کند، و ادغام و بازسازی سرمایه اجتماعی را به عنوان نقطه کانونی برای ارتقای نوآوری حاکمیت اجتماعی، با رویکردهای اجرایی خاص پیشنهاد می‌کند. 	<ul style="list-style-type: none"> تینگ زانگ^۷ (۲۰۲۰)

1 Subedi

2 Chouaibi

3 Sanchez

4 Zhang

5 Swanson et al

6 Sreelekha, Sheeja

7 Ting Zhang

<ul style="list-style-type: none"> این پژوهش به بررسی تأثیر مثبت آموزه‌های دینی بر سرمایه اجتماعی می‌پردازد و بر اهمیت دین در افزایش همکاری و اعتماد در جوامع، به ویژه در جامعه اسلامی تأکید می‌کند. این تحقیق تأثیر مثبت آموزه‌های دینی را بر سرمایه اجتماعی در کوالا لامپور مالزی در سال ۲۰۲۰ نشان داد. این پژوهش به تبیین و تبیین رابطه جامعه شناختی اسلام با سرمایه اجتماعی در جامعه اسلامی پرداخت. 	<p>سولاسمی و آگوسانی^۱ (۲۰۲۱)</p>
<ul style="list-style-type: none"> محدود کردن سرمایه اجتماعی در دویخش «ساختار روابط» و «کیفیت روابط» نوع روابط (رسمی و غیررسمی)، اندازه شبکه روابط (گسترده و محدود) و ساختار درونی و بیرونی. اشاره به ساختار چند بعدی شبکه‌ها، اعتماد و هنجار 	<p>استون^۲ (۲۰۰۱)</p>
<ul style="list-style-type: none"> نقش سرمایه اجتماعی در چگونگی شبکه روابط اجتماعی، دوستی‌ها، احساس کنترل شخصی و اعتماد اجتماعی تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بیش از سرمایه انسانی (سطح تحصیلات، درآمد، موقعیت اجتماعی فرد و...) بر میزان شادمانی افراد جامعه 	<p>ریچارد^۳ (۲۰۰۰)</p>
<ul style="list-style-type: none"> مجموع منابع واقعی و مجازی است متعلق به فرد یا گروهی از طریق تصاحب شبکه‌ای به نسبت پایدار روابط دو طرفه 	<p>بورديو^۴ (۱۹۹۲)</p>
<ul style="list-style-type: none"> سرمایه اجتماعی به مثابه دارایی در اختیار جامعه و کنشگران اجتماعی، با بهره‌مندی از مؤلفه‌هایی نظیر؛ اعتماد، مشارکت، حمایت اجتماعی و اطمینان اجتماعی و دیگر عناصری که در ذیل چتر خود دارد، موجب می‌شود تا هزینه‌های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی را کاهش یابد. سرمایه اجتماعی امکان استفاده از زمان و دیگر منابع و سرمایه‌ها را، در جهت انجام فعالیت‌هایی با بهره‌وری بیشتر فراهم می‌کند. 	<p>سیدعلیپور و خورشیدی (۲۰۲۰)</p>
<ul style="list-style-type: none"> نوسانات در بازارهای مالی می‌تواند نقش مؤثری در افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی داشته باشد و همچنین سرمایه اجتماعی نیز می‌تواند در ایجاد نوسان یا ثبات در بازارهای مالی مؤثر باشد. تقویت سرمایه اجتماعی نیاز به ایجاد ثبات در بازارهای مالی دارد و ایجاد ثبات در بازارهای مالی نیز مستلزم تقویت سرمایه اجتماعی است. 	<p>لواف و همکاران (۲۰۲۱)</p>
<ul style="list-style-type: none"> رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد سرمایه اجتماعی با توسعه پایدار شهری قابل مشاهده است. هر چه سرمایه اجتماعی بیشتر شود، میزان توسعه پایدار شهری افزایش می‌یابد و برعکس هر چه سرمایه اجتماعی کمتر شود، میزان توسعه پایدار شهری کاهش می‌یابد. 	<p>پوربھی و همکاران (۲۰۲۲)</p>
<ul style="list-style-type: none"> سرمایه اجتماعی باعث افزایش کارایی سرمایه‌گذاری شرکت می‌گردد. سطح بالای سرمایه اجتماعی در شرکت‌ها باعث چسبندگی سود سهام می‌شود. 	<p>ابراهیمی و همکاران (۲۰۲۲)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ابعاد مدیریت دانش بر سرمایه اجتماعی در بانک‌ها تأثیر معناداری دارد. سرمایه اجتماعی بر ابعاد سرمایه فکری در بانک‌ها تأثیر معناداری دارد و ابعاد مدیریت دانش بر ابعاد سرمایه فکری در بانک‌ها تأثیر دارد. بانک‌ها در جهت بهبود عملکردشان باید مدیریت دانش و سرمایه فکری و همچنین سرمایه اجتماعی را بهبود بخشند. 	<p>خوشنام و شهبازی (۲۰۲۲)</p>

سرمایه اجتماعی تأثیرات مختلفی بر افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها دارد. برخی از اثرات سرمایه اجتماعی به شرح ذیل

است:

1 Sulasmi, Agussani

2 Stone

3 Richard

4 Bourdieu

رفتار اجتماعی^۱: سرمایه اجتماعی مردم را تشویق می‌کند که به دیگران کمک کنند، حمایت کنند و همکاری کنند، در حالی که رفتارهای خودخواهانه و استثمارگرانه را دلسرد می‌کنند. این اعتماد، احترام متقابل، حسن نیت و همبستگی را الهام می‌دهد که به نفع افراد و هرکسی است که با او تعامل دارند (Baldassarri & Abascal, 2020).

نتایج اقتصادی و اجتماعی^۲: مشخص شده است که سرمایه اجتماعی تاثیر مثبتی بر نتایج اقتصادی و اجتماعی دارد. به عنوان مثال، سرمایه اجتماعی می‌تواند هزینه‌های معامله را کاهش دهد، اشکال جدیدی از تبادل اطلاعات ایجاد کند و نوآوری بیشتری را ایجاد کند. همچنین می‌تواند منجر به کاهش گردش مالی، بهبود عملکرد تیم و فرد، افزایش انتقال دانش، نوآوری بیشتر و افزایش تحرک شغلی شود (Cai et al, 2021).

نوآوری^۳: سرمایه اجتماعی می‌تواند با کاهش هزینه‌های معامله، ایجاد اشکال جدید تبادل اطلاعات و دسترسی به دانش و منابع متنوع، نوآوری را تسهیل کند (Ozgun et al, 2022).

دستاورد تحصیلی^۴: سرمایه اجتماعی با دستاورد تحصیلی و نوآوری در دوره تحصیلی و دانشگاهی همراه است. تنوع در روش‌های تدریس نیز می‌تواند به افزایش سرمایه اجتماعی کمک کند (Demir, 2021).

بهبود عملکرد سازمانی^۵: سرمایه اجتماعی می‌تواند با ایجاد محیط‌های کاری متمایز، بهبود بهره‌وری و افزایش تحرک شغلی، عملکرد سازمانی را بهبود بخشد. همچنین می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا مردم را به دفتر برگردانند و یک محیط کاری مثبت را پرورش دهند (Lyu et al, 2022).

جامعه منسجم^۶: سرمایه اجتماعی می‌تواند با ایجاد اعتماد عمومی و تشویق انتخاب آزاد فردی به ایجاد جامعه منسجم‌تر کمک کند. همچنین می‌تواند به ایجاد حس حمایت اجتماعی و اجتماعی کمک کند (Zihnioğlu & Dalkıran, 2022).

به طور کلی، سرمایه اجتماعی تاثیر قابل توجهی بر افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها دارد. این رفتار اجتماعی را تشویق می‌کند، نوآوری را تسهیل می‌کند، نتایج اقتصادی و اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد یک جامعه منسجم کمک می‌کند (Menike, 2020).

