

بررسی رابطه بین سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد تحت شرایط عدم اطمینان محیطی و وجود روابط تجاری در بورس اوراق بهادار تهران

سیدجواد ابراهیمیان

دانشجوی دکتری گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران.
Acc_brahimian@yahoo.com

عباسعلی پورآقاجان

استادیار گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران. (نویسنده مسئول)
abbas_acc46@yahoo.com

جواد رزمانی

استادیار گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران.
Javad.ramezani58@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۲/۲۲ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۲۹

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش و اهمیت سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در ارزش واقعی شرکتها و کارکرد مالی آنهاست؛ مسئله‌ای که اهمیت و جایگاه تعیین کننده‌ای در موفقیت یا شکست شرکتها دارد. نکته قابل توجه این پژوهش بررسی موضوعات فوق تحت شرایط عدم اطمینان محیطی و نیز وجود روابط تجاری متأثر از دارایی‌های دانشی است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را تعداد ۴۸۸ نفر از مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهند که از بین آنها ۲۱۵ نفر با تخصیص متناسب شده از جدول برآورد حجم نمونه مورگان به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از روش آمار توصیفی دسته‌بندی و طبقه‌بندی می‌شود. سپس از روش مدل معادلات ساختاری (SEM) و برای تعیین روابط بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات با استفاده از نرم‌افزار AMOS انجام شد. نتایج نشان داد که سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی بعنوان متغیر میانجی اثر مثبتی میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی دارند، و نیز سرمایه اجتماعی بعنوان متغیر میانجی اثر مثبتی میان اجزای سرمایه فکری و عملکرد دارد و همچنین روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بعنوان 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.

واژه‌های کلیدی: عدم اطمینان محیطی، روابط تجاری، سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی، عملکرد.

۱- مقدمه

بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه‌انسانی و فیزیکی و کلیدی اصلی در رشد منابع سازمانی است.

سرمایه‌اجتماعی در گذشته منحصرأ درباره افراد و گروه‌ها کاربرد داشته است، و اخیراً در تجزیه و تحلیل سازمانی وارد شده است. فوکویاما (۱۹۹۵) بیان می‌کند که بسیاری از گروه‌ها و سازمان‌های اثربخش دارای سطح بالایی از اعتماد یا سرمایه اجتماعی هستند. افراد اعتماد یا سرمایه اجتماعی را خود نمی‌سازند، بلکه اعتماد وقتی شکل می‌گیرد که افراد هنجارهای رایج و ارزش‌ها را تسهیم می‌کنند و اعتماد را به وجود می‌آورند. ایجاد سرمایه اجتماعی به دلیل مبتنی بودن بر اصول اخلاقی، اعتماد و فضیلت گروهی کاری دشوار است؛ هر چند وقتی که ایجاد شود نیز بادوام خواهد بود.

مفهوم سرمایه‌اجتماعی در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و اخیراً در علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه‌اجتماعی در سطح فردی بعنوان ویژگی‌های اجتماعی فردی، مانند مهارت‌ها، روابط با دیگران و شهرت که این عوامل برای ایجاد بازار و یا تعامل با دیگران بسیار مهم‌اند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از ابعاد شناختی، رابطه‌ای، ساختاری و چندبعدی میان افراد است. این سرمایه به سرمایه ناشی از تعامل با افراد اشاره دارد.

ایجاد بهبود در هر سازمانی نیازمند بررسی عملکرد سازمان و برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری جهت بهبود عملکرد می‌باشد. لذا ضرورت توجه به عملکرد سازمان و ارزیابی آن بر کسی پوشیده نیست. امروزه سازمان‌ها؛ زمان، انرژی و منابع قابل توجهی را صرف ارزیابی عملکرد خود جهت دستیابی به اهداف استراتژیک تعیین شده می‌کنند، اما بررسی‌ها حاکی از آن است که نظام‌های ارزیابی عملکرد سنتی با شرایط حاکم و ساز و کارهای مطرح در سازمان‌های مدرن امروزی تناسب ندارند، و به ارزیابی ارزش حاصل از دارایی‌های نامشهودی، مانند دانش کارکنان، روابط سازمان با مشتریان و تأمین‌کنندگان و فرهنگ‌های نوآور وفادار نیستند.

پیچیدگی محیط عرصه رقابتی کسب و کار و افزایش انتظارات مشتریان، ضرورت آگاهی از نقاط قوت و ضعف سازمان و بهبود مستمر بهره‌وری را بیش از پیش آشکار نموده است. از این رو مدیران امروزی در جستجوی دستیابی به یک راه حل جامع، قابل اعتماد و انعطاف‌پذیر جهت ارزیابی عملکرد سازمان خود بوده تا ضمن حصول اطمینان از اجرای استراتژی‌های خود، بتوانند اطلاعات دقیق و کافی از جایگاه امروز خویش را به دست آورده و با نگاه به آینده موجبات ارتقاء و بهبود سازمان خود را فراهم نمایند.

امروزه جهان عصر اقتصاد صنعتی را پشت سر گذاشته و وارد اقتصاد مبتنی بر دانش شده است. سازمان‌ها با استفاده از منابعی رشد و رقابت می‌کنند که متفاوت از آن دسته از منابعی است که در گذشته بر آنها تأکید داشتند. از طرف دیگر سرمایه فکری^۱، سرمایه‌اجتماعی^۲ و خلق ارزش امروزه موضوعاتی هستند که مورد توجه خاص مدیران، سرمایه‌گذاران، نهادهای علمی-اقتصادی و دولتی قرار گرفته‌اند. طبق دیدگاه مبتنی بر سرمایه‌فکری و دیدگاه مبتنی بر منابع، سرمایه‌های فکری تنها منابع راهبردی هستند که سازمان را قادر به خلق ارزش و در نتیجه ایجاد مزیت رقابتی برتر و پایدار می‌نمایند (اولی و همکاران، ۱۳۹۵).

بنتیس (۱۹۹۸) سرمایه فکری را بعنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود (منابع، توانایی‌ها، رقابت) تعریف می‌کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می‌آیند. وی ابعاد سرمایه فکری را شامل ابعادی همچون سرمایه انسانی^۳، سرمایه ساختاری^۴ و سرمایه مشتری^۵ بیان می‌کند. منظور از سرمایه انسانی، سطح دانش فردی است که کارکنان یک سازمان دارای آن می‌باشند که این دانش معمولاً بصورت ضمنی می‌باشد. منظور از سرمایه ساختاری، کلیه دارایی‌های غیر انسانی قابلیت‌های سازمانی است که برای برآورده شدن نیازهای بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. منظور از سرمایه ارتباطی (مشتری)، کلیه دانش قرار گرفته‌شده در روابط یک سازمان با محیط خود شامل مشتریان، عرضه‌کنندگان، مجامع علمی و غیره است.

به عقیده‌ی بنتیس، در بین این ابعاد، سرمایه انسانی مهم است زیرا منبع نوآوری و بازسازی استراتژیک است که از یک جلسه طوفان فکری یا یک رویا پردازی در اداره و یا کنار گذاشتن فایل‌های قدیمی توسط کارکنان و یا از طریق بهبود مهارت‌های شخصی و غیره حاصل می‌شود. همچنین بنتیس به وجود یکسری روابط متقابل میان اجزای سرمایه فکری معتقد است که به این صورت که حتی اگر یک سازمان دارای سرمایه انسانی مناسبی باشد ولی دارای یک سرمایه ساختاری مناسبی نباشد، نمی‌تواند از دانش قرار گرفته شده در افراد خود استفاده کند و به تبع هم نمی‌تواند به سرمایه مشتری خود، پاسخ مناسبی دهد (بنتیس و همکاران، ۲۰۰۰).

امروزه، در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها، ارتباطات میان اعضای یک شبکه بعنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی

مسئله اصلی این پژوهش بررسی نقش و اهمیت سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در ارزش واقعی شرکت‌ها و کارکرد مالی آنهاست؛ مسئله‌ای که اهمیت و جایگاه تعیین کننده‌ای در موفقیت یا شکست شرکت‌ها دارد. نکته قابل توجه این تحقیق بررسی موضوعات فوق تحت شرایط عدم اطمینان محیطی^۷ و نیز وجود روابط تجاری^۸ متأثر از دارایی‌های دانشی است. از سوی دیگر به دلیل اقبال و توجه رو به افزایش شرکت‌های مطرح نسبت به مفهوم دارایی‌های دانشی (سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی)، این پژوهش تلاشی برای ارج نهادن بر این مفهوم در کشور نیز به شمار می‌آید.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

با وقوع انقلاب تکنولوژی و فناوری اطلاعات، از سال‌های بعد از ۱۹۹۰، الگوی اقتصاد جهانی، تغییر اساسی کرد. دانش، اطلاعات و تجربه را که جمعاً سرمایه فکری می‌نامند، اصل و مبنای موفقیت در قرن بیست و یکم هستند. این منابع نامشهود، کلید ایجاد و حفظ مزیت رقابتی می‌باشند. استوارت اعتقاد دارد سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری^۹، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. در واقع سرمایه فکری، همه کارکنان، دانش سازمانی و منابع انسانی گروه‌های هم‌سطح و توانایی‌های آنها را در ایجاد ارزش افزوده، در بر می‌گیرد و باعث ایجاد منافع رقابتی مستمر می‌شود. در معنایی ساده، سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازار و ارزش دفتری سازمان است (زگال، ۲۰۱۰). به طور کلی می‌توان گفت سرمایه فکری عامل اصلی ایجاد ارزش در سازمان است و سازمان‌ها در حال حرکت به سمت خلق ارزش از طریق سرمایه فکری هستند.

