

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)

عبدالله توکلی^۱، عبدالصمد عزیزپور لینی^{۲*}، الهام رضایی^۲، اشرف میرزایی^۲

۱. استادیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران

(تاریخ دریافت: ۹۳/۰۵/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۹/۲۴)

چکیده

با پیشرفت روزافزون علم نقش کارکنان و ارتباطات انسانی (سرمایه‌های انسانی) در پیشرفت سازمان و جامعه بیش از پیش آشکار شده است. در دو دهه اخیر به سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری توجه شده است و نقش سازنده آن‌ها در پیشرفت و عملکرد برتر سازمانی تأیید شده است. تحقیق حاضر نقش سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری در اداره کل امور مالیاتی استان قم بررسی کرده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی، و از نظر روش توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق ۱۴۲ نفر کارکنان این سازمان بوده است، که تعداد ۱۰۴ نفر به‌طور تصادفی انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه استاندارد است. ارزیابی و تجزیه و تحلیل داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart-PLS انجام گرفته است. نتایج حاکی از معنی‌داری اثر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری شامل ساختاری، انسانی و رابطه‌ای است. در پایان، جهت بهبود سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های سرمایه فکری در سازمان پیشنهادهایی مطرح گردید.

کلیدواژگان

سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه ساختاری.

مقدمه

در جهان کنونی که عصر تحولات لجام‌گسیخته و به گفته تافلر، دوره جابه‌جایی قدرت است، مدیریت سرمایه فکری^۱ و دارایی‌های ناملموس سازمان‌ها بس از موضوعات مهندسی مجدد دهه ۸۰ و مدیریت کیفیت فراگیر دهه ۹۰، به عنوان پدیده‌ای مهم، به‌طور همه‌جانبه افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر قرار داده است. در این میان، جدیدترین پارادایمی که بحث یادشده را در مدیریت سازمان‌ها پوشش می‌دهد، مدیریت سرمایه فکری است. اصطلاح سرمایه فکری را نخستین بار جان کنت گالبرایت در سال ۱۹۶۹ مطرح کرد. سرمایه فکری در وضعیت کنونی که عدم اطمینان افزایش یافته است و مدیریت تغییر به اطلاعات نیاز دارد، ابزاری حیاتی در نظر گرفته می‌شود (Chen et al., 2005; Herremans & Isaac, 2004; Jahannessen & Olsen, 2005). در دنیای بین‌المللی امروز، مواد و منابع مالی مزیت رقابتی نیستند، بلکه چگونگی اداره و مدیریت سرمایه‌های فکری مزیت رقابتی است (Wu, 2005).

مدیریت سرمایه فکری بیش از هر چیزی مدیریت پدیده‌های اجتماعی است. یکی از مفاهیم مهم و فرارشته‌ای در بحث مدیریت پدیده‌های اجتماعی، مفهوم سرمایه اجتماعی^۲ است. سرمایه اجتماعی موضوعی جدید در مطالعات توسعه، اقتصاد و جامعه‌شناسی در سطح جهان است. سرمایه اجتماعی اگرچه مفهومی نوپا و نوین در عرصه مطالعات اجتماعی است، ریشه در روابط اجتماعی نوع بشر دارد. امروزه مسلم است که رسیدن به توسعه، جامعه مدنی، معیارهای جهان شمول و بستر مناسب برای زیست اجتماعی فقط با سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد (اختر محقی، ۱۳۸۵).

سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری پیش‌نیاز توسعه عملکرد سازمان‌ها هستند. سرمایه اجتماعی تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌ها افزایش می‌دهد و از این طریق شبکه‌ای با نشاط از تجمع

1. Intellectual Capital
2. Social Capital

داوطلبانه در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی و کاری ایجاد می‌کند، که در نهایت، سبب تعهد در کارکنان می‌شود. همچنین، ابعاد مختلف سرمایه فکری اعم از انسانی، رابطه‌ای و ساختاری را در جهت نیل به اهداف سازمان هدایت می‌کند و این یکی از اهداف مهمی است که هر سازمانی درصدد دستیابی به آن است. با وجود تلاش‌های مکرر سازمان‌ها، گاهی پیش‌بینی نیاز به تغییرات در زمینه سرمایه فکری دشوار است. برای مثال، کداک، آی‌بی‌ام، دوپانت و رهبران دیگر فناوری خیلی دیر متوجه کمبود سرمایه فکری شدند، که در نهایت، به کوچک‌سازی گسترده و بازسازی مجدد منجر شد. برای جلوگیری از چنین اتفاقی، باید نیروهای مناسب را حفظ و کسانی را که قابلیت رشد ندارند، اخراج کنند. در راستای تحقیقات انجام‌گرفته درباره سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در این تحقیق برآنیم تا با بررسی مفاهیم سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی، اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری را بررسی کنیم.

پیشینه تحقیق

در ادامه مبانی نظری تحقیق بیان می‌شود.

سرمایه اجتماعی

تعریف سرمایه اجتماعی

اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۶۱ در مقاله‌ای توسط هانی فان^۱ از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد، اما نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب^۲ یعنی مرگ و زندگی شهرهای بزرگ/امریکایی (۱۹۶۱)، به کار گرفته شده است. سرمایه اجتماعی موضوعی جدید در مطالعات توسعه، اقتصاد و جامعه‌شناسی در سطح جهان است، البته بر خلاف عمر کوتاه، توجه به آن روزافزون شده است. این سرمایه از ناحیه همبستگی اجتماعی و وجود اعتماد متقابل بین کارکنان

1. Hanifan
2. Jane Jackobs

و مدیریت، در نهایت، یکپارچگی و انسجام در سازمان، ایجاد می‌شود. مفهوم سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مفاهیمی مانند اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای گروه یا جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهد و آن‌ها را به سوی دستیابی به هدفی ارزشمند هدایت می‌کند.

هرچند در تعریف‌های سرمایه اجتماعی با توجه به سطح تجزیه و تحلیل، تمایزهای واضحی وجود دارد، بر اینکه سرمایه اجتماعی یک دارایی ارزشمند است که ارزش آن از دسترسی به منابعی که از طریق روابط اجتماعی ایجاد می‌شود، نشأت می‌گیرد، اتفاق نظر گسترده وجود دارد (Erdem, 2013). سرمایه اجتماعی مبتنی بر ارتباطات اجتماعی است که با داشتن شبکه‌ای نسبتاً متقابل و پایدار از روابط کم و بیش نهادی ارتباط دارد.

