

بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌های ورزشیحسین عبدالملکی^۱، علی نوری‌زاده^۲**چکیده**

مقدمه و هدف: در اقتصاد جهانی امروز، دانش به عنوان مهم‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است، بنابراین، هدف از این مقاله، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌های ورزشی است.

روش‌شناسی: روش تحقیق، توصیفی و بر اساس اجرا از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق نیز کارکنان فدراسیون‌های ورزشی هستند و نمونه مورد نظر در این تحقیق ۲۶۳ نفر از کارمندان فدراسیون‌های مختلف ورزشی تشکیل می‌دهند که از این میان ۸۴ نفر مدیران ارشد (روسا، نایبان رئیس و دبیران) فدراسیون‌ها و ۱۷۹ نفر نیز سایر کارکنان هستند که به طور تصادفی - طبقه‌ای انتخاب شدند.

یافته‌ها: نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که در کارکنان فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران، بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری‌شان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری: با افزایش سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌های ورزشی در ابعاد انسانی، ساختاری و رابطه‌ای افزایش یافته‌است. سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی، می‌تواند به فدراسیون‌های ورزشی در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری‌شان بسیار کمک کند و در آن‌ها «مزیت سازمانی پایدار» را افزایش دهد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه اجتماعی، فدراسیون‌های ورزشی.

مقدمه

با وقوع انقلاب فناوری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای و نیز پیشرفت سریع فناوری برتر، از دهه ۱۹۹۰ الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است. در اقتصاد جهانی امروز، دانش به عنوان مهم‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است (۱). محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی‌های ناملموس جدید سازمانی؛ مثل دانش و شایستگی‌های منابع انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، نظام‌ها، ساختار سازمانی و غیره را دربرگیرد. در این میان، نظریه سرمایه فکری توجه روزافزون محققان دانشگاهی و دست‌اندرکاران سازمانی را به خود جلب کرده است (۲).

به اعتقاد کگیوت و زندر^۱ «یک سازمان، یک گروه اجتماعی است، که مشخصه آن سرعت و کارایی در ایجاد و انتقال دانش است». سرمایه اجتماعی، یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کند. برخی از محققان و نویسندگان در مدل‌های مفهومی خود، سرمایه اجتماعی را عنصری از سرمایه فکری در نظر می‌گیرند. آرمسترانگ^۲ و برخی دیگر آن را به عنوان یک عامل مؤثر در ایجاد سرمایه فکری مورد بحث قرار می‌دهند. بتتیس در مدل سرمایه فکری خود اگرچه از عنوان سرمایه اجتماعی استفاده نمی‌کند، با این وجود اذعان می‌کند که اعتماد و فرهنگ^۳ تسهیل‌کننده سرمایه فکری در سازمان‌ها هستند. به علاوه، از دیدگاه ناهاپیت و گوشال^۴، اساساً سرمایه فکری یک مصنوع اجتماعی است و همچنین، دانش و معنی همیشه در یک بافت اجتماعی موجود قرار دارند؛ یعنی از طریق روابط جاری در گروه‌ها، هم خلق شده و هم پایدار می‌مانند. در واقع آن‌ها با پذیرش چارچوب مفهومی سرمایه فکری اسپندر^۵، روابط ابعاد سرمایه اجتماعی شامل ساختاری، رابطه ای و شناختی را صرفاً با بعد دانش اجتماعی آشکار و پنهان سرمایه فکری مورد بررسی قرار می‌دهند. به اعتقاد ناهاپیت و گوشال این نکته محدود کننده نظریه ما است، زیرا با محدود کردن قلمرو تحلیل‌مان به دانش اجتماعی، قادر نخواهیم بود تأثیری را که دانش فردی پنهان و آشکار ممکن است بر سرمایه فکری سازمان داشته باشد، نشان دهیم (۳).