اندازه‌گیری سرمایه فکری از دو جنبه دارای اهمیت است. یکی، درون سازمانی، که هدف از آن تخصیص بهتر منابع در راستای کارایی و به حداقل رساندن هزینه‌های سازمان و دیگری، برون سازمانی، که هدف از آن، در دسترس قرار دادن اطلاعات سرمایه‌گذاری‌های موجود و بالقوه سازمان برای پیش-بینی رشد آینده و نیز برنامه‌ریزی‌های بلندمدت است.

بر مبنای مفاهیم اجتماعی رده بالا و تئوری‌های سرمایه فکری، روابط بینابینی در میان اجزای سرمایه فکری وجود دارد. صاحب‌نظران حوزه سرمایه فکری، اتفاق نظر دارند که سرمایه فکری از سه عنصر تشکیل شده است: سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی (ساختاری)، و سرمایه مشتری (رابطه‌ای). سرمایه انسانی؛ شامل دارایی‌های بالقوه ایجاد کننده ارزش سازمان است زیرا از طریق سرمایه انسانی، سازمان، قابلیت‌ها و

مهارت‌ها را برای ادغام ایده‌ها بکار می‌گیرد و ابداع سازمانی را با یا بدون بکارگیری استخدام‌کننده (تحصیل، مهارت و آموزش) برای ایجاد ارزش افزایش می‌دهد و به نوبه خود رضایت و وفاداری مشتری را فراهم می‌آورد (ومبرگ و همکاران، ۲۰۱۵). سرمایه انسانی بیشتر از دیگر شکل‌های سرمایه به عملکرد سازمانی از لحاظ کارایی کمک می‌کند و بدیهی است حفظ و بهبود سرمایه انسانی نیاز به واسطه‌های اجتماعی دارد، از طرفی عملکرد سازمانی برتر می‌تواند با سرمایه انسانی حاصل آید (میلر و همکاران، ۲۰۱۵). سرمایه سازمانی؛ شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان می‌باشد که در بر گیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌ها و برنامه‌های اجرایی، فرآیندها، راهبردها و بطور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی-اش باشد، می‌شود. این سرمایه شامل دانشی است که حتی وقتی کارکنان، سازمان را ترک می‌کنند، در سازمان باقی می‌ماند (کیانتو و همکاران، ۲۰۱۰). سرمایه سازمانی می‌تواند بعنوان حمایت کننده ایجاد منابع ویژه شرکت تصور گردد و به نظر می‌رسد که سرمایه سازمانی یک ویژگی مهم برای توضیح بازده بازار و عملکرد در سرتاسر شرکت‌ها باشد (چن و اینکلار، ۲۰۱۵). به منظور ارتباط مؤثر با افراد برون سازمان و افزایش مزیت بازاری در زمینه عملکرد بازار رقابتی، سرمایه سازمانی نقش مهمی را در افزایش ظرفیت سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. شرکت‌ها بایستی سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی بسازند، اگر می‌خواهند سرمایه اجتماعی را تقویت کنند تا عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری^{۱۰} بدست آورند. سرمایه مشتری؛ شامل همه روابطی است که بین سازمان با هر فرد یا سازمان دیگری وجود دارد. این افراد و سازمان‌ها می‌توانند شامل مشتریان، واسطه‌ها، کارکنان، جوامع، اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران و غیره باشند. در واقع سرمایه مشتری توانایی سازمان را برای تعامل مثبت با اعضای جامعه کسب و کار از طریق بهبود سرمایه انسانی و سازمانی فراهم می‌آورد. سرمایه مشتری یک پل و سازمان دهنده عملیات سرمایه فکری تلقی می‌شود و یک عامل تعیین کننده در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است.

علیرغم اهمیت زیاد سرمایه فکری برای رونق بخشی به اقتصاد کشورها، فقدان نوع دیگری از سرمایه باعث می‌شود تا؛ سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی نتوانند به عواملی برای رونق بخشی به کسب و کار مبدل شوند. از آخرین دهه قرن گذشته، اقتصاد دانان با وارد کردن متغیرهای سرمایه اجتماعی به مدل‌هایی که برای مطالعه میزان تأثیر عوامل مختلف بر رشد اقتصادی کشورها طراحی می‌کردند، گام مهمی برداشتند. سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی-

مسأله اهمیت سرمایه اجتماعی و ضرورت مناسب بودن کسب و کار برای عملکرد متعادل اقتصادی موضوعی بس مهم است. سازمان‌ها با محوریت قرار دادن تسهیل روابط میان افراد در حوزه‌های مختلف، تقویت هنجارهای اخلاقی و اعتماد باعث ارتقای سرمایه اجتماعی و بهبود روابط تجاری می‌شوند. تقویت روابط تجاری و سرمایه اجتماعی نقش مهمی را در بازاریابی ایفا می‌کند زیرا سرمایه اجتماعی بر اعتماد سازمان‌ها و فعالیت‌های جمعی تأثیر می‌گذارد و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا تصمیمات خود را سازماندهی کنند (کیم و دیگران، ۲۰۱۶).

روابط تجاری بسط سرمایه اجتماعی است و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهند تا اولویت‌های مشتریان و مزیت‌های بازاری در مقایسه با دیگر رقبا را بهتر شناسایی کنند. به عبارت دیگر، روابط تجاری به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا سرمایه اجتماعی بدست آورند و به قابلیت‌ها و منابع دیگر سازمان‌ها دسترسی داشته باشند و بیانگر قابلیت‌های پویای سازمان می‌باشند و از آن برای پاسخ سریع به نیازهای متغیر بازار استفاده می‌کنند و اینگونه سازمان‌ها را در رسیدن به عملکرد بازاری بهتر یاری می‌رسانند (وویی، ۲۰۱۱).

هزاره ای که ما در آن زندگی می‌کنیم پر است از پیچیدگی، دگرگونی و تحول در ابعاد و اشکال گوناگون و اندازه‌گیری آن تقریباً برای ما غیر ممکن است. این پیچیدگی به ابهام و عدم اطمینان می‌انجامد. عدم اطمینان محیطی هنگامی به وجود می‌آید که افراد و سازمان‌ها، اطمینان کاملی به ادراکشان نسبت به رویدادهای اساسی و تغییرات در محیط کسب و کارشان ندارند و خود را ناتوان از پیش‌بینی صحیح آینده می‌بینند. طبیعی است سازمان‌هایی که در این عصر زندگی می‌کنند با دشواری‌های بسیاری روبرو شوند زیرا با محیطی نامطمئن مواجه هستند. البته این نمی‌تواند معنا و مفهوم بدی داشته باشد، زیرا هر قدر که میزان تغییرات در جامعه‌ای بیشتر باشد نیازهای مشتری و مصرف‌کننده از اطلاعات هم تغییر می‌کند و در چنین شرایطی سازمان‌ها و شرکت‌ها به اطلاعات بیشتر و روش‌ها و برنامه‌ریزی‌های منسجم‌تری نیاز دارند. در این فضا روابط تجاری پویا این تحولات را جزء به جزء دنبال می‌کنند. شرکت‌ها برای باقی ماندن در یک محیط صنعتی نامطمئن، باید تلاش‌هایشان را افزایش دهند تا منابع فکری را بوجود آورند که انگیزه را با بهسازی موقعیت بازار، تنظیم ساختار سازمانی، فرآیندهای عملیاتی و رابط تجاری در پاسخ به نیازهای مشتری تغییر دهند و یک محیط پویا را تقویت کنند. از آنجایی که عدم اطمینان محیطی بر خلاف انتظار معمول در آینده دور رخ می‌دهد باعث افزایش هزینه فرصت و ریسک بیشتری می‌شود و

های اقتصادی و اجتماعی مدرن مطرح شده است (افراخته و دیگران، ۲۰۱۴) و به افراد اجازه می‌دهد تا با استفاده از آن به اهداف خود برسند (خوش فر و دیگران، ۲۰۱۳). سرمایه اجتماعی بعنوان یکی از مهمترین متغیرهای اجتماعی بهبود کسب و کار، به ساده‌ترین معنا عبارت است از؛ مجموعه شاخص‌های مربوط به سه مؤلفه اعتماد، هنجارها (ی نوع دوستانه) و شبکه‌ها (به معنای مشارکت). به اعتقاد برخی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، امنیت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی و ارتباطات اجتماعی از مؤلفه‌های مهم تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی هستند (رستمی و دیگران، ۲۰۱۳) و در این بین سه مؤلفه اعتماد اجتماعی، مشارکت و انسجام اجتماعی اهمیتی بیشتر دارند زیرا در بر گیرنده سایر ابعاد سرمایه اجتماعی هستند و هم مکمل یکدیگرند (فراهانی و دیگران، ۲۰۱۳).

