

سنجش سرمایه های فکری به منظور توسعه منابع انسانی

در شرکت های خودرو سازی

محمود حقانی^۱، حسن شیبانی^{۲*}، سعید کرباسیان^۳

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۷/۲۷ صص ۱۶۴-۱۵۱ تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۱/۱۷

چکیده

برنامه ریزی به منظور مدیریت سرمایه های فکری جهت تولید ارزش افزوده رویکردی است که مورد توجه مدیران و فعالان بخش دولتی و خصوصی قرار گرفته، علی رغم اهمیت روز افزون این بخش از سرمایه های سازمانی، معدود سازمان هایی برای اندازه گیری و مدیریت سرمایه های فکری تلاش کرده اند. پژوهش حاضر با هدف تدوین اهداف توسعه منابع انسانی بر اساس سنجش سرمایه های فکری در شرکت های خودرو سازی و ارائه راهکار جهت ارتقاء آنها انجام شده است. بدین منظور برای ارزیابی ابعاد و مولفه های سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری یا رابطه ای)، تحقیقی به روش توصیفی - پیمایشی اجرا شده است. از میان جامعه آماری که تعداد آن ۲۲۰۰ نفر بود ۲۱۹ نفر به عنوان نمونه به روش نمونه گیری طبقه ای از رده های سازمانی مختلف انتخاب و جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری بنیتس استفاده شده است. داده ها با استفاده از روشهای آمار توصیفی و استنباطی چون فراوانی، آزمون t تک نمونه ای و آزمون ANOVA با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین وضعیت موجود (میانگین نمونه) و وضعیت مطلوب (میانگین نظری) تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین می توان گفت در ابعاد و مولفه های سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری وضعیت موجود بالاتر از وضعیت استاندارد است ولی در بعد سرمایه مشتری یا رابطه ای وضعیت موجود پایین تر از وضعیت استاندارد است.

کلید واژه ها: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری یا رابطه ای، توسعه منابع انسانی

^۱ عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی، ایران

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، ایران و مسئول آموزش شرکت خودروسازی زامیاد (گروه خودروسازی سایپا)

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت تولید و عملیات دانشگاه تهران، ایران و کارشناس برنامه ریزی استراتژیک شرکت خودروسازی زامیاد (گروه خودروسازی سایپا)

مقدمه

نقش صنعت در اقتصاد جهانی و روند توسعه کشورها زیربنایی می باشد از جمله این صنایع، صنایع خودروسازی می باشد که از اهمیت بین المللی برخوردار است. خودروسازی از جمله مهمترین عوامل زیربنایی در اقتصاد هر کشوری می باشد که نتایج یافته ها، تحقیقات و تولیدات این صنعت اثرات گسترده ای بر سایر صنایع دارد، اما تحقیقات صورت گرفته بیانگر آن است که یکی از مهم ترین عوامل چالش برانگیز برای این صنعت، عدم بکارگیری شیوه های نوین مدیریت، ضعف در فرهنگ کار گروهی و عدم استفاده از ظرفیتهای سرمایه های فکری سازمان در رفع مشکلات و ایجاد بستر مناسب خلاقیت و بالندگی و خود کنترلی منابع انسانی می باشد. با توجه به نقش محوری و کلیدی سرمایه های فکری در بهره وری سازمانها و کل جامعه، مدیران و رهبران سازمانها با یاری متخصصان رفتاری و منابع انسانی توجه خاصی را به سرمایه های فکری مبذول می دارند. بنابراین در این پژوهش سعی شده تا وضعیت موجود مولفه های سرمایه های فکری مورد بررسی قرار گیرد.