مفهوم سرمایه فکری^۶

سرمایه فکری، فراهم‌کننده یک پایگاه منابع جدید است که از طریق آن سازمان می‌تواند به رقابت بپردازد بتتیس^۷ معتقد است سرمایه فکری عبارت از تلاش برای استفاده مؤثر از دانش (محصول نهایی) در مقابل اطلاعات (ماده خام) است. سرمایه فکری، اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیرساختاری است، که سازمان را برای انجام فعالیت‌هایش توانمند می‌سازد. از دیدگاه روس و همکارانش^۸ سرمایه فکری شامل همه فرایندها و دارایی‌هایی است که معمولاً در ترازنامه نشان داده نمی‌شوند و همچنین شامل همه دارایی‌های ناملموسی است (مثل، مارک‌های تجاری، حق ثبت و بهره‌برداری و نام‌های تجاری) که در روش‌های حسابداری مدرن مورد توجه قرار داده می‌شوند. به عبارت دیگر، سرمایه فکری عبارت از مجموع دانش اعضای سازمان و کاربرد دانش آن‌ها است. استوارت^۹ معتقد است سرمایه فکری؛ شامل دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه است که می‌تواند برای ثروت‌آفرینی مورد استفاده واقع شود. سرمایه فکری توانایی ذهنی جمعی یا دانش کلیدی به صورت یک مجموعه است (۴).

عناصر سرمایه فکری

به طور کلی محققان و دست‌اندرکاران رشته سرمایه فکری، روی سه عنصر آن اتفاق نظر دارند: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای، که در این بخش به توضیح بیشتر آنها پرداخته شده است (۵).

۱- سرمایه انسانی^{۱۰}

سرمایه انسانی، نشان دهنده موجودی دانش افراد یک سازمان است. روس و همکارانش نیز بحث می‌کنند که کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و چالاکی فکری‌شان ایجاد می‌کنند. همچنین، بروکینگ^{۱۱} معتقد است دارایی انسانی یک سازمان؛ شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسأله و سبک‌های رهبری است. استوارت اظهار می‌کند اگرچه در یک سازمان یادگیرنده، کارکنان به عنوان مهم‌ترین دارایی در نظر گرفته می‌شوند، با این وجود، آن‌ها در تملک سازمان نیستند، زیرا هنوز یک بحث داغ این است که آیا دانش جدید ایجاد شده به وسیله کارکنان، متعلق به سازمان است یا خیر؟ برای مثال، یک برنامه نویس نرم افزار یک شرکت که در تعطیلات آخر هفته در منزل یک برنامه تدوین می‌کند، آیا شرکت هنوز می‌تواند ادعا کند که این برنامه متعلق به آن است؟ سرمایه انسانی سبب شده است که سازمان‌ها تا حد زیادی به دانش و مهارت‌های کارکنانشان برای ایجاد درآمد، رشد و هم‌چنین، بهبود کارایی و بهره‌وری متکی شوند (۶).

1. Kogut & Znder
2. Armstrong
3. Culture
4. Nahapiet & Goushal
5. Spender
6. Intellectual capital
7. Bontis
8. Ross & etal
9. Stewart
10. Human capital
11. Brooking and etal

۲- سرمایه ساختاری^۱

سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان می‌شود که دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به طور کلی هرآنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش باشد، است. به عبارت روشن‌تر، روس و همکارانش معتقدند سرمایه ساختاری عبارت است از «هرآنچه که در شرکت باقی می‌ماند پس از آنکه کارکنان به هنگام شب به خانه می‌روند» بروکینگ اظهار می‌دارد سرمایه ساختاری شامل دارایی‌های زیر ساختاری، مثل فن آوری، فرایندها و روش‌های کاری، و نیز شامل دارایی‌های فکری؛ مثل دانش فنی، مارک‌های تجاری و حق ثبت و بهره برداری می‌شود. به علاوه، طبق نظر استوارت سرمایه ساختاری، عبارت از دانش موجود در فناوری اطلاعات، حق ثبت و بهره برداری، طرح‌ها و مارک‌های تجاری است. از دیدگاه بنتیس آگریک سازمان دارای نظام‌ها و رویه‌های کاری ضعیفی باشد، سرمایه فکری کلی به حداکثر توانایی بالقوه اش دست نخواهد یافت. درحالی‌که، سازمان‌هایی با سرمایه ساختاری قوی دارای یک فرهنگ حمایتی خواهند شد که به افراد امکان می‌دهد تا دست به کارهای جدیدی بزنند، با شکست روبرو شوند و یاد بگیرند. همچنین، چن و همکارانش^۲ معتقدند سرمایه ساختاری می‌تواند به کارکنان پشتیبانی برای تحقق عملکرد فکری بهینه و همچنین عملکرد کسب و کار سازمان کمک کند. سرمایه ساختاری، تابعی از سرمایه انسانی نیز است. بنابراین، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی در تعامل بایکدیگر به سازمان‌ها کمک می‌کنند که به طور هماهنگ سرمایه مشتریان را شکل و توسعه داده و به کارگیرند (۷).