دیدگاه اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های روابط (به معنای مشارکت) می‌تواند تبادلات با ارزش منابع، جریان‌های اطلاعات و انتقالات دانش را برای اعضای شبکه تشکیل دهند (کیم و دیگران، ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی باعث افزایش بهره‌وری، بهبود عملکرد سازمان‌ها و افزایش سطح همکاری میان آنها می‌شود و با تسهیل نوآوری و خلاقیت، سهم مهمی در رونق بخشی به بخش‌های مختلف اقتصاد یک کشور دارد.

در جوامع دانش محور کنونی بازده سرمایه فکری در مقابل سرمایه مالی اهمیت زیادی دارد و اکثر مدیران و سرمایه‌گذاران و سایر گروه‌های ذینفع در پی یافتن رابطه میان سرمایه فکری ایجاد شده و عملکرد بازار شرکت‌ها هستند تا در تصمیمات مالی خود از این اطلاعات بهره‌مند گردند. از آنجایی که یکی از مهم‌ترین اهداف تهیه صورت‌های مالی، ارائه اطلاعات مفید و قابل اعتماد در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از این اطلاعات می‌باشد، لذا نادیده گرفتن اطلاعات مربوط به سرمایه فکری مانع از شناخت کافی عوامل بهبود عملکرد سازمان‌ها خواهد شد.

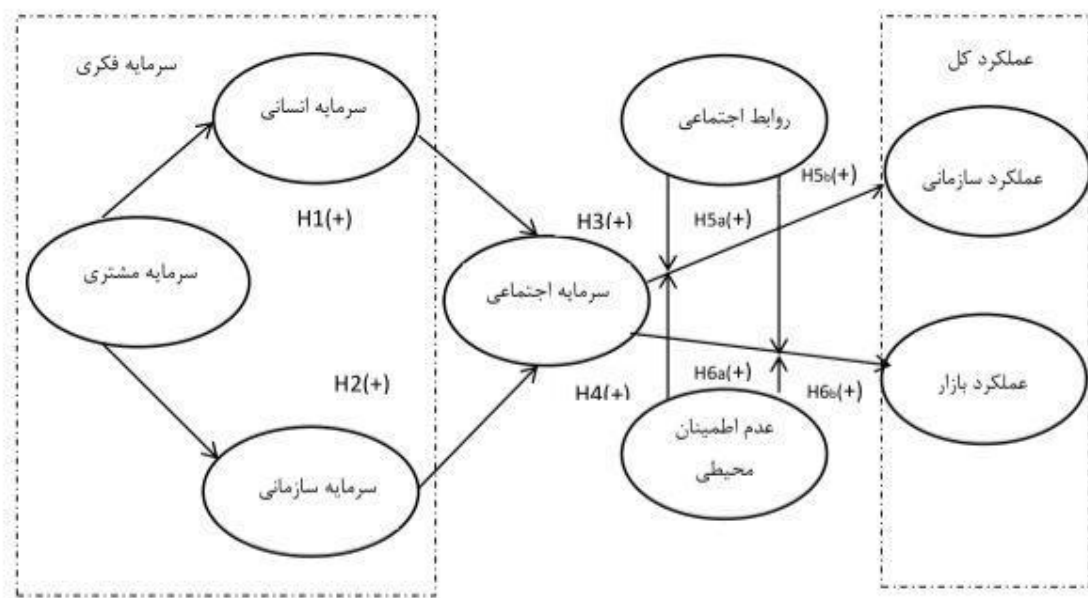
عملکرد سازمانی پدیده‌ای پیچیده است که شاید ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت‌های معطوف به دستیابی بر اهداف سازمانی دانست. یکی از روش‌های بررسی بهبود عملکرد سازمان‌ها، بررسی عوامل اثرگذار در آن است، که این امر موجب اهمیت سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی شده است، زیرا سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی شامل قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی هستند که می‌توانند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش در بهبود عملکرد کمک بسیار کنند.

بینابینی میان سه جزء سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی مسأله را حل کند و تأثیر این روابط را بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دهد. در نتیجه، در این تحقیق در پی پاسخگویی به این سوالات هستیم که:

- (۱) آیا سرمایه انسانی بر رابطه میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی نقش میانجی دارد؟
- (۲) آیا سرمایه سازمانی بر رابطه میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی نقش میانجی دارد؟
- (۳) آیا سرمایه اجتماعی بر رابطه میان سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی نقش میانجی دارد؟
- (۴) آیا سرمایه اجتماعی بر رابطه میان سرمایه سازمانی و عملکرد بازاری نقش میانجی دارد؟
- (۵) آیا روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی نقش تعدیل کننده دارند؟
- (۶) آیا روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری نقش تعدیل کننده دارند؟
- (۷) آیا عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی نقش تعدیل کننده دارد؟
- (۸) آیا عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری نقش تعدیل کننده دارد؟

بنابراین منفعت ایجاد سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد. در شرایط عدم اطمینان محیطی، تلاش برای تقویت قابلیت‌هایی که حدی از اطمینان را در میان بازیگران اقتصادی فراهم می‌کند باعث بهبود عملکرد کلی^{۱۱} خواهد شد (جبار زاده و همکاران، ۱۳۹۳)

اکثر تحقیقات داخلی و خارجی در زمینه سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر مؤید رابطه مثبت و معنی‌دار این دو متغیر بوده است (خیرخواه، ۲۰۱۱)، (محسنی فرد و همکاران، ۲۰۱۳)، (دلگادو-وردیه و همکاران، ۲۰۱۴) و... به منظور بررسی رابطه میان سرمایه فکری و اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد، مطالعات متعددی توسط (عباسی و گلدی صدقی، ۲۰۱۰)، (امانیان و اسدی، ۲۰۱۱)، (دهقان خانقانی و کاظمی، ۲۰۱۱)، (محمودآبادی و همکاران، ۲۰۱۲)، (رضایی و همکاران، ۲۰۱۳)، (خدادادی و همکاران، ۱۳۹۴) و غیره انجام شده است، که به طور کلی بیان می‌دارند؛ شرکت‌های دارای سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بالاتر از عملکرد بهتری برخوردار هستند. اما سئوالات در این مورد که چگونه تئوری‌های سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اثر می‌گذارند، باقی است. بنابراین، این مطالعه تلاش می‌کند تا با بررسی روابط



"مادیتیس و همکاران" (۲۰۱۵) به بررسی «رابطه بین اجزای سرمایه فکری با عملکرد مالی و بازار در بورس یونان» پرداختند. برای محاسبه سرمایه فکری از روش ضریب ارزش

در سال‌های اخیر مطالعات بسیار زیادی در زمینه دارایی‌های دانشی و اثرات آن بر عملکرد سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شده است. به عنوان نمونه:

مورد از اجزای آن شامل سرمایه بکارگرفته شده و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی دارند، اما در مورد سرمایه ساختاری رابطه معناداری مشاهده نشده است.

"رضایی" (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی «ارتباط بین سرمایه فکری و سودآوری شرکتهای ایران» پرداخت. که ۱۱۱ شرکت پذیرفته شده در بورس تهران را طی سال های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ را مورد بررسی قرار داد. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و سودآوری شرکت وجود ندارد. ولیکن تأثیر سرمایه فکری در صنایع مختلف متفاوت است و در صنایع دارویی بیشترین تأثیر را دارد.

