



سرمایه اجتماعی خاستگاه سرمایه فکری

دکتر جعفر بیک زاد^۱، فریده پورمحمدی^۲

چکیده

امروزه با وارد شدن به عصر دانش محور سازمان ها مثل گذشته نمی توانند جهت بقای خود تنها به منابع ملموس و فیزیکی بسنده کنند بلکه ملزم به استفاده موثر و کارا از منابع غیرملموس می باشند. منبعی مثل سرمایه فکری که تا دیروز شاید اهمیتی به آن داده نمی شد اما امروز سرمایه های فیزیکی، مالی و انسانی تنها در کنار این منبع است که می توانند موثر عمل کنند. سرمایه اجتماعی یکی از سرمایه هایی است که در کاربرد سرمایه فکری موثر شناخته شده است. در این مقاله سعی بر آن است که رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری مورد بررسی قرار گیرد. و جهت این کار لازم به نظر رسیده که به رابطه سرمایه اجتماعی با ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای) اشاره شود. قبل از آن خلاصه ای از چپستی سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی آورده شده است.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه

رابطه ای

۱. دکتر ای تخصصی مدیریت دولتی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب
۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

مقدمه

امروزه با پیشرفت تکنولوژی اطلاعات و وارد شدن به دنیای اقتصاد دانشی، که در آن سرمایه های فیزیکی و مالی دیگر جوابگوی موفقیت سازمان ها نمی باشند. سازمان ها بایستی در فکر جایگزین کردن این سرمایه ها با سرمایه های دیگری از جمله سرمایه فکری باشند چون تنها در آن صورت است که می توانند در دنیای جدید که در آن بر سر کسب اطلاعات و دانش به شدت در حال رقابت با یکدیگر هستند بتوانند مزیت پایدار رقابتی برای خود فراهم آورند. در واقع سازمان ها بایستی به هر طریقی که شده در فکر افزایش سرمایه های نامحسوس خود و مدیریت این سرمایه ها برآیند تا بتوانند دوام و موفقیت آینده خود را تضمین کنند. در این میان سرمایه های اجتماعی در حوزه های گوناگون مانند جامعه شناسی، علوم سیاسی، اقتصاد و مدیریت در سال های اخیر توجه صاحب نظران را به خود جلب کرده است. و در حوزه سازمان و مدیریت و استفاده از سرمایه اجتماعی جهت افزایش سرمایه های فکری سازمان و کار برد موثرتر آن ها مورد توجه قرار گرفته است.

پیشینه سرمایه اجتماعی

واژه سرمایه اجتماعی با مفهومی متفاوت در سال ۱۸۹۰ توسط آلفرد مارشال به کار برده شد. وول کاک در مقاله خود (۱۹۹۸)، لیدیا چودسون هانیفان (۱۹۲۰) و جین ژاکوب (۱۹۶۷) را به عنوان اولین پشتیبانان مفهوم جدید سرمایه اجتماعی معرفی کرده است. گئورک زیمل در آلمان و امیل دورکیم در فرانسه را نیز می توان از آغاز گران این بحث دانست. هانیفان مسئولیت نظارت بر مدارس منطقه ای را در ایالت ویرجینیای آمریکا بر عهده داشت. او در نوشته هایش با استمداد از مفهوم سرمایه اجتماعی، بر اهمیت توسعه جامعه برای موفقیت مدارس انگشت تاکید نهاد. مشابه تفکر هانیفان، به طور مستقل در دهه ۱۹۵۰ توسط گروهی از جامعه شناسان شهری کانادا (سیلی، سیم و لوزلی، ۱۹۵۶)، در دهه ۱۹۶۰ توسط یک دانشمند شهرسازی (ژاکوب، ۱۹۶۱) و در دهه ۱۹۷۰ توسط یک اقتصاددان (لوری، ۱۹۷۷) مطرح شد (علمی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۴۲).

اهمیت و ضرورت سرمایه اجتماعی

روابط اجتماعی هسته اصلی جامعه محسوب می گردد و موجب می شود کنشگران با گسترش پیوندهای خود، کنش های خود را در ساختار جامعه تسهیل نمایند و از این طریق به اهداف خود دست یابند (باستانی و هیکویی، ۱۳۸۵: ۶۴).