ریشه های مفهوم سرمایه فکری بسیار عمیق هستند. در سال ۱۹۶۹ اقتصاددانی به نام جان کنت گالبریت از عبارت «سرمایه فکری» استفاده کرد. این در حالی بود که پیش از آن پیتر دراگر مفهوم «کارگران آگاه» را مطرح کرده بود (Alvani, 2001). با توجه به گذر جوامع از عصر صنعت به عصر اطلاعات، اهمیت سرمایه های فکری نیز در دنیای تجارت و اقتصاد بیشتر شده است. در طول عصر صنعت، بهای تمام شده دارایی ها، کارخانه ها، تجهیزات و مواد خام عواملی بودند که برای موفقیت یک تجارت لازم بود، اما در عصر اطلاعات، استفاده موثر از سرمایه های فکری است که در موفقیت یا شکست یک سازمان موثر است (Sayyadi, 2010). اقتصاد نوین که از پدیده اطلاعات و دانش نشات گرفته است نقش بسزایی در افزایش چشمگیر اهمیت سرمایه فکری در امر تحقیقات و تجارت داشته است. به رغم اهمیت روزافزون دارایی های نامشهود و سرمایه فکری هنوز اکثر سیستم های حسابداری، سنتی عمل کرده و قادر به محاسبه و ملحوظ نمودن کامل سرمایه فکری نمی باشند (Abasi, 2010).

تحقیقات صورت گرفته حکایت از آن دارند که دو سوم تمامی شرکت های آمریکایی به دنبال یافتن روش هایی جدید برای گردآوری و ارائه اطلاعات غیر مالی از جمله سرمایه های فکری هستند. حداقل یک سوم تصمیمات شرکت های آمریکایی در قبال سرمایه گذاری، مربوط به دارایی های نامحسوس هستند. آمار حکایت از آن دارد که اتکای بیشتر به معیارهای غیر مالی منجر به پیش بینی های دقیق تری در مورد سود و درآمد آتی خواهد شد (Putnam, 2002). اهمیت

معیارهای غیر مالی کاملاً واضح و مبرهن است. ادوارد دمینگ که خالق مفهوم چرخه های کیفی است از مدیران ایالات متحده به این دلیل انتقاد کرده که ۹۷ درصد زمان خود را صرف تجزیه و تحلیل آمار و ارقام و کمتر از ۳ درصد وقتشان را صرف دارایی های نامحسوس می کنند که اتفاقاً اهمیت بیشتری دارند. به عبارت دیگر، آنها ۹۷ درصد وقت خود را صرف بررسی کاری می کنند که این ۳ درصد صورت می دهند. در محیط دانش محور کنونی، سرمایه فکری نه تنها مهمترین بخش سرمایه سازمان محسوب می گردد بلکه همچنین فراهم کننده مزیت رقابتی پایدار برای سازمان می باشد. بنابراین مدیران نه تنها باید دانش خود را در حوزه سرمایه فکری افزایش داده بلکه بایستی از طریق تقویت مولفه های آن (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای) به توسعه و گسترش این حوزه در سازمان بپردازند (Nazem & Motalebi, 2011). اثربخشی و بهره وری بیش از پیش سازمان، مرهون توجه به دانش و سرمایه فکری بوده و با شناخت ماهیت و روش های اندازه گیری و ارزشگذاری این مهم می توان امکان طرح ریزی، بهینه سازی و نظارت بر آن را در سازمان فراهم نمود.

سرمایه های فکری کلیه دارایی ها و فرایندهایی هستند که در ترازنامه منعکس نمی شود اما بر عملکرد و ارزش سازمان تاثیر گذار می باشد (Chen et al, 2004). تعدادی از طبقه بندی ها به طور مشخص با تقسیم سرمایه فکری به حوزه های سرمایه بیرونی (مشتریان)، سرمایه درونی (ساختاری) و سرمایه انسانی پرداخته اند به عنوان مثال بنیتس (Bontis, 2001)، عوامل سرمایه فکری^۱ را شامل موارد زیر می داند:

سرمایه انسانی^۲: ذخیره دانش اعضاء سازمان است که شامل شایستگی ها، قابلیتها و صلاحیتها، نگرش و باورهای کارکنان است.

سرمایه ساختاری^۳: شامل مخازن غیر انسانی در یک سازمان است که شامل پایگاه داده ها، چارتهای سازمانی و فرایندها است که به سازمان ارزشی فراتر از مواد می دهد. بطور کلی مولفه های فرهنگ و سرمایه فنی در این بعد قرار دارد.