"محسنی فرد، رضایی و حسینی راد" (۱۳۹۲) به بررسی «رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارسنجان» پرداختند. نتایج حاصل حاکی از آن است که، بین ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در دانشگاه آزاد اسلامی ارسنجان رابطه مستقیم معناداری وجود دارد. این رابطه به این معنا است که، با افزایش سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری کارکنان افزایش پیدا می-کند. همچنین نتایج بیانگر رابطه مستقیم معنادار میان ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش است. در مجموع، نتایج این پژوهش با شواهد موجود در پژوهش قلیچ لی و مشکی (۲۰۰۶) و خیرخواه (۲۰۱۱) همخوانی دارد. براساس نتایج این پژوهش، ضروری به نظر می-رسد که به سرمایه‌های اجتماعی سازمان بعنوان یکی از عوامل تأثیر گذار بر بهبود عملکرد سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش توجه شود.

"امین جعفری و دستگیر" (۱۳۹۱) سرمایه فکری ۸۰ شرکت منتخب از بازار بورس سهام تهران را با استفاده از مدل ریاحی-بلکائویی مورد تجزیه تحلیل قرار داد، و به بررسی «اثر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکتهای» پرداخت. نتایج نشان داد که سرمایه فکری تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد مالی دارد، اما هیچگونه تأثیر معناداری با عملکرد بازار وجود ندارد. در تحقیق دیگری جعفری (۲۰۱۳) تأثیر سرمایه فکری ۶۰ شرکت منتخب را این بار با استفاده از مدل پولیک، با ارزش بازار و عملکرد مالی آنها، مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که تأثیر مثبت و معناداری بین سرمایه فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی وجود دارد.

"خیرخواه" (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان در ادارات آموزش و پرورش استان کردستان» پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش خیرخواه نشان داد که بین هریک از ابعاد سرمایه اجتماعی (شناختی،

افزوده فکری استفاده کردند، نتایج تحقیق نشان دهنده عدم رابطه معناداری بین سرمایه فکری و عملکرد مالی و بازار سهام است و تنها رابطه سرمایه انسانی با بازده حقوق صاحبان سهام تأیید شده است.

"فایر واستبانک" (۲۰۱۳) به بررسی «سرمایه فکری در عملکرد سازمانی» پرداختند، نشان می-دهد که سرمایه فکری شرکت می تواند سودآوری و بهره‌وری را توضیح دهد.

"چانگ ونگ و همکاران" (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان مطالعه‌ای بر روی سرمایه فکری و عملکرد شرکت در شرکتهای زیست فناوری، به بررسی «تأثیر سرمایه فکری در عملکرد شرکتهای زیست فناوری» پرداختند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۲۷۹ شرکت زیست فناوری در بازار ایالت متحده را طی سال-های ۱۹۹۴ الی ۲۰۰۵ مورد آزمون قرار دادند. نتایج حاصل مؤید رابطه مثبت بین نوآوری تکنولوژی و عملکرد مالی بود و همچنین یافته‌های این پژوهش چارچوبی منسجم برای تعیین ارتباط بین طرح پرداخت غرامت، سرمایه انسانی و عملکرد مالی شرکتهای زیست فناوری ارائه کرد.

"موشانگ ونگ" (۲۰۱۱) در بررسی «ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد شرکتهای تایوانی»، طی سال‌های ۲۰۰۱ الی ۲۰۰۷ پرداخت. یافته‌های این پژوهش حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین سرمایه ساختاری و عملکرد شرکت‌ها می‌باشد.

"دیمیتریوس و جرجیوس" (۲۰۱۱) پژوهشی را با عنوان «تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار شرکت و عملکرد مالی» انجام دادند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۶۹ شرکت متعلق به ۴ بخش اقتصادی یونان را طی سال‌های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۸ مورد آزمون قرار دادند. نتایج پژوهش آنان حاکی از ارتباط میان یکی از اجزای سرمایه فکری یعنی سرمایه انسانی و شاخص عملکرد مالی (بازده حقوق صاحبان سهام ROE) را تأیید می-کند. نتایج این پژوهش نشان می-دهد که در زمینه مشاغل یونانی توسعه منابع انسانی یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت اقتصادی است که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

"احمد رجبی خاصوانی و دکتر حسین بوداگی خواجه نوبر" (۱۳۹۵) به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان» پرداختند. نتایج پژوهش آنان حاکی از ارتباط مثبت معناداری بین سه جزء سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و اثر آن بر عملکرد با اطمینان ۹۵ درصد می باشد.

"جعفری و مجتهدی" (۱۳۹۴) به بررسی «تأثیر ضریب ارزش افزوده فکری و هر یک از اجزای آن بر توسعه اقتصادی شرکت صنایع غذایی در بورس ایران» پرداختند. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان داد که ضریب ارزش افزوده فکری و دو

ساختاری، رابطه‌ای) و سرمایه فکری رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

۳- فرضیه‌های پژوهش

۳-۱- فرضیه‌های اصلی

- ۱) میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲) روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد اثر تعدیل کننده دارند.

۳-۲- فرضیه‌های فرعی

- ۱) سرمایه انسانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند.
- ۲) سرمایه سازمانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند.
- ۳) سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.
- ۴) سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه سازمانی و عملکرد بازاری ایفا می‌کند.
- ۵) روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند.
- ۶) روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند.
- ۷) عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.
- ۸) عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کند.

۴- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها و روش تجزیه و تحلیل توصیفی-اکتشافی و از نظر نحوه اجرا پیمایشی است. با توجه به ماهیت این پژوهش از دو روش میدانی و کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شود. ابتدا اطلاعات گردآوری شده در صفحات کاری ایجاد شده در محیط نرم افزار Excel وارد گردیده و سپس محاسبات لازم برای دستیابی به متغیرهای این پژوهش انجام می‌شود. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار AMOS استفاده می‌شود. و برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای

جمعیت شناختی تحقیق شامل جنسیت، میزان تحصیلات و ... می‌پردازد؛ مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس از روش مدل معادلات ساختاری^{۱۲} (SEM) و حداقل مربعات معمولی^{۱۳} (OLS) در تخمین مدل استفاده خواهد شد. در برآورد تناسب مدل معادلات ساختاری، تجزیه و تحلیل فاکتور تأیید کننده برای معیارهای متغیر بالا جهت بررسی اعتبار ساختار (روایی) مورد سنجش قرار می‌گیرد. مدل اندازه‌گیری فاکتور فرض شده (سرمایه مشتری، سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی، سرمایه اجتماعی، عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری) نشان می‌دهد که آیا بخوبی با داده‌ها مطابقت دارد یا خیر.

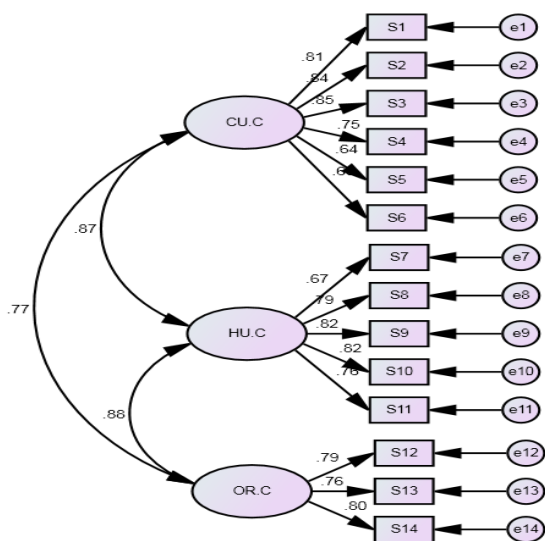
قلمرو موضوعی پژوهش، بررسی تأثیر روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان متغیرهای سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی می‌باشد، و در نهایت تأثیر این روابط را بر عملکرد کلی سازمان اعم از عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری مورد بررسی قرار می‌دهد. جامعه آماری تحقیق حاضر ۴۸۸ نفر از مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی سال ۱۳۹۷ می‌باشد. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده با تخصیص متناسب شده از جدول برآورد حجم نمونه مورگان استفاده گردید که تعداد ۲۱۵ نفر به عنوان نمونه در تحقیق حاضر مشارکت داشتند.

در این تحقیق از پرسشنامه بعنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شود. همچنین قابل ذکر است که از پرسشنامه‌های مختلفی برای اندازه‌گیری متغیرها و گردآوری اطلاعات استفاده می‌شود.

عملکرد کلی به دو بعد اصلی تقسیم می‌شود. اندازه‌گیری عملکرد کلی از مطالعه هاسیلد و دلانی^{۱۴} (۱۹۹۶) مورد استفاده قرار می‌گیرد. متغیر وابسته اول، عملکرد شرکت‌های مربوطه بود. و متغیر وابسته دوم، برای ادراک مدیران در مورد عملکرد بازاری سازمان‌هایشان در مقایسه با عملکردهای رقبای بازار محصول یا خدمات در دسترس بودند. هر یک از متغیرهای وابسته بر اساس پاسخ‌ها به اقلام پرسشنامه‌ها بودند که در مقیاس لیکرت در محدوده‌ای از ۱ تا ۷ پاسخ داده شدند.