با توجه به ابعاد توسعه در زمینه های مختلف زندگی اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و برنامه ریزی در جهت دست یابی به وضع مطلوب و تلاش در جهت تحقق آن، ضروری است لوازم و تبعات رسیدن به توسعه همه جانبه در رسیدن به وضع مطلوب را بپذیریم و از تمامی منابع و

امکانات طبیعی و انسانی بالقوه به صورت مطلوب و حساب شده بهره ببریم و برای تمامی منابع ارزش ویژه ای قائل شویم. یکی از لوازم برنامه ریزی در دنیای جدید، توجه به مشارکت فعال و اثر بخش همه جانبه افراد جامعه در ابعاد مختلف توسعه می باشد. به عبارت دیگر مشارکت فرایندی است که در برگیرنده انواع کنش های فردی و گروهی به منظور دخالت در سرنوشت خود و جامعه و تاثیر گذاردن بر تصمیم گیری درباره امور عمومی است (موسوی، ۱۳۸۵: ۶۸).

تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارایی و بهره وری عوامل از مهمترین اثرات این سرمایه می باشد. در دنیای کنونی قرارداد کاملی که بتواند تمام جوانب و هزینه های یک پیمان را دربر داشته باشد، غیر ممکن یا بسیار مشکل و پر هزینه است. در این حالت است که اعتماد و سرمایه اجتماعی به کمک افراد و گروه ها آمده و با کاهش فرصت طلبی، ضعف های موجود در قراردادهای ناقص را جبران کرده و ضمن ایجاد رونق اقتصادی، می تواند بازدهی قراردادهای و مناسبات را افزایش داده و یا به دیگر سخن، باعث افزایش کارایی و بهره وری عوامل تولید می شود و از این راه بر رشد اقتصادی تاثیر می گذارد (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۵۹).

تعریف سرمایه اجتماعی

رابرت پاتنام در کتاب "کار کرد دموکراسی ها" و "بولینگ یک نفره" به توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی می پردازد و آن را چنین تعریف می کند: روابط بین افراد، شبکه های اجتماعی و هنجارهای متقابل و اعتماد اجتماعی است که از این طریق حاصل می شود. این روابط، وظایف و مسئولیت های متقابل همراه با هنجارهای عمومی را به وجود می آورد به نحوی که اوضاع را برای همکاری، مشارکت و تعاون در راستای ایجاد منافع جمعی بهبود می بخشد (سوری، ۱۳۸۳: ۳). سرمایه اجتماعی مجموعه ای از شبکه ها، هنجارها، ارزش ها و درکی است که همکاری درون گروه ها و بین گروه ها را در جهت کسب منافع متقابل، تسهیل می کند (شریفیان ثانی، ۱۳۸۰: ۶). سرمایه اجتماعی نتیجه تعامل و همکاری افرادی است که دارای ایده های مشترکی هستند (Carmona-Lavadi & et al, 2010, p.681).

پیشینه سرمایه فکری

نخستین تلاش های مرتبط با مفاهیم سرمایه فکری مرهون مطالعات فریتز مچلاپ در سال ۱۹۶۲ میلادی است اما به لحاظ تاریخی ابداع مفهوم سرمایه فکری به سال ۱۹۶۹ میلادی، اقتصاددانی به نام جان کنت گالبرایس نسبت داده می شود. هر چند در این میان نباید تلاش های جیمز تابین در نیمه دوم قرن گذشته را نیز فراموش کرد که برای اولین بار مدل مبتنی بر نسبت او "کیو تابین" توانست ابزاری را در اختیار سازمان ها قرار دهد تا عملکرد اثر بخش سرمایه فکری سازمان را مورد بررسی قرار دهند در نتیجه این تلاش ها ادبیات سرمایه

فکری در مسیر توسعه سازمانی قرار گرفت (خاوندکار، ۱۳۸۸: ۴۶).
واژه سرمایه فکری اولین بار در سال ۱۹۶۹ توسط جان کنت مطرح شد
(Bontis, 1998, p.67).