-
2. Intellectual Capital
 3. Human Capital
 4. Structural Capital
 5. Customer Capital

سرمایه رابطه ای^۱: عبارت است از دانش برگرفته از روابط با ذینفعان از طریق کانالهای ارتباطی سازمان که شامل روابط شرکا و تصویر سازمان می شود.

هدف کلی پژوهش:

شناسایی سرمایه های فکری در شرکتهای خودروسازی

اهداف ویژه:

تعیین میزان سرمایه انسانی در شرکتهای خودروسازی

تعیین میزان سرمایه ساختاری در شرکتهای خودروسازی

تعیین میزان سرمایه مشتری یا رابطه ای در شرکتهای خودروسازی

اهداف کاربردی:

توانمندسازی منابع انسانی از طریق بهبود فرایندها

توسعه فرهنگ سازمانی و اصلاح ساختار سازمانی

بهبود روابط شرکا و مشتریان

فرضیات تحقیق:

در راستای دستیابی به اهداف پژوهش، با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیه هایی به شرح زیر طراحی و تدوین شده است.

میزان سرمایه انسانی در سطح بالا است.

میزان سرمایه ساختاری در سطح پایین است.

میزان سرمایه مشتری یا رابطه ای در سطح پایین است.

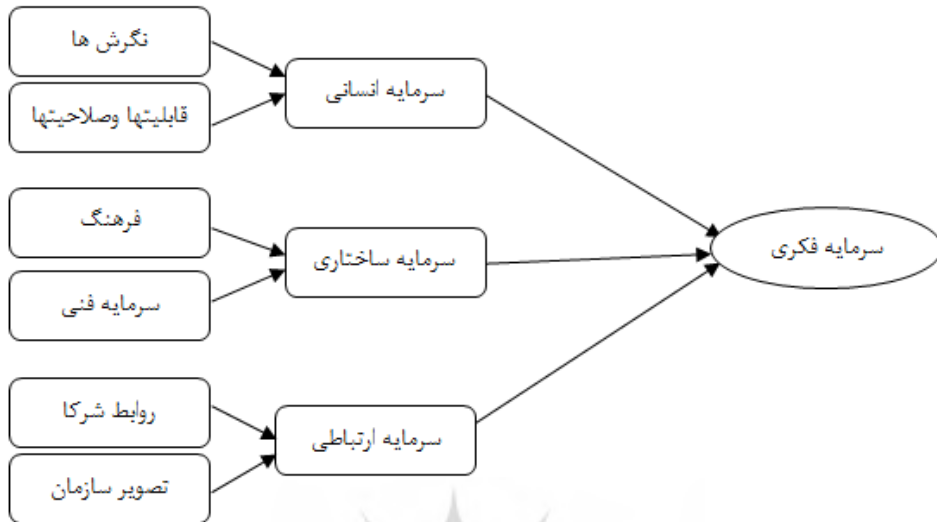
مدل مفهومی تحقیق:

جهت طراحی مدل مفهومی، از الگوی کابا و سیرا اقتباس شده است. کابا و سیرا (۲۰۰۱) یک الگوی سرمایه فکری بنا بر الگوی مدیریت کیفیت اروپا (EFQM) ۱ پیشنهاد کردند. این پیشنهاد، اجزاء مختلف این الگو را در سه بخش، با سرمایه فکری ترکیب می کند (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری یا ارتباطی). مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است.