سرمایه فکری به سه بعد فرعی تقسیم می‌شود: سرمایه انسانی، سرمایه مشتری و سرمایه سازمانی. این مطالعه روش‌های توصیه شده از بنتیس (۱۹۹۸) را برای اندازه‌گیری سرمایه فکری انتخاب می‌کند. تمام ساختارهای مورد استفاده در این مطالعه با استفاده از مقیاس ۷- امتیازی (۱ = قویا مخالف و ۷ = قویا موافق) اندازه‌گیری می‌شوند. اول، با استفاده از مقیاس پنج عنصر به منظور اندازه‌گیری سرمایه انسانی شرکت‌های

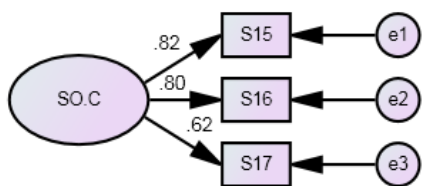
گویه‌ها بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسشنامه سرمایه فکری تأیید می‌شود.



نمودار ۲- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش سرمایه فکری

۵-۲- مقیاس سرمایه اجتماعی

تحلیل عاملی تأییدی مقیاس سنجش سرمایه اجتماعی در ۳ ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت رابطه بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسشنامه سرمایه اجتماعی تأیید می‌شود.



نمودار ۳- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش سرمایه اجتماعی

۵-۳- مقیاس عملکرد

تحلیل عاملی تأییدی مقیاس سنجش عملکرد در نمودار ۴ ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت رابطه بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسشنامه عملکرد تأیید می‌شود.

مربوطه مورد بررسی قرار گرفت. دوم، سرمایه مشتری با شش عنصر اندازه‌گیری شد، از جمله کاهش زمان برای حل مشکلات مشتری، برآوردن رضایت مشتری، و خدمات ارزش افزوده به مشتریان بود. سوم، سرمایه سازمانی با استفاده از سه عنصر زیر اندازه‌گیری می‌شود: سازمان ما دانش فنی برای بهبود قابلیت سازمانی را دارد، فرهنگ سازمانی ما شامل؛ یک ساختار سازمانی شفاف است و یک پایگاه داده آماری دارد، و ما منابع ورودی فراوانی را برای کسب دانش و اطلاعات جدید به دست می‌آوریم.

اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی بر اساس مطالعه سابرامانیام و وونت^{۱۵} (۲۰۰۵) با استفاده از یک مقیاس سه عنصری صورت گرفته است، که نمونه‌هایی از این موارد به شرح زیر است: کارکنان ما در همکاری با یکدیگر برای تشخیص و حل مشکلات دارای مهارت هستند، کارکنان ما اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند و از یکدیگر یاد می‌گیرند، و کارکنان ما ایده‌ها را با تعامل افراد از نقاط مختلف شرکت مبادله می‌کنند. روابط تجاری براساس مطالعه پنگ و لیو^{۱۶} (۲۰۰۰) بوده است و یک مقیاس سه عنصر برای بررسی اینکه آیا مدیران ارشد روابط خوبی با رقبای، تأمین کنندگان و خریداران دارند، بکار می‌رود.

برای اندازه‌گیری عدم اطمینان محیطی مطالعات گاما-آتوآهن و مونا^{۱۷} (۲۰۰۴) انتخاب شد. مدیران شرکت‌ها پنج عنصر اصلی که به تغییرات پویا و غیر قابل پیش‌بینی در مورد نیازهای مشتری، تکنولوژی محصول و خدمات و انواع رقابت خارجی و جهانی شدن اشاره می‌کنند، را بررسی کردند. در این مطالعه از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. بنابراین از تحلیل عاملی تأییدی، ساختار کلی پرسشنامه‌های تحقیق مورد روایی سنجی سازه محتوایی قرار گرفته است. برای تحلیل عاملی تأییدی بار عاملی استاندارد محاسبه شده است. بطور کلی قاعده زیر حاکم است: اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بارعاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است (کلاین، ۱۹۹۴).

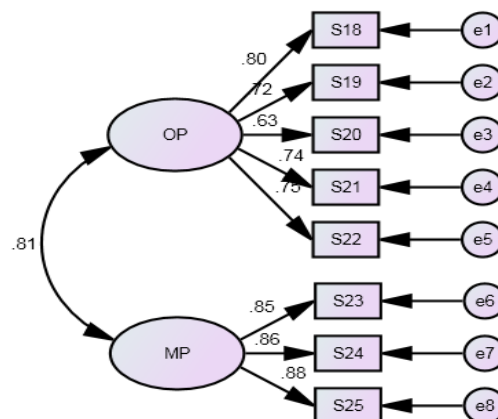
۵-۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی

۵-۱- مقیاس سرمایه فکری

تحلیل عاملی تأییدی مقیاس سنجش سرمایه فکری در نمودار ۲ ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت رابطه بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی

جدول ۳- جدول آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای

تحقیق			
نتیجه آزمون	Z کلموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری	متغیرها
نرمال	۱,۰۱۳	۰,۲۵۷	سرمایه اجتماعی
نرمال	۱۰,۳۱	۰,۲۳۸	عملکرد سازمانی
نرمال	۱,۱۰۴	۰,۱۷۴	عملکرد بازار
نرمال	۱,۰۰۴	۰,۲۶۶	روابط تجاری
نرمال	۰,۹۷۴	۰,۲۹۹	عدم اطمینان محیطی
نرمال	۰,۹۱۱	۰,۳۷۸	سرمایه مشتری
نرمال	۰,۸۴۰	۰,۴۸۰	سرمایه انسانی
نرمال	۰,۹۸۹	۰,۲۸۲	سرمایه سازمانی
نرمال	۰,۶۹۸	۰,۷۱۴	سرمایه فکری
نرمال	۰,۷۶۱	۰,۶۰۸	عملکرد کلی



نمودار ۴- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش عملکرد

۶- پایایی ابزار سنجش

ضریب نسبتاً مناسبی برای بررسی پایایی سؤالات پرسشنامه می‌باشد. همچنین به منظور اطمینان از نتایج حاصله، اقدام به تعیین میزان قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه گردید. جهت بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. هر چقدر میزان آلفای کرونباخ به مقدار یک نزدیک باشد، حاکی از پایایی بالای پرسشنامه است. در این روش، اجزاء یا قسمت‌های آزمون برای سنجش پایایی آزمون به کار می‌روند. زمانی که این ضریب بزرگتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۱- آلفا کرونباخ مقیاس های سنجش پایایی پرسشنامه ها

ضریب آلفا	مقیاس های سنجش پایایی پرسشنامه ها
۰/۹۴۲	سرمایه فکری
۰/۷۸۹	سرمایه اجتماعی
۰/۹۰۴	عملکرد
۰/۸۵۲	روابط تجاری
۰/۸۶۹	عدم اطمینان محیطی

۷- نرمال بودن متغیرهای پژوهش

با توجه به جدول ۳ مقدار سطح معنی‌داری متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ شده است که نشان از پذیرش فرضیه صفر می‌باشد یعنی متغیرهای مورد نظر از توزیع نرمال پیروی می‌کند، لذا می‌توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد.

۸- آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق

فرضیه اصلی اول: میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴ - نتایج همبستگی پیرسون میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد

عملکرد	سرمایه اجتماعی	سرمایه فکری	ضریب همبستگی	سطح معناداری
سرمایه فکری	۱		ضریب همبستگی	
	-		سطح معناداری	
سرمایه اجتماعی	۱	۰,۸۱۲**	ضریب همبستگی	
	-	۰,۰۰۰۱	سطح معناداری	
عملکرد	۱	۰,۷۷۴**	ضریب همبستگی	
	-	۰,۰۰۰۱	سطح معناداری	

** در سطح ۰/۹۹ معنی دار شد.

* در سطح ۰/۹۵ معنی دار شد.

-ns همبستگی معنی دار نشد.

