

## بررسی رابطه سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان

### شیرین عسل

مهدی جاوید<sup>۱</sup>

حسن قلاوندی<sup>۲</sup>

محمد بخت‌آزمای بناب<sup>۳</sup>

#### چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی تعیین رابطه بین سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت انجام از نوع تحقیق توصیفی-همبستگی و از بابت جمع‌آوری داده‌ها از مطالعات میدانی محسوب می‌شود. جامعه آماری مورد مطالعه شامل تمامی مدیران و مسئولین شرکت شیرین عسل است که بر اساس آمار کسب شده تعداد آن‌ها ۲۷۵ نفر هستند. نمونه آماری بر اساس فرمول کوکران ۱۶۱ نفر تعیین شد و از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استراتژی سازمانی میلز و اسنو (۱۹۷۸)، پرسشنامه نوآوری سازمانی ناسوشن و همکاران (۲۰۱۱)، پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸)، پرسشنامه عملکرد کارکنان مقیمی و رمضان (۱۳۹۰) بهره گرفته شد که روایی و پایایی آن‌ها مورد تأیید قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون‌های کولموگروف اسمیرنوف و ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج نشان داد که بین سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد. همچنین بین ابعاد سرمایه فکری، ابعاد نوآوری سازمانی و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد.

**کلیدواژه‌ها:** سرمایه فکری، نوآوری، استراتژی سازمانی، عملکرد کارکنان

۱ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ممقان، ایران (نویسنده مسئول)،

m.javid.t@gmail.com

۲ عضو هیئت علمی گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ایران،

h.ghalavandi@urmia.ac.ir

۳ عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ممقان، ایران، m\_azmayb@yahoo.com

## مقدمه

امروزه حسابداری مالی سنتی قادر به محاسبه ارزش واقعی شرکت‌ها نیست و تنها به اندازه‌گیری ترازنامه مالی و دارایی‌های ملموس اکتفا می‌کند. از این رو در دهه هفتاد میلادی با بروز نگرش‌های جدید در حوزه علم اقتصاد، توجه صرف به منابع مشهود به‌عنوان نخستین مواد ایجاد ارزش در سازمان‌ها به مرور زمان جای خود را به‌طور هم‌زمان به تمامی داشته‌ها اعم از منابع مالی، فیزیکی، منابع غیرفیزیکی و سرمایه فکری داد. چراکه مدیران سازمان‌ها احساس کردند با کسب عناصر دانشی از خلال نوآوری و توجه به سرمایه فکری می‌توانند به ارزش افزوده بیشتری دست یابند. موضوع اصلی در تمام تجزیه و تحلیل‌های سازمانی، عملکرد است و بهبود آن مستلزم اندازه‌گیری است و از این رو هیچ سازمانی بدون سیستم ارزیابی عملکرد قابل‌تصور نیست. ارزیابی عملکرد فرآیندی است که به سنجش و اندازه‌گیری، ارزش‌گذاری و قضاوت درباره عملکرد طی دوره‌ای معین می‌پردازد.

ارزیابی عملکرد در بعد سازمانی معمولاً متعارف اثربخشی فعالیت‌ها است. منظور از اثربخشی میزان دستیابی به اهداف و برنامه‌ها با ویژگی کارا بودن فعالیت‌ها و عملیات است. ارزیابی عملکرد در بُعد نحوه استفاده از منابع در قالب شاخص‌های کارایی بیان می‌شود. در اقتصاد امروزی از سرمایه فکری به‌منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و در دنیای امروز، موفقیت هر سازمان به توانایی مدیریت این دارایی‌ها بستگی دارد. امروزه شاهد رشد اهمیت سرمایه فکری به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای افزایش رقابت و کارایی شرکت‌ها هستیم؛ بنابراین اندازه‌گیری عملکرد با رویکرد سرمایه فکری در سازمان‌ها موجب بهبود کیفیت تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان، بهبود مدیریت داخلی، بهبود گزارش دهی به خارج از سازمان، مبادلات این سرمایه در داخل شرکت و در خارج از شرکت و بهبود کارکرد حسابداری می‌گردد. در این میان، مؤسسات و سازمان‌های ایرانی نیز از این امر مستثنای نبوده و هر سازمانی برای همسویی با سایر سازمان‌ها و افزایش قدرت رقابت‌پذیری در عرصه داخلی و جهانی نیازمند استفاده از سرمایه فکری سازمان خود هست. به‌خصوص با اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و گرایش به سمت خصوصی‌سازی اقتصاد و به دنبال آن افزایش رقابت در اقتصاد داخلی و همچنین با تمایل کشور به پیوستن به سازمان تجارت جهانی لزوم نگرش سازمان‌ها به سرمایه فکری بیش از پیش احساس می‌شود. از این رو برای ایران که در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله خود قصد دارد در رقابت اقتصاد و تجارت از همسایگان پیشی گیرد، سرمایه فکری می‌باید ابزاری راهبردی در افزایش کارایی شرکت‌ها تلقی شود (رحیمی ریگی و همکاران، ۱۳۹۵). در فضای رقابتی امروزی، بهبود عملکرد شرکت‌ها در گرو پشتیبانی تیم مدیران ارشد شرکت‌ها و گرایش‌ها استراتژیک آن‌ها در جهت رشد منابع فکری و ایجاد راهکارهای مبتنی بر نوآوری است، لذا بدون استراتژی سازمانی مناسب برای نوآوری و سرمایه فکری سازمان، بهبود عملکرد و قابلیت‌های نوآورانه امکان‌پذیر نخواهد بود (مجتبی داودوندی، ۱۳۹۴).

