

## چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی اثر سرمایه اجتماعی و مؤلفه های آن بر مدیریت سرمایه های فکری در سازمان صورت گرفته است. در همین راستا کلیه کارکنان گمرک در زاهدان به تعداد ۱۰۶ تن به عنوان جامعه آماری انتخاب و تمامی آنها بر اساس روش سرشماری به عنوان نمونه انتخاب شدند. این تحقیق بر اساس اهداف و ماهیت از نوع توصیفی و بر مبنای روش جمع آوری داده ها از نوع پیمایشی می باشد. جمع آوری داده های لازم نیز با استفاده از ابزار پرسشنامه شامل پرسشنامه های استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و پرسشنامه سرمایه فکری بنتیس (۱۹۹۷) صورت گرفته است.

نتایج حاصل از ادبیات موضوع و یافته های حاصل از آزمون های همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون نشان می دهد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (بجز بعد ساختاری)، و سرمایه فکری در گمرک زاهدان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، بطوریکه با افزایش سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری در گمرک زاهدان افزایش می یابد. همچنین سهم سرمایه اجتماعی در پیش بینی تغییرات سرمایه فکری در گمرک زاهدان ۳۵/۶ درصد می باشد.

## کلیدواژه:

سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، بعد ساختاری، بعد انسانی، بعد رابطه ای

## بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی

### بر مدیریت سرمایه های فکری

### در سازمان

### (مورد مطالعه: گمرک زاهدان)

نورمحمد یعقوبی

عضو هیأت علمی دانشگاه سیستان و

بلوچستان

علی رضا پودینه (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد مدیریت،

Email: poudinehalireza@yahoo.com

حمید یزدانیان

دانشجوی دکتری امنیت ملی

مرضیه رخشانی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت HSE

## مقدمه

با ورود به عصر اطلاعات و دانش، مفاهیم جدیدی در محیط مدیریت و کسب و کار ظهور کرده اند بطوری که مزیت رقابتی آینده سازمان ها در گرو استفاده مؤثر و مناسب از این نوع متغیرهای جدید می باشد (خورنگار، ۱۳۹۰). نظریه سرمایه فکری در سازمان از همین دست مفاهیم بوده که توجه روز افزون محققان دانشگاهی و دست اندرکاران سازمانی را به خود جلب کرده است. از طرف دیگر، یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر ((مزیت سازمانی پایدار)) ایجاد نماید، سرمایه اجتماعی است (گوشال، ۱۹۹۸).

بطور کلی سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری زمینه ساز توسعه و عملکرد اقتصادی و همچنین جامعه مدنی می باشند. سرمایه اجتماعی تمایل افراد را برای همکاری با گروه ها افزایش می دهد و شبکه ای با نشاط از تجمع های داوطلبانه در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی ایجاد می کند که از آن طریق کارکنان امور خود را به بهترین شکل ممکن اداره می کنند. سرمایه اجتماعی رضایت را جانشین اجبار می کند و خودکنترلی را در رأس امور



قرار می دهد و همچنین ابعاد مختلف سرمایه فکری اعم از انسانی، رابطه ای و ساختاری را در جهت نیل به اهداف سازمان هدایت می کند و این یکی از اهداف مهمی است که هر سازمانی درصدد دستیابی به آن می باشد (خیرخواه، ۱۳۹۰). نظر به موارد مذکور و با عنایت به اینکه مهم ترین چالش مدیریت سرمایه فکری و داشتن افراد جهت به اشتراک گذاشتن آنچه که می دانند است و این موضوع هم بیشتر دارای صبغه ای اجتماعی می باشد، بررسی آن دارای اهمیت است. در ایران نیز مسئولان کشور در رده های گوناگون به این مهم پرداخته اند. برکسی پوشیده نیست که عدم توجه به سرمایه اجتماعی و یا ضعف سرمایه اجتماعی در هر سازمانی موهبت بهره گیری از قدرت گروه های موجود در سازمان را از آن سازمان می گیرد و جوی عاری از اعتماد و همکاری سراسر سازمان را در بر خواهد گرفت. از آنجا که سرمایه فکری نیز ارتباط تنگاتنگی با سرمایه اجتماعی دارد قدر مسلم از این رویداد متأثر می شود. ضعف خلاقیت و نوآوری کارکنان، عدم انعطاف کارکنان در مواجهه با تغییرات محیطی و ضعف در برقراری ارتباط و لینک کردن با کانال های اطلاعاتی از این قبیل پیامد های منفی می باشد. مقاله حاضر مدیریت سرمایه های فکری مبتنی بر سرمایه اجتماعی را در چارچوب تحقیق میدانی و توصیفی در گمرک زاهدان هدف گزینی نمود تا بر اساس نتایج حاصل از ادبیات موضوع و همچنین یافته های حاصل از بررسی های میدانی و توصیفی شواهد لازم برای سنجش ارتباط معنا دار بین سرمایه اجتماعی و هر یک از مولفه های آن در ارتباط با مدیریت سرمایه فکری را فراهم سازد و همچنین پیشنهادات لازم جهت تدوین استراتژی های مناسب و درک صحیح از سرمایه های اجتماعی و فکری سازمان مورد مطالعه در جهت گیری درست و دیگر مسائل فرا روی حرکت بالنده و پیشرو آن ارائه نماید.

## ۱. مبانی علمی و پیشینه تحقیق

### ۱.۱. سرمایه فکری

اصطلاح سرمایه فکری را اولین بار جان کنت گالبرایت در سال ۱۹۹۶ مطرح کرد. پیش از آن، پیتر دراگر (۱۹۹۳) اصطلاح «کارگران دانشی» را به کار برده بود.