۲-۲- ارتقا سرمایه اجتماعی^۷

ارتقای سرمایه اجتماعی به معنای توسعه و افزایش سطح و کیفیت ارتباطات، اعتماد، همکاری و شبکه‌های اجتماعی در یک جامعه است (Perez et al, 2020). ارتقای سرمایه اجتماعی سبب تسهیل در فعالیت‌ها و دستیابی افراد و گروه‌ها به اهداف آن‌ها می‌شود.

1 Prosocial behavior

2 Economic and social outcomes

3 Innovation

4 Academic achievement

5 Improved organizational performance

6 Cohesive society

7 promoting social capital

بهبود سرمایه اجتماعی به تلاش‌های عمدی با هدف افزایش سطح سرمایه اجتماعی در افراد، گروه‌ها و جوامع اشاره دارد. با وجود فواید اجتماعی عدیده مترتب بر میزان بالای سرمایه اجتماعی، پژوهش درموضوع ارتقای سرمایه اجتماعی و راهبردهای سرمایه‌گذاری در آن نابالغ و توسعه‌نیافته است (Hooghe & Stolle, 2007). این در حالی است که امروزه ارتقای سرمایه اجتماعی به هدف قابل تحقیق در اسناد توسعه بدل شده است (Pakseresht, 2014). این موضوع می‌تواند مزایایی مانند اجتماعی بودن، ایجاد و تقویت روابط، اعتماد و امانت داری، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، ترویج هنجارهای اجتماعی مثبت، تشویق به اقدام جمعی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اجتماعی داشته باشد و به طور کلی مدیریت ساختاری شبکه‌ها و رفع موانع شکل‌گیری یا سوءعملکرد این شبکه‌ها در عدم توفیق آن‌ها در جلب مشارکت و تحقق عمل جمعی از مهمترین اولویت‌های طراحی راهبردهایی برای ارتقای سرمایه اجتماعی است (Cai et al, 2021).

۳-۲- سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری

شرکت‌های سرمایه‌گذاری شکل جدیدی از مؤسسات اعتباری و مالی هستند که در چند دهه اخیر در کشورهای درحال توسعه و همچنین در ایالات متحده به‌طور فعال در حال رشد هستند. شروع توسعه این شرکت‌ها از ایالات متحده بوده است؛ شرکت‌های فوق می‌توانند به‌صورت دولتی یا خصوصی باشند. به‌طور کلی شکل سازمانی شرکت‌های سرمایه‌گذاری اعم از باز و بسته عمدتاً بر اساس شکل سهامی است (Burkhanov, 2020). سرمایه اجتماعی نقش مهمی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری، به ویژه در بخش فناوری دارد. در اینجا به برخی از پیامدهای سرمایه اجتماعی بر شرکت‌های سرمایه‌گذاری اشاره شده است: شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌توانند با ایجاد و حفظ شبکه‌های اجتماعی قوی با کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و سایر ذینفعان در صنعت از سرمایه اجتماعی استفاده کنند. این شبکه‌ها می‌توانند دسترسی به اطلاعات، منابع و فرصت‌های ارزشمندی را فراهم کنند که می‌تواند تصمیمات سرمایه‌گذاری را افزایش دهد. شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌توانند اعتماد متقابل را با ایجاد یک محیط عدالت، شفافیت و ارتباطات باز تقویت کنند. این می‌تواند به ایجاد روابط مثبت با کارآفرینان و سایر ذینفعان کمک کند و منجر به نتایج سرمایه‌گذاری بهتر شود. شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌توانند هنجارهای اجتماعی مثبت مانند احترام، همدلی و همکاری را در سازمان‌ها و شبکه‌های خود ترویج دهند. این می‌تواند به ایجاد فرهنگ اعتماد و همکاری کمک کند و منجر به تصمیمات و نتایج سرمایه‌گذاری بهتر شود (Amirkhani & Akbari, 2022). شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌توانند از اقدام جمعی و همکاری بین کارآفرینان و سرمایه‌گذاران برای دستیابی به اهداف مشترک حمایت کنند. این می‌تواند شامل حمایت از ابتکارات جامعه، پروژه‌های گروهی و تلاش‌های حل مسئله مشترک باشد که مردم را برای دستیابی به اهداف مشترک گرد هم می‌آورد. شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌توانند در زیرساخت‌های اجتماعی مانند مراکز اجتماعی، فضاهای عمومی و سیستم عامل‌های آنلاین سرمایه‌گذاری کنند که فرصت‌هایی برای تعاملات اجتماعی و تشکیل شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کند این فضاها می‌توانند تبادل اطلاعات، منابع و حمایت را تسهیل کنند و در نتیجه سرمایه اجتماعی را ترویج دهند (Al-Omoush, 2020).

به طور کلی، سرمایه اجتماعی با فراهم کردن دسترسی به اطلاعات، منابع و فرصت‌های ارزشمند، تقویت روابط مثبت و ترویج فرهنگ اعتماد و همکاری، نقش مهمی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری ایفا می‌کند. شرکت‌های سرمایه‌گذاری که به طور فعال سرمایه اجتماعی را ترویج و سرمایه‌گذاری می‌کنند، می‌توانند به نتایج سرمایه‌گذاری بهتر دست یابند و به توسعه یک صنعت منسجم‌تر و نوآورانه‌تر کمک کنند (Allameh, 2018).

۴-۲- گروه مالی کیان

کیان یک نهاد مالی ثبت شده نزد سازمان بورس است که در گروه خود مجوزهای کارگزاری، مشاوره سرمایه‌گذاری، سبگردانی، شش صندوق سرمایه‌گذاری و پردازش اطلاعات مالی را از سازمان بورس اوراق بهادار و مجوز پرداخت باری و واسپاری را از بانک مرکزی اخذ کرده است.

گروه مالی کیان گروهی از شرکت‌های مالی ارائه دهنده خدمات تأمین مالی، مدیریت دارایی و معاملات اوراق بهادار است که از سال ۱۳۹۵ تاسیس و تحت نظارت نهادهای ناظر بازار سرمایه و پول فعالیت می‌نماید و با همکاری تعدادی از مدیران شاخص بازار سرمایه ساخته شده است. سرمایه پرداخت شده کیان در زمان تأسیس یک هزار میلیارد ریال بوده است که توسط فعالان صدرصد خصوصی تأمین شده است.

این گروه مالی از ابتدای تأسیس خود بر مدار سودآوری قرار داشته و روند سودآوری شرکت طی سال‌های مالی ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ بر مدار صعودی قابل توجه بوده است. مورد توجه قرار گرفتن بازار سرمایه در سالیان اخیر بخشی از دلایلی است که توسعه سودآوری گروه را در این بازه میسر کرده است. گروه مالی کیان در سال مالی ۱۳۹۹ موفق شده است بیش از پنج هزار میلیارد تومان سود خالص (تلفیق) محقق کند و جریان خالص وجه نقد ناشی از عملیات خود را به بیش از نهصد میلیارد ریال برساند. سرمایه گروه مالی کیان، در سال ۱۴۰۰ از محل مطالبات سهامداران به دو هزار میلیارد ریال افزایش یافته است.

۵-۲- پیشینه پژوهش

نماینان و همکاران (۱۴۰۱) به طراحی مدل سرمایه اجتماعی و ارزیابی آن در حوزه بازاریابی بانک‌های ملی و ملت پرداختند. مدل نهایی شامل سه بعد (ساختاری- اداری، شناختی- آموزشی، رفتاری- ارتباطی) و ۱۰ مقوله اصلی با عناوینی از قبیل استقرار بانکداری اجتماعی، توانمندسازی کارکنان بانک، ساختار سازی مناسب، بینش و شناخت لازم، تعامل و شبکه‌سازی، پیشگامی، حمایت نهادی، روابط درون‌سازمانی، مشارکت اجتماعی، روابط اجتماعی) و مشتمل بر ۳۶ مقوله فرعی (شاخص) بود.

ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی سرمایه اجتماعی، چسبندگی سود سهام و کارایی سرمایه‌گذاری پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داده که سرمایه اجتماعی باعث افزایش کارایی سرمایه‌گذاری شرکت می‌گردد. همچنین سطح بالای سرمایه اجتماعی در شرکت‌ها باعث چسبندگی سود سهام می‌شود.

