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

کامران فیضی
گروه مدیریت دانشگاه علوم طبیعی
کارشناس ارشد مدیریت، شرکت همکاران مسئول

محمدحسین رونقی

چکیده: در جهان رقابتی کنونی، یک شرکت علاوه بر توجه به سرمایه‌های توانمند کنترل و ارزیابی سرمایه‌های غیرфинانسی یکی از استراتژی‌های حفظ و تهیه‌سازی سرمایه‌های فکری و اجتماعی یک سازمان از جایگاه ویژهای برخوردار است. مقاله حاضر ضمن معرفی ابعاد مختلف این دو سرمایه جایزه‌ی به‌ارزیابی آنها در بین سازمان‌های ایرانی که در صنعت پردازش فناوری اطلاعات مشغول فعالیت می‌باشند، برداشته است. در ادامه، پژوهش‌های پیشینی با هدف مشاهده آثار سرمایه‌های فکری و اجتماعی در بین سازمان‌های تولیدکننده شد تا توسط شورای عالی افکارمیک ایران و مقایسه رابطه این نوع سرمایه‌ها و ارزیابی آنها توسط این شورای مهم توجه است. هدف دیگر این پژوهش بررسی ارتباط بین سرمایه‌های فکری و اجتماعی و امتیازهایی که شرکت در تولید کالا و خدمات دارد بررسی و ارتباط بین عوامل دقیقه این اعمال با عوامل قابل است. مورد تحلیل داده‌های ارتباط بین سرمایه‌های فکری و اجتماعی شرکت‌های تولیدکننده است. 

کلیدواژه‌ها: سرمایه‌های فکری، سرمایه اجتماعی، سرمایه فنی، سرمایه
1. مقدمه

اکثر مؤلفان، تأثیر سرمایه‌های فکری و اجتماعی بر سازمان‌ها موجب گردیده است که این مقوله دچار تغییرات و توسعه بیشتر شود و به‌طور گسترده‌تر در مدیریت سازمان‌ها به کار برده شود. در این مقاله، از جمله بیانگر به‌کارگیری سرمایه‌های فکری و اجتماعی در سازمان‌ها می‌باشد.

2. سرمایه فکری

اصطلاح سرمایه‌های فکری برای اولین بار توسط Barney (1986) در مطالعه‌ای ارائه گردید. این مطالعه از جمله‌ای از تحقیقات اجتماعی و اقتصادی است که به‌طور کلی به نظر می‌رسد که هر دو به‌کارگیری سرمایه‌های فکری و اجتماعی در سازمان‌ها می‌باشد. در این مقاله، مدلی که از نتایج فرضیه‌های تحقیق حاصل شده است، ارائه می‌گردد.

پایتخت سرمایه‌های فکری و اجتماعی... | فیزی و روانی

جهت هدایت سرمایه‌های نامه‌های کس سازمان و ایجاد ارزش افزوده برای آن معرفی شده است

(Bucklew and Edvinsson 1999)

3. الگوهای سرمایه فکری

(Bontis 2002)

1-3. الگوی باتیس

1-3. الگوی باتیس

1. الگوی باتیس (1998)

شکل ۱. الگوی باتیس (1998)
در این الگو، سرمایه فکری به بخش‌های سرمایه انسانی و دارایی‌های فکری و مالکیت فکری تقسیم می‌شود. اولی را می‌توان به عنوان منشای دومی و سومی در نظر گرفت.

- سرمایه انسانی: می‌توان آن را به‌عنوان دانش کارکنان سازمان تلقی کرد که شامل هایی چون تجربه، فنون، مهارت‌ها و حافظه سازمانی را دربرمی‌گیرد.

- دارایی‌های فکری: دانش‌هایی طبیعی و منجر به ارزش‌هایی سازمانی است که در بهره‌برداری مالکیت آن را دارد.

- مالکیت فکری: نوعی دارایی فکری است که از لحاظ قانونی به‌طور رسمی به نام سازمان لشته است؛ تعهد به آن قابل پیگرد قانونی است (شکل 2).