در واقع سرمایه فکری فراهم کننده یک پایگاه منابع جدید است که از طریق آن سازمان می تواند به رقابت بپردازد (بنتیس، ۱۹۹۶: ۴۷-۴۸). بنتیس اعتقاد دارد که سرمایه فکری عبارت از تلاش برای استفاده مؤثر از دانش (محصول نهایی) در مقابل اطلاعات (ماده خام) است. وی همچنین سرمایه فکری را به عنوان مجموعه ای از دارایی های نامشهود (منابع، توانایی ها، رقابت) تعریف می کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می آیند، به عبارت دیگر سرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیرساختی است، که سازمان را برای انجام فعالیت های خود توانمند می سازد. از دیدگاه روس و همکاران (۱۹۹۷) سرمایه فکری شامل همه فرایندها و دارایی هایی است که معمولاً در ترازنامه نشان داده نمی شوند و همچنین شامل همه دارایی های ناملموسی است (مثل مارک های تجاری، حق ثبت و بهره برداری و نام های تجاری) که در روش های حسابداری مدرن مورد توجه قرار داده می شوند؛ در واقع، سرمایه فکری عبارت از جمع دانش اعضای سازمان و کاربرد دانش آنها است.

استوارت (۱۹۹۷) معتقد است سرمایه فکری شامل دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه است که می تواند برای ایجاد ثروت آفرینی استفاده شود. به عبارتی سرمایه فکری عبارت از توانایی ذهنی جمعی یا دانش کلیدی به صورت یک مجموعه است. ادوینسون و مالون (۱۹۹۷) سرمایه فکری را «اطلاعات و دانش به کار برده شده برای کار کردن، جهت ایجاد ارزش» تعریف می کند.



بنتیس و هالند، در مقاله خود در سال ۲۰۰۲ سرمایه فکری را این طور تعریف می کنند: سرمایه فکری ذخیره ای از دانش را که در نقطه خاصی از زمان در یک سازمان وجود دارد، نشان می دهد. در این تعریف ارتباط بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی مورد توجه قرار گرفته است.

به طور کلی، اگر چه تعاریف ارائه شده درباره سرمایه فکری کاملاً یکسان نیستند، با این وجود این رشته به سمتی در حال حرکت است که یک همگرایی در مفهوم آن مشاهده شود.

### ۲.۱. ابعاد سرمایه فکری

به طور کلی محققان و دست اندرکاران رشته سرمایه فکری بر سه بعد آن که مورد توجه بنتیس نیز بوده، اتفاق نظر دارند: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری

#### ۱.۲.۱. سرمایه انسانی

سرمایه انسانی نشان دهنده موجودی دانش افراد یک سازمان است (بنتیس، ۲۰۰۲: ۴۶۶-۴۳۷). روس و همکاران نیز بحث می کنند که کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و چالاکي فکری خود ایجاد می کنند. همچنین، بروکینگ معتقد است دارایی انسانی یک سازمان شامل مهارت ها، تخصص، توانایی حل مسأله و سبک های رهبری است.

#### ۱.۲.۲. سرمایه ساختاری

سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می شود که دربرگیرنده پایگاه های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل های اجرایی فرایندها، استراتژی ها، برنامه های اجرایی و به طور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی آن باشد، است (روس و روس، ۱۹۹۷). به عبارت روشن تر، روس و همکاران معتقدند سرمایه ساختاری عبارت است از ((هر آنچه که در شرکت باقی می ماند پس از آنکه کارکنان به هنگام شب به خانه می روند)). بروکینگ (۱۹۹۶) اظهار می دارد سرمایه ساختاری شامل دارایی های زیر ساختاری، مثل تکنولوژی، فرایندها و روش های کاری، و نیز شامل دارایی های فکری، مثل دانش فنی، مارک های تجاری و حق ثبت و بهره برداری، می شود. سرمایه ساختاری تابعی از سرمایه انسانی نیز است. بنابراین سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی در تعامل با یکدیگر به سازمان ها کمک می کنند که به طور هماهنگ سرمایه مشتریان را شکل و توسعه داده و به کار گیرند.

#### ۱.۳.۲. سرمایه مشتری (رابطه ای)

استوارت اظهار می دارد موضوع اصلی سرمایه مشتری، دانش موجود در کانال های بازاریابی و روابط با مشتریان است (استوارت، ۱۹۹۷). سرمایه مشتری نشان دهنده توانایی بالقوه یک سازمان به خاطر عوامل نامشهود بیرونی آن است. تعاریف جدید مفهوم آن را به سرمایه رابطه ای توسعه داده اند که شامل دانش موجود در همه روابطی است که سازمان با مشتریان، رقبا، تأمین کنندگان، انجمن های تجاری یا دولت برقرار می کند (بنتیس، ۲۰۰۲: ۴۶۲-۴۳۳). همچنین، چن و همکاران سرمایه مشتری را در قالب قابلیت بازاریابی، شدن بازار و وفاداری مشتری طبقه بندی می کنند (چن و همکاران، ۲۰۰۴: ۲۱۲-۱۹۵). فورنل در نتیجه مطالعات خود نیز دریافت که رضایت مشتریان می تواند رابطه کسب و کار را حفظ کند، انعطاف پذیری قیمت محصول را کاهش دهد و اعتبار یک شرکت را افزایش دهد (فورنل، ۱۹۹۲: ۶). این مطالعات شواهد بیشتری را درباره اهمیت سرمایه مشتری به عنوان



یک جزء کلیدی سرمایه فکری کلی یک سازمان فراهم می سازند. رشد سرمایه مشتری به حمایت از سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری بستگی دارد. به طور کلی، سرمایه مشتری، که به عنوان یک پل و واسطه در فرایند سرمایه فکری عمل می کند، عامل تعیین کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه عملکرد کسب و کار سازمان است (چن و همکاران، ۲۰۰۴: ۲۱۲-۱۹۵).

