



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
سال دهم / شماره چهل‌ام / زمستان ۱۴۰۰

اثر تعدیل‌کننده عدم اطمینان محیطی و وجود روابط تجاری بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و بازده سرمایه‌گذاری (عملکرد) در بورس اوراق بهادار تهران

سید جواد ابراهیمیان

گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران.

عباسعلی پورآقاجان

گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران. (نویسنده مسئول)
abbas_acc46@yahoo.com

جواد رضانی

گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران.

محمد مهدی عباسیان

گروه حسابداری، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۵/۰۳ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۷/۰۶

چکیده

دانش، اطلاعات و تجربه را که جمعاً سرمایه‌فکری می‌نامند، اصل و مبنای موفقیت در قرن بیست و یکم هستند. این منابع نامشهود، کلید ایجاد و حفظ مزیت رقابتی می‌باشند. بنابراین هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش تعدیل‌کننده عدم اطمینان محیطی و وجود روابط تجاری بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و ارزش واقعی شرکت‌ها و کارکرد مالی آنهاست؛ مسئله‌ای که اهمیت و جایگاه تعیین‌کننده‌ای در موفقیت یا شکست شرکت‌ها دارد. نکته قابل توجه این پژوهش بررسی موضوعات سرمایه اجتماعی و عملکرد شرکت‌ها تحت شرایط عدم اطمینان محیطی و نیز وجود روابط تجاری متأثر از دارایی‌های دانشی است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش را تعداد ۴۸۸ نفر از مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهند که از بین آنها ۲۱۵ نفر با تخصیص متناسب شده از جدول برآورد حجم نمونه مورگان به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از روش آمار توصیفی دسته‌بندی و طبقه‌بندی می‌شود. سپس از روش مدل معادلات ساختاری (SEM) و برای تعیین روابط بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات با استفاده از نرم‌افزار AMOS انجام شد. نتایج نشان داد که روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بعنوان متغیرهای میانجی در رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد کلی اعم از عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری نقش ایفا می‌کنند با این تفاوت که تأثیر روابط تجاری به شکل مثبت ولی عدم اطمینان محیطی به شکل منفی است.

واژه‌های کلیدی: عدم اطمینان محیطی، روابط تجاری، سرمایه اجتماعی، عملکرد.

۱- مقدمه

امروزه، در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها، ارتباطات میان اعضای یک شبکه بعنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه‌انسانی و فیزیکی و کلید اصلی در رشد منابع سازمانی است. سرمایه‌اجتماعی در گذشته منحصرأ درباره افراد و گروه‌ها کاربرد داشته است، و اخیراً در تجزیه و تحلیل سازمانی وارد شده است. فوکویاما (۱۹۹۵) بیان می‌کند که بسیاری از گروه‌ها و سازمان‌های اثربخش دارای سطح بالایی از اعتماد یا سرمایه اجتماعی هستند. افراد اعتماد یا سرمایه اجتماعی را خود نمی‌سازند، بلکه اعتماد وقتی شکل می‌گیرد که افراد هنجارهای رایج و ارزش‌ها را تسهیم می‌کنند و اعتماد را به وجود می‌آورند. ایجاد سرمایه اجتماعی به دلیل مبتنی بودن بر اصول اخلاقی، اعتماد و فضیلت گروهی کاری دشوار است؛ هر چند وقتی که ایجاد شود نیز بادوام خواهد بود. مفهوم سرمایه‌اجتماعی در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و اخیراً در علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه‌اجتماعی در سطح فردی بعنوان ویژگی‌های اجتماعی فردی، مانند مهارت‌ها، روابط با دیگران و شهرت که این عوامل برای ایجاد بازار و یا تعامل با دیگران بسیار مهم‌اند. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از ابعاد شناختی، رابطه‌ای، ساختاری و چندبعدی میان افراد است. این سرمایه به سرمایه ناشی از تعامل با افراد اشاره دارد.

ایجاد بهبود در هر سازمانی نیازمند بررسی عملکرد سازمان^۱ و برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری جهت بهبود عملکرد می‌باشد. لذا ضرورت توجه به عملکرد سازمان و ارزیابی آن بر کسی پوشیده نیست. امروزه سازمان‌ها؛ زمان، انرژی و منابع قابل توجهی را صرف ارزیابی عملکرد خود جهت دستیابی به اهداف استراتژیک تعیین شده می‌کنند، اما بررسی‌ها حاکی از آن است که نظام‌های ارزیابی عملکرد سنتی با شرایط حاکم و ساز و کارهای مطرح در سازمان‌های مدرن امروزی تناسب ندارند، و به ارزیابی ارزش حاصل از دارایی‌های نامشهودی، مانند دانش کارکنان، روابط سازمان با مشتریان و تأمین‌کنندگان و فرهنگ‌های نوآور وفادار نیستند.

پیچیدگی محیط عرصه رقابتی کسب و کار و افزایش انتظارات مشتریان، ضرورت آگاهی از نقاط قوت و ضعف سازمان و بهبود مستمر بهره‌وری را بیش از پیش آشکار نموده است. از این رو مدیران امروزی در جستجوی دستیابی به یک راه حل جامع، قابل اعتماد و انعطاف‌پذیر جهت ارزیابی عملکرد سازمان خود بوده تا ضمن حصول اطمینان از اجرای استراتژی‌های خود، بتوانند اطلاعات دقیق و کافی از جایگاه امروز خویش را به دست آورده و با نگاه به آینده موجبات ارتقاء و بهبود سازمان خود را فراهم نمایند.

مسئله اصلی این پژوهش بررسی نقش و اهمیت سرمایه فکری و سرمایه‌اجتماعی در ارزش واقعی شرکت‌ها و کارکرد مالی آنهاست؛ مسئله‌ای که اهمیت و جایگاه تعیین‌کننده‌ای در موفقیت یا شکست شرکت‌ها دارد. نکته قابل توجه این تحقیق بررسی موضوعات فوق تحت شرایط عدم اطمینان محیطی^۲ و نیز وجود روابط تجاری^۳ متأثر از دارایی‌های دانشی است. از سوی دیگر به دلیل اقبال و توجه رو به افزایش شرکت‌های مطرح نسبت به

مفهوم دارایی‌های دانشی (سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی)، این پژوهش تلاشی برای ارج نهادن بر این مفهوم در کشور نیز به شمار می‌آید.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