![شکل 2: الگوی سالیوان (2000)](attachment:image)

(Sullivan 2000)

3-3 الگوی استکان

برای سرمایه فکری، استکان یک الگوی سلسله مراتبی ارائه‌دهنده است (Edvinsson 1999).

- سرمایه‌های انسانی: اشاره به شایستگی کارکنان و قابلیت‌های آن‌ها دارد. به عنوان مثال،
بucklew and edvinsson (1999)

(Brooking 1996)

در این ایکو، سرمایه فکری به عوامل زیر تقسیم می‌شود:

- دارایی‌های بازار: شامل تمام دارایی‌های نامه‌رود بازار مالی، نشانات جهانی و
  سفارش‌های فروش و مشتریان می‌شود.
- دارایی‌های انسان محور: شامل مهارت‌ها و تجربه‌های حل مشکل می‌شود.
- دارایی‌ساختاری: شامل همه قارونی‌ها و فراوی‌ها و خط مشی‌هایی که یک سازمان جهت عملکرد صحیح استفاده می‌کند.
- دارایی‌های مالکیت فکری: شامل مالکیت معنوی همانند اختراع می‌شود (شکل ۴).

شکل ۴: الگوی بروکینگ (۱۹۹۶)

(Brooking 1996)

۳-۵ الگوی روس
طبقه‌بندی الگوی روس توسط بسیار زیادی با الگوی سلسله مراتبی اسکان دارد. در این الگو، سرمایه‌های فکری به دو بخش قابلیت مدریت فراوی‌های کسب و کار خصوصی و قابلیت توسعه کسب و کار به دو قسم نیز تقسیم‌بندی می‌شود (Roos and Roos 1997). تفاوت این مدل با مدل اسکان در تقسیم‌بندی و بیان جزئیات است (شکل ۵).
شکل ۵. اگوی رو (۱۹۹۷)
سیبی (Sveiby 2002) این اگر در نظر گرفته است:
- شایستگی کارکنان: شامل ظرفیت عملکرد در شرایط گوناگون برای ایجاد دارایی‌های مشهور و ناممشهور است.
- ساختار داخلی: شامل حق اختراو، مفاهیم، گروه‌ها، و نظام‌های اطلاعاتی و اداری هستند.
- ساختار خارجی: ارزش‌های اصلی هستند و تشکیل می‌شوند و شامل دارایی‌های مشهور و ناممشهور، بیشتر، و تجاری می‌باشند، که برخی از این دارایی‌ها به عنوان دارایی‌های قانونی تلقی می‌شوند.

در این اگر، کارکنان ارزش‌های اصلی هستند و تمام دارایی‌ها و ساختارهای شرکت، چه مشهور و چه ناممشهور، تبعیضی از عملکرد نیروی انسانی هستند (شکل 4).

![شکل 4: الگوی سیبی (Sveiby 2002)](image-url)

(3. الگوی مکانیکی)

مکانیکی مدل ارزش سرمایه‌های فکری استنداردا را با اضافه کردن دو مفهوم سرمایه اجتماعی و سرمایه خلاقیت اصلاح کرد. در این صورت، سرمایه مشتریان زیر مجموعه‌ای از سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود (شکل 7).

1. Public Image
2. McLowry
سرباریهای اجتماعی به تجمع پیوندی و ارتباطات اعضای سازمان که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف می‌شود اشاره دارد (Bueo and Salmador 2004). تعاریف متعدد دیگری از سرباریهای اجتماعی ارائه شده است. در اینجا به بعضی از آنها اشاره می‌گردد:


۲. سرباریهای اجتماعی: در گیژن‌های و یا گیژن‌های اجتماعی سازمان از حیث ماهیت شکوه و هنری و مراتب اعتماد اجتماعی است. (Nahapiet and Ghoshal 1998) به عنوان جمع منابع به فعالیت و بالقوه موجود در درون یک شکله تعیین می‌کند که از تعاملات یک فرد یا واحد اجتماعی ناشی می‌شود.

