

بررسی نقش و جایگاه سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های میان صنایع هوایی دفاعی کشور با همکاران راهبردی آنها

امید محبی‌منش^۱، رضا حسنوی^{۲*}، غلامرضا توکلی^۳، ابوالفضل باقری^۴

۱. دانشجوی دکترا، مجتمع دانشگاهی مدیریت و فناوری‌های نرم، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران
۲. استاد، گروه مدیریت سیستم و بهره‌وری، مجتمع دانشگاهی مدیریت و فناوری‌های نرم، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران
۳. دانشیار، گروه مدیریت استراتژیک، مجتمع دانشگاهی مدیریت و فناوری‌های نرم، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران
۴. استادیار، گروه مدیریت استراتژیک، مجتمع دانشگاهی مدیریت و فناوری‌های نرم، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۲/۲۰

چکیده

هدف اصلی این مقاله بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بین سازمانی و ابعاد مختلف آن (شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) بر عملکرد مشارکت‌ها با هدف پرکردن شکاف تحقیقاتی موجود در این زمینه می‌باشد. همچنین این تحقیق در نظر دارد برای اولین بار در صنعت دفاعی کشور به ارزیابی وضعیت ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های ایجاد شده میان صنایع هوایی دفاعی با همکاران راهبردی آنها در بخش خصوصی بپردازد و با شناسایی حوزه‌های نیازمند بهبود، گامی در جهت پایداری این دسته از مشارکت‌ها (که معمولاً به دلیل تفاوت‌های بنیادین حاکم بر دو بخش دولتی و خصوصی با انواع چالش‌ها مواجه هستند) بردارد. در این تحقیق برای آزمون مدل مفهومی پیشنهادی و فرضیه‌های مرتبط با آن، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی بهره گرفته شده است. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌های توزیع شده در صنایع هوایی مورد مطالعه نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی مشارکت و ابعاد آن تاثیر مثبت و قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد مشارکت‌ها دارد. همچنین نتایج آزمون میانگین نشان می‌دهد مشارکت‌های مورد بررسی از منظر برخی ابعاد و شاخص‌های سرمایه اجتماعی مشارکت در وضعیت مطلوبی قرار ندارند و ضروری است مدیران شرکتهای درگیر در



مشارکت، توجه و اهتمام بیشتری نسبت به توسعه مشترک مسائل اجتماعی و روان‌شناختی مشارکت‌ها داشته باشند.

کلیدواژگان: سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی شناختی، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، سرمایه اجتماعی ساختاری، عملکرد مشارکت

۱- مقدمه

امروزه با تغییرات سریع محیط کسب و کار، پیشرفت‌ها در فناوری و جهانی شدن بازارها، سازمان‌ها و شرکت‌ها به منظور بقا و موفقیت در محیط رقابتی پدیدار شده به طور فزاینده‌ای به مشارکت‌ها به عنوان یک منبع جدید مزیت رقابتی نگاه می‌کنند [۱، ص ۴۵]. با وجود مزایای زیاد مشارکت‌ها و استقبال فزاینده شرکت‌ها از آن، متأسفانه آمارها معمولاً حکایت از نرخ شکست بالای آنها در رسیدن به اهداف مورد انتظار دارند [۱، ص ۴۵؛ ۲، ص ۹۲]. برخی محققان معتقدند یکی از دلایل اصلی برای نرخ بالای شکست مشارکت‌ها، عدم توجه کافی نسبت به مسائل اجتماعی و روان‌شناختی مشارکت‌ها مانند اعتماد، فرهنگ، ارتباطات و ... می‌باشد [۳، ص ۲۲۴؛ ۴، ص ۲۲۳]. کولن و همکاران (۲۰۰۰) معتقدند که موفقیت مشارکت‌ها نه تنها نیازمند توجه به جنبه‌های سخت مشارکت (مانند مسائل مالی و عملیاتی) می‌باشد، بلکه به جنبه‌های نرم مشارکت که همان جنبه‌های اجتماعی آن (مانند اعتماد، تعهد، فرهنگ و ...) می‌باشد نیز باید توجه کافی صورت پذیرد [۴، ص ۲۲۳].

در بستر صنعت دفاعی تقویت سرمایه اجتماعی می‌تواند برای موفقیت مشارکت‌ها اهمیت مضاعفی پیدا کند. همانطور که پارکر و هارتلی (۲۰۰۳) نیز اشاره می‌کنند، اساساً با توجه به دولتی بودن صنایع دفاعی، مشارکت آنها با تامین‌کنندگان بخش خصوصی، به دلیل وجود تفاوت‌های بنیادین و بالقوه متعارض بخش دولتی و بخش خصوصی، می‌تواند دشوارتر، چالش‌برانگیزتر و با تعارضات بیشتری همراه باشد [۵، ص ۹۸]. در چند ساله اخیر برخی از صنایع دفاعی وزارت دفاع جمهوری اسلامی ایران (ودجا) خصوصاً صنایع هوایی و هوافضا اقدامات مهمی را در خصوص ارتقای روابط با همکاران (تامین‌کنندگان) راهبردی خود و به عبارتی گذار از روابط مبتنی بر برون‌سپاری سنتی به روابط مبتنی بر مشارکت آغاز کرده‌اند.

با اینحال بررسی‌ها در صنعت دفاعی نشان می‌دهند کماکان یکی از چالش‌های مهم امروز صنایع دفاعی، ایجاد مشارکت‌های موفق و پایدار با شبکه همکاران خود می‌باشد [۶، ص ۶۴]. از نظر محققان این پژوهش در چنین شرایط گذاری نقش سرمایه اجتماعی بین سازمانی می‌تواند در موفقیت مشارکت‌ها و پایدارسازی روابط با همکاران راهبردی بسیار حائز اهمیت باشد و از این رو این پژوهش برای اولین بار به دنبال بررسی چنین موضوعی در صنایع مذکور می‌باشد.

به طور کلی این پژوهش دو هدف عمده را در ارتباط با موضوع سرمایه اجتماعی دنبال می‌کند. اولین هدف آن بررسی میزان تاثیر سرمایه اجتماعی بین سازمانی در افزایش عملکرد مشارکت‌ها می‌باشد. بررسی ادبیات موضوع نشان می‌دهد تاکنون مطالعه مهمی در رابطه با رابطه اشاره شده صورت نگرفته است و از این رو تحقیق حاضر به دنبال پر کردن شکاف اشاره شده می‌باشد. دومین هدفی که این مطالعه دنبال می‌کند، ارزیابی وضعیت موجود هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های ایجاد شده در صنایع دفاعی مورد مطالعه می‌باشد. تاکنون وضعیت ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی (شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) در صنعت دفاعی کشور مورد بررسی قرار نگرفته است و این تحقیق برای اولین بار به دنبال بررسی آن و شناخت حوزه‌های ضعیف و یا نیازمند بهبود می‌باشد. با توجه به ماهیت و شرایط خاص حاکم بر صنعت دفاعی، نتایج چنین بررسی‌ای می‌تواند گام مهمی برای حرکت در مسیر ایجاد مشارکت‌های موفق و پایدار میان صنایع دفاعی با تامین‌کنندگان راهبردی آنها تلقی شود. بر این اساس دو سوال اصلی این پژوهش عبارتند از:

۱- آیا سرمایه اجتماعی مشارکت تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشارکت‌ها میان صنایع هوایی ودجا با همکاران راهبردی آنها دارد؟