یزدانی و همکاران (۱۴۰۱) به تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری خارجی در استان آذربایجان شرقی با تکیه بر متغیر سرمایه اجتماعی از دیدگاه جامعه‌شناسی اقتصادی پرداختند. بر اساس یافته‌ها، چالش‌های شناسایی شده سرمایه‌گذاری خارجی در دو منطقه تبریز و جلفا شامل بوروکراسی اداری، نبود برنامه‌های اجرایی

بهینه، تناقض در برنامه‌های اجرایی، نبود وفاق و همدلی میان مسئولین و طولانی بودن فرایند سرمایه‌گذاری بودند. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین متغیر سرمایه اجتماعی با سه بعد مشارکت، اعتماد و انسجام اجتماعی و سرمایه‌گذاری خارجی همبستگی معنادار مستقیم وجود دارد.

شمس و موسوی کاشی (۱۴۰۱) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و جنسیت بر گرایش به کارآفرینی در حسابداران شاغل در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است که بین جنسیت با گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بین سرمایه اجتماعی و ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی آن با گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ابراهیمیان و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی اثر تعدیل‌کننده عدم اطمینان محیطی و وجود روابط تجاری بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و بازده سرمایه‌گذاری (عملکرد) در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان داد که روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی به‌عنوان متغیرهای میانجی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد کلی اعم از عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری نقش ایفا می‌کنند با این تفاوت که تأثیر روابط تجاری به شکل مثبت ولی عدم اطمینان محیطی به شکل منفی است.

قیومی و همکاران (۱۴۰۰) به ارائه مدل و شناسایی فاکتورهای تشکیل‌دهنده ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو پرداخته و دریافته‌اند که ۴ بعد، ۱۲ مؤلفه و ۴۲ شاخص برای مدل ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو شناسایی شد. در بین ابعاد شناسایی‌شده بعد ساختاری ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو، بعد فناوری ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو، بعد فرهنگی ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو و بعد رفتاری ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو به ترتیب میزان تعلق بیشتری نسبت به سایر ابعاد به مفهوم مدل ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت نیرو داشته‌اند.

سمنانی و همکاران (۱۴۰۰) به شناسایی عوامل مؤثر بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در آموزش و پرورش به‌منظور ارائه مدلی جهت ارتقاء آن پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که ۸ شاخص ارتباطی برای سرمایه اجتماعی ارائه‌شده و معنادار بوده است. در بررسی نقش عامل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در بهبود سرمایه اجتماعی نیز توسط ۱۵ گویه اندازه‌گیری شده و مدل ارتقاء سرمایه اجتماعی ارائه شد.

احمدی و مرادی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان؛ سرمایه اجتماعی (آنلاین و آفلاین) و فرهنگ شهروندی که در بین ۳۸۴ نفر از شهروندان شهر سنندج انجام شده است در نهایت به این نتیجه دست یافته‌اند که بین سرمایه اجتماعی آفلاین و آنلاین با فرهنگ شهروندی رابطه معناداری وجود دارد.

ژانگ و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی تأثیرات سرمایه اجتماعی بر عملکرد تأمین مالی جمعی پرداختند. نتایج تجربی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر قابل‌توجهی بر عملکرد تأمین مالی جمعی دارد. برای مثال، توضیحات طولانی‌تر درباره کمپین‌ها، عملکرد تأمین مالی جمعی را بهبود می‌بخشد، اما توضیحات طولانی‌تر درباره مالکان کمپین، عملکرد تأمین مالی جمعی را بدتر می‌کند. آزمایش‌ها اثربخشی مدل پیش‌بینی مبتنی بر سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهند.

مورینگانی و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی سرمایه اجتماعی و رشد اقتصادی در مناطق اروپا پرداخته و دریافته‌اند که سرمایه اجتماعی عامل مهمی در تبیین تفاوت در رشد اقتصادی بین مناطق است. یافته‌ها تأیید می‌کنند که سرمایه اجتماعی با سطوح بالاتر رشد اقتصادی منطقه‌ای مرتبط است. تعامل بین سرمایه اجتماعی و انسانی بررسی شد و مشخص شد که سرمایه اجتماعی برای تحریک رشد اقتصادی، به‌ویژه در مناطق کم مهارت، اساسی است. کای و همکاران (۲۰۲۱) به مطالعه تأمین مالی جمعی و سرمایه اجتماعی: بررسی سیستماتیک با استفاده از دیدگاه پویا پرداختند. یافته‌ها حاکی از کاهش تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی خارجی بر تأمین مالی جمعی در طول زمان، افزایش تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی داخلی بر تأمین مالی جمعی در طول زمان و ارائه یک مدل مفهومی از چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی بر پویایی تأمین مالی جمعی و چندین جهت برای تحقیقات تأمین مالی جمعی مرتبط با سرمایه اجتماعی بوده است.

سبیت و همکاران (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر سرمایه انسانی و اجتماعی بر توسعه اقتصادی در پاکستان پرداخته و دریافته‌اند که به‌طور تجربی از تحلیل مشهود است که سرمایه انسانی و اجتماعی تأثیر قوی بر توسعه اقتصادی دارد؛ بنابراین، نیاز شدید به ایجاد تغییرات پایدار در سرمایه انسانی و اجتماعی برای رشد فراگیر و توسعه اقتصادی در پاکستان وجود دارد.

ژو و همکاران (۲۰۲۲) به مطالعه تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد خرید در تجارت الکترونیکی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که حرفه‌ای بودن تبلیغات، انتظار متقابل از برند و رابطه فرااجتماعی می‌تواند به‌طور مؤثر قصد خرید بیننده را افزایش دهد. وقوع رویدادهای عمومی منفی می‌تواند به‌طور قابل توجهی قصد خرید را کاهش دهد. اعتماد نقش واسطه‌ای بین حرفه‌ای بودن و روابط فرااجتماعی برند و قصد خرید بیننده داشت.

لیو و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآوری شرکت‌های دیجیتال پرداختند. بر اساس نتایج، اول: برای شرکت‌های دیجیتال، سرمایه اجتماعی به‌طور قابل توجهی و مثبت با عملکرد نوآوری مرتبط است. دوم، جستجوی دانش فرامرزی به‌طور مؤثر رابطه بین سرمایه ساختاری اجتماعی، سرمایه رابطه اجتماعی و عملکرد نوآوری را واسطه می‌کند، درحالی‌که این اثر میانجی بین سرمایه شناختی اجتماعی و عملکرد نوآوری معنادار نیست. نتایج تحقیق لیو (۲۰۱۸) نشان داد سرمایه اجتماعی بر یادگیری سازمانی و انتقال دانش در صنایع فرهنگی و خلاق اجرایی مؤثر است.

انانی^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی و ارزیابی اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی در شبکه‌های عمومی پرداخت. شواهد تحقیق نشان داد اعتماد به‌سادگی حاصل نمی‌شود و سرمایه اجتماعی یکی از پیامدهای اعتماد است. انگبرز^۳ (۲۰۱۷) نیز تأثیر مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی، عضویت رسمی و مشارکت گروهی، نوع دوستی، تعامل غیررسمی بین افراد و هنجارهای مشترک را بر سرمایه اجتماعی شناسایی کردند.

¹ Liu

² El Enany

³ Engbers

سازگیل^۱ و همکارانش (۲۰۲۱) به این نتیجه رسیدند که فقدان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، از جمله اعتماد، می‌تواند به شکست مشارکت و همکاری در سازمان منجر شود.