شکل ۷. اگودی مکانیوری (2004)
5. ابعاد سرمایه اجتماعی

محققان از زوایای منافاتی به طبقه‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند که از آن جمله می‌توان به طبقه‌بندی ارائه شده گروه کنده‌ای از دانشگاه‌های ژوراسد اشاره کرد. این طبقه‌بندی شامل قابلیت اعتماد، مشارکت و رهبری مدنی، خوشبختی و روحیه دوام‌طلبی، توافق‌برداری و روابط غیررسمی، نوع در میان‌رستن‌ها، مشارکت سیاسی، و عدالت‌می‌شود (Jashapara 2004).

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

1- عنصر ساختاری: اشاره به الهی 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 شبکه‌مانند تراکم و پیوند سلسله مرتب و قابلیت دسترسی به اعضای را شامل می‌شوند.

ج) سازمان مناسب: سازمان اجتماعی مناسب می‌تواند یک شبکه بالقوه دسترسی به اعضای و اطلاعات دانش‌سازی را فراهم و قابلیت تقابل آن را تضمین کند.

2- بعث شناختی: اشاره به نظام معنایی مشترک و توازن و تبیین‌های بین گروه‌ها دارد که شامل الف) ژنان مشترک: جنب ایزی است، که از آن طرف افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و اطلاعات را تبادل می‌کنند و ب) حکایت‌های مشترک: شماری داستان‌ها و استعاره‌های است که در یک جامعه موجب حفظ مجموعه‌های معنایی می‌شود.

3- بعث رابطه‌ای: بعد از توصیف کننده روابطی است که افراد در اثر تعاملات خود با یکدیگر دارند که شامل:
الف) اعتماد: اعتماد تأمین کننده ارتباطات و گسترش امکان است. بانیسی تأکید می‌کند که اعتماد ایجاد سرمایه فکری را تسهیل می‌کند (Bontis 2002).

ب) هنجاره‌ها: انتظارات افراد به میزان مشترک باشد (Greene 2001).

ج) یابی‌ها: یابی‌ها نشان‌دهنده یک تعمید برای انجام یکی فعالیت در آینده است.

ناهیت و گوشال معقیدند که افراد برای دسترسی و انگیزه‌ی افراد برای تبادل دانش اصلی می‌گذارند (Nahapiet and Ghoshal 1998).

1. Kennedy Group
6) هیأت: هر فرایندهای است که افراد احساس می‌کنند با گیوه‌ها یا گردی در عضو
یک مجموعه واحدهتند (Nahapiet and Ghoshal 1998).

احساس تعلق و همبستگی شکل می‌گیرد.

6. نحوه امتیازبندی شرکت‌های عضو شورای عالی انفورماتیک

در سایت شورای عالی انفورماتیک، دسترسی به سایت شرکت‌های اطلاعاتی و نیروی
انسانی و در ادامه، مبنا از ارزیابی شرکت‌ها به منظور تبدیل آنها قرار می‌گیرد. به‌دلیل مشخص
ندشدن ملاک‌های ارزیابی رضایت مشتری به دو عامل نیروی انسانی و در ادامه برای ارزیابی اکنون

شده است.

سه‌هم عامل نیروی انسانی، دو درصد و عامل در ادامه، 20 درصد از امتیاز کل شرکت است.

میزان در ادامه مشمول مالیات اطلاعاتی در اطلاعات‌های مالی‌ای با گیوه قطعی مالی‌ای شرکت‌ها،
ملاک محاسبه عامل در ادامه است. میزان حقوق و دستمزد اطلاعاتی در جدول مربوط به حقوق
و دستمزد پرداختی اطلاعات‌های مالی‌ای، ملاک سنبل عامل نیروی انسانی شرکت‌هاست.

برای محاسبه 7 میزان تراز شده، شرکت به صورت برابر از شاخص‌های نیروی انسانی

و در ادامه شرکت از فرمول زیر استفاده می‌شود:

\[ \text{حقوق پرداختی} = \frac{7}{\frac{1}{6} + \text{در ادامه مشمول مالیات} \times \frac{4}{9}} \]

7. مدل مفهومی تحقیق

براساس مطالعات انجام شده (ادیبات پژوهش) مدل مفهومی تحقیق طراحی شد (شکل 8).