از نظر فوکویاما (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه شده است و سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات را پایین می‌آورد.

پوتنام، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه در اجتماع شده است و در نهایت، منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. از نظر وی، اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه منابعی در کنش‌های اعضای جامعه‌اند (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی از مؤلفه‌هایی^۱ تشکیل می‌شود که در جدول ۱ شرح داده شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	تعریف
مشارکت ^۲	مشارکت مردمی به معنای کوشش و تلاش جمعی در چارچوب سازمانی است که اعضا با ائتلاف منابع در صدد دستیابی به اهداف خود هستند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳، ص ۲۹۰). یونسکو (سازمان

۱. مؤلفه‌ها را می‌توان زمینه‌سازهای سرمایه اجتماعی دانست، مثلاً اکبری (۱۳۸۳) بیان کرده است هرچا سطح اعتماد بالا باشد، مشارکت و همیاری در عرصه‌های اجتماعی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کمتر خواهد بود، و با توجه به اینکه اعتماد یکی از اجزای بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی است، می‌توان گفت مؤلفه‌ها زمینه‌سازهای ابعاد می‌باشند.

2. Partnership

ادامه جدول ۱. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	تعریف
اعتماد ^۱	آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد) نیز مشارکت را فرایندی برای خودآموزی اجتماعی و مدنی، حق بشر و پیش شرط توسعه می‌داند و معتقد است توسعه باید از مردم و از آنچه می‌خواهند و از آنچه می‌اندیشند و باور دارند، آغاز شود (اکبری، ۱۳۸۳، ص ۳۰). اعتماد جزء اصلی بعد کیفیت سرمایه اجتماعی است. نظریه سرمایه اجتماعی، اعتماد را منشأ جامعه مدنی و زمینه‌ساز تعهد مدنی و دموکراسی می‌داند (Putnam, 1995). رایبیز (۱۳۸۳) اعتماد را شامل ابعاد صداقت، شایستگی، ثبات قابلیت اعتماد، وفاداری و صراحت می‌داند.
بخشش و روحیه داوطلبی	یکی از روش‌های اندازه‌گیری روابط افراد جامعه، بررسی میزان عضویت و همکاری آن‌ها در نهادهای خیریه و داوطلبانه است. این همکاری می‌تواند به صورت یاری‌های مالی (مانند کمک مالی به کمیته امداد، شیرخوارگاه‌ها و جز آن)، یا از طریق اختصاص وقت (مانند شرکت در جلسات مربوط به انجمن‌های توسعه شهری و یا حمایت از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها) انجام گیرد (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۴-۱۳).
تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها	اشاره به معاشرت و رفاقت فرد با طبقات مختلف اجتماعی، نژادها، اقوام و مذاهب و ادیان مختلف دارد. به عبارتی، هر چه فرد با افراد طبقات و گروه‌های متعلق به نژادها و مذاهب مختلف بیشتر در ارتباط باشد و با آن‌ها حالت دوستی ایجاد کرده باشد، موجب فزونی سرمایه اجتماعی شده است (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۴).
توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی	در واقع، این بعد جنبه‌های غیررسمی سرمایه اجتماعی را می‌سنجد. مانند تعداد دوستان هر فرد، میزان معاشرت فرد با دوستان خود در محیط اداری و معاشرت با همکاران و دوستان اداری در محیط‌های خارج از اداره (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱).
آگاهی ^۲	امروزه دانایی و اطلاعات سرمایه‌ای عظیم است که در تحولات اجتماعی نقش آفرین شده و روزه‌روز ابعاد گسترده‌ای را، چه به‌طور سطحی و چه به‌طور عمیق، پیدا می‌کند تا جایی که یکی از عوامل مهم دستیابی جوامع به سرمایه اجتماعی کسب آگاهی است (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۸).
همکاری گروهی ^۳	در واقع، چشم‌پوشی افراد و سازمان از منافع و فعالیت‌های فردی خود در مقابل منافع و فعالیت‌های جمعی است. توانایی در هماهنگی و همسازی با دیگران از ویژگی‌های موفقیت در سازمان است (نیکومرام و اصفهانی، ۱۳۸۷).

1. Trust
2. Aware
3. Cooperation

ادامه جدول ۱. مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

مؤلفه	تعریف
مسئولیت ^۱ و تعهد ^۲	مسئولیت اجتماعی از وظایف و تعهدات سازمان‌ها در جهت منتفع کردن جامعه است، به طوری که هدف اولیه سازمان یعنی حداکثرسازی سود را صورتی متعالی ببخشد. در رابطه میان کارکنان و سازمان‌ها، احساس مسئولیت، تعهدی است که نشانگر لزوم انجام دادن وظیفه سازمان‌ها در قبال اعضا و افراد جامعه است، و اگر مدیران در انجام دادن این وظیفه بکوشند، نقش خود را در ایجاد اعتماد میان مردم به درستی ایفا کرده‌اند و سرمایه اجتماعی را توسعه می‌بخشند (نیکومرام و اصفهانی، ۱۳۸۷).
ارتباط متقابل ^۳	ارتباط متقابل عبارت است از فرآیند مبادله کالا یا خدمات میان فرد یا گروهی با فرد یا گروه دیگری که قبلاً از خدمات آن‌ها استفاده کرده است. روابط متقابل از طریق هنجارها هدایت می‌شود، هنجارهای ارتباط متقابل بر حسب نوع شبکه متغیر است. هر چه روابط در شبکه کمتر قانونمند و تبادل بلندمدت‌تر باشد، ارتباط متقابل انعطاف‌ناپذیرتر خواهد بود. مانند ارتباط متقابل درون خانواده (چاوش‌باشی، ۱۳۸۷).
شبکه‌های رسمی و غیررسمی ^۴	سازماندهی افراد در نهادهای مدنی موجب بروز فرهنگ‌های صنفی و حرفه‌ای خاص در این نهادها شده است و ضمن ایجاد سطح بالاتری از مشارکت و تعلق اجتماعی و اقتصادی، اعضای این نهادها وابسته به هنجارهای موجود در این نهادها شده‌اند و هزینه‌های بسیاری از کنترل‌های رسمی کاهش یابد (علوی، ۱۳۸۰).
عضویت در گروه‌های اجتماعی ^۵	عضویت در نهادهای مدنی را می‌توان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانست. نهادهای مدنی مانند کتابخانه‌ها، انجمن‌های علمی و ورزشی، گروه‌های حامی محیط زیست، انجمن‌های تجاری و موارد مشابه از این دسته‌اند.

