

مقاله پژوهشی

تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان از منظر مدیران

(رویکرد آمیخته تشریحی انتخاب مشارکت کننده)

Doi: 10.30508/KDIP.2023.384169.1063

محمد علی سیاه سرانی کجوری

۱- استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۳۱

صفحه: ۰۰ - ۰۰

چکیده:

یکی از مزیت‌های رقابتی که بسیاری از شرکت‌ها از آن غافل شده‌اند، سرمایه‌های ناملموس می‌باشد. هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه بین سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد کارکنان می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع آمیخته با روش تشریحی انتخاب مشارکت‌کننده است. اعضای نمونه آماری این پژوهش، مدیران ۱۳۴ شرکت واقع در شهرک صنعتی سمنان بودند. به کمک پرسشنامه‌ای که روایی و پایایی آن مورد بررسی و تایید قرار گرفت، داده‌ها گردآوری شد و فرضیات پژوهش به کمک مدل معادلات ساختاری مورد بررسی واقع شدند. نتایج نشان داد سرمایه فکری تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر عملکرد کارکنان دارد و به طور غیرمنتظره‌ای تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان رد شد. به منظور کشف چرایی رد فرضیه مربوط به تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان، ۱۸ مدیر مشارکت‌کننده که کمترین میانگین را در سوالات مربوط به تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان بدست آورده بودند، مورد مصاحبه‌ی عمیق نیمه ساختار یافته قرار گرفتند. برای تحلیل مصاحبه‌ها از روش تحلیل محتوا استفاده شد و عوامل شناسایی شده در سه دسته افزایش تخلفات، کاهش قدرت مدیریت و کاهش بهره‌وری دسته‌بندی شدند.

کلمات کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی، عملکرد کارکنان، روش آمیخته

۱- مقدمه

در اقتصاد دانشی امروزی، ارزیابی بازار سرمایه توسط شرکت محدود به عناصر تولید ملموس نمی‌شود (تسنگو، لین وین^۱، ۲۰۱۵). در اقتصاد جهانی امروز دانش به عنوان مهم‌ترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است (چن، ژو و ژائی^۲، ۲۰۰۴). مدیران با آگاه شدن از نقش منابع نامشهود در سازمان به این فکر افتاده‌اند که با خلق و بهره‌برداری از آنها به مزیت رقابتی دست یابند، در نتیجه نیاز دارند که بدانند مؤلفه‌های تشکیل دهنده این منابع کدامند، چگونه در سازمان اندازه‌گیری می‌شوند و چگونه می‌توان گزارشی از آنها تهیه کرد. آنها می‌خواهند مطمئن شوند سرمایه‌گذاری در این دارایی‌ها، کارآیی، اثربخشی و بازگشت سرمایه لازم را دارد (افجه و قادرپور، ۱۳۸۹، ص ۱۱۴). از سوی دیگر، سازمان‌ها در حال وارد شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند. اقتصادی که در آن دانش و دارایی‌های نامشهود به عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی سازمان‌ها شناخته شده است. امروزه نحوه استفاده از دارایی‌های نامشهود تاثیر بسیار مهمی در موفقیت و بقای سازمان‌ها دارد به طوری که این موضوع باعث بوجود آمدن حوزه مطالعاتی و پژوهشی جدیدی در مدیریت شده است (کاووسی و تیموری، ۱۳۸۹، ص ۲). در جهان تجاری امروز بیشترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیرملموس است. توانایی برای شناخت و برآورد منبع این ارزش برای سازمان مهم و حیاتی است (اوه، چانگ و لبیانکا^۳، ۲۰۰۴). برآوردهای گوناگون نشان داده‌اند که دارایی‌های نامشهود هم‌اکنون به طور متوسط ۶۰ تا ۷۵ درصد ارزش شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند. محاسبات نادرست دارایی‌های نامشهود، شرکت‌ها را دچار شکست کرده که به نوبه خود نتایج زیان‌بار اجتماعی متعددی را در پی خواهند داشت (هرمان^۴، ۲۰۰۲). مدیریت سرمایه فکری برای موفقیت بلندمدت یک شرکت بسیار مهم تشخیص داده شده است. شرکت‌های برخوردار از مدیریت سرمایه

فکری نسبت به رقبایشان عملکرد بهتری دارند (برینان و کونل^۵، ۲۰۰۲). مفهوم سرمایه اجتماعی آن طور که توسط دانشمندان مختلف ارائه شده اغلب دربرگیرنده مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری متقابل میان اعضای یک گروه یا یک جامعه، ارزش‌ها و هنجارهای غیررسمی و جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهند و آنها را به سوی دستیابی به منافع مشترک هدایت می‌کنند (حسین‌پور و آذر، ۱۳۹۰). هدف محقق در پژوهش حاضر بررسی تاثیر سرمایه فکری و اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها می‌باشد و پاسخگویی به این سوال اساسی است که آیا سرمایه‌های فکری و اجتماعی می‌توانند بر عملکرد شرکت‌ها تاثیرگذار باشند یا خیر؟

۲- مبانی نظری

سرمایه‌های ناملموس عواملی هستند که در ترازنامه منعکس نمی‌شوند اما بسیار بر آن تاثیرگذار هستند. بسیاری از کارشناسان راز موفقیت شرکت‌های بزرگ را توجه به این سرمایه‌ها و بهره‌برداری از آنها می‌دانند. لذا شناخت این سرمایه‌ها و عوامل تشکیل دهنده‌ی آنها با اهمیت می‌باشد. لذا در مقاله‌ی حاضر، تاثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی را بر عملکرد شرکت‌ها از نظر مدیران مورد بررسی قرار گرفت.

سرمایه فکری: تحولات نوین در عرصه اقتصاد، جهانی شدن و پیامدهای آن موجب شده تا سرمایه فکری سازمان‌ها بیشتر از پیش مورد توجه قرار گیرد. سرمایه فکری عبارت است از: دانش، اطلاعات و تجربه کارکنان که ماهیت نامشهود دارد. سرمایه فکری، دارایی انسان محور سازمان است که از طریق مشارکت با منابع تولیدی سازمان ارزش ایجاد می‌کند (ساردو، سراسکیورو و آلوز^۶، ۲۰۱۸). از نظر زمانی این واژه عمدتاً در اواسط دهه ۱۹۹۰ به شکلی چشمگیر توجه همگان را به خود جلب کرد. سرمایه فکری به عنوان مجموع دارایی‌های ناملموس یک سازمان

1-Tseng, Lin & Yen

2- Chen, Zhu & Xie

3- Oh, Chung & Lbianca

4- Herman

5- Brennan & Connell

6- Sardo, Serrasqueiro & Alves

تعریف شده است (واله، برانکو، ریبرو^۱، ۲۰۱۶). سرمایه فکری موجودی دانش یک سازمان است که در یک مقطع زمانی خاص در آن وجود دارد. سرمایه فکری شامل تمامی منابع دانش محوری است که برای سازمان ارزش تولید می‌کنند ولی در صورت‌های مالی وارد نمی‌شوند (پابلوس^۲، ۲۰۰۴). سرمایه فکری گروهی از دارایی‌های دانشی است که به یک سازمان وابسته هستند و با افزودن بر ارزش سازمان از طریق تعیین ذی‌نفعان کلیدی، به طور چشم‌گیری در بهبود موقعیت رقابتی سازمان مشارکت می‌کنند (مارو همکاران^۳، ۲۰۰۴). بسیاری معتقدند سرمایه فکری در تعیین ارزش شرکت و عملکرد اقتصادی بین‌المللی شرکت موثر است (پابلوس، ۲۰۰۴). سرمایه فکری برای شرکت‌ها تنوع ارزش سازمانی زیادی را فراهم می‌کند، مانند ایجاد سود، تعیین استراتژی (سهم بازار، رهبری، شهرت)، نوآوری، وفاداری مشتری، کاهش هزینه، بهبود بهره‌وری و موارد دیگر (هاریسون و سالیوان^۴، ۲۰۰۰). اکثر محققان بر سه بعد انسانی، رابطه‌ای و ساختاری به عنوان عناصر تشکیل دهنده سرمایه فکری اتفاق نظر دارند که در ادامه به آنها پرداخته شده است.