همان‌گونه که در قسمت ادبیات ملاحظه شده، سرمایه فکری از دیدگاه‌های مفاوتی بررسی شده
است و مدل‌ها تعیین‌برای این ارائه گردیده است. در این پژوهش، یک از مشاوره با
کارشناسان و استادان دانشگاه، کلیه برای، نظره تباهت به عنوان دو کلید اصلی انجام این
پژوهش انتخاب شدند. در مدل پژوهش، سرمایه فکری دارای سه بعد سرمایه انسانی، سرمایه
ساختاری و سرمایه رابطه‌ای است که رابطه بین آنها با سرمایه اجتماعی و امتیاز‌ها اخضشد هر
شرکت مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت.

1. www.shci.ir
8 روش شناسی تحقیق

این تحقیق، با استفاده از روش توصیفی- کیفی اجرا 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، مدلی که تیمی کننده ارتباط بین متغیرهای اصلی پژوهش است، ارائه می‌گردد.

در این مرحله، داده‌های تحقیق از دو ترتیب به‌دست آمده‌اند: اول، مصاحبه و نظرخواهی از گروه کارشناسی متشکل از چهار مسئول علیه شرکت‌های معبر و رتبه‌بندی شده و دو استاد پژوهشگر دانشگاه (دارای مقالات در نشریه‌های علمی پژوهشی و دانشگاهی در موضوعات مربوط) و دوم، توزیع پرسشنامه و پیش این تحقیق در میان عناصر جامعه تحقیق و جمع آوری آنها (پرسشنامه‌ها توسط مدیران عامل با دو موارد آن‌ها نمایندگان مختبین‌گان حمایت و تصمیم گیرندگان هم‌طور آنها بودند، تکمیل شده است).

9 مشخصات جامعه و نمونه آماری

عناصر جامعه آماری این پژوهش، مدیران عامل قابل دسترس (پیشرفت موافقته آنها برای تکمیل پرسشنامه پیام‌رسانی کسب شده بود) شرکت‌هایی هستند که شرکت با مدیریت آنها:
- در زمینه نزاع‌افزارهای کامپیوتری فعالیت داشته باشند;
- توسط شرکای عالی انفورماتیک رتبه‌بندی شده باشند.
تعداد عناصر این جامعه با در نظر گرفتن محدودیت‌های زماني و جغرافیایی و امکانات محکمان، در نهایت به ۶۰ نفر رسید. کل این افراد جامعه این پژوهش را تشکیل دادند. به‌طور تقریبی، همزمان با کسب موافقت، پرسشنامه برای همه آنان ارسال گردید و به یکی‌یکی های فراوان تعداد ۲۷ پرسشنامه قابل استفاده ظرف بیش از یک هر مجمع آوری شد.

۱۰. اثر اندازه‌گیری (پرسشنامه)

به‌منظور اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش، از طریق مطالعه مقالات و منابع متعدد، دیگر و با بررسی ساختار و محضیابی پرسشنامه استاندارد بانی، راه‌بری‌زدن سرپرستی از سلسله راهنمای انجام در طرح تحقیق، تهیه پرسشنامه با متغیرهای اجتماعی، عوامل کلیدی سنجش سرپرستی از فکری و اجتماعی و شاخه‌های افتاده گیری آنها جهت تهیه پرسشنامه مقدماتی از سرپرستی فکری و اجتماعی با نکته بر عوامل و شاخه‌های اشاره شده طراحی گردید. این پرسشنامه شامل ۵۵ سوال (۸ مبارزه‌های افتاده‌گیری، ۸ متغیر سرپرستی فکری، ۱۶ متغیر سرپرستی اجتماعی و ۱۶ متغیر سرپرستی اجتماعی) است.

همه پرسش‌ها از نوع بسته‌ای ثابت ۷ گزینه‌ای طراحي شده‌اند.

در این پژوهش، پرسشنامه مقدماتی از طریق انجام مصاحبه‌های با خبرگان گروه کارشناسی، برای روان‌شناسی، مورد بررسی قرار گرفت. پایه‌های اصلاحات انتخابی در محوری بخش شده با عمل آمد تا روابط پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت و توضیح پرسشنامه انجام شد. برای تعیین یکنواختی شهوهای مختلفی به کار برده می‌شد، از جمله می‌توان به روش تکرار آزمون (بازآزمایی)، روش میان‌گروهی (میانگین و همتا)، روش نتیجه‌گیری (دو نیمه کردن) پرسشنامه و محاسبه همبستگی نمرات در دو دسته، روش کوکرپاردیسون و روش آلفای کرونباخ اشاره کرد.