بر اساس پیشینه‌های موردبررسی، مرور پژوهش‌ها و ادبیات موجود در حوزه سرمایه اجتماعی حاکی از آن است که مطالعات متعددی در موضوع سرمایه اجتماعی انجام شده است و بیشتر این پژوهش‌ها در راستای سنجش تأثیر به‌کارگیری سرمایه اجتماعی بر متغیرهای مختلف سازمانی در صنایع مختلف بوده است و در حوزه مالی نیز پژوهش‌های محدودی و با بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و متغیرهای مالی در عملکرد سازمانی بررسی شده است و در موارد محدودی نیز به بررسی تأثیر آن بر رشد و توسعه اقتصادی پرداخته شده است و در تمامی پژوهش‌های پیشین، به سنجش مؤلفه‌های منتخب پرداخته و در جهت رشد و ارتقاء سرمایه اجتماعی پژوهش‌ها با محدودیت مواجه بوده است؛ به طوری که پژوهشی که به بررسی چارچوب و توسعه سرمایه اجتماعی در حوزه شرکت‌های سرمایه‌گذاری به‌عنوان صنعتی با روندهای متفاوت از سایر صنایع و با بررسی پیش‌آیندها و پس‌آیندهای این موضوع بپردازد انجام نشده و پژوهش‌ها در موارد محدود و در زمینه خاص و متفاوت به ارائه مدل و توسعه سرمایه اجتماعی در صنایع مختلف پرداخته‌اند. روش‌های مورد استفاده در پژوهش‌های پیشین نیز متفاوت بوده و عموماً با رویکردی کمی به بررسی سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند و در پژوهش‌های کیفی نیز بیشتر از روش تئوری داده بنیاد استفاده شده است. لذا در جهت پر کردن ابهامات و شکاف‌های پژوهشی موجود در این زمینه، پژوهش حاضر با ارائه چارچوبی برای ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری، پژوهشی نوین بوده و همچنین استفاده از روش تحلیل مضمون جهت شناسایی مؤلفه‌های مدل نیز به‌عنوان نوآوری این پژوهش است.

۳- روش پژوهش

روش‌شناسی بر اساس هدف موردنظر پژوهش تعیین می‌گردد. پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی بوده و بصورت کیفی انجام شده است. این پژوهش از نوع اکتشافی است و با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. تعداد ۵ سؤال بصورت محقق ساخته و با تایید اساتید و خبرگان حوزه پژوهش طراحی شده است. سؤالات مصاحبه برگرفته از سؤالات عمومی (جمعیت‌شناختی و شغلی) و سؤالات تخصصی بوده است که در ادامه سؤالات تخصصی مصاحبه تشریح شده است:

۱. چرا ارتقاء سرمایه اجتماعی برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری اهمیت دارد؟ دلایل اهمیت آن در شرکت شما چیست؟
۲. چه عواملی بر ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری تأثیر گذار هستند؟
۳. چه اقدامات و راهکارهایی را برای ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری پیشنهاد می‌کنید؟
۴. چه شاخص‌هایی می‌توانند برای اندازه‌گیری ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری استفاده شوند؟
۵. چه موانعی برای ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری وجود دارد؟

با توجه به جدول شماره (۲)، با بررسی داده‌های مربوط به جنسیت مشخص شد که از میان اعضای نمونه، ۱۹ نفر مرد و ۱۱ نفر زن هستند. از این میان، ۱۳ نفر کارشناسی، ۱۳ نفر کارشناسی ارشد، ۴ نفر دکتری و همچنین از لحاظ سابقه کار، ۷ نفر سابقه کار ۱ تا ۵ سال، ۱۲ نفر سابقه کار ۶ تا ۱۰ سال و ۱۱ نفر، سابقه کار ۱۰ تا ۱۵ سال دارند. همچنین از میان مصاحبه‌شوندگان، ۱۷ نفر مدیر و ۱۳ نفر کارشناس هستند.

۳-۱- اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان

جهت شناخت بیشتر نسبت به اعضای نمونه مورد بررسی که مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند، در این بخش ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خبرگان، در قالب جدول (۲) تشریح شده است.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان

ردیف	کد مصاحبه شونده	جنسیت	سن	سابقه	تحصیلات	سمت شغلی
۱	P1	مرد	۳۴	۵	کارشناسی ارشد	مدیر دارایی
۲	P2	مرد	۴۷	۲۲	کارشناسی ارشد	مدیر سرمایه‌گذاری
۳	P3	مرد	۴۲	۲۲	کارشناسی ارشد	مدیر مالی
۴	P4	مرد	۴۴	۱۶	کارشناسی ارشد	مدیر سرمایه‌گذاری
۵	P5	زن	۳۷	۱۰	دکتری	مدیر منابع انسانی
۶	P6	مرد	۴۱	۱۲	دکتری	مدیر راهبرد
۷	P7	مرد	۳۹	۹	کارشناسی ارشد	مدیر IT
۸	P8	زن	۴۴	۱۷	کارشناسی ارشد	مدیر محصول
۹	P9	مرد	۴۲	۱۵	دکتری	مدیر بازاریابی
۱۰	P10	مرد	۴۵	۱۸	دکتری	مدیر حقوقی
۱۱	P11	مرد	۴۷	۲۱	کارشناسی ارشد	مدیر پشتیبانی
۱۲	P12	زن	۳۷	۹	کارشناسی ارشد	کارشناس بازاریابی

مورد مطالعه، شرکت سرمایه‌گذاری کیان است و جامعه آماری این پژوهش، شرکت سرمایه‌گذاری کیان در شهر تهران می‌باشد و منبع جمع‌آوری داده‌ها شامل مدیران مالی، دارایی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری هستند که از بین آن‌ها تعداد ۱۲ نفر به صورت گلوله برفی انتخاب شده‌اند. در اینگونه پژوهش‌ها، حجم نمونه با استفاده از حد کفایت تا اشباع نظری تعیین می‌گردد، لذا این پژوهش پس از ۱۲ مصاحبه به اشباع نظری رسیده است که در ادامه جدول اشباع نظری ارائه شده است:

جدول ۳. جدول اشباع نظری

شماره مصاحبه	سوال ۱	سوال ۲	سوال ۳	سوال ۴	سوال ۵
P1	۳	۱	۱	۱	۲
P2	۲	۱	۲	۰	۱
P3	۱	۱	۰	۲	۱

شماره مصاحبه	سوال ۱	سوال ۲	سوال ۳	سوال ۴	سوال ۵
P4	۱	۰	۱	۱	۰
P5	۲	۱	۱	۰	۰
P6	۰	۰	۱	۱	۱
P7	۱	۱	۱	۱	۱
P8	۱	۰	۰	۱	۱
P9	۱	۲	۰	۱	۰
P10	۱	۰	۰	۰	۱
P11	۰	۰	۰	۰	۰
P12	۰	۰	۰	۰	۰

جمع‌آوری پاسخ‌ها و مصاحبه با خبرگان بصورت حضوری انجام شد. برای توسعه چارچوب و تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، از روش تحلیل مضمون^۱ سه سطحی (مضامین فراگیر، سازمان دهنده و پایه)، استفاده شده است. نظم‌دهی به مصاحبه‌ها توسط محقق و با کمک اساتید صورت گرفته است. همچنین برای سنجش روایی و اعتبار از معیارهای قابلیت اعتبار، تاییدپذیری و اطمینان و همچنین ضریب هولستی^۲ استفاده گردید. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش برای ایجاد مضامین پایه، سازمان دهنده و در نهایت فراگیر، از فرایندی چند مرحله‌ای استفاده می‌کند شامل: (۱) آشناسدن با داده‌ها، (۲) ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری، (۳) جست‌وجو و شناخت مضامین، (۴) ترسیم شبکه مضامین، (۵) تحلیل شبکه مضامین، (۶) تدوین گزارش.