۲- در حال حاضر موقعیت هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های ایجاد شده میان صنایع هوایی ودجا با همکاران راهبردی آنها در چه سطحی از مطلوبیت قرار دارد؟

برای پاسخگویی به سوالات اشاره شده، بخش‌های بعدی این مطالعه بدین صورت تنظیم گردیده است. ابتدا به پیشینه نظری و تجربی پژوهش پرداخته می‌شود و سعی می‌گردد شواهد نظری و تجربی لازم برای بیان فرضیه‌ها و طراحی مدل مفهومی تحقیق ارائه گردد. در بخش بعدی به روش‌شناسی مورد استفاده در این پژوهش برای پاسخگویی به سوالات تحقیق اشاره می‌گردد و در ادامه نیز نتایج به دست آمده از آزمون مدل و فرضیات مرتبط با آن و نیز نتایج



حاصل از ارزیابی وضعیت ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی مشارکت در صنایع مورد مطالعه ارائه می‌گردد. در بخش پایانی نیز به بحث و نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها و محدودیت‌های تحقیق پرداخته می‌شود.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی برخاسته از علوم اجتماعی است که به تدریج دامنه آن به پدیده‌های اقتصادی مانند توضیح عملیات کسب و کار شرکتها گسترش پیدا کرده است. در یکی از مهمترین تعاریف، سرمایه اجتماعی مشارکت عبارت است از "مجموعه‌ای از منابع اجتماعی تعبیه شده در شبکه‌ای از روابط بین سازمانی که از تعامل میان بازیگران و فرایندهای مختلف موجود در آن شکل گرفته می‌شود" (ص ۷، ۲۸۸). در یکی از جامع‌ترین مطالعات صورت گرفته، ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی بین سازمانی را با استفاده از سه بعد به هم مرتبط شناختی^۱، رابطه‌ای^۲ و ساختاری^۳ مفهوم‌سازی کرده‌اند [ص ۸، ۲۴۳] که این دسته‌بندی بعدها مورد توجه و استفاده محققان بسیاری قرار گرفته است. با توجه به رایج بودن ابعاد اشاره شده در ادبیات موضوع، در ادامه توضیح مختصری از هر یک از ابعاد اشاره شده ارائه می‌گردد.

۲-۱-۱- سرمایه اجتماعی شناختی

سرمایه اجتماعی شناختی به معنای وجود معنای مشترک و تفاهم میان شرکا می‌باشد و اشاره به منابعی دارد که فراهم آورنده تمثالها، ارزشها، تفسیرها و نظام‌های معنایی مشترک میان شرکا هستند [ص ۸، ۲۴۴]. معمولاً برای سرمایه اجتماعی شناختی می‌توان دو بعد متصور بود: فرهنگ مشترک و اهداف متجانس [ص ۹، ۱۵۲]. فرهنگ مشترک اشاره به میزانی دارد که در آن هنجارهای رفتاری، یک رابطه را اداره کرده و مانع از اقدامات نامطلوبی می‌شوند که در برابر منافع جمعی می‌ایستند [ص ۹، ۱۵۳]. اهداف متجانس اشاره به میزانی دارد که شرکا از درک و رویکرد مشترکی برای دستیابی به نتایج مشترک برخوردارند و به عبارتی به میزانی اشاره

دارد که شرکا تحقق اهداف خود را در گرو تحقق اهداف مشارکت می‌بینند [۹، ص ۱۵۳]. در یک مشارکت همگن بودن و یا تطابق اهداف یک مولفه کلیدی در دوام مشارکت محسوب می‌شود و کاهش دهنده انگیزه‌ها برای فرصت‌طلبی در آینده است و باعث می‌گردد شرکا هدف همدیگر را درک کنند و به همدیگر در تحقق هدف کمک کنند [۱۰، ص ۶۱].

۲-۱-۲- سرمایه اجتماعی رابطه‌ای

سرمایه اجتماعی رابطه‌ای به اعتماد، تعهدات، رابطه متقابل، احترام متقابل و دوستی‌هایی اشاره دارد که بازیگران یک شراکت بواسطه سابقه تعاملات خود در طول زمان ایجاد و گسترش داده‌اند و به عبارتی نشان‌دهنده شدت و عمق ارتباط با شریک است [۱۱، ص ۵۶۳]. از مهمترین مولفه‌های سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، اعتماد و تعهد است. این دو مولفه می‌توانند به عنوان یک ساز و کار غیررسمی از اداره کردن و نظارت کردن عمل کنند. وقتی که اعتماد و تعهد میان شرکا افزایش یابد، شرکا دیگر کمتر نگرانی از رفتار فرصت‌طلبانه همدیگر خواهند داشت و در نتیجه تمایل بیشتری برای تشریک مساعی و گسترش سطح ارتباطات از خود نشان خواهند [۱۰، ص ۴۵].

۲-۱-۳- سرمایه اجتماعی ساختاری

سرمایه اجتماعی ساختاری دربرگیرنده الگوهای روابط میان بازیگران شراکت است و اشاره به پیکربندی و نحوه ایجاد پیوندها و ارتباطات شرکا با همدیگر در یک ساختار اجتماعی دارد. [۱۱، ص ۵۶۳]. در یک مشارکت ضروری است شرکا ارتباطات فی ما بین را در سطوح مختلف شغلی (مانند مدیریتی و فنی) و در بخش‌های مختلف سازمانی (مانند عملیات، کیفیت و بازاریابی) بالا ببرند و در واقع زمینه را برای ایجاد یک ساختار اجتماعی که هر دو طرف را از نظر حجم و تنوع اطلاعات، غنی می‌سازد، فراهم آورند [۱۱، ص ۵۶۳]. بر این اساس مور و همکاران (۱۹۹۰) برای اولین بار مفهوم ارتباطات مشارکتی^۴ را معرفی کرده و بر این نکته تاکید کرده‌اند که شرکا باید ساز و کارهای لازم برای انتقال پیام و تماس میان خود بر مبنای تناوب بیشتر، کانال‌های ارتباطی دوسویه و یا چندسویه، سبک ارتباطات غیررسمی در کنار ارتباطات

رسمی و اعمال نفوذ غیرمستقیم بر همدیگر ایجاد کنند [۱۲، ص ۱۰۷].

۲-۲- عملکرد مشارکت

بررسی پیشینه در زمینه عملکرد مشارکت‌های بین سازمانی نشان می‌دهد اندازه‌گیری عملکرد مشارکت‌ها همواره برای محققان دشوار بوده است. معمولاً دو مشکل اساسی در ارزیابی عملکرد مشارکت‌ها وجود دارد. اولین مشکل، تصمیم‌گیری در این زمینه است که اساساً عملکرد چه چیزی باید ارزیابی شود (مانند عملکرد شرکا یا عملکرد خود پروژه). دومین مشکل تصمیم‌گیری نیز این است که از چه معیارها و سنجه‌هایی (عینی و یا ذهنی) بهتر است به عنوان شاخص‌های عملکرد استفاده شود [۱۳، ص ۴۰۴]. سارکار و همکاران (۲۰۰۱) در تحقیق خود دو بعد عملکرد پروژه مشارکت و عملکرد راهبردی مشارکت را در بررسی عملکرد یک مشارکت در نظر گرفتند که اولی اشاره به منافع مشترک و عملیاتی به‌دست آمده از مشارکت دارد و دومی اشاره به منافع راهبردی دارد که در نتیجه ایجاد مشارکت به طور اختصاصی برای هر شریک به دست می‌آید [۱۴، ص ۳۶۰]. نیلسن (۲۰۰۷) استفاده از سنجه‌های برداشتی (مانند میزان رضایت از مشارکت بوجود آمده) را نیز در کنار سنجه‌های عملکردی پیشنهاد می‌دهد تا از این طریق اطلاعاتی کلی در خصوص میزان دستیابی به اهداف کلی مورد انتظار از مشارکت بدست آید [۱۵، ص ۳۳۹]. به طور کلی نتایج مطالعات گذشته نیز نشان می‌دهد بررسی همزمان سنجه‌های عملکردی و برداشتی در بررسی عملکرد مشارکت‌ها، نتایج بهتر و قوی‌تری به همراه داشته است [۱۳؛ ۱۵].