۳- سرمایه رابطه‌ای^۳

استوارت اظهار می‌دارد موضوع اصلی سرمایه مشتری، دانش موجود در کانال‌های بازاریابی و روابط با مشتریان است. سرمایه مشتری، نشان‌دهنده توانایی بالقوه یک سازمان به خاطر عوامل نامشهود بیرونی‌اش است. همچنین، چن و همکارانش سرمایه مشتری را در قالب قابلیت بازاریابی، شدت بازار و وفاداری مشتری طبقه‌بندی می‌کنند. فورنل^۴ در نتیجه مطالعات خود دریافت که رضایت مشتریان می‌تواند رابطه کسب و کار را حفظ کند، انعطاف پذیری قیمت محصول را کاهش دهد و اعتبار یک شرکت را افزایش دهد. این مطالعات شواهد بیشتری را درباره اهمیت سرمایه مشتری به عنوان یک جزء کلیدی سرمایه فکری کلی یک سازمان فراهم می‌سازد. رشد سرمایه مشتری به حمایت از سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری بستگی دارد. به طور کلی، سرمایه مشتری که به عنوان یک پل و واسطه در فرایند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل تعیین کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه، عملکرد کسب و کار سازمان است. تعاریف جدید، مفهوم سرمایه مشتری را به سرمایه رابطه‌ای توسعه داده‌اند، که شامل دانش موجود در همه روابطی است که سازمان با مشتریان، رقبا، تامین کنندگان، انجمن‌های تجاری یا دولت برقرار می‌کند (۸).

مفهوم سرمایه اجتماعی^۵

سرمایه اجتماعی اهمیت اساسی شبکه‌های قوی، روابط مبتنی بر اعتماد و همکاری را در اجتماعات آشکار می‌سازد (۹). از دیدگاه سازمانی، گوشال و ناهاپیت سرمایه اجتماعی را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی، تعریف می‌کنند. از دیدگاه آن‌ها، سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند (۱۰). ایده توجه به سرمایه اجتماعی در سازمان‌ها، همانطور که کوهن و پروساک^۶ مطرح می‌کنند، نسبتاً جدید است. با این وجود، طبق نظر آدلر و کان با فرض دوران طفولیت کاربرد سرمایه اجتماعی در زندگی سازمانی، تحقیقات نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی سازمان می‌تواند از سرمایه فکری‌اش حمایت کند (۱۱).

عناصر سرمایه اجتماعی

ناهاپیت و گوشال با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند: شبکه روابط اجتماعی (ساختاری)، هنجارهای همیاری یا عمل متقابل (رابطه‌ای) و اعتماد اجتماعی (شناختی). (۱۲)

۱- شبکه روابط اجتماعی

شبکه روابط اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد؛ یعنی، شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارت‌اند از روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب (۱۳).

۲- هنجارهای همیاری (عمل متقابل)

عمل متقابل، اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از زبان و کدهای مشترک و حکایات مشترک (۱۴).

1. Structural capital
2. Chen & etal
3. Relation capital
4. Fornell
5. Social capital
6. Cohen and Prusak

۳- اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت‌اند از: اعتماد، الزامات، انتظارات و هویت. (۱۵).

فرضیات تحقیق

- ۱- سرمایه اجتماعی بر سرمایه انسانی کارکنان فدراسیون‌های ورزشی تاثیر مثبت دارد.
- ۲- سرمایه اجتماعی بر سرمایه رابطه‌ای کارکنان فدراسیون‌های ورزشی تاثیر مثبت دارد.
- ۳- سرمایه اجتماعی بر سرمایه ساختاری کارکنان فدراسیون‌های ورزشی تاثیر مثبت دارد.
- ۴- سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌های ورزشی تاثیر مثبت دارد.