۳-۲- فرایند اجرای پژوهش

جهت شناسایی الگوی ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری، مصاحبه‌های تخصصی نیمه‌ساختاریافته با خبرگان این شرکت صورت گرفته است. در این مرحله پیش از شروع مصاحبه، سوال‌هایی در نظر گرفته شده است و در طول فرایند مصاحبه این پیش‌بینی در نظر گرفته شده است که سوالات جدیدی نیز مطرح شود. برای اینکه پژوهشگر با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود، اقدام به بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن داده‌ها به صورت فعال (جستجوی معانی و الگوها) گردیده است. در ادامه به ارائه یافته‌های حاصل از فرایند کدگذاری داده‌ها پرداخته شده است. براین و کلارک (۲۰۲۱) فرایندی شش مرحله‌ای برای تحلیل مضمون ارائه داده‌اند که در این پژوهش نیز مورد استفاده قرار گرفته است: در مرحله اول، آشنایی با عمق محتوای داده‌ها انجام گرفت. مرحله دوم به ایجاد کدهای اولیه می‌پردازد و در این مرحله ۸۱ کد از مصاحبه‌ها استخراج شد. در مرحله سوم که جستجوی مضامین اولیه نام دارد، دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب مضامین اولیه و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری انجام گرفت که ۴۵ مضمون اولیه به‌دست آمده است. در مرحله چهارم مضامین

1 Thematic analysis

2 Holsti

سازمان‌دهنده شکل گرفته که شامل بازبینی و تصفیه و شکل‌دهی به مضامین سطح بالاتر است. مرحله پنجم مضامین اصلی برای تحلیل ارائه شده، تعریف و مورد بازبینی مجدد قرار گرفته است. سپس داده‌های هر مضمون اصلی تحلیل شده است. در این مرحله از میان مضامین فرعی، هفت مضمون اصلی یا فراگیر به‌دست آمده است. در مرحله پایانی و ششم نیز، تحلیل پایانی و نگارش گزارش انجام گرفته است.

۳-۳- پایایی و روایی

برای بررسی اعتبار نتایج پژوهش از تایید اساتید و خبرگان و معیار مراجعه مجدد به مشارکت‌کنندگان در پژوهش و آزمون قابلیت اطمینان بین کدگذاران استفاده شد. برای ارزیابی قابل‌اتکا بودن داده‌ها و تفسیرها، از پایایی بین دو کدگذار استفاده شده است؛ به این معنا که برای سنجش پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، که در شرکت موردنظر در زمینه منابع انسانی خبره بوده‌اند درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در پژوهش مشارکت کند. پس از آن محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق بین کدگذاران محاسبه شد. نتایج حاصل از این کدگذاری‌ها در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۴. ضریب پایایی بین کدگذاران

ردیف	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
۱	۷	۳	۱	۸۸٪
۲	۱۰	۴	۱	۷۸٪
۳	۱۲	۵	۲	۸۵٪
کل	۲۹	۱۲	۴	۸۳٪

$$\text{درصد پایایی} = \frac{\text{تعداد توافقات} * 2}{\text{تعداد کل کدها}} * 100$$

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود تعداد کل کدها که توسط محقق و همکار تحقیق به ثبت رسیده است برابر ۲۹، تعداد کل توافقات بین این کدها ۱۲ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها برابر ۴ است. پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام‌گرفته در این پژوهش برابر با ۸۳ درصد است که بیشتر از ۶۰ درصد است (Kvale, 1996).

لذا، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است و می‌توان ادعا کرد که میزان اعتبار تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

برای تأمین روایی پژوهش نیز تلاش شد نمونه آماری، افرادی باشند که آگاهی و سابقه کاری بالا در بستر پژوهش برخوردار باشند، مداخله محققان در توصیف به حداقل برسد و همچنین نتیجه کدگذاری به تعدادی از خبرگان ارجاع و تأیید آن‌ها در خصوص چارچوب استخراجی و درواقع روایی صورتی یافته‌ها اخذ شود.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

به دست آوردن بینشی مناسب از داده‌ها به منظور تصمیم‌گیری بهتر، یکی از تعاریفی است که در مورد تجزیه و تحلیل داده‌ها، بر روی آن اتفاق نظر فراوانی وجود دارد. رویه تحلیل داده‌ها در این پژوهش، شامل کدگذاری‌های مرحله‌ای تا رسیدن به مضامین فراگیر می‌باشد. در این راستا، به کمک روش تحلیل مضمون و تحلیل متون حاصل از مصاحبه‌های عمیق، نتایج کدگذاری‌ها، تشریح شده و مضامین ارتقای سرمایه اجتماعی شناسایی شده و بصورت الگو طراحی و ارائه می‌شود.

۵- یافته‌ها

پس از انجام مصاحبه با خبرگان مورد نظر و جمع‌آوری داده‌های مصاحبه‌ها، کدگذاری آغاز شد؛ بدین ترتیب که مفاهیم کلیدی و محوری هریک از مصاحبه‌ها یکی پس از دیگری استخراج و مضامین اولیه تولید شد و سپس با بررسی مصاحبه‌های بعدی، هم‌گام با شکل‌گیری و افزودن مضامین جدید به مضامین قبلی، مضامین سازمان دهنده نیز شکل گرفت. این روال تا رسیدن به مرحله اشباع ادامه یافت؛ یعنی زمانی که دیگر مضامین جدیدی به دسته‌بندی مضامین اضافه نمی‌شد. پس از آن مضامین مرتبط به هم به مرور در مضامین مرتبط جای گرفتند و دسته‌بندی شدند و مضامین فراگیر شکل گرفتند. با توجه به روش شناسی پژوهش، تحلیل مضامین کیفی، با اجرای کدگذاری و تجزیه و تحلیل داده‌ها طی فرایند رفت و برگشتی انجام شد. هدف از فرایند کدگذاری، ایجاد ارتباط بین مضامین حاصل از مرحله کدگذاری اولیه است. در این مرحله مضامین که در مرحله کدگذاری اولیه تشکیل شده بودند، با یکدیگر مقایسه شدند و آن مواردی که با یکدیگر تشابه داشتند، حول محور مشترکی قرار گرفتند. بنابراین، پس از چند بار مطالعه با توجه به جملات و نکات کلیدی در مصاحبه‌ها و انجام کدگذاری‌ها، تعداد ۸۱ کد اولیه و در ادامه ۴۵ مضمون پایه به دست آمد که در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۵. تعداد کدهای اولیه استخراج شده به تفکیک مصاحبه‌ها

شماره مصاحبه	تعداد کد استخراج شده	تعداد مضمون پایه استخراج شده
P ₁	۷	۴
P ₂	۵	۳
P ₃	۸	۴
P ₄	۶	۵
P ₅	۶	۲
P ₆	۶	۴
P ₇	۶	۵
P ₈	۵	۴
P ₉	۴	۳
P ₁₀	۷	۲
P ₁₁	۷	۳
P ₁₂	۶	۴

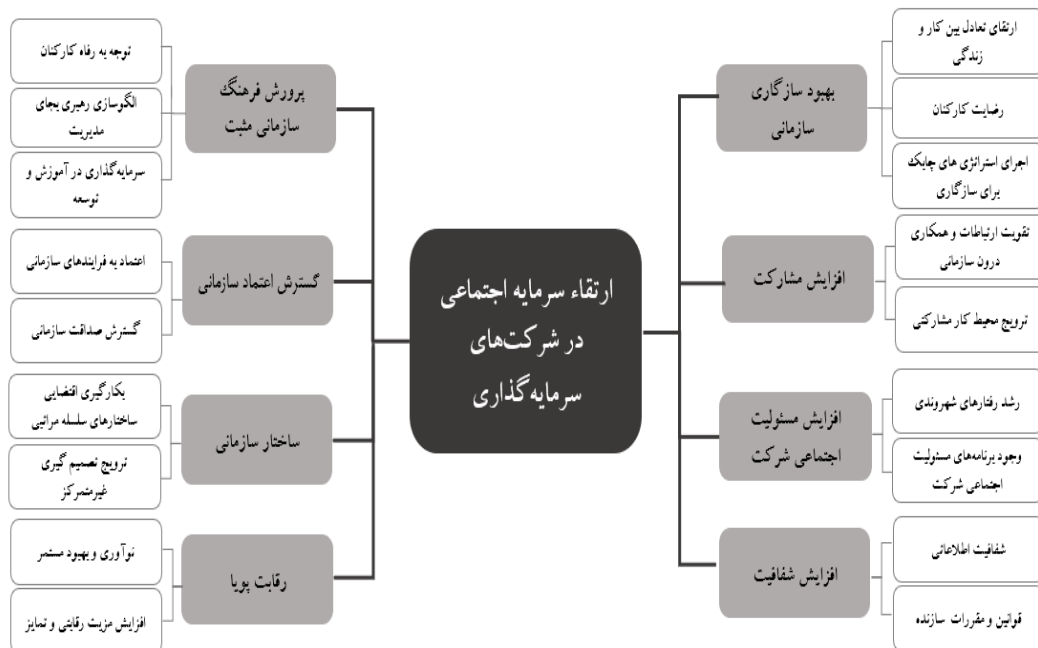
پس از بررسی و تحلیل مضامین اولیه، این کدها از طریق ایجاد ارتباط با یکدیگر در گروه‌هایی در کنار هم قرار گرفته و در ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده دسته‌بندی شدند. در ادامه نیز با بررسی مجدد مضامین سازمان‌دهنده و ایجاد ارتباط بین آن‌ها، این مضامین بصورت ۸ مضمون فراگیر دسته‌بندی شدند. مضمون‌های مرتبط و بدون تکرار به تفکیک مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۶. مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر استخراجی از مصاحبه‌ها

مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
استراتژی‌های ارتباط داخلی موثر	تقویت ارتباطات و همکاری	افزایش مشارکت
تشویق گفت‌وگوی باز	درون سازمانی	
مکانیسم‌های بازخورد فعال	ترویج محیط کار مشارکتی	
جلسات و تجمعات تیمی	ارتقای تعادل بین کار و زندگی	بهبود سازگاری سازمانی
ترتیب‌های کاری انعطاف پذیر		
ارتقاء آگاهی سلامت روان	رضایت کارکنان	اجرای استراتژی‌های چابک برای سازگاری
احساس ارزشمندی در محیط کار		
به رسمیت شناختن دستاوردهای کارکنان		
شناسایی و پاداش دادن به مشارکت‌ها	رشد رفتارهای شهروندی	افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت
شیوه‌های مدیریت پروژه چابک		
تصمیم‌گیری مبتنی بر داده	وجود برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت	افزایش شفافیت
برگزاری کارگروه‌های با محوریت اخلاق		
سیستم اخلاقی ترویج اطلاعات		
دیدگاه ذینفعان به مسئولیت اجتماعی	قوانین و مقررات سازنده	پروورش فرهنگ سازمانی مثبت
چابک‌سازی مسئولیت اجتماعی در زنجیره تامین		
بهبود خدمات مشتری	شفافیت اطلاعاتی	گسترش اعتماد سازمانی
بسترهای بازخورد و پیشنهاد کارکنان		
سیستم‌های ایمیل و اینترانت	الگوسازی رهبری بجای مدیریت	توجه به رفاه کارکنان
خبرنامه‌ها و تابلوهای اعلانات شرکت		
چارچوب‌های اجرایی مشخص	سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه	گسترش اعتماد سازمانی
آزادی قانون مدار کارکنان		
مدیریت بر دل‌ها		
شایستگی به عنوان معیار ارزیابی کارکنان	توجه به رفاه کارکنان	گسترش اعتماد سازمانی
ارائه فرصت‌های توسعه حرفه‌ای		
توجه به نیازهای کارکنان	سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه	گسترش اعتماد سازمانی
ایجاد یک محیط حمایتی		
نیازسنجی و تحلیل شکاف دانشی		
بسترهای تدریس الکترونیکی و آنلاین	اعتماد به فرایندهای سازمانی	گسترش اعتماد سازمانی
آموزش ضمن خدمت (OJT)		
برنامه‌های منتورینگ و کوچینگ	اعتماد به فرایندهای سازمانی	گسترش اعتماد سازمانی
توجه به بازخوردها		
وجود گروه‌های غیررسمی سازنده در سازمان	اعتماد به فرایندهای سازمانی	گسترش اعتماد سازمانی
در نظر گرفتن صداقت به عنوان ارزش سازمانی		
فرایندهای توسعه‌دهنده کارکنان	اعتماد به فرایندهای سازمانی	گسترش اعتماد سازمانی
ایجاد چشم‌انداز و اهداف مشترک		

رواج فرهنگ کاری مبتنی بر اعتماد		
گرایش‌های فناوری نوظهور	نوآوری و بهبود مستمر	رقابت پویا
تحقیق و تحلیل بازار	افزایش مزیت رقابتی و تمایز	
ارزش پیشنهادی منحصر به فرد		
مدیریت برند و شهرت		
کنترل‌های سازمانی سازنده	بکارگیری اقتضایی	ساختار سازمانی منعطف
رویه‌های عملیاتی استاندارد (SOP)	ساختارهای سلسله مراتبی	
توانمندسازی و تفویض به کارکنان	ترویج تصمیم‌گیری غیرمتمرکز	
ساختار سازمانی ماتریسی		
ساختار سازمانی انطباقی پذیر		

با توجه به یافته‌های حاصل از جدول ۵ و تفکیک مضامین اولیه به مضامین سازنده و درنهایت شناسایی نهایی مولفه‌های ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری به عنوان مضامین فراگیر در این پژوهش، یافته‌ها حاکی از آن است که این مدل دارای ۸ مضمون فراگیر شامل افزایش مشارکت، بهبود سازگاری سازمانی، افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت، افزایش شفافیت، پرورش فرهنگ سازمانی مثبت، گسترش اعتماد سازمانی، رقابت پویا، ساختار سازمانی منعطف شناسایی گردید و مضامین براساس ارتباط مفهومی با یکدیگر در این ۸ دسته طبقه‌بندی شدند. همچنین مضامین سازمان‌دهنده‌ای که هریک از مضامین فراگیر را ایجاد کرده‌اند عبارتند از: تقویت ارتباطات و همکاری درون سازمانی، ترویج محیط کار مشارکتی، ارتقای تعادل بین کار و زندگی، رضایت کارکنان، اجرای استراتژی‌های چابک برای سازگاری، رشد رفتارهای شهروندی، وجود برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت، شفافیت اطلاعاتی، قوانین و مقررات سازنده، الگوسازی رهبری بجای مدیریت، توجه به رفاه کارکنان، سرمایه‌گذاری در آموزش و توسعه، گسترش صداقت سازمانی، اعتماد به فرایندهای سازمانی، نوآوری و بهبود مستمر، افزایش مزیت رقابتی و تمایز، بکارگیری اقتضایی ساختارهای سلسله مراتبی، ترویج تصمیم‌گیری غیرمتمرکز. مضامین سازمان‌دهنده‌ای که از لحاظ موضوعی می‌توانستند در یک گروه قرار بگیرند، مضامین فراگیر را ایجاد کرده که بر اساس مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر شناسایی شده در این پژوهش، مدل ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری مبتنی بر مورد مطالعه، به شکل زیر ارائه شده است.



شکل ۱. چارچوب ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری

نتایج پژوهش حاکی از آن است که افزایش مشارکت کارکنان می‌تواند به تعاملات اجتماعی درون سازمانی در شرکت سرمایه‌گذاری کمک کند. ارتقاء مشارکت می‌تواند منجر به ایجاد ارتباطات بهتری میان کارکنان این شرکت‌ها، تشویق به انتقال دانش و تجربیات و ایجاد اعتماد داخلی شود. تصمیم‌گیری مشارکتی و تبادل دانش می‌تواند به بهبود تعاملات و ارتباطات داخلی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری منجر شوند و به افزایش مشارکت کارکنان در فرآیندهای تصمیم‌گیری این شرکت‌ها کمک کند. افزایش سازگاری سازمانی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌تواند باعث افزایش هماهنگی و همبستگی بین اعضای تیم شود و در نتیجه سرمایه اجتماعی افزایش یابد. افزایش مشارکت در شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌تواند بهبود سازگاری سازمانی را ایجاد کرده و اعضای این سازمان را در مسیر یک هدف مشترک یعنی تحقق اهداف سازمانی یکپارچه‌تر کند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌های سرمایه‌گذاری می‌تواند به ترسیم ارزش‌ها و اصول مشترک در سازمان کمک کند. این ارزش‌ها می‌توانند به ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت و تقویت ارتباطات با جوامع محلی و جهانی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری کمک کنند. شفافیت می‌تواند به تسهیل ارتباطات داخلی و خارجی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری کمک کند. این ارتباطات می‌توانند به ایجاد اعتماد و ارتقاء سرمایه اجتماعی درون و برون سازمانی شرکت‌های سرمایه‌گذاری کمک کنند.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به مفهوم سرمایه اجتماعی و مزایایی که بر عملکرد شرکت‌ها و خصوصاً شرکت‌های سرمایه‌گذاری که بیش از سایر صنایع به اعتماد و ارتباطات مشتریان نیازمند هستند دارد، بررسی موضوع سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری کشور حاکی از آن است که توجه کمی به این مسئله شده و بنابراین به شکاف مهمی