ابعاد سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی شامل سه بعد است که عبارت‌اند از:

بعد ساختاری: این بعد شامل پیوندهای شبکه‌ای، پیکربندی شبکه‌ای و انطباق‌پذیری شبکه‌های بین افراد است. به طور کلی، این بعد حوزه‌ای را بررسی می‌کند که در آن افراد در سازمان به هم

1. Responsibility
2. Commitment
3. Interaction
4. Formal and informal networks
5. Membership in social groups

مرتبط می‌شوند، الگوهای ارتباطی میان کارکنان را توصیف، و سودمندی چنین ارتباطی را مطالعه می‌کند (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۴، ص ۱۵).

بعد ساختاری شامل مفاهیم و متغیرهای زیر است (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۱):

الف) پیوندهای موجود در شبکه: شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه؛

ب) شکل و ترکیب شبکه: شامل سلسله‌مراتب، میزان ارتباط‌پذیری و تراکم شبکه؛

ج) تناسب سازمانی: تا چه اندازه شبکه ایجادشده برای یک هدف خاص ممکن است برای هدف دیگری به‌کار گرفته شود.

بعد رابطه‌ای: این بعد با سطوح بالایی از اعتماد، هنجارهای مشترک، تکالیف و هویت متقابل مشخص می‌شود. در واقع، این بعد به ارتباط مؤثر بین همکارانی که یکدیگر را دوست دارند، به یکدیگر اعتماد دارند، و با هم هویت می‌یابند، توجه دارد (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۴).

بعد رابطه‌ای شامل مفاهیم و متغیرهایی به شرح زیر است (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۱):

الف) اعتماد^۱؛

ب) هنجارها^۲؛

ج) تعهدات و روابط متقابل^۳؛

د) تعیین هویت مشترک^۴.

بعد شناختی: این بعد از طریق درک متقابل کارکنان از طریق زبان مشترک و مبادله سرگذشت‌های مشترک تحقق می‌یابد. زبان و سرگذشت‌های مشترک موجب افزایش سطح درک میان اعضای سازمان می‌شود و توانایی کارکنان را برای پیش‌بینی اقدامات همکاران دیگر افزایش می‌دهد (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۴، ص ۱۵).

-
1. Trust
 2. Norms
 3. Obligation and Reciprocity
 4. Identification of Common

مفاهیم و متغیرهای بعد شناختی به شرح زیر است (الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۱، ص ۱۱):

الف) زبان و علائم مشترک؛

ب) روایت‌های مشترک.

سرمایه فکری

تعریف سرمایه فکری

تا اوایل دهه ۱۹۵۰ تصور می‌شد عامل اصلی عقب‌ماندگی کشورهای در حال توسعه کمبود منابع مالی و فیزیکی است. اما در اقتصاد امروزی تولید ثروت و رشد، به‌طور عمده از دارایی‌های نامشهود (فکری) سرچشمه می‌گیرد. در اقتصاد جدید، پیشرفت بیشتر تحت تأثیر عوامل نامشهود است. در اقتصاد دانشی یا اطلاعاتی فعلی، دانش و اطلاعات و به‌طور کلی دارایی‌های نامشهود به عنوان عامل تولید ثروت در مقایسه با دارایی‌های مشهود و فیزیکی دیگر اهمیت بیشتری پیدا می‌کند (Bontis, 1998) و موفقیت بالقوه سازمان‌ها بیشتر در قابلیت‌های فکری آن‌ها ریشه دارد، تا دارایی‌های مشهود آن‌ها. غالباً سرمایه فکری مترادف اصطلاحاتی مانند دارایی‌های نامشهود یا دارایی‌های دانشی است. کسب‌وکارهایی که اهمیت یادگیری را درک کرده‌اند تلاش‌های راهبردی خود را از مدیریت دارایی‌های مالی به مدیریت دارایی‌های نامشهود- سرمایه‌های فکری- منتقل کرده‌اند (Leliaert et al., 2003).

در تعریفی ساده، سرمایه فکری عبارت است از تفاوت ارزش بازاری و ارزش دفتری دارایی‌های شرکت. طبق این تعریف، سرمایه فکری شامل فرآیندها و دارایی‌هایی است که معمولاً در ترازنامه منعکس نمی‌شود. استوارت^۱ (۱۹۹۷)، در کتاب خود سرمایه‌های فکری را استفاده بهینه از منابع فکری برای ایجاد یک ثروت، دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و ترکیبی از تجربه‌ها می‌داند. در جدول ۲ برخی تعریف‌های مختلف بیان شده است.

1. Stewart

جدول ۲. برخی تعریف‌های سرمایه فکری

اندیشمند	سال	تعریف سرمایه فکری از نظر اندیشمند
ادوینسون و مالون ^۱	۱۹۹۷	سرمایه‌های فکری کل دارایی‌های نامشهود و قابلیت‌های شرکت است که می‌تواند ارزش ایجاد کند، یا مزیت رقابتی برای شرکت به وجود آورد (اطلاعات دانش به کار گرفته شده برای کارکردن، جهت ایجاد ارزش).
ماسولاس ^۲	۱۹۹۸	سرمایه فکری همه دارایی‌های نامشهود، دانش و توانایی‌های شرکت است که می‌تواند ارزش، یا مزیت رقابتی ایجاد کند و باعث دستیابی به اهداف عالی شود.
الریچ ^۳	۱۹۹۸	سرمایه‌های فکری، استعداد و تعهد کارکنان در شناسایی و معرفی محصول است.
مار و مستغفیر ^۴	۲۰۰۵	سرمایه فکری به ایجاد ارزش برای آینده تعریف شده است که از طریق تجربه و یادگیری می‌توان آن را به دست آورد و می‌توان برای رسیدن به اهداف استراتژیک در انواع دارایی‌های نامشهود، از آن استفاده کرد.

اجزای سرمایه فکری

به دلیل گستردگی مفهوم سرمایه فکری برخی محققانی که در این حیطه کار کرده‌اند، دسته‌بندی خاصی را بیان کرده‌اند. سرمایه فکری به طور کلی، با سه عنوان اصلی شناخته می‌شود:

سرمایه انسانی^۵: کارکنان دارای دانش، مهارت، توانایی و مجموع تجارب‌اند، مانند سطح آموزش کارکنان، رضایت، حل مسئله و مهارت‌های برقراری ارتباط، کارآفرینی و غیره. سرمایه انسانی عبارت است از مجموعه دانش، مهارت‌ها، نوآوری و قابلیت‌های کارکنان برای رسیدن به اهداف (Sackman et al., 1989). سرمایه انسانی منبع و محرک انقلاب و نوآوری در سازمان، شامل خلاقیت و نوآوری کارکنان، نگرش، خرد، تجربه، صلاحیت‌ها است (Grantham & Nichols, 1997). سرمایه انسانی در کارکنان تعبیه شده است، نه در سازمان، و می‌تواند با ترک و نبودن کارمند از سازمان خارج شود (Miller & Wurzburg, 1995).