با وقوع انقلاب تکنولوژی و فناوری اطلاعات، از سال‌های بعد از ۱۹۹۰، الگوی اقتصاد جهانی، تغییر اساسی کرد. دانش، اطلاعات و تجربه را که جمعاً سرمایه فکری می‌نامند، اصل و مبنای موفقیت در قرن بیست و یکم هستند. این منابع نامشهود، کلید ایجاد و حفظ مزیت رقابتی می‌باشند. استوارت اعتقاد دارد سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری ۴، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. در واقع سرمایه فکری، همه کارکنان، دانش سازمانی و منابع انسانی گروه‌های هم‌سطح و توانایی‌های آنها را در ایجاد ارزش افزوده، در بر می‌گیرد و باعث ایجاد منافع رقابتی مستمر می‌شود. در معنایی ساده، سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازار و ارزش دفتری سازمان است (زنگال، ۵، ۲۰۱۰). به طور کلی می‌توان گفت سرمایه فکری عامل اصلی ایجاد ارزش در سازمان است و سازمان‌ها در حال حرکت به سمت خلق ارزش از طریق سرمایه فکری هستند. اندازه‌گیری سرمایه فکری از دو جنبه دارای اهمیت است. یکی، درون سازمانی، که هدف از آن تخصیص بهتر منابع در راستای کارآیی و به حداقل رساندن هزینه‌های سازمان است و دیگری، برون سازمانی، که هدف از آن، در دسترس قرار دادن اطلاعات سرمایه‌گذاری‌های موجود و بالقوه سازمان برای پیش-بینی رشد آینده و نیز برنامه‌ریزی‌های بلندمدت است.

بر مبنای مفاهیم اجتماعی رده‌بالا و تئوری‌های سرمایه فکری، روابط بینابینی در میان اجزای سرمایه فکری وجود دارد. صاحب‌نظران حوزه سرمایه فکری، اتفاق نظر دارند که سرمایه فکری از سه عنصر تشکیل شده است: سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی (یعنی ساختاری)، و سرمایه مشتری (رابطه‌ای). سرمایه انسانی؛ شامل دارایی‌های بالقوه ایجاد کننده ارزش سازمان است زیرا از طریق سرمایه انسانی، سازمان، قابلیت‌ها و مهارت‌ها را برای ادغام ایده‌ها بکار می‌گیرد و ابداع سازمانی را با یا بدون بکارگیری استخدام‌کننده (تحصیل، مهارت و آموزش) برای ایجاد ارزش افزایش می‌دهد و به نوبه خود رضایت و وفاداری مشتری را فراهم می‌آورد (ومبرگ، هومبورگ و بورنمن ۶، ۲۰۱۵). سرمایه انسانی بیشتر از دیگر شکل‌های سرمایه به عملکرد سازمانی از لحاظ کارآیی کمک می‌کند و بدیهی است حفظ و بهبود سرمایه انسانی نیاز به واسطه‌های اجتماعی دارد، از طرفی عملکرد سازمانی برتر می‌تواند با سرمایه انسانی حاصل آید (میلر، اوکسو و مهرتورا، ۷، ۲۰۱۵). سرمایه سازمانی؛ شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان می‌باشد که در بر گیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌ها و برنامه‌های اجرایی، فرآیندها، راهبردها و بطور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش باشد، می‌شود. این سرمایه شامل دانشی است که حتی وقتی کارکنان، سازمان را ترک می‌کنند، در سازمان باقی می‌ماند (کیانتو و همکاران، ۸، ۲۰۱۰). سرمایه سازمانی می‌تواند بعنوان حمایت‌کننده ایجاد منابع ویژه شرکت تصور گردد و به نظر می‌رسد که سرمایه سازمانی یک ویژگی مهم برای توضیح بازده بازار و عملکرد در سر تا سر شرکت‌ها باشد (چن و اینکلار، ۹، ۲۰۱۵). به منظور ارتباط مؤثر با افراد برون سازمان و افزایش مزیت بازاری در

زمینه عملکرد بازار رقابتی، سرمایه‌سازمانی نقش مهمی را در افزایش ظرفیت سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. شرکت‌ها بایستی سرمایه‌انسانی و سرمایه‌سازمانی بسازند، اگر می‌خواهند سرمایه اجتماعی را تقویت کنند تا عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری ۱۰ بدست آورند. سرمایه مشتری؛ شامل همه روابطی است که بین سازمان با هر فرد یا سازمان دیگری وجود دارد. این افراد و سازمان‌ها می‌توانند شامل مشتریان، واسطه‌ها، کارکنان، جوامع، اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران و غیره باشند. در واقع سرمایه مشتری توانایی سازمان را برای تعامل مثبت با اعضای جامعه کسب و کار از طریق بهبود سرمایه‌انسانی و سازمانی فراهم می‌آورد. سرمایه مشتری یک پل و سازمان دهنده عملیات سرمایه فکری تلقی می‌شود و یک عامل تعیین کننده در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است.

علیرغم اهمیت زیاد سرمایه فکری برای رونق بخشی به اقتصاد کشورها، فقدان نوع دیگری از سرمایه باعث می‌شود تا سرمایه‌های فیزیکی، اقتصادی و انسانی نتوانند به عواملی برای رونق بخشی به کسب و کار مبدل شوند. از آخرین دهه قرن گذشته، اقتصاد دانان با وارد کردن متغیرهای سرمایه اجتماعی به مدل‌هایی که برای مطالعه میزان تأثیر عوامل مختلف بر رشد اقتصادی کشورها طراحی می‌کردند، گام مهمی برداشتند. سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی مدرن مطرح شده است (افراخته و دیگران، ۲۰۱۴) و به افراد اجازه می‌دهد تا با استفاده از آن به اهداف خود برسند (خوش فر و دیگران، ۲۰۱۳). سرمایه اجتماعی بعنوان یکی از مهمترین متغیرهای اجتماعی بهبود کسب و کار، به ساده‌ترین معنا عبارت است از؛ مجموعه شاخص‌های مربوط به سه مؤلفه اعتماد، هنجارها (ی نوع دوستانه) و شبکه‌ها (به معنای مشارکت). به اعتقاد برخی، انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی، امنیت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی و ارتباطات اجتماعی از مؤلفه‌های مهم تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی هستند (رستمی و دیگران، ۲۰۱۳) و در این بین سه مؤلفه اعتماد اجتماعی، مشارکت و انسجام اجتماعی اهمیتی بیشتر دارند زیرا در بر گیرنده سایر ابعاد سرمایه اجتماعی هستند و هم مکمل یکدیگرند (فراهانی و دیگران، ۲۰۱۳).

دیدگاه اصلی تئوری سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های روابط (به معنای مشارکت) می‌تواند تبادلات با ارزش منابع، جریان‌های اطلاعات و انتقالات دانش را برای اعضای شبکه تشکیل دهند (کیم و دیگران، ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی باعث افزایش بهره‌وری، بهبود عملکرد سازمان‌ها و افزایش سطح همکاری میان آنها می‌شود و با تسهیل نوآوری و خلاقیت، سهم مهمی در رونق بخشی به بخش‌های مختلف اقتصاد یک کشور دارد.