روش شناسی

بر اساس مطالعات نظری، این تحقیق اساساً براساس نظریات بنتیس درباره سرمایه فکری و همچنین نظریه ناهپیت و گوشال درباره سرمایه اجتماعی بوده است. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارکنان فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران (در حدود ۱۰۰۰ نفر) هستند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از جدول مورگان ۲۷۸ نفرند که پس از حذف پرسشنامه‌هایی که به صورت ناقص پر شده و یا مخدوش بودند، تعداد ۲۶۳ پرسشنامه برای تجزیه و تحلیل‌های آماری مورد استفاده قرار گرفت. با توجه به پراکندگی جغرافیایی نمونه، لیستی از فدراسیون‌های مختلف تهیه گردید و به طور تصادفی از بین آن‌ها فدراسیون‌هایی انتخاب شد که ۸۴ نفر از این افراد مدیران ارشد (روسا و نایبانشان و دبیران) فدراسیون‌ها و ۱۷۹ نفر نیز سایر کارکنان این فدراسیون‌ها بودند. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات عبارتند از: فیش‌برداری به منظور استخراج و تدوین اطلاعات مربوط به موضوع و نیز دو پرسشنامه، شامل پرسشنامه ارزیابی سرمایه فکری، که براساس معیارهای بنتیس (۲) و لیپ و لوگری (۱۶) طراحی شد و همچنین پرسشنامه ارزیابی سرمایه اجتماعی، که براساس مدل ناهپیت و گوشال (۱۷) طراحی شد که در مجموع حاوی ۵۲ سوال بود براساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت امتیاز بندی شد. پرسشنامه شامل بخش‌های زیر است:

بخش اول پرسشنامه: شامل ۵ سوال که مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی^۱ شامل سن، جنسیت میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و رتبه سازمانی است؛

بخش دوم پرسشنامه: شامل ۳۷ سوال که میزان سرمایه فکری کارکنان اندازه‌گیری می‌شد گردید که در این بین سرمایه ساختاری، حاوی ۱۱ سوال، سرمایه رابطه‌ای (مشتری)، شامل ۱۲ سوال و سرمایه انسانی، حاوی ۱۴ سوال است. هر کدام از سوالات دارای مقیاس پنج ارزشی لیکرت به این صورت است: کاملاً موافق ۵، موافق ۴، بی‌نظر ۳، مخالف ۲ و کاملاً مخالف ۱.

بخش سوم: شامل ۱۲ سوال است که میزان سرمایه اجتماعی کارکنان را اندازه‌گیری می‌کند. در این پرسشنامه ۷ سوال مربوط به اعتماد اجتماعی، دو سوال مربوط به هنجارهای همیاری (عمل متقابل) و ۳ سوال مربوط به شبکه روابط اجتماعی است. هر کدام از سوالات دارای مقیاس پنج ارزشی لیکرت به این صورت است: کاملاً موافق ۵، موافق ۴، بی‌نظر ۳، مخالف ۲ و کاملاً مخالف ۱.

روایی پرسشنامه‌های تحقیق، از نوع روایی محتوایی است، که در این باره محتوای پرسشنامه‌ها که براساس مبانی نظری تنظیم شده بود، مورد تأیید تعدادی از خبرگان دانشگاهی و سازمانی آشنا با فدراسیون‌های ورزشی قرار گرفت. همچنین در این تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی داده‌ها استفاده شده است، آلفای کرونباخ بدست آمده برای پرسشنامه‌های سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری به ترتیب ۰/۸۳ و ۰/۹۰ است.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحقیق، از روش‌های آماری تحلیل همبستگی، به منظور تعیین نوع و میزان ارتباط بین متغیرها و تحلیل رگرسیون به منظور بررسی تعیین تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته و همچنین آزمون فریدمن استفاده شد. آزمون‌ها فرضیه‌ها از طریق نرم افزار آماری SPSS نسخه ۱۸ انجام شد.