سرمایه ساختاری^۶: کسب‌وکارها و شرکت‌های حقیقی شخصی به وسیله کسب‌وکار و کار

1. Edvinsson & Malone
2. Masoulas
3. Ulrich
4. Marr & Moustaghfir
5. Human Capital
6. Structure Capital

کارکنان محصولات و خدماتی را تولید می‌کنند و مجموعه‌ای از دارایی‌ها را توزیع می‌کنند، از جمله راهبرد سازمانی، فرهنگ، رسالت، فلسفه مدیریت، فرآیندها، فناوری اطلاعات-سیستم، حق امتیاز، حقوق انحصاری، علائم تجاری و آرم‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی، تحقیق و توسعه، و نوآوری. موارد یادشده ساختار سرمایه در شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد. سرمایه ساختاری یا سرمایه سازمانی در سازمان‌ها تعبیه شده‌اند و با نبود کارمندان از سازمان خارج نمی‌شود.

سرمایه مشتری^۱ (براساس ذی‌نفعان، رابطه‌ای): کسب‌وکار، ارزش افزوده برای همه (مشتریان، شرکا، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و دولت) ایجاد می‌کند، همچنین، روابط را پوشش می‌دهد. برای مثال، روابط مشتری، وفاداری مشتری، رضایت مشتری، کانال‌های توزیع، حقوق صاحبان سهام، اتحاد، موافقت‌نامه صدور مجوز و غیره را شامل می‌شود. اجزای این ویژگی‌های پویا، پیچیده و اصلی با یکدیگر ارتباط متقابل دارند، به این علت، با هم در یک مطالعه جامع بررسی و مدیریت می‌شوند.

ویژگی‌های سرمایه فکری

ویژگی‌های سرمایه فکری به شرح زیر است:

- غیررقابتی‌اند؛
- برخلاف دارایی‌های فیزیکی که فقط برای انجام‌دادن یک کار خاص و در یک زمان خاص به کار گرفته می‌شوند، دارایی‌های فکری را می‌توان به‌طور همزمان، برای چند امر خاص به کار گرفت؛
- سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای قابلیت تبدیل شدن به مالکیت شخصی را ندارند، بلکه باید بین کارکنان، مشتریان و تأمین‌کنندگان مشترک باشند. بنابراین، رشد این نوع دارایی‌ها نیاز به توجه جدی دارد.

مدیریت و اندازه‌گیری سرمایه فکری

مدیریت سرمایه فکری، باعث افزایش ارزش‌های سازمانی، ارزش بازار و کشف عناصر خلاق در میان تغییرات بازار می‌شود، و برای اندازه‌گیری ارزش سرمایه فکری در روند توسعه به‌کار گرفته می‌شود (Akhavan et al., 2009; Bontis, 1998; Stewart, 1997). کسب‌وکار مدیریت سرمایه فکری از مسئولیت‌های مدیریتی مهم است و سرمایه فکری و عملکرد را اندازه‌گیری می‌کند (Mouritsen, 2004; Kannan & Aulbur, 2004). به این منظور، یک رویکرد سیستمی نظام‌مند توسعه یافته است و در این راستا، مدل‌های مختلف توسعه داده شده است (Leliaert et al., 2003). برخی از آن‌ها به شرح زیر است:

کارت امتیازی متوازن^۱ و شاخص‌های سرمایه فکری (Roos et al., 1997)، کتابچه راهنمای اسکاندیا^۲، سکوی ارزش دوچمیکال^۳، ناظر دارایی‌های نامشهود (Sveiby, 1997).

اندازه‌گیری سرمایه فکری از دو جنبه اهمیت دارد:

۱. درون‌سازمانی، که هدف از آن تخصیص بهتر منابع در راستای کارایی و حداقل‌سازی هزینه‌های سازمان است.

۲. برون‌سازمانی، که هدف از آن، در دسترس قرار دادن اطلاعات سرمایه‌گذاری‌های موجود و بالقوه سازمان برای پیش‌بینی رشد آینده و نیز برنامه‌ریزی‌های بلندمدت است.

مر^۴ و همکاران (۲۰۰۳) با مرور مبانی نظری سرمایه فکری دلایل زیر را جهت اندازه‌گیری سرمایه فکری بیان کردند:

۱. کمک به سازمان‌ها برای تنظیم راهبرد؛

۲. ارزیابی اجرای راهبرد؛

1. BSD
2. Skandia
3. Dow Chemical
4. Mar

۳. کمک به تصمیم‌های گسترش و تنوع؛

۴. به‌کارگیری نتایج سرمایه فکری به عنوان مبنایی برای جبران خدمات؛

۵. ابلاغ معیارهای مربوط به سرمایه فکری به سهامداران.

رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در مطالعات زیادی بررسی شده است و ارتباط معنی‌دار بین آن‌ها اثبات شده است. تا جایی که بسیاری، حتی سرمایه اجتماعی را جزئی از سرمایه فکری دانسته‌اند. مثلاً ادواردو بونو و ماری پاز سالمادور (۲۰۰۴)، رابطه بین آن‌ها را مطالعه کردند. در نهایت، در این مقاله مدلی تکاملی از سرمایه فکری بر اساس سرمایه اجتماعی (به عنوان یک جزء ابتکاری که ارزش‌داری‌های نامشهود را افزایش می‌دهد) طراحی شده است.

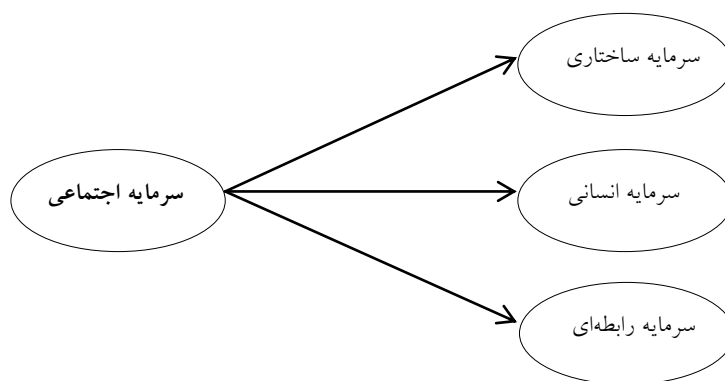
نهایت و گوشال (۱۹۹۸) در تحقیق دیگری درباره اینکه سرمایه اجتماعی، ایجاد سرمایه فکری را تسهیل می‌کند، توسعه داده‌اند و شرکت‌ها با توجه به محدودیتشان نسبت به بازارها، سرمایه اجتماعی متراکم‌تری دارند و نسبت به بازارها، ایجاد و به‌اشتراک‌گذاری سرمایه فکری توسط آن‌ها راحت‌تر است.