اهمیت و ضرورت سرمایه فکری

تغییرات در محیط کسب و کار از عصر صنعتی به عصر جدید مبتنی بر دانش باعث شده است که سازمان ها تنها به فکر استفاده از دارایی های ملموس نباشند چون امروزه تنها سرمایه های معنوی و دارایی های ناملموس اند که می توانند برای سازمان ها ایجاد مزیت رقابتی پایدار نمایند و به همین دلیل محققان بسیاری در دهه های اخیر به اهمیت سرمایه فکری در خلق ارزش برای سازمان ها پرداخته اند و از سرمایه فکری به عنوان یک منبع نامحسوس کلیدی در سازمان نام برده می شود. که درک مدیران از این قضیه و انعکاس آن در فرهنگ و ساختار سازمانی توسط آنها عامل تضمین کننده بقای سازمان است (Bontis , 2000 , p.546).
از نظر ادوینسون در عصر جدید بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت به دلیل عدم توجه به سرمایه های فکری و در نظر نگرفتن آن ها در صورت های مالی، اختلاف وجود دارد (Cheng & Chuan , 2009 , p.1).

تعریف سرمایه فکری

استوارت (۱۹۹۷) سرمایه فکری را مربوط به خلق ثروت از طریق سرمایه گذاری در دانش، اطلاعات، دارایی های فکری و تجارب می داند (Kong , 2007 , p.725).
مریتم سرمایه فکری را به عنوان ترکیبی از تمامی عوامل ناملموس سازمان تعریف می کند (Giuliani , 2009 , p.248).
کامپوس (۱۹۹۸) سرمایه فکری را چنین تعریف می کند: صلاحیت های منابع غیر ملموس، برای ایجاد و نگهداری مزیت رقابتی (Castro & Saez , 2008 , p.26).
سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD, ۱۹۹۹) سرمایه فکری را به عنوان ارزش اقتصادی دو طبقه از دارایی های نامحسوس (سرمایه سازمانی و سرمایه انسانی) تعریف کرده است (Nerdrum & Erikson , 2001 , p.127).

ارتباط بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری

موج ادغام ها، خرید ها، مشارکت ها، تمرکز روزافزون بر خلق و تسهیم دانش و چالش مجازی کردن در عرصه کسب و کار، اهمیت درک بهتر و استفاده از نیروهای موجود در روابط اجتماعی افراد و گروه ها را آشکار ساخته اند. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی

است که می تواند مزیت رقابتی پایداری ایجاد کند. سرمایه اجتماعی اهمیت اساسی شبکه های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری و اقدام اجتماعی را در یک سازمان آشکار می سازد. برخی از محققان و نویسندگان در الگوهای مفهومی خود، سرمایه اجتماعی را عنصری از سرمایه فکری در نظر می گیرند و برخی دیگر آن را به عنوان یک عامل موثر در توسعه سرمایه فکری مورد بحث قرار می دهند (قلیچ لی، ۱۳۸۸: ۴۴)

مطابق تعریف ناهاپیت و گوشال، سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموع منابع و ارزشی که در داخل شبکه ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می گیرد. به عبارتی دیگر شبکه های ارتباطی به عنوان منبعی ارزش آفرین برای افراد و سازمان ها محسوب می شوند. در واقع سرمایه اجتماعی ارزشی است که افراد موجود در شبکه های اجتماعی به واسطه ی وجود هنجارهای اجتماعی مشترک، تعاملات اثر بخش، اعتماد متقابل و روابط شخصی میان خود از آن برخوردارند(الوانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۰).

ناهاپیت و گوشال تحقیقی با عنوان سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری و مزیت سازمانی را در سال ۱۹۹۸ انجام دادند برای اجرای این پژوهش آن ها مدلی را ارائه کرده اند که در آن سرمایه اجتماعی داری سه بعد ساختاری، رابطه ای و شناختی است. این سه بعد از طریق ترکیب و مبادله سرمایه فکری (به عنوان متغیر های میانجی)، سرمایه فکری جدیدی در سازمان ایجاد می کند. در واقع آنان در این تحقیق با تاکید بر رابطه متقابل سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری به دنبال تبیین نظری اهمیت فرایندهای دانش به عنوان بنیان مزیت سازمانی اند. و تقریباً یک ارتباط نظری بین ابعاد سرمایه اجتماعی، و پدید آمدن سرمایه فکری و عملکرد سطح اجرایی سازمان ایجاد کرده اند(فقیهی و فیضی، ۱۳۸۵: ۳۳).