۲-۳- تحقیقات قبلی صورت گرفته

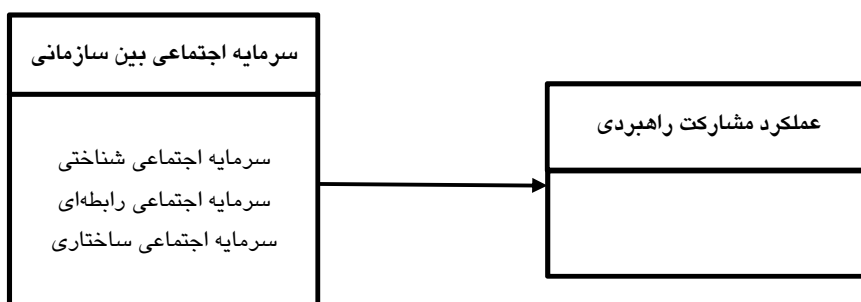
بررسی پیشینه تحقیقات خارجی مرتبط با سرمایه اجتماعی بین سازمانی نشان می‌دهند مطالعات مهم صورت گرفته عمدتاً به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر متغیرهای وابسته‌ای همچون عملکرد شرکت [۱۱؛ ۱۶]، نوآوری اکتشافی [۱۷]، قابلیت‌های پویا [۱۸] و انعطاف‌پذیری زنجیره تامین [۱۹] پرداخته‌اند. بررسی پیشینه تحقیقات داخلی مرتبط با سرمایه اجتماعی بین سازمانی نیز نشان می‌دهند مطالعات مهم صورت گرفته عمدتاً به بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر متغیرهای وابسته‌ای همچون رضایت خریدار از تامین‌کننده [۲۰]، کسب مزیت رقابتی [۲۱؛ ۲۲] و یکپارچگی زنجیره تامین [۲۳] پرداخته‌اند. اما برابر بررسی‌ها تاکنون مطالعه

مهمی در رابطه با تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مشارکت صورت نگرفته است که این پژوهش به دنبال پر کردن شکاف پژوهشی اشاره شده می‌باشد.

۲-۴- ارائه مدل مفهومی و فرضیه‌های تحقیق

سرمایه اجتماعی و ابعاد مختلف آن به طرق مختلفی می‌تواند بر عملکرد مشارکت تاثیرگذار باشد. در رابطه با سرمایه اجتماعی شناختی می‌توان ادعا کرد سرمایه اجتماعی شناختی به اشتراک-گذاری اهداف، ارزش‌ها و چشم‌انداز مشترک را تسهیل می‌کند و انتظار می‌رود شرکا بتوانند به درک سریع‌تر و درست‌تری از آنچه بهبودها را شکل می‌دهند و اینکه چگونه به آنها می‌توانند برسند، دست پیدا کنند و در نتیجه بهبود عملکرد مشارکت خواهد بود [۷، ص ۲۹۱]. افزایش سرمایه اجتماعی رابطه‌ای افزایش سطح دوستی، احترام و پایداری روابط میان شرکا را به همراه دارد و زمینه را برای ارتباطات باز، شفافیت رفتار، حمایت متقابل و به اشتراک‌گذاری منابع حساس و مهم میان شرکا فراهم می‌آورد [۷، ص ۲۹۱] و یک محیط مساعد را برای نوآوری و توسعه ایده‌های خلاق و کاوش فرصت‌های جدید، ایجاد می‌کند [۱۷، ص ۱۰]. وقتی که اعتماد و تعهد میان شرکا که یکی از مشخصه‌های مهم سرمایه اجتماعی رابطه‌ای است، افزایش یابد، شرکا تمایل بیشتری برای تشریک مساعی و گسترش سطح ارتباطات خود نشان خواهند داد و در نتیجه زمینه برای انتقال دانش و به اشتراک‌گذاری اطلاعات حساس و حیاتی میان شرکا نیز فراهم می‌آید [۳، ص ۲۲۸]. وجود یک سرمایه اجتماعی ساختاری قوی نیز برای موفقیت مشارکت‌ها یک ضرورت است. به اعتقاد کائو و همکاران (۲۰۱۲) ارتباطات اثربخش به مانند چسبی^۵ است که باعث نگه‌داشتن شرکا در کنار همدیگر می‌شود و پایداری همکاری‌ها را به دنبال دارد و از بروز تعارض و سوء تفاهم میان شرکا جلوگیری می‌کند [۱۰، ص ۲۴]. همچنین می‌توان استدلال کرد که با پیکربندی صحیح ارتباطات بین سازمانی میان سطوح مختلف سازمانی و بخش‌های وظیفه‌ای مختلف، هماهنگی عملیاتی شرکا تسهیل می‌گردد؛ هزینه انتقال و انتشار اطلاعات کاهش می‌یابد و زمینه تشخیص و رفع به موقع مشکل فراهم می‌آید [۷، ص ۲۹۳]. علاوه بر این، تعاملات مکرر و پیوندهای مستحکم حاصل از سرمایه اجتماعی ساختاری، به ایجاد اجماع میان شرکا خصوصاً در سطح مدیران ارشد در تدوین راهبردها و کاهش برخی مقاومت‌ها در مقابل تغییرات ناشی از

نوآوری و بهبودها کمک شایانی می‌کند [۱۱، ص ۵۶۵]. بنابراین در مجموع می‌توان ادعا کرد سرمایه اجتماعی مشارکت و ابعاد سه‌گانه آن می‌تواند تاثیر مثبت و قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد مشارکت داشته باشد. بر همین اساس مدل نظری اولیه تحقیق مطابق شکل ۱ ارائه گردیده است.



شکل ۱. مدل نظری اولیه تحقیق

در ادامه فرضیه اصلی این تحقیق به همراه سه فرضیه فرعی مرتبط با آن مطابق با مدل نظری تحقیق در جدول جدول ۱ ارائه گردیده است.

جدول ۱ فرضیه اصلی تحقیق و فرضیه های فرعی مرتبط با آن

فرضیه اصلی تحقیق (H1):	سرمایه اجتماعی مشارکت تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشارکت دارد.
فرضیه فرعی اول (H1a):	سرمایه اجتماعی شناختی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشارکت دارد.
فرضیه فرعی دوم (H1b):	سرمایه اجتماعی رابطه‌ای تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشارکت دارد.
فرضیه فرعی سوم (H1c):	سرمایه اجتماعی ساختاری تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشارکت دارد.

فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه اصلی

۳- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف تحقیق، کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات نیز با توجه به رویکرد پرسشنامه‌ای آن، توصیفی محسوب می‌شود. همچنین این تحقیق در میان انواع تحقیقات توصیفی، به دلیل آنکه به بررسی رابطه همزمان چندین متغیر می‌پردازد، در زمره تحقیقات توصیفی همبستگی با رویکرد تحلیل ماتریس همبستگی قرار می‌گیرد.

۳-۱- روش اندازه‌گیری و عملیاتی کردن سازه‌ها

در این پژوهش از یک مقیاس طیف لیکرت پنج نقطه‌ای برای اندازه‌گیری سنج‌ها استفاده گردیده است. همچنین سنج‌های اولیه تا حدود زیادی از مطالعات قبلی به دست آمده‌اند و در ادامه به منظور مناسب بودن با بستر مطالعه، بر اساس بازخوردی که از مصاحبه با چند تن از خبرگان دانشگاهی و صنعت دفاعی و نیز برگزاری آزمون پایلوت به دست آمده است، پالایش گردیده‌اند و در صورت لزوم برخی سنج‌های مطالعات قبلی حذف و یا مواردی بر حسب ضرورت به آنها اضافه گردیده است. همچنین در این مطالعه سعی گردیده است جهت اندازه‌گیری هر چه دقیق‌تر سازه‌های اصلی مدل، هر یک از آنها به صورت یک سازه انعکاسی مرتبه دوم^۱، تعریف و عملیاتی شوند.

در این مطالعه مرجع اصلی برای اندازه‌گیری ابعاد مختلف سازه سرمایه اجتماعی مشارکت، مطالعات ویلنا و همکاران (۲۰۱۱) [۱۱] و لیم و راجرز (۲۰۱۷) [۱۶] می‌باشد که از جمله مهمترین مطالعات صورت گرفته در این حوزه می‌باشند. بر این اساس سازه سرمایه اجتماعی به عنوان یک سازه مرتبه دوم متشکل از سه سازه مرتبه اول سرمایه اجتماعی شناختی، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و سرمایه اجتماعی ساختاری در نظر گرفته شده است و سپس گویه‌های مربوطه بر اساس نتایج به دست آمده از مصاحبه، با بستر صنعت دفاعی متناسب گردیده‌اند. برای اندازه‌گیری سازه عملکرد مشارکت، مرجع اصلی مطالعات اوزرهان و همکاران (۲۰۱۰) [۱۳] می‌باشد. بر این اساس سازه عملکرد مشارکت به عنوان یک سازه مرتبه دوم متشکل از سه سازه مرتبه اول عملکرد عملیاتی مشارکت، عملکرد راهبردی مشارکت و بعد ذهنی و تک‌آیتمی رضایت کلی از مشارکت در نظر گرفته شده است و در ادامه گویه‌ها بر

اساس نتایج به دست آمده از مصاحبه، با بستر صنعت دفاعی متناسب گردیده‌اند.

۲-۳- جامعه آماری و روش جمع آوری داده‌ها

همانطور که اشاره گردید رویکرد اصلی این پژوهش برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. در این مطالعه سطح تحلیل، آن دسته از همکاری‌های میان شرکت‌های زیرمجموعه سازمان صنایع هوایی (صها، پنها، هسا و قدس) با شرکت‌های تامین‌کننده خود در خارج از بخش دفاعی می‌باشد که بنا به ادعای مدیران مربوطه، همکاری ایجاد شده فراتر از روابط معمول برون‌سپاری بوده و به عبارتی مبتنی بر مشارکت و یا حداقل در حال گذار به مشارکت باشند. بنابراین در این تحقیق سطح تحلیل، مشارکت بین سازمانی است و جامعه آماری آن شامل کلیه خبرگان شرکت‌های زیرمجموعه سازمان صنایع هوایی ودجا (شامل مدیران، سرپرستان و کارشناسان ارشد با حداقل سه سال سابقه کار) می‌باشد که از دانش و اشراف کافی نسبت به مشارکت‌های مورد نظر برخوردار باشند.

لازم به ذکر است در این مطالعه از روش نمونه‌گیری خاصی استفاده نگردیده است بلکه با توجه به محدود بودن و در دسترس بودن جامعه آماری، به ازای هر همکاری راهبردی شناسایی شده یک پرسشنامه در نظر گرفته شده است و در ادامه از یک خبره (که از بیشترین اشراف اطلاعاتی برای پاسخگویی به سوالات مرتبط با آن همکاری برخوردار است و به صورت هدفمند انتخاب شده است) خواسته شده است به نمایندگی از سازمان خود پرسشنامه مربوطه را تکمیل نماید. در نهایت در این مطالعه با بررسی‌های به عمل آمده، ۱۱۲ همکاری بین سازمانی مبتنی بر مشارکت و یا حداقل در حال گذار به مشارکت در صنایع هوایی مورد مطالعه شناسایی گردید و در ادامه از خبره مرتبط با هر مشارکت شناسایی شده درخواست گردید که پرسشنامه مربوطه را تکمیل نماید. سرانجام با پیگیری‌های به عمل آمده، تعداد ۷۹ پرسشنامه دریافت گردید که همگی آنها کامل و رضایت بخش بود و حاکی از نرخ پاسخ ۷۱ درصدی داشت.

۳-۳- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این مطالعه برای آزمون مدل و فرضیه‌های تحقیق، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) بهره گرفته شده است و برای این منظور نیز از

نرم افزار SmartPls 3.2.6 استفاده گردیده است. رویکرد یاد شده به دلایل مختلف مناسب-ترین رویکرد برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش تشخیص داده شده است. نخست اینکه: این روش بر خلاف روش‌های کوواریانس محور نیازی به وجود تعداد نمونه‌های بالا ندارد و مناسب‌ترین روش برای تحلیل نمونه‌های کوچک (که این پژوهش نیز با آن مواجه است) می‌باشد [۲۴، ص ۲۸۳]. و دوم اینکه این روش به محقق این امکان را می‌دهد که بتواند در مدل پژوهش خود از مدل اندازه‌گیری با یک سوال استفاده کند [۲۴، ص ۲۸۳] (همانند پژوهش حاضر که در آن قرار است سازه رضایت از مشارکت تنها با یک گویه سنجیده شود).

۴- نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها

در جدول ۲ نتایج حاصل از آزمون پایایی ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) این پژوهش ارائه گردیده است. همانطور که در این جدول قابل مشاهده است، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کلیه سازه‌های مدل پژوهش، بالاتر از ۰/۷ می‌باشند که نشان از پایایی مناسب سازه‌های تحقیق دارند. همچنین مقدار AVE برای کلیه سازه‌ها بالاتر از مقدار بحرانی ۰/۵ به دست آمده است که این نتیجه نشان می‌دهد روایی همگرایی کلیه سازه‌های مدل نیز در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

جدول ۲ نتایج محاسبه انواع ضرایب مرتبط با پایایی، روایی و برازش سازه‌ها

شاخص نیکویی برازش (GOF) $(\sqrt{R^2} \times \sqrt{AVE})$	ضریب تعیین (R ²)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	ضریب آلفای کرونباخ (α)	سازه‌های مدل تحقیق	سازه‌های مرتبه اول
۰/۷۰ (۰/۸۰×۰/۸۸)	۰/۶۱	۰/۷۸	۰/۸۷	۰/۷۲	سرمایه اجتماعی شناختی	
	۰/۷۴	۰/۷۲	۰/۸۸	۰/۸۱	سرمایه اجتماعی رابطه‌ای	
	۰/۷۶	۰/۷۶	۰/۹۰	۰/۸۴	سرمایه اجتماعی ساختاری	
	۰/۷۹	۰/۷۲	۰/۸۸	۰/۸۱	عملکرد عملیاتی مشارکت	
	۰/۸۰	۰/۷۷	۰/۹۱	۰/۸۵	عملکرد راهبردی مشارکت	



ادامه جدول ۲

شاخص نیکویی برازش (GOF) $(\sqrt{R^2} \times \sqrt{AVE})$	ضریب تعیین (R ²)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	ضریب آلفای کرونباخ (α)	سازه‌های مدل تحقیق	
	/۶۳	۱	۱	۱	رضایت کلی از مشارکت*	سازه‌های مشارکتی
	---	/۵۱	/۸۹	/۸۶	سرمایه اجتماعی مشارکت	
	/۳۵	/۵۶	/۸۹	/۸۶	عملکرد مشارکت	

* ضرایب α، β و AVE برای سازه "رضایت از مشارکت" به دلیل تک سنجی بودن آن، برابر عدد ۱ می‌باشند.