اکثر تحقیقات داخلی و خارجی در زمینه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری مؤید رابطه مثبت و معنی‌دار این دو متغیر بوده است (امانیان و اسدی، ۱۳۹۰؛ خیرخواه، ۱۳۹۰؛ محسنی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۲؛ Delgado-verde et al., 2014).

طراحی مدل مفهومی

سرمایه اجتماعی از یک منظر، پدیده‌ای مدیریتی است و برای آن ویژگی‌های گوناگونی تعریف شده است از جمله اعتماد (هنجار)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌ها (Vilanov & Josa, 2003). سازمان‌هایی که سطوح بالاتر سرمایه اجتماعی دارند، احتمال دارد نسبت به رقبایشان که سرمایه اجتماعی کم‌تری دارند، موفق‌تر باشند (Nahapiet & Ghoshal, 1998). سرمایه اجتماعی سازمانی دارای است که برای سازمان (از طریق ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان) و اعضای سازمان (از طریق ارتقای مهارت کارکنان) مفید و سودمند است. سرمایه اجتماعی، باعث ایجاد یک سودمندی مثبت و دائمی برای سازمان می‌کند (Email, 2014). لذا در

این تحقیق برآنیم تأثیر سرمایه اجتماعی را بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) در اداره کل امور مالیاتی استان قم بررسی کنیم. با توجه به اینکه کارمندان در اداره‌های مالیاتی بر اساس طبیعت کاری خود، هم با ارباب‌رجوع (مؤدیان) سروکار دارند، و هم اینکه به منظور اطمینان از انجام‌دادن کارها و محاسبات مالیاتی ناگزیر از ارتباط زیاد با یکدیگرند، بنابراین، ارتباطات اجتماعی و به‌کارگیری دانش متقابل در این اداره‌ها اهمیت دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

براساس مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر بیان می‌شود:

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی بر سرمایه انسانی تأثیر معنادار دارد.

فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی بر سرمایه ساختاری تأثیر معنادار دارد.

فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر سرمایه رابطه‌ای تأثیر معنادار دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است.

ابزار و روش گردآوری داده‌ها

داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه (پرسشنامه سرمایه فکری برگرفته از پرسشنامه استاندارد بونتیس (۲۰۰۴) است و پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) است). جمع‌آوری شد. بر این اساس، به ترتیب، ۲۰ پرسش برای سنجش ابعاد سرمایه فکری (۶ سؤال برای سرمایه ساختاری، ۷ سؤال برای سرمایه رابطه‌ای و ۷ سؤال برای سرمایه انسانی) و ۱۷ پرسش برای سنجش سرمایه اجتماعی با طیف هفت‌گزینه‌ای لیکرت در نظر گرفته شده است. روش‌های گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری در پژوهش حاضر همه کارکنان اداره کل امور مالیاتی استان قم می‌باشند. به دلیل مشخص بودن چارچوب نمونه‌گیری و عمومیت (درگیر بودن) متغیرهای رفتاری برای همه اعضای جامعه، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به کار گرفته شده است. جامعه آماری کارکنان برابر با ۱۴۲ نفر است که حجم نمونه بر اساس جدول مرگان ۱۰۴ نفر در نظر گرفته شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای بررسی روابط میان متغیرها مدل‌سازی معادلات ساختاری یا تحلیل چندمتغیری با متغیرهای مکنون با به کارگیری نرم‌افزار Smart-PLS اجرا شد.

در مدل تحلیلی پژوهش سرمایه اجتماعی متغیر برونزا و مستقل، و مؤلفه‌های سرمایه فکری - یعنی سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری - متغیر درونزا و وابسته‌اند. یک مدل معادلات ساختاری که روش حداقل مربعات جزئی (PLS) در حل آن به کار گرفته می‌شود، باید در دو مرحله، ابتدا مدل اندازه‌گیری، سپس، مدل ساختاری تحلیل و تفسیر شود.

بررسی مدل اندازه‌گیری

آزمون مدل اندازه‌گیری شامل بررسی پایایی و روایی مدل است. به منظور سنجش پایایی

داده‌ها نرم‌افزار Smart - PLS به کار گرفته شد و میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ به شرح جدول ۳ استخراج شد:

جدول ۳. محاسبه پایایی مدل اندازه‌گیری

آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی (ضریب دیلون - گلداشتاين)	میانگین واریانس تبیین شده
۰٫۹۱۴	۰٫۹۵۴	۰٫۵۶۰
۰٫۸۵۹	۰٫۹۵۳	۰٫۷۵۰
۰٫۸۸۶	۰٫۹۶۶	۰٫۸۰۴
۰٫۸۷۶	۰٫۹۰۵	۰٫۶۱۴

فرنل و لارکر (۱۹۸۱) مقادیر AVE، ۰/۵ و بیشتر را برای مقادیر میانگین واریانس تبیین شده توصیه می‌کنند که این به معنای آن است که سازه مورد نظر حدود ۵۰ درصد یا بیشتر واریانس نشانگرهای خود را تبیین می‌کند. برای بررسی اعتبار مرکب هر یک از سازه‌ها چین^۱ (۱۹۹۸) ضریب دیلون - گلداشتاين را پیشنهاد می‌کند که باید بیشتر از ۰/۷ باشد. آلفای کرونباخ سازه‌ها باید بالاتر از ۰/۷ باشد که طبق جدول ۳ همه سازه‌ها پایایی مناسب دارند.

در معادلات ساختاری به روش PLS برای سنجش روایی پرسش‌ها دو ملاک پیشنهاد می‌شود، اول اینکه گویه‌های یک سازه باید بیشترین بار عاملی را بر سازه خود داشته باشند؛ دوم اینکه که بار عاملی هر گویه بر سازه مربوط به خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی همان گویه بر سازه‌های دیگر باشد. که نتایج حاکی از روایی بالای گویه‌ها است.