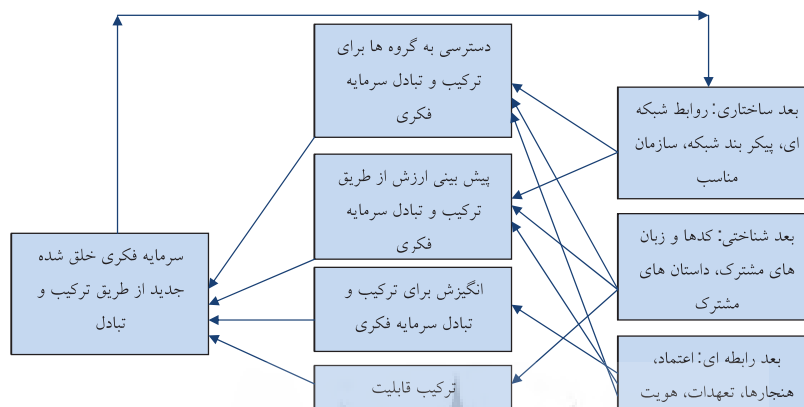
برای استفاده درست و موثر از سرمایه های فکری نیاز به روابطی مبتنی بر اعتماد در سازمان وجود دارد و در صورت وجود چنین رابطه ای که در واقع ستاده وجود سرمایه اجتماعی قوی در سازمان است می توان از سرمایه های فکری و ابعاد مربوط به آن از جمله سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه ای نهایت استفاده را کرد. تاثیر سرمایه اجتماعی در خلق سرمایه فکری توسط ناهاپیت و گوشال در شکل شماره ۱ آمده است.

همچنان که خلق دانش شامل مجموعه فعالیت هایی است که از طریق آن دانش جدید در سازمان خلق و تولید می شود. و انتقال دانش هم شامل مجموعه فعالیت هایی است که باعث انتقال دانش سازمان میان اعضا آن می شود (الوانی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۸). پس وجود یک مجموعه روابط که باعث ایجاد ارتباط بین افراد سازمان و در نتیجه خلق و تولید دانش در آن شود ضروری به نظر می رسد. که البته اگر چنین ارتباطی مبتنی بر هنجارها و فرهنگ مشترک و همچنین اعتماد متقابل باشد. سرمایه های فکری بیشترین نمود را در آن خواهند داشت.

در واقع علت توجه سازمان ها به سرمایه اجتماعی در سال های اخیر، اهمیت سازمان بر مبنای

دانش و رشد اقتصادی شبکه ای شده می باشد (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۵: ۲۳).

شکل شماره ۱: تاثیر سرمایه اجتماعی بر خلق سرمایه فکری (ناهایت و گوشال)



منبع: قلیچ لی، بهروز، (۱۳۸۸)، مدیریت دانش: فرایند خلق، تسهیم و کار برد سرمایه فکری در کسب و کارها،

تهران، انتشارات سمت، چاپ اول، ص ۴۸.

اگر چه وجه اجتماعی سازمان ها سال هاست از سوی اندیشمندان مدیریت مورد توجه قرار گرفته، اما اهمیت روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی در سازمان بحث جدیدی است که در دو دهه اخیر رونق گرفته و موفقیت سازمان ها و اثربخشی آنان با ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان قرین شده است. به طوری که استفاده بهینه از سرمایه های مالی، فیزیکی و انسانی و دیگر سرمایه ها در سازمان، بدون سرمایه اجتماعی، یعنی بدون شبکه روابط متقابل بین اعضای سازمان که توأم با اعتماد و محبت و دوستی و در جهت حفظ ارزش ها و هنجارهای سازمانی باشد، امکان پذیر نیست (فقیهی و فیضی، ۱۳۸۵: ۲۴).