در این پژوهش روایی و اگرآ نیز در دو سطح شاخص‌ها و سطح سازه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاصل از بررسی روایی و اگرآ در سطح شاخص‌ها (جدول ۳) نشان داد مقدار همبستگی میان هر یک از شاخص‌ها با سازه مربوط به خود (بار عاملی) از همبستگی میان آنها با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که این نتیجه نشان‌دهنده روایی و اگرآی مناسب در سطح شاخص‌ها می‌باشد. همچنین نتایج بررسی روایی و اگرآ در سطح سازه‌ها که با استفاده از روش پیشنهادی فورنل و لارکر (۱۹۸۱) [۲۵، ص ۴۴] (ماتریس مقایسه جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین آن سازه با دیگر سازه‌های مدل) صورت گرفت (جدول ۴)، نشان داد جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه از مقدار ضرایب همبستگی بین آن سازه با دیگر سازه‌های مدل بیشتر است که این نتیجه نیز نشان‌دهنده روایی و اگرآی مناسب مدل پیشنهادی تحقیق در سطح سازه‌ها می‌باشد.

جدول ۳ همبستگی میان هر یک از شاخص‌ها با سازه مربوط به خود و با دیگر سازه‌ها

		سازه‌های مرتبه اول مدل					
		سرمایه اجتماعی شناختی	سرمایه اجتماعی رابط‌های	سرمایه اجتماعی ساختاری	عملکرد عملیاتی	عملکرد راهبردی	رضایت از مشارکت
گویه‌های سازه سرمایه اجتماعی شناختی	cognit1	/۸۷	/۵۲	/۳۸	/۲۵	/۳۶	/۲۴
	cognit2	/۸۷	/۴۷	/۴۹	/۳۰	/۴۲	/۳۲
گویه‌های سازه سرمایه اجتماعی رابط‌های	relate1	/۴۳	/۸۲	/۴۰	/۳۱	/۳۷	/۲۱
	relate2	/۵۳	/۸۵	/۴۳	/۵۳	/۵۷	/۴۹
	relate3	/۴۷	/۸۶	/۴۵	/۴۱	/۲۵	/۱۹
گویه‌های سازه سرمایه اجتماعی ساختاری	structure1	/۴۸	/۴۷	/۸۸	/۲۵	/۳۸	/۲۲
	structure2	/۴۲	/۴۹	/۸۶	/۴۲	/۴۷	/۴۴
	Structure3	/۳۹	/۳۲	/۹۰	/۲۲	/۴۱	/۲۱
گویه‌های سازه عملکرد عملیاتی	operational1	/۳۰	/۵۰	/۳۵	/۹۲	/۵۷	/۶۱
	operational2	/۱۹	/۳۸	/۱۵	/۸۶	/۳۴	/۳۸
	operational3	/۳۱	/۳۶	/۳۵	/۸۷	/۴۱	/۴۸
گویه‌های سازه عملکرد راهبردی	strategic1	/۴۲	/۳۷	/۴۳	/۳۶	/۸۹	/۴۶
	strategic2	/۴۱	/۳۷	/۳۴	/۴۸	/۸۸	/۴۵
	strategic3	/۳۵	/۴۴	/۴۸	/۵۳	/۹۱	/۵۴
گویه سازه رضایت از مشارکت	satisfaction	/۳۲	/۳۶	/۳۳	/۵۹	/۵۶	۱



جدول ۴. ماتریس مقایسه جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه (خانه‌های قطر اصلی) با ضرایب همبستگی بین سازه‌ها (خانه‌های زیر قطر اصلی)

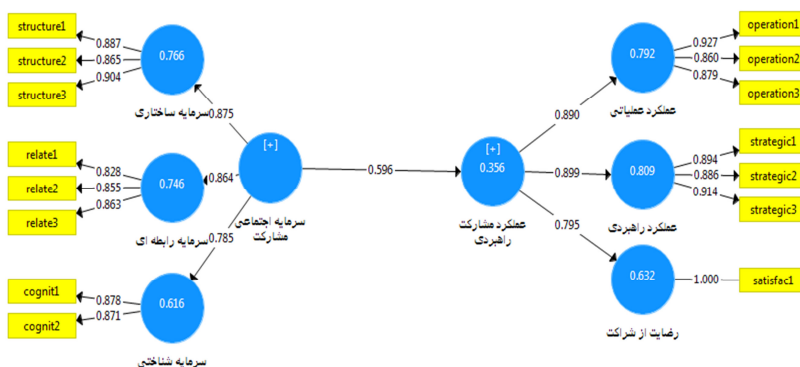
		سازه‌های مرتبه اول							سازه‌های مرتبه دوم	
		سرمایه اجتماعی شناختی	سرمایه اجتماعی رابطه‌ای	سرمایه اجتماعی ساختاری	عملکرد عملیاتی مشارکت	عملکرد راهبردی مشارکت	رضایت کلی از مشارکت	سرمایه اجتماعی مشارکت	عملکرد مشارکت	
سازه‌های مرتبه اول	سرمایه اجتماعی شناختی	/۸۸								
	سرمایه اجتماعی رابطه‌ای	/۵۶	/۸۵							
	سرمایه اجتماعی ساختاری	/۴۹	/۵۰	/۸۷						
	عملکرد عملیاتی مشارکت	/۳۲	/۴۹	/۳۴	/۸۵					
	عملکرد راهبردی مشارکت	/۴۵	/۴۷	/۴۸	/۵۳	/۸۷				
	رضایت کلی از مشارکت	/۳۲	/۳۵	/۳۳	/۵۹	/۵۶	۱			
سازه‌های مرتبه دوم	سرمایه اجتماعی مشارکت	/۷۸	/۸۵	/۸۳	/۴۷	/۵۷	/۴۱	/۷۱		
	عملکرد مشارکت	/۴۴	/۵۴	/۴۷	/۸۵	/۸۷	/۷۷	/۵۹	/۷۵	