تنن هاوس^۲ و همکاران (۲۰۰۵) شاخص بررسی اعتبار اشتراک^۳ (CV- Communalty) را برای بررسی کیفیت اندازه‌گیری پیشنهاد می‌کنند که مقادیر مثبت این شاخص نشان‌دهنده کیفیت

1. Chin
2. Tenehaus
3. CV- Communalty

مناسب ابزارهای اندازه‌گیری است. طبق جدول ۴ شاخص واریانس اعتبار تمامی متغیرهای مکنون مثبت می‌باشد. بنابراین، مدل اندازه‌گیری از کیفیت مناسب برخوردار است.

جدول ۴. مقادیر شاخص بررسی اعتبار مشترک

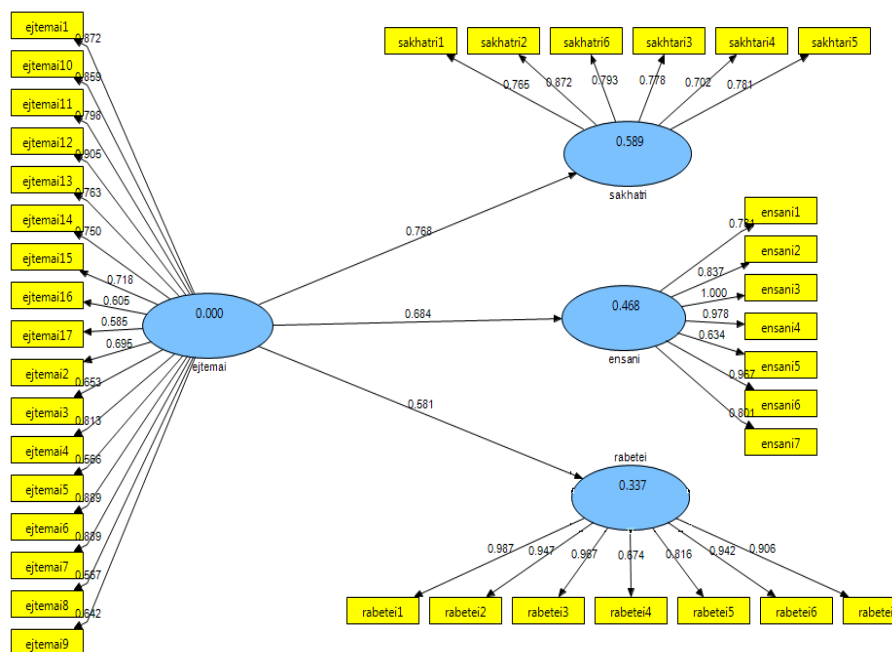
1-SSE/SSO	SSE	SSO	
۰٫۳۴	۸۹۹٫۶۱	۱۳۶۰	سرمایه اجتماعی
۰٫۳۸	۳۴۷٫۵۵	۵۶۰	سرمایه انسانی
۰٫۴۵	۳۰۸٫۱۵	۵۶۰	سرمایه رابطه‌ای
۰٫۴۵	۲۶۵٫۲۰	۴۸۰	سرمایه ساختاری

بررسی مدل ساختاری (تحلیل مسیر)

آزمون الگوی ساختاری و آزمون فرضیه‌های پژوهش، با بررسی ضرایب مسیر، معناداری ضرایب مسیر و مقادیر ضریب تعیین انجام می‌گیرد. تنن هاوس و همکاران (۲۰۰۵) پیشنهاد می‌کنند برای کیفیت مدل ساختاری به کارگیری ضریب استون - گیسر Q^2 یا بررسی اعتبار حشو یا افزونگی^۱، مناسب است.

ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده متغیرها در شکل ۲ نشان داده شده است. ضرایب مسیر اثر سرمایه اجتماعی بر سرمایه ساختاری برابر ۰٫۷۶۸ و اثر سرمایه اجتماعی بر سرمایه انسانی و رابطه‌ای به ترتیب، برابر ۰٫۶۸۴ و ۰٫۵۸۱ است. بنابراین، سرمایه فکری به میزان یادشده بر هر یک از مؤلفه‌های سرمایه فکری (سرمایه ساختاری، انسانی و رابطه‌ای) تأثیر دارد. مقادیر واریانس تبیین شده نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی قابلیت پیش‌بینی تغییرات در سرمایه ساختاری، انسانی و رابطه‌ای به ترتیب به میزان ۵۸٫۹، ۴۶٫۸ و ۳۳٫۷ درصد را دارد.

1. CV-Redundancy



شکل ۲. مقادیر واریانس تبیین‌شده و ضرایب مسیر

جهت بررسی معنی‌داری مسیرهای برآوردشده آماره تی محاسبه شد که مقادیر بالای ۱٫۹۶ در سطح ۰٫۰۵ و کمتر نشان‌دهنده معنی‌داری ضرایب مسیر است. در جدول ۵ آماره تی هر مسیر گزارش شده است که طبق اعداد گزارش شده ضرایب مسیر اطمینان و معنی‌داری بالایی دارند.

جدول ۵. آماره تی به دست آمده

سرمایه اجتماعی	سرمایه ساختاری	سرمایه رابطه‌ای	سرمایه انسانی
۲۱٫۳۱	۹٫۴۴	۱۵٫۰۵۱	
			سرمایه اجتماعی
			سرمایه انسانی
			سرمایه رابطه‌ای
			سرمایه ساختاری

جهت بررسی کیفیت مدل ساختاری شاخص واریانس افزونگی کل و مقادیر ضریب تعیین محاسبه شد. میزان مثبت شاخص اعتبار افزونگی (Q^2) نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل ساختاری

است. براساس جدول ۶، متغیر پیش‌بین سرمایه انسانی، رابطه‌ای و ساختاری یعنی سرمایه اجتماعی توانایی پیش‌بینی را دارد.

جدول ۶. مقادیر ضریب تعیین و Q^2

ضریب تعیین	1-SSE/SSO	SSE	SSO	
۰,۳۷۹	۰,۲۳	۴۲۹,۶۲	۵۶۰	سرمایه انسانی
۰,۴۵۰	۰,۱۷	۴۶۲,۵۴	۵۶۰	سرمایه رابطه‌ای
۰,۴۴۸	۰,۳۱	۳۲۹,۰۶	۴۸۰	سرمایه ساختاری

بحث و نتیجه

سرمایه‌های انسانی از جمله مهم‌ترین و ارزشمندترین دارایی‌های سازمان‌های خدماتی محسوب می‌شوند. سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری از جمله مفاهیم مهم و کارکردی در علوم اجتماعی محسوب می‌شوند که در نظریه‌های مدیریت از آن یاد شده است. شاید این مفاهیم از محدود مضامینی باشد که در پارادایم‌های مختلف مدیریتی حول پیشرفت و عملکرد برتر سازمان‌ها بر آن توافق شده است.