ارتباط سرمایه اجتماعی با سرمایه انسانی

سرمایه انسانی شالوده سرمایه فکری را تشکیل می دهد و عنصر اصلی برای ایجاد کارکردهای مربوط به سرمایه فکری است. این سرمایه نمایانگر یک منبع مستمر تجدید و نوآوری برای سازمان محسوب شده که توانایی درک موضوعات را داشته و قادر است از تجاربی که کسب می کند مزیت بیافریند (عالم تبریز و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۰).

کلمن سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از منابع می داند که در روابط خانواده و در سازمان اجتماعی محلی وجود دارند و برای رشد اجتماعی و شناختی یک کودک یا جوان مفید هستند. این منابع برای افراد مختلف متفاوتند و می توانند امتیاز مهمی را برای توسعه سرمایه انسانی کودک و جوانان ایجاد کنند (جان فیلد، ۱۳۸۸: ۴۴).

از نظر پودنلی^۱ سرمایه اجتماعی بر موفقیت کارکنان در مسیر پیشرفت شغلی شان تاثیر می گذارد. هم چنین از نظر کراخهاردت^۲ و هانسن^۳ سرمایه اجتماعی نرخ ترک خدمت کارکنان را کاهش می دهد (قلیچ لی، ۱۳۸۸: ۴۶).

کلمن به ارزیابی مزیت های نسبی مفاهیم سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی (یکی از ابعاد سرمایه فکری) در قیاس با تمایز بین این دو و شناخت ارتباط متقابل بین آن ها توجه کمتری نشان داد. او پس از مدتی اظهار داشت که این مفاهیم پیش از آن که مفاهیمی رقابتی باشند هر دو به پدیده ای به هم مرتبط اما مستقل از یکدیگر اشاره می کنند که به نظر او اغلب مکمل یکدیگر هستند (جان فیلد، ۱۳۸۸: ۴۳).

کاهن و پروساک مطرح کرده اند که سرمایه اجتماعی شامل موجودی تعاملات فعال میان افراد است یعنی اعتماد، درک متقابل، رفتارها و ارزش های مشترک که اعضای شبکه های انسانی و گروه ها را به هم پیوند می دهد و امکان فعالیت های همکارانه را در سازمان ایجاد می کند (قلیچ لی، ۱۳۸۸: ۴۷).

بر اساس تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ توسط مرکز توسعه نیروی کار انجام شد، ۷۰ درصد دانشی که در محیط های کاری آموخته می شود، توسط روابط غیر رسمی منتقل می گردد. شرکت های هوشمند بر دانش مورد نیاز شرکت تسلط پیدا کرده و با ایجاد سرمایه های اجتماعی به عنوان یک شایستگی سازمانی این دانش را به مرحله اجرا می گذارند. این فرهنگ سازمانی با آموزش، مشاوره و نظارت، تقسیم نظریات خوب و همکاری و تشریک مساعی به جای رقابت با یکدیگر باعث افزایش میزان یادگیری می شوند (واین بیکر، ۱۳۸۲: ۲۷).

ارتباط سرمایه اجتماعی با سرمایه ساختاری

پیشنهاد اصلی نظریه سرمایه اجتماعی این است که روابط شبکه ای امکان دسترسی به منابع (مثل دانش) را فراهم می سازند. سرمایه اجتماعی فراهم کننده منبع ارزشمندی از مزایای اطلاعاتی است. روابط اجتماعی، کانال های ارتباطی ایجاد می کنند که میزان زمان و سرمایه گذاری مورد نیاز برای گردآوری اطلاعات را کاهش می دهند (قلیچ لی، ۱۳۸۸: ۴۹).