برآورد عملکرد سازمان، امروزه یکی از دغدغه‌های مداوم مدیران توانمند و علاقه‌مند به بهسازی نیروی انسانی است. مهم‌ترین مؤلفه در فرایند کار و فعالیت، انسان‌ها هستند که تصمیمات را اتخاذ می‌کنند و سپس آن را به اجرا درمی‌آورند و بر پایه آن‌ها تداوم و فعالیت‌های آینده را پیش‌بینی می‌کنند. شواهد تجربی نشان می‌دهد که وقتی عملکرد کارکنان پایین باشد مشکلات بسیاری در سازمان‌ها و ادارات به وجود می‌آید. بنابراین در حیطه مشاغل گاهی فرصت‌ها طوری فراهم می‌شوند که فرد بتواند اولویت‌های شغلی خود را بدون تغییر مسیرهای شغلی خود بیان کند که سرمایه انسانی و فکری در این زمینه نقش برجسته‌ای را در سازمان می‌تواند ایفا کند. در این میان سنجش عملکرد کارکنان می‌تواند یکی از عوامل تأثیرگذار بر روند سرمایه انسانی باشد. اگر سنجش عملکرد کارکنان به درستی صورت گیرد، مشکلات سازمان به حداقل می‌رسد و توجه به سرمایه انسانی که یکی از عوامل سرمایه فکری است که به رشد و تعالی خدمات‌دهی کارکنان کمک شایانی می‌کند (ناظم و همکاران، ۱۳۹۱). در واقع امروزه سازمان‌ها با محیطی روبه‌رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی و جهانی شدن و پویایی است، لذا سازمان‌ها برای استمرار و استقرار خود با چالش‌های نوینی مواجه هستند که برون‌رفت از این چالش‌ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه و تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های درونی است که این کار از طریق مبانی دانش سازمانی و سرمایه فکری صورت می‌گیرد که سازمان‌ها از آن‌ها برای رسیدن به عملکرد بهتر در دنیای کسب‌وکار استفاده می‌کنند. دانش و سرمایه‌های فکری به‌عنوان استراتژی‌های پایدار برای حصول و نگهداری مزیت رقابتی سازمان‌ها تشخیص داده شده است (پناهی، ۱۳۹۲). در چنین فضایی سرمایه‌های فکری و دانشی سازمان‌ها بیش‌ازپیش به‌عنوان مزیت‌های رقابتی مورد توجه قرار گرفتند. شالوده سرمایه فکری دانش و اطلاعات است و می‌توان گفت که سرمایه فکری یک بسته دانشی مفید برای سازمان است. محدودیت منابع فیزیکی در دسترس سازمان‌ها، موجب بروز رویکردهای جدید در توسعه امکانات غیرفیزیکی و رویه‌های ارزش‌افزا جهت توسعه و بهبود محصولات و خدمات شده است. سرمایه رابطه‌ای که به‌عنوان یک پول و واسطه در فرآیند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل تعیین‌کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه عملکرد سازمان است. در کسب‌وکارهای قرن بیست‌ویکم بر روی اطلاعات، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک، نرم‌افزارها، علائم تجاری، حق اختراع‌ها، نوآوری و درگاه‌های اینترنتی سرمایه‌گذاری می‌شود که همگی جزئی از دارایی‌های نامشهود فکری هستند (تایلز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

یکی از راه‌های اساسی که شرکت‌ها به وسیله آن می‌توانند اصلاح روش‌های تولید، افزایش توان رقابت و بهبود وضعیت مالی را به دست آورند، استفاده از خلاقیت و ایجاد نوآوری در سیستم است که بدون شناخت و حمایت از سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود امکان‌پذیر نخواهد بود. با توجه به شرایط رقابتی و مشکلات اقتصادی و اجتماعی که سازمان‌ها و مؤسسات با آن مواجه هستند، بررسی و تحقیق

از یک طرف و ترغیب مدیران در جهت نوآوری سازمانی از طرف دیگر، می‌تواند نقش مهمی در کاهش مشکلات و بهبود مزیت رقابتی داشته باشد. این امر می‌تواند از طریق داشتن نیروی انسانی متخصص و متعهد که بنام سرمایه فکری از آن یاد می‌شود ارتقا پیدا نماید. در شرایط فعلی با توجه به گستردگی رقابت، خصوصی‌سازی، پیچیدگی بسیار زیاد محیط و تغییرات آنی در آن، مدیران شرکت‌ها برای مقابله با آن‌ها نیاز مبرم به شناسایی سرمایه فکری سازمان و مدیریت صحیح آن دارند. مدیریت مؤثر سرمایه فکری در سازمان منوط به شناسایی این سرمایه‌ها خواهد بود که در نهایت موجب بهبود در عملکرد کسب‌وکار و خلق ارزش خواهد شد که مدیران برای مدیریت سرمایه فکری در سازمان باید به درک بهتری از مفهوم آن دست یابند. همچنین متغیرها و شاخص‌های اصولی آن را در سازمان شناخته و روابط بین اجزای آن را دریابند. همین‌طور، از تأثیر آن‌ها بر افزایش کارایی و عملکرد اقتصادی کارکنان آگاهی داشته باشند (دی کاسترو پدرو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸)؛ بنابراین هدف این تحقیق بررسی رابطه سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شیرین عسل است.