در عملکرد این شرکت‌ها تبدیل شده است. خصوصا در شرایط فعلی به دلیل مشکلات اقتصادی و تورمی موجود در کشور و افزایش رقابت و تعداد نهادهای مالی که به دنبال جذب سرمایه‌های مشتریان هستند، موضوع سرمایه اجتماعی و توسعه ارتباطات، مسئله مهمی بوده و بررسی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه نیز حاکی از آن است که به موضوع سرمایه اجتماعی در صنعت مالی و بسیار محدود پرداخته شده و شرکت‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه مورد بررسی قرار نگرفته است. علاوه بر تفاوت‌هایی که از لحاظ روش‌شناسی بین این پژوهش و تحقیقات مشابه در این زمینه وجود دارد و جزء تمایزهای این پژوهش محسوب می‌شود، از لحاظ مولفه‌های شناسایی شده نیز تفاوت‌هایی وجود دارد. همچنین پژوهشی که به ارائه چارچوب ارتقای سرمایه اجتماعی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری پردازد انجام نشده است.

لذا هدف از این پژوهش، ارائه چارچوبی برای ارتقاء سرمایه اجتماعی در شرکت سرمایه‌گذاری کیان می‌باشد. در راستای هدف پژوهش، با بررسی جامع مبانی نظری و پیشینه پژوهش و در ادامه از طریق روش پژوهش کیفی و انجام مصاحبه با ۱۲ نفر از خبرگان شرکت مورد بررسی و جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز، از طریق روش تحلیل مضمون، کدگذاری‌ها انجام شده و در نهایت مضامین طبقه‌بندی شدند و مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده و در نهایت مضامین فراگیر استخراج شد و اعتبارسنجی یافته‌ها نیز انجام شد. نتایج و پیشنهاد‌های این پژوهش به عنوان راهنما و نقشه راهی برای آگاهی، بهبود و ارتقای سرمایه اجتماعی در این شرکت کاربرد دارد.

براساس نتایج بدست آمده و مولفه‌های شناسایی شده در این مطالعه، در زمینه اجرای نتایج و در حوزه اجرایی، پیشنهاداتی کاربردی برای ارتقای سرمایه اجتماعی به شرکت سرمایه‌گذاری کیان ارائه می‌شود.

- برگزاری نظرسنجی‌های کارکنان برای درک نیازها و مشکلات آن‌ها در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- ایجاد فرصت‌های مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های مهم شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- ایجاد پلتفرم‌های مجازی برای به اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات و تشویق به تبادل اطلاعات و دانش بین اعضای تیم.

• توسعه یک فرهنگ سازمانی که ارزش‌هایی مثل مشارکت، اعتماد و تعهد به ارتقاء سرمایه اجتماعی را در شرکت‌های سرمایه‌گذاری ترویج کند.

- توسعه طرح‌های توانمندسازی کارکنان در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- ایجاد برنامه‌های توازن شرایط کار-زندگی برای افراد در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- ایجاد بسترهای مشارکت کارکنان در تصمیمات حوزه فعالیت شرکت.
- توجه به عوامل محیطی اثرگذار بر شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- تدوین برنامه و راهبردهای اخلاقی برای شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- تشریح و ترغیب اصول اخلاقی برای همه کارکنان در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- حمایت و ایجاد پروژه‌ها و برنامه‌های اجتماعی و مسئولیت اجتماعی مرتبط با شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- ایجاد سیاست‌ها و رویه‌های شفافیت در اطلاعات مالی و عملکرد شرکت‌های سرمایه‌گذاری.

- افزایش ارتباط با مشتریان، سهامداران، و جامعه توسط شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- تجدید نظر در استراتژی‌ها در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- توجه به راهبردها و اقدامات رقابتی صنعت مالی در این حوزه.
- اصلاح ساختار سازمانی در راستای بهبود ارتباطات و مشارکت در شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- تسهیل ارتباطات بین واحدهای شرکت‌های سرمایه‌گذاری.
- کاهش سلسله مراتب‌های بیش از حد در سطوح شرکت‌های سرمایه‌گذاری.

نتایج پژوهش حاضر، فرصت‌ها و جهت‌گیری‌های تحقیقاتی متعددی را برای محققین پیشنهاد می‌کند. برخی از این جهت‌گیری‌ها به شرح زیر است:

با توجه به این که موضوع پژوهش، در شرکت سرمایه‌گذاری کیان در شهر تهران انجام گرفته است، برای تعمیم پذیری بیشتر پیشنهاد می‌گردد در شهرها و سازمان‌های دیگر نیز انجام گیرد. پژوهش حاضر به روش کیفی انجام و صرفاً از ابزار مصاحبه استفاده شده است و لذا پیشنهاد می‌شود که به صورت آمیخته نیز انجام گیرد. همچنین پیشنهاد می‌گردد، ارتقای سرمایه اجتماعی در سازمان‌های دولتی و خصوصی کشور مقایسه و بررسی شود. از نظر محدودیت‌های پژوهش، با توجه به اینکه این پژوهش در شرکت سرمایه‌گذاری کیان و در حوزه مالی انجام شده است، قابل تعمیم به شرکت‌های فعال در سایر صنایع نیست. پژوهش‌های محدودی در حوزه سرمایه اجتماعی در صنعت مالی انجام شده است و لذا منجر به محدودیت بررسی نظری شده است. همچنین هماهنگی و دسترسی به تمامی خبرگان موردنظر در شرکت مورد مطالعه با محدودیت مواجه بوده است؛ لذا جمع‌آوری داده‌ها از خبرگان در دسترس، در این شرکت انجام شده است.

۷- منابع

- Ahmadi, Y., & Moradi, S. (2018). Social Capital (Online and Offline) and Citizenship Culture. *Social Sciences*, 25(81), 101-133. (in Persian)
- Amirkhani, A., & Akbari, H. (2022). The Effective Factors on Social Capital Promotion and Prioritizing its Components based on SCAT Model (Case study: Employees of Tehran Welfare General Office). *Journal of Public Administration Research And Novel Theories*, 1(2), 46-67. (in Persian)
- Allameh, S. M. (2018). Antecedents and consequences of intellectual capital: The role of social capital, knowledge sharing and innovation. *Journal of intellectual capital*, 19(5), 858-874.
- Al-Omouh, K. S., Simón-Moya, V., & Sendra-García, J. (2020). The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 279-288.
- Baldassarri, D., & Abascal, M. (2020). Diversity and prosocial behavior. *Science*, 369(6508), 1183-1187.
- Ben-Hador, B., Eckhaus, E., & Klein, G. (2021). "Personal Social Capital in Organizations: A New Scale to Assess Internal and External Personal Social Capital in Organizations", *Social Indicators Research*, pp. 1-23.
- Burkhanov, A. (2020). Practice of investment funds development in developed countries. *Архив научных исследований*, (23), 371-390.
- Cai, W., Polzin, F., & Stam, E. (2021). Crowdfunding and social capital: A systematic review using a dynamic perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120412.
- Coelho, R., Jayantilal, S., & Ferreira, J. J. (2023). The impact of social responsibility .
- Demir, E. K. (2021). The role of social capital for teacher professional learning and student achievement: A systematic literature review. *Educational research review*, 33, 100391.
- Ebrahimi, E., Rezaei, F., & Ghaderi, S. (2022). Social capital, Sticky Dividend and investment efficiency. *Journal of Investment Knowledge*, 11(44), 297-314 .(in Persian)
- Ebrahimian, S. J., Pouraghajan, A., Ramezani, J., & Abbasian, M. M. (2021). The moderating effect of environmental uncertainty and the existence of business ties on the relationship between social capital and performance in Tehran Stock Exchange. *Journal of Investment Knowledge*, 10(40), 645-663. (in Persian)
- El Enany, N. (2017). The Significance of Illness: Examining Social Capital and Trust in Patient and Public Networks, in *Academy of Management Proceedings* (No. 1, p. 11739). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Engbers, T. A., Thompson, M. F., & Slaper, T. F. (2017). "Theory and Measurement in Social Capital Research", *Social Indicators Research*, 132(2), pp. 537-558 .
- Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 183(1), 105-121.
- Forsell, T., Tower, J., & Polman, R. (2020). Development of a scale to measure social Capital in Recreation and Sport Clubs. *Leisure Sciences*, 42(1), 106-122.
- Gannon, B., & Roberts, J. (2020). Social capital: exploring the theory and empirical divide. *Empirical Economics*, 58(3), 899-919 .
- Ghayomi, F., Mojibi, T., Rezaeian, J., & Mehdizade, A. (2022). Presenting a model and identifying the factors that promote social capital in the Ministry of Energy. *Sociological studies*, 14(53), 145-163. (in Persian)
- Halstead, J. M., Deller, S. C., & Leyden, K. M. (2022). Social capital and community development: Where do we go from here?. *Community Development*, 53(1), 92-108
- Hooghe, M., Reeskens, T., & Stolle, D. (2007). Diversity, multiculturalism and social cohesion: Trust and ethnocentrism in European societies. *Belonging*, 387-410.