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی در واقع در ارتباط با بعد ساختاری سرمایه فکری می باشد. این بعد از سرمایه اجتماعی با اشکال مختلف سازمان های اجتماعی، به خصوص نقش ها، قواعد، سنن و رویه ها، در ارتباط است. سرمایه اجتماعی ساختاری مربوط به امور به نسبت عینی تر و به طور خارجی قابل مشاهده است. مانند شبکه ها، شکل ها، نهادها، قوانین و تشکیلات شکل گرفته

- 1- Podonly
- 2- Krackhardt
3. Hanson

توسط آنها. ارتباط سرمایه اجتماعی ساختاری بیشتر با شبکه‌ها است. که از طریق آنها همکاری و به خصوص فعالیت‌های جمعی دارای منافع متقابل شکل می‌گیرد. این‌ها همه منافی است که از سرمایه اجتماعی به دست می‌آید (علمی و همکاران، ۱۳۸۴: ۲۵۵).

ارتباط سرمایه اجتماعی با سرمایه رابطه‌ای

در نحوه نگرش تئوری‌های موجود در رابطه با سرمایه اجتماعی تفاوت وجود دارد. بوردیو (۱۹۸۶) خاستگاه سرمایه اجتماعی را ارتباط میان افراد موجود در یک گروه یا دسته خاص می‌داند. در حالی که ارتباطات میان افراد به عنوان یک فاکتور کلیدی معرفی شده اما سطحی که این ارتباطات مورد نظر می‌باشد به طور گسترده‌ای با مطالعات دیگران متفاوت است. پنینزا و همکاران دید گسترده تری داشته و آن را عبارت از ارتباطات با ذینفعان اقتصادی گوناگون و به ویژه مشتریان بالقوه دانسته‌اند. این نوع از ارتباطات در مسیرهای مختلفی شکل می‌یابد. به عنوان مثال کسب دانش به صورت دو طرفه، برقراری تماس‌های خانوادگی و یا دیگر تماس‌های فردی، عضویت‌های هم‌پوشانی دار، جابه‌جایی‌های درون‌شرکتی، سرمایه‌گذاری‌های مشترک. قراردادهای مشارکتی را می‌توان نام برد. سرمایه اجتماعی جزئی از سرمایه فکری محسوب می‌شود و عبارت است از ارزش‌جا سازی شده و موجود در کانال‌های بازاریابی ارتباطاتی که از آن طریق شرکت‌ها کسب و کارشان را هدایت می‌کنند (عالم تبریز و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۶).

سرمایه رابطه‌ای (اجتماعی یا مشتری) هر سازمان پیوستاری از مشتریان و خصیصه‌هایی مرتبط با آن، برند سازمانی و مشخصه‌های ویژه سازمانی و ارتباطات و شبکه‌های سازمان‌مشمول بر توافقات و شبکه‌های حیاتی کسب و کار را در بر می‌گیرد. بی‌تردید مدیریت صحیح عناصر و زیر مولفه‌های تشکیل‌دهنده سرمایه ساختاری رابطه‌ای منجر به توسعه سرمایه فکری هر سازمان خواهد شد. بخش اعظمی از سرمایه رابطه‌ای هر سازمان را شبکه‌ها و توافقات استراتژیک سازمان تشکیل می‌دهند. چرا که از یک سو به تقویت ارتباطات و شبکه‌های سازمانی منجر می‌شود و از سوی دیگر در راستای توسعه ظرفیت‌های تعاملی با مشتریان و سایر ذینفعان سازمانی و همین‌طور افزایش قابلیت‌ها و خصیصه‌های متمایزکننده سازمانی مثل برند و تصویر سازمانی و ...، اثربخش هستند و همه این موارد به طور مستقیمی بر میزان ارزش بازاری شرکت‌ها تاثیرگذار است. مطالعات و دانش پایه مشارکت سازمانی، از نظریه پردازی در علوم اجتماعی، به ویژه نظریه تبادل اجتماعی پیتر بلاو سرچشمه گرفته است (خاوندکار و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۲۶).