سرمایه انسانی: طبق نظر روس و همکارانش (۱۹۹۷)، سرمایه انسانی شامل صلاحیت، نگرش و تیز فکری کارکنان است که صلاحیت نشان دهنده دانش، مهارت‌ها، استعدادها و تبحر کارکنان است، نگرش دربرگیرنده ارزش ایجاد شده به وسیله رفتار کارکنان در محل کار است که تحت تاثیر انگیزه، رفتار و رهبری است. تیزفکری شامل: نوآوری شخصی، سازگاری و توانایی به کارگیری دانش از محیطی به محیط دیگر است. سرمایه انسانی تنها از دانش، مهارت‌ها، و قابلیت‌های در تملک افراد که آن را به کار می‌گیرند تشکیل نشده، بلکه قابلیت آنها در آفرینش منابع مذکور را نیز شامل می‌شود (کلاور و همکاران^۵، ۲۰۱۵)، همچنین سرمایه انسانی به عنوان

مهارت‌ها و دانش کارکنان تعریف شده است (هانت^۶، ۲۰۰۰). سرمایه انسانی، شکل دیگر سرمایه است، اصطلاح سرمایه انسانی یک مفهوم اقتصادی است. ویژگی‌های کیفی انسان اعم از: آموزش، تخصص، مهارت، دانش، خلاقیت، نوآوری و در کل نوعی سرمایه به شمار می‌رود. به عبارتی دیگر سرمایه انسانی را می‌توان ارتقاء و بهبود ظرفیت تولیدی افراد جامعه نامید (کاووسی و تیموری، ۱۳۸۹).

سرمایه رابطه‌ای: سرمایه ارتباطی ارزش ارتباطاتی است که سازمان با گروه‌های مختلف در محیط برقرار می‌کند (کاسترو و همکاران^۷، ۲۰۰۴). سرمایه ارتباطی به عنوان تبادلات شرکت مشتریان، تامین کنندگان، رقبا، تامین کنندگان دولتی و اتحادیه‌ها تعریف شده است (هانت، ۲۰۰۰). موضوع اصلی سرمایه ارتباطی، دانش موجود در کانال‌های بازاریابی و روابط با مشتریان است و عامل تعیین کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه، عملکرد کسب و کار سازمان می‌باشد (چن، ژو و ژائی، ۲۰۰۴). همچنین سرمایه ارتباطات شامل زمینه‌های تولید درآمد از محیط خارج یک شرکت می‌شود. علامت تجاری، شهرت، متحدان استراتژیک، روابط با مشتریان و عرضه‌کنندگان، حتی یک لیست از مشتریان کم‌درآمد شرکت به طور بالقوه باعث ایجاد و تولید درآمد می‌شود. برای مثال مشتریان برای مارک کوکاکولا نسبت به یک مارک معمولی، حاضر به پرداخت مبلغ بیشتری هستند (ستهارامن، لو و ساراوانان^۸، ۲۰۰۴).

سرمایه ساختاری: سرمایه ساختاری شامل تمام انباشته‌های غیرانسانی دانش در یک سازمان است (ترولس، وستنس و وستنس^۹، ۲۰۰۳). سرمایه ساختاری به عنوان سیاست‌ها، قوانین و ... شرکت‌ها تعریف شده است (هانت، ۲۰۰۰). سرمایه ساختاری می‌تواند به عنوان اساس یک سازمان به حساب آید. سرمایه ساختاری شامل

1- Vale, Branco & Ribeiro

2- Pablos

3- Marr et al

4- Harrison & Sullivan

5- Claver et al

6- Hunt

7- Castro et al

8- Seetharaman, Low & Saravanan

9- Trulse, Westnes & Westnes

تحقيق با استفاده از آزمون فريدمن و ويلكاكسون نشان مي‌دهد كه به ترتيب بعد ارتباطي و انساني (سرمايه فكري) و بعد ارتباطي و شناختي (سرمايه اجتماعي) بيشترين اثرات را بر عملکرد داشته است (حسين پور و آذر، ۱۳۹۰، ص ۱۹). خليج و همكاران (۲۰۱۱)، تأثير سه سرمايه انساني، مشتري و ساختاري را بر عملکرد شركت‌هاي داروسازي در كشور پاكستان مورد بررسي قرار دادند. نتايج نشان داد كه اين سه سرمايه نامحسوس بر عملکرد شركت تأثير مثبت و معناداري دارند. بنا بر اين:

فرضيه ۱: سرمايه فكري تأثير مستقيم، مثبت و معنادار بر عملکرد شركت‌ها دارد.

سرمايه اجتماعي: سرمايه اجتماعي دارايي و اعتباري است كه از روابط اجتماعي حاصل مي‌شود. برخورداری از این سرمايه موجب کاهش هزينه، افزايش اثربخشي و بهينه شدن امور براي بهره‌برداري از ساير سرمايه‌ها مي‌شود (قاسمي، نيكويه، شيرويه پور، كشاورز ترك، ۱۴۰۱). اگرچه مفهوم سرمايه اجتماعي در آغاز توسط جامعه شناسان معرفي گرديد، اما در دهه‌هاي اخير، در رشته‌هاي سازمان و مديريت نيز طرفداران زيادي پيدا کرده است (دراني و رشيدی، ۱۳۸۷). سرمايه اجتماعي اشاره به هنجارها و شبكه‌هايي دارد كه مردم را به قادر عمل جمعي مي‌سازد و مجموعه منابعي است كه در روابط بين مردم وجود دارد و به آنها اجازه مي‌دهد تا دانش و مهارت خود را به اشتراك بگذارند. اين سرمايه از طريق روابط بين مردم و گروه‌ها ساخته مي‌شود (كيلپاتريك، جانز و مولفورد، ۲۰۱۰). مفهوم سرمايه اجتماعي نشان مي‌دهد چگونه ساختار يك گروه مي‌تواند به عنوان يك منبع براي افراد آن گروه عمل كند و در نهايت براي آن افراد، سرمايه انساني به همراه آورد (ناهاپيت و گوشال، ۲۰۰۰). بر اساس عقیده كولمن (۱۹۹۰)، سرمايه اجتماعي قدرت و توانايي مردم براي برقراري ارتباط با يكديگر است، همچنين كولمن (۱۹۹۳) در تعريفی ديگر سرمايه اجتماعي را ساكله‌ی ساختاري روابط ميان فعالان اجتماعي تعريف مي‌كند. سرمايه اجتماعي به منزله چسبي است كه انسجام جوامع را تضمين مي‌كند