پژوهش حاضر نقش سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری در اداره کل امور مالیاتی استان قم را بررسی کرده است. تحلیل نتایج پژوهش نشان می‌دهد سطح سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در این سازمان متوسط است. با توجه به ضرایب مسیر، در این سازمان سرمایه اجتماعی به ترتیب، بر سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی و سرمایه بیشتر است.

سرمایه اجتماعی در سازمان می‌تواند سبب کاهش نرخ ترک خدمت کارکنان و تقویت یادگیری سازمانی شود. همچنین، بر موفقیت کارکنان در مسیر پیشرفت شغلی تأثیرگذار است. لذا با توجه به سطح سرمایه اجتماعی در سازمان، اعتمادسازی، تیم‌سازی، تعهد سازمانی، هویت سازمانی، استقرار نظام ارتباطات داخلی، ایجاد و نهادینه‌سازی ارزش‌ها و چشم‌انداز مشترک سازمانی می‌تواند در ایجاد و افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان مؤثر و مفید باشد.

سرمایه ساختاری در واقع، ساختار و سازوکار انجام‌دادن کارها در سازمان است. سرمایه ساختاری در رسیدن به حداکثر توانایی بالقوه و ایجاد فرهنگ حمایتی مؤثر است. جهت افزایش

سرمایه ساختاری در سازمان برنامه‌ریزی برای بهبود بهره‌وری نیروی انسانی، افزایش کارایی منابع انسانی، طراحی نظام تشویق، حذف بروکراسی زائد و سلسله‌مراتب پیچیده، به‌کارگیری فناوری و دانش روز در فرآیندها و ایجاد ساختار مدیریت دانش پیشنهاد می‌شود.

سرمایه انسانی در واقع، میزان توانایی سازمان در به‌کارگیری دانش، مهارت بالفعل و توانایی بالقوه کارکنان در مسیر پیشرفت و رسیدن به درآمد، بهبود، کارایی و بهره‌وری است. نیروی کار باید قابلیت طرح روش منحصربه‌فرد در پاسخ به تغییرات در بازار رقابتی (یا بهتر از آن، برای ایجاد تغییرات در بازار) را داشته باشد. سازمان‌ها باید به‌طور مداوم نسبت به نیروی کار خود اطمینان حاصل کنند و بر روی کارکنان سازمان سرمایه‌گذاری کنند. ایجاد و طراحی نظام مدیریت استعداد و جانشین‌پروری در سازمان، مدیریت عملکرد سرمایه، طراحی چارچوب شایستگی کارکنان و آشنایی و آموزش کارکنان با روش‌های کارآمد و به‌روز از جمله اقداماتی است که سازمان می‌تواند جهت افزایش سرمایه انسانی انجام دهد. ساختمان نیروی کار مناسب نه تنها به درک درستی از نیازهای نیروی کار در کوتاه‌مدت را نیاز دارد، بلکه باید آنچه را در بلندمدت مورد نیاز است، پیش‌بینی کند.

سرمایه رابطه‌ای برای سازمان امور مالیاتی از مهم‌ترین سرمایه‌هایی است که سازمان برای بقای خود نیازمند حفظ و افزایش آن است. نتایج نشان داد در سازمان امور مالیاتی به سرمایه رابطه‌ای توجه اندک شده است. با توجه به نوع کارکرد و متکی بودن درآمدها به ارباب رجوع در سازمان، بهبود ارتباطات با ارباب رجوع، ایجاد حس اعتماد، اطلاع‌رسانی به کارکنان در زمینه مشتریان، انتشار بازخورد ارباب‌رجوع در سراسر سازمان، ایجاد مدیریت دانش رابطه‌ای و اجرای مناسب طرح تکریم ارباب رجوع در سازمان می‌تواند سطح سرمایه رابطه‌ای را افزایش دهد و به رشد سازمان کمک کند. همچنین، نتایج تحقیق مؤید این است که عوامل دیگری نیز به‌جز سرمایه اجتماعی، بر مؤلفه‌های سرمایه فکری تأثیرگذارند، مثلاً رفتار شهروندی سازمانی متغیری است که ممکن است بر سرمایه اجتماعی در سازمان، در نتیجه، سرمایه فکری و عملکرد را تأثیر گذارد، که نیاز به تحقیقات بیشتری دارد.

منابع و مأخذ

۱. اخترمحققی، مهدی (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران، مهدی اختر محقق.
۲. ازکیا، مصطفی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران. تهران، نشر نی.
۳. اکبری، امین (۱۳۸۳). نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت سیاسی و اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسینجاز توابع سنقر). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۴. الوانی، سیدمهدی؛ سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۱). «سرمایه اجتماعی؛ مفاهیم و نظریه‌ها». فصل‌نامه مطالعات مدیریت، شماره‌های ۳۳ و ۳۴، صفحات ۲۶-۳.
۵. امانیان، ابوالفضل؛ اسدی، پریسا (۱۳۹۰). «نقش سرمایه اجتماعی در انتشار دانش و تولید سرمایه فکری». نشریه اقتصاد، راهبرد توسعه، شماره ۲۸، صفحات ۱۶۲-۱۴۲.
۶. چاوش‌باشی، فرزانه (۱۳۸۷). «سرمایه اجتماعی در مقایسه با سایر سرمایه‌ها». پژوهش‌نامه مدیریت و سرمایه اجتماعی، شماره ۲۹، صفحات ۱۲۶-۸۷.
۷. خیرخواه، هوشیار (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری (مطالعه موردی ادارات آموزش و پرورش استان کردستان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
۸. رابینز، استیفن (۱۳۸۳). رفتار سازمانی، مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها. ترجمه علی پاریسیان و سیدمحمد اعرابی، تهران، نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۹. علوی، سیدبابک (۱۳۸۰). «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه». ماهنامه تدبیر، شماره ۱۱۶، صفحات ۴۰-۳۴.
۱۰. فقیهی، ابوالفضل؛ فیضی، طاهره (۱۳۸۴). «سرمایه اجتماعی در سازمان». پیک نور، شماره ۱۱، صفحات ۲۱-۱۱.