جهت بررسی وضعیت پذیرش فناوری از پرسشنامه استاندارد دیویس و دیگران (Davis et al., 1989) که روایی و پایایی آن در پژوهش های گوناگون مورد تایید قرار گرفته است، استفاده شد. این پرسشنامه ۲۵ گویه ای (طیف ۵ گزینه ای لیکرت) شامل ۲۵ پرسش بسته پاسخ است که شامل متغیرهای برداشت ذهنی از مفید بودن (۵ گویه)، برداشت ذهنی از آسانی استفاده (۵ گویه)، نگرش نسبت به استفاده (۶ گویه)، تصمیم به استفاده (۴ گویه) و استفاده واقعی از فناوری (۵ گویه) است. یعقوبی و شاکری (Yaghobi & Shakeri, 2008) با آلفای ۰/۹ از آن استفاده کرده اند جهت تعیین روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی و قضاوت خبرگان استفاده شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ برآورد و مورد تایید قرار گرفت (جدول ۲). جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده و آزمون فرضیه های پژوهش، در زمینه آمار توصیفی از نرم افزار SPSS21 و جهت مدل یابی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر تاییدی از نرم افزار لیزرل ۸/۵ استفاده شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ European Foundation for Quality Management



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (اقتباس از الگوی کابا و سیرا)

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر، توصیفی از نوع پیمایشی بوده، از لحاظ نوع، کاربردی و از لحاظ زمانی نیز مقطعی می باشد جامعه آماری در این تحقیق کلیه پرسنل شرکت خودروسازی (۲۲۰۰ نفر) را شامل می شود. (جدول ۱) برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که بر اساس آن حجم نمونه ۲۱۹ نفر بدست آمد. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری بنیتس استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۵۲ سوال بسته پاسخ می باشد و با مقیاس پنج درجه ای لیکرت تدوین شده است که به دلیل مشابهت های بعضی سوالات به تعداد ۳۱ سوال کاهش یافت. این سازه، سه متغیر سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای (مشتری) را مورد اندازه گیری قرار می دهد. داده ها با استفاده از روشهای آمار توصیفی و استنباطی چون فراوانی، آزمون t تک نمونه ای و آزمون ANOVA با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۱: تعداد نفرات جامعه آماری و حجم نمونه

سطوح سازمانی	معاون، مشاور، مدیر و رئیس	سرپرست، مسئول، کارشناس و کاردان	کارگر	جمع
تعداد نفرات جامعه آماری	۱۲۳	۶۰۴	۱۴۷۳	۲۲۰۰
تعداد نفرات حجم نمونه	۱۳	۶۲	۱۴۴	۲۱۹

در این تحقیق پایایی تک تک سوالات متغیرها و همچنین پایایی کل سوالات به کمک نرم افزار SPSS نسخه ۲۲ و با روش آلفای کرونباخ سنجیده شده است. (جدول ۲)

جدول ۲: میزان آلفای کرونباخ مؤلفه های سرمایه های فکری

مؤلفه	تعداد سؤالات	میزان آلفای کرونباخ
سرمایه های انسانی	۱۱	۰/۷۵۱
سرمایه های ساختاری	۱۱	۰/۷۰۶
سرمایه های مشتری یا رابطه ای	۹	۰/۸۶۴
کل مؤلفه ها (کل گویه ها)	۳۱	۰/۸۸۰

یافته های پژوهش

به منظور انتخاب آزمون های آماری مناسب جهت تجزیه و تحلیل داده های گرد آوری شده لازم است تا نوع توزیع سازه ها به لحاظ نرمال بودن پراکندگی ارزیابی شود که در این پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. (جدول ۴)

جدول ۴: آزمون کولموگروف- اسمیرنف برای نمرات مولفه های سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری

مولفه های سرمایه فکری	سرمایه انسانی	سرمایه ساختاری	سرمایه مشتری یا رابطه ای
تعداد	۲۲۰	۲۲۰	۲۲۰
Z کولموگروف- اسمیرنف	۱.۳۶۶	۱.۰۸۵	۱.۲۹۸
سطح معناداری دو دامنه	.۰۵۸	.۱۹۰	.۰۶۹

بر اساس گزارش فوق (جدول ۴)، با توجه به این که سطح معناداری آماره Z کولموگروف- اسمیرنف بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد، از این رو می توان نتیجه گرفت که فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع نمرات مولفه های سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری تائید و فرض مخالف رد می گردد. به این ترتیب محقق می تواند ادعا کند نمرات از توزیع نرمال تبعیت می کنند.