### ۱. ۳. سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در جامعه شناسی و اقتصاد و به تازگی در مدیریت و سازمان به صورت گسترده مورد استفاده قرار گرفته است و در همین راستا ولکاک معتقد است که سرمایه اجتماعی به عنوان یک زبان تئوریک مشترک می تواند به عالمان سیاسی، جامعه شناسان، انسان شناسان و اقتصاددانان امکان کار با یکدیگر را در وضعیتی مفید اعطا کند (ولکاک، ۱۹۹۸ به نقل از پرندی، ۱۳۸۸).

در رابطه با مفهوم سرمایه اجتماعی تعاریف بسیاری وجود دارد و همین کثرت تعاریف سبب نوعی آشفتگی و عدم انسجام در مفهوم سرمایه اجتماعی شده است ولی به طور خلاصه می توان گفت که سرمایه اجتماعی به معنای هنجارها و شبکه های ارتباطی است که امکان مشارکت مردم در اقدامات جمعی به منظور کسب سود متقابل را فراهم می کند لذا سرمایه اجتماعی مفهومی ترکیبی است که میزان هنجارها و شبکه ها را در یک مقطع زمانی خاص تشریح می کند (تاجبخش و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۵۶).

از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منافع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترسی از طریق، و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف می کنند. از دیدگاه آنها سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند (گوشال و ناهاپیت، ۱۹۹۸: ۲۶۶-۲۴۲). همچنین از نظر گوشال (۱۹۹۸) یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است.

براساس نظرات ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، کاهن و پروساک (۲۰۰۱) و ایرلند و هیت (۲۰۰۵)، پنج اثر مثبت برای سرمایه اجتماعی بیان شده است. نخست آن که سرمایه اجتماعی هزینه های مبادله را کاهش می دهد. دوم، سرمایه اجتماعی خلق و تسهیم دانش را تسهیل می کند. سوم این که جریان فعالیت های وابسته به هم در سازمان از طریق گسترش فهم مشترک در سازمان روان سازی می شود. چهارم، انسجام سازمانی افزایش پیدا می کند و از این راه هزینه های ترک خدمت، جابه جایی و جذب و آموزش مجدد کارکنان کاهش می یابد. پنجم، از طریق حداکثر کردن ارزش های همکاری، شرکت ها شانس خود را در کسب سود بیش تر از متوسط صنعت افزایش می دهند (مک کالم و اکتل، ۲۰۰۹: ۱۶۶-۱۵۲). در سطح فردی نیز، سرمایه اجتماعی می تواند کمک شایانی به پیشرفت افراد داشته باشد؛ به طور مثال یافتن شغل یکی از شناخته ترین فواید شبکه ها است. شواهد محکم نشان می دهد که اغلب مردم مشاغل خویش، دستمزدهای بهتر و مشاغل رضایت بخش تر را به جای کانال های رسمی از طریق تماس های فردی پیدا می کنند (پیترسون، ساپرتا و سیدل، ۲۰۰۰).

بنابراین، پر واضح است که سازمان ها باید در مورد سرمایه اجتماعی و عوامل ضروری ایجاد و ارزیابی آن آگاه شوند.



#### ۱. ۴. ابعاد سرمایه اجتماعی

از آنجایی که سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده و چند بعدی بوده و هر یک از محققین با توجه به سطح تحلیلی خود به بررسی ابعاد آن پرداخته اند، در ادبیات سرمایه اجتماعی می توان انواع مختلفی از ابعاد سرمایه اجتماعی، که هر یک از محققین ارائه نموده اند، مشاهده نمود.

ناهایپیت و گوشال با رویکرد سازمانی، جنبه های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می دهند: ساختاری، رابطه ای (مشتری) و شناختی.

#### ۱. ۱. ۴. بعد ساختاری

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس های بین افراد دارد؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (برت، ۱۹۹۲). مهمترین جنبه های این بعد عبارتند از: روابط شبکه ای بین افراد؛ پیکر بندی شبکه ای و سازمان مناسب (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۵۱).

#### ۱. ۲. ۴. بعد شناختی

بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم های معانی مشترک در میان گروه ها است (سیکورل، ۱۹۷۳). مهمترین جنبه های این بعد عبارتند از: زبان، کدهای مشترک و حکایات مشترک (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۵۳).

#### ۱. ۳. ۴. بعد رابطه ای

بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات خود برقرار می کنند. مهمترین جنبه های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد، هنجارها، تعهدات، انتظارات و هویت (ناهایپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۲۵۴).

#### ۲. پژوهش های انجام شده و نتایج مورد انتظار آن

• بهروز قلیچ لی (۱۳۸۵)، دانشگاه تربیت مدرس، در رساله دکتری خود تحت عنوان تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در مزیت رقابتی سازمان، به این نتیجه می رسد که یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است.

• اصغر مشبکی و بهروز قلیچ لی (۱۳۸۵)، در تحقیقی به بررسی نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در مزیت رقابتی دو شرکت خودروساز ایرانی پرداختند که نتایج تحقیق آنان نشان داد برای کسب مزیت رقابتی در این دو شرکت، سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه فکری دارد، اما هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بر بعد ساختاری سرمایه فکری تأثیر معناداری نداشته و همچنین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر بعد رابطه ای سرمایه فکری نیز تأثیر معناداری ندارد.

• غلامرضا زمردیان و علی رستمی (۱۳۸۹)، در تحقیق خود تحت عنوان استقرار نظام مدیریت دانش مبتنی بر سرمایه اجتماعی در واحد های دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۸، به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی با متغیرهای آمادگی استقرار مدیریت دانش نظیر فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، زیر ساخت، محتوای تغییر و پشتیبانی از تغییر، رابطه معنی داری وجود دارد و سرمایه اجتماعی موجب آمادگی استقرار مدیریت دانش در ابعاد پنج گانه مذکور در جامعه مورد مطالعه می شود.