همه منابع غيرانساني دانش در سازمان از قبيل؛ گيرنده پاينگاه‌هاي داده، نمودارهاي سازماني، دستورالعمل‌هاي اجرايي فرايندها، استراتژي‌ها، برنامه‌هاي اجرايي مي‌شود (خاليكيو و همكاران، ۲۰۱۱؛ شاري، هاليكيو و عيسي، ۲۰۱۰؛ وو، چانگ و چن، ۲۰۰۸). روس و همكاران (۱۹۹۷)، سرمايه ساختاري را «هرآنچه كه در سازمان باقي مي‌ماند پس از آنكه كاركنان به هنگام شب به خانه مي‌روند» تعريف مي‌كنند. شين و همكاران (۲۰۱۰) معتقدند كه سرمايه ساختاري محيطي حمايتي را براي كاركنان فراهم مي‌آورد تا آنها سرمايه انساني خود را به كار گيرند و دانش خود را بهبود بخشند تا در نهايت عملکرد سازماني افزايش يابد. در تعريفی ديگر، سرمايه ساختاري عبارت است از ساختارهاي توانايي كه به سازمان اجازه بهره‌برداري و استفاده از سرمايه فكري را مي‌دهد. اين عوامل از دارايي‌هاي كاملاً نامشهود تا دارايي‌هاي مشهودتر طبقه‌بندي مي‌شوند. در اين طيف دارايي‌هاي كاملاً نامشهود مانند: فرهنگ و جو سازماني و دارايي‌هاي مشهودتر مانند حق كپي راييت، علائم تجاري، حقوق انحصاري، پاينگاه‌هاي داده داخلي، سيستم‌هاي كامپيوتري و شبكه اينترنتت سازمان هستند، كه تمامي اين عوامل در جهت مديريت دانش مي‌باشند (ستهارامن، لو و ساراوانان، ۲۰۰۴). يافته‌هاي پژوهش صورت گرفته در گروه صنعتي سديد نشان مي‌دهد بين مديريت سرمايه فكري و عملکرد مالي سازمان همبستگي مثبتی وجود دارد؛ به صورت جزئی‌تر می‌توان گفت كه وفاداري و تعهد، رضاييت كارمندان و همسويي ارزش‌هاي كارمندان با سازمان، مديريت دانش، فرهنگ بالاي سازمان و رضاييت مشتري از عوامل نامشهودي هستند كه سبب عملکرد مالي بهينه سازمان مي‌شوند (افجه و قادر پور، ۱۳۸۹). در تحقيقي ديگر، ملكيان و زارع بهنميري (۱۳۸۹)، با رويكرد فازی اثرات سرمايه فكري بر عملکرد مالي شركت‌هاي داروسازي را مورد بررسي قرار دادند كه نتايج نشان داد سرمايه انساني و ارتباطي بر عملکرد شركت‌ها اثرات مثبت دارند. در پژوهشي رابطه سرمايه فكري و اجتماعي با عملکرد سازماني از نظر مديران و كاركنان مورد بررسي قرار گرفت، نتايج حاصل از اين

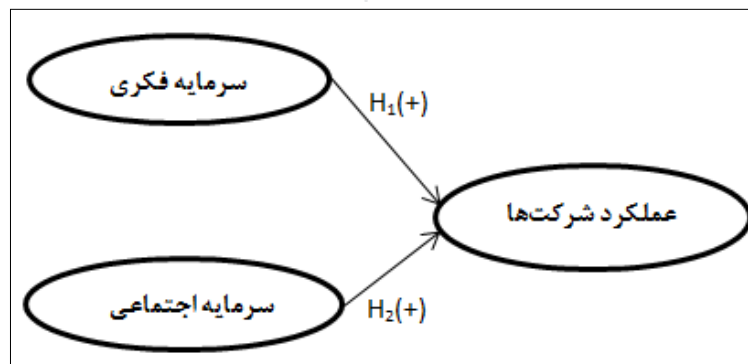
- 1- Shaari, Khalique & Isa
- 2- Wu, Chang & Chen
- 3- Kilpatrick, Johns & Mulford
- 4- Nahapiet & Ghosal

شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب. ج- عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت (روه‌دس و همکاران^۵، ۲۰۰۸). با توجه به این که توانایی تشکیل و حفظ روابط پیش شرط لازم برای انباشت یا ذخیره سرمایه اجتماعی است (استینفیلد، الیسون و لامپه^۶، ۲۰۰۸)، و روابط میان افراد، هنجارها و اعتماد همه کمک به تسهیل هماهنگی و همکاری بین افراد می‌کند و منجر به افزایش بهره‌وری می‌شود (دیرمون و گری^۷، ۲۰۰۹). نبود روابط مناسب بین نیروی کار و مدیر و همین‌طور بین لایه‌های مختلف یک سازمان، تأثیر منفی بر کارایی سازمان می‌گذارد (دینی ترکمانی، ۱۳۸۵). پژوهش افجه و محمودزاده (۱۳۹۰) در شرکت‌های تابع گروه صنعتی ایران خودرو نشان داد که عملکرد سازمان‌های مورد مطالعه تابعی از سرمایه اجتماعی این سازمان‌هاست. بنابراین:

فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی تأثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر عملکرد شرکت‌ها دارد.
شکل شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.

ورشد اقتصادی جوامع را تضمین می‌کند و بدون آن هیچ رشد اقتصادی یا بهزیستی انسانی میسر نمی‌شود (فاین^۱، ۲۰۰۱). سرمایه اجتماعی نقش تقویت کننده‌ی رشد را در شرکت‌های کوچک و متوسط به ویژه در بازارهای در حال ظهور ایفا می‌کند (کلارک، چاندر و ماچادو^۲، ۲۰۱۶، ص ۲). سرمایه اجتماعی به شبکه‌هایی از ارتباطات گفته می‌شود که دسترسی به منابع افراد درون شبکه را ممکن می‌سازد (فلامهولتز، بولن و هوا^۳، ۲۰۰۲). شبکه‌های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و مشارکت را در اجتماعات آشکار می‌سازد (هافمن، هولچر و شریف^۴، ۲۰۰۵). از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالقوه و بالفعل موجود و قابل دسترس، از طریق شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می‌کنند.