فرضیه اول: میزان سرمایه انسانی در سطح بالا است.

جدول ۵: نتایج آزمون t تک نمونه ای مربوط به سرمایه انسانی

شاخص مؤلفه	حد اقل، حداکثر و میانگین نظری نمره ها			فراوانی	میانگین نمونه	انحراف استاندارد	t	df	سطح معناداری
	حداقل نمره	حداکثر نمره	میانگین نظری						
نگرش ها	۷	۷۰	۳۹/۵	۲۲۰	۴۷/۳۶	۸/۱۲	۱۴/۰۹	۹۴	۰/۰۰۰
قابلیت ها و صلاحیتها	۶	۶۰	۴۴	۲۲۰	۴۹	۱۲/۳۲	۱۵/۱۸	۹۴	۰/۰۰۰
سرمایه انسانی در کل	۱۳	۱۳۰	۸۳/۵	۲۲۰	۹۶/۳۶	۲۰/۴۴	۲۹/۲۷	۹۴	۰/۰۰۰

با توجه به نتایج آزمون t تک نمونه ای، بین وضعیت موجود (میانگین نمونه) و مطلوب (میانگین نظری) در مولفه نگرشها، قابلیتها و صلاحیتها و بطور کلی سرمایه انسانی تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین با توجه به میانگین نمونه و مقایسه آن با شاخص استاندارد (میانگین نظری) می توان

گفت وضعیت موجود بالاتر از وضعیت استاندارد (میانگین نظری) بوده در نتیجه بیانگر آن است که سطح سرمایه انسانی در حد بالا است.

فرضیه دوم: میزان سرمایه ساختاری در سطح پایین است.

جدول ۶: نتایج آزمون t تک نمونه ای مربوط به سرمایه ساختاری

سطح معنا داری	df	t	انحراف استاندارد	میانگین نمونه	فراوانی	حد اقل، حداکثر و میانگین نظری نمره ها			شاخص مؤلفه
						میانگین نظری	حداکثر نمره	حدقل نمره	
۰/۰۰۰	۹۴	۱۲/۰۱	۱۰/۷۸	۴۰/۵	۲۲۰	۳۸/۵	۶۰	۶	فرهنگ
۰/۰۰۰	۹۴	۶/۶۱	۶/۷۱	۴۳	۲۲۰	۴۲	۶۰	۶	سرمایه فنی
۰/۰۰۰	۹۴	۱۸/۶۲	۱۷/۴۹	۸۳/۵	۲۲۰	۸۰/۵	۱۲۰	۱۲	سرمایه ساختاری در کل

با توجه به نتایج آزمون t تک نمونه ای، بین وضعیت موجود (میانگین نمونه) و مطلوب (میانگین نظری) در مولفه های فرهنگ، سرمایه فنی و بطور کلی سرمایه ساختاری تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین با توجه به میانگین نمونه و مقایسه آن با شاخص استاندارد (میانگین نظری) می توان گفت وضعیت موجود بالاتر از وضعیت استاندارد مطلوب (میانگین نظری) بوده در نتیجه بیانگر آن است که سطح سرمایه ساختاری در حد بالا است.

فرضیه سوم: میزان سرمایه مشتری یا رابطه ای در سطح پایین است.

جدول ۷: نتایج آزمون t تک نمونه ای مربوط به سرمایه مشتری یا رابطه ای

سطح معنا داری	Df	t	انحراف استاندارد	میانگین نمونه	فراوانی	حد اقل، حداکثر و میانگین نظری نمره ها			شاخص مؤلفه
						میانگین نظری	حداکثر نمره	حدقل نمره	
۰/۴۰۷	۹۴	۱۱/۴۰	۱۰/۷۸	۳۷	۲۲۰	۴۱	۸۰	۸	روابط شرکا
۰/۵۱۰	۹۴	۱۳/۶۱	۶/۷۱	۳۶	۲۲۰	۳۹	۶۰	۶	تصویر سازمان
۰/۹۱۷	۹۴	۲۵/۰۱	۱۷/۴۹	۷۳	۲۲۰	۸۰	۱۴۰	۱۴	سرمایه مشتری در کل