• هوشیار خیرخواه (۱۳۹۰)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، در پایان نامه خود با نام بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در ادارات آموزش و پرورش کردستان به این نتیجه رسید که بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری و همچنین بین ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

• گارسیا و مارتینز (۲۰۰۷)، در یک مطالعه تجربی به بررسی ارتباط بین اطلاعات سرمایه فکری در تصمیمات سرمایه گذاری در شرکت های اسپانیایی پرداختند.

### ۳. چارچوب نظری مدل تحقیق

#### ۳.۱. اهداف تحقیق

این تحقیق به منظور دستیابی به اهداف زیر انجام شده است.

##### ۳.۱.۱. هدف اصلی:

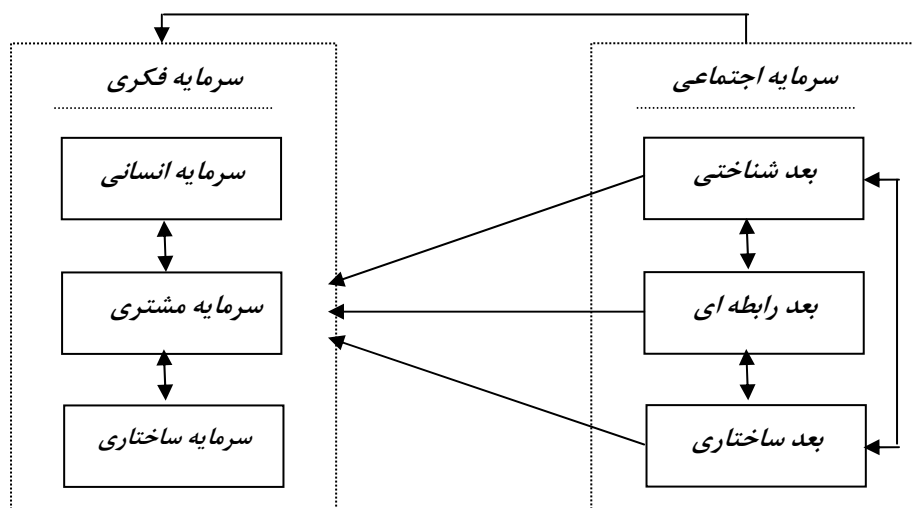
تعیین رابطه و میزان اثر گذاری سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری در گمرک زاهدان

##### ۳.۱.۲. اهداف فرعی:

- ۱- تعیین رابطه و میزان اثر گذاری بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری در گمرک زاهدان
- ۲- تعیین رابطه و میزان اثر گذاری بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری در گمرک زاهدان
- ۳- تعیین رابطه و میزان اثر گذاری بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری در گمرک زاهدان

#### ۳.۲. مدل مفهومی تحقیق

این مدل، یک الگوی مفهومی است مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی که در رابطه با مسئله مورد پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند که با بررسی سوابق پژوهشی در قلمرو مسئله به گونه ای منطقی جریان پیدا می کند. در همین راستا با توجه به آنکه در مورد سرمایه اجتماعی و ابعاد آن دیدگاه های گوناگون در سطح ملی و سازمانی ارائه گردیده، از ابعاد ارائه شده توسط "ناهایپیت و گوشال" استفاده شد از این نظر که این مدل با رویکرد سازمانی، جنبه های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می دهد. در ارتباط با سرمایه فکری نیز پس از بررسی دیدگاه های موجود، ابعاد مطرح شده توسط "بتتیس" که شاخص های لازم برای مدیریت سرمایه های فکری را مناسب تر منظور کرده، انتخاب گردید. بر این اساس الگوی مفهومی شکل ۱ به عنوان چارچوب نظری تحقیق ارائه شده است. در این مدل سرمایه اجتماعی دارای سه جزء ساختاری، شناختی و رابطه ای است و سرمایه فکری نیز شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری می شود.



((مدل بنتیس))

((مدل گوشال و ناهاپیت))

شکل ۱ مدل مفهومی (چارچوب نظری) تحقیق

### ۳.۳.۳. سؤال های تحقیق

#### ۳.۳.۳.۱. سؤال اصلی:

آیا بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در گمرک زاهدان رابطه معناداری وجود دارد؟ در صورت وجود رابطه میزان اثر پذیری سرمایه فکری از سرمایه اجتماعی چه مقدار است؟

#### ۳.۳.۳.۲. سؤال های فرعی:

- ۱- آیا بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری در گمرک زاهدان رابطه معناداری وجود دارد؟ در صورت وجود رابطه میزان اثر پذیری سرمایه فکری از بعد شناختی سرمایه اجتماعی چه مقدار است؟
- ۲- آیا بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری در گمرک زاهدان رابطه معناداری وجود دارد؟ در صورت وجود رابطه میزان اثر پذیری سرمایه فکری از بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی چه مقدار است؟
- ۳- آیا بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری در گمرک زاهدان رابطه معناداری وجود دارد؟ در صورت وجود رابطه میزان اثر پذیری سرمایه فکری از بعد ساختاری سرمایه اجتماعی چه مقدار است؟

### ۴. روش شناسی تحقیق

#### ۴.۱. نوع و روش تحقیق

نوع تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش انجام پژوهش، پیمایشی توصیفی و از نوع همبستگی می باشد. در این تحقیق به توصیف و تحلیل وضعیت موجود متغیرهای سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در گمرک زاهدان پرداخته شد.



### ۲.۴. متغیرها و شاخص‌های تحقیق

متغیر مستقل در تحقیق حاضر، سرمایه اجتماعی است که طبق الگوی گوشال و ناهاپیت دارای سه بعد تشکیل دهنده به ترتیب: ساختاری، شناختی و رابطه ای می باشد. متغیر وابسته این تحقیق نیز سرمایه فکری است که دارای سه بعد به شرح: انسانی، ساختاری و مشتری (رابطه ای) می باشد.