ناهاپیت و گوشال (۲۰۰۸) با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: شناختی، رابطه‌ای و ساختاری. الف- عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌هاست. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: زبان، کدها و حکایت‌های مشترک. ب- عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی، شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از: روابط



شکل (۱): مدل مفهومی

- 1- Fine
- 2- Clarke, Chandra & Machado
- 3- Flamholtz, Bullen & Hua
- 4- Hoffman, Hoelscher & Sherif
- 5- Rhodes et al
- 6- Steinfeld, Ellison & Lampe
- 7- Dearmon & Grier

۳- روش تحقيق

تحقيق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه تحقيق؛ توصیفی-پیمایشی است. با توجه به هدف تحقيق از روش آمیخته با طرح تشریحی انتخاب مشارکت کننده استفاده شد. در این طرح، اگر چه روش کمی در مرحله نخست انجام می شود تاكيد بر مرحله دوم و داده های کیفی است. پس از آن که داده های کمی گردآوری و تحليل شد، برخی از مشارکت کنندگان به صورت هدفمند انتخاب می شوند و داده های کیفی عمیقی از آنها برای تفسیر تهیه می شود (کراسول و کلارک، ۲۰۰۷). این طرح بویژه زمانی مفید خواهد بود که از مرحله اول، نتایج غیرمنتظره ای به دست آمده است یا مشارکت کنندگان خاصی مورد توجه واقع شده اند (مورس، ۱۹۹۱، به نقل از هادوی نژاد، ۱۳۹۰).

دوم مرحله نمونه گیری برای این تحقيق وجود دارد که مرحله اول آن مربوط به تحقيق کمی و مرحله دوم مربوط به تحقيق کیفی است. در مرحله اول با نمونه گیری احتمالی و روش نمونه گیری تصادفی نمونه کمی انتخاب شد. جامعه آماری تحقيق حاضر در مرحله اول، یکی از مدیران (عالی، میانی

و عملیاتی) شرکت های فعال در شهرک صنعتی شهر سمنان بودند که با توجه به محدود بودن جامعه آماری پژوهش حاضر به ۴۳۵ شرکت، جهت محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول زیر استفاده شد که حجم نمونه ۱۲۸ بدست آمد که به منظور جمع آوری داده ها ۱۷۵ پرسشنامه توزیع شد که تعداد ۱۳۴ پرسشنامه قابل استفاده تشخیص داده شد.

$$\frac{N^2 \frac{\alpha}{2} \times \sigma^2}{\epsilon^2 (N-1) + Z^2 \frac{\alpha}{2} \times \sigma^2} = \frac{435 \times 1.0^2 \times 0.667^2}{0.1^2 \times (435-1) \times 1.0^2 \times 0.667^2} = 1$$

در مرحله دوم تحقيق، که رویکرد کیفی را شامل می شود، از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شد، بدین منظور مدیران ۱۸ شرکت از شرکت های مورد بررسی که در مرحله کمی، کمترین میانگین را در سوالات مربوط به تاثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت ها بدست آورده بودند مورد مصاحبه قرار گرفتند. در جدول شماره (۱)، فهرست نمونه آماری دو بخش کمی و کیفی به تفکیک ویژگی های

جدول (۱): ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری					
ویژگی	گزینه ها	مرحله کمی		مرحله کیفی	
		تعداد	درصد	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۱۴	۰/۸۵	۱۷	۰/۹۴
	زن	۲۰	۰/۱۵	۱	۰/۰۶
رده سازمانی	مدیر عالی	۱۱	۰/۰۸	۲	۰/۱۱
	مدیر میانی	۴۱	۰/۳۱	۶	۰/۳۳
	مدیر عملیاتی	۸۲	۰/۶۱	۱۰	۰/۵۶
تحصیلات	زیر دیپلم	۷	۰/۰۵	۲	۰/۱۱
	دیپلم و فوق دیپلم	۳۳	۰/۲۵	۲	۰/۱۱
	لیسانس	۷۳	۰/۵۴	۱۰	۰/۵۶
	فوق لیسانس و بالاتر	۲۱	۰/۱۶	۴	۰/۲۲

جدول (۱): ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری					
سن	۲۰-۲۹ سال	۱۲	۰/۰۹	۳	۰/۱۷
	۳۰-۳۹ سال	۳۹	۰/۲۹	۱۰	۰/۵۶
	۴۰-۴۹ سال	۴۵	۰/۳۴	۳	۰/۱۶
	بیشتر از ۵۰ سال	۳۸	۰/۲۸	۲	۰/۱۱
تجربه کاری	کمتر از ۵ سال	۵۵	۰/۴۱	۲	۰/۱۱
	۶-۱۰ سال	۵۷	۰/۴۳	۱۲	۰/۶۷
	۱۱-۲۰ سال	۱۳	۰/۱۰	۳	۰/۱۶
	بیشتر از ۲۰ سال	۹	۰/۰۶	۱	۰/۰۶

کل پرسشنامه برابر ۸۱۸/۰ می‌باشد، که نشان می‌دهد پرسشنامه از پایایی لازم برخوردار است. در این تحقیق، به منظور بررسی روایی محتوا و روایی ظاهری، پرسشنامه‌ی اولیه را در اختیار جمعی از اساتید و کارشناسان قرار داده شد. لازم به ذکر است که در این پرسشنامه، متغیرهای مکنون، سوالات هر یک از متغیرها آورده شده بود تا مشخص شود که آیا متغیرهای مشاهده‌گرتوانایی و هم‌خوانی لازم جهت سنجش متغیرهای مکنون را دارند یا خیر. پس از جمع‌آوری نظرات اصلاحی خبرگان و اعمال آنها، پرسشنامه‌ی نهایی طراحی شد. همچنین جهت تعیین روایی سازه از تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول و دوم استفاده شد. در واقع محققین قصد داشتند به سنجش این نکته بپردازند که آیا سوالات طراحی شده توانایی و قابلیت لازم جهت سنجش هر یک از متغیرها را دارا می‌باشند یا خیر؟ جدول شماره (۲) نتایج مربوط به ضریب پایایی هر یک از متغیرها و همچنین ضرایب استاندارد و ضرایب معناداری مربوط به سوالات پرسشنامه تحقیق را نشان می‌دهد.

تحت تأثیر روش تحقیق آمیخته در تحقیق حاضر شیوه گردآوری داده‌ها نیز بسته به هر مرحله متفاوت است. در مرحله اول تحقیق، جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد که شامل دو بخش می‌باشد. در بخش اول سوالات جمعیت‌شناختی و در بخش دوم نیز با استفاده از پرسشنامه‌ی گریفت و همکاران (۲۰۱۰)، برای ابعاد سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه سازمانی و متغیر عملکرد شرکت‌ها به ترتیب ۳، ۴، ۴، ۳ گویه طراحی شد، برای سنجش سازه‌ی سرمایه اجتماعی نیز با استفاده از پرسشنامه سابرامانیام و یاندت (۲۰۰۵) و ناهم و همکاران (۲۰۰۳)، گویه طراحی شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در مرحله دوم تحقیق، پرسشنامه نیمه ساختار یافته بود که طی آن سعی شد دلایل اعتقاد مدیران شرکت‌های مورد بررسی به عدم تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها مشخص شود. جهت تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب پایایی هر یک از متغیرهای سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها به ترتیب ۰/۸۲۲، ۰/۸۲۷، ۰/۸۰ بدست آمد همچنین ضریب پایایی