## مبانی نظری تحقیق

### سرمایه فکری

مفهوم سرمایه فکری همیشه مبهم بوده و تعاریف مختلفی برای تفسیر این مفهوم مورد استفاده قرار گرفته است. بسیاری تمایل دارند از اصطلاحاتی مانند دارایی‌ها، منابع یا محرک‌های عملکرد به جای کلمه سرمایه استفاده کنند و واژه فکری را با کلماتی مانند نامشهود بر مبنای دانش یا غیرمالی جایگزین می‌کنند. استوارت اعتقاد دارد سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت بکار گرفته شود. در واقع سرمایه فکری تمامی کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن را برای ایجاد ارزش افزوده در برمی‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود. بنتیس و هالند، سرمایه فکری را ذخیره‌ای از دانش که در نقطه‌هایی از زمان در یک سازمان وجود دارد، نشان می‌دهد. در این تعریف ارتباط بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی مورد توجه قرار گرفته است. روس نیز معتقد است سرمایه فکری دارایی است که توانایی سازمان را برای ایجاد ثروت اندازه‌گیری می‌کند. این دارایی ماهیتی عینی و فیزیکی ندارد و یک دارایی نامشهود است که از طریق به‌کارگیری دارایی‌های مرتبط با منابع انسانی، عملکرد سازمانی و روابط خارج از سازمان به دست آمده است. همه این ویژگی‌ها باعث ایجاد ارزش در درون سازمان می‌شود. تحقیقات زیادی تأثیر سرمایه فکری را بر عوامل مختلف سازمان بررسی کرده‌اند. تحقیقات نشان داده است که

سرمایه فکری تأثیر بسیار قوی و مثبتی بر عملکرد سازمانی بخش بانکداری اسلامی در کشور مالزی دارد (لرو و ساچوما، ۲۰۱۳).

مدیریت سرمایه فکری بر ایجاد و پرورش سرمایه‌های فکری از دیدگاه‌های استراتژیک و عملی تمرکز دارد. امروزه مدیریت سرمایه فکری به یکی از مهم‌ترین نگرانی‌ها در سازمان‌ها تبدیل شده است و می‌تواند سازمان‌ها را توسعه داده و مزایای سازمانی را بهبود بخشد (سرلک و همکاران، ۲۰۱۲). در اقتصاد امروز به نظر می‌رسد منابع ناملموس نقش مهم‌تری در ارزش بازار شرکت‌ها دارند. درحالی‌که منابع ملموس در بازار آزاد خرید و فروش می‌شوند و می‌توانند به راحتی توسط رقبا کپی برداری شوند، منابع ناملموس نمی‌توانند به راحتی توسط رقبا تکثیر شوند. در نتیجه فرض می‌شود منابع ناملموس، منبع اصلی مزیت رقابتی هستند. سرمایه فکری نوعی سرمایه ارزشمند است که دارایی نامشهود یک سازمان شناخته می‌شود. به بیان دیگر سرمایه فکری دارایی‌های نامشهودی است که از فناوری، اطلاعات مشتریان، اعتبار و فرهنگ سازمان تشکیل شده است که برای توان رقابتی سازمان بسیار مهم و حیاتی است (همتی نودوست گیلانی و محمودپور، ۱۳۹۵)؛ بنابراین با توجه به مطالب عنوان شده می‌توان اذعان کرد که سرمایه فکری یک مفهوم چند رشته‌ای است و فهم و درک آن در رشته‌های مرتبط با کسب‌وکار و تجارت متنوع است (هوانگ و همکاران، ۲۰۰۹، به نقل از همتی نودوست گیلانی و محمود پور، ۱۳۹۵). در این تحقیق سه بُعد سرمایه فکری که شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری بوده، بهره گرفته شده است.

### سرمایه انسانی

سرمایه انسانی، پایه سرمایه فکری و عنصر اساسی در اجرای وظایف آن محسوب می‌شود. طبق دیدگاه روس، کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، چالاکی و نگرش فکری‌شان ایجاد می‌کنند. همچنین بروکینگ معتقد است دارایی انسانی سازمان شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسئله و سبک‌های رهبری است. سرمایه انسانی، مهم‌ترین دارایی یک سازمان و منبع خلاقیت و نوآوری بوده و حاصل جمع دانش حرفه‌ای کارکنان، توانایی‌های رهبری ریسک‌پذیر و توانایی‌های حل مسئله است. به‌گونه‌ای ساده سرمایه انسانی بیانگر موجودی دانش هر یک از کارکنان سازمان است. سرمایه انسانی اساس و پایه سرمایه فکری و عنصر اساسی برای تحقق سرمایه فکری است (چن و همکاران، ۲۰۰۵). سرمایه انسانی اشاره دارد به ذخایر انسانی سازمان از قبیل مهارت‌ها، توانایی‌ها، دانش، سبک‌های رهبری، شایستگی‌ها، طرز تلقی و چالاکی فکری منابع انسانی دارد. مفهوم سرمایه انسانی فراتر

1. Lerro & Schiuma
2. Huang et al
3. Chen et al

از وجه فردی، بر محور رویکردهای مشترک دانش در میان افراد و نهادینه کردن دانش در قالب رویه‌ها و فرآیندهای سازمانی استوار است (رایت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱)

### سرمایه ساختاری

سرمایه ساختاری به ذخایر غیرانسانی دانش سازمان اشاره دارد که پایگاه‌های داده، نمودار سازمانی، دستورالعمل‌های کاری، سیستم‌ها و رویه‌ها، استراتژی، فرآیندها و تکنولوژی اطلاعات را شامل می‌شود (رُس و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳). سرمایه ساختاری به سازوکار و ساختار یک واحد تجاری مرتبط است و می‌تواند کارکنان را در عملکرد بهینه فکری یاری کند و بدین ترتیب سازمان قادر خواهد بود، عملکردش را بهتر کند. در تعریفی دیگر سرمایه ساختاری، عبارت است از توانایی ساختارهای که به سازمان اجازه بهره‌برداری و استفاده از سرمایه فکری را می‌دهد. این عوامل از دارایی‌های کاملاً نامشهود تا دارایی‌های کاملاً مشهود طبقه‌بندی می‌شوند. در این طیف دارایی‌های کاملاً نامشهود مانند فرهنگ و جو سازمانی و دارایی‌های کاملاً مشهود مانند حق کپی‌رایت، علائم تجاری، حقوق انحصاری، پایگاه‌های داده‌های داخلی، سیستم‌های کامپیوتری و شبکه اینترنت سازمان که تمامی این عوامل در جهت مدیریت دانش است (سیتارامان<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴).

### سرمایه مشتری

سرمایه مشتری یا ارتباطی شامل وابستگی‌های برون سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حسن شهرت و روابط شرکت با تأمین‌کنندگان منابع آن است. این موضوع از طریق ارزش دریافتی یک مشتری از انجام داد و ستد با سازمان تعریف می‌شود. به عبارت دیگر سرمایه مشتری به عنوان یک پل و سازمان دهنده عملیات سرمایه فکری تلقی می‌شود و یک عامل تعیین‌کننده در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است. سرمایه مشتری شامل مواردی نظیر امتیازات تحت تملک شرکت، روابط آن با مردم و سازمان‌های مرتبط با مشتریان، سهم بازار، نرخ حفظ یا از دست دادن مشتریان و همچنین سودآوری خالص به ازای هر مشتری می‌گردد. در حال حاضر سرمایه فکری در بهره‌وری، رشد و نمو، رقابت‌جویی تجاری، عملکرد، اقتصاد و همچنین نوآوری از اهمیت اساسی و فزاینده‌ای برخوردار است (همتی نوعدوست گیلانی و محمودپور، ۱۳۹۵). بعضی از صاحب‌نظران، سرمایه مشتری را تحت عنوان سرمایه ارتباطات مطرح کرده‌اند. در این دیدگاه، سرمایه ارتباطات عبارت است از دانشی که در روابط سازمان با مشتریان، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، سهامداران و شرکایی با استراتژی همگون وجود دارد. بنا بر

1. Wright
2. Roos et al
3. Seetharaman

اظهار نظر شرکت اسکاندیا (شرکت خدمات مالی در سوئد) وجود مشتری، روابط مشتری و مشتریان بالقوه، سرمایه مشتری را تشکیل می‌دهند و تعداد و ساختار مشتریان برای ارزش آتی سازمان حیاتی است؛ زیرا روابط مشتری، جریان‌های نقدی سازمان اصلی را تشکیل می‌دهد (پابلوس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

## نوآوری

در شرایطی که رقابت جهانی به صورت فشرده بوده و سرعت توسعه فناورانه افزایش یافته است، نوآوری یکی از راه‌های بقا در محیط بازار پویا است. نوآوری توسعه و به‌کارگیری ایده‌های جدید به وسیله افرادی است که در همه زمان‌ها در تبادل اطلاعات با یکدیگرند. از این رو نوآوری شامل ایجاد ایده‌های جدید و به‌کارگیری آن در درون فرایند، محصول یا خدمت جدید می‌شود که به رشد پویای اقتصاد ملی منتهی شده و نیز سود شرکت‌هایی که نوآوری را به کار می‌گیرد، افزایش می‌دهد. نوآوری پدیده‌ای یک مرحله‌ای نیست، بلکه فرایندی بلندمدت و تجمعی است که تصمیمات مختلف سازمانی را از مرحله ایجاد ایده‌های جدید تا مرحله به‌کارگیری، شامل می‌شود (عبدی و امتسنین<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). به عبارتی نوآوری، خلق چیز جدید است که یک هدف معین را دنبال و به اجرا رساند (کوپر<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). نوآوری به‌عنوان فرایند تبدیل فرصت‌ها به ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به عملکرد مورد استفاده تعریف شده است (لین و هو<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). نوآوری می‌تواند به صورت محصول یا خدمت جدید، تکنولوژی تولید جدید، ساختار، سیستم اجرایی جدید یا حتی طرح و برنامه‌ای جدید خود را نشان دهد؛ بنابراین گونه‌شناسی‌های مختلفی برای نوآوری وجود دارد. این گونه‌شناسی‌های نوآوری شامل نوآوری فنی و اجرایی، نوآوری در فرایند و محصول، نوآوری تدریجی و بنیادین می‌شود (لیائو و وو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). به‌طور کلی واژه نوآوری تنها با جمع‌آوری ایده ارتباط ندارد، بلکه با طیف وسیعی از فعالیت‌ها و فرایندهایی در ارتباط است که تجاری‌سازی ایده‌ها را نیز در برمی‌گیرد (تروت<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲).

## استراتژی سازمانی

مفهوم استراتژی از علوم نظامی گرفته شده و برای استفاده در کسب‌وکار پذیرفته شده است. استراتژی شکاف بین سیاست‌ها و تاکتیک‌ها و شکاف بین اهداف و ابزارها را پر می‌کند. استراتژی سلاحی برای دستیابی به اهداف از قبل تعیین شده است. از این رو، استراتژی شفاف نقش مهمی در موفقیت سازمان

1. Pablos
2. Abdi & AmatSenin
3. Cooper
4. Lin & Ho
5. Liao & Wu
6. Trott

بازی می‌کند (کفاش‌پور<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). استراتژی سازمانی می‌تواند به‌عنوان برنامه سازمان برای ایجاد و آرایش دارایی‌های دانشی تعریف شود. ایجاد و تسهیم دانش به اثربخشی استراتژی از طریق تعریف دانش استراتژیک، هماهنگی انتقال دانش حیاتی و هدایت تلاش‌های استخراج دانش کلیدی کمک کرده و می‌تواند به نوآوری و اثربخشی سازمانی منجر شود (ژنگ و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). استراتژی را حداقل می‌توان از دو دیدگاه تعریف کرد: از نقطه‌نظر این که سازمان قصد انجام چه کاری را دارد و همچنین از نقطه‌نظر این که سازمان سرانجام چه کاری را انجام می‌دهد، اعم از این که اقدامات اصولاً مورد نظر است یا خیر. از نقطه‌نظر اول، استراتژی برنامه‌ای جامع برای تعریف اهداف یک سازمان و دستیابی به آن‌هاست و از نقطه‌نظر دوم، استراتژی الگوی پاسخ‌های سازمان به محیط خود در طول زمان است (سلیمانی ساداتی، ۱۳۹۴).

### عملکرد کارکنان

عملکرد اشاره به اجرای وظایف محوله به فرد دارد که در انجام کارها، هر سازمانی در محدوده وظایف خویش عمل می‌نماید و بدیهی است که وظیفه فرد جزئی از وظایف سازمانی محسوب می‌شود و شخص در انجام وظایف خود التزام اخلاقی یا قانونی در عمل دارد. آنچه یک کارمند در کار انجام می‌دهد و یا نحوه انجام وظیفه یک فرد را عملکرد می‌نامند (خوش‌باور رستمی، ۲۰۰۹). عملکرد عبارت است از مجموعه رفتارهای مرتبط با شغل که افراد از خود نشان می‌دهند. منظور از عملکرد شغلی نحوه و میزان انجام وظایف و مسئولیت توسط کارکنان است (استوار، ۱۳۹۳). تعاریف فراوانی از عملکرد وجود دارد، اما در تعریفی جامع می‌توان گفت عملکرد هم به معنای ساختارها و هم به معنای نتایج است. رفتارها از فرد اجراکننده صادر شده و عملکرد را از یک مفهوم انتزاعی به مفهومی عملی تبدیل می‌کند. رفتارها فقط ابزاری برای نتایج نیست، بلکه خود رفتارها، نتیجه به حساب می‌آید و می‌توان جدا از نتایج در مورد آن‌ها قضاوت کرد (بیک‌زاد و همکاران، ۱۳۸۹). عملکرد در لغت یعنی حالت کیفیت کارکرد؛ بنابراین، عملکرد سازمانی یک سازه کلی است که بر چگونگی انجام دادن عملیات سازمانی اشاره می‌کند. همچنین عملکرد انسان در سازمان بازتاب دانش، مهارت، رفتار و ارزش‌های اخلاقی اوست. ارزشیابی شایستگی کارکنان عملی است که به‌منظور سنجش خصایص مذکور، نقاط ضعف و قدرت و ایجاد انگیزه اصلاح، ارتقا و شکوفایی انسان صورت می‌پذیرد. به‌طور کلی ارزشیابی و سیستم مناسب تشویق، تنبیه و داشتن معیار سنجش تلاش و فعالیت افراد، موجب بالا رفتن بهره‌وری در سازمان‌ها می‌شود (زالی، ۱۳۹۰).

1. Kaffashpoor
2. Zheng et al



## پیشینه و فرضیه‌های تحقیق

تحقیقی توسط عدنان کالکان (۲۰۱۴) تحت عنوان اثرات سرمایه فکری، نوآوری و سازمانی استراتژی بر عملکرد شرکت صورت گرفته است. هدف بررسی اثرات سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی در عملکرد شرکت‌های فعال در آنتالیای ترکیه است. نتایج نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی و عملکرد شرکت وجود دارد. احمد الدجیلی (۲۰۱۲) در تحقیقی تحت عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی پرداخت و نتایج تحقیق نشان داد که سرمایه انسانی و فکری تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری سازمانی دارند. امیری و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی به این نتیجه دست یافتند که بین هر سه بعد سرمایه فکری (انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) با نوآوری رادیکالی و تدریجی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زرنلر و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند که بین سرمایه فکری، سرمایه کارکنان، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری و عملکرد نوآوری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. هانگ و چانگ (۲۰۰۷) در بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی نشان دادند که از میان سه جز سرمایه فکری، سرمایه انسانی تأثیر بیشتری بر سایر اجزا و عملکرد سازمانی داشته است.

تحقیقی توسط دهقانی و کبیری (۱۳۹۵) تحت عنوان بررسی رابطه سرمایه فکری با نوآوری سازمانی درک‌شده توسط مدیران در صنایع کوچک و متوسط صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد میزان سرمایه فکری با نوآوری سازمانی، ارتباط مستقیم و معنادار دارد. تحقیقی توسط رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۳۹۵) تحت عنوان بررسی نقش ابعاد سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان (مطالعه موردی: بانک‌های صادرات استان گیلان) صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد که کلیه مؤلفه‌های سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی و سرمایه اجتماعی) رابطه مثبت و معناداری با عملکرد مالی بانک دارند. تحقیقی توسط داوودوندی (۱۳۹۴) تحت عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی بر عملکرد شرکت پتروشیمی قائد بصیر گلپایگان صورت گرفته است و نتایج نشان می‌دهد که هر سه ابعاد سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی بر عملکرد شرکت پتروشیمی گلپایگان تأثیر مثبت و معناداری دارد. تحقیقی توسط ناظم و همکاران (۱۳۹۱) تحت عنوان بررسی رابطه بین مدیریت سرمایه‌های فکری با عملکرد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی شرق استان تهران صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان داد بین مدیریت سرمایه فکری با عملکرد کاری کارکنان رابطه وجود دارد. همچنین رابطه معناداری بین مدیریت سرمایه انسانی، مدیریت سرمایه ساختاری و مدیریت سرمایه رابطه‌ای با عملکرد کاری کارکنان وجود دارد. آخرین یافته تحقیق دلالت بر وجود رابطه معنادار بین مدیریت سرمایه انسانی با ابعاد عملکرد کاری کارکنان داشت. درنهایت براساس تشریح بیان مسئله، مبانی نظری و تجربی، فرضیه‌های اصلی و فرعی تحقیق حاضر به شرح ذیل است:

فرضیه اصلی

بین سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد.

بین ابعاد نوآوری با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد.

بین استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت انجام از نوع تحقیقات توصیفی-همبستگی و از بابت جمع‌آوری داده‌ها از مطالعات میدانی است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل تمامی مدیران و مسئولین شرکت شیرین عسل است که بر اساس آمار کسب‌شده تعداد آن‌ها ۲۷۵ نفر می‌باشند. نمونه آماری مدنظر بر اساس فرمول کوکران ۱۶۱ نفر است و همچنین برای تعیین حجم نمونه آماری از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. در این تحقیق روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی است. همچنین، به منظور مطالعه مباحث نظری مرتبط با موضوع پژوهش و نیز بررسی ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش از اطلاعات مکتوب در این رابطه، شامل کتب، مجله‌ها، پایان‌نامه‌های مشابه و سایر مقالات علمی مرتبط با موضوع پژوهش استفاده شده است. به منظور گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استاندارد بهره گرفته شد که عبارت‌اند از: پرسشنامه استراتژی سازمانی میلز و اسنو (۱۹۷۸)، پرسشنامه نوآوری سازمانی ناسوشن و همکاران (۲۰۱۱)، پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸)، پرسشنامه عملکرد کارکنان مقیمی و رمضان (۱۳۹۰). به منظور تأمین روایی سؤالات پرسشنامه، نظرات استادان و صاحب‌نظران در این خصوص اخذ شده است تا سؤالات پرسش‌نامه بتواند سنجش‌کننده موضوع پژوهش باشد. بدین منظور روایی پرسش‌نامه به صورت محتوایی مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفته است. همچنین پایایی پرسش‌نامه با استفاده از آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرها مطابق جدول ۱ است که بر اساس نتایج به دست آمده مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰/۸۹۸ است که بیانگر پایایی مورد قبول ابزار تحقیق است. همچنین در تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. برای توصیف آماری اطلاعات به دست آمده به تناسب از روش‌های فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار و برای آزمون استنباطی داده‌ها آزمون‌های

آماري کولموگروف اسميرنوف و ضريب همبستگي پيرسون استفاده شده است. براي تجزيه و تحليل داده‌ها نيز از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

جدول ۱: پايي پرسشنامه‌ها

متغيرها	مقدار آلفاي کرونباخ
استراتژي سازماني	۰/۸۲۰
نوآوري سازماني	۰/۹۰۳
سرمايه فکري	۰/۸۹۸
عملکرد کارکنان	۰/۹۱۲
کل پرسشنامه	۰/۸۹۸



### تحليل داده‌هاي تحقيق

نتايج آمار توصيفي پاسخ‌دهندگان در جدول ۲ تشریح شده است که شامل چهار شاخه جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کار است.

جدول ۲: شاخص‌هاي توصيفي پاسخ‌دهندگان

جنسیت	فراواني	درصد فراواني	سن	فراواني	درصد فراواني

۵/۱	۸	فوق دیپلم	۶۴/۸	۱۰۳	مرد
۳۵/۲	۵۷	لیسانس	۳۵/۲	۵۸	زن
۵۳/۴	۸۶	فوق لیسانس	۱۰۰	۱۶۱	جمع
۶/۳	۱۰	دکتری	درصد فراوانی	فراوانی	سن
۱۰۰	۱۶۱	جمع	۶/۸	۱۱	کمتر از ۲۵ سال
درصد فراوانی	فراوانی	سابقه کار	۲۳/۹	۳۸	۲۵-۳۵ سال
۱۳/۱	۲۱	کمتر از ۱۰ سال	۳۱/۳	۵۰	۳۶-۴۵ سال
۴۷/۷	۷۷	۱۰-۲۰ سال	۳۸/۱	۶۲	بیشتر از ۴۵ سال
۳۹/۲	۶۳	بیشتر از ۲۰ سال	۱۰۰	۱۶۱	جمع
۱۰۰	۱۶۱	جمع			

جدول ۳ نیز شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق حاضر را نشان می‌دهد و شاخص‌هایی چون میانگین، مُد، انحراف معیار، واریانس، چولگی و کشیدگی هر یک از متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۳: شاخص‌های توصیفی متغیرهای تحقیق

عملکرد کارکنان	سرمایه فکری	نوآوری سازمانی	استراتژی سازمانی	
----------------	-------------	----------------	------------------	--

۱۶۱	۱۶۱	۱۶۱	۱۶۱	تعداد
۲/۸۲	۲/۵۸	۲/۸۸	۲/۵۳	میانگین
۳/۰۲	۲/۸۳	۳/۲۵	۰/۸۳	مد
۰/۶۲	۰/۶۱	۰/۷۷	۰/۷۸	انحراف معیار
۰/۳۹۵	۰/۳۶۹	۰/۵۹۶	۰/۶۱۴	واریانس
-۰/۸۷۸	-۰/۶۸۶	-۰/۹۷۱	-۰/۲۴۳	چولگی
۰/۱۸۳	۰/۱۸۳	۰/۱۸۳	۰/۱۸۳	انحراف از مقدار
۰/۱۳۰	-۰/۲۱۱	-۰/۱۷۲	-۰/۶۱۶	کشیدگی
۰/۳۴۶	۰/۳۴۶	۰/۳۴۶	۰/۳۴۶	انحراف از مقدار

دلیل استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، بر سبب تفاوت توزیع پراکندگی نمرات آزمودنی‌ها با توزیع نرمال است که به این وسیله، پارامتریک یا ناپارامتریک بودن آزمون‌ها مشخص می‌شود. بر اساس نتایج حاصله در جدول ۴، مقادیر سطح معناداری به دست آمده برای آزمون کولموگروف اسمیرنوف کمتر از ۰/۰۵ است (جدول ۴)؛ از این رو، می‌توان از آزمون‌های ناپارامتریک ضریب همبستگی اسپیرمن در تبیین متغیرهای مورد نظر استفاده کرد.

جدول ۴: نتایج نرمال بودن متغیرها (آزمون K-S)

عملکرد کارکنان	سرمایه فکری	نوآوری سازمانی	استراتژی سازمانی	
۰/۱۱۳	۰/۱۵۴	۰/۱۹۰	۰/۱۰۰	مقدار کلموگروف اسمیرنوف
۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	سطح معنی داری

در ادامه به تحلیل نتایج هر یک از فرضیه‌های تحقیق می‌پردازیم. به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

جدول ۵: آزمون فرضیه اصلی

عملکرد کارکنان		متغیرها
سطح معناداری	مقدار اسپیرمن	
۰/۰۰۰	۰/۶۳۳	سرمایه فکری
۰/۰۰۰	۰/۶۷۳	نوآوری سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۵۰۰	استراتژی سازمانی

عملکرد کارکنان		متغیرها
سطح معناداری	مقدار اسپیرمن	
۰/۰۰۰	۰/۵۴۴	سرمایه انسانی
۰/۰۰۰	۰/۶۲۶	سرمایه ساختاری
۰/۰۰۰	۰/۴۳۹	سرمایه ارتباطی

جدول ۷: آزمون فرضیه فرعی دوم

عملکرد کارکنان		متغیرها
سطح معناداری	مقدار اسپیرمن	
۰/۰۰۰	۰/۵۹۹	نوآوری محصول
۰/۰۰۰	۰/۴۷۹	نوآوری فرایند

نواوری اداری	۰/۶۳۶	۰/۰۰۰
--------------	-------	-------

جدول ۸: آزمون فرضیه فرعی سوم

عملکرد کارکنان		متغیرها
سطح معناداری	مقدار اسپیرمن	
۰/۰۰۰	۰/۱۵۱	استراتژی سازمانی

به‌طور کلی با توجه به نتایج جداول ۵، ۶، ۷ و ۸ ملاحظه می‌کنیم که همه روابط متغیرها معنادار بوده و دارای همبستگی مطلوب است. درحقیقت مقدار ضریب معناداری به دست آمده (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است.

### بحث و نتیجه‌گیری

امروزه با رقابت شدید و سرعت توسعه تکنولوژی‌ها، نوآوری یکی از راه‌های بقا در محیط بازار پویا است. برخورداری شرکت‌ها از سرمایه‌های نامشهود می‌تواند آن‌ها را در مسیر دست یافتن به نوآوری مصمم‌تر کند. شرکت‌هایی که استراتژی‌های رقابتی را در بازار دنبال می‌کنند، می‌توانند با برخورداری از کارکنان نوآور به عملکرد برتر دست یابند و سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهند. بر این اساس این تحقیق را با هدف تعیین رابطه سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل مورد بررسی قرار دادیم. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های فرضیه اصلی تحقیق، بین سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد. در تبیین نتایج این تحقیق می‌توان بیان داشت که شرکت‌ها با برخورداری از سرمایه نامشهود خود می‌توانند جو نوآورانه‌ای را در سازمان پدید بیاورند. برخورداری از سرمایه دانشی از سوی دیگر می‌تواند سازمان را در مسیر اتخاذ استراتژی‌های قوی در جهت رسیدن به اهداف سازمانی سوق دهد. سازمانی که بتواند شرایط بیان‌شده را کسب نمایند، تأثیر بسزایی در عملکرد کارکنان دارند؛ لذا این موضوع می‌تواند شرکت را در جهت دستیابی به عملکرد بهتر در بازار با رقبا موفق گرداند.

همچنین بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های فرضیه فرعی اول تحقیق، بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد. در تبیین این فرضیه نیز می‌توان بیان

داشت که برخورداری شرکت از سرمایه‌های نامشهود و فکری در میان کارکنان می‌تواند باعث ارتقای بهره‌وری در شرکت شده و از این طریق می‌تواند باعث توسعه عملکرد کارکنان شود. ارتقای عملکرد کارکنان که ناشی از کسب دانش باشد می‌تواند شرکت را در جهت دستیابی به ایده‌های خلاقانه کمک کند.

در ادامه نیز بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های فرضیه فرعی دوم تحقیق، بین ابعاد نوآوری سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد. در تبیین نتایج این فرضیه می‌توان بیان داشت که شرکت‌هایی که از نوآوری برخوردارند همواره در رقابت با سایر تولیدکنندگان موفق‌تر عمل می‌کنند. استفاده از تکنولوژی‌های جدید و همسو با توان تولید جهانی این امکان را برای کارکنان فراهم می‌سازد تا بتوانند از عملکرد بالایی برخوردار شوند و از این طریق شرکت را در مسیر کسب سهم بازار بیشتر یاری کنند.

بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های فرضیه فرعی سوم تحقیق، بین استراتژی سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت شیرین عسل رابطه وجود دارد. در تبیین نتایج این فرضیه نیز می‌توان بیان داشت که شرکت‌هایی که بتوانند از استراتژی‌های موفق استفاده نمایند می‌توانند مسیر توسعه را در دستیابی به اهداف سازمانی سریع‌تر پیمایند. استفاده از تکنولوژی هم‌راستا با اهداف سازمانی می‌تواند عملکرد کارکنان را ارتقا داده و از این طریق نیز عملکرد شرکت را ارتقا دهد. لازم به ذکر است که نتایج همه فرضیه‌های تحقیق حاضر با نتایج مطالعات پژوهشگرانی چون دهقانی و کبیری (۱۳۹۵)، رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۳۹۵)، داودوندی (۱۳۹۴)، ناظم و همکاران (۱۳۹۱)، عدنان کالکان (۲۰۱۴)، احمد الدجالی (۲۰۱۲)، امیری و همکاران (۲۰۱۱)، زرنلر و همکاران (۲۰۰۸)، هانگ و چانگ (۲۰۰۷) همسو است. به‌طور کلی در راستای عملکرد، وجود توانایی بالای کارکنان و عملکرد بالای شرکت در گرو عواملی چون سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی‌های قابل اجرای است که در این میان نقش عوامل انسانی پررنگ‌تر و مهم‌تر است.

در ادامه نیز بر اساس نتایج حاصل پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد: مدیریت خلاقیت و نوآوری با اتخاذ اهداف روشن و مثبت، باعث تلاش مستمر در شناسایی منابع دانائی، ابتکار و خلاقیت آفرینی، اعم از درون و برون سازمانی معمول می‌شود؛ لذا پیشنهاد می‌شود شرکت با انتخاب مدیران خلاق و نوآور در جهت بهبود عملکرد و تولید محصولات خود اقدام نمایند. آموزش کارکنان و همسوسازی با دانش به‌روز در شرکت‌ها، می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شرکت شود؛ لذا با برگزاری کارگاه‌های آموزشی و استفاده از تجربیات کارگران قدیمی‌تر شرکت می‌توان سرمایه فکری و نامشهود را ارتقا داد. با توجه به اینکه سرمایه فکری تأثیر قابل توجهی بر عملکرد کارکنان می‌تواند داشته باشد؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود نیازهای آموزشی و تحصیلی کارکنان به صورت مستمر رصد شده و برای کارکنان دوره‌های علمی



کاربردی و تخصصی و کارگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با کارشان تدارک دیده شود و از ارتقا علمی کارکنان حمایت شود. همچنین تیم‌هایی جهت تحلیل دلایل عدم موفقیت و حتی موفقیت تولید یک محصول یا پروژه خاص تشکیل شود و نتایج بررسی‌های این تیم تخصصی در اختیار کارکنان بخش‌های مربوطه داده شود. از سوی دیگر نیز استراتژی‌های بازاریابی و تبدیل آن‌ها به فعل جزء، اولویت‌های مدیران بوده و از مسئولان بخش‌های مختلف به صورت دور ای نتایج اقدامات مربوط به استراتژی‌های کوتاه مدت، میان‌مدت و بلندمدت تقاضا گردد.

پیشنهادهای آتی تحقیق شامل ارزیابی ابعاد نوآوری سازمانی در تأثیرگذاری بر عملکرد کارکنان در بین سازمان‌های دولتی و خصوصی با استفاده از روش‌های فازی. بررسی تأثیر نوآوری سازمان و انتخاب تکنولوژی مناسب بر کسب سهم بازار شرکت‌های فعال در صنعت مواد غذایی. بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی شرکت‌ها با نقش میانجی‌گری مزیت رقابتی. استفاده از پرسشنامه در گردآوری داده‌ها از جمله محدودیت‌های تحقیق هست که گاه باعث به پاسخ‌های احساسی در پرسشنامه می‌شود. برخی از کارکنان همکاری لازم را در فرایند پرسشنامه نداشتند. عدم توجه به سؤالات پرسشنامه و آشنا نبودن با فنون پرسشنامه نیز از محدودیت‌های دیگر تحقیق بود و در نهایت انتخاب شرکت شیرین عسل به عنوان یک جامعه محدود، امکان تعمیم نتایج تحقیق به سایر شرکت‌ها را با احتیاط مواجه می‌سازد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

#### منابع

- استوار، رحیم (۱۳۹۳). بررسی رابطه ابهام و تعارض نقش و عملکرد شغلی، مطالعه موردی در شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب. مجله علمی - ترویجی اکتشاف و تولید نفت و گاز. شماره ۱۱۶، ۸-۱۶.
- بیک‌زاد، جعفر؛ علائی، محمدباقر و اسکندری، کریم (۱۳۸۹). بررسی رابطه هوش سازمانی مدیران با عملکرد آنان در سازمان‌های دولتی استان آذربایجان شرقی. پژوهش‌های مدیریت، سال ۳، شماره ۸، ۱۶۳-۱۴۳.
- پناهی، بلال (۱۳۹۲). اعتماد و اعتمادسازی در سازمان. فصلنامه مالیات و مالیه عمومی کشور، دوره ۱، شماره ۲۷، ۱۰۱-۸۸.

- داودوندی، مجتبی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی بر عملکرد شرکت پتروشیمی قائد بصیر گلپایگان، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و علوم انسانی، ۹-۱.
- دهقانی، علیرضا و کبیری، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی رابطه سرمایه فکری با نوآوری سازمانی درک‌شده توسط مدیران در صنایع کوچک و متوسط. همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران.
- رهنمای رودپشتی، فریدون؛ زمردیان، غلامرضا؛ حبیب‌زاده، سیده ندا؛ عاصی، مهرداد (۱۳۹۵). بررسی نقش ابعاد سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان (مطالعه موردی: بانک‌های صادرات استان گیلان). سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد، ۱۹-۱.
- رحیمی ریگی، قاسم؛ مصطفایی، قدرت؛ کریمی، حمید؛ شیخ‌محمدی، امیر (۱۳۹۵). تأثیر اجزای سرمایه فکری بر کارایی پذیرفته‌شده در بورس