با توجه به نتایج آزمون t تک نمونه ای، بین وضعیت موجود (میانگین نمونه) و مطلوب (میانگین نظری) در مولفه های روابط شرکا، تصویر سازمان و بطور کلی سرمایه مشتری یا رابطه ای تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین با توجه به میانگین نمونه و مقایسه آن با شاخص استاندارد (میانگین نظری) می توان گفت وضعیت موجود پایین تر از وضعیت استاندارد مطلوب (میانگین نظری) بوده در نتیجه بیانگر آن است که سطح سرمایه مشتری یا رابطه ای در حد پایین است.

جدول ۸: خلاصه نتایج آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه آزمون فرض	فرضیه	ردیف
تأیید	میزان سرمایه انسانی در سطح بالا است	۱
رد	میزان سرمایه ساختاری در سطح پایین است	۲
تأیید	میزان سرمایه مشتری یا رابطه ای در سطح پایین است	۳

بحث و نتیجه گیری

چالش های فراروی سازمانها در یک اقتصاد پویا به علت عدم بهره گیری از سرمایه های فکری است (Krause et al, 2006) از طرفی فعال ساختن سرمایه فکری نیازمند صبر، استقامت می باشد. در محیط دانش محور کنونی، سرمایه فکری نه تنها مهمترین بخش سرمایه سازمان محسوب می گردد بلکه همچنین فراهم کننده مزیت رقابتی پایدار برای سازمان می باشد. بنابراین مدیران نه تنها باید دانش خود را در حوزه سرمایه فکری افزایش داده بلکه بایستی از طریق تقویت مولفه های آن (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای)، به توسعه و گسترش این حوزه در سازمان بپردازند. سازمان ها برای اینکه بتوانند در محیط رقابتی و متغیر امروزی قادر به عمل بوده و اثربخش باشند، لازم است سطح سرمایه فکری خود را شناسایی، سنجش و ارزشگذاری نمایند لذا پژوهش حاضر در همین راستا صورت پذیرفته است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری فرضیه اول پژوهش نشان دهنده آن است که بین وضعیت موجود و وضعیت مطلوب سرمایه انسانی و زیر مولفه های آن یعنی نگرش و صلاحیتهای کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد با توجه به اینکه میانگین نمونه از میانگین نظری بیشتر می باشد می توان گفت وضعیت موجود بالاتر از وضعیت استاندارد بوده و لذا سرمایه انسانی در سطح بالا قرار دارد. همچنین با توجه به اینکه نمره میانگین صلاحیتهای در سطح بالاتری نسبت به نمره میانگین نگرشها قرار دارد باید گفت که مدیران سازمان می بایست توجه بیشتری به نگرش کارکنان داشته باشند.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری فرضیه دوم پژوهش بیانگر آن است که بین وضعیت موجود و مطلوب سرمایه ساختاری و زیر مولفه های آن یعنی فرهنگ و سرمایه فنی تفاوت معناداری وجود دارد با توجه به اینکه میانگین نمونه از میانگین نظری بیشتر می باشد می توان گفت وضعیت موجود بالاتر از وضعیت استاندارد بوده لذا سرمایه ساختاری در سطح بالا قرار دارد. همچنین نتایج نشان دهنده آن است که نمره میانگین سرمایه فنی در مقایسه با نمره میانگین فرهنگ از وضعیت مطلوب تری برخوردار می باشد. لذا مدیران می بایست ضمن توجه به نگرش و دیدگاه کارکنان برنامه هایی برای ارتقاء سطح فرهنگ سازمانی تهیه و تدوین نمایند.