در این پژوهش، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ از صفر تا مثبت یک تغییر می‌کند. هر چه آلفا به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی پرسشنامه می‌تواند بهتر تلقی شود. مقدار آلفا مساوی ۷۳.۷ به‌دست آمده که نماینگر یک تقابل قبولی است.

۱۱. متغیرهای تحقیق

پس از مطالعه تحقیقات پیشین و مصاحبه با متخصصان، عوامل زیادی جهت ارزیابی سرپرستی‌های اجتماعی و فکری استخراج شد. پس از مشاوره با خبرگان گروه کارشناسی، متغیرهای تحقیق به شرح پخش تقسمی شدند: ۱) متغیرهای مربوط به سرپرستی اجتماعی و ۲) متغیرهای مربوط به سرپرستی فکری و ۳) امتیاز اخلاق‌های مرکزی از جمله علائم اخلاق‌های افتاده‌گیری. 

۲۰۱
جدول ۱ متغیرهای ابعاد مربوط به سرمایه‌های اجتماعی و جدول ۲ متغیرهای ابعاد مربوط به سرمایه‌های فکری را نشان می‌دهد.

<table>
<thead>
<tr>
<th>جدول ۱: متغیرهای مربوط به سرمایه‌های اجتماعی</th>
<th>بعد شناختی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زبان مشترک</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>حکایات مشترک</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>اعتماد</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>هنگام</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>افزایش</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>جدول ۲: متغیرهای مربوط به سرمایه‌های فکری</td>
<td>بعد نمایشی</td>
</tr>
<tr>
<td>کارگاه خلاقی</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>آزادی بیان</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ترک خدمت کارگاه</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>همکاری گروهی</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>پیادگیری</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>رضایت مشتری</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شرایط منصفانه قراردادها</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>تداوم رابطه با مشتری</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>سهم بازار</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی آسان به اطلاعات</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>فرهنگ حمایت کننده</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>زمان انجام کار</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ساختار سازمانی مناسب</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شفاهی دانش</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>نوآوری</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>درآمد</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
12. فرضیه‌های تحقیق

برای زرگ کااوی متغیرهای تحقیق، تعداد ۷ فرضیه طراحی شده است. دو فرضیه اول و دوم، مناسب بودن سرمایه فکری و اجتماعی را در بین جامعه ارژیایی می‌کند. سه فرضیه بعد (سوم و چهارم و پنجم) به برسی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری با سرمایه اجتماعی می‌پردازد.

دو فرضیه آخر (ششم و هفتم) رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری را با امتیاز هر شرکت که توسط شورای عالی انتخاباتی محاسبه شده است، بررسی می‌کند.

فرضیه اول: مدیران شرکت‌های ترم فزاری به شاخص‌های سرمایه اجتماعی توجه می‌کنند.
فرضیه دوم: مدیران شرکت‌های ترم فزاری به شاخص‌های سرمایه فکری توجه می‌کنند.
فرضیه سوم: بین سرمایه اجتماعی و سرمایه رابطه‌های شرکت‌های ترم فزاری رابطه مشابه وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین سرمایه اجتماعی و سرمایه شاخصی شرکت‌های ترم فزاری رابطه مشابه وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی شرکت‌های ترم فزاری رابطه مشابه وجود دارد.

فرضیه ششم: بین سرمایه اجتماعی و امتیاز اخذ شده شرکت‌های ترم فزاری رابطه مشابه وجود دارد.

فرضیه هفتم: بین سرمایه فکری و امتیاز اخذ شده شرکت‌های ترم فزاری رابطه مشابه وجود دارد.

13. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از ضرایب همبستگی اسپیرمن و آزمون Z استفاده شد.

مقادیر ضرایب همبستگی بین متغیرها در جدول‌های ۳ و ۴ مشاهده می‌شود.