در جوامع دانش محور کنونی بازده سرمایه فکری در مقابل سرمایه مالی اهمیت زیادی دارد و اکثر مدیران و سرمایه‌گذاران و سایر گروه‌های ذینفع در پی یافتن رابطه میان سرمایه فکری ایجاد شده و عملکرد بازار شرکت‌ها هستند تا در تصمیمات مالی خود از این اطلاعات بهره‌مند گردند. از آنجایی که یکی از مهم‌ترین اهداف تهیه صورت‌های مالی، ارائه اطلاعات مفید و قابل اعتماد در تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان از این اطلاعات می‌باشد، لذا نادیده گرفتن اطلاعات مربوط به سرمایه فکری مانع از شناخت کافی عوامل بهبود عملکرد سازمان‌ها خواهد شد. عملکرد سازمانی پدیده‌ای پیچیده است که شاید ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت‌های معطوف به دستیابی بر اهداف سازمانی دانست. یکی از روش‌های بررسی بهبود عملکرد سازمان‌ها، بررسی عوامل

اثرگذار در آن است، که این امر موجب اهمیت سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی شده است، زیرا سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی شامل قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی هستند که می‌توانند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش در بهبود عملکرد کمک بسیار کنند. مسأله اهمیت سرمایه اجتماعی و ضرورت مناسب بودن کسب و کار برای عملکرد متعادل اقتصادی موضوعی بس مهم است. سازمان‌ها با محوریت قرار دادن تسهیل روابط میان افراد در حوزه‌های مختلف، تقویت هنجارهای اخلاقی و اعتماد باعث ارتقای سرمایه اجتماعی و بهبود روابط تجاری می‌شوند. تقویت روابط تجاری و سرمایه اجتماعی نقش مهمی را در بازاریابی ایفا می‌کند زیرا سرمایه اجتماعی بر اعتماد سازمان‌ها و فعالیت‌های جمعی تأثیر می‌گذارد و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا تصمیمات خود را سازماندهی کنند (کیم و دیگران، ۲۰۱۶).

روابط تجاری بسط سرمایه اجتماعی است و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهند تا اولویت‌های مشتریان و مزیت‌های بازاری در مقایسه با دیگر رقبا را بهتر شناسایی کنند. به عبارت دیگر، روابط تجاری به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا سرمایه اجتماعی بدست آورند و به قابلیت‌ها و منابع دیگر سازمان‌ها دسترسی داشته باشند و بیانگر قابلیت‌های پویای سازمان می‌باشند و از آن برای پاسخ سریع به نیازهای متغیر بازار استفاده می‌کنند و اینگونه سازمان‌ها را در رسیدن به عملکرد بازاری بهتر یاری می‌رسانند (وویی، ۲۰۱۱).

هزاره ای که ما در آن زندگی می‌کنیم پر است از پیچیدگی، دگرگونی و تحول در ابعاد و اشکال گوناگون و اندازه‌گیری آن تقریباً برای ما غیر ممکن است. این پیچیدگی به ابهام و عدم اطمینان می‌انجامد. عدم اطمینان - محیطی هنگامی به وجود می‌آید که افراد و سازمان‌ها، اطمینان کاملی به ادراکشان نسبت به رویدادهای اساسی و تغییرات در محیط کسب و کارشان ندارند و خود را ناتوان از پیش‌بینی صحیح آینده می‌بینند. طبیعی است سازمان‌هایی که در این عصر زندگی می‌کنند با دشواری‌های بسیاری روبرو شوند زیرا با محیطی نامطمئن مواجه هستند. البته این نمی‌تواند معنا و مفهوم بدی داشته باشد، زیرا هر قدر که میزان تغییرات در جامعه‌ای بیشتر باشد نیازهای مشتری و مصرف‌کننده از اطلاعات هم تغییر می‌کند و در چنین شرایطی سازمان‌ها و شرکت‌ها به اطلاعات بیشتر و روش‌ها و برنامه‌ریزی‌های منسجم‌تری نیاز دارند. در این فضا روابط تجاری پویا این تحولات را جزء به جزء دنبال می‌کنند. شرکت‌ها برای باقی ماندن در یک محیط صنعتی نامطمئن، باید تلاش‌هایشان را افزایش دهند تا منابع فکری را بوجود آورند که انگیزه را با بهسازی موقعیت بازار، تنظیم ساختار سازمانی، فرآیندهای عملیاتی و رابط تجاری در پاسخ به نیازهای مشتری تغییر دهند و یک محیط پویا را تقویت کنند. از آنجایی که عدم اطمینان محیطی بر خلاف انتظار معمول در آینده دور رخ می‌دهد باعث افزایش هزینه فرصت و ریسک بیشتری می‌شود و بنابراین منفعت ایجاد سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد. در شرایط عدم اطمینان - محیطی، تلاش برای تقویت قابلیت‌هایی که حدی از اطمینان را در میان بازیگران اقتصادی فراهم می‌کند باعث بهبود عملکرد کلی^{۱۱} خواهد شد (جبار زاده و همکاران، ۱۳۹۳).

به منظور بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر عملکرد، مطالعات متعددی توسط (عباسی و گلدی صدقی، ۲۰۱۰)، (امانیا و اسدی، ۲۰۱۱)، (دهقان خانقانی و کاظمی، ۲۰۱۱)، (محمودآبادی و همکاران، ۲۰۱۲)، (رضایی و همکاران، ۲۰۱۳)، (خدادادی و همکاران، ۱۳۹۴) و غیره انجام شده است، که به طور کلی بیان

می‌دارند؛ شرکت‌های دارای سرمایه اجتماعی بالاتر از عملکرد بهتری برخوردار هستند. اما سئوالات در این مورد که چگونه تئوری‌های سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران اثر می‌گذارد، باقی است. بنابراین، این مطالعه تلاش می‌کند تا تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد و نقش تعدیل‌کننده عدم اطمینان محیطی و روابط تجاری را در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دهد. در نتیجه، در این تحقیق در پی پاسخگویی به این سئوالات هستیم که:

- ۱) آیا سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی اثر معناداری دارد؟
- ۲) آیا سرمایه اجتماعی بر عملکرد بازاری اثر معناداری دارد؟
- ۳) آیا روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی نقش تعدیل‌کننده دارند؟
- ۴) آیا روابط تجاری بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری نقش تعدیل‌کننده دارند؟
- ۵) آیا عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی نقش تعدیل‌کننده دارد؟
- ۶) آیا عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری نقش تعدیل‌کننده دارد؟

در سال‌های اخیر مطالعات بسیار زیادی در زمینه دارایی‌های دانشی و اثرات آن بر عملکرد سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شده است. به عنوان نمونه:

ساردو و الوز (۲۰۱۸) در پژوهش خود تحت عنوان رابطه بین سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی سازمان با استفاده از داده‌های پنل دیتا به این نتیجه دست یافتند که سرمایه فکری با ایجاد بستری مناسب برای خلق، جذب و بهره‌برداری از دانش، موجب شناسایی حوزه‌های کانونی عملکرد، تخصیص منابع بهتر، تشخیص بهتر نقاط قوت و ضعف، الگوبرداری و مدیریت آینده و در نتیجه بهبود عملکرد بازار و مالی در صنعت هتلداری میشود از طرفی سرمایه اجتماعی نیز حلقه اتصال دهنده افراد در قالب نهادها، شبکه‌ها و تشکلهای آنهاست. سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات می‌دانند که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی و موقعیتهای کنش جمعی با خود به سازمان می‌آورند در نتیجه سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی برای تبیین رفتار گروهی و تسهیل روابط میان افراد در نظر گرفته می‌شود.