شاخص های سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری نیز مبتنی بر جدول ۱ است:

جدول ۱ شاخصهای سرمایه اجتماعی

سرمایه فکری		سرمایه اجتماعی	
شاخص ها	ابعاد	شاخص ها	ابعاد
شایستگی، انجام درست وظیفه، جانشینی پروری، کارمندیابی، ترک خدمت، همکاری گروهی، روابط بین گروهی، ایده های جدید، یادگیری، ارتقای مهارت ها، آزادی بیان، کارکنان خلاق، بازدهی از کارکنان، رضایت کارکنان.	انسانی	زبان و کدهای مشترک، حکایات مشترک.	شناختی
رضایت مشتریان، سرمایه گذاری بر خواسته های مشتری، کاهش زمان حل مسأله، سهم بازار، تداوم رابطه با مشتری، بازخورد از مشتری، دسترسی آسان به اطلاعات، پاسخ صادقانه به سؤالات، شرایط منصفانه قراردادها، پذیرش سریع محموله کالای تأمین کننده.	مشتری (رابطه ای)	اعتماد، هنجارها، تعهدات و انتظارات، هویت.	رابطه ای
کمترین هزینه، نوآوری، بهبود هزینه به ازای هر دلار درآمد، افزایش درآمد به ازای هر فرد، طرح بیشتر ایده ها در صنعت، درآمد هر فرد، بهترین در صنعت، کاهش زمان کار، دسترسی آسان به اطلاعات از طریق سیستم ها، زمان انجام کار، بهترین در صنعت حمایت رویه ها از نوآوری، عدم وجود فاجعه دیوانسالاری، ساختار سازمانی تسهیل کننده نزدیکی افراد، فرهنگ سازمانی حمایت کننده، تسهیم دانش.	ساختاری	روابط شبکه ای، پیکربندی شبکه ای، سازمان مناسب.	ساختاری

### ۳.۴. روش ها و ابزار جمع آوری اطلاعات

مهمترین روش های گردآوری اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق بدین شرح است:

#### ۱.۳.۴. مطالعات کتابخانه ای

در این قسمت برای گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع تحقیق، از منابع کتابخانه ای، مقالات، کتاب های مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات (اینترنت) استفاده شده است.

#### ۲.۳.۴. تحقیقات میدانی

در این قسمت به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از ۲ نوع پرسشنامه ی استاندارد استفاده گردیده است: الف) پرسشنامه مربوط به سرمایه اجتماعی: این پرسشنامه که براساس مدل گوشال و ناهاپیت طراحی گردیده سه بعد ساختاری (۵ گویه)، رابطه ای (۷ گویه) و شناختی (۵ گویه) را می سنجد.

ب) پرسشنامه مربوط به مدیریت سرمایه فکری: این پرسشنامه مبتنی بر مدل بنتیس بوده و سه بعد انسانی (۷ گویه)، رابطه ای یا مشتری (۷ گویه) و ساختاری (۶ گویه) را مورد بررسی قرار می دهد.





#### ۴.۴. روایی و اعتبار ابزارهای جمع آوری اطلاعات

ابزارهای مورد استفاده در تحقیق حاضر، پرسشنامه های معتبر بوده که روایی آنها در مطالعات مختلف مورد تأیید قرار گرفته است، در عین حال به منظور حصول اطمینان بیشتر از اعتبار محتوایی آنها، به تأیید مجدد افراد متخصص و خبرگان دانشگاهی و سازمانی رسید و این اطمینان حاصل گردید که خصیصه های مورد نظر در تحقیق را می سنجد. همچنین در این تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ برای بررسی اعتبار داده ها استفاده شد. همان طور که نون نالی اظهار کرده است اگر آلفا بزرگتر از ۰/۷ باشد نتیجه معتبر خواهد بود. بر این اساس، مقدار کل آلفای کرونباخ ۰/۸۲۳ و به تفکیک برای پرسشنامه های سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری به ترتیب جدول ۲ بدست آمد:

تعداد سؤال	آلفای کرونباخ سرمایه اجتماعی	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ سرمایه فکری
۱۷	۰/۷۸۵	۲۰	۰/۷۸۹

این اعداد نشان دهنده ی آن است که پرسشنامه های مورد استفاده از قابلیت اعتماد و یا به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار می باشند.

#### ۵.۴. مشخصات جامعه و نمونه آماری

جامعه پاسخگویان این تحقیق شامل کلیه مدیران و کارکنان گمرک در زاهدان است که تعداد آنها در زمان انجام تحقیق (تابستان ۱۳۹۲) ۱۰۶ نفر بودند. نمونه ی پژوهش نیز به روش سرشماری برگزیده شد و مشتمل بر همه ی مدیران و کارکنان مذکور می باشد.

همچنین معیار ورود در این تحقیق دارا بودن عضویت رسمی، پیمانی و قراردادی؛ برخورداری از حداقل مدرک دیپلم؛ داشتن سابقه کار بین ۱ تا ۳۰ سال و جنسیت مرد و زن بوده است.

معیار خروج هم شامل دارا بودن سابقه کمتر از یک سال، داشتن بیماری روانی در حین تحقیق و عدم پاسخ کامل به سؤال های پرسشنامه بوده است.

در مجموع از ۱۰۶ پرسشنامه توزیع شده ۹۷ پرسشنامه جمع آوری گردید.

#### ۶.۴. روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحقیق، از نرم افزار SPSS و از روش های آماری زیر استفاده شد:

- ۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنف به منظور اطمینان از نرمال بودن توزیع داده ها
- ۲- تحلیل همبستگی پیرسون برای سنجش و تعیین نوع رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری
- ۳- تحلیل رگرسیون به منظور بررسی میزان تأثیر سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری
- ۴- تحلیل واریانس فریدمن جهت اولویت بندی ابعاد متغیرهای سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری



## ۵. تحلیل یافته های تحقیق

### ۱.۱.۵. تحلیل توصیفی یافته ها

نتایج توصیفی متغیرهای سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در گمرک زاهدان به ترتیب جدول ۳ بدست آمد.