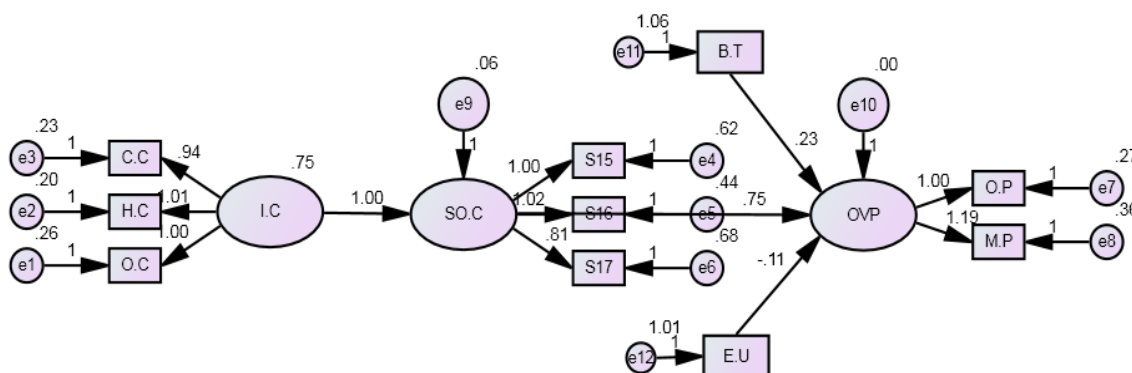
یافته‌های جدول ۴ نشان داد که میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد رابطه معناداری وجود دارد؛ چرا که سطح معناداری مشاهده شده برای تمامی متغیرها (sig= ۰/۰۰۰۱) از مقدار خطای پیش بینی شده (۰/۰۵) کوچکتر می‌باشد. لذا فرضیه H_0 رد و فرضیه H_1 تأیید می‌گردد.

گرفته‌اند لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد که در جدول شماره ۵ آمده است. مدل نهایی تحقیق براساس متغیرهای اصلی تحقیق و معیارهای هر کدام در نمودار ۵ و ۶ مشخص شده است. این مدل با اقتباس از برونداد نرم‌افزار آموس ترسیم شده است.

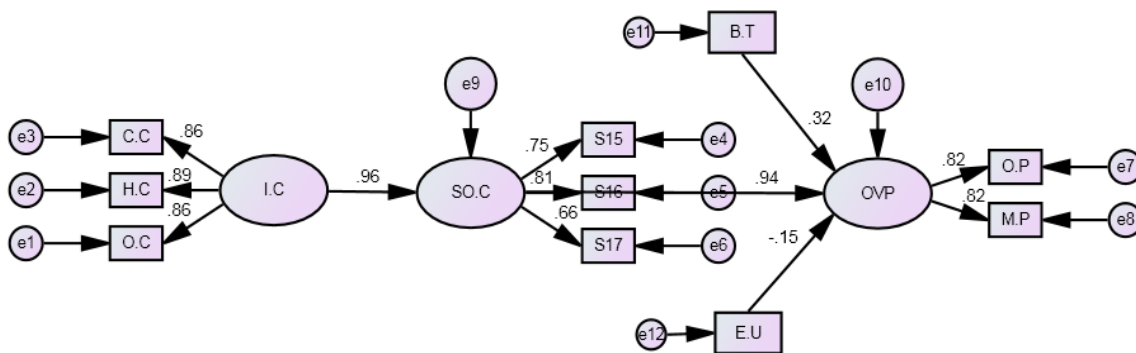
فرضیه اصلی دوم: روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد اثر تعدیل کننده دارند. جهت برازش مدل ساختاری فرضیه اصلی دوم تحقیق از تعدادی شاخص‌های نیکویی برازش استفاده شده است. از آنجا که اکثر شاخص‌های نیکویی برازش در بازه مورد قبول قرار

جدول ۵- مدل نهایی تحقیق

PCFI	PNFI	PRATIO	RFI	IFI	CFI	NFI	RMSEA	X2/df	شاخصهای برازش
>۰/۵۰	>۰/۵۰	>۰/۵۰	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۰۵	<۲	میزان قابل قبول
۰/۷۱	۰/۶۸	۰/۶۲	۰/۹۱	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۰۴۳	۱/۷۶	مقادیر محاسبه شده



نمودار ۵- آماره غیر استاندارد نتایج تأیید مدل نهایی (فرضیه اصلی دوم)



نمودار ۶- آماره استاندارد نتایج تأیید مدل نهایی (فرضیه اصلی دوم)

سپس با توجه به علامت ضریب استاندارد در مدل منفی و یا مثبت بودن تعدیلگر را مشخص می‌کنیم. با توجه به نتایج جدول ۶ برای تعدیلگری روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد چون ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز مثبت می‌باشد در نتیجه روابط

برای اینکه نقش متغیر تعدیلگر را در رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را بسنجیم از آزمون PROCESS استفاده می‌کنیم. با استفاده از آزمون پراسس نقش تعدیلگر را آزمون می‌کنیم چنانچه سطح معناداری آزمون از (۰,۰۵) کوچکتر بود می‌توان نتیجه گرفت که متغیر تعدیلگر نقش تعدیل کننده را دارد

آزمون پراسس کمتر از (۰,۰۵) می‌باشد و نیز علامت ضریب استاندارد نیز منفی می‌باشد در نتیجه عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد نقش تعدیلگر منفی را دارد.

تجاری بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد نقش تعدیلگر مثبت را دارد. همچنین برای تعدیلگری عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد با توجه به نتایج جدول ۶ و اینکه ضریب

جدول ۶- برآوردهای مدل ساختاری فرضیه اصلی دوم

نتیجه	سطح معناداری	ضریب استاندارد	ضریب آزمون پراسس	مسیر	تعدیلگر
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۹۶۴	-	سرمایه فکری <---	سرمایه اجتماعی
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۹۳۶	-	سرمایه اجتماعی <---	عملکرد
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۳۲۱	۰,۰۰۰۱	فکری * اجتماعی <---	روابط تجاری
تأیید	۰,۰۰۰۱	-۰,۱۴۸	۰,۰۰۰۱	فکری * اجتماعی <---	عدم اطمینان محیطی

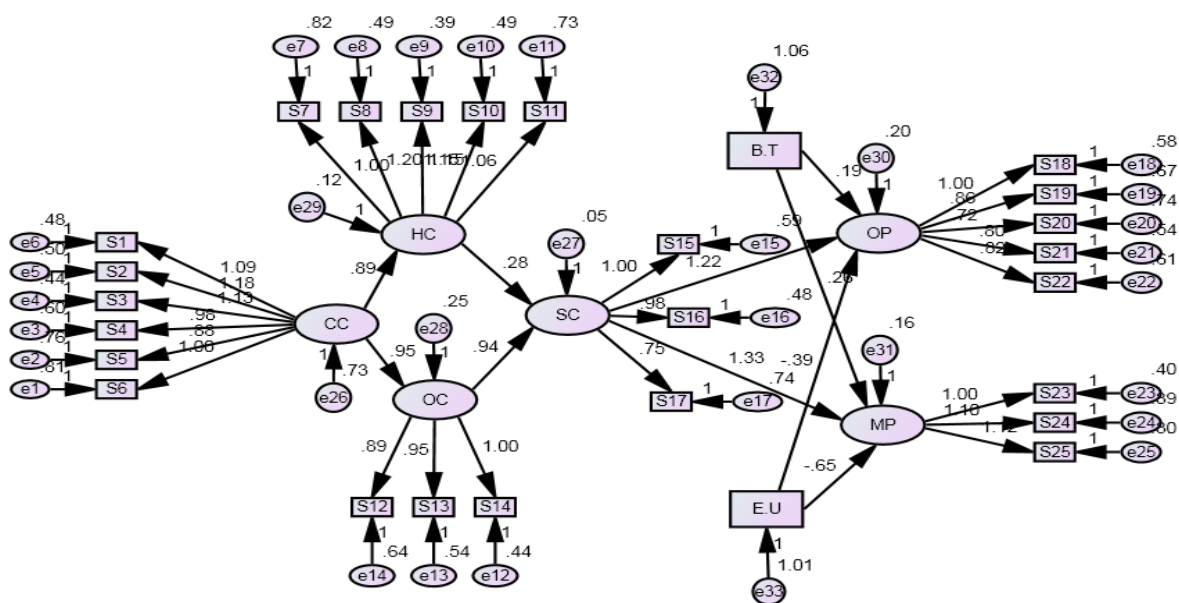
مدل نهائی فرضیه‌های فرعی

مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد که در جدول شماره ۷ آمده است. مدل نهایی تحقیق بر اساس متغیرهای اصلی تحقیق و معیارهای هر کدام در نمودار ۷ و ۸ مشخص شده است. این مدل با اقتباس از برونداد نرم‌افزار آموس ترسیم شده است.