چای سینگ و لیو (۲۰۱۷) در پژوهش خود به بررسی «نقش سرمایه اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های خصوصی» در چین پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داد که بین تنوع عضویت افراد در سازمان‌های گوناگون و عملکرد شرکت‌های خصوصی آنها رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین، سرمایه گذاری کوتاه مدت بر روی تقویت سرمایه اجتماعی اعضای شرکت‌های خصوصی بر عملکرد این شرکتها بسیار اثرگذار خواهد بود.

مادیتیس و همکاران (۲۰۱۵) به بررسی «رابطه بین اجزای سرمایه فکری با عملکرد مالی و بازار در بورس یونان» پرداختند. برای محاسبه سرمایه فکری از روش ضریب ارزش افزوده فکری استفاده کردند، نتایج تحقیق نشان دهنده عدم رابطه معناداری بین سرمایه فکری و عملکرد مالی و بازار سهام است و تنها رابطه سرمایه انسانی با بازده حقوق صاحبان سهام تأیید شده است. فایر واستیانک (۲۰۱۳) به بررسی «سرمایه فکری در عملکرد سازمانی» پرداختند، نشان می‌دهد که سرمایه فکری شرکت می‌تواند سودآوری و بهره‌وری را توضیح

دهد. چانگ ونگ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی باعنوان مطالعه‌ای بر روی سرمایه فکری و عملکرد شرکت در شرکتهای زیست فناوری، به بررسی «تأثیر سرمایه فکری در عملکرد شرکتهای زیست فناوری» پرداختند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۲۷۹ شرکت زیست فناوری در بازار ایالت متحده را طی سالهای ۱۹۹۴ الی ۲۰۰۵ مورد آزمون قرار دادند. نتایج حاصل مؤید رابطه مثبت بین نوآوری تکنولوژی و عملکرد مالی بود و همچنین یافته‌های این پژوهش چارچوبی منسجم برای تعیین ارتباط بین طرح پرداخت، سرمایه انسانی و عملکرد مالی شرکتهای زیست فناوری ارائه کرد.

موشانگ ونگ (۲۰۱۱) در بررسی «ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد شرکتهای تایوانی»، طی سالهای ۲۰۰۱ الی ۲۰۰۷ پرداخت. یافته‌های این پژوهش حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین سرمایه‌ساختاری و عملکرد شرکت‌ها می‌باشد.

دیمیتریوس و جرجیوس (۲۰۱۱) پژوهشی را باعنوان «تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار شرکت و عملکرد مالی» انجام دادند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۶۹ شرکت متعلق به ۴ بخش اقتصادی یونان را طی سالهای ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۸ مورد آزمون قرار دادند. نتایج پژوهش آنان حاکی از ارتباط میان یکی از اجزای سرمایه فکری یعنی سرمایه انسانی و شاخص عملکرد مالی (بازده حقوق صاحبان سهام ROE) را تأیید می‌کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در زمینه مشاغل یونانی توسعه منابع انسانی یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت اقتصادی است که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. احمد رجبی خاصوانی و دکتر حسین بوداگی خواجه نوبر (۱۳۹۵) به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان» پرداختند. نتایج پژوهش آنان حاکی از ارتباط مثبت معناداری بین سه جزء سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و اثر آن بر عملکرد با اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد. جعفری و مجتهدی (۱۳۹۴) به بررسی «تأثیر ضریب ارزش افزوده فکری و هر یک از اجزای آن بر توسعه اقتصادی ۴۸ شرکت صنایع غذایی در بورس ایران» پرداختند. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان داد که ضریب ارزش افزوده فکری و دو مورد از اجزای آن شامل سرمایه بکارگرفته شده و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی دارند، اما در مورد سرمایه ساختاری رابطه معناداری مشاهده نشده است. رضایی (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی «ارتباط بین سرمایه فکری و سودآوری شرکتهای ایران» پرداخت. که ۱۱۱ شرکت پذیرفته شده در بورس تهران را طی سالهای ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ را مورد بررسی قرار داد. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و سودآوری شرکت وجود ندارد. ولیکن تأثیر سرمایه فکری در صنایع مختلف متفاوت است و در صنایع دارویی بیشترین تأثیر را دارد. محسنی فرد، رضایی و حسینی راد (۱۳۹۲) به بررسی «رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارسنجان» پرداختند. نتایج حاصل حاکی از آن است که، بین ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری در دانشگاه آزاد اسلامی ارسنجان رابطه مستقیم معناداری وجود دارد. این رابطه به این معنا است که، با افزایش سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری کارکنان افزایش پیدا می‌کند. همچنین نتایج بیانگر رابطه مستقیم معنادار میان ابعاد سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش است. در مجموع، نتایج این پژوهش با شواهد موجود در پژوهش قلیچ لی و مشبکی (۲۰۰۶) و خیرخواه (۲۰۱۱) همخوانی دارد. براساس نتایج این پژوهش، ضروری به نظر می‌رسد که به

سرمایه‌های اجتماعی سازمان بعنوان یکی از عوامل تأثیر گذار بر بهبود عملکرد سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش توجه شود. امین

"محسن اکبری و محمد حاتمی نژاد" (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی و عملکرد بازار هتلها بر پویایی اقتصادی کلان شهرها» با تأکید بر عناصر و منابع ناملموس درونی مانند؛ قابلیت‌های سازمانی، سرمایه های فکری و اجتماعی و توجه به عدم اطمینان محیطی به عنوان عامل بیرونی، به دنبال تفسیر استراتژیک عملکرد بازار کسب وکارها است. برای این منظور با استفاده از روش شناسی پیمایشی و ابزار پرسشنامه و با تمرکز بر حوزه گردشگری، هتلهای سه، چهار و پنج ستاره، شهر تهران را مورد هدف بررسی خود قرار داده است. بر این اساس پس از جمع‌آوری ۸۹ پرسشنامه از مجموع ۴۸ هتل شناسایی شده و با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smart PLS نتایج بررسیها نشان داد؛ ضمن تأثیرگذاری قابلیت‌های سازمانی بر عملکرد بازار، سرمایه فکری و اجتماعی نیز بر قابلیت‌های سازمانی اثر می گذارند. همچنین نتایج بر تأیید نقش تعدیلگری عدم اطمینان محیطی اشاره دارند.

"احمد رجبی خاصوانی و دکتر حسین بوداگی خواجه نوبر" (۱۳۹۵) به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان» پرداختند. نتایج پژوهش آنان حاکی از ارتباط مثبت معناداری بین سه جزء سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی و اثر آن بر عملکرد با اطمینان ۹۵ درصد می باشد.