۴-۱- نتایج ارزیابی برازش مدل و آزمون فرضیه‌ها

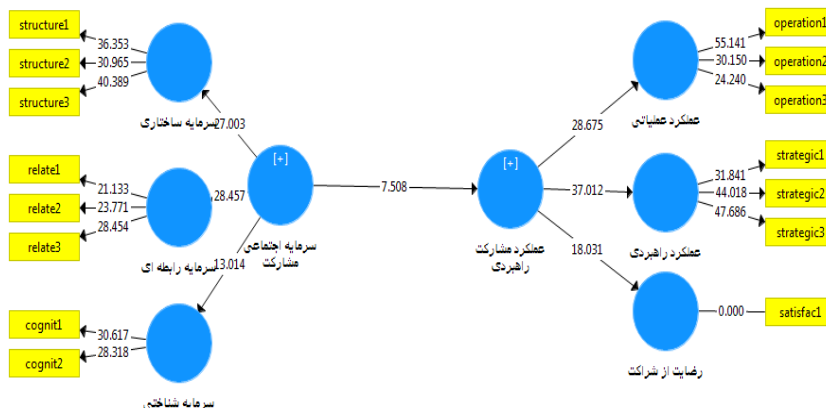
در این پژوهش برای آزمون برازش بخش ساختاری مدل از شاخص ضریب تعیین (R^2) استفاده گردیده است. با محاسبه شاخص R^2 برای سازه عملکرد مشارکت که تنها سازه درون‌زای (وابسته) بخش ساختاری مدل است، مقدار $359/3$ به دست آمد. با ملاک قرار دادن سه مقدار پیشنهادی R^2 ($19/1$ ، $33/6$ و $67/1$) برای ضعیف بودن، متوسط بودن و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل [۲۴، ص ۳۰۳] می‌توان نتیجه گرفت برازش بخش ساختاری مدل پیشنهادی تحقیق حاضر در سطح

متوسط است که این سطح از برازش با توجه به اینکه تنها یک متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) در مدل تحقیق وجود دارد، می‌تواند نتیجه مطلوبی در نظر گرفته شود. همانطور که اشاره گردید، در این پژوهش برای آزمون برازش کلی مدل تحقیق از شاخص نیکویی برازش (GOF) استفاده گردیده است. با محاسبات صورت گرفته مقدار 0.70 برای شاخص GOF به دست آمد (جدول ۲) که با ملاک قرار دادن سه مقدار پیشنهادی GOF (0.1 ، 0.25 و 0.36) توسط وتزلز و همکاران (۲۰۰۹) برای ضعیف بودن، متوسط بودن و قوی بودن برازش کلی مدل [۲۶، ص ۱۸۷]، می‌توان نتیجه گرفت برازش کلی مدل پیشنهادی تحقیق حاضر در سطح قوی قرار دارد.

به منظور آزمون فرضیه اصلی تحقیق، در شکل ۲ و شکل ۳ نتایج حاصل از اجرای مدل مفهومی تحقیق در دو حالت ضرایب مسیر و ضرایب معناداری در نرم‌افزار SmartPLS3 ارائه گردیده است. بزرگ‌تر بودن ضریب معناداری مسیر میان متغیر پنهان سرمایه اجتماعی و عملکرد مشارکت از مقدار $1/96$ ($t\text{-value}=7.50$ $p < .05$) (شکل ۳)، حاکی از معنادار بودن تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مشارکت در سطح اطمینان 95% دارد و در نتیجه فرضیه اصلی تحقیق تایید می‌شود. همچنین ضریب تأثیر به دست آمده (0.59) نشان می‌دهد متغیر سرمایه اجتماعی تأثیر قوی و قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد مشارکت دارد (شکل ۲).



شکل ۲ خروجی اجرای مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب استاندارد در نرم‌افزار SmartPLS 3



شکل ۳ خروجی اجرای مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب معناداری در نرم افزار SmartPLS 3

برای آزمون فرضیه‌های فرعی مرتبط با فرضیه اصلی، با توجه به اینکه هر سه بعد مرتبه اول مرتبط با سازه سرمایه اجتماعی مشارکت، به هم وابستگی قابل توجهی داشته و امکان وارد کردن همزمان آنها به عنوان متغیر مستقل در مدل تحقیق به دلیل بروز همخطی شدید وجود ندارد، لذا مطابق پیشنهاد شیلکه و گورزن (۲۰۱۰) سه مدل فرعی از مدل اصلی طراحی گردید و در هر مدل فرعی صرفاً یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی مشارکت به عنوان متغیر مستقل وارد گردید [۲۷، ص ۱۲۱۲]. نتایج اجرای هر سه مدل فرعی نیز حاکی از مثبت بودن و معنادار بودن رابطه میان هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی مشارکت با عملکرد مشارکت دارد که نتیجه در جدول ۵ ارائه گردیده است.

جدول ۵ خلاصه نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق و فرضیات فرعی مرتبط با آن

نتیجه آزمون فرضیه	نتایج آزمون مدل		فرضیه اصلی تحقیق	مدل اصلی تحقیق
	ضریب معناداری (t-value)	ضریب مسیر (بتا)		
تایید فرضیه	۷/۵۰	۰/۵۹	فرضیه اصلی تحقیق سرمایه اجتماعی مشارکت -- < عملکرد مشارکت	مدل اصلی تحقیق
تایید فرضیه	۵/۱۶	۰/۴۴	فرضیه فرعی اول سرمایه اجتماعی شناختی -- < عملکرد مشارکت	مدل فرعی ۱
تایید فرضیه	۷/۵۶	۰/۴۸	فرضیه فرعی دوم سرمایه اجتماعی رابطه‌ای -- < عملکرد مشارکت	مدل فرعی ۲
تایید فرضیه	۶/۲۸	/۴۹	فرضیه فرعی سوم سرمایه اجتماعی ساختاری -- < عملکرد مشارکت	مدل فرعی ۳

۲-۴- نتایج آزمون میانگین

در این پژوهش برای ارزیابی وضعیت فعلی ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های مورد مطالعه و پاسخگویی به سوال دوم تحقیق، از آزمون میانگین یک جامعه (آزمون t) استفاده گردیده است. برای این منظور طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با اختصاص مقادیر ۱ تا ۵ به مقیاس فاصله‌ای تبدیل و مقدار ۳ به عنوان حد پایین مطلوبیت تعیین گردیده است [۲۸، ص ۲۰۲]. در جدول ۶ نتایج آزمون میانگین ارائه گردیده است. با توجه به اینکه برای متغیر سرمایه اجتماعی ساختاری از یک طرف مقدار معناداری دو دنباله از ۰/۰۵ کمتر و از طرف دیگر کران پایین و بالای آن نیز هر دو منفی می‌باشد، بنابراین این بعد از سرمایه اجتماعی، نامطلوب ارزیابی می‌گردد. نتایج ارزیابی موقعیت سایر ابعاد سرمایه اجتماعی در جدول ۶ ارائه گردیده است.