۱۱. قلیچ‌لی، بهروز؛ مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). «نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه در دو شرکت خودروساز ایرانی)». *دانش مدیریت*، شماره ۷۵، صفحات ۱۴۷-۱۲۵.
۱۲. نیکومرام، هاشم؛ اصفهانی، مینا (۱۳۸۷). «سرمایه اجتماعی و بازتولید آن در قلمرو مدیریت اسلامی». *نشریه پژوهشنامه*، شماره ۲۹، صفحات ۴۷-۲۵.
۱۳. محسنی فرد، غلامعلی؛ رضایی، غلامرضا؛ حسین‌راد، سیدعلی (۱۳۹۲). «رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارسنجان)». *فصل‌نامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، شماره ۱۵، صفحات ۱۵۴-۱۳۹.
۱۴. نیازی، محسن؛ کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۸۸). «توانمندسازی بر اساس راهبرد سرمایه اجتماعی». *ماهنامه تدبیر*، شماره ۲۰۳، صفحات ۲۶-۲۱.

1. Abeyssekara, I.; Guthrie, J. (2004). "Human Capital Reporting in a Developing Nation". *The British Accounting Review*, 36 (3), 251-268.
2. Akhavan, P.; Seyed-Naqavi, M.; Soltani-Nave, M.; Asadi-Karam, T. (2009). "Develop a comprehensive model of intellectual capital measurement; case study: a profit organizations". *Journal Industrial Management Studies*, 6(15), 115-142.
3. Bontis, N. (1998). Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
4. Bueno, E.; Paz Salmador, M.; Rodríguez, Ó. (2004). "The role of social capital in today's economy: Empirical evidence and proposal of a new model of intellectual capital". *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 556-574.
5. Canibano, L.; Garcia-Ayuso, M.; Sanchez, P. (2000). "Accounting for intangibles: a literature review". *Journal of Accounting Literature*, 19, 102-30.
6. Chen, M.; Cheng, S.; Hwang, Y. (2005). "An Empirical Investigation of the Relationship between Intellectual Capital and Firms Market Value and Financial Performance". *Journal of Intellectual Capital*. 6(2), 159-176.
7. Chin, W. W. (1998). "Issues and opinion on structural equation modeling". *MIS Quarterly*, 22 (1), **-**.
8. Delgado-verde, M.; Salvado, J, A.; Decastro, G, M.; Navas-Lopez, J, E. (2014). "Green intellectual capital and environmental product innovation: the mediating role of green social capital". *Knowledge Management Research & Practice*, 12(3), 1-15.
9. Edvinsson, L.; Malone, M. (1997). *Harper Business. Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York, NY
10. Email, D. (2014). "Social capital and social justice". *Procedia Economics and Finance*. 246-253.
11. Erdem, k. (2013). "The Impact of Social Capital on Managerial Reputation Erdem Kirkbesoglu". *Social and Behavioral Sciences*, 99, 439-445.

12. Fornel, C.; Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equations models with unobservable variables and measurement error". *Marketing Research*, 18(1), 39-50.
13. Fukuyama, F. (1999). "Social Capital and Civil Society". From: external /pubs / ft / seminar / reformes / fukuyama, Htm, www. imf. org/
14. Grantham, C, E.; Nichols, L. D. (1997). "A Framework for the Management of Intellectual Capital in the Health Care Industry". *Journal of Health Care Finance*, 2(3), 1-19.
15. Herremans, I.; Isaac, R. (2004). "The Intellectual Capital Realization Process: An Application of the Resource-Based View of the Firm". *Journal of Managerial Issues*, 16(2), 217-223.
16. Jahannessen, J.; Olsen, J. (2005). "Intellectual Capital as A Holistic Management Philosophy: A Theoretical Perspective". *International Journal of Information Management*, 25, 151-171.
17. Kannan, G.; Aulbur, Wilfried, G. (2004). "Intellectual capital: Measurement effectiveness". *Journal of Intellectual Capital*, 5 (3), 389 – 413.
18. Leliaert, P. J. C.; Candries, W.; Tilmans, R. (2003). "Identifying and managing IC: A new classification". *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 202-214.
19. Litschka, M.; Markom, A.; Schunder, S. (2006). "Measuring and analyzing intellectual assets: an integrative approach". *Journal of Intellectual Capital*, 7 (2), 160-173.
20. Marr, B.; Gray, D.; Neely, A. D. (2003). "Why does Firms Measure Their Intellectual Capital?". *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 441- 464.
21. Marr, B.; Moustaghfir, K. (2005). Defining Intellectual Capital: A Three- Dimensional Approach. *Management Decision*. 43 (9): 1114-1128.
22. Masoulas, V. (1998). "Organizational requirements definition for Intellectual Capital management". *International Journal of Technology Management*, 16 (1-3), 126 – 139.
23. Miller, R.; Wurzburg, G. (1995). "Investing in Human Capital". *The OECD Observer*, 193, 16-19.
24. Mouritsen, J. (2004). "Measuring and intervening: how do we theorise intellectual capital management". *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 257-272.
25. Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (1998). "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage". *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
26. Putnam, R. (1995). "Bowling alone: America's declining social capital". *Journal of Democracy*, 6 (10), 65-78.
27. Roos, J.; Roos, G.; Dragonetti, N. C.; Edvinsson, L. (1997). *Intellectual capital: navigating the new business landscape*, London, Macmillan Press.
28. Sackman, S.; Flamholz, E.; Bullen, M. (1989). "Human resource accounting: a State of the art review". *Journal of Accounting Literature*, 8, 235-264.
29. Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital: The new wealth of organizations*. New York, Doubleday/ Currency.
30. Sveiby, K. E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge base Assets*. Berrett Koehler. San Francisco, CA.
31. Swart, J. (2006). "Intellectual Capital: Disentangling an Enigmatic Concept". *Journal of Intellectual Capital*, 7 (2), 136-159.

32. Tenenhaus, M.; Vinzi, V. E.; Crotte, M.; Lauro, C. (2005). "PLS path modeling". *Computational Statistics and Data Analysis*, 48 (1), 159-205.
33. Ulrich, D. (1998). "Intellectual Capital = Competence Commitment". *Sloan Management Review*, 39 (2), 15-26.
34. Vilanova, E. P.; Josa, R. T. (2003). "Social Capital as a managerial phenomenon". *Working paper*, Department of industrial Engineering and Management. Tampere university of Technology.
35. Wu, A. (2005). "The integration between balanced scorecard and Intellectual capital". *Journal of Intellectual Capital*, 6 (2), 267-284.