جدول ۳ نتایج توصیفی متغیرهای تحقیق

متغیر	میانگین	میانه	انحراف معیار	واریانس
سرمایه اجتماعی	۵۱/۴۲	۵۲	۹/۷۱	۹۴/۴۳
سرمایه فکری	۶۲/۰۴	۶۱	۱۲/۳۶	۱۵۲/۸۳

یافته های جدول نشان می دهد که در گمرک زاهدان میانگین نمره سرمایه اجتماعی ۵۱/۴۲ می باشد که با توجه به انحراف معیار در اطراف میانگین مطلوب ۵۲ قرار دارد. همچنین میانگین نمره سرمایه فکری نیز ۶۲/۰۴ است که آن هم با توجه به انحراف معیار در اطراف میانگین مطلوب می باشد.

### ۲.۵. تحلیل استنباطی یافته ها

#### ۱.۲.۵. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرها به شرح جدول (۴) حاصل شد.

جدول ۴ نتایج آزمون نرمال بودن

ردیف	متغیر	سطح معناداری
۱	سرمایه فکری	۰/۱۶۵
۲	سرمایه اجتماعی	۰/۸۱۶
۳	بعد شناختی سرمایه اجتماعی	۰/۱۸۳
۴	بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی	۰/۱۱۹
۵	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی	۰/۰۶۳

با توجه به نتایج جدول (۴) چون مقدار سطح معناداری برای تمام متغیرها بزرگتر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، در نتیجه متغیرها دارای توزیع نرمال هستند و آزمون های پارامتریک "ضریب همبستگی پیرسون" و "فریدمن" قابل استفاده می باشند.

#### ۲.۲.۵. آزمون همبستگی اسپیرمن و رگرسیون خطی دو متغیره

یافته های حاصله از اجرای آزمون همبستگی اسپیرمن و همچنین رگرسیون خطی دو متغیره بین سرمایه اجتماعی و ابعاد تشکیل دهنده آن با سرمایه فکری به شرح جدول ۵ می باشد.



جدول ۵ نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن

رگرسیون خطی دو متغیره		همبستگی پیرسون		متغیر وابسته	متغیر مستقل	
آماره F		ضریب تعیین	ضریب تعیین			معناداری
معناداری	مقدار	تعدیل شده	تعیین			
۰/۰۰۰	۵۴/۱۵۵	۰/۳۵۶	۰/۳۶۳	۰/۰۰۰	۰/۶۰۳	سرمایه اجتماعی فکری
۰/۰۰۰	۷۰/۸۷۴	۰/۴۲۱	۰/۴۲۷	۰/۰۰۰	۰/۶۵۴	بعد شناختی سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰	۲۶/۹۲۱	۰/۲۱۳	۰/۲۲۱	۰/۰۰۰	۰/۴۷۰	بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی
۰/۱	۲/۷۶۰	۰/۰۱۸	۰/۰۲۸	۰/۱	۰/۱۶۸	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی

همانطور که نتایج آماری جدول ۵ نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۹ درصد:

- بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و سرمایه اجتماعی ۳۵/۶ درصد از تغییرات سرمایه فکری را پیش بینی می کند.
- بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و ۴۲/۱ درصد از تغییرات سرمایه فکری قابل استناد به بعد شناختی سرمایه اجتماعی است.
- بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و ۲۱/۳ درصد از تغییرات سرمایه فکری قابل استناد به بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی است.
- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه ای وجود ندارد.

### ۳.۲.۵. آزمون واریانس فریدمن

نتایج تحلیل واریانس فریدمن برای رتبه بندی مؤلفه های سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در سطح اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری را بین رتبه آنها به شرح جدول زیر نشان داد.

جدول ۸ نتایج رتبه بندی مؤلفه های سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری

اولویت	میانگین رتبه ها	مؤلفه ها	متغیر
۲	۶/۰۹۹	بعد ارتباطی	سرمایه اجتماعی
۱	۶/۲۷۹	بعد شناختی	
۳	۵/۱۷۱	بعد ساختاری	
۳	۴/۲۳۱	سرمایه انسانی	سرمایه فکری
۲	۴/۵۵۹	سرمایه ساختاری	
۱	۵/۹۳۹	سرمایه مشتری	

نتیجه میانگین رتبه ها در ارتباط با سرمایه اجتماعی بیانگر آن است که بعد شناختی با ضریب ۶/۲۷۹ در اولویت اول قرار دارد، در نتیجه بیشترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی دارد. بعد سرمایه ارتباطی با ضریب ۶/۲۷۹ در اولویت دوم قرار دارد و به همین ترتیب بعد ساختاری با ضریب ۵/۱۷۱ در اولویت آخر (سوم) قرار دارد، در نتیجه کمترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی دارد.



همچنین در مورد سرمایه فکری نشان می دهد که بعد سرمایه مشتری با ضریب ۵/۹۳۹ در اولویت اول قرار داشته و بیشترین تأثیر را بر سرمایه فکری دارد. بعد سرمایه ساختاری با ضریب ۴/۵۵۹ در اولویت دوم قرار دارد و به همین ترتیب بعد سرمایه مشتری با ضریب ۴/۲۳۱ در اولویت آخر (سوم) قرار داشته و کمترین تأثیر را بر سرمایه فکری دارد.

### نتیجه گیری

با توجه به آنکه میانگین کل سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در گمرک زاهدان در حد متوسط می باشد، لازم است اقدامات بیشتری در راستای تقویت آنها که باعث ایجاد مزیت سازمانی پایدار و توسعه و عملکرد بالای سازمانی می گردد، صورت پذیرد. با این وجود با تفکیک نتایج تحقیق به صورت واضح تری می توان به تحلیل یافته های آن پرداخت.