یافته‌های پژوهش

همانطور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌شود، سرمایه اجتماعی تاثیر معنی‌داری بر سرمایه فکری دارد که این رابطه مثبت است؛ یعنی با افزایش میزان سرمایه اجتماعی افراد، سرمایه فکری آنان نیز افزایش خواهد یافت. علاوه بر این همانطور که در این جدول مشاهده می‌شود سرمایه اجتماعی بر متغیرهای سرمایه فکری تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

جدول شماره (۱) تاثیر سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری و متغیرهای آن

متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R square	ضریب همبستگی پیرسون	آزمون T	Sig*	نتیجه
سرمایه اجتماعی	سرمایه فکری	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۴۸	۶/۹۱۳	۰/۰۰۰	تایید
سرمایه اجتماعی	سرمایه انسانی	۰/۴۵	۰/۲۱	۰/۴۵	۶/۴۴۷	۰/۰۰۰	تایید
سرمایه اجتماعی	سرمایه رابطه‌ای	۰/۴۲	۰/۱۷	۰/۴۲	۵/۸۰۹	۰/۰۰۰	تایید
سرمایه اجتماعی	سرمایه ساختاری	۰/۳۷	۰/۱۴	۰/۳۷	۵/۱۱۴	۰/۰۰۰	تایید

*ضریب رگرسیون در سطح ۰/۰۵ معنی دار است.

جدول شماره (۲) نتایج آزمون فریدمن را برای اولویت بندی مولفه های سرمایه فکری نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود، در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ بین میانگین مولفه های سرمایه فکری تفاوت معنی‌داری وجود دارد و نتیجه آزمون فریدمن اولویت مولفه‌های سرمایه فکری عبارت‌اند از: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای.

جدول شماره (۲) آزمون فریدمن برای اولویت بندی مولفه های سرمایه فکری

ردیف	متغیر	میانگین رتبه	فریدمن	D.F	Sig*
۱	انسانی	۲/۲۴	۱۴/۴۱۲	۲	۰/۰۰۲
۲	رابطه‌ای	۱/۸۵			
۳	ساختاری	۱/۹۵			

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری به طور کلی و همچنین هر یک از عناصر آن شامل سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری در فدراسیون‌های ورزشی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد، به این معنی که با افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان فدراسیون‌ها، سرمایه فکری آن‌ها به طور کلی افزایش می‌یابد که این با تحقیقات، اسماعیل زاده (۱۳۸۹)، ایروانی (۱۳۸۹)، خیرخواه (۱۳۹۰) و مهنام (۱۳۹۲) همخوانی دارد. این نکته بدین معنی است که با سرمایه‌گذاری در سرمایه اجتماعی سازمان در ابعاد شبکه روابط اجتماعی، هنجارهای همیاری و اعتماد اجتماعی می‌توان انتظار داشت سرمایه فکری کارکنان فدراسیون‌ها شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای آن‌ها افزایش یابد. به عبارت واضح‌تر، سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی می‌تواند به فدراسیون‌های ورزشی در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری‌شان کمک بسیار نماید و در آن‌ها «مزیت سازمانی پایدار» را افزایش دهد. به عبارتی دیگر، در جایی که روابط مبتنی بر اعتماد در سطح بالایی وجود داشته باشد، افراد تمایل بیشتری برای تبادل اجتماعی و تعامل همکارانه دارند. همچنین احساس همانندی کردن با گروه (هویت)، نگرانی درباره فرآیندها و نتایج جمعی را افزایش می‌دهد؛ همچنین با افزایش سرمایه اجتماعی، دانش موجود در همه روابطی که سازمان با مشتریان، رقبا، تامین کنندگان، انجمن‌های تجاری یا دولت برقرار می‌کند، افزایش می‌یابد. بنابراین، با افزایش موجودی دانش کارکنان فدراسیون‌ها از طریق آموزش، ذخایر غیر انسانی، دانش فدراسیون‌ها نیز افزایش می‌یابد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام در مورد مولفه های سرمایه فکری نشان می‌دهد که، سرمایه اجتماعی بیش‌ترین تاثیر را بر سرمایه انسانی کارکنان فدراسیون‌ها دارد و بعد از آن به ترتیب سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری قرار دارند.

با توجه به نتایج بدست آمده از این تحقیق، به مدیران و مسئولان فدراسیون‌های ورزشی کشور به منظور توسعه سرمایه فکری کارکنان خود، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- برنامه‌ریزی جهت بهبود ارتباطات بیرونی با افراد ذینفع.