"جعفری و مجتهدی" (۱۳۹۴) به بررسی «تأثیر ضریب ارزش افزوده فکری و هر یک از اجزای آن بر توسعه اقتصادی ۴۸ شرکت صنایع غذایی در بورس ایران» پرداختند. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان داد که ضریب ارزش افزوده فکری و دو مورد از اجزای آن شامل سرمایه بکارگرفته شده و سرمایه انسانی تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی دارند، اما در مورد سرمایه ساختاری رابطه معناداری مشاهده نشده است.

جعفری و دستگیر (۱۳۹۱) سرمایه فکری ۸۰ شرکت منتخب از بازار بورس سهام تهران را با استفاده از مدل-ریاحی-بلکائویی موردتجزیه تحلیل قرارداد، و به بررسی «اثر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکتها» پرداخت. نتایج نشان داد که سرمایه فکری تأثیر مثبت معناداری بر عملکرد مالی دارد، اما هیچگونه تأثیر معنا داری با عملکرد بازار وجود ندارد. در تحقیق دیگری جعفری (۲۰۱۳) تأثیر سرمایه فکری ۶۰ شرکت منتخب را این بار با استفاده از مدل پولیک، با ارزش بازار و عملکرد مالی آنها، مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که تأثیر مثبت و معنا داری بین سرمایه فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی وجود دارد.

خیرخواه (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی «رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان در ادارات آموزش و پرورش استان کردستان» پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج پژوهش خیرخواه نشان داد که بین هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی (شناختی، ساختاری، رابطه‌ای) و سرمایه فکری رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

۳- فرضیه‌های پژوهش

۳-۱- فرضیه‌های اصلی

- ۱) میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲) میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳) روابط تجاری نقش تعدیل‌کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند.
- ۴) روابط تجاری نقش تعدیل‌کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند.
- ۵) عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.
- ۶) عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کند.

۴- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طبقه‌بندی بر مبنای هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها روش تجزیه و تحلیل توصیفی-اکتشافی و از نظر نحوه اجرا پیمایشی است. با توجه به ماهیت این پژوهش از دو روش میدانی و کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شود. ابتدا اطلاعات گردآوری شده در صفحات کاری ایجاد شده در محیط نرم افزار Excel وارد گردیده و سپس محاسبات لازم برای دستیابی به متغیرهای این پژوهش انجام می‌شود. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار AMOS استفاده می‌شود. و برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده ابتدا آمار توصیفی که به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل جنسیت، میزان تحصیلات و ... می‌پردازد؛ مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس از روش مدل معادلات ساختاری^{۱۳} (SEM) و حداقل مربعات معمولی^{۱۴} (OLS) در تخمین مدل استفاده خواهد شد. در برآورد تناسب مدل معادلات ساختاری، تجزیه و تحلیل فاکتور تأیید کننده برای معیارهای متغیر بالا جهت بررسی اعتبار ساختار (روایی) مورد سنجش قرار می‌گیرد. مدل اندازه‌گیری فاکتور فرض شده (سرمایه اجتماعی، عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری) نشان می‌دهد که آیا بخوبی با داده‌ها مطابقت دارد یا خیر.

قلمرو موضوعی پژوهش، بررسی تأثیر روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد کلی سازمان اعم از عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری مورد بررسی قرار می‌دهد. جامعه آماری تحقیق حاضر ۴۸۸ نفر از مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و قلمرو زمانی سال ۱۳۹۷ می‌باشد. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده با تخصیص متناسب شده از جدول برآورد حجم نمونه مورگان استفاده گردید که تعداد ۲۱۵ نفر به عنوان نمونه در تحقیق حاضر مشارکت داشتند. در این تحقیق از پرسشنامه بعنوان ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات استفاده می‌شود. همچنین قابل ذکر است که از پرسشنامه‌های مختلفی برای اندازه‌گیری متغیرها و گردآوری اطلاعات استفاده می‌شود.

عملکرد کلی به دو بعد اصلی تقسیم می‌شود. اندازه‌گیری عملکرد کلی از مطالعه هاسیلد و دلانی^{۱۴} (۱۹۹۶) مورد استفاده قرار می‌گیرد. متغیر وابسته اول، عملکرد شرکت‌های مربوطه بود. و متغیر وابسته دوم، برای ادراک مدیران در مورد عملکرد بازاری سازمان‌هایشان در مقایسه با عملکردهای رقبای بازار محصول یا خدمات در دسترس بودند. هر یک از متغیرهای وابسته بر اساس پاسخ‌ها به اقلام پرسشنامه‌ها بودند که در مقیاس لیکرت در محدوده‌ای از ۱ تا ۷ پاسخ داده شدند.

اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی بر اساس مطالعه سابرامانیا و وونت^{۱۵} (۲۰۰۵) با استفاده از یک مقیاس سه عنصری صورت گرفته است، که نمونه‌هایی از این موارد به شرح زیر است: کارکنان ما در همکاری با یکدیگر برای تشخیص و حل مشکلات دارای مهارت هستند، کارکنان ما اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند و از یکدیگر یاد می‌گیرند، و کارکنان ما ایده‌ها را با تعامل افراد از نقاط مختلف شرکت مبادله می‌کنند.

روابط تجاری براساس مطالعه پنگ و لیو^{۱۶} (۲۰۰۰) بوده است و یک مقیاس سه عنصر برای بررسی اینکه آیا مدیران ارشد روابط خوبی با رقبای، تأمین کنندگان و خریداران دارند، بکار می‌رود.

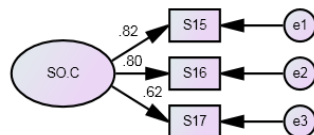
برای اندازه‌گیری عدم اطمینان محیطی مطالعات گاما-آتواهن و مونای^{۱۷} (۲۰۰۴) انتخاب شد. مدیران شرکت‌ها پنج عنصر اصلی که به تغییرات پویا و غیر قابل پیش‌بینی در مورد نیازهای مشتری، تکنولوژی محصول و خدمات و انواع رقابت خارجی و جهانی شدن اشاره می‌کنند، را بررسی کردند.

در این مطالعه از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. بنابراین از تحلیل عاملی تأییدی، ساختار کلی پرسشنامه‌های تحقیق مورد روایی سنجی سازه محتوایی قرار گرفته است. برای تحلیل عاملی تأییدی بار عاملی استاندارد محاسبه شده است. بطور کلی قاعده زیر حاکم است: اگر بار عاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. بارعاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است (کلاین، ۱۹۹۴).

۵- نتایج تحلیل عاملی تأییدی

۵-۱- مقیاس سرمایه اجتماعی

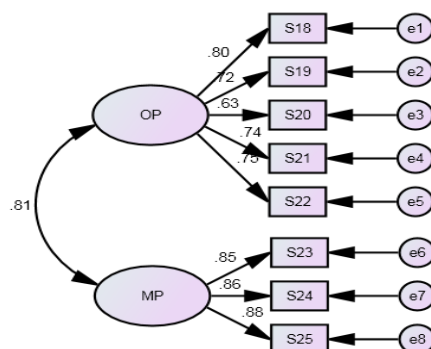
تحلیل عاملی تأییدی مقیاس سنجش سرمایه اجتماعی در نمودار ۱ ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت رابطه بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسشنامه سرمایه اجتماعی تایید می‌شود.



نمودار ۱- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش سرمایه اجتماعی

۵-۲- مقیاس عملکرد

تحلیل عاملی تأییدی مقیاس سنجش عملکرد در نمودار ۲ ارائه شده است. بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش قدرت رابطه بین هر عامل (متغیر پنهان) با متغیرهای قابل مشاهده آن (گویه‌های پرسشنامه) در تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۳ بدست آمده است. بنابراین ساختار عاملی پرسشنامه عملکرد تأیید می‌شود.



نمودار ۲- بار عاملی استاندارد تحلیل عاملی مقیاس سنجش عملکرد

۶- پایایی ابزار سنجش

ضریب نسبتاً مناسبی برای بررسی پایایی سؤالات پرسشنامه می‌باشد. همچنین به منظور اطمینان از نتایج حاصله، اقدام به تعیین میزان قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه گردید. جهت بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. هر چقدر میزان آلفای کرونباخ به مقدار یک نزدیک باشد، حاکی از پایایی بالای پرسشنامه است. در این روش، اجزاء یا قسمت‌های آزمون برای سنجش پایایی آزمون به کار می‌روند. زمانی که این ضریب بزرگتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

جدول ۱- آلفا کرونباخ مقیاس‌های سنجش پایایی پرسشنامه‌ها

ضریب آلفا	مقیاس‌های سنجش پایایی پرسشنامه‌ها
۰/۷۸۹	سرمایه اجتماعی
۰/۹۰۴	عملکرد
۰/۸۵۲	روابط تجاری
۰/۸۶۹	عدم اطمینان محیطی

۷- نرمال بودن متغیرهای پژوهش

با توجه به جدول ۲ مقدار سطح معنی‌داری متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ شده است که نشان از پذیرش فرضیه صفر می‌باشد یعنی متغیرهای مورد نظر از توزیع نرمال پیروی می‌کند، لذا می‌توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد.

جدول ۲- جدول آزمون کولموگروف-اسمیرنوف متغیرهای تحقیق

نتیجه آزمون	Z کلموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری	متغیرها
نرمال	۱,۰۱۳	۰,۲۵۷	سرمایه اجتماعی
نرمال	۱۰,۳۱	۰,۲۳۸	عملکرد سازمانی
نرمال	۱,۱۰۴	۰,۱۷۴	عملکرد بازار
نرمال	۱,۰۰۴	۰,۲۶۶	روابط تجاری
نرمال	۰,۹۷۴	۰,۲۹۹	عدم اطمینان محیطی
نرمال	۰,۷۶۱	۰,۶۰۸	عملکرد کلی

۸- آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق

فرضیه اول: میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳ - نتایج همبستگی پیرسون میان سرمایه اجتماعی و عملکرد

	سرمایه اجتماعی	عملکرد سازمانی	عملکرد بازاری
سرمایه اجتماعی	ضریب همبستگی	۱	۰,۸۳۵**
	سطح معناداری	-	۰,۰۰۰۱

** در سطح ۰/۹۹ معنی دار شد. ns- همبستگی معنی دار نشد.

یافته‌های جدول ۳ نشان داد که میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی و عملکرد بازاری رابطه معناداری وجود دارد؛ چرا که سطح معناداری مشاهده شده برای تمامی متغیرها (sig= ۰/۰۰۰۱) از مقدار خطای پیش بینی شده (۰/۰۵) کوچکتر می‌باشد.

فرضیه سوم تا ششم: روابط تجاری و عدم اطمینان محیطی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد اثر تعدیل کننده دارند.

جهت برازش مدل ساختاری تحقیق از تعدادی شاخص‌های نیکویی برازش استفاده شده است. از آنجا که اکثر شاخص‌های نیکویی برازش در بازه مورد قبول قرار گرفته‌اند لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد که در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول ۴- مدل نهایی تحقیق

شاخصهای برازش	X2/df	RMSEA	NFI	CFI	IFI	RFI	PRATIO	PNFI	PCFI
میزان قابل قبول	< ۲	< ۰/۰۵	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰	> ۰/۵۰
مقادیر محاسبه شده	۱/۷۶	۰/۰۴۳	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۷	۰/۹۱	۰/۶۲	۰/۶۸	۰/۷۱

برای اینکه نقش متغیر تعدیلگر را در رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را بسنجیم از آزمون Process استفاده می‌کنیم.

با استفاده از آزمون پراسس نقش تعدیلگر را آزمون می‌کنیم چنانچه سطح معناداری آزمون از (۰,۰۵) کوچکتر بود می‌توان نتیجه گرفت که متغیر تعدیلگر نقش تعدیل کننده را دارد سپس با توجه به علامت ضریب استاندارد در مدل منفی و یا مثبت بودن تعدیلگر را مشخص می‌کنیم.

جدول ۵- برآوردهای مدل ساختاری فرضیه‌های فرعی (تعدیلگر)

نتیجه	سطح معناداری	ضریب استاندارد	ضریب آزمون پراسس	مسیر	تعدیلگر
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۱۴۹	۰,۰۰۲	سرمایه اجتماعی	روابط تجاری
تأیید	۰,۰۰۰۱	۰,۱۸۵	۰,۰۰۸	سرمایه اجتماعی	روابط تجاری
تأیید	۰,۰۰۰۱	-۰,۳۰۹	۰,۰۲۳	سرمایه اجتماعی	عدم اطمینان محیطی
تأیید	۰,۰۰۰۱	-۰,۴۴۶	۰,۰۱۸	سرمایه اجتماعی	عدم اطمینان محیطی

فرضیه سوم - روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند. با توجه به نتایج جدول ۵ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز مثبت می‌باشد در نتیجه روابط تجاری نقش تعدیل کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کنند. یافته‌های این فرضیه به نتایج پژوهش رجبی و همکاران (۱۳۹۵) نزدیک می‌باشد.

فرضیه چهارم- روابط تجاری نقش تعدیل‌کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند. با توجه به نتایج جدول ۵ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز مثبت می‌باشد در نتیجه روابط تجاری نقش تعدیل‌کننده مثبت را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازاری ایفا می‌کنند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می‌باشد.

فرضیه پنجم- عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.

با توجه به نتایج جدول ۵ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز منفی می‌باشد در نتیجه عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می‌باشد.

فرضیه ششم- عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازار ایفا می‌کند.

با توجه به نتایج جدول ۵ و اینکه ضریب آزمون پراسس کوچکتر از (۰,۰۵) می‌باشد همچنین علامت ضریب استاندارد نیز منفی می‌باشد در نتیجه عدم اطمینان محیطی نقش تعدیل‌کننده منفی را میان سرمایه اجتماعی و عملکرد بازار ایفا می‌کند. نتایج به دست آمده از این فرضیه به یافته‌های پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۳) و جعفری و همکاران (۱۳۹۴) نزدیک می‌باشد.

۹- یافته‌های تحقیق

به طور کلی موضوع پژوهش حاضر بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. بر همین مبنا با توجه به ادبیات موضوعی و تحقیقات لازم و کافی مدل مفهومی طراحی شد. بر اساس این مدل چندین عامل مورد آزمون قرار گرفتند که عبارت بودند از: یادگیری از خطا، پذیرش و اداره کردن مؤثر خطا، کشف سریع و تجزیه و تحلیل خطا، کمک کردن در موقعیت خطا، مؤثر بودن، معنی داری، احساس شایستگی و حق انتخاب. بر همین مبنا در این پژوهش شش فرضیه بیان گردید و جهت بررسی هریک از فرضیات پرسشنامه‌ای در بین مدیران، مسئولان و سرپرستان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران توزیع گردید. با توجه به مباحث مطروحه و تبیین ضرورتها و اهمیت سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری، اگر بپذیریم سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری نقش تأثیرگذاری در توسعه و عملکرد سازمانها، کشورها و جوامع دارد که این مطلب مورد تصدیق است، لذا باید در به کارگیری، توسعه، ایجاد و خلق این سرمایه ها و توجه به قابلیت‌های سازمانی و عدم اطمینان محیطی در مدیریت سازمانها تلاش کنیم و برای ممانعت از زوال این سرمایه ها و استفاده از قابلیت‌های سازمان و مدیریت عدم اطمینان محیطی برنامه ریزی کنیم. در این مطالعه نشان داده شد که بر خلاف کاهش بازدهی منابع سنتی (مثل

پول، زمین، ماشین‌آلات و غیره)، دانش واقعاً منبعی برای افزایش عملکرد سازمان است. دانش بعنوان مهم‌ترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی در اقتصاد جهانی امروز مطرح شده است. با این وجود، متأسفانه - اکثر صنایع در کشورهای مختلف دنیا در حال استفاده از روش‌های سنتی حسابداری مالی هستند که قرن‌ها پیش برای محیط کسب و کار مبتنی بر کارهای یدی و دارایی‌های غیرملموس ایجاد شده بودند. در حالی که محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی‌های غیرملموس جدید سازمانی مثل دانش و شایستگی‌های نیروی انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، سیستم‌ها، ساختار سازمانی و غیره را در برگیرد. شرکت‌ها و سازمان‌ها در عصر حاضر برای دستیابی به نوآوری و بهبود عملکرد از دارایی‌های دانشی (سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی) برای تسهیل جریان اطلاعات و تجربه استفاده می‌کنند. اگر سلسله مراتب شرکت بسیار غیر قابل انعطاف باشد و با این حال وظایف به خوبی ایفا شود، کارکنان قادر خواهند بود که به روش‌های مختلف، از قبیل؛ تأخیر در اجرای دستورالعمل‌ها و خیلی عامتر، یعنی ارتکاب رفتارهای فرصت طلبانه، عملکرد را تحت تأثیر قرار دهند. در واقع باید توجه داشت که واژه «سرمایه» دال بر این که سرمایه اجتماعی (نیز سرمایه فکری)، همانند سرمایه انسانی یا سرمایه اقتصادی ماهیتی زاینده و مولد دارند. یعنی سازمان را قادر می‌سازند ارزش ایجاد کند، کارها را انجام دهد، به اهداف دست یابد، مأموریت‌های سازمان را به اتمام رساند و در نتیجه موجب ارتقای عملکرد سازمانی گردد. و می‌توان توجه و تأکید بیشتر بر سرمایه فکری در سازمان‌ها و درک اهمیت و تأثیر این عامل در عملکرد کلی سازمان‌ها و تأثیر مثبت آن در فرآیند خلق ارزش در سازمان‌ها را بعنوان یک عامل تأثیرگذار در بهبود عملکرد مالی سازمان‌ها توصیه کرد. سرمایه فکری دارای ابعادی شامل؛ سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری است. همچنین سرمایه اجتماعی نیز دارای ابعادی نظیر اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است که می‌توان برای آن، هم امکان اثرگذاری مستقیم بر عملکرد سازمانی و هم از آن حیث که در زمره دارایی‌های غیرملموس سازمان است، اما امکان اثرگذاری بر سرمایه فکری و ابعاد مختلف آن و در نتیجه اثرگذاری غیر مستقیم بر عملکرد سازمانی را در نظر گرفت. فارغ از دسته بندی‌های مختلف و موجود که از این مفاهیم وجود دارد، باید توجه داشت نقش دارایی‌هایی نظیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری که جزء سرمایه‌های غیرملموس سازمان‌های امروزی قلمداد می‌شوند، به‌طور روز افزونی توسط سازمان‌ها مورد شناسایی و ارزیابی قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی است که برخی از صاحب‌نظران، کارآمدی سایر سرمایه‌ها را در گرو تشخیص، تقویت و استفاده از این سرمایه‌ها برای سازمان‌های امروزی می‌دانند. در واقع می‌توان گفت که مبحث عملکرد سازمانی با ورود و توسعه مفاهیمی چون سرمایه‌های اجتماعی و فکری وارد فضایی متفاوت از قبل شده است که دیگر با وجود پیچیدگی‌های حاکم بر محیط سازمان‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی آنها ارزیابی متکی بر پارامترها و متغیرهای سنتی پاسخگوی نیازها نیست. سرمایه اجتماعی را می‌توان به مثابه عنصری مؤثر بر عملکرد سازمانی در بافت سرمایه فکری و نیز بعنوان عاملی مستقل و مؤثر در عملکرد سازمانی در نظر گرفت. به زعم صاحب‌نظران حوزه کسب و کار « سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری در سطح سازمان است». سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی‌های سازمان به شمار می‌آید زیرا از یک سو، فرآیند خلاقیت، نوآوری و یادگیری گروهی و مانند این‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. و از

سوی دیگر، تحقق آن‌ها را تسهیل می‌کند. تصور حالتی را که سرمایه اجتماعی در آن هیچ فایده‌ای ندارد، بسیار مشکل است، اما امروزه امری ضروری تلقی می‌شود. تغییرات فراگیر نیازهای رو به رشد برای اطلاعات و آموزش، نیازهای ضروری برای نوآوری و خلاقیت، پیشرفت مداوم، تغییر به سوی طراحی سازمانی مسطح و منعطف، و ارتباط تنگاتنگ بین سازمان و شبکه‌های مشتریان، تأمین‌کنندگان و رقبا ایجاد می‌کند که رهبران سازمان‌ها، سرمایه اجتماعی را بعنوان یک شایستگی مشخص سازمانی (جهت دستیابی به عملکرد برتر) ایجاد کنند. بنابراین سازمان‌ها تعاملات مکرر، نگرش‌های همکاری و رفتارهای مبتنی بر اعتماد را از طریق سرمایه فکری به کار می‌گیرند، و در نهایت بهبود عملکرد سازمانی را تسهیل می‌کنند.

با توجه به نتایج تجزیه و تحلیل‌های انجام شده و یافته‌های آن و ضرایب استاندارد بدست آمده در مورد ارتباط میان متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق، پیشنهادات ذیل در جهت افزایش عملکرد سازمان ارائه می‌گردد.

برای تقویت سرمایه انسانی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- توسعه و بالندگی کارکنان سازمان
- جذب و استخدام افراد مستعد و توانمند در سازمان و سازگار با مأموریت‌ها و اهداف سازمانی
- توجه به آموزش و توسعه کارکنان و تقویت شایستگی‌های کارکنان
- تهیه مسیرهای شغلی برای مشاغل آتی
- استفاده از اطلاعات عملکردی افراد هنگام ارتقای افراد و ارائه پاداش
- و غیره

برای تقویت سرمایه ساختاری پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- تقویت کار تیمی
- آموزش تیم کاری و تکنیک‌های مربوط به آن در تمام سطوح سازمانی
- قدردانی و پاداش دهی به کار تیمی و استفاده از معیارهای عملکردی تیمی
- دقت در گزینش و استخدام افرادی که دارای مهارت‌های فنی، گروهی و تیمی باشند.
- و غیره

برای تقویت سرمایه ارتباطی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- بررسی انتظارات و شناسایی نیازهای مراجعان
- دریافت بازخور از مراجعان در طراحی و نحوه ارائه خدمات
- پاسخگویی به موقع به مراجعان
- آموزش‌های رفتاری به کارکنان برای مواجهه با مراجعان

فهرست منابع

- * امین جعفری، راضیه، (۱۳۹۱)، "تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، به راهنمایی آقای دکتر محسن دستگیر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه.
- * اولی محمد رضا، حاجی زاده، حسن، سعیدی، مجتبی، (۱۳۹۵)، رابطه بین سرمایه فکری و بهره وری در شرکتهای دارویی، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال هشتم، شماره ۳۱، ص ۹۳-۷۱.
- * جبارزاده کنگرلویی، سعید، بشیری، علیرضا، (۱۳۹۳)، مقایسه قدرت توضیحی ارزش افزوده اقتصادی و سرمایه فکری در تعیین قیمت بازار، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ششم، شماره ۲۴، ص ۱۲۰-۱۰۳.
- * خدادادی، ولی، عربی، مهدی (۱۳۹۴)، اثر تعدیل‌کننده عدم اطمینان محیطی بر رابطه بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعاتی، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال هفتم، شماره ۲۶، ص ۶۶-۵۱.
- * خیرخواه، هوشیار، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان (مطالعه موردی)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج.
- * دستگیر، محسن، عرب صالحی، مهدی، امین جعفری، راضیه، (۱۳۹۳)، تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت، پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی، سال ششم، شماره ۲۱، ص ۳۶-۱.
- * رجبی خاصوانی، احمد، دکتر بوداگی خواجه نوبر، حسین، (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد کارکنان (مطالعه موردی)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- * رضایی، عماد، عباسی، ابراهیم، (۱۳۹۴)، "روش های اندازه گیری سرمایه فکری و ارزش افزوده اقتصادی"، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر و دانشگاه الزهراء.
- * فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴)، "سرمایه اجتماعی و جامعه‌ی مدنی، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه"، گردآوری کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه.
- * محسنی فرد، غلامعلی، رضایی، غلامرضا، حسینی راد، سیدعلی، (۱۳۹۲)، "رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش (مطالعه موردی)"، فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال چهارم، شماره ۳، صفحات ۱۳۹ تا ۱۵۴.
- * ودادی، احمد، امامی کوشا، مرتضی، (۱۳۹۱)، "نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در عملکرد سازمانی"، فصلنامه مدیریت کسب و کار، سال سوم، شماره ۱۳، ص ۱۷۵-۱۴۷.
- * Andersen, Patrick Lie & Hensen, Marianne Nordli (2011), Class and Cultural Capital: The Case of Class Inequality in Educational Performance, *European Sociological Review*, 27, 1, 1-15.
- * Atuahene-Gima, K., & Murray, J. Y. (2004). Antecedents and outcomes of marketing strategy comprehensiveness. *Journal of Marketing*, 68(4), 33e46.
- * Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63e76.

- * Chang, W. S., & Lee, Y. H. (2015). Policy momentum for the development of Taiwan's cultural creative industries. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1088e1098.
- * Chen, W., & Inklaar, R. (2015). Productivity spillovers of organization capital. *Journal of Productivity Analysis*, 1e17.
- * Chiang, Y. H., Hsu, C. C., & Shih, H. A. (2015). Experienced high performance work system, extroversion personality, and creativity performance. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(2), 531e549.
- * Chih-Hsing Liu (2017). The relationships among intellectual capital, social capital, and performance - The moderating role of business ties and environmental uncertainty. *Tourism Management*. 61(1), 553-561.
- * Delaney, J. T., & Huselid, M. A. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 39(4), 949e969.
- * Kim, M. J., Lee, C. K., & Bonn, M. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism-related purposes. *Tourism Management*, 53, 96e107.
- * Miller, D., Xu, X., & Mehrotra, V. (2015). When is human capital a valuable resource? The performance effects of ivy league selection among celebrated CEOs. *Strategic Management Journal*, 36(6), 930-944.
- * Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy: The nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43(3), 486e501.
- * Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450e463.
- * Vomberg, A., Homburg, C., & Bornemann, T. (2015). Talented people and strong brands: The contribution of human capital and brand equity to firm value. *Strategic Management Journal*, 36(13), 2122-2131.
- * Wu, J. (2011). Asymmetric roles of business ties and political ties in product innovation. *Journal of Business Research*, 64(11), 1151-1156.

یادداشت‌ها

- ¹ . Organization Performance
- ² . Environment Uncertainly
- ³ . Business Tie
- ⁴ . Intellectual Property
- ⁵ . Zeghal
- ⁶ . Vomberg , Homburg , & Bornemann
- ⁷ . Miller , Xu , & Mehrotra
- ⁸ . Kianto & et al
- ⁹ . Chen & Inklaar
- ¹⁰ . Market Performance
- ¹¹ . Overall Performance
- ¹² . Structural Equation Modeling (SEM)

-
- ¹³ . Ordinary Least Squares
 - ¹⁴ . Huseild & Delaney(1996)
 - ¹⁵ . Subramaniam & Voundt
 - ¹⁶ . Peng & Luo
 - ¹⁷ . Munay & Guma-Atuhene