در این راستا براساس نتایج بدست آمده؛ عناصر سرمایه اجتماعی به ترتیب اولویت عبارتند از: بعد شناختی، بعد رابطه ای و سپس بعد ساختاری. نتایج تحقیق نشان می دهد که گمرک زاهدان در رابطه با عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی که نشانگر ساختارمند بودن روابط کاری است باید اقدامات بهبود را انجام دهد تا مهارت های اجتماعی و دانش از طریق گسترش شبکه روابط، بین کارکنان رد و بدل شده و زمینه برای توسعه فکری و خلاقیت کارکنان مستعد فراهم گردد. از طرفی این گمرک در زمینه عنصر ارتباطی سرمایه اجتماعی که نشانگر اعتماد، تعهدات و هویت مشترک بین افراد سازمانی است و نیز بعد شناختی سرمایه اجتماعی که شامل تلاش به منظور ایجاد ارزش ها و چشم انداز سازمانی مشترک است، اگر چه وضعیت بهتری دارد، لیکن باید اقدامات اصلاحی داشته باشد. از این رو پیشنهاد می شود که گمرک زاهدان در زمینه های زیر اقدامات بهبود را به منظور افزایش سرمایه اجتماعی خود برنامه ریزی کند:

۱- طرح ریزی و استقرار نظام ارتباطات داخلی در حوزه های ارتباطات میان فردی، ارتباطات بین واحدهای سازمانی و ارتباطات بین مدیران و کارکنان به منظور سرمایه گذاری در عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی.

۲- تلاش به منظور اعتمادسازی، تیم سازی، ایجاد تعهد سازمانی و احساس هویت سازمانی به منظور سرمایه گذاری در عنصر رابطه ای سرمایه اجتماعی.

۳- طرح ریزی و اجرای مکانیزم هایی به منظور نهادینه سازی ارزش ها و چشم انداز مشترک سازمانی به منظور سرمایه گذاری در عنصر شناختی سرمایه اجتماعی.

همچنین عناصر سرمایه فکری در گمرک زاهدان به ترتیب اولویت عبارتند از: سرمایه مشتری (رابطه ای)، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی.

این نتایج نیز بیانگر آن است که گمرک زاهدان باید به ترتیب در زمینه های سرمایه انسانی، ساختاری و مشتری اقدامات بهبود را انجام دهد. بطور کلی می توان ادعا کرد در زمینه سرمایه گذاری در سرمایه مشتری نسبت به دو بعد دیگر یعنی سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی تلاش بیشتری در گمرک زاهدان صورت پذیرفته است. به علاوه نتایج تحقیق نشان می دهد بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری ندارد. با این وجود گمرک زاهدان به منظور توسعه سرمایه فکری خود می تواند به ترتیب در حوزه های زیر اقداماتی را داشته باشد:

الف) توسعه سرمایه انسانی

۱- طراحی چارچوب شایستگی های کارکنان و مدیران شامل دانش، مهارت ها، توانایی های آنها و برنامه ریزی توسعه آنها مبتنی بر شایستگی ها.



- ۲- طراحی و استقرار نظام جانشین پروری برای کارکنان کلیدی.
  - ۳- طراحی سیستم حمایت و تشویق از فکرهاى برتر کارکنان به منظور به کارگیری به موقع آنها در فرایندهای عملیاتی.
  - ۴- طراحی و استقرار فرایند مدیریت عملکرد سرمایه انسانی در سطح گمرک.
  - ۵- مدیریت دانش انسانی در گمرک.
- (ب) توسعه سرمایه ساختاری
- ۱- افزایش کارایی در زمینه های منابع انسانی، مواد اولیه، تجهیزات موردنیاز و طراحی نظام تشویق مبتنی بر آن.
  - ۲- حذف قوانین و مقررات دست و پا گیر، روش های کاری زاید و سلسله مراتب پیچیده و طولانی به منظور کاهش سطح دیوان سالاری زاید.
  - ۳- تلاش به منظور ایجاد یک فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری، یادگیری و توسعه منابع انسانی.
  - ۴- ارزیابی بهره وری منابع انسانی و برنامه ریزی بهبود آن در سطح گمرک.
  - ۵- مدیریت دانش ساختاری گمرک.
- (ج) توسعه سرمایه مشتری (رابطه ای)
- ۱- طرح ریزی و برنامه ریزی بهبود ارتباطات بیرونی با مشتریان (تجار و ارباب رجوع) و سرمایه گذاران.
  - ۲- اندازه گیری وفاداری مشتریان.
  - ۳- اطلاع رسانی به کارکنان در زمینه های حوزه های کاری و نوع مشتریان.
  - ۴- انتشار بازخورد مشتریان در سراسر گمرک.
  - ۵) مدیریت دانش رابطه ای گمرک.