جدول ۶ نتایج آزمون میانگین برای ارزیابی موقعیت ابعاد سرمایه اجتماعی در مشارکتهای مورد مطالعه

موقعیت قابلیت مورد نظر در صنعت مورد مطالعه	عدد آزمون: ۳				میانگین امتیازات داده شده به گویه‌ها	سازه
	فاصله اطمینان ۹۵ درصدی میانگین امتیازات از عدد ۳		سطح معناداری دو دنباله (sig)	آماره t		
	کران بالا	کران پایین				
متوسط	/۴۳۰	- /۰۳۷	/۰۹	۱/۶۶	۳/۱۹	سرمایه اجتماعی شناختی
مطلوب	/۵۷۵	/۱۵۰	/۰۰	۳/۴۰	۳/۳۶	سرمایه اجتماعی رابطه‌ای
ضعیف	- /۱۱۲	- /۳۵۸	/۰۲	-۱/۱۳	۲/۸۲	سرمایه اجتماعی ساختاری
مطلوب	/۴۱۴	/۰۳۹	/۰۲	۲/۴۱	۳/۲۲	سرمایه اجتماعی مشارکت

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف اصلی این مقاله بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بین سازمانی و ابعاد مختلف آن (شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) بر عملکرد مشارکتهای با هدف پرکردن شکاف تحقیقاتی موجود در این زمینه بود. نتایج بررسی مشارکتهای در صنایع هوایی ودجا که با استفاده از پرسشنامه صورت گرفت، نشان داد سرمایه اجتماعی تاثیر مثبت و قابل ملاحظه‌ای بر عملکرد مشارکتهای دارد. قرار دادن نتایج این مطالعه در کنار نتایج مطالعات قبلی که در آنها تاثیر قابل ملاحظه سرمایه اجتماعی بین سازمانی بر روی متغیرهای وابسته‌ای همچون عملکرد شرکت [۱۱، ۱۶]، نوآوری اکتشافی [۱۷]، قابلیت‌های پویا [۱۸] کسب مزیت رقابتی [۲۱، ۲۲] و یکپارچگی زنجیره تامین [۲۳] تایید گردیده بود، این پیام مهم را برای مدیران صنعت دفاعی و سایر مدیران صنایع کشور به همراه دارد که ارتقای سطح سرمایه اجتماعی بین سازمانی باید در زمره اولویتهای اول آنها قرار گیرد. دومین پیام مهمی که نتایج این تحقیق برای مدیران دارد، این است که برای

ارتقای سطح سرمایه اجتماعی بین سازمانی، می‌بایستی با یک دید کل‌نگر همزمان به تمامی وجوه و ابعاد مختلف آن (اعم از شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) توجه داشت و همه اجزا را در تعامل و ارتباط نزدیک با یکدیگر تفسیر و مدیریت کرد.

در این پژوهش نتایج آزمون میانگین نشان داد در حال حاضر موقعیت ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی در مشارکت‌های ایجاد شده میان صنایع هوایی ودجا و همکاران راهبردی آنها، در برخی حوزه‌ها در وضعیت مطلوبی قرار ندارد؛ به عبارت دقیق‌تر برای سرمایه اجتماعی شناختی، وضعیت متوسط و برای سرمایه اجتماعی ساختاری وضعیت نامطلوب گزارش گردید. با توجه به متفاوت بودن فرهنگ‌های سازمانی و ارزش‌های بنیادین حاکم بر صنایع دفاعی (به عنوان بخشی از دولت با ماموریت‌های حاکمیتی) در یک طرف مشارکت و قرار گرفتن شرکت‌های صنعتی، تحقیقاتی و دانش بنیان (که خارج از بخش دفاعی بوده و غالباً از مدل کسب و کاری بخش خصوصی پیروی می‌کنند) در طرف دیگر مشارکت، متوسط بودن سطح سرمایه اجتماعی شناختی در این پژوهش چندان دور از انتظار به نظر نمی‌رسد. با اینحال برای افزایش سطح سرمایه اجتماعی شناختی پیشنهاد می‌گردد در اولویت نخست اقدامات هدفمند و بلندمدتی در خصوص توسعه و نهادینه‌سازی فرهنگ مشارکت بین سازمانی در میان کلیه سطوح مدیریتی و کارشناسی شرکت‌های درگیر در مشارکت‌ها صورت پذیرد. از طرفی لازم است ساز و کارهای سازمانی مناسبی به منظور افزایش سطح هماهنگی‌های راهبردی و عملیاتی میان آنها ایجاد و یا توسعه یابد تا از این طریق بتوانند با سازگار ساختن اهداف همدیگر و توسعه اهداف و ارزش‌های مشترک، سطح سرمایه اجتماعی شناختی خود را افزایش دهند. البته می‌توان به متوسط بودن سطح سرمایه اجتماعی شناختی به عنوان یک فرصت هم نگاه کرد و از آن برای افزایش نوآوری در مشارکت‌های ایجاد شده بهره برد. چراکه همانطور که ویلنا و همکاران (۲۰۱۱) و لی و همکاران (۲۰۱۶) نیز اشاره می‌کنند، مشارکت‌هایی که در آنها شاخص‌های سرمایه اجتماعی شناختی در حد بالایی باشند، ممکن است دچار مسائل و آفت‌هایی همچون گروه‌اندیشی و یا هم‌ریخت‌بینی^۷ شوند که در آن شرکا بیش از حد شبیه هم فکر و عمل می‌کنند و از این رو زمینه و بستر لازم برای رشد خلاقیت و نوآوری (که لازمه ذاتی آنها وجود دگراندیشی و متمایز فکر کردن است) فراهم نیاید [۱۱، ص ۵۶۴، ۱۷، ص ۹]. بنابراین



در شرایط فعلی پیشنهاد می‌گردد ساز و کارهای لازم برای افزایش همکاری‌ها در زمینه توسعه فعالیت‌های نوآورانه در مشارکت‌های موجود بیش از پیش فراهم آید. برای ارتقای سطح سرمایه اجتماعی رابطه‌ای نیز اساسی‌ترین اقدام، اعتمادسازی و ارتقای سطح اعتماد و تعهد میان صنایع دفاعی و تامین‌کنندگان راهبردی آنها می‌باشد که برای رسیدن به آن لازم است در همان ابتدا قراردادهای مشارکتی منعقد با تامین‌کنندگان راهبردی بر اساس یک رابطه برد-برد تنظیم شود و ریسک‌ها و هزینه‌ها به طور منصفانه‌ای بین طرفین توزیع گردد؛ به تامین‌کنندگان نقش و مسئولیت بیشتر و فعال‌تری در قبال پروژه نهایی داده شود و ساز و کارهایی برای توسعه و توانمندسازی آنها در نظر گرفته شود. برای ارتقای سطح سرمایه اجتماعی ساختاری نیز که در آزمون میانگین موقعیت آن نامطلوب ارزیابی گردید، پیشنهاد می‌گردد در اولویت نخست با رعایت ملاحظات امنیتی، در برخی از سیاست‌ها و قوانین سختگیرانه و محدود کننده در صنایع دفاعی در زمینه تبادل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات با تامین‌کنندگان راهبردی، تجدید نظر صورت گیرد. همچنین پیشنهاد می‌گردد در مشارکت‌های به وجود آمده، زیرساخت‌ها و ساز و کارهای اطلاعاتی و ارتباطی آنها به گونه‌ای سازماندهی گردد که زمینه برای تحقق ارتباطات مشارکتی مانند به اشتراک‌گذاری اطلاعات، توسعه تماس‌های دوطرفه، مکرر و متوازن در تمامی سطوح شغلی (مدیریتی و کارشناسی) و سازمانی (طرحی، تولیدی، فروش و ...) و نیز ترویج سبک ارتباطات غیررسمی در کنار ارتباطات رسمی و کاهش اعمال سیاست‌های حاکمیتی نسبت به تامین‌کنندگان، به صورت موثر و کارآمدی فراهم آید.