نتیجه گیری

در سال های اخیر با توجه به تغییر شرایط اقتصادی از صنعتی که تکیه اش روی دارائی های فیزیکی و مالی بود به اقتصاد دانش محور که روی دارائی های ناملموس تکیه دارد. سازمان ها تنها در صورتی می توانند در دنیای رقابت دانش محور دوام بیاورند که از دارائی های غیر فیزیکی خود که یکی از آنها سرمایه فکری است حداکثر بهره برداری را بکنند. در این جا با توجه به ارتباط مثبت سرمایه اجتماعی در خلق سرمایه فکری هم چنین ارتباط مثبت آن با ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای) لازم به نظر می رسد که سازمان ها در ایجاد و تقویت سرمایه های اجتماعی خود با در نظر گرفتن شاخص های آن بکوشند

منابع و مآخذ

۱. علمی، زهرا و شارع پور، محمود و حسینی، سید امیر حسین، (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و چگونگی تاثیر آن بر اقتصاد، شماره ۷۱، صص ۲۳۹-۲۹۶.
۲. بیکر، واین، (۱۳۸۲)، مدیریت و سرمایه اجتماعی، مهدی، الوانی و محمد رضا، ربیعی مند، تهران، سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
۳. شریفیان ثانی، مریم، (۱۳۸۰)، سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری، فصل نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۱، شماره ۲ صص ۵-۱۸.
۴. عالم تبریز، اکبر و رجبی فرد، ایمان و حاجی بابا علی، علی، (۱۳۸۸)، سرمایه فکری: اندزه گیری، افشاء، مدیریت، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول.
۵. فیلد، جان، (۱۳۸۸)، سرمایه اجتماعی، غلامرضا، غفاری و حسین، رضانی، تهران، کوپر، چاپ دوم.
۶. قلیچ لی، بهروز، (۱۳۸۸)، مدیریت دانش: فرایند خلق، تسهیم و کار برد سرمایه فکری در کسب و کار ها، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
۷. موسوی، میر طاهر، (۱۳۸۵)، مشارکت اجتماعی یکی از مولفه های سرمایه اجتماعی، فصل نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۶۷-۹۲.
۸. سوری، علی، (۱۳۸۳)، سرمایه اجتماعی و عملکرد اقتصادی، فصل نامه پژوهش های اقتصادی، سال سوم، شماره دوم، صص ۱-۱۶.
۹. باستانی، سوسن و صالحی هیکویی، مریم، (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت: بررسی ویژگی های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران، نامه علوم اجتماعی، بهار ۱۳۸۸، شماره ۳۰، صص ۶۳-۹۵.

۱۰. الوانی ، سید مهدی ،ناطق ، تهمینه و فرا حی ،محمد مهدی ،(۱۳۸۶)، نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی، فصل نامه علوم مدیریت ایران ،سال ۲، شماره ۵، صص ۳۵-۷۰.
۱۱. خاوندکار، جلیل و خاوندکار، احسان و متقی، افشین، (۱۳۸۸)، سرمایه فکری: مدیریت، توسعه و مدل های سنجش، تهران، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ دوم.
۱۲. فقیهی، ابوالحسن و فیضی، طاهره، (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان، فصلنامه دانش مدیریت، سال ۱۹، شماره ۷۲، بهار ۱۳۸۵، صص ۲۳-۴۶.

13. Carmona-Lavado, Antonio and Cuevas-Rodriguez, Gloria and Cabello-Medina, Carmen, (2010), Social and organizational capital: Building the context for innovation, Industrial Marketing Management, vol 39, P.p 681-690.
14. Bontis. Nick, (1998), Intellectual capital: exploratory study that develops measures and models, Management Decision, vol. 36, No. 2, P.p. 63-76.
15. Bontis, Nick and Girardi, John, (2000), teaching knowledge management and intellectual capital lessons: an empirical examination of the Tango simulation, Int. J. Technology Management, Vol. 20, Nos, P.p. 545-554.
16. Kong, Eric, (2007), the strategic importance of intellectual capital in the non-profit sector, Journal of Intellectual Capital, Vol. 8 No. 4, pp. 721-731.
17. Giuliani, Marco, (2009), Intellectual capital under the temporal lens, Journal of Intellectual Capital, Vol. 10 No. 2, pp. 246-259.
18. Nerdrum, Lars and Erikson, Truls, Intellectual capital: a human capital perspective, Journal of intellectual capital, 2001, vol 2, No 2, 127- 135.
19. Martin de Castro, Gregorio and Lopez Saez, (2008), Pedro, Intellectual capital in high -tech firms, Journal of intellectual capital, Vol.9, No.1, 25-36.