

بررسی تاثیر مولفه‌های سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه شرکت‌های خودروسازی سایپا و ایران خودرو)

طراوت اکبری

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه

taravat.akbari@yahoo.com

چکیده

هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر اجزا و مولفه‌های سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی شرکت‌های خودروسازی سایپا و ایران خودرو می‌باشد. تحقیق حاضر از لحاظ روش توصیفی پیمایشی علمی از نوع رگرسیون و از لحاظ هدف از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، مدیران میانی و مدیران سطوح پایین، مدیران داخلی و مدیران بخش تولید دو شرکت خودروسازی سایپا و ایران خودرو می‌باشد که جمعاً ۲۵۰ نفر می‌باشد. بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۴۸ نفر برآورد شده است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس برای سنجش سرمایه فکری و از پرسشنامه محقق ساخته برای عملکرد سازمانی استفاده شده هر دو پرسشنامه مذکور بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت تقسیم بندی شده‌اند، استفاده شده است. به منظور بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب رگرسیون استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم افزار SPSS ۱۶ صورت گرفت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها حاکی از این است که بین سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی و عملکرد رابطه معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، عملکرد سازمانی

۱-مقدمه

در عصر کنونی که انقلاب دانش نامیده شده است، دانش در مقایسه با سایر عوامل تولید از قبیل زمین، ماشین آلات و..... از اهمیت بیشتری برخوردار شده است و به عنوان مهمترین عامل تولید شناخته شده است. یکی از مهمترین ویژگی‌های دانش، نامشهود بودن آن است. بدین معنا که غیر قابل لمس و نامحسوس است و تعیین ارزش واقعی و اندازه‌گیری آن بسیار مشکل است. با توجه به سیر تغییرات دانشی در جهان می‌توان چنین نتیجه گرفت که در گذشته بیشتر دارایی‌های سازمان‌ها قابل لمس بوده‌اند و امروزه بخش وسیعی از دارایی‌های سازمان‌ها نامشهود است. دانش یا سرمایه فکری به عنوان یک عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های فیزیکی ارجحیت بیشتری پیدا کرده است. سرمایه فکری بیشتر متبنی بر دانش و اطلاعات می‌باشد و می‌تواند شامل هر چیزی از قبیل وفاداری مشتری گرفته تا مهارت‌های تکنولوژیکی باشد که تاثیر مهمی بر فرآیندهای نوآوری سازمانی دارند. سرمایه فکری به دلیل اهمیت عناصر تشکیل دهنده آن سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری تاثیر قابل توجهی بر عملکرد سازمان‌ها خواهد داشت. (بونتیس، ۲۰۰۴)

این تحقیق به دنبال بررسی تاثیر بین اجزای سرمایه‌های فکری و اثرات آن به عملکرد سازمانی شرکت‌های خودروسازی سایپا و ایران خودرو

می‌پردازد.

۲- بیان مسئله

سازمان‌ها در حال شدن به اقتصاد مبتنی بر دانش هستند، اقتصادی که در آن دانش و دارایی‌های نامشهود به عنوان مهمترین مزیت رقابتی سازمان‌ها شناخته شده است. امروزه نحوه استفاده از دارایی‌های نامشهود تاثیر بسیار مهمی در موفقیت و بقای سازمان‌ها دارد به طوری که این موضوع باعث به وجود آمدن حوزه مطالعاتی جدیدی در مدیریت شده است. در یک طبقه‌بندی ساده، دارایی‌های نامشهود به دو دسته تقسیم می‌شود که یکی از مهمترین اجزاء آن سرمایه فکری است که تاثیر مهمی بر عملکرد و پیاده سازی استراتژی‌های سازمانی دارد. (بونتیس، ۲۰۰۴)

سرمایه فکری گروهی از دارایی‌های دانشی است که به یک سازمان اختصاص دارد و جزء ویژگی‌های یک سازمان محسوب می‌شود و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزودن ارزش به ذی‌نفعان کلید سازمان به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شود. (مر و همکاران، ۲۰۰۴)

سازمان‌ها برای اینکه بتوانند درک بهتری از فرآیند ایجاد (خلق) ارزش داشته باشند و بتوانند بهبودهای چشمگیری در عملکرد خود داشته باشند، می‌بایست به سمت اندازه‌گیری و مدیریت سرمایه‌های فکری حرکت کنند. (گاتری و جانسون، ۲۰۰۱)

سرمایه فکری یک دانش سازمانی وسیع و گسترده است که مخصوص و منحصر به فرد برای هر سازمان است که به آن اجازه می‌دهد تا به طور پیوسته خود را با شرایط در حال تغییر انطباق دهد. در این تحقیق اجزای سرمایه فکری شامل (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری) است.

بنابراین می‌توان گفت: سرمایه فکری امروزه به عامل مهم دستیابی شرکتها به منافع بلند مدت و همچنین عامل مهم سودآوری، تبدیل شده‌اند. در جوامع مبتنی بر اقتصاد دانش محور، کسب دانش و بکاربردن صحیح آن، پایه و اساس رشد اقتصادی و انباشت سرمایه می‌باشد. سرمایه فکری شامل ۱- سرمایه ساختاری ۲- سرمایه انسانی ۳- سرمایه ارتباطی میشود که همه بر عملکرد سازمان تاثیرگذار میباشد (بونتیس، ۲۰۰۰).

با توجه به مطالب مذکور می‌خواهیم به این سوال پاسخ دهیم که آیا سرمایه‌های فکری بر عملکرد سازمانی تأثیر دارد؟ جهت پاسخ به این سوال شرکتهای سایپا و ایران خودرو را بدلیل قدمت فعالیت و تجربه در ورود به بحث سرمایه فکری و عملکرد سازمانی انتخاب و مورد بررسی قرار دادیم.

۳- اهداف تحقیق

بررسی تاثیر سرمایه‌های فکری بر عملکرد سازمان.

اهداف فرعی:

- توصیف ویژگی‌های سرمایه ساختاری
- توصیف ویژگی‌های سرمایه انسانی
- توصیف ویژگی‌های سرمایه ارتباطی
- ارائه راهکارها و پیشنهادات لازم برای بهبود سطح این سرمایه‌های فکری

۴- فرضیه‌های تحقیق

۴-۱- فرضیه اصلی

سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

۴-۲- فرضیات فرعی

۱- سرمایه ساختاری بر عملکرد سازمان شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

۲- سرمایه انسانی بر عملکرد سازمان شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

۳- سرمایه ارتباطی بر عملکرد سازمان شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

۵- تعریف متغیرها

۵-۱- تعریف نظری

سرمایه فکری: سرمایه فکری عبارت است از: داشتن دانش، به کار بردن تجربه، تکنولوژی سازمانی، ارتباط با مشتری و عرضه کننده و نیز توانایی های حرفه ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می کند (ادوینسون و مالونه، ۱۹۹۷). در حقیقت سرمایه فکری شامل دانش، اطلاعات، تجربیات، بخشهای تکنولوژیکی است. دارایی های فکری، قابلیت تبدیل به ارزش را دارند. از طرفی سرمایه های فکری به سه بخش عمده سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تقسیم می گردد. (یانگ لین، ۲۰۰۹)

سرمایه انسانی: ذخیره دانش اعضای یک سازمان است که شامل شایستگی ها، مهارت ها، تجربیات، طرز فکر و باورهای کارکنان و مدیران است.

سرمایه ساختاری: تمامی مخازن دانش غیر انسانی در یک سازمان شامل پایگاه داده ها، چارت سازمانی، استراتژی های سازمان و ... که به سازمان ارزشی فراتر از دارایی های فیزیکی است.

سرمایه های ارتباطی: دانش برگرفته از روابط با ذینفعان (مشتریان، سهامداران، شرکاء، تامین کنندگان و ...) از طریق کانالهای ارتباطی سازمان. (همان منبع).

عملکرد سازمانی: عملکرد در لغت یعنی حالت یا کیفیت کارکرد. بنابراین، عملکرد سازمانی یک سازه ی کلی است که بر چگونگی انجام عملیات سازمانی اشاره دارد. معروف ترین تعریف عملکرد توسط نیلی و همکاران (۲۰۰۲) ارائه شده است: «فرایند تبیین کیفیت و اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته».

۵-۲- تعریف عملیاتی

۵-۲-۱- سرمایه فکری: مفهوم سرمایه فکری در این پژوهش میزان نمره ی بدست آمده از پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸) که توسط مدیران در سطوح مختلف کسب می شود.

۵-۲-۲- عملکرد سازمانی: منظور از عملکرد سازمانی در این تحقیق نمره ای است که هر مدیر به میزان عملکرد کارکنان خود می دهند.

۵-۲-۳- ویژگی های سرمایه فکری: با وجود شباهت سرمایه فکری به داراییهای مشهود، در توانایی بالقوه برای ایجاد جریانهای نقدی آتی، اما ویژگیهایی که سرمایه فکری را از این داراییها متمایز می کنند، عبارت اند از:

داراییهای فکری، داراییهای غیر رقابتی هستند. برخلاف داراییهای فیزیکی که فقط می توانند برای انجام یک کار به خصوص در یک زمان خاص مورد استفاده قرار بگیرند، داراییهای فکری را می توان به طور همزمان برای چند امر خاص به کار گرفت. برای مثال، سیستم پشتیبانی از مشتری می تواند، امکان حمایت از هزاران مشتری را در یک زمان خاص فراهم کند. این توانایی یکی از مهمترین معیارهای برتری داراییهای فکری بر داراییهای فیزیکی است.

سرمایه انسانی و سرمایه رابطه ای، قابلیت تبدیل شدن به مالکیت شخصی ندارند، بلکه باید بین کارکنان و مشتریان و تأمین کنندگان مشترک باشند. بنابراین، رشد این نوع داراییها نیاز به مراقبت و توجه جدی دارد (تالوکدار، ۲۰۰۸).

۵-۲-۴- اجزای اصلی سرمایه‌های فکری

بعد انسانی:

یکی از مهم‌ترین اجزای سرمایه‌های فکری در سازمان است. زیرا این دارایی‌ها منبع اصلی خلاقیت است. این نوع دارایی‌ها دانش ضمنی در افراد سازمان است که یکی از عوامل حیاتی اثرگذار بر عملکرد هر شرکت است. اما باید توجه داشت که وجود این دارایی‌های دانش محور به تنهایی در تحقق عملکرد یک شرکت کافی نیست. هدف شرکت‌ها بایستی تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح در سازمان‌ها باشد در غیر این صورت امکان خلق هیچ گونه ارزش سازمانی وجود نخواهد داشت. سرمایه انسانی، خلاقیت عملیاتی دارایی‌های مشهود را ارتقاء داده و دارایی‌های نامشهود را فعال می‌کند. در شرکت‌های موفق به منظور افزایش و بهبود بینش و توانایی‌ها و تجربیات برای رقابت در محیط متغییر امروز، سرمایه گذاری‌های کلان بروی کارکنان صورت می‌گیرد (بونتیس و همکاران، ۲۰۰۴).

بعد رابطه‌ای:

عبارتند از مجموع تمامی دارایی‌هایی که روابط شرکت با محیط را مدیریت می‌کند. این سرمایه شامل روابط با مشتریان و سهام‌داران و عرضه‌کنندگان و رقبا و دولت و موسسات قانونی و جامعه است. اگر مهم‌ترین قسمت سرمایه رابطه‌ای، روابط مشتری است لیکن نباید تنها این روابط مورد توجه قرار گیرد. سرمایه رابطه‌ای در واقع بازتابی^۱ از عملکرد بلندمدت شرکت است. اندازه‌گیری سرمایه را رابطه‌ای با میزان انطباق شرکت با عرضه‌کنندگان و نهایتاً سیستم‌های بازخور مشتری است. (کارسون، ۲۰۰۴)

بعد سازمانی (ساختاری):

مجموع دارایی‌هایی است که توانایی خلاقیت سازمان را ممکن ساخته و بهبود می‌دهد. مأموریت شرکت، چشم‌انداز، ارزش‌های اساسی، و استراتژی‌ها و سیستم‌های کاری و فرآیندهای درونی یک شرکت می‌تواند در زمره این نوع دارایی‌ها بر شمرده شود. سرمایه سازمانی یکی از اصول زیربنایی خلق سازمان‌های یادگیرنده است. حتی اگر کارکنان یک سازمان دارای توانایی‌ها و قابلیت‌های کافی باشند. در صورتی که ساختار سازمانی مرکب از قوانین و سیستم‌های ضعیف‌تر باشد نمی‌توان از این قابلیت و استعداد‌های کارکنان در جهت خلق ارزش و دستیابی به عملکرد برتر سازمانی استفاده کرد. توجه به این نکته ضروری است که اگر سازمان سرمایه‌گذاری کلانی بر تکنولوژی نماید اما کارکنان توانایی استفاده از این تکنولوژی را نداشته باشند این سرمایه‌گذاری مفید نخواهد بود (آرامست و همکاران، ۲۰۰۴).

۶- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش انجام تحقیق از نوع پژوهش‌های توصیفی پیمایشی علمی است.

۷- جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر، مدیران میانی، مدیران سطح پایین، مدیران داخلی و مدیران بخش تولید شرکت‌های سایپا و ایران خودرو است که بر اساس آمار جمعاً ۲۵۰ نفر می‌باشد.

۸- نمونه و روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری در تحقیق حاضر، تصادفی طبقه‌ای می‌باشد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۱۴۸ نفر برآورد شده است. تحقیق حاضر با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برآورد شده است:

¹ - Refection

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}{\ell^2 (N-1) + Z^2 \frac{\alpha}{2} \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{250 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.07)^2 \times (250-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} \cong 148$$

۹- ابزار جمع آوری اطلاعات

جمع آوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه ای و میدانی می باشد. برای این منظور از پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس در سال ۱۹۹۸ ساخته شده که دارای ۵۲ سوال و شامل سه مؤلفه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای است، را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. از پرسشنامه محقق ساخته شامل ۳۲ سوال برای ارزیابی عملکرد سازمان استفاده شده است.

۱۰- تحلیل نتایج و یافته های آماری

فرضیه فرعی ۱: سرمایه ساختاری بر عملکرد سازمان شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

جدول ۱. نتایج تحلیل رگرسیون سرمایه ساختاری و عملکرد سازمان

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	همبستگی MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال P	ضریب رگرسیون
عملکرد سازمان	سرمایه ساختاری	۵۲٪	۲۸٪	F=۳۳/۸۲ p=۰/۰۴	$\beta=۰/۵۱۰$ t=۲/۲۲ p=۰/۰۴

بر اساس اطلاعات جدول ۱، همبستگی بین "سرمایه ساختاری" با "عملکرد سازمان" برابر با ۰/۵۲ می باشد. به عبارت دیگر "سرمایه ساختاری" به تنهایی تقریباً ۲/۸ درصد از "عملکرد سازمانی" را تبیین می کند (R = ۰/۲۸). همچنین تاثیر "سرمایه ساختاری" در عملکرد سازمانی مثبت است یعنی با افزایش "سرمایه ساختاری" شرکتهای سایپا و ایران خودرو "عملکرد سازمانی" شرکتهای نیز افزایش می یابد.

فرضیه فرعی ۲: سرمایه انسانی بر عملکرد سازمان شرکتهای سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

جدول ۲. نتایج تحلیل رگرسیون سرمایه انسانی و عملکرد سازمان

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	همبستگی MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال P	ضریب رگرسیون
عملکرد سازمان	سرمایه انسانی	۵۸٪	۳۴٪	F=۳۷/۷۴ p=۰/۰۰	$\beta=۰/۶۱$ t=۶/۴ p=۰/۰۰

چنانکه در جدول بالا ملاحظه می شود "سرمایه ساختاری" تقریباً ۳۴/۰ درصد از تغییرات "عملکرد سازمانی" شرکتهای سایپا و ایران خودرو را تبیین می کند.

مقدار B نیز نشان می دهد که بین دو متغیر ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد به طوری که با افزایش "سرمایه انسانی" شرکت، میزان "عملکرد سازمانی" نیز بهبود می یابد.

فرضیه فرعی ۳: سرمایه ارتباطی بر عملکرد سازمان شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

جدول ۳. نتایج تحلیل رگرسیون سرمایه ارتباطی و عملکرد سازمان

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	همبستگی MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال P	ضریب رگرسیون
عملکرد سازمان	سرمایه ارتباطی	۰/۵۳	۰/۲۸	F=۳۷/۵۹ p=۰/۰۰	$\beta=۰/۵۴$ t=۶/۱ p=۰/۰۰

براساس اطلاعات جدول ۳ رابطه بین "سرمایه ارتباطی" و "عملکرد سازمان" برابر با ۰/۵۳ برآورد شده است. به عبارت صحیح تر تقریباً ۲۸ درصد از "عملکرد سازمانی" شرکت زامیاد به وسیله رابطه خطی با "سرمایه ارتباطی" قابل تبیین است ($R^2=۰/۲۸۰$). جهت رابطه نیز مثبت می باشد. یعنی با افزایش "سرمایه ارتباطی" در شرکت‌های سایپا و ایران خودرو، "عملکرد سازمانی" شرکت نیز افزایش می یابد.

فرضیه اصلی تحقیق: سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیون سرمای فکری و عملکرد سازمانی

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	همبستگی MR	ضریب تعیین RS	نسبت F احتمال P	ضریب رگرسیون
عملکرد سازمانی	سرمایه فکری	۵۹/۰	۳۲/۰	F=۳۳/۸۲ p=۰/۰۰	$\beta=۰/۷۸$ t=۲/۱۴ p=۰/۰۰

نتایج نشان می‌دهد ضریب بتای استاندارد میان دو متغیر سرمایه فکری و عملکرد سازمانی ۰/۷۸ بدست آمده است. مقدار آماره t نیز ۲/۱۴ بدست آمده است که نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ سرمایه فکری اثر مستقیم بر عملکرد سازمانی دارد.

نتیجه گیری

از یافته‌های این مطالعه می‌توان ثابت کرد که سرمایه فکری به طور معنی داری با عملکرد سازمانی رابطه دارد و بر عملکرد سازمانی تاثیرگذار است.

ارزش زمانی، خلق می‌شود که اجزای سرمایه فکر متقابلاً بر هم اثر کنند و هر چه این اثرات متقابل بیشتر باشد، ارزش ایجاد شده نیز بیشتر خواهد بود. تمامی رهبران کسب و کارها باید توانایی مدیریت دانش در احراز عملکرد شغلی را شناسایی کنند.

مطالعه بر روی سرمایه فکری مقدار چشم‌گیری انرژی فراهم می‌آورد، انرژی که می‌تواند شرکت‌ها را از دیدگاه کنونی به مراتب پیشتر ببرد.

لازمه این امر بازبینی نگرش‌های دارایی‌های نامشهود و آغاز به شناخت، اندازه گیری و مدیریت راهبردی دانش است.

نتایج حاصله از فرضیه‌ها به شرح زیر می باشد:

فرضیه اصلی: سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیر دارد.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که سرمایه فکری بر افزایش عملکرد انسانی تأثیر به‌سزایی دارد. این نتایج با نتایج تحقیقات سید نقوی و همکاران (۱۳۹۱)، قربانی زاده و همکاران (۱۳۹۱)، شهائی و خائف الهی (۱۳۸۹)، فطرس و بیگی (۱۳۸۹)، شجاعی و باغبانیان (۱۳۸۹)، شائوژی چنگ و همکاران (۲۰۰۸)، معمر زرنلر و سینگی گوزلو (۲۰۰۸) و تان و همکاران (۲۰۰۷) یکی می‌باشد.

فرضیه فرعی اول: سرمایه ساختاری بر عملکرد سازمان شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

نتایج به دست آمده نشان داد که سرمایه ساختاری بر افزایش عملکرد انسانی تأثیر دارد. این نتایج با تحقیقات قربانی زاده و همکاران (۱۳۹۱)، شهائی و خائف الهی (۱۳۸۹)، فطرس و بیگی (۱۳۸۹)، یزدانی و مولودی (۱۳۸۹) و معمر زرنلر و سینگی گوزلو (۲۰۰۸) مطابقت دارد.

فرضیه فرعی دوم: سرمایه انسانی بر عملکرد سازمان شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

نتایج نشان داد که مولفه‌ی سرمایه انسانی بیشترین تأثیر را بر عملکرد سازمانی دارا بوده است، که این نتایج با تحقیقات سید نقوی و همکاران (۱۳۹۱)، فطرس و بیگی (۱۳۸۹)، شجاعی و باغبانیان (۱۳۸۹)، یزدانی و مولودی (۱۳۸۹) و معمر زرنلر و سینگی گوزلو (۲۰۰۸) یکی می‌باشد، اما با نتایج قربانی زاده و همکاران (۱۳۹۱) هیچ هم‌هنگی ندارد.

فرضیه فرعی سوم: سرمایه ارتباطی بر عملکرد سازمان شرکت‌های سایپا و ایران خودرو تاثیرگذار است.

نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل نشان داد که مولفه‌ی سرمایه ارتباطی تأثیر بالایی بر عملکرد سازمانی دارد. این نتایج با تحقیقات شهائی و خائف الهی (۱۳۸۹)، فطرس و بیگی (۱۳۸۹)، یزدانی و مولودی (۱۳۸۹)، اوسانا و جراردو (۲۰۰۸) و معمر زرنلر و سینگی گوزلو (۲۰۰۸) هم‌هنگ می‌باشد، اما با نتایج قربانی زاده و همکاران (۱۳۹۱) و هوانگ و همکاران (۲۰۰۵) یکی نمی‌باشد.

پیشنهادها

پیشنهاد به مسئولین سازمان

برای تقویت هر یک از اجزای سرمایه انسانی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود: شناسایی مشاغل استراتژیک سازمان، اندازه‌گیری مستمر سطح شایستگی کارکنان و استفاده از برنامه‌های بهبود، طراحی و ایجاد سیستم اندازه‌گیری رضایت شغلی کارکنان در بازه‌های زمانی و تجزیه و تحلیل این اطلاعات؛ اتخاذ تصمیماتی براساس نتایج تجزیه و تحلیل این اطلاعات برای رفع موانع دستیابی به رضایت شغلی؛ تدوین برنامه و اهداف عملکردی متوازن و در عین حال در شان نگرش سیستمی به آن؛ اندازه‌گیری مستمر عملکرد کارکنان در بازه‌های زمانی؛ تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصلی از اندازه‌گیری عملکرد کارکنان و مقایسه آن با استانداردهای عملکردی و انجام اقداماتی از قبیل تشویق و تنبیه؛ تهیه مسیرهای شغلی و جداول جانشینی برای مشاغل سازمان؛ استفاده از اطلاعات عملکردی افراد به هنگام ارتقای آنها؛ ارائه آموزش‌ها، مشاوره‌ها و فرصت‌های سازمانی برای کمک به بهبود وضع آتی کارکنان که دارای عملکرد مناسب هستند.

پیشنهاد به دیگر پژوهشگران

- کار کردن بر روی مولفه‌های سرمایه فکری به تنهایی با متغیرهای دیگر.
- در نظر گرفتن ارکان مختلف عملکرد سازمانی از جمله نیروی انسانی یا دانش و... هر یک با متغیر سرمایه فکری.
- بررسی عملکرد سازمانی در سطح کارکنان بخش تولید و اداری.
- انجام این پژوهش در سازمان‌های دولتی که پاسخگوی مردم می‌باشند.

محدودیت‌ها

برخی از این مشکلات در انجام پژوهش حاضر به شرح زیر می باشد:
نبود پرسشنامه مناسب جهت متغیر عملکرد انسانی
عدم دسترسی به مدیران سطوح بالا
عدم آشنایی سرپرستان با سرمایه فکری
عدم همکاری مسئولین بخش روابط عمومی.

منابع فارسی

- ۱- سید نقوی، میرعلی. سپندارند، صادق. رامین مهر، حمید. (۱۳۹۱). بررسی اثرات سرمایه های فکری بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی قابلیت یادگیری در شعب بانک صادرات استان تهران (مدیریت بازرگانی، دوره ۴، شماره ۱۲، صص ۷۰-۵۳)
- ۲- علم بیگی، امیر. ملک محمدی، ایرج و مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۸)، تحلیل مسیر اثرات مؤلفه های فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی ایران، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، (۴۰)، (۲)، صص ۱۱۳-۱۰۳.
- 3- Bontis, N. (2004). Intellectual capital: An Explanatory study that Develop Measures and Models. Management decision, 36/2, 63- 76.
- 4- Bontis N. (2000), Assessing Knowledge Assets: A Review of the Models Used to Measure Intellectual Capital International Journal of Management Previews, Vol. 3, No.1
- 5- Bontis, N. (1998), Intellectual Capital: An Exploratory Study that Develops Measures and Models, Management Decision, Vol. 36, No2.
- 6- Neely, A. and Adams, C. (2002), "Perspectives on performance: The performance prism", forthcoming in Journal of Cost Management
- 7- Marr, B (2008) Impacting Future Value: How to Manage your Intellectual Capital Published by The Society of Management Accountants of Canada.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

The effect of the components of intellectual capital on organizational performance(Case Study: Saipa And Iran Khodro Car Manufacturing Companies)

Taravat Akbari

*MA Business Management, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarajeh, Iran
taravat.akbari@yahoo.com*

Abstract

The aim of the present study is investigating the effects of intellectual capital components on organizational performances of Saipa and Iran Khodro car manufacturing companies. Regarding the analysis method, the current study is descriptive/scientific surveying of regression type, and regarding the aims, the study is an applied research. The statistical population of this research includes intermediate managers and junior managers, internal managers and managers of the production sections of the two car manufacturing companies, namely Saipa and Iran Khodro, adding up to 250 people. According to Cochran relation, the sample size was estimated to be 148 people. The sampling method in this research is of classified random sampling. Bontis intellectual capital questionnaire was used for collecting the data in order to measure the intellectual capital, and the author-administered questionnaire was used for the organizational performance. Both questionnaires were classified according to 5-point Likert scale. Regression coefficient was used for the analysis of the relations between the variables. Analysis of the data was done by the aid of SPSS 16 software. The results from testing the hypotheses indicate that there were significant relations between the intellectual capital, human capital, structural capital, communicative capital, and performance.

Key words: Intellectual Capital, Human Capital, Structural Capital, Communicative Capital, Organizational Performance