جدول ۳. ضرایب همبستگی بین سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سرمایه اجتماعی</th>
<th>سرمایه فکری</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سرمایه ساختاری</td>
<td>۰/۴۴</td>
</tr>
<tr>
<td>سرمایه اجتماعی</td>
<td>۰/۴۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۴. ضرایب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و امتیاز شرکت در شورای انتخاباتی

<table>
<thead>
<tr>
<th>سرمایه اجتماعی</th>
<th>امتیاز شرکت</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سرمایه اجتماعی</td>
<td>۰/۷۴</td>
</tr>
<tr>
<td>امتیاز شرکت</td>
<td>۰/۶۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

203
جهت ارزیابی همبستگی بین متغیرها در کل جامعه و مناسب بودن سرمایه اجتماعی و فکری شرکت‌های نرم‌افزاری با توجه به تعداد نمونه از آزمون ۲ استفاده شد. در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه‌های تحقیق تأیید شدند.

۱۴. مدل پیشنهادی پژوهش

با توجه به الگوی بانی و نظریه ناهایی و براساس نتایج حاصل از تحقیق، بین متغیرهای سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و امتیاز اخذشده شرکت‌ها توسط شورای عالی انفورماتیک ارتباط معنادار و مثبت وجود دارد. بدین مفهوم که شرکت‌هایی که امتیاز بیشتری دارند، میزان توجه مدیران آنها به شاخص‌های این دو سرمایه بیشتر است. این نتایج در قابلیت مدلهای تبیین گردید (شکل ۹). روایت مدل در سطح جامعه آماری مورد تایید قرار گرفت.
نتیجه گیری
از امتیازهای اخذشده، شرکت‌های نرم‌افزاری و با توجه به نتایج فرضیه‌های اول و دوم
می‌توان بیان داشت، با حداکثر شرکت‌های نرم‌افزاری عضو شورای انفورماتیک از
سرمایه‌های اجتماعی و فکری خوی بروخوردارند و می‌دانند این شرکت‌ها به اهمیت این عوامل
به وسیله بر موفقیت در محيط کسب و کار خود آگاه هستند. ارتقاء بین متغیرهای سرمایه
اجتماعی شرکت‌ها و سرمایه فکری آنها تأیید گردید. به‌نظر اینچنین، شرکت‌هایی که از سرمایه
اجتماعی مناسب‌تری بروخوردار بودند از سرمایه فکری بیشتری نیز بهره می‌برند. نحوه امتیاز‌بندی
شورای انفورماتیک، یکی از دانشگاه‌های این پژوهش بود. محاصل فقط به عوامل علیه حقوق
پرداختی به عنوان شاخص تیروی انسانی و درآمد شرکت و همچنین نظرات اهداف
رضايت مشتری تا حدی کارا و این امتیاز‌بندی را به جای کشیده بود. اما، با توجه به نتایج
فرضیه ششم و هفتم مشاهده شد شرکت‌هایی که امتیاز بیشتری را توسط شورا کسب کرده
بودند از سرمایه‌های فکری و اجتماعی بیشتری بروخوردار بودند. درصورتی که این عوامل سرمایه
فکری و سرمایه اجتماعی به عنوان عوامل موفقیت یک سازمان محصول شوند، با توجه به ارتقاء
مثبت بین متغیرهای شرکت‌هایی که امتیاز بیشتری توسط شورا گرفته‌اند شرکت‌های موفق تری
هستند و نمی‌توان کارا و امتیاز‌بندی شورای عالی انفورماتیک را رد کرد.

16. منابع
Barney. S. 2008. The relative importance of aspects of intellectual capital for software companies.
Management Decision 36 (2): 63-76.
Bontis. N. 2002. Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: Framing and
Capital 5 (4): 556 - 574.
Choo, C. W. and N. Bontis. 2002. The strategic management of intellectual capital and organizational
Greene, J. 2001. Social and cultural capital in Colonial British America, a case study. Cambridge:
Cambridge University Press.
Han, D., and I. Han. 2004. Prioritization and selection of intellectual capital measurement indicators using
analytic hierarchy process for the mobile telecommunications industry. Expert Systems with


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

Kamran Feiz
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