

کاوشی بر تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری با تأکید بر نقش سرمایه اجتماعی

حسین خنیفر * علی‌اصغر رشید ** سهیل نجات *** ساحل صادقی متین ****

چکیده

در سال‌های اخیر، مقوله روان‌شناسی مثبت توجه روان‌شناسان را به خود جلب کرده است؛ امروزه پس از سرمایه‌های انسانی و اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی را می‌توان مبنای مزیت رقابتی در سازمان‌ها در نظر گرفت. به‌طوری که این جنبش به حوزه مدیریت و رفتار سازمانی هم راه یافته است و از آنجا که امروزه سازمان‌ها تأکید زیادی بر منابع دانشی به‌جای منابع مالی می‌کنند، پژوهش حاضر به بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری از طریق سرمایه اجتماعی پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران در سال ۱۳۹۵ بودند که حجم آن طبق آخرین آمار در سال یادشده، ۴۸۰ نفر بود. بر اساس جدول مورگان و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۲۱۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است و برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه به کار گرفته شد. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد و برای بررسی روایی پرسشنامه تحلیل عاملی مرتبه اول و مرتبه دوم اجرا شد. برای بررسی روابط علی میان متغیرها مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل به کار گرفته شد. نتایج نشان داد سرمایه روان‌شناختی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری دارد. همچنین، سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نهایت، تأثیر غیرمستقیم سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری از طریق سرمایه اجتماعی نیز تأیید شد.

واژگان کلیدی: روان‌شناسی مثبت، سرمایه اجتماعی، سرمایه روان‌شناختی، سرمایه فکری.

تاریخ پذیرش: ۸ خرداد ۱۳۹۷

تاریخ دریافت: ۲۳ فروردین ۱۳۹۷

* استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران، (نویسنده مسئول):

khanifar@ut.ac.ir

** کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

*** دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

**** کارشناسی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

۱. مقدمه

امروزه توسعه اقتصادی و اجتماعی در هر جامعه مستلزم به‌کارگیری بهتر و مؤثرتر منابع و دارایی‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف تعیین‌شده است (محمودی و همکاران، ۱۳۹۳). هر جامعه علاوه بر منابع و دارایی‌های مالی و انسانی، منابع سرمایه اجتماعی و روان‌شناختی نیز دارد که از پیوندها و روابط اثربخش افراد جامعه و شرایط روحی و روانی آنان ناشی می‌شود. سازمان‌های مبتنی بر دانش بخشی بزرگ و حیاتی از جوامع مدرن را تشکیل می‌دهند و سهم بیشتر و مؤثرتری در بازار به‌دست می‌آورند. دیدگاه دانش‌محور نشان می‌دهد که دانش منبع اصلی ارزش است و ایجاد ارزش سازمانی به‌طور عمده، تابعی از توانایی سازمان برای جمع‌آوری و به‌کارگیری دانش است. به وسیله دانش، سازمان می‌تواند اطلاعات تدوین‌شده خود را با جنبه‌های ارزش افزوده انسانی مثل بینش، کارآفرینی، مفاهیم و تجربه‌ها به‌کار برد (علامه و همکاران، ۱۳۹۵). در محیط کسب‌وکار رقابتی امروز سرمایه مالی خود ازاری مناسب برای مزیت رقابتی پایدار شرکت نمی‌باشد. در پاسخ به این نیاز، سرمایه روان‌شناختی^۱ مثبت، سرمایه اجتماعی^۲ و سرمایه فکری^۳ به عنوان شکل‌های سرمایه مکمل سرمایه مالی ظاهر شدند (لوتانز^۴ و همکاران، ۲۰۱۰). سرمایه اجتماعی مراجع روابط اجتماعی و هنجارها و ارزش‌های راهنمای آن‌ها را منعکس می‌کند. سرمایه فکری عبارت است از مهارت‌ها و تجارب کارکنان، روابط مشتری، صلاحیت فناورانه، دانش و فرهنگ سازمانی که موفقیت شرکت را در فضای کسب‌وکار رقابتی امروز حمایت می‌کند (تامر^۵، و همکاران، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی، مفهومی کلیدی در متون نظری جامعه‌شناسی جدید است. نقش مؤثر این مفهوم در ساختار روابط میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها، کارکرد

1 Psychological Capital

2 Social Capital

3 Intellectual Capital

4 Luthans

5 Tamer

آن در تسهیل ایجاد نتایج سودمندی، مانند همکاری در نیل به منفعت عمومی و تسهیل کنش جمعی و بازده‌های آن مانند گسترش مشارکت و اعتماد و بده‌بستان در جامعه که روابط میان افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها را توسعه و کارایی آن‌ها را افزایش می‌دهد، تبیین‌شدنی است (جاهد و همکاران، ۱۳۸۹). از طرفی، سرمایه روان‌شناختی جنبه‌های مثبت زندگی آدمی را دربرمی‌گیرد. سرمایه انسانی و اجتماعی آشکار بوده، به‌راحتی مشاهده‌پذیر است و می‌توان آن را به‌سادگی اندازه‌گیری و کنترل کرد، در حالی که سرمایه روان‌شناختی بیشتر بالقوه بوده و اندازه‌گیری و توسعه آن دشوار است. بنابراین، سرمایه روان‌شناختی شامل درک شخص از خود، داشتن هدف برای رسیدن به موفقیت و پایداری در برابر مشکلات تعریف می‌شود (گلداسمیت^۱ و همکاران، ۱۹۹۷).

در اقتصاد مبتنی بر دانش فکری سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی به‌کار گرفته می‌شود و موفقیت یک سازمان به توانایی‌اش در مدیریت این منبع کمیاب بستگی دارد. علاوه بر این، یکی از قابلیت‌های مهم سازمانی که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت رقابتی ایجاد کند، سرمایه اجتماعی است (قلیچ‌لی و مشبکی، ۱۳۸۵). از طرفی، سرمایه روان‌شناختی از مفاهیم نوینی است که امروزه مطرح شده است. در واقع، طرح این رویکرد نشان‌دهنده نقش و اهمیت آن در زمینه سرمایه اجتماعی است. سرمایه روان‌شناختی افراد را قادر می‌کند علاوه بر مقابله بهتر در برابر موقعیت‌های استرس‌زا، کمتر دچار تنش شده، در برابر مشکلات از توان بالایی برخوردار باشند، به دیدگاه روشنی درباره خود برسند و کمتر تحت تأثیر وقایع روزانه قرار بگیرند، بنابراین، اینگونه افراد سلامت روان‌شناختی بالاتری نیز دارند (بهادری خسروشاهی و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین، سازمان‌ها و به‌طور خاص، اداره‌کل آموزش و پرورش، از آنجا که با افراد سروکار دارند و در حال عرضه خدمت به آن‌ها هستند، نیازمند کارکنانی‌اند که توانایی‌های خود را باور داشته باشند، بتوانند ارتباط درست با

1 Goldsmith

دیگران برقرار کنند و برای جامعه و سازمان ارزش‌آفرینی کنند. از این رو، در پژوهش حاضر مصاحبه با کارکنان و مدیران اداره کل آموزش و پرورش نشان داد این سازمان در حوزه سرمایه روان‌شناختی، سرمایه فکری و توسعه سرمایه اجتماعی خود به نحو مطلوبی عمل نمی‌کند؛ بنابراین، به نظر می‌رسد در نحوه شکل‌گیری سرمایه‌های روان‌شناختی و فکری، و همچنین توسعه مدیریت دانش در این سازمان بین وضع موجود و وضعیت مطلوب شکاف وجود دارد. بنابراین، محققان بر آن شدند اثر سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری در میان کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران با در نظر گرفتن نقش سرمایه اجتماعی بررسی کنند. همچنین، در پژوهش حاضر بر خلاف تحقیقات پیشین، که ارتباط متغیرهای سرمایه روان‌شناختی و سرمایه فکری، سرمایه روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری به‌طور مجزا بررسی شده بود، ارتباط این سه متغیر در یک مدل کلی بررسی می‌شود. بنابراین، یکی از دستاوردهای این پژوهش، توانایی مدل پیشنهادی ارزیابی همزمان سه متغیر یادشده است که تاکنون در یک مدل با هم گنجانده نشده است.

۲. مبانی نظری

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی که ریشه‌ای جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی، و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و فیض‌آبادی، ۱۳۹۰، ص ۳۹). با وجود اهمیت موضوع، یکی از مشکلات کنونی، بیان تعریفی جامع از سرمایه اجتماعی است. در این زمینه، ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع و ارزشی در نظر گرفته‌اند که در شبکه‌ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می‌گیرد. در تعریفی دیگر، سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای جامعه و کاهش هزینه‌های

تبادلات و ارتباطات میان آن‌ها می‌شود. از آنجا که سرمایه اجتماعی مراوده‌های میان اعضای سازمان را تسهیل می‌کند، منبع سازمانی ارزشمندی محسوب می‌شود. کلمن نیز سرمایه اجتماعی را جنبه‌ای از ساختار اجتماعی می‌داند که دو ویژگی دارد: کنش افراد در درون ساختار را تسهیل می‌کنند و برخلاف سایر اشکال سرمایه، سرمایه اجتماعی در ذات ساختار روابط بین افراد و میان افراد است (کاریلو و رومنی^۱، ۲۰۱۷، ص ۵۷). سرمایه اجتماعی سه بعد دارد، که عبارت‌اند از شناختی، ساختاری، و رابطه‌ای (ناهایت و گوشال^۲، ۱۹۹۸).

بعد شناختی: بعد شناختی سرمایه اجتماعی به اهداف، دیدگاه و ارزش‌های تسهیم‌شده میان بازیگران در یک شبکه اجتماعی اشاره می‌کند که بخش‌هایی را با تعریف‌ها، تفاسیر و معانی تسهیم‌شده، ایجاد می‌کند (تسای و گوشال^۳، ۱۹۹۸). بعد شناختی توسعه فهم مشترک و منسجم ایدئولوژی‌ها را، روش‌های مناسبی را برای خریداران و تأمین‌کنندگان به منظور هماهنگ کردن مبادلات و تسهیم‌شدن در فرایندهای فکری دیگران تسهیل می‌کند (دکارولیز و سپاریتو^۴، ۲۰۰۶).

بعد ساختاری: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به الگویی از ارتباطات میان افراد اشاره می‌کند که نشان می‌دهد شما به چه کسی و چگونه می‌توانید به آن‌ها دست یابید (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸). سرمایه اجتماعی ساختاری از منظرهای زیادی مورد بررسی قرار گرفته است که روابط اجتماعی یا خصوصیات شبکه (اینکپن و تسانگ^۵، ۲۰۰۵)، مانند تسهیم دانش و اطلاعات (لاسن^۶ و همکاران، ۲۰۰۸) و قدرت تعاملات اجتماعی (کراوس^۷ و همکاران، ۲۰۰۷) را شامل می‌شود.

1 Carrillo & Romani

2 Nahapiet & Ghosal

3 Tsai & Ghosal

4 De Carolis & Saparito

5 Inkpen & Tsang

6 Lawson

7 Krause

بعد رابطه‌ای: بعد رابطه‌ای به اعتماد، تعهدات، احترام و دوستی موجود در روابط شخصی افراد اشاره می‌کند (ناهایت و گوشال، ۱۹۹۸). اعتماد ایجاد شده از طریق تعامل مکرر پیش‌نگری رفتار فرصت‌طلبانه را کاهش می‌دهد، ارتباط باز را تشویق می‌کند و شفافیت رفتاری میان بخش‌ها را بهبود می‌بخشد (دایر و سینگ^۱، ۱۹۹۸). به‌طور خلاصه، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای بر روابط بلندمدت و مشارکت محور تمرکز دارد که اعتماد، احترام، دوستی و عمل متقابل را توسعه می‌دهد و رفتار مشارکتی را در هنگام کاهش هزینه معاملات، تسهیل می‌کند (لی^۲، ۲۰۱۵).

سرمایه فکری

سرمایه فکری شامل منابع ناملموسی است که برای شرکت‌ها مزیت رقابتی فراهم می‌کند و ارزش بازار و عملکرد مالی آنها را بهبود می‌بخشد (سو^۳، ۲۰۱۴). سرمایه فکری را به عنوان «محرکی برای مزایای رقابتی شرکت می‌داند، آن را به توانایی شرکت در مدیریت و به‌کارگیری دانش»، مرتبط می‌سازد (اسدی و ایوخنه القیانی، ۱۳۹۳). در متون نظری پژوهش بیشتر تعریف‌ها درباره سرمایه فکری دربرگیرنده سه عنصر انسانی^۴، ساختاری^۵ و مشتری (ارتباطی)^۶ است (شبان و کابیدا^۷، ۲۰۱۳).

بعد انسانی: سرمایه انسانی به عنوان مجموعه‌ای از عناصر کلیدی ترکیب‌شده از قبیل دانش، مهارت، تجربه، نگرش، صلاحیت و شایستگی همه کارکنان در نظر گرفته می‌شود (هندریک و سوسا^۸، ۲۰۱۲). همچنین، این عناصر باید کمیاب، ارزشمند و

1 Dyer & Singh

2 Lee

3 Su

4 Human Capital

5 Structural Capital

6 Customer Capital (Relational)

7 Shaban & Kabida

8 Hendriks & Sousa

به راحتی قابل تقلید و جایگزینی نباشند (عرفات و شهیمی^۱، ۲۰۱۳). سرمایه انسانی سبب شده است سازمان‌ها تا حد زیادی به دانش و مهارت‌های کارکنان‌شان برای ایجاد درآمد، رشد و بهبود کارایی و بهره‌وری متکی شوند (قلیچ‌لی و مشبکی، ۱۳۸۵).

بعد ساختاری: سرمایه ساختاری عبارت است از «هرچه که در شرکت باقی می‌ماند پس از آنکه کارکنان هنگام شب به خانه می‌روند» (روس و روس^۲، ۱۹۹۷). در تعریفی دیگر، سرمایه ساختاری شامل همه عوامل چارچوب فیزیکی و غیرفیزیکی در سازمان مانند ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، سیستم‌های عامل، قوانین، روش‌ها، سیستم مدیریت دانش، پایگاه داده است (زیگن و زگلالت^۳، ۲۰۱۴).

بعد مشتری (رابطه‌ای): سرمایه مشتری یا رابطه‌ای مبتنی بر شبکه ارتباطی از فعالان داخلی (کارکنان) و خارجی (مشتریان، تأمین‌کنندگان، ذی‌نفعان، دولت، شرکا و رقبا) شرکت است (عرفات و شهیمی، ۲۰۱۳). از طریق این روابط، سرمایه مشتری همچنین، ثروت اقتصادی شرکت را از طریق ایجاد وفاداری مشتری، تعهد و کاهش هزینه‌های معامله، بهبود می‌بخشد (کوhtامکی^۴ و همکاران، ۲۰۱۳؛ تامر^۵ و همکاران، ۲۰۱۴). زمینه اصلی سرمایه مشتری، دانش جاسازی شده در کانال‌های بازاریابی و ارتباطات مشتری است که در مسیر هدایت کسب‌وکار، توسعه می‌یابد. بسیاری از تعریف‌های اخیر، این طبقه را توسعه بخشیده‌اند، به طوری که شامل سرمایه رابطه‌ای می‌شود که دانش جاسازی شده در همه ارتباطاتی است که یک سازمان توسعه می‌بخشد (اسدی و ایوخنه القیانی، ۱۳۹۳).

1 Arafat & Shahimi

2 Roos & Roos

3 Zigan & Zeglal

4 Kohtamaki

5 Tamer

سرمایه روان‌شناختی

سرمایه روان‌شناختی یکی از شاخص‌های روان‌شناسی مثبت‌گرایی است که با ویژگی‌هایی مانند باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، داشتن پشتکار در دنبال کردن اهداف، ایجاد اسنادهای مثبت درباره خود و تحمل کردن مشکلات تعریف می‌شود (لوتانز، ۲۰۰۴). سرمایه روان‌شناختی سازه‌ای ترکیبی و به هم پیوسته است که چهار مؤلفه ادراکی - شناختی یعنی امید، خوش‌بینی، خودکارآمدی و انعطاف‌پذیری (تاب‌آوری) را دربرمی‌گیرد (جدول ۱).

جدول ۱. ابعاد سرمایه روان‌شناختی

تعریف	ابعاد سرمایه روان‌شناختی
امید حالتی انگیزش مثبت با در نظر گرفتن اهداف روشن برای زندگی است. در امید از یک سو انگیزه خواستن به اراده برای حرکت به سوی اهداف، و از سوی دیگر بررسی راه‌های مناسب برای حصول اهداف، نهفته است (بیلی و سیندر ^۱ ، ۲۰۰۷).	امید
خودکارآمدی قضاوت یک فرد درباره توانایی‌هایش به منظور انجام دادن یک عمل است (بندورا ^۲ ، ۲۰۰۸).	خودکارآمدی
خوش‌بینی به معنای داشتن انتظارات مثبت برای نتایج و پیامدهاست و این پیامدها به عنوان عوامل ثابت، کلی و درونی در نظر گرفته می‌شوند (پترسون ^۳ ، ۲۰۰۰).	خوش‌بینی
انعطاف‌پذیری سازگاری مثبت در واکنش به شرایط ناگوار است. انعطاف - پذیری صرفاً مقاومت منفعل در برابر آسیب‌ها یا شرایط تهدیدکننده نیست، بلکه فرد انعطاف‌پذیر مشارکت‌کننده‌ای فعال و سازنده محیط اطراف خود است (والر ^۴ ، ۲۰۰۱).	انعطاف‌پذیری

1 Baily & Synder

2 Bandura

3 Peterson

4 Waller

پیشینه پژوهش

از دوران گذشته توجه به سازمان‌ها به عنوان بازیگران اجتماعی و نیز دقت صاحب‌نظران به نیازها و مسائل اجتماعی مرتبط با سازمان، زمینه مساعدی را برای گسترش مفهوم سرمایه‌های اجتماعی، روان‌شناختی و فکری در حیطه سازمان ایجاد کرده است. از زمان شکل‌گیری این مفاهیم تاکنون، پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام گرفته است، که از جمله آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

قلیچ‌لی و مشبکی (۱۳۸۵)، در پژوهشی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری در دو شرکت خودروسازی را بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد سرمایه اجتماعی نقش مؤثری در ایجاد و بهبود عملکرد سرمایه فکری و عناصر آن شامل (سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری) در دو شرکت مورد مطالعه دارد. همچنین، نتایج پژوهش قلیچ‌لی و مشبکی نشان داد سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی دو شرکت مورد مطالعه در افزایش سرمایه رابطه‌ای آن‌ها تأثیر مثبت و معناداری دارند. در حالی که سرمایه ساختاری تأثیر معناداری بر سرمایه رابطه‌ای ندارد. صابری و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی تأثیر عدالت سازمانی بر سرمایه روان‌شناختی از طریق سرمایه اجتماعی (پیمایشی در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان) را بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد عدالت سازمانی با سرمایه روان‌شناختی رابطه معنادار دارد. همچنین، عدالت از طریق متغیر میانجی سرمایه اجتماعی بر سرمایه روان‌شناختی تأثیر می‌گذارد. حسین‌پور و آذر (۱۳۹۰)، در پژوهش خود رابطه سرمایه‌های فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی را از نظر مدیران و کارکنان بررسی کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد به ترتیب بعد ارتباطی و انسانی (سرمایه فکری) و بعد ارتباطی و شناختی (سرمایه اجتماعی) بیشترین اثرات را بر عملکرد سازمانی داشته‌اند. توکلی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)»

نشان دادند اثر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری شامل سرمایه ساختاری، انسانی و رابطه‌ای مثبت است. بهادری خسروشاهی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای بیان کردند مرور متون پژوهشی حاکی از آن است که مطالعات کمی رابطه سرمایه روان‌شناختی و سرمایه اجتماعی را بررسی کرده‌اند. آن‌ها در پژوهش خود دریافتند سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های آن با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین، نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد سرمایه‌های روان‌شناختی و مؤلفه‌های آن قادرند تغییرات بهزیستی روان‌شناختی را به‌طور معناداری پیش‌بینی کنند. بر این اساس، افرادی که سرمایه روان‌شناختی مطلوب‌تری دارند، از سرمایه اجتماعی بالاتری نیز برخوردارند. امیرخانی و عارف‌نژاد (۱۳۹۱) در پژوهش خود نشان دادند سرمایه روان‌شناختی تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه اجتماعی دارد. همچنین، آدلر و همکاران (۲۰۰۲) اولیو (۲۰۰۶) نشان دادند سرمایه روان‌شناختی با سرمایه اجتماعی رابطه مثبت دارد.

پژوهشگرانی مانند چوانگ و چن^۱ (۲۰۱۳) و اوی و ماتسوم (۲۰۱۵) نیز در مطالعات خود نشان دادند سرمایه اجتماعی می‌تواند بر سرمایه فکری اثرگذار باشد. همچنین، اثر سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری در پژوهش آدام و اورکوهارت^۲ (۲۰۰۹) تأیید نشد. مطالعات لی^۳ و همکاران (۲۰۱۴)، تسای^۴ و همکاران (۲۰۱۴)، یانگ و فام^۵ (۲۰۰۹)، هافمن^۶ و همکاران (۲۰۰۸)، یو^۷ و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد سرمایه اجتماعی می‌تواند بر توسعه سرمایه فکری اثرگذار باشد، ولی پرز^۸ و همکاران (۲۰۱۱) این اثر را تأیید نکردند.

1 Chuang & Chen

2 Adam & Urquhart

3 Lee

4 Tasi

5 Yang & Fam

6 Hoffman

7 Yu

8 Perez

همچنین، مطابق با مطالعات جیامبین و همکاران (۲۰۱۴)، سرمایه فکری بر سرمایه روان‌شناختی اثر مثبت دارد. اما تامر و همکاران (۲۰۱۴) نشان دادند بعد خودکارآمدی سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری دارد. سرمایه روان‌شناختی حالات روانی مثبت کارکنان است که در به‌دست‌آوردن و حفظ مزیت رقابتی فراتر از سرمایه‌های فکری عمل می‌کند (سیتن و بازیم^۱، ۲۰۱۱). امیرخانی و عارف‌نژاد (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «تحلیل تأثیر رفتار شهروندی سازمانی و سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی» دریافتند که سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. آن‌ها در پژوهش خود برای سنجش متغیر سرمایه روان‌شناختی از چهار بعد امید، خودکارآمدی، انعطاف‌پذیری و خوش‌بینی استفاده کردند.

مشبکی و قلیچ لی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان «مزیت رقابتی: تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی»، دریافتند میان سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. خیرخواه (۱۳۹۰) نشان داد بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. مقیمی و همکاران (۱۳۹۰) بیان می‌کنند پیکربندی روابط شبکه‌ای جنبه مهمی از سرمایه اجتماعی است که می‌تواند بر توسعه سرمایه فکری اثر بگذارد. ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) از وجود رابطه‌ای متقابل میان سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی صحبت کردند. ریچه و همکاران (۲۰۰۹) دریافتند سرمایه اجتماعی ابزاری حمایتی برای ایجاد سرمایه فکری است.

بر مبنای پیشینه، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود.

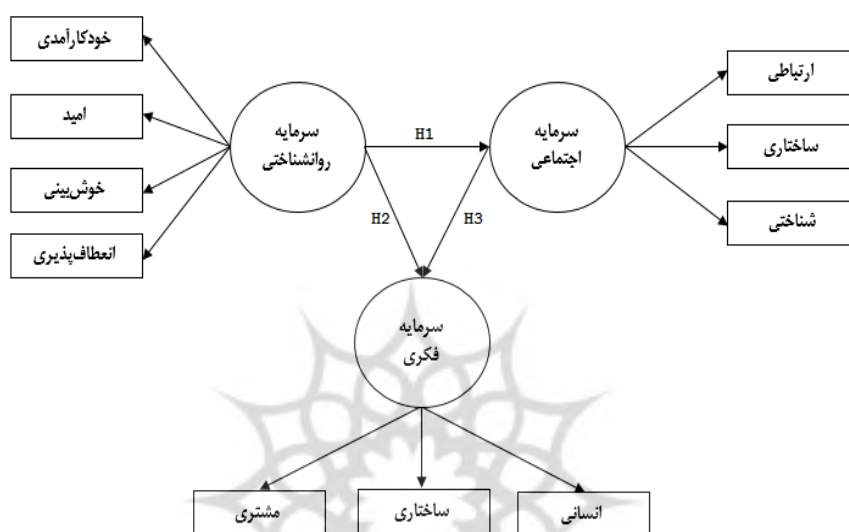
فرضیه اول: سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.

فرضیه دوم: سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.

فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.

فرضیه چهارم: سرمایه اجتماعی از طریق سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری می‌گذارد.

براساس فرضیه‌های پژوهش، مدل مفهومی به شرح شکل ۱ ترسیم می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش پژوهش

از آنجا که هدف پژوهش حاضر تعیین روابط علی میان سرمایه روان‌شناختی و سرمایه فکری از طریق متغیر سرمایه اجتماعی است، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش کارکنان اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران است. تعداد افراد جامعه آماری، ۴۸۰ نفر است. براساس جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای با حجم ۲۱۴ نفر انتخاب شدند. در مدل تحلیلی پژوهش، سرمایه روان‌شناختی متغیر مستقل، سرمایه اجتماعی متغیر میانجی و سرمایه فکری متغیر وابسته است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها

پرسشنامه است. برای سنجش سرمایه روان‌شناختی پرسشنامه سرمایه روان‌شناختی لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) با طیف پنج‌درجه‌ای به کار گرفته شد. این پرسشنامه ابعاد امید، انعطاف‌پذیری، خوش‌بینی و خودکارآمدی را می‌سنجد و هر بعد با شش پرسش سنجیده می‌شود. برای سنجش سرمایه اجتماعی پرسشنامه مورا و همکاران (۲۰۱۴) با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت به کار گرفته شد. در این پرسشنامه چهار گویه برای سنجش بعد ساختاری، سه گویه برای بعد رابطه‌ای و دو گویه نیز برای سنجش بعد شناختی به کار رفته است. برای سنجش سرمایه فکری پرسشنامه تامر و همکاران (۲۰۱۴) که مبتنی بر پرسشنامه بونتیس (۱۹۹۸) است، به کار گرفته شد، که نه گویه برای سنجش بعد مشتری، هشت گویه برای سنجش بعد انسانی و هشت گویه برای سنجش بعد ساختاری است. به منظور سنجش پایایی، با به کارگیری نرم‌افزار SPSS آلفای کرونباخ محاسبه شد که به ترتیب، برای سرمایه روان‌شناختی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری برابر با ۰/۷۱۱، ۰/۷۸۱ و ۰/۸۷۵ به دست آمد و برای کل پرسشنامه ۰/۸۳۶ محاسبه شد که چون بیش از ۰/۷ به دست آمد، پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است.

۴. یافته‌ها

در نمونه مورد بررسی، ۵۹/۷ درصد مرد و ۴۰/۳ زن بودند، سن ۳۳/۵ درصد زیر ۳۰ سال، ۳۸/۱ درصد ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۱/۴ درصد ۴۱ تا ۵۰ سال و ۷ درصد نیز بالای ۵۰ سال بود. درباره سطح تحصیلات نیز ۳/۴ درصد دارای مدرک دیپلم و زیر دیپلم، ۱۸/۲ درصد کاردانی، ۴۳/۶ درصد مدرک کارشناسی و ۳۴/۸ درصد نیز دارای مدرک کارشناسی‌ارشد و بالاتر بودند.

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها و مدل‌های مفهومی پژوهش، صحت مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای برون‌زا (سرمایه روان‌شناختی) و درون‌زا (سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری) بررسی شد. از این رو، در ادامه، مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش به‌طور جداگانه تحلیل شد و با شاخص‌های بررسی روایی و پایایی

مدل پژوهش تأیید شدند. همچنین، همبستگی بین سازه‌ها بررسی شد. همه متغیرها از رویه و توزیع مناسبی برخوردار هستند و پراکندگی تمامی متغیرها حول عدد ۳ است (جدول ۲).

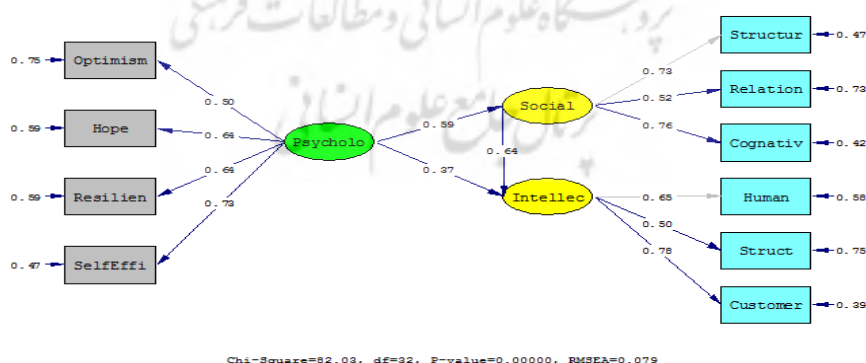
جدول ۲. همبستگی میان متغیرهای درون‌زا و برون‌زا

همبستگی میان متغیرها	سرمایه روان‌شناختی	سرمایه اجتماعی	سرمایه فکری
سرمایه روان‌شناختی	۱	-	-
سرمایه اجتماعی	۰/۴۳۳**	۱	-
سرمایه فکری	۰/۵۳۴**	۰/۵۸۶**	۱

** معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، روابط متغیرهای پژوهش در سطح معناداری ۰/۰۱ معنادارند. در این میان، بیشترین همبستگی معنادار مربوط به رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری با ۰/۵۸۰ درصد است و کمترین همبستگی مربوط به رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی با ۰/۴۳۳ درصد است. بنابراین، هرگونه بهبود در متغیر برون‌زا (سرمایه روان‌شناختی) باعث بهبود در متغیرهای درون‌زا (سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری) می‌شود.

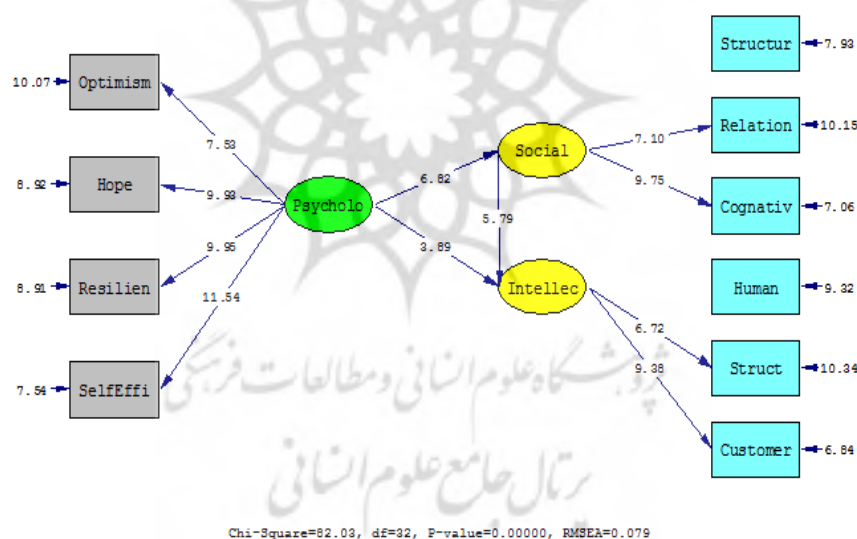
در ادامه، از طریق تحلیل مسیر فرضیه‌های پژوهش آزمون می‌شود.



شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش در حالت ضرایب استاندارد

شکل ۲ الگوی معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب استاندارد را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی ۰/۵۹ درصد و بر سرمایه فکری ۰/۳۷ تأثیر می‌گذارد. همچنین، سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری ۰/۶۴ درصد اثر می‌گذارد.

شکل ۳ الگوی معادلات ساختاری در حالت اعداد معناداری را نشان می‌دهد. مدل اعداد معناداری نشان می‌دهد که آیا رابطه بین سازه و بعد، و بعد و شاخص معنادار است یا خیر. اعداد معناداری میزان معنادار بودن هر یک از پارامترها را نشان می‌دهد و اگر مقدار آن بزرگتر از قدر مطلق عدد ۱/۹۶ باشد، پارامترهای مدل معنادارند. با توجه به اینکه برخی اعداد معناداری پارامترهای مدل از قدر مطلق ۱/۹۶ بزرگتر است؛ بنابراین، فرضیه‌های متغیر مربوط به آن تأیید می‌شود.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش در حالت اعداد معناداری

همان‌طور که شکل ۳ نشان می‌دهد، مقدار اعداد معناداری میان متغیرها از قدر مطلق ۱/۹۶ بیشتر است، بنابراین، فرضیه‌های اول، دوم و سوم تأیید می‌شود. یعنی، سرمایه

روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری تأثیر مثبت معناداری دارد. همچنین، سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۳. تحلیل مسیر ارتباط بین متغیرهای پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب بتا	آماره تی	نتیجه فرضیه
۱	سرمایه روان‌شناختی ← سرمایه اجتماعی	۰/۵۹	۶/۸۲	تأیید
۲	سرمایه روان‌شناختی ← سرمایه فکری	۰/۶۴	۵/۷۹	تأیید
۳	سرمایه اجتماعی ← سرمایه فکری	۰/۳۷	۳/۸۹	تأیید

جدول ۴. نتایج بررسی تأثیر غیرمستقیم بین متغیرهای پژوهش

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب تأثیر		آماره تی		کل		نتیجه فرضیه
			مستقیم	غیرمستقیم	مستقیم	غیرمستقیم	بتا	آماره تی	
۴	سرمایه روان‌شناختی	سرمایه فکری	۰/۳۷	۰/۳۸	۳/۸۹	۴/۹۲	۰/۷۵	۷/۹۳	تأیید

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در جهان کنونی که دوره تحولات لجام‌گسیخته و به قول تافلر، دوره جابه‌جایی قدرت است؛ بحث مدیریت دارایی‌های ملموس و ناملموس سازمان‌ها از جمله مباحثی است که به صورت همه‌جانبه افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر قرار داده است. به عقیده استورات (۱۹۹۷) سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به‌کار گرفته شود. در واقع، سرمایه فکری همه کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن را برای ایجاد ارزش افزوده دربرمی‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود.

نتایج آزمون همبستگی میان متغیرهای برون‌زا (سرمایه روان‌شناختی) و درون‌زا

(سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری) همبستگی معناداری در سطح ۰/۹۹ نشان داد که بیشترین همبستگی معنادار مربوط به رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری با ۰/۵۸۶ درصد است و کمترین میزان همبستگی معنادار به رابطه بین سرمایه روان‌شناختی با سرمایه اجتماعی با ۰/۳۴۴ درصد مربوط است. این بدین معناست که هرگونه بهبودی در متغیر برون‌زا (سرمایه روان‌شناختی) باعث بهبود در متغیرهای درون‌زا (سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری) می‌شود. نتایج تحلیل مسیر برای بررسی رابطه علیّ میان متغیرها و آزمون فرضیه، فرضیه‌های بیان‌شده پژوهش را تأیید کرد که هر یک جداگانه بررسی خواهند شد.

فرضیه اول پژوهش که بیان‌کننده تأثیر مثبت و معنادار سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی است، تأیید شد ($\beta=0.59$, $t=6.82$)، به این معنا که با افزایش سرمایه روان‌شناختی افراد، سرمایه اجتماعی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. این یافته با نتایج پژوهش بهادری خسروشاهی و همکاران (۱۳۹۱)، امیرخانی و عارف‌نژاد (۱۳۹۱)، آدلر و همکاران (۲۰۰۲)، اولیو (۲۰۰۶)، و تامر و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد. نوسانات تغییرات در وضعیت سرمایه روان‌شناختی در سطوح فردی و عمومی، با تغییر در میزان سرمایه اجتماعی رابطه و همخوانی دارد. به این ترتیب که سرمایه اجتماعی، با وضعیت مناسب‌تر سلامت فردی و عمومی، میزان خوش‌بینی بالاتر، افزایش انجام‌دادن رفتارهای مثبت بهداشتی، افزایش تاب‌آوری در برابر مشکلات و کاهش اختلالات روانی در ارتباط است. به نظر می‌رسد افراد با سرمایه روان‌شناختی بالاتر، تعاملات اجتماعی مداوم و بیشتری داشته‌اند و از زندگی اجتماعی بهتری بهره‌مند می‌شوند (امیرخانی و عارف‌نژاد، ۱۳۹۱).

همچنین، نتایج نشان داد با افزایش سرمایه روان‌شناختی افراد، سرمایه فکری آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. این یافته با نتایج پژوهش باردینیان و همکاران (۲۰۱۱) و تامر و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد. سرمایه روان‌شناختی، سازه‌ای ترکیبی و پیوسته است که چهار مؤلفه ادراکی - شناختی یعنی امید، خوش‌بینی، خودکارآمدی و تاب‌آوری را

دربرمی‌گیرد. این مؤلفه‌ها در یک فرایند تعاملی و ارزشیابانه، به زندگی فرد معنا می‌بخشند، تلاش فرد برای تغییر موقعیت‌های فشارزا را تداوم می‌دهند و او را برای ورود به صحنه عمل آماده می‌کنند، مقاومت و سرسختی وی در تحقق اهداف را تضمین می‌کند (بهادری خسروشاهی و همکاران، ۱۳۹۰). در این میان، سازمان‌ها می‌توان با الهام از روان‌شناسی مثبت‌گرایانه محیطی برای کارکنان فراهم کنند تا آن‌ها به راحتی بتوانند با یکدیگر تعامل کنند، به توانایی‌ها خود ایمان داشته باشند و به این باور برسند که می‌توانند در برابر مشکلات دوام بیاورند و از تجربه‌های و دانش‌های اندوخته یکدیگر به خوبی استفاده کنند تا بتوانند برای سازمان ارزش‌آفرینی کنند.

براساس نتایج آزمون فرضیه سوم پژوهش، با افزایش سرمایه اجتماعی افراد، سرمایه فکری آن‌ها نیز افزایش می‌یابد. این یافته با نتایج پژوهش قلیچ‌لی و مشبکی (۱۳۸۵)، توکلی و همکاران (۱۳۹۳)، خیرخواه (۱۳۹۰)، فقیهی‌پور و همکاران (۱۳۹۲)، ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، ریچه و همکاران (۲۰۰۹)، و تامر و همکاران (۲۰۱۴) همراستا است. سرمایه اجتماعی می‌تواند یکی از دارایی‌های نامشهود و باارزش سازمان به شمار آید و در ایجاد ابعاد انسانی، ساختاری و رابطه‌ای سرمایه فکری سازمان کمک کند.

در پژوهش حاضر تأثیر غیر مستقیم سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه فکری از طریق سرمایه اجتماعی نیز بررسی شد که این فرضیه نیز تأیید شد ($\beta=0.38, t=4.92$). این نتیجه نشان می‌دهد سرمایه روان‌شناختی علاوه بر اینکه به طور مستقیم بر سرمایه فکری اثر می‌گذارد، می‌تواند از طریق سرمایه اجتماعی نیز بر سرمایه فکری تأثیر معناداری داشته باشد.

پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود. یکی از آن محدودیت ابزار پرسشنامه بود که ممکن پاسخ‌دهندگان با توجه به ادراک و برداشت‌های خودشان به پرسش‌ها پاسخ داده باشند و از طرفی، پژوهش حاضر در یک سازمان با فرهنگ مربوط به خود اجرا شده است که تا حدی قابلیت تعمیم آن به سایر سازمان‌ها را با محدودیت روبه‌رو می‌کند.

منابع

۱. احمدی، علی اکبر، و فیض آبادی، حوریه (۱۳۹۰). «بررسی ارتقای سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان (نمونه موردی: سازمان‌های ستادی شهرداری تهران)». فصل‌نامه مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶، صص ۶۰-۷۸.
۲. اسدی، غلامحسین و ایوخنه القیانی، ماریا (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت‌ها». مطالعات تجربی حسابداری مالی، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۸۳-۱۰۳.
۳. امیرخانی، طیب، و عارف‌نژاد، محسن (۱۳۹۱). «تحلیل تأثیر رفتار شهروندی و سرمایه روان‌شناختی بر سرمایه اجتماعی». علوم مدیریت ایران، دوره ۷، شماره ۲۶، صص ۸۹-۱۱۲.
۴. بهادری خسروشاهی، جعفر، هاشمی نصرت‌آباد، تورج، و باباپور خیرالدین، جلیل (۱۳۹۱). «رابطه سرمایه روان‌شناختی با سرمایه اجتماعی دانشگاه تبریز». پژوهش و سلامت، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱۴۵-۱۵۳.
۵. توکلی، عبدالله، عزیزپور لندی، عبدالصمد، رضایی، الهام، و میرزایی، اشرف (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)». مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۶۵-۲۸۷.
۶. جاهد، حسینعلی، حسینی شاوون، امین، حسینی، سیده اسماء، و یاهک، سجاد (۱۳۸۹). «روش‌های آموزشی مؤثر در حفظ و توسعه سرمایه اجتماعی سازمان‌ها». دومین کنفرانس بین‌المللی مدیران آموزش (ITMC ۲۰۱). تهران، ایران.

۷. حسین‌پور، داود، و آذر، مهدی (۱۳۹۰). «بررسی رابطه سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی از نظر مدیران و کارکنان». مدیریت توسعه و تحول، دوره ۳، شماره ۷، صص ۱۹-۱۹.
۸. 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.
۹. صابری، علی، سلطان‌حسینی، محمد، ایزدی، بهزاد، و وزیریان، بهنوش (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر عدالت سازمانی بر سرمایه روان‌شناختی از طریق سرمایه اجتماعی (پیمایشی در اداره کل ورزش و جوانان استان اصفهان)». مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۲، شماره ۳، صص ۳۹۳-۴۳۱.
۱۰. علامه، سید محسن، طبائیان، ریحانه‌السادات، و توکلی، هدی (۱۳۹۵). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر تسهیم دانش و سرمایه فکری». بهبود و تحول، دوره ۲۵، شماره ۸۰، صص ۱۰۱-۱۱۸.
۱۱. فقیهی‌پور، جواد، غلیپور، شیرزاد، فقیهی‌پور، سمیه، و یگانی، حسین (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری کارکنان دانشگاه امام علی (ع)». مدیریت نظامی، شماره ۵۲، صص ۱۲۶-۱۶۷.
۱۲. قلیچ‌لی، بهروز، و مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). «نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه موردی: دو شرکت خودروسازی ایرانی)». دانش مدیریت، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۱۲۵-۱۴۷.
۱۳. محمودی، احمد، یونسی، جلیل، و رحیمی‌زاده، میثم (۱۳۹۳). «رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی با نقش میانجی خودکارآمدی در دبیران تربیت بدنی». رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۲، شماره ۷، صص ۲۳-۳۹.

۱۴. مقیمی، سید محمد، امامی، فرزانه، و کاظمی، معصومه (۱۳۹۰). «ارزیابی و اولویت‌بندی شاخصه‌های سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی در نظام دانشگاهی». *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۹-۶۰.

15. Adam, M. S., & Urquhart, C. (2009). "No man is an island: Social and human capital in IT capacity building in the Maldives". *Information and Organization*, Vol. 19, No. 1, pp. 1-21.
16. Adler, P. S., & Kwon, S. (2002). "Social capital: Prospects for a new concept". *Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1, pp. 17-40.
17. Arafat, N. M., & Shahimi, M. (2013). "An exploratory of the intangible assets: Methods of measuring intellectual capital". *3rd International Conference on Business, Economics, Management and Behavioral Sciences (ICBEMBS'2013)*, Singapore.
18. Avey, J. B., Patera, J. L., & Bradley, J. W. (2006). "The implications of positive psychological capital on employee absenteeism". *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 13, No. 2, pp. 42-60.
19. Badrinarayanan, V., Madhavaram, S., & Granot, E. (2011). "Global Virtual Sales Teams: A conceptual framework of the influence of intellectual and social capital on effectiveness". *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol. 31, No. 3, pp. 311-324.
20. Baily, T., & Snyder, C. (2007). "Satisfaction with life and hope: A look at age and marital status". *Psychological Record*, Vol. 57, No. 2, pp. 233-240.
21. Bandura, A. (2008). "An agentic perspective on positive psychology". In Lopez SJ, ed. *Positive psychology :Exploring the best in people*. Westport, CT: Greenwood Publishing Company, (pp. 167-196).
22. Carrillo ÁlvarezJordi, E., & Romaní Riera, J. (2017). "Measuring social capital :Further insights". *Gac Sanit*, Vol. 31, No. 1, pp. 57-61.

23. Cetin, F., & Basim, N. (2011). "The effects of the organizational psychological capital on the attitudes of commitment and satisfaction: A public sample in Turkey". *Social Sciences*, Vol. 21, No. 3, pp. 373-380.
24. Chuang, C. H., Chen, S. J., & Chuang, C. W. (2013). "Human resource management practices and organizational social capital: The role of industrial characteristics". *Journal of Business Research*, Vol. 66, No. 5, pp. 678-687.
25. DeCarolis, D., & Saporito, P. (2006). "Social capital, cognition and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 40, No. 1, pp. 41-56.
26. Dyer, J., & Singh, H. (1998). "The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage". *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 4, pp. 660-679.
27. Goldsmith, A., Veum, J., & Darity, W. (1997). "Unemployment, joblessness, psychological wellbeing and self-esteem: Theory and evidence". *Journal of Socio-Economic*, No. 26, pp. 133-158.
28. Grichnik, D., Brinckmann, L. S., & Manigart, S., (2014). "Beyond environmental scarcity: Human and social capital as driving forces of bootstrapping activities". *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, No. 2, pp. 310-326.
29. Hendriks, P. H. J., & Sousa, C. A. A. (2013). "Rethinking the liaisons between intellectual capital management and knowledge management". *Journal of Information Science*, Vol. 39, No. 2, pp. 270-285.
30. Inkpen, A. C., & Tsang, E. W. K. (2005). "Social capital, Networks, and knowledge transfer". *Academy of Management Review*, Vol. 30, No. 1, pp. 146-165.
31. Kohtamäki, M., Partanen, J., & Möller, K. (2013). "Making a profit with R&D services—The critical role of relational capital". *Industrial Marketing Management Journal*, No. 42, pp. 71-81.

32. Krause, J., Lalueza-Fox, C., & Orlando, L. (2007). "The derived FOXP2 variant of modern humans was shared with Neanderthals". *Current Biology*, No. 17, pp. 1908–1912.
33. Lawson, L., Jensen, V., & Otto, L. (2008). "The economics of use and non-use of antimicrobial growth promoters: the case of Danish broiler production". *Journal of International Farm Management*, Vol. 4, No. 2, pp. 1–13.
34. Lee, S. K. (2014). "The impact of social capital in ethnic religious communication networks on Korean immigrant's intercultural development". *International Journal of Intercultural Relations*, No. 43, pp. 289-303.
35. Lee, S. Y. (2015). "The effects of green supply chain management on the supplier's performance through social capital accumulation". *Supply Chain Management*, Vol. 20, No. 1, pp. 42–55.
36. Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). "The development and resulting performance impact of psychological capital". *Human Resource Development Quarterly*, NO. 21, pp. 41-67.
37. Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). "Positive psychological capital: Going beyond human and social capital". *Business Horizons*, No. 47, pp. 45–50.
38. Nahapiet, J., & Ghoshal S. (1998). "Social capital, intellectual capital and organizational advantage". *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 242-266.
39. Peterson, C. (2000). "The future of optimism". *American Psychologist*, Vol. 55, No. 1, pp. 44-55.
40. Reiche, S., Harzing, A., & Kraimer, M. L. (2009). "The role of international assignees' social capital in creating inter-unity capital: A cross-level model". *Journal of International Business Studies*, Vol. 40, No. 3, pp. 509-526.
41. Roos, G., & Roos, J. (1997). "Measuring your company's intellectual performance". *Long Range Planning*, Vol. 30, No. 3, pp. 413-426.
42. Shaban, M., & Kavida M. (2013). "Intellectual capital, financial performance and market valuation: An empirical investigation of information technology industry in India". *Asia-Pacific*

Journal of Management Research and Innovation, Vol. 9, No. 1, pp. 55-62.

43. Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital*. London: Nicholas Berkley Publishing.
44. Su, H. Y. (2014). Business ethics and the development of intellectual capital. *Journal of Business Ethics*, No. 119, pp. 87-98.
45. Tamer, I., Dereli, B., & Saglam, M. (2014). "Unorthodox forms of capital in organizations: positive psychological capital, intellectual capital and social capital". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 152, pp. 963 – 972.
46. Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). "Social capital and value creation: the role of intra-firm networks". *Academy of Management Journal*, Vol. 41, No. 4, pp. 464-476.
47. Tsai, Y. H., Ma, H. C., Lin, C. P., Chiu, C. K., & Chen, S. C. (2014). "Group social capital in virtual teaming contexts: A moderating role of positive affective tone in knowledge sharing". *Technological Forecasting and Social Change*, No. 86, pp. 13-20.
48. Waller, M. (2001). "Resilience in ecosystemic context: Evolution of the concept". *American Journal of Orthopsychiatry*, No. 71, pp. 290-297.
49. Yang, S. C., & Farn, C. K., (2009). "Social capital, behavioral control, and tacit knowledge sharing A multi-informant design". *International Journal of Information Management*, Vol. 29, No. 3, pp. 210-218.
50. Yu, Y., Hao, J. X., Dong, X. Y., & Khalifa, M., (2013). "A multilevel model for effects of social capital and knowledge sharing in knowledge-intensive work teams". *International Journal of Information Management*, Vol. 33, No. 5, pp. 780-790.
51. Zeglal, D., & Zigan. K. (2014). "Intellectual capital and its impact on business performance: Evidences from the Jordanian hotel industry". *Tourism and Hospitality Research*, Vol.13, No. 2, pp. 83-100.