## منابع

- الوانی، سید مهدی و میرعلی، سید تقوی، (۱۳۸۱)، سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه ها، فصل نامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴، ص ۲۶-۳.
- بیکر واین، (۱۳۸۲)، مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه مهدی الوانی و محمدرضا ربیعی ملاحسین، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- خورنگاه، کبری، (۱۳۹۰)، بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی در اداره کل تعاون و واحدهای تابعه)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- زاهدی، سیدمحمد و لطفی زاده، فرشته، (۱۳۸۹)، ابعاد و مدل های اندازه گیری سرمایه فکری، فصل نامه مطالعات مدیریت، شماره ۵۵، ص ۶۴-۳۹.
- خیرخواه، هوشیار، (۱۳۹۰)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان (مطالعه موردی ادارات آموزش و پرورش استان کردستان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
- مشبکی، اصغر و قلیچ لی، بهروز، (۱۳۸۵)، مزیت رقابتی: تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی دو شرکت خودروساز ایرانی)، فصل نامه دانش مدیریت، شماره ۷۵، ص ۱۴۷-۱۲۵.
- زمردیان، غلامرضا و رستمی، علی، (۱۳۸۹)، استقرار نظام مدیریت دانش مبتنی بر سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۸)، مجله حسابداری مدیریت؛ سال سوم، شماره ۵.
- سیف الهی، ناصر و داوری، مجیدرضا، (۱۳۸۱)، مدیریت دانش در سازمان، جلد اول، انتشارات مؤسسه انتشاراتی آزاد کتاب.
- دانایی فرد، حسن؛ خائف الهی، احمد و حسینی، سیدمجتبی، (۱۳۹۰)، تأملی بر ارتقای تسهیم دانش در پرتو رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: وزارتخانه مسکن و شهرسازی و وزارتخانه راه و ترابری)، پژوهش های مدیریت عمومی، سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۸۴-۶۳.
- ابطحی، سیدحسن و صلواتی، عادل، (۱۳۸۵)، مدیریت دانش در سازمان، انتشارات پیوند نو، چاپ اول.
- Boisot, M. (1995). *Information Space: A Framework for Learning in Organizations, Institutions and Culture*. London, Routledge.
- Boisot, M. (1995). "information space: a framework for learning n organizations, institutions and culture ". London: Routledge.
- Bontis, N., (1999). "Managing organizational Knowledge by disagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field", *International journal of techniligy management*, Vol.18 No.5/6.
- Bontis, N., (2001). "Managing organizational Knowledge by disagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field ", *Idea Group publishing* ,.pp271-301.
- Bontis, N., Crossan, M. and Hulland , j (2002). "managing an organizational learning system by aligning stocks and flows". *journal of management studies*, Vol39.No4.



- Bourdieu, Pierre,(1997)[(1983)]"the forms of capital" in A.H.Halsey, Philip, Brown, lauder weus, Amy stuart(eds) Education, culture, economy society, London, oxford university press.
- Burt, R. S(1997). "The contingent value of social capital", *Administrative Quarterly* 42
- Chang,ST, (2007) "valuing intellectual capital and firms performance: modifying value added intellectual coefficient (VAIC) in Taiwan IT industry " unpublished doctoral dissertation, gate university, August 2007.
- Cohen , s (2007) "intellectual capital and corporate performance in know ledge – intensive SMES" *The learning organizational* PP. 241- 262.
- coleman, J.S. (1990). *Foundation of social theory*. "Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Glaeser, E.(2001),the formation of social capital,*Canadian journal of policy research*,2(1):34-40
- Hansen,M.T.(1999)."The search-transfer problem: the role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits", *Administrative science Quarterly*,pp 44:82-11.
- Krause,D.R,R.B. Handffield &B.T.Bevlerly(2006)*The relationships between supplier development,commitment,social capitalaccumulation and performance improvement,journal of operations management* ,25(2). 167
- Leana, C. R. & Van Burren, H. J. (1999), "Organizational Social Capital and Employment Proactives", *Academy of management reviews*.
- Lin, N. (2001). *Building a Network Theory of Social Capital*. In *Social Capital : Theory and Research*. N. Lin, R. S. Burt and K. S. Cook (eds). New York, Aldine de Gruyter: 29-3 .
- Lin,Nan,(1999)"building a network theory of social capital".in Nam lin, katern cook and Ronals S.Burt, *social capital:theory and research*,New York:Aldine de Gruyter.
- Lin,nan,(2001) *social capital: A theory of social structure and action*,Cambridge university press.
- Nahapiet,J., ; Ghoshal , S.(1998)"Social capital , intellectual capital and the organizational advantage" , *Academy of Management Review* , vol23 No(2),. Pp242-266.
- Nonaka, I(1991). *The knowledge creating company*, *Harvard Business review*, VOL 34 no 6,pp 96-104.
- Park ,Hihong (2006)."The role of trust on knowledge creation in a virtual organization: A social capital perspective , *Journal of Knowledge management practice*",Vol 7,Noi4.
- Portes A. (1998) "social capital:its origins and Application in modern sociology" , *Annual Review of sociology*,24,PP.1-24.
- Portes, A. (1998). "Social Capital: Its origins and applications in modern sociology." *Annual Review of Sociology* 24
- Putnam,R.(2000). "Boling Alone: the collapse and Revival of American community". New York: Simon & Schuster,
- Roos,j; Roos,G, (1997). "Dragonetti, N.C. and edvinson, L."intellectual capital: Navigating in the new business landscape",
- machmilan, houndmills, basingtoke.
- Sano.Y.(2008),the role of social capital in a common property resource system in coastal areas:A case study of community –based coastal resource management in Fiji,SPC Traditional Marine resource management and knowledge information bulletin,24-Desember2008.

- Spender, J.C (1996). "making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm", *strategic management journal*, Vol29.
- Stewart, T., (1997). "intellectual capital: the new wealth of nations", *Doubleday dell publishing group, new York, NY*. 168
- Stone, Wendy and today Hughes (2002) "measuring social capital: Toward a standard approach". *Australian institute of family studies Wollongong*.
- Sturbeck, W.H. (1995). "learning by knowledge intensive firms", *journal of management studies*, Vol29.
- Vasile, Bogdan (2008) *Factors of the Earning Function And Their Influence on the Intellectual capital of an organization*, *journal of applied quantitative methods*, VOL3, No.4, 2008.
- Zander, U.; Kogut, B. (1995). "knowledge and the speed of transfer and imitation of organizational capitalities: An empirical test", *organization science*, Vol.
- Zhang, L. (2007), *social capital accumulation, business governance, and enterprise performance: a structural-equation-model approach*, thesis (M.Phil), *Hong kong university of science and technology*, Appears in collections