- Jha, A. & Cox, J. (2015). "Corporate Social Responsibility and Social Capital", *Journal of Banking & Finance*, 60, pp. 252-270 .
- Kheirgoo, M., & Soheili, H. R. (2018). Drawing the Pattern of Social Capital Promotion in Iranian Public Organizations: Qualitative Research based on Grounded Theory. *Social Capital Management*, 5(2), 315-336. (in Persian)
- Khoshnam, N., & Shahbazi, E. (2023). Studying the relationship between knowledge management, intellectual capital and social capital in banks. *Journal of Accounting and Management Vision*, 5(77), 94-111. (in Persian)
- Kong, D., & Liu, B. (2023). Digital technology and corporate social responsibility: evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 1-27.
- Kvale, Steinar. (1996). *Interviews: An Introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lan, P. X., & Luc, P. T. (2020). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on three dimensions of social capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 41(1), 115-128.
- lavaf, M., Kashian, A., & Farahati, M. (2021). Interaction between social capital and stock market risk in Iran. *Journal of Iranian Economic Issues*, 8(1), 275-298. (in Persian)
- Liu, C. H. S. (2018). "Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in cultural and creative
- Lyu, C., Peng, C., Yang, H., Li, H., & Gu, X. (2022). Social capital and innovation performance of digital firms: Serial mediation effect of cross-border knowledge search and absorptive capacity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100187 .
- Mahjoob Ravesh, S., Daneshfard, K., & Mirsepassi, N. (2021). Designing a Model for the Role of Government in Promoting Social Capital via a Public Value Creation Approach in the Governmental Organizations of Iran. *Social Capital Management*, 8(2), 209-233. Mehrabanpour, M., Jandaghi Ghomi, M., & Rajabbeyki, M. A. (2018). Social Capital and Audit Fees. *Accounting and Auditing Review*, 25(2), 269-288. (in Persian)
- Mariani, M. M., Al-Sultan, K., & De Massis, A. (2023). Corporate social responsibility in family firms: A systematic literature review. *Journal of Small Business Management*, 61(3), 1192-1246 .
- Shams, M., Mousavi Kashi, Z. (2023). Investigating the relation of Social Capital and Gender Norms on Entrepreneurship Tendency in Auditors Working in companies listed on the stock exchange, *Journal of business management*, 15(57), 174-197. (in Persian)
- Menike, L. M. C. S. (2020). Effect of Social Capital on Firm Performance: An Empirical Study of Small Enterprises in Sri Lanka. *Journal of Social Science Research*, 16(2020), 25-108 .
- Mercado, M. D. P. S. R., & Vargas-Hernández, J. G. (2019). Analysis of the determinants of social capital in organizations
- Muringani, J., Fitjar, R. D., & Rodríguez-Pose, A. (2021). Social capital and economic growth in the regions of Europe. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(6), 1412-1434
- Namamian, F., mir, A., Maroofi, F., Moradi, A. (2022) Designing a social capital model and evaluating it in the field of marketing of melli and mellat banks. *Journal of Interdisciplinary Studies in Marketing Management*, 1(1), 56-76. (in Persian)
- Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital. *Healthcare Analytics*, 2, 100046.
- Pakseresht, S. (2014). Considerations and Strategies of Enhancing Social Capital. *Strategy for Culture*, 7(25), 71-104. (in Persian)
- Perez, C., Sokolova, K., & Konate, M. (2020). Digital social capital and performance of initial coin offerings. *Technological forecasting and social change*, 152, 119888 .

- Pourbehi, T., Jafarinia, G., & Shamsoddini, A. (2022). Investigating the effect of social capital on sustainable urban development in Bushehr. *Geography (Regional Planning)*, 12(47), 200-217. (in Persian)
- Saz-Gil, I., Bretos, I., & Díaz-Foncea, M. (2021). "Cooperatives and Social Capital: A Narrative Literature Review and Directions for Future Research", *Sustainability*, 13, pp. 1-18 .
- Semnani, N., Hanifi, F., & Sharifi, A. (2021). Identifying the factors affecting the components of social capital in education in order to provide a model to promote it.. *Sociological Cultural Studies*, 12(3), 97-124 . (in Persian)
- Seid alipour, S. K., & Khorshidi, H. (2020). Investigating the Impact of Social Capital on Urban Crisis Management (Case study: District 15 of Tehran). *Geography (Regional Planning)*, 10(2-2), 671-686. (in Persian)
- Sibt-e-Ali, M., Chaudhary, I. S., & Farooq, F. (2018). Impact of Human and Social Capital on Economic Development in Pakistan: Empirical Evidence from Primary Data Analysis. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, 4(1), 39-46.
- Swanson, E., Kim, S., Lee, S. M., Yang, J. J., & Lee, Y. K. (2020). The effect of leader competencies on knowledge sharing and job performance: Social capital theory. *Journal of hospitality and tourism management*, 42, 88-96.
- Thomas, A., & Gupta, V. (2021). Social capital theory, social exchange theory, social cognitive theory, financial literacy, and the role of knowledge sharing as a moderator in enhancing financial well-being: from bibliometric analysis to a conceptual framework model. *Frontiers in Psychology*, 12, 664638.
- Xu, P., Cui, B. J., & Lyu, B. (2022). Influence of streamer's social capital on purchase intention in live streaming E-commerce. *Frontiers in psychology*, 12, 6194 .
48. Yazdani Hojagan, K., Dehgan, H., & Khademiyani, T. (2022). Analysis of Challenges and Opportunities for Foreign Investment in East Azerbaijan Province Based on Social Capital Variable from the Perspective of Economic Sociology. *Sociological studies*, 15(55), 27-41. (in Persian)
- Zhang, X., Liu, X., Wang, X., Zhao, H., & Zhang, W. (2022). Exploring the Effects of Social Capital on Crowdfunding Performance: A holistic analysis from the empirical and predictive views. *Computers in Human Behavior*, 126, 107011.
- Zhang, S., (2024). Research on " migratory bird" community governance from the perspective of social capital theory--A case study of Tianhai community in Haikou. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100819.
- Amirkhani, Amirhossein, & Akbari, Hamid. (2022). The Effective Factors on Social Capital Promotion and Prioritizing its Components based on SCAT Model (Case study: Employees of Tehran Welfare General Office). *Journal Of Public Administration Research And Novel Theories*, 1(2), 46-67.
- Zihnioglu, Ö., & Dalkıran, M., (2022). From social capital to social cohesion: Syrian refugees in Turkey and the role of NGOs as intermediaries. *Journal of ethnic and migration studies*, 48(11), 2455-2472.