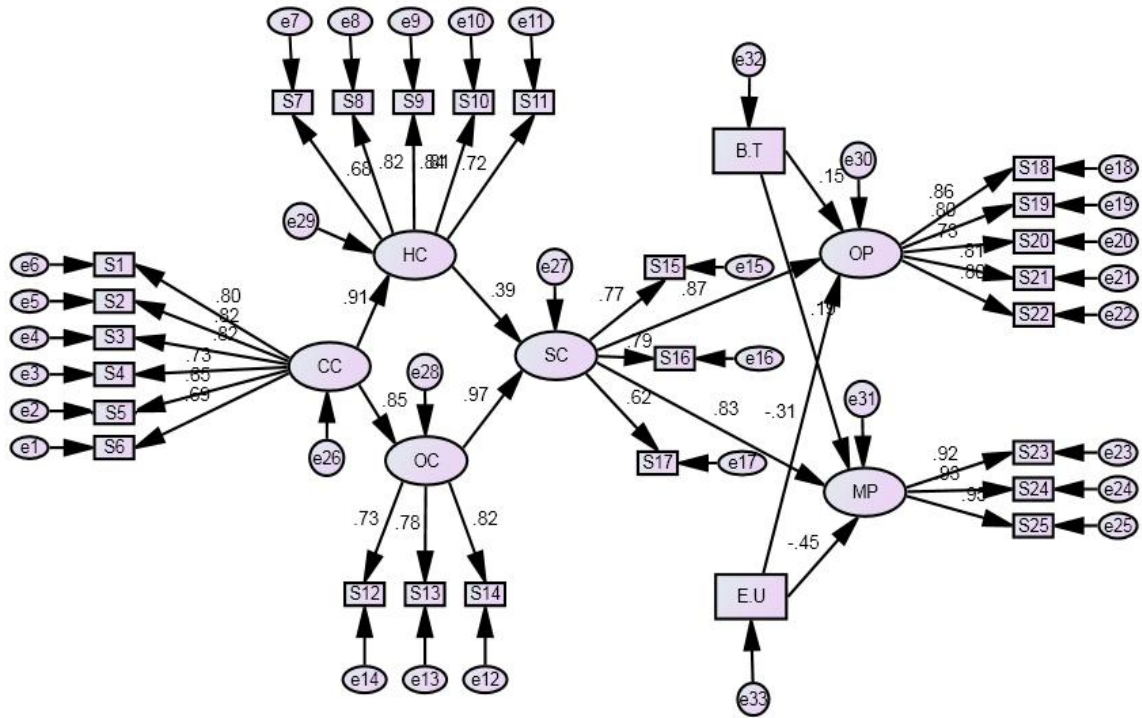
جهت برازش مدل ساختاری فرضیه‌های تحقیق از تعدادی شاخص‌های نیکویی برازش استفاده شده است. از آنجا که اکثر شاخص‌های نیکویی برازش در بازه مورد قبول قرار گرفته‌اند لذا

جدول ۷- مدل نهایی تحقیق

شاخصهای برازش	X2/df	RMSEA	NFI	CFI	IFI	RFI	PRATIO	PNFI	PCFI
میزان قابل قبول	< ۲	< ۰/۰۵	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰
مقادیر محاسبه شده	۱/۸۸	۰/۴۵	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۷۱	۰/۶۶	۰/۶۸



نمودار ۷ - آماره غیر استاندارد نتایج تأیید مدل نهائی فرضیه های فرعی



نمودار ۸- آماره استاندارد نتایج تأیید مدل نهائی فرضیه های فرعی

جدول ۸- برآوردهای مدل ساختاری فرضیه های فرعی

مسیر	تخمین غیراستاندارد	خطای استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معناداری	ضریب استاندارد	تأیید
سرمایه انسانی <--- سرمایه مشتری	۰,۸۸۷	۰,۰۷۶	۱۱,۷۱۲	۰,۰۰۰۱	۰,۹۰۸	تأیید
سرمایه سازمانی <--- سرمایه مشتری	۰,۹۴۷	۰,۰۷۲	۱۳,۱۳۹	۰,۰۰۰۱	۰,۸۵۰	تأیید
سرمایه اجتماعی <--- سرمایه انسانی	۰,۳۸۶	۰,۰۳۶	۱۰,۸۶۳	۰,۰۰۰۱	۰,۲۷۸	تأیید
سرمایه اجتماعی <--- سرمایه سازمانی	۰,۹۳۶	۰,۰۷۱	۱۳,۱۹۵	۰,۰۰۰۱	۰,۹۶۸	تأیید
عملکرد سازمانی <--- سرمایه اجتماعی	۱,۲۱۵	۰,۰۷۱	۱۷,۰۲۲	۰,۰۰۰۱	۰,۸۷۱	تأیید
عملکرد بازاری <--- سرمایه اجتماعی	۱,۳۲۶	۰,۰۷۰	۱۸,۹۱۴	۰,۰۰۰۱	۰,۸۳۱	تأیید

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته
 S_a : خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی
 S_b : خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته

فرضیه فرعی ۱- سرمایه انسانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند.

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی = ۰,۹۰۸

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته = ۰,۲۷۸

S_a : خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی = ۰,۰۷۶

S_b : خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته = ۰,۰۳۶

Z - value

$$= \frac{0.908 \times 0.278}{\sqrt{(0.278^2 \times 0.076^2) + (0.908^2 \times 0.036^2) + (0.076^2 \times 0.036^2)}} = 6.469$$

برای بررسی فرضیه‌ها و نقش میانجی متغیر از یک آزمون پر کاربرد به نام آزمون سوبل استفاده شده است که برای معناداری تأثیر متغیر میانجی در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می‌رود.

در آزمون سوبل یک مقدار Z-value از طریق فرمول زیر بدست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

$$Z - value = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 \times s_b^2)}}$$

در این رابطه:

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

با توجه به اینکه مقدار z-value محاسبه شده (۶,۴۶۹) بزرگتر از ۱/۹۶ بدست آمده است در نتیجه سرمایه انسانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. یافته‌های این فرضیه با نتایج پژوهش رجیبی و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

فرضیه فرعی ۲- سرمایه سازمانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند.

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی = ۰,۸۵۰

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته = ۰,۹۶۸

S_a: خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی = ۰,۰۷۲

S_b: خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته = ۰,۰۷۱

$$Z - value = \frac{0.850 \times 0.936}{\sqrt{(0.936^2 \times 0.072^2) + (0.850^2 \times 0.071^2) + (0.072^2 \times 0.071^2)}} = 8.911$$

با توجه به اینکه مقدار z-value محاسبه شده (۸,۹۱۱) بزرگتر از ۱/۹۶ بدست آمده است در نتیجه سرمایه سازمانی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه مشتری و سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. یافته‌های این فرضیه با نتایج پژوهش رجیبی و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

فرضیه فرعی ۳- سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی = ۰,۹۶۸

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته = ۰,۸۷۱

S_a: خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی = ۰,۰۳۶

S_b: خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته = ۰,۰۷۱

$$Z - value = \frac{0.968 \times 0.871}{\sqrt{(0.871^2 \times 0.036^2) + (0.968^2 \times 0.071^2) + (0.036^2 \times 0.071^2)}} = 11.155$$

با توجه به اینکه مقدار z-value محاسبه شده (۱۱,۱۵۵) بزرگتر از ۱/۹۶ بدست آمده است در نتیجه سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. یافته‌های این فرضیه با نتایج پژوهش رجیبی و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

فرضیه فرعی ۴- سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه سازمانی و عملکرد بازاری ایفا می‌کند.

a: ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی = ۰,۹۶۸

b: ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته = ۰,۸۳۱

S_a: خطای استاندارد مسیر متغیر مستقل و میانجی = ۰,۰۷۱

S_b: خطای استاندارد مسیر متغیر میانجی و وابسته = ۰,۰۷۰

$$Z - value = \frac{0.968 \times 0.831}{\sqrt{(0.831^2 \times 0.071^2) + (0.968^2 \times 0.070^2) + (0.071^2 \times 0.070^2)}} = 8.939$$

با توجه به اینکه مقدار z-value محاسبه شده (۸,۹۳۹) بزرگتر از ۱/۹۶ بدست آمده است در نتیجه سرمایه اجتماعی نقش میانجی مثبت را میان سرمایه سازمانی و عملکرد بازاری ایفا می‌کند. یافته‌های این فرضیه با نتایج پژوهش رجیبی و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

برای اینکه نقش متغیر تعدیلگر را در رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را بسنجیم از آزمون Process استفاده می‌کنیم.

با استفاده از آزمون پراسس نقش تعدیلگر را آزمون می‌کنیم چنانچه سطح معناداری آزمون از (۰,۰۵) کوچکتر بود می‌توان نتیجه گرفت که متغیر تعدیلگر نقش تعدیل کننده را دارد سپس با توجه به علامت ضریب استاندارد در مدل منفی و یا مثبت بودن تعدیلگر را مشخص می‌کنیم.