نتایج تجزیه و تحلیل فرضیه سوم نشان می دهد که میانگین نمونه سرمایه ساختاری و زیر مولفه های آن یعنی روابط شرکا و تصویر سازمان از میانگین نظری کمتر می باشد لذا سرمایه مشتری و رابطه ای در حد پایین می باشد همچنین نتایج بیانگر این است که میانگین مولفه روابط شرکا در مقایسه با میانگین تصویر سازمان از مطلوبیت بالاتری برخوردار می باشد.

پیشنهاد های پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش که حاکی از پایین بودن سطح مولفه سرمایه مشتری است، جهت بهبود و تقویت آن پیشنهادات زیر ارائه می شود:

استفاده موثر از سرمایه اجتماعی برای بهبود سرمایه فکری سازمان در خصوص ارائه خدمات به عموم مردم و دستیابی کیفیت پایدار محصولات و خدمات.

استقرار نظام شکایات و پیشنهادات به منظور دریافت بازخور از مراجعان و توزیع آن در سازمان جهت همسویی و هماهنگی با انتظارات و نیازهای مشتریان.

References

- Abasi, E. and A. Goldi Sedgi (2010). The effect of intellectual capital on firms financial performance in Tehran Stock Exchange. The Iranian Accounting and Auditing Review, Vol. 17, No. 60, pp. 57-74. [In Persian]
- Alvani, S.M. (2001). Social capital: Concepts and theories. Quarterly Journal Improvement and Change Management Study, Vol. 33-34, pp. 4-22. [In Persian]
- Bontis, N. (2001). Managing organizational Knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. Idea Group publishing, pp. 260-310.
- Bontis, N., Chua, W., Richardson, S.(2000). Intellectual capital and the nature of business in Malasia. Journal of Intellectual Capital. Forthcoming.
- Chen, j., Zhu, Z. and H.Y. Xie (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp 182-215.
- Ghelichli, B. and A. Moshabaki (2006). The role of social capital in the creation of intellectual capital. Management Knowledge, Vol. 17, pp. 132-151. [In Persian]
- Kheirkhah, H. (2011). "A survey on relationship between of social capital and intellectual capital of organization (Case study: Kurdistan education organization)". Masters thesis, Islamic Azad University, Branch of Sanandaj. [In Persian]
- Kheirkhah. H. (2011). "A survey on relationshp between of social capital and intellectual capital of organization(Case study: Kurdistan education organization)" . Mater thesis, Islamic Azad University, Branch of Sanandaj. [In Persian]
- Krause, D.R., Handffield, R.B. and B.T. Bevlerly (2006). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. Jurnal of Operations, Management, Vol. 17, No. 2, pp. 492-510.
- Nazem, F. and A. Motalebi (2011). The structural model for intellectual capital based on organizational learning in martyr Beheshti University. Quarterly Journal Approaches in Educational Administration, Vol. 3, No. 7, pp. 23-48. [In Persian]

- Oliveras. E (2008) " Reporting intellectual capital in Spain" Corporate Communications An International Journal, Vol. 13 No. 2, pp.
- Putnam, Robert, (2002). Democracy and municipal customer Tranlated by Mohammad Taghi del Afrooz. Tehran, technical office of political studies of state ministry.
- Rezaei, G., Rezaei, H., Rezaei, I. and F. Manochehri (2013). The role of Knowledge management and intellectuall capital to improve the quality of services(case study: Shiraz Martyr Faghihi Hospital). Health Accountring, in Press. [In Persian]
- Rostami, A. and H. seraji (2005). Evaluation of the intellectual capital and relationshp between intellectual capital and stock market value of the companies listed in Tehran Stock Exchange. The Iranian Accounting and Auditing Review, Vol. 12, No. 1, pp. 49-62. [In Persian]
- Sayyadi, Golam, Ali (2010). Study of Relationshp between intellectual capital and organizational case study of Tehran university experts. M.A thesis. Tehran university. [In Persian]
- Stewart, T.A. (1997). Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. Newyork: Doubleday/Currency.
- Tan, H.P, Plowman, D. and P. Hancock (2007) Intellectual capital and financial returns of companies. Journal of intellectual capital. Vol. 9, No. 1, pp. 76-95



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی