ارزیابی سرمایه‌های فکری و اجتماعی شرکت‌های
رتبه‌بندی شده توسط شورای عالی انتخابات‌های ایران

استاد:
گروه مدیریت دانشگاه علوم و فناوری انسان
کارشناسی ارشد مدیریت;
شرکت همکاران مسیم

محمدمین رونقی

چکیده: در جهان رقابتی کنونی، یک شرکت علاوه بر توجه به سرمایه‌های فیزیکی، توانایی ارزیابی سرمایه‌های غیرفیزیکی نیز است. در این بین، حفظ و ترویج سرمایه‌های فکری و اجتماعی یک سازمان از جامعه و مؤثر برخوردار است. مقاله جامعی از نظر جامعه همکاری این دو سرمایه می‌باشد. به ارزیابی آنها در سازمان‌های ایرانی که در صحن ویژه شورای تفاوتی اطلاعات مشغول فعالیت هستند، پرداخته است. در ادامه، پژوهش‌های پیشین با هدف مسنجش ابعاد گوناگون سرمایه‌های فکری و اجتماعی در سازمان‌های تأثیرگذار در ترتیب‌بندی شده توسط شورای عالی انتخابات‌های ایران، مقایسه و آماره این نوع سرمایه‌ها را ترتیب‌بندی آنها توسط این شورا انجام داده است. هدف دیگر این پژوهش بررسی ارباط بین سرمایه‌های فکری و اجتماعی و امتیازهای شرکت در بالاترین دست سازمان‌ها و ارتباط بین عوامل بالاترین دست در فرض می‌باشد. ترکیب آماری تقریبی گردآوری‌های اسکیمیک و نتایج بااختصار بیان شده است.

کلیدواژه‌ها: سرمایه‌های فکری، سرمایه‌های اجتماعی، سرمایه‌های انتقالی، سرمایه‌های

ساختمانی، سرمایه‌های رابطه‌ای
امروز، بیان فعالیت سرمایه‌های موفق از تولید محوری به سمت دانش‌محوری انتقال یافته است (Hussi 2004). حركت به‌بسمه اقتصاد دانش‌محور موجب پرآمدن سازمان‌ها و توجه به سرمایه‌های غیرفیزیکی آنها شده است. به فراخور هم صنعت سرمایه‌های غیرفیزیکی سازمان‌ها تبدیل به عامل مؤثر و مزیت رقابتی گردیده‌اند. سرمایه‌های غیرفیزیکی یک سازمان ممکن است شامل مواردی مانند نامه‌های تجاری، دانش موجود در سازمان، تجربه‌های کارکنان، و روابط مشتریان گردد. در صورت نقص با یابوج هر یک از این سرمایه‌ها خسارت‌های جیران‌زاپری بر سازمان وارد می‌شود (AGRIC 2008).

صدعت اولین اطلاعات به‌دلیل تغییرات روزافزون از پویایی بالایی برخوردار است. همین امر موجب شده است نیاز این هوا دارای توان خود را به‌کار گیرند تا علم روز و پیچیده‌گی‌های محیطی خود آگاه باشند (Barney 2008). شناخت تناسبانی و صلاحیت‌های یک سازمان جهت واکنش نشان دادن به تغییرات محیطی بسیار حائز اهمیت است. بررسی سرمایه‌های مشهود و غیرمشهود یک سازمان نشان دهندهی (Han and Han 2004) در حافظه با و توجه سازمان ایفا می‌کند. شرکت‌های نرم‌افزاری ایرانی نیز از این قاعده مستثنی نیستند و مالکیت سرمایه‌های فکری و اجتماعی آنها در موفقیت شان تأثیر گذار است. در این مقاله، ابتدا به معرفی سرمایه‌های فکری و اطلاعی معتبر آن برداخته می‌شود، سپس نظیر سرمایه اجتماعی ایجاد آن بررسی می‌گردد. در ادامه، شوی شبیه‌سازی شرکت‌ها از سوی شوای عالی افراد ویژه با اختصار فراوان ارزش می‌شود. در نها، مدلی که از نتایج فرضی‌هایی تحقیق حاصل شده است، ارائه می‌گردد.


2. سرمایه فکری

اصطلاح سرمایه فکری را اولین بار گالبرایت در سال 1969 مطرح کرد (Barney 2008). در تعریف ساده سرمایه فکری عبارت است از تفاوت بین آرزش معامله‌ای و آرزش دفتری (معامله‌ای) دارایی‌های یک شرکت (Choo and Bontis 2002) براساس این تعریف، سرمایه فکری فرآیندهای و دارایی‌های هستند که به‌طور معمول در ترانزاسیون معنی‌دار شوند. این بر قیمت معامله‌ای تأثیر می‌گذاشته و تام استوارت 3 معتقد است سرمایه فکری مر چیز نامه‌ای است که موجب حفظ یک سازمان در شرایط رقابتی با دیگر رقابتی می‌شود و نامه نامه‌ای است که تجربه کارکنان (Nahapiet and Ghoshal 1998) در الگویی که توسط استکلادی، شرکت مالی- بیمیای سوئدی) ارائه شده است، سرمایه فکری به‌عنوان یک ابزار مدیریتی
جهت هدایت سرمایه‌های نامنوسه یک سازمان و ایجاد ارزش افزوده برای آن معرفی شده است (Bucklew and Edvinsson 1999).

3.1. الگوهای سرمایه فکری

(Bontis 2002)

3.2. الگوهای سرمایه فکری

(Bontis 1998)

شکل 1. الگوهای بانتیس (1998)
در این الگو، سرمایه فکری به بخش‌هایی سرمایه انسانی و دارایی‌های فکری و مالکیت فکری تقسیم می‌شود. اولی را می‌توان به عنوان مشارکت‌هایی که شاخه‌هایی از جمله فنون، مهارت‌ها، جوین و حافظه سازمان تلقی کرد که شاخص‌های چون تجربه، فنون، مهارت‌ها، و حافظه سازمانی را دربرمی‌گیرد.

- دارایی‌های فکری: دانش صریح طبقه‌بندی شده که سازمان ادعای مالکیت آن را دارد شامل می‌شود.

- مالکیت فکری: نوعی دارایی فکری است که از لحاظ قانونی به‌طور رسمی به‌نام سازمان لیست شده است؛ تعدادی به آن قابل پیگرد قانونی است (شکل 2).

(Sullivan 2000)

شکل 2. الگوی سالیوان (2000)

3-3 الگوی اسکان

برای سرمایه فکری، اسکان یک الگوی سلسله مراتبی ارائه داده است (Edvinsson 1999)。

- سرمایه‌های انسانی: اشاره به شایستگی کارکنان و قابلیت‌های آنها دارد. به عنوان مثال،...
نشریه سرمایه‌های فکری و اجتماعی | فیلیپ و روکن

اگر یک سازمان کارگرانش را آموزش دهد، در حقيقة سرمایه‌انسانی نیازبوده است.

- سرمایه‌ساختاری: نتیجه‌ای از سرمایه‌های فکری است و در صورت اطلاعات و منابع
  داشت و تعیین می‌شود. در واقع، آن دارایی‌هایی که پس از رفتگی کارگران در
  سازمان برگزار می‌شود.

- سرمایه مشتریان: مجموعه ارتباطات سازمان با مشتریان است که برای هر سازمانی
  می‌تواند ارائه منحصربه‌فردی تلقی شود.

- سرمایه‌سازی: شامل دارایی‌هایی است که نهاده‌اش در پست‌های مختلف و نوآوری‌های
  سازمان است.

- سرمایه فرآیندی: به فرآیندهای ارائه‌دهنده سرمایه‌ای اشاره دارد، مانند فرمول‌های ویژه
  ترکیب مواد برای تولیدات و شبکه‌های ارتباطی کار و تجارت مدیریتی.

- سرمایه‌نواوری: شامل دانش‌آموزان و دارایی‌های فکری که شناسایی هر دوی آنها
  دوست است. همانند فرهنگ مثبت (شکل 3).

(Bucklew and Edvinsson 1999)

(Brooking 1996)
- دارایی های انسان محور: شامل مهارت‌ها و تجربه‌های حل مشکل می‌شود.
- دارایی ساختاری: شامل همه قاچاری‌ها و فرآیندها و خط مشی‌هایی که یک سازمان
جهت عملکرد صحیح استفاده می‌کند.
- دارایی های ماکتی فکری: شامل ماکتی معنوی همانند اعتراض می‌شود (شکل 4).

(Brooking 1996)

شکل 4: الگوی بروکینگ (1996)

3-5 الگوی روس
طبقننده روس تنهای بسیار زیادی با الگوی سلسله‌مراتب اسکان دارد. در این الگو،
سرمایه فکری به دو بخش قابلیت مدیریت، فراگیری، حکم و کار فعال و قابلیت توسعه کسب
و کارهای جدید تفسیر می‌شود (Roos and Roos 1997). تماز این مدل با مدل اسکان در
تفسیر می‌شود و بیان جنبش‌های است (شکل 5).
شکل 5. اگویی روس (1997)
نمودار ۶. اگوی سوپی (۲۰۰۲)

سوبی این اگو را مشتمل بر سه بخش در نظر گرفته است:
- شایستگی کارکنان: شامل ظرفیت عملکرد در شرایط گوناگون برای ایجاد دارایی‌های مشهور و نامه‌های است.
- ساختار داخلی: شامل حق اختراز، مفاهیم، الگوها، و نظام‌های اطلاعاتی و اداری هستند.
- ساختار خارجی: اشاره به ارتباطات با مشتریان و نامه‌های تجاری، شهرت، و تجسم عمومی سازمان دارد که بخشه از این دارایی‌ها به عنوان دارایی‌های قانونی تلقی می‌شود.

در این اگو، کارکنان ارائه‌های اصلی هستند و تماس دارایی‌ها و ساختارهای شرکت، چه مشهور و چه نامه‌های، تبیین‌آی از عملکرد نیروی انسانی هستند (شکل ۶).

1. Public Image
2. McLowry
ширکت و همکاری بین عضو بیش از این که با خلق هنجارها و اعتماً
منتقل موجه تحقیق اهداف می‌شود، اشاره دارد (Bueo and Salmador 2004).
ضرار در تعداد
دیگری از سرمایه اجتماعی ارائه شده است. در اینجا به یکی از آنها اشاره می‌گردد:
طبیعی کامل از نهادها، اعمال، ابزارها، و رفتارهای یاد گرفته شده، که گروه‌ها و افراد را قادر
می‌سازد تا فضاهای فیزیکی را به‌دور و فضاهای فرهنگی را مساعدت نماید (2001).
سیرمایه اجتماعی دریب‌گیرنده ویژگی‌های اجتماعی سازمان از جملع ماهیت شبکه و
هنگارها و مراتب اعتماً اجتماعی است.

نادات و گوشال (1998) سیرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع
با مقصود و بالقوه موجود در درون یک شبکه تعیین می‌کند که از تعاملات بین فرد یا واحد
اجتماعی ناشی می‌شود.
0. ابعاد سرمایه اجتماعی

مفهوم از زاویه متفاوتی به طبقه‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به طبقه‌بندی ارائه‌شده گروه کنی از دانشگاه هاروارد اشاره کرد. این طبقه‌بندی شامل قابلیت استفاده، مشاوره، رهبری مدیری، حضور دارویی، تووانایی برقراری روابط غیررسمی، تبادل در معارف، مشاوره سیاسی، و حداقل می‌شود (Jashapara 2004).

ناهید و گوشال با رویکرد سازمانی به طبقه‌بندی سرمایه اجتماعی پرداخته است و آن را شامل موارد ذیل می‌دانند (Nahapiet and Ghoshal 1998):

1. عناصر ساختاری: اشاره به الگوی تماس بین افراد دارد. اجزای آن عبارتند از:

الف) روابط شبکه‌ای: کانال‌های اطلاعاتی هستند که زمان دسترسی به اطلاعات را کاهش می‌دهند.

ب) پیکربندی روابط شبکه‌ای: ویژگی‌های ساختار شبکه‌میانه تراکم و پیوند سلسله مرتب و قابلیت دسترسی به اعضا را شامل می‌شوند.

ج) سازمان مناسب: سازمان اجتماعی مناسب می‌تواند یک شبکه بالقوه دسترسی به اعضا و اطلاعات و دانش سازمانی را فراهم کند.

2. عناصر فرآیندی:

الف) ذهن مشترک: ذهن ابرازی است که از آن طریق افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند.

ب) اطلاعات را تبادل می‌کنند و در زبان مشترک قابلیت ترکیب اطلاعات را ایجاد می‌کنند.

3. عناصر هنجاره‌ای: به هنجارها انتظارات و رفاهی که افراد در ارث اعمالات خود با یکدیگر دارند که شامل:

الف) استفاده از اعتماد تأمین کننده ارتباطات و گفتگوی است. تأیید می‌کند که اعتماد، ایجاد سرمایه فکری را تسهیل می‌کند (Bontis 2002).

ب) هنجارها: انتظارات رفاهی که دارای معنی مشترک باشد (Greene 2001).

(1) باشته‌ها: باشته‌ها نشان دهنده یک تعداد برای انجام یک فعالیت در آینده است. ناهید و گوشال معین کننده که افراد برای برداری دانش اثر می‌گذارند (Nahapiet and Ghoshal 1998).

1. Kennedy Group
نظراتی: هویت فراپی اکسان که افراد احساس می‌کنند با گروه آن فرد دیگری عضو یک مجموعه واحده ساینتی (Nahapiet and Ghoshal 1998) می‌باشد. احساس تعلق و همبستگی شکل می‌گیرد.

6. نحوه امتیاز‌دهی شرکت‌های عضو شورای عالی افزایش‌کننده در سایت شورای عالی افزایش‌کننده، عنوان شده است سه عامل رضایت مشتری و نیروی انسانی و در آن‌های ارزیابی شرکت‌ها به معنی رتبه‌های آنها قرار می‌گیرند. به‌دلیل مشخص شدن ملاک‌های ارزیابی رضایت مشتری به دو عامل نیروی انسانی و درآمدهای ارزیابی اکنون شده است.

سهم عامل نیروی انسانی، 80 درصد و عامل درآمدها، 20 درصد از امتیاز کل شرکت است. میزان درآمدها مسئول مالیات اظهارشده در اظهارنامه‌های مالیاتی و برگ قطعی مالیاتی‌ها می‌باشد. مایل به حفظ حقوق و دستمزد اظهارشده در جدول مربوط به حقوق و دستمزد پرداختی اظهارنامه مالیاتی ملاک سنجش عامل نیروی انسانی شرکت‌هاست. برای محاسبه ۲ امتیاز تراژه‌ه شرکت به‌صورت برای شرکت به‌عنوان این برای محاسبه ۴ امتیاز تراژه‌ه شرکت به‌عنوان این و درآمدها شرکت از فرمول زیر استفاده می‌شود:

\[ \text{حقوق پرداختی} = \frac{1}{6} \times 2 + \frac{1}{6} \times 4 \]

7. مدل مفهومی تحقیق

براساس مطالعات انجام شده (ادیبیت پژوهش) مدل مفهومی تحقیق طراحی شد (شکل 8). همان‌گونه که در قسمت ادیبات ملاحظه شد، سرمایه‌فکری به‌عنوان یکی از اجزایی از تأثیر خصوصیات اقتصادی، از مدل‌های زیرین طراحی کنندهی این تأثیر آن اثر گذارد. است. این پژوهش، پس از مشاوره با کارشناسان و استادان دانشگاه از گروه بانکی و نظریه‌دانشیابی به‌عنوان دو گروه اصلی انجام این پژوهش اخوان‌شده است. در مدل پژوهش، سرمایه‌فکری دارای سه بعد سرمایه‌فکری، سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌فکری از دیدگاه دریایی است که رابطه بین آنها با سرمایه‌ای اجتماعی و امتیاز به‌دست‌آورده شرکت مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

1. www.shci.ir
8. روش شناسی تحقیق

این تحقیق، با استفاده از روش توصیفی- توصیفی انجام شده و سعی شده است با شناخت ابعاد سرمایه‌های فکری و اجتماعی به ارزیابی آنها پرداخته شود. همچنین، بررسی رابطه امتیاز حاصل از رتبه‌بندی هر شرکت با میزان سرمایه‌های فکری و اجتماعی شرکت‌ها از دیگر اهداف این پژوهش است. در پایان، نتیجه‌کننده انتباه بین متغیرهای اصلی پژوهش است، ارزانی می‌گردد.

در این مرحله، داده‌های تحقیق از دو طریق بدست آمده‌اند: اول مصاحبه و نظرسنجی از گروه کارشناسی متشکل از چهار مسئول عالی‌رتبه شرکت‌های متعدد و رتبه‌بندی شده و دو استاد پژوهشگر دانشگاه (دارای مقالات در نشریات‌های علمی پژوهشی و دانشگاهی در موضوعات مربوط) و دوم، توزیع پرسشنامه ویژه این تحقیق در میان عناصر جامعه تحقیق و جمع آوری آنها (پرسشنامه‌ها توسط مدیران عامل با در موارد اندکی نمایندگان متخیم‌شناسان که تصمیم گیرندگان هم‌طرات آنها بودند، تکمیل شده است).

9. مشخصات جامعه و نمونه آماری

عناصر جامعه آماری این پژوهش، مدیران عامل قابل دسترس (بیشتر موافقت آنها برای تکمیل پرسشنامه پیماشی) که شرکت‌هایی هستند که شرکت با مدیریت آنها در زمینه نرم‌افزارهای کامپیوتری فعالیت داشته باشند؛
- توسط شورای عالی انفورماتیک رتبه‌بندی شده باشند.
تعداد عناصر این جامعه با در نظر گرفتن محدودیت‌های زمینه و جغرافیایی و امکانات محققان در نهایت به ۶۰ نفر رسید. کل این افراد جامعه این پژوهش را تشکیل دادند. به‌طور تقریبی، هم‌زمان با کسب موقت، پرسش‌نامه برای همه آنان ارسال گردید و با پیگیری‌های قرار این پرسش‌نامه قابل استفاده ظرفیتی بیش از یک ماه جمع آوری شد.

10. اثر اندازه‌گیری (پرسش‌نامه)

به‌منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسش‌نامه استفاده شده است. در این پژوهش، از طریق مطالعه مقالات و مداوم مراجع دیگر و با بررسی ساختار و محتمل پرسش‌نامه استاندارد، بانی سازی از ارزیابی سرمایه‌های فکری و طبیعی کنونی و یافته‌های اخیر در زمینه سرمایه‌های فکری و اجتماعی و شاخص‌های قدیمی آنها جهت تنظیم سوالات پرسش‌نامه جمع آوری شد. پرسش‌نامه مقدماتی ارزیابی سرمایه‌های فکری و اجتماعی با تکیه بر عوامل و شاخص‌های اشاره‌شده در طراحی گردید. این پرسش‌نامه شامل 55 سوال (بر مبنای معادله اندازه‌گیری 8 متغیر سرمایه‌های فکری و 16 متغیر سرمایه‌های اجتماعی) است. همه پرسش‌ها از نوع بنی به اطلاعات 7 گزینه‌ای طراحی شده‌اند.

در این پژوهش، پرسش‌نامه مقداماتی از طریق انجام مصاحبه‌های با خبرگان گروه کارشناسی، برای روان‌های، مورد بررسی قرار گرفت. بسیاری اصلاحات اشتباه در محتوای پرسش‌ها به عمل آمده تا رویایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت و توزیع پرسشنامه انجام شد.

برای تعیین پایایی شوهره‌ها معنی‌داری که برده می‌شود، از جمله می‌توان به روش تکرار آزمون (بازآزمایی)، روش معادل سازی (سوزناز و همتا)، روش تصنیف (دو نیمه کردن پرسشنامه) و محاسبه همبستگی نمرات در دو دسته، روش کودریچاوسون و روش آلفای کرونباخ اشاره کرد. در این پژوهش، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ از این محتوای یک تغییر می‌کند. هر چه آلفا به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی پرسشنامه می‌تواند بیشتر تلقی شود. مقدار آلفا مساوی ۰/۷/۳/۳ به‌دست آمد که نمایانگر پایای قابل قبول است.

11. متغیرهای تحقیق

پس از مطالعه تحقیقات پیشین و مصاحبه با متخصصان، عوامل زیادی جهت ارزیابی سرمایه‌های اجتماعی و فکری استخراج شد. پس از مشاوره با خبرگان گروه کارشناسی، متغیرهای تحقیق به سه بخش تقسیم شدند: (۱) متغیرهای مربوط به سرمایه اجتماعی و (۲) متغیرهای مربوط به سرمایه فکری و (۳) امتیاز اخذه‌هاه در شرکت از نظر علیه انفورماتیک.
جدول ۱. متغیرهای مربوط به سرمایه‌های اجتماعی و جدول ۲ متغیرهای ابعاد مربوط به سرمایه‌های فکری را نشان می‌دهد.

### جدول ۱. متغیرهای مربوط به سرمایه‌های اجتماعی

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>بعد شناختی</th>
<th>بعد رابطه‌ای</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زبان مشترک</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>حکایات مشترک</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اعتماد</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>هنجارگی</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>الزامات</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>روابط شبکه‌ای</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پیکره‌نگی شبکه‌ای</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>سازمان مناسب</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### جدول ۲. متغیرهای مربوط به سرمایه‌های فکری

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>بعد انحلالی</th>
<th>بعد رابطه‌ای</th>
<th>بعد ساختاری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کارگر/انرژی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی پیش‌بینی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تمرکز خدمات کارگر/انرژی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>همکاری‌گرایی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پایگیری</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>رضایت مشتری</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شرایط منصفانه رهگیری</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تداوم رابطه با مشتری</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>سهم بازار</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی آسان به اطلاعات</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>فرهنگ حمایت کننده</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>زمان انجام کار</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ساختار سازمانی مناسب</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>نیازمندی</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ناوگاری</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>درآمد</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
13. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق
برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون Z استفاده شد.
مقادیر ضرایب همبستگی بین متغیرهای در جدول‌های ۳ و ۴ مشاهده می‌شود.

جدول ۳. ضرایب همبستگی بین سرمایه‌های فکری و سرمایه‌های اجتماعی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سرمایه‌های ساختاری</th>
<th>سرمایه‌های اجتماعی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سرمایه‌های ساختاری</td>
<td>۴۴/۳</td>
</tr>
<tr>
<td>سرمایه‌های اجتماعی</td>
<td>۵۹/۳</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۴. ضرایب همبستگی بین سرمایه‌های اجتماعی و فکری و امتیاز شرکت در شورای انتخاباتی
جهت ارزیابی همبستگی بین متغیرها در گروه - و مناسب بودن سرمایه اجتماعی و
فکری شرکت‌های تأمین آشفته به تعداد نمونه از آزمون ۲ استفاده شده. در سطح اطمینان
95 درصد فرصت‌های تحقیق تایید شدند.

**۱۴. مدل پیشنهادی پژوهش**

با توجه به اگری پانیس و نظره ناهایی و براساس نتایج حاصل از تحقیق، بین متغیرهای
سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و امتیاز اهدافشده شرکت‌ها توسط شورای عالی انرژوماتیک
ارتباط معنی‌دار و مثبت وجود دارد. برای موفقیت که شرکت‌های که امتیاز بیشتری دارند، میزان
توجه مدیران آنها به شاخص‌های این دو سرمایه بیشتر است. این نتایج در قابلیت مدیریتی
بیشتر اظهار شده. (شکل ۹) روایت مدل در سطح جامعه آماری مورد تایید قرار گرفت.

**شکل ۹: مدل پیشنهادی پژوهش**
15. نتیجه‌گیری
از امتیازهای اخذ‌شده شرکت‌های نرم‌افزاری و با توجه به نتایج فرضی‌های اول و دوم می‌توان بیان داشت، تا حد زیادی شرکت‌های نرم‌افزاری عضو شرکت‌های انفورماتیک از سرمایه‌های اجتماعی و فکری خویی برخوردارند و مدیران این شرکت‌ها به اهمیت این عوامل حیاتی بر موفیت در محیط کسب و کار خود آگاه هستند. ارتقاء بین متغیرهای سرمایه اجتماعی شرکت‌ها و سرمایه فکری آنها تأیید گردید. بنابراین دیگر، شرکت‌هایی که از سرمایه اجتماعی مناسب‌تری برخوردار بودند از سرمایه فکری بهتری نیز بهره می‌بردند. نحوه امتیاز‌بندی شرکت‌های انفورماتیک، بکی از دعده‌های این پژوهش بود. محاسبه فقط دو عامل برای حفظ پرداختی به عنوان شاخص ارتباط و درآمد شرکت و همچنین در نظر گرفتن عامل رضایت مشتری تا حدی کازابلی این امتیاز‌بندی را به جایش کشیده بود. اما، با توجه به نتایج فرضی ششم و هفتم مشاهده شد شرکت‌هایی که امتیاز بیشتری را توسط شورا کسب کرده بودند، از سرمایه‌های فکری و اجتماعی بهتری برخوردار بوده‌اند. درصورتی که دو عامل سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی به عنوان عامل موفقیت یک سازمان محسوب شوند، با توجه به ارتقاء مثبت در متغیرهای، شرکت‌هایی که امتیاز بیشتری توسط شورا گرفته‌اند شرکت‌های موفق‌تری هستند و نیمی‌کارایی امتیاز‌بندی شورای عالی انفورماتیک را رد کرد.

16. منابع


Evaluation of Intellectual and Social Capital of Companies Ranked by Iran’s High Informatics Council

Kamran Feizi
Professor of Faculty of Management, Allameh Tabatabai University

Mohammad Hossein Ronaghi*
M.A. in Management

Abstract: To overcome the competition, a company not only focuses on physical capital, but also focuses on intellectual capital. Company can achieve a competitive advantage and earn profit by owning intellectual capital. Since intellectual capital is intangible, there is a need for sufficient transparency in management and measurement. This study was a descriptive survey. The purpose of this paper was to examine the inter-relationships and the interaction effects among intellectual capital components and to demonstrate the impact of intellectual capital on organizational performance, in IT industry. The main conclusion from this particular study was the intellectual capital has influence on IT companies' performance.

Keywords: intellectual capital, human capital, relational capital, structural capital

1. kamfeizi@yahoo.com
*Corresponding author: mh_ronaghi@yahoo.com