جدول ۹- برآوردهای مدل ساختاری فرضیه‌های فرعی (تعدیلگر)

نتیجه	سطح معناداری	ضریب استاندارد	ضریب آزمون پراسس	مسیر	تعدیلگر
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۱۴۹	۰,۰۰۲	<---	روابط تجاری
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۱۸۵	۰,۰۰۸	<---	روابط تجاری
تأیید	۰,۰۰۰۱	-۰,۳۰۹	۰,۰۲۳	<---	عدم اطمینان محیطی
تأیید	۰,۰۰۰۱	-۰,۴۴۶	۰,۰۱۸	<---	عدم اطمینان محیطی

فرضیه فرعی ۵- روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند. با توجه به نتایج جدول ۹ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز مثبت می‌باشد در نتیجه روابط تجاری نقش تعدیل کننده

خطا، مؤثر بودن، معنی داری، احساس شایستگی و حق انتخاب. بر همین مبنا در این پژوهش هشت فرضیه فرعی و دو فرضیه اصلی بیان گردید و جهت بررسی هریک از فرضیات پرسشنامه‌ای در بین مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت-های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توزیع گردید.

نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد رابطه معنی داری وجود دارد. و روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد اثر تعدیل کننده دارند. با این تفاوت که روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد نقش تعدیلگر مثبت را دارد. اما عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد نقش تعدیلگر منفی را دارد. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می-باشد.

بنابراین در تبیین فرضیات فوق و با توجه به نتایج گویه‌ها می‌توان گفت: اگر در شرکتها عواملی از قبیل: مؤثر بودن، معنی داری، احساس شایستگی و حق انتخاب در سطح بالایی باشد آنگاه شرایط و مقتضیات لازم جهت افزایش موفقیت شغلی کارکنان فراهم خواهد گردید.

با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل‌های انجام شده و یافته-های آن و ضرایب استاندارد بدست آمده در مورد ارتباط میان متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق، پیشنهادات ذیل در جهت افزایش عملکرد سازمان ارائه می‌گردد.

برای تقویت سرمایه انسانی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- توسعه و بالندگی کارکنان سازمان
 - جذب و استخدام افراد مستعد و توانمند در سازمان و سازگار با مأموریت‌ها و اهداف سازمانی
 - توجه به آموزش و توسعه کارکنان و تقویت شایستگی-های کارکنان
 - تهیه مسیرهای شغلی برای مشاغل آتی
 - استفاده از اطلاعات عملکردی افراد هنگام ارتقای افراد و ارائه پاداش
 - و غیره
- برای تقویت سرمایه ساختاری پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
- تقویت کار تیمی
 - آموزش تیم کاری و تکنیک‌های مربوط به آن در تمام سطوح سازمانی
 - قدردانی و پاداش دهی به کار تیمی و استفاده از معیارهای عملکردی تیمی

مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می-کنند. یافته‌های این فرضیه به نتایج پژوهش رجیبی و همکاران (۱۳۹۵) نزدیک می‌باشد.

فرضیه فرعی ۶- روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند.

با توجه به نتایج جدول ۹ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز مثبت می‌باشد در نتیجه روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می-باشد.

فرضیه فرعی ۷- عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.

با توجه به نتایج جدول ۹ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز منفی می‌باشد در نتیجه عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می‌باشد.

فرضیه فرعی ۸- عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازار ایفا می‌کند.

با توجه به نتایج جدول ۹ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز منفی می‌باشد در نتیجه عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازار ایفا می-کند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می‌باشد.

۱۰- یافته‌های تحقیق

به طور کلی موضوع پژوهش حاضر بررسی رابطه بین سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و تاثیر آن بر عملکرد مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. بر همین مبنا با توجه به ادبیات موضوعی و تحقیقات لازم و کافی مدل مفهومی طراحی شد. بر اساس این مدل چندین عامل مورد آزمون قرار گرفتند که عبارت بودند از: یادگیری از خطا، پذیرش و اداره کردن مؤثر خطا، کشف سریع و تجزیه و تحلیل خطا، کمک کردن در موقعیت

- * رضایی، عماد، عباسی، ابراهیم، (۱۳۹۴)، "روش های اندازه گیری سرمایه فکری و ارزش افزوده اقتصادی"، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر و دانشگاه الزهراء.
- * فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴)، "سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه"، گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه.
- * محسنی فرد، غلامعلی، رضایی، غلامرضا، حسینی راد، سیدعلی، (۱۳۹۲)، "رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش (مطالعه موردی)، فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال چهارم، شماره ۳، صفحات ۱۳۹ تا ۱۵۴.
- * ودادی، احمد، امامی کوشا، مرتضی، (۱۳۹۱)، "نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی"، فصلنامه مدیریت کسب و کار، سال سوم، شماره ۱۳، ص ۱۷۵-۱۴۷.
- * Andersen, Patrick Lie & Hensen, Marianne Nordli (2011), Class and Cultural Capital: The Case of Class Inequality in Educational Performance, European Sociological Review, 27, 1, 1-15.
- * Atuahene-Gima, K., & Murray, J. Y. (2004). Antecedents and outcomes of marketing strategy comprehensiveness. Journal of Marketing, 68(4), 33e46.
- * Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. Management Decision, 36(2), 63e76.
- * Chang, W. S., & Lee, Y. H. (2015). Policy momentum for the development of Taiwan's cultural creative industries. Current Issues in Tourism, 18(11), 1088e1098.
- * Chen, W., & Inklaar, R. (2015). Productivity spillovers of organization capital. Journal of Productivity Analysis, 1e17.
- * Chiang, Y. H., Hsu, C. C., & Shih, H. A. (2015). Experienced high performance work system, extroversion personality, and creativity performance. Asia Pacific Journal of Management, 32(2), 531e549.
- * Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. Academy of Management Journal, 39(4), 949e969.
- * Kim, M. J., Lee, C. K., & Bonn, M. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism-related purposes. Tourism Management, 53, 96e107.
- * Miller, D., Xu, X., & Mehrotra, V. (2015). When is human capital a valuable resource? The performance effects of ivy league selection among celebrated CEOs, strategic management Journal, 36(6), 930-944.
- * Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy: The

- دقت در گزینش و استخدام افرادی که دارای مهارت- های فنی، گروهی و تیمی باشند.
- و غیره
- برای تقویت سرمایه ارتباطی پیشنهادهای زیر ارائه می شود:
- بررسی انتظارات و شناسایی نیازهای مراجعان
- دریافت بازخور از مراجعان در طراحی و نحوه ارائه خدمات
- پاسخگویی به موقع به مراجعان
- آموزش های رفتاری به کارکنان برای مواجهه با مراجعان

فهرست منابع

- * امین جعفری، راضیه، (۱۳۹۱)، "تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، به راهنمایی آقای دکتر محسن دستگیر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه.
- * اولی محمدرضا، حاجی زاده، حسن، سعیدی، مجتبی (۱۳۹۵)، رابطه بین سرمایه فکری و بهره وری در شرکتهای دارویی، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال هشتم، شماره ۳۱، ص ۷۱-۹۳.
- * جبارزاده کنگرلویی، سعید، بشیری، علیرضا، (۱۳۹۳)، مقایسه قدرت توضیحی ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری در تعیین قیمت بازار، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ششم، شماره ۲۴، ص ۱۰۳-۱۲۰.
- * خدادادی، ولی، عربی، مهدی (۱۳۹۴)، اثر تعدیل کننده عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعاتی، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال هفتم، شماره ۲۶، ص ۵۱-۶۶.
- * خیرخواه، هوشیار، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان (مطالعه موردی)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
- * دستگیر، محسن، عرب صالحی، مهدی، امین جعفری، راضیه، (۱۳۹۳)، تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ششم، شماره ۲۱، ص ۱-۳۶.
- * رجبی خاصوانی، احمد، دکتربوداگی خواجه نوبر، حسین، (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان (مطالعه موردی)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

- nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43(3), 486e501.
- * Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450e463.
 - * Vomberg, A., Homburg, C., & Bornemann, T. (2015). Talented people and strong brands: The contribution of human capital and brand equity to firm value. *Strategic Management Journal*, 36(13), 2122-2131.
 - * Wu, J. (2011). Asymmetric roles of business ties and political ties in product innovation. *Journal of Business Research*, 64(11), 1151-1156

یادداشت‌ها

- ¹ . Intellectual capital
- ² . Social capital
- ³ . Human capital
- ⁴ . Organizational capital
- ⁵ . Customer capital
- ⁶ . Organization Performance
- ⁷ . Environment Uncertainly
- ⁸ . Business Tie
- ⁹ . Intellectual Property
- ¹⁰ . Market Performance
- ¹¹ . Overall Performance
- ¹² . Structural Equation Modeling (SEM)
- ¹³ . Ordinary Least Squares
- ¹⁴ . Huseild & Delaney(1996)
- ¹⁵ . Subramaniam & Voundt
- ¹⁶ . Peng & Luo
- ¹⁷ . Munay & Guma-Atuhene