در این پژوهش برای آزمون مدل پیشنهادی تحقیق صرفاً صنعت دفاعی و آن هم بخش صنایع هوایی آن مورد بررسی قرار گرفت. پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی سایر صنایع دفاعی و همینطور دیگر صنایع کشور همچون صنعت خودروسازی نیز مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند. همچنین در این پژوهش به دلیل محدودیت‌های موجود، در بررسی ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی بین سازمانی، صرفاً سازمانها و شرکت‌های دفاعی (که در این مطالعه نقش شرکت مرکزی یا تولید کننده اصلی را در مشارکت‌ها ایفا می‌کردند) مورد بررسی قرار گرفتند و سوالات پرسشنامه از منظر آنها تکمیل گردید. پیشنهاد می‌گردد جهت پیشگیری از برخی سوگیری‌های احتمالی، در تحقیقات آتی به بررسی موضوع از منظر شرکت‌های همکار (مانند تامین‌کنندگان) نیز پرداخته شده و نتایج با یکدیگر مقایسه گردند. همچنین در این پژوهش صرفاً

به بررسی جنبه‌های مثبت سرمایه اجتماعی مشارکت پرداخته شد. در حالیکه برای سرمایه اجتماعی بین سازمانی خصوصاً زمانی که حالت افراطی به خود گیرد، می‌توان جنبه‌های منفی نیز متصور بود مانند بروز برخی رفتارهای فرصت‌طلبانه و یا ظهور پدیده‌هایی همچون گروه-اندیشی و یا هم‌ریخت‌بینی [۱۱، ص ۵۶۴]. بنابراین پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به جنبه‌های منفی و تاریخ سرمایه اجتماعی بین سازمانی نیز به طور مفصل پرداخته شود.

۶- پی‌نوشت‌ها

1. Cognitive Social Capital
2. Relational Social Capital
3. Structural Social Capital
4. Collaborative communications
5. glue
6. Reflective second order construct
7. Isomorphism

۷- منابع

- [1] Kale, P. and Singh, H., (2009). "Managing strategic alliances: what do we know now, and where do we go from here?", *The Academy of Management Perspectives*, pp. 45-62, .
- [2] Madhok, A., Keyhani, M., and Bossink, B., (2015). "Understanding alliance evolution and termination: Adjustment costs and the economics of resource value, " *Strategic Organization*, vol. 13, pp. 91-116.
- [3] Lee, C., Park, C.-S., and Vertinsky, I., (2012). "Relational Capital, Knowledge Transfer and Performance in International Joint Ventures (IJVs in Korea), " in *Korean Science and Technology in an International Perspective*, ed: Springer, pp. 223-237.
- [4] Cullen, J. B., Johnson, J. L., and Sakano, T., (2000). "Success through commitment

- and trust: The soft side of strategic alliance management, " *Journal of World Business*, vol. 35, pp. 223-240.
- [5] Parker, D. and Hartley, K., (2003). "Transaction costs, relational contracting and public private partnerships: a case study of UK defence, " *Journal of Purchasing and Supply Management*, vol. 9, pp. 97-108.
- [6] Safdari Ranjbar, M., Gholamreza Tavakoli, Manouchehr Manteghi, and Tabaeyan, S. K., (2015). "Challenges of the defense industry of the country in the transition to the open innovation paradigm, " *behboodmodiriat*, vol. 9, pp. 55-75, [in Persian].
- [7] Min, S., Kim, S. K., and Chen, H., (2008). "Developing social identity and social capital for supply chain management, " *Journal of business logistics*, vol. 29, pp. 283-304.
- [8] Nahapiet, J. and Ghoshal, S., (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage, " *Academy of management review*, vol. 23, pp. 242-266.
- [9] Inkpen, A. C. and Tsang, E. W., (2005). "Social capital, networks, and knowledge transfer, " *Academy of management review*, vol. 30, pp. 146-165.
- [10] Cao, M. and Zhang, Q., (2012). *Supply Chain Collaboration: Roles of Interorganizational Systems, Trust, and Collaborative Culture*: Springer Science & Business Media.
- [11] Villena, V. H., Revilla, E., and Choi, T. Y., (2011). "The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective, " *Journal of Operations Management*, vol. 29, pp. 561-576.
- [12] Mohr, J. J., Fisher, R. J., and Nevin, J. R., (1996). "Collaborative communication in interfirm relationships: moderating effects of integration and control, " *the Journal of Marketing*, pp. 103-115.
- [13] Ozorhon, B., Arditi, D., Dikmen, I., and Birgonul, M. T., (2010). "Toward a multidimensional performance measure for international joint ventures in construction, " *Journal of construction engineering and management*, vol. 137, pp. 403-411.

- [14] Sarkar, M. B., Echambadi, R., Cavusgil, S. T., and Aulakh, P. S., (2001). "The influence of complementarity, compatibility, and relationship capital on alliance performance," *Journal of the academy of marketing science*, vol. 29, pp. 358-373.
- [15] Nielsen, B. B., (2007). "Determining international strategic alliance performance: A multidimensional approach," *International Business Review*, vol. 16, pp. 337-361.
- [16] Leem, B. H. and Rogers, K., (2017). "The moderating effect of supply chain role on the relationship between social capital and performance," *International Journal of Services and Operations Management*, vol. 26, pp. 18-48.
- [17] [۱۷] Li, Y., Li, Y., Zhang, Y., Zhang, Y., Zheng, S., and Zheng, S., (2016). "Social capital, portfolio management capability and exploratory innovation: evidence from China," *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 31, pp. 1-58.
- [18] [۱۸] Carlos M, J., (2011). "Social capital and dynamic capabilities in international performance of SMEs," *Journal of Strategy and Management*, vol. 4, pp. 404-421.
- [19] Johnson, N., Elliott, D., and Drake, P., (2013). "Exploring the role of social capital in facilitating supply chain resilience," *Supply Chain Management: An International Journal*, vol. 18, pp. 324-336.
- [20] Fazli, S. and Hooshangi, M., (2014). "The impact of social capital on buyer-supplier relationships in manufacturing companies (case study: Qazvin province companies)," *Journal of Industrial Management*, vol. 6, pp. 75-96, [in Persian].
- [21] Moshabaki, A. and Ghlichlee, B., (2009). "Competitive Advantage: The Role of Intellectual Capital and Social Capital (Two Automobile Maker Companies in Iran)," *Management Researches in Iran*, vol. 11, pp. 233-260, [in Persian].
- [22] Shahtahmasbi, E., (2016). "Designing the competitive advantages model based on organizational oriented and managerial oriented external social capital, with clarifying the roles of dynamic capabilities dimensions," *Management Researches in Iran*, vol. 20, pp. 81-102, [in Persian].
- [23] Shafiee, M., Fallahi Ghiyasabadi, L., and Rezaee, Z., (2014). "A Study and survey of Social Capital Influence on Supply Chain Integration (Case study: Food Industry

- in Fars Province), " *Organizational Resources Management Researchs*, vol. 3, pp. 43-65, [in Persian].
- [24] Henseler, J., Ringle, C. M., and Sinkovics, R. R., (2009). "The use of partial least squares path modeling in international marketing, " in *New challenges to international marketing*, ed: Emerald Group Publishing Limited, pp. 277-319.
- [25] Fornell, C. and Larcker, D. F., (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, " *Journal of marketing research*, pp. 39-50.
- [26] Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., and Van Oppen, C., (2009). "Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration, " *MIS quarterly*, pp. 177-195.
- [27] Schilke, O. and Goerzen, A., (2010). "Alliance management capability: an investigation of the construct and its measurement, " *Journal of Management*, vol. 36, pp. 1192-1219.
- [28] Momeni, M. and Ghayoumi, A. F., (2013). *Statistical Analysis with SPSS*, 3 ed. vol. 8. Tehran: Moallem, [in Persian].