۲- تلاش برای ایجاد یک فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری، یادگیری و توسعه منابع انسانی کارکنان فدراسیون.

۳- طراحی چارچوب شایستگی‌های کارکنان و مدیران؛ شامل دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایشان و برنامه‌ریزی توسعه آن‌ها مبتنی بر شایستگی‌ها.

۴- حذف قوانین و مقررات دست‌وپاگیر، روش‌های کاری زاید و سلسله مراتب پیچیده و طولانی به منظور کاهش سطح دیوان‌سالاری زاید در فدراسیون.

۵- طراحی و استقرار نظام جانشین پروری برای کارکنان کلیدی فدراسیون.

References

- 1.Chen J. Zhu Z. and Xie H.Y (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical Study. *Journal of Intellectual Capital*. 5(1). PP: 195-212.
- 2.Bontis N. (2001). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *IdeaGroup Publishing*. PP: 271-301.
- 3.Rouhipanah Ali. Jajromizadeh Mohsen. Nikkar malihe. (2012). the effect of unseen resource of organization (social and intellectual capital) on knowledge management in Yazd ABFA. Third national system and industries engeneering conference. [Article in Persian]
- 4.Seidaei eskandar. Ahmadi Ali. MoeinAbadi h. (2009). The history of the development of social capital and its relationship with social factors in Iran. *Strategy of despair*. 19(1). PP: 37-54. [Article in Persian]
- 5.Armstrong M A. (2001). *Handbook of Human Resource Management Practice*. 8th edition. Kogan.
- 6.Adler PS. Kwon S. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *Academy of Management Review*. 27(1). PP: 17-40.
- 7.Mehnam h. (2013). The role of spcial capital on the creation of intellectual capital in sport and youth of isdfahan. A Thesis submitted to degree of Master of Science in Sport Management. University of Tehran. [Article in Persian]
- 8.Bontis N. (2002). There is a price on your head: managing intellectual capital strategically. *Business Quarterly*. 5(1).PP:41-47.
- 9.Coleman JS. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- 10.Iravani MJ. (2010). Intellectual capital, organizational excellence and Imam Khomeini committee. Conference on Management of intellectual capital and Organizational Excellence. Tehran. [Article in Persian]
- 11.Bontis N. Crossan M. Hulland j. (2002). Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows. *Journal of Management Studies*. 39(4). PP: 437-466.
- 12.Cicourel AV. (1973). *Cognitive sociology*. Harmondsworth. England: Penguin Books.
- 13.Cohen D. Prusak L. (2001). *In good company-how social capital makes organizations work*. Harvard Business School Press. Boston. Massachusetts.
- 14.Esmaeilzadeh Ali. Setayesh Hossein. (2010). the relationship between intellectual capital and performance evaluation criteria listed companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of management accounting*. 13(1). PP:23-39. [Article in Persian]
- 15.Jacobs J. (1965). *The death and life of great American cities*. London: Penguin Books.
- 16.Leap T. Loughery P. Misty L. (1994). The stakeholder, Friendly firm. *Business Horizons*. 47(1). PP: 22-28.
17. Kogut B. Znder U. (1996). What do firms do? Coordination, identity and learning. *Organization Science*. 7(1). PP: 502-518.
- 18.Kramer RM. Brewer MB. Hanna BA (1996). Collective trust and collective action: The decision to trust as a social decision. In R.M. Kramer & T.R. Tyler (Eds.). *Trust in organizations*. Frontiers of theory and research Thousand Oaks CA. PP: 357-389.
- 19.Misztal B. (1996). *Trust in modern societies*. Cambridge. England: Polity Press.
- 20.Zarei B. Chaghoei Yahiya. (2009). Effect of orientation on the formation and strengthening of social capital in the process. *International Conference on Intellectual Capital Management*.Zanjan 7 and 8 October 2009. [Article in Persian]
- 21.Kheirkhah Hoshyar. (2011). A Survey on Relationship between of social capital and intellectual capital of organization (Case study: Kurdistan education Organizations). University of Azad Islamic. Sanandaj unit. [Article in Persian]