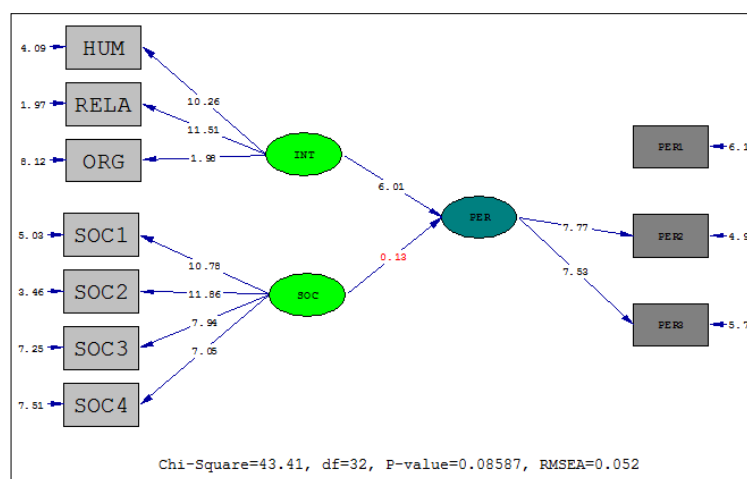
جدول (۲): ضرایب پایایی متغیرها، ضرایب استاندارد و اعداد معناداری سوالات تحقیق (مرحله کمی)								
متغیر	ابعاد	ضریب پایایی ابعاد	ضریب پایایی متغیر	سوال	ضریب استاندارد ابعاد	عدد معناداری ابعاد	ضریب استاندارد سوالات	اعداد معناداری سوالات
سرمایه فکری	سرمایه انسانی	۰/۷۱۵	۰/۸۲۲	سوال ۱	۱	۶/۴۰	۰/۹۴	-
				سوال ۲			۰/۷۱	۹/۹۹
				سوال ۳			۰/۳۷	۴/۳۹
	سرمایه رابطه‌ای	۰/۸۶۰		سوال ۴	۰/۹۴	۵/۲۰	۰/۶۳	-
				سوال ۵			۰/۷۰	۶/۹۴
				سوال ۶			۰/۶۷	۶/۶۷
				سوال ۷			۰/۹۵	۸/۵۲
	سرمایه سازمانی	۰/۷۲۸		سوال ۸	۰/۲۱	۱/۹۹	۰/۷۹	-
				سوال ۹			۰/۵۷	۵/۲۸
				سوال ۱۰			۰/۶۲	۵/۵۹
				سوال ۱۱			۰/۵۷	۵/۲۹
	سرمایه اجتماعی	-		-	سوال ۱۲	-	-	۰/۸۳
سوال ۱۳					۰/۸۸			۱۱/۸۰
سوال ۱۴					۰/۶۵			۷/۹۵
سوال ۱۵					۰/۵۹			۷/۰۵
عملکرد شرکت‌ها	-	-	۰/۸۰۰	سوال ۱۶	-	-	۰/۷۵	۸/۸۸
				سوال ۱۷			۰/۸۵	۱۰/۱۷
				سوال ۱۸			۰/۶۸	۸/۰۳

۴- یافته‌های تحقیق

در مرحله اول تحقیق به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق از تحلیل مسیر استفاده شد. معیار در تایید یا رد فرضیه‌ها اعداد معناداری می‌باشد. چنانچه عدد معناداری مسیری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد فرضیه مذکور تایید می‌شود و چنانچه عدد معناداری مسیری در بازه‌ی فوق باشد فرضیه مورد نظر رد می‌شود. همانطور که در شکل شماره (۲) نیز دیده می‌شود عدد معناداری فرضیه «سرمایه فکری تاثیر مستقیم، مثبت و معنادار بر عملکرد

شرکت‌ها دارد»، برابر ۶/۰۱ می‌باشد که از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است. در نتیجه فرضیه اول تایید می‌شود. از سوی دیگر از آنجا که عدد معناداری فرضیه «سرمایه اجتماعی تاثیر مستقیم، مثبت و معنادار بر عملکرد شرکت‌ها دارد»، کمتر از ۱/۹۶ می‌باشد، در نتیجه فرضیه دوم رد می‌شود. جدول شماره (۳)، نتایج فرضیه‌های تحقیق را و شکل شماره (۲) مدل معادلات ساختاری را در حالت اعداد معناداری نشان می‌دهد.

جدول (۳): نتایج فرضیه‌های پژوهش در مرحله کمی				
رابطه موجود در مدل مفهومی	ضریب استاندارد	واریانس تبیین شده	ضریب معناداری	نتیجه
سرمایه فکری - عملکرد شرکت‌ها	۰/۶۵	۰/۴۲	۶/۰۱	تایید
سرمایه اجتماعی - عملکرد شرکت‌ها	۰/۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۱۳	رد



شکل (۲): نتایج تحلیل مسیر در حالت اعداد معناداری

در جدول شماره (۴) شاخص‌های برازش مدل به همراه مقدار مقبولیت هر شاخص آورده شده، همان‌گونه که

دیده می‌شود نتایج مقایسه نشان می‌دهد مدل تحقیق حاضر از برازندگی مناسبی برخوردار است.

جدول (۴): شاخص‌های برازش مدل		
شاخص برازش	معیار مقبولیت	آماره مدل فرضیات تحقیق
χ^2 (Chisquare)	$\chi^2/df \leq 3$	۱/۳۶
RMSEA	$RMSEA \leq 0.08$	۰/۰۵۲
NFI	$NFI \leq 0.90$	۰/۹۳
NNFI	$NNFI \leq 0.90$	۰/۹۸
CFI	$CFI \leq 0.90$	۰/۹۴
IFI	$IFI \leq 0.90$	۰/۹۸
AGFI	$AGFI \leq 0.90$	۰/۸۹

با توجه به نتایج مرحله کمی و بدست آمدن نتیجه غیرمنتظره رد شدن فرضیه دوم در مقایسه با تحقیقات پیشین، پرسشنامه‌ها مورد بازبینی قرار گرفت و شرکت‌ها بر حسب پاسخ‌های داده شده مرتبط با این فرضیه رتبه‌بندی شدند. در مجموع ۱۸ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختار یافته تا زمان رسیدن به اشباع نظری به منظور پاسخگویی به چرایی رد فرضیه مذکور صورت پذیرفت. تمامی مصاحبه‌ها خط به خط دست‌نویس و متن حاصل چندین بار مطالعه و مرور شد. با استفاده رویکرد تحلیل محتوای، داده‌ها به واحدهای معنایی در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شده و واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته و کدها بر اساس تشابه معنایی طبقه‌بندی شدند. روند تنزل در کاهش داده‌ها در تمام واحدهای تحلیل و طبقات جریان داشت. در نهایت

داده‌ها در طبقات اصلی که کلی‌تر بود قرار گرفت. جریان تجزیه و تحلیل با اضافه شدن هر مصاحبه به همین ترتیب تکرار گردید. انجام مصاحبه‌ها تا رسیدن به تکرار در کدهای استخراجی ادامه یافت. جهت کنترل عینیت داده‌ها از شیوه بازبینی توسط همکاران تحقیق استفاده گردید. برای این منظور داده‌ها کدگذاری و طبقه‌بندی شد و سپس توسط اعضای تیم تحقیق مورد بررسی قرار گرفت، درمورد کدها و طبقاتی که اتفاق نظر وجود نداشت تا شفاف شدن موضوع و رسیدن به اجماع بحث ادامه می‌یافت. تحلیل داده‌ها منجر به شناسایی ۲۰ کد منحصر به فرد شد که محققین با توجه به قرابت معنایی این کدها آنها را در سه مقوله افزایش تخلفات اداری، کاهش قدرت مدیریت و کاهش بهره‌وری قرار دادند. جدول شماره (۷) مقوله‌های و کدهای استخراجی حاصل از مرحله کیفی را نشان می‌دهد.

جدول (۵): مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها	
مقوله‌ها	کدها
افزایش تخلفات	جدی نگرفتن کار، نادیده گرفتن هنجارها و مقررات کاری، کارشکنی، بی‌انضباطی در کار، افزایش غیبت، افزایش مرخصی، هرج و مرج کاری
کاهش قدرت مدیریت	عدم پایبندی به تعهدات، شکل‌گیری تشکل‌های غیررسمی، کاهش امنیت اطلاعاتی، ایجاد رهبران غیررسمی، اتحاد کارگران با هم و مقابله با مدیران
کاهش بهره‌وری	کاهش وفاداری، طرد بیرونی‌ها، افزایش مطالبات از کارفرما، تشویق به کم‌کاری، صرف وقت در امور بی‌مورد، کاهش رقابت درونی، فرصت‌طلبی برخی از کارکنان، نرسیدن به اهداف و ضایعات بیشتر

جنبه منفی این سرمایه رامد نظر قرار داده و از نتایج مثبتی که این سرمایه می‌تواند داشته باشد غافل بودند. یکی از مدیران عالی دیدگاه خود را این گونه بیان نمود «هدف کارفرما کسب سود بیشتر و فضاهای این چینی در محیط کار چیزی جز ضرر و زیان دربر ندارد، اگر می‌خواهیم هرج و مرج، غیبت پیش نیاید باید روابط این شکلی تا حد ممکن کم بشود، چون هدف این روابط نادیده گرفتن کار و در جهت اهداف شرکت نیست».

کاهش قدرت مدیریت: قدرت عبارت است از عمل و نفوذ بالقوه‌ای که دارنده‌ی آن می‌تواند آن را بر دیگران اعمال کند (فرنچ و راون، ۲۰۰۰). یکی از القائات منفی سرمایه اجتماعی که می‌تواند شکل‌گیری آن را با مشکل مواجه سازد کاهش قدرت مدیران است. مدیران مورد بررسی از یک سو شکل‌گیری گروه‌ها و رهبران غیررسمی را به عنوان تهدیدی بر قدرت خود تلقی می‌کردند و از سویی دیگر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی را در تقابل با قدرت اطلاعاتی خود می‌دانستند. مدیر عالی یکی از شرکت‌ها در این زمینه این گونه بیان داشت «با شکل‌گیری گروه‌های غیررسمی و گسترش روابط درونی و بیرونی کارکنان، قدرت تا حد زیادی از دست ما خارج میشود و کنترل برای ما سخت می‌شود، چرا که در چنین شرایطی افراد از رهبران و اعضای گروه‌های خود دستور می‌گیرند و ما نقش مدیر صوری را ایفا می‌کنیم».

کاهش بهره‌وری: بهره‌وری ترکیبی از کارایی و اثر بخشی

در تحقیق حاضر بر خلاف اغلب تحقیقات گذشته (افچه و محمودزاده، ۱۳۹۰؛ دینی ترکمانی، ۱۳۸۵) تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها رد شد که محققین از طریق روش کیفی در جهت پاسخگویی به این موضوع برآمدند. در نتیجه مصاحبه‌های صورت پذیرفته با مدیران شرکت‌هایی که اعتقاد کمتری بر تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها داشتند نتایج قابل توجهی به دست آمد که در ادامه بر اساس مقوله‌بندی جدول فوق بدان‌ها پرداخته شده است.

افزایش تخلفات اداری: در مقابل شرکت‌هایی که سرمایه اجتماعی را عامل پیوند مشترک میان اعضا در جهت رسیدن به اهداف فردی و سازمانی می‌دانند مدیران شرکت‌های مورد بررسی در تحقیق حاضر وجود سرمایه اجتماعی را عاملی در جهت افزایش تخلفات اداری دانسته و معتقد بودند بایستی تا حد امکان آنرا تضعیف نمود. مدیر عملیاتی یکی از شرکت‌های مورد بررسی با توجه به تجربه چندین ساله خود اذعان داشت «تجربه‌ام میگه مدیریت با تاکید بر سرمایه اجتماعی جواب نمیده چون بعضی‌ها از این موضوع سوءاستفاده می‌کنند و کاررو جدی نمیگیرند و وقت ما فقط باید صرف مبارزه با تخلفات بشود». این در حالی است که محققین سرمایه اجتماعی را به عنوان ارزش‌های فرهنگی از قبیل همدلی، نوع دوستی، تعاون و مشارکت گروهی تعریف می‌کنند (چائو، ۲۰۰۶). به نظر می‌رسد مدیران مورد بررسی در تحقیق حاضر بیشتر

1- Chou

2- French & Raven

شرکت افزایش خواهد یافت. نکته قابل ذکر آن است که عملکرد بهتر تنها از طریق یکی از ابعاد سرمایه فکری ناشی نمی شود بلکه از طریق تعامل نظام مند و بهینه میان سه بعد سرمایه فکری؛ (انسانی، ساختاری، رابطه ای) ایجاد می گردد. لذا برای اینکه سازمانی قادر به تبدیل سرمایه فکری به عملکرد بالاتر شود ضروری است تا در بهبود هر سه زمینه ی فوق تلاش نماید. با توجه به نتایج فوق، پیشنهاداتی جهت ارتقای هر یک از ابعاد سرمایه فکری و متعاقب آن عملکرد شرکت ها به تفکیک ارائه شده است. در بعد سرمایه انسانی، بهبود سطح شایستگی کارکنان شامل دانش، مهارت ها و استعدادها، همچنین گسترش سیستم اطلاعاتی در سازمان به منظور افزایش یادگیری درون سازمانی می تواند کمک کننده باشد. مدیران جهت تقویت سرمایه ساختاری می توانند از راهکارهایی چون تدوین نقشه و برنامه استراتژیک سازمان، تدوین قوانین، رویه ها و فرهنگ سازمانی مبتنی بر کارمند محوری بهره بگیرند. آخرین بعد سرمایه فکری، سرمایه رابطه ای می باشد که جهت تقویت آن می توان ارتباطات بین سازمانی را گسترش داد، همچنین قوانین و کاغذبازی های کسل کننده با هم پیمانان استراتژیک شرکت را مهار کرد. در فرضیه دوم تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت ها مورد بررسی قرار گرفت که برخلاف تحقیقات گذشته (افجه و محمودزاده، ۱۳۹۰؛ دینی ترکمانی، ۱۳۸۵) این فرضیه رد شد. حاصل شدن این نتیجه غیرمنتظره باعث شروع مرحله دوم تحقیق شد و محققین با استفاده از رویکرد کیفی در صدد پاسخگویی رد فرضیه مذکور بر آمدند که نتایج نشان داد دلایل اصلی مخالفت مدیران با شکل گیری سرمایه اجتماعی در شرکت های مورد بررسی سه مقوله: افزایش تخلفات، کاهش قدرت مدیریت و کاهش بهره وری می باشد که در بخش تجزیه و تحلیل کیفی به تفصیل بدان پرداخته شد. اکثر مدیران شرکت های مورد بررسی، شکل گیری روابط اجتماعی قوی در محیط کار را به ضرر خود تلقی می کردند، و معتقد بودند این می تواند از طریق کم کاری، جدی نگرفتن کار، تشکیل ائتلاف های کاری و غیره، تولید و بهره وری را با رکود مواجه کند. دیدگاهی که در تقابل با نظرات مدیران بسیاری از شرکت های موفق جهانی قرار دارد. سرمایه اجتماعی می تواند اثر دوگانه ای

است. به عبارت دیگر بهره وری عبارت است از انجام درست کارهای درست. یکی از بزرگ ترین دغدغه های مدیران بهره وری است و هر عاملی که به آن خدشه وارد نماید از دید آنها مذموم شمرده می شود. مدیران شرکت های فوق یکی از دلایل مخالفت خود با شکل گیری سرمایه اجتماعی را در تناقض بودن این سرمایه با بهره وری می دانستند و اذعان داشتند تقویت این سرمایه می تواند بهره وری را با رکود مواجه سازد. گفته های یکی از مدیران عملیاتی موید همین امر است «از آنجایی که ما رفتار کارکنان را رصد می کنیم، به خوبی تاثیر منفی گسترش سرمایه اجتماعی بر عملکرد و بهره وری را لمس می کنیم، محیط کار جنبه شوخی پیدا می کند و کارکنان نسبت به هدر رفت منابع بی تفاوت می شوند». با یک مدیر عالی خانم یکی از شرکت ها از تجربه خود می گوید: «محیط های رابطه ای، صمیمی و مشارکتی جواب نمیدهد چون اکثر افراد با چنین محیطی بیگانه اند و تجربه آن را از قبل نداشته اند، دچار بدفهمی و سردرگمی می شوند، به نظرم فضای کنترلی و دستوری بیشتر جواب می دهد».

۵- نتیجه گیری

معیارهای مالی بیشتر تفکرات کوتاه مدت را تشویق می کنند، بنابر دلایلی مورد استفاده قرار می گیرند. این معیارها به دلیل اینکه به شدت گذشته نگر و تاریخی هستند، موجب کم توجهی به دارایی های نامشهود مانند: توانایی کارکنان و رضایت مشتری می شود. تحقیق حاضر، تاثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی را بر عملکرد شرکت ها مورد بررسی قرار داد و بنابر ماهیت تحقیق از رویکرد آمیخته تشریحی انتخاب مشارکت کننده استفاده شد. در مرحله اول تحقیق با استفاده از رویکرد کمی و با استفاده از بخش ساختاری مدل معادلات ساختاری تاثیر دو متغیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت ها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که «سرمایه فکری تاثیری مستقیم، مثبت و معنادار بر عملکرد شرکت ها دارد» که نتایج با یافته های تحقیقات (افجه و قادریور، ۱۳۸۹؛ ملکیان و زارع بهنمیری، ۱۳۸۹؛ حسین پور و آذر، ۱۳۹۰؛ خالیکو و همکاران، ۲۰۱۱) سازگار است، در واقع این بدین معناست که با افزایش سرمایه فکری، عملکرد

با وجود ارائه نتایج قابل توجه، با محدودیت‌هایی نیز روبه روست. مرور پیشینه تحقیق نشان می‌دهد در بهبود عملکرد شرکت‌ها متغیرهای فراوانی دخیل هستند که در تحقیق حاضر مد نظر قرار نگرفته‌اند، همچنین با توجه به حساسیت شرکت‌های مورد بررسی در ارائه آمارهای کمی در مورد متغیر عملکرد، محققین به ناچار از شاخص‌های ذهنی استفاده کردند که در نتیجه تعمیم نتایج تحقیق حاضر به سایر شرکت‌ها نیازمند تحقیقات بیشتری است.

داشته باشد یعنی در برخی از محیط‌ها به علت هم‌افزایی مثبت می‌تواند منجر به عملکرد بیشتری شود و برخی محیط‌ها نیز عکس رابطه فوق صادق است.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر به سایر محققان پیشنهاد می‌شود با انجام تحقیق حاضر در چندین محیط متفاوت و مقایسه نتایج، راهکارهایی جهت حرکت از نگرش منفی به نگرش مثبت در مورد سرمایه اجتماعی ارائه دهند و بسترهای یاری‌کننده در جهت پیاده سازی سرمایه اجتماعی به صورت مثبت را پیشنهاد دهند. تحقیق حاضر

منابع

- ۱- افجه، سید علی اکبر و محمودزاده، سید مجتبی (۱۳۹۰). الگوی اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان: شرکت‌های تابع گروه صنعتی ایران خودرو. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۲۲-۱، ۲.
- ۲- افجه، سید علی اکبر؛ قادرپور، هانا (۱۳۸۹). بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان. فصلنامه مدیریت دولتی، ۳(۳)، ۱۱۳-۱۴۰.
- ۳- حسین‌پور، داوود و آذر، مهدی (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی از نظر مدیران و کارکنان، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۷، ۱۹-۲۹.
- ۴- درانی، کمال؛ رشیدی، زهرا، (۱۳۸۷). بررسی تعاریف، مفاهیم و چگونگی ایجاد سرمایه اجتماعی با تاکید بر اعتماد اجتماعی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، ۲ و ۸، ۱۸-۱۹.
- ۵- دینی ترکمانی، علی، (۱۳۸۵). تبیین افول سرمایه‌های اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، ۲۳، ۱۴۷-۱۷۱.
- ۶- کاوسی، اسماعیل؛ تیموری، محمد صادق (۱۳۸۹). راهکارهای ارتقای سرمایه فکری در سازمانها و نهادهای فرهنگی، مجله مدیریت فرهنگی، ۱۴(۱۰).
- ۷- ملکیان، اسفندیار و زارع بهنمیری، محمد جواد (۱۳۸۹). تبیین اثرات سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت‌های داروسازی با رویکرد فازی. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۲(۴۰)، ۱۳۵-۱۵۶.
- ۸- قاسمی، حاکم؛ نیکویه، مهدی؛ شیرویه پور، شهریار؛ کشاورز ترک، عین الله (۱۴۰۱). واکاوی و بررسی سرمایه اجتماعی؛ شناسایی ابعاد و وضعیت موجود برای اقدام در آینده (مورد مطالعه: استان قزوین)، مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۱۶(۱)، ۱۰۰-۱۲۸.
- ۹- هادوی نژاد، مصطفی (۱۳۹۰). کاوش پدیده‌ی رفتارهای منافقانه در ارتباطات بین فردی: خلق و آزمون نظریه‌ای داده بنیاد با استفاده از پژوهش روش‌های آمیخته اکتشافی، به راهنمایی حسن دانایی فرد، دانشگاه تربیت مدرس، رساله دکتری مدیریت رفتاری.

- 4-Appuhami, B. R. (2007). The impact of intellectual capital on investors' capital gains on shares: an empirical investigation of Thai banking, finance and insurance sector. *International Management Review*, 3(2), 14-25.
- 5-Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management decision*, 36(2), 63-76.
- 6-Bramhandkar, A., Erickson, S., & Applebee, I. (2007). Intellectual capital and organizational performance: An empirical study of the pharmaceutical industry. In *ECKM2007-Proceedings of the 8th European Conference on Knowledge Management: ECKM* (p. 147). Academic Conferences Limited.
- 7-Brennan, N., & Connell, B. (2000). Intellectual capital: current issues and policy implications. *Journal of Intellectual capital*, 1(3), 206-240.
- 8-Martín de Castro, G., López Sáez, P., & Emilio Navas López, J. (2004). The role of corporate reputation in developing relational capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 575-585.
- 9-Chen, J., Zhu, Z., & Xie, H. Y. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual capital*, 5(1), 195-212.
- 10-Chou, Y. K. (2006). Three simple models of social capital and economic growth. *The Journal of Socio-Economics*, 35(5), 889-912.
- 11-Clarke, R., Chandra, R., & Machado, M. (2016). SMEs and social capital: exploring the Brazilian context. *European Business Review*, 28(1), 2-20.
- 12-Claver-Cortés, E., Zaragoza-Sáez, P. C., Molina-Manchón, H., & Úbeda-García, M. (2015). Intellectual capital in family firms: human capital identification and measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 16(1), 199-223.
- 13-Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- 14-Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
- 15-Creswell, J. W., & Clark, V. P. (2011). *Mixed methods research*. SAGE Publications.
- 16-Davenport, T. O. (1999). Human capital: What it is and why people invest it. (*No Title*).
- 17-Griffith, D. A., Yalcinkaya, G., & Calantone, R. J. (2010). Do marketing capabilities consistently mediate effects of firm intangible capital on performance across institutional environments?. *Journal of World Business*, 45(3), 217-227.
- 18-Dearmon, J., & Grier, K. (2009). Trust and development. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 71(2), 210-220.
- 19-Elfenbein, H. A., & Ambady, N. (2002). Predicting workplace outcomes from the ability to eavesdrop on feelings. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 963.
- 20-Engström, T. E., Westnes, P., & Furdal Westnes, S. (2003). Evaluating intellectual capital in the hotel industry. *Journal of intellectual capital*, 4(3), 287-303.
- 21-Fine, B. (2002). *Social capital versus social theory*. Routledge.
- 22-Flamholtz, E. G., Bullen, M. L., & Hua, W. (2002). Human resource accounting: a historical perspective and future implications. *Management decision*, 40(10), 947-954.
- 23-Fountain, J. E. (1997). *Social capital: a key enabler of innovation in science and technology*. Research Programs, John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- 24-French, J. R., Raven, B., & Cartwright, D. (1959). The bases of social power. *Classics of organization theory*, 7(311-320), 1.
- 25-Harrison, S., & Sullivan, P. H. (2000). Profiting from intellectual capital: learning from leading companies. *Journal of intellectual capital*, 1(1), 33-46.
- 26-Berg, H. (2002). Models of intellectual capital valuation: a comparative evaluation. In *Conference: Knowledge Summit Doctoral Consortium*.
- 27-Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance. *Journal of knowledge management*, 9(3), 93-100.
- 28-Hunt, S. D. (1999). *A general theory of competition: Resources, competences, productivity, economic*

growth. Sage publications.

29-Isham, J. (2000). The Effect of Social Capital on Technology Adoption: Evidence from Rural Tanzania. Opportunities in Africa: Micro-evidence on Firms and Households. The Centre for the Study of African Economies, University of Oxford.

30-Iswatia, S., & Anshoria, M. (2007, November). The influence of intellectual capital to financial performance at insurance companies in Jakarta Stock Exchange (JSE). In *Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia* (pp. 1393-1399).

31-Khalique, M., Nassir Shaari, J. A., Isa, A. H. B. M., & Ageel, A. (2011). Relationship of intellectual capital with the organizational performance of pharmaceutical companies in Pakistan. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 1964-1969.

32-Khalique, M., Shaari, J. A. N., Isa, A. H. M., & Ageel, A. (2011). Role of intellectual capital on the organizational performance of electrical and electronic SMEs in Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 6(9), 253.

33-Kilpatrick, S., Johns, S. M., & Mulford, W. (2010). Social capital, education institutions and leadership.

34-Marr, B., & Schiuma, G. (2001). Defining key performance indicators for organisational knowledge assets. In *Proceedings of the Second European Conference on Knowledge Management* (pp. 321-337).

35-Maskell, P. (2000). Social capital, innovation, and competitiveness. In *Social capital: Critical perspectives* (pp. 111-123). Oxford University Press.

36-Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.

37-Nahm, A. Y., Vonderembse, M. A., & Koufteros, X. A. (2003). The impact of organizational structure on time-based manufacturing and plant performance. *Journal of operations management*, 21(3), 281-306.

38-Oh, H., Chung, M. H., & Labianca, G. (2004). Group social capital and group effectiveness: The role of informal socializing ties. *Academy of management journal*, 47(6), 860-875.

39-Ordóñez de Pablos, P. (2004). Measuring and reporting structural capital: Lessons from European learning firms. *Journal of intellectual capital*, 5(4), 629-647.

40-Petty, R., & Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management. *Journal of intellectual capital*, 1(2), 155-176.

41-Rhodes, J., Lok, P., YuYuan Hung, R., & Fang, S. C. (2008). An integrative model of organizational learning and social capital on effective knowledge transfer and perceived organizational performance. *Journal of workplace learning*, 20(4), 245-258.

42-Roos, J., Edvinsson, L., & Dragonetti, N. C. (1997). *Intellectual capital: Navigating the new business landscape*. Springer.

43-Sabatini, F. (2008). Does social capital improve labour productivity in small and medium enterprises?. *International Journal of Management and Decision Making*, 9(5), 454-480.

44-Seetharaman, A., Lock Teng Low, K., & Saravanan, A. S. (2004). Comparative justification on intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 522-539.

45-Nassir Shaari, J. A., Khalique, M., & Isa, A. H. B. M. (2011). Ranking of public and domestic private sector commercial banks in Pakistan on the basis of the intellectual capital performance. *KASBIT Business Journal*, 4, 61-68.

46-Shih, K. H., Chang, C. J., & Lin, B. (2010). Assessing knowledge creation and intellectual capital in banking industry. *Journal of intellectual capital*, 11(1), 74-89.

47-Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of applied developmental psychology*, 29(6), 434-445.

48-Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management journal*, 48(3), 450-463.

49-Thompson, D. (2009). What does 'Social capital' mean?. *Australian journal of social issues*, 44(2), 145-161.

- 50-Lin, K. A. T. C. I., & Yen, S. W. (2015). Contingencies of intellectual capitals and financial capital on value creation. *Journal of intellectual capital*, 16(1), 156-173.
- 51-Vale, J., Branco, M. C., & Ribeiro, J. (2016). Individual intellectual capital versus collective intellectual capital in a meta-organization. *Journal of Intellectual Capital*, 17(2), 279-297.
- 52-Wu, W. Y., Chang, M. L., & Chen, C. W. (2008). Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation. *R&d Management*, 38(3), 265-277.
- 53-Sardo, F., Serrasqueiro, Z., & Alves, H. (2018). On the relationship between intellectual capital and financial performance: A panel data analysis on SME hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 67-74.

©Authors, Published by Journal of Intelligent Knowledge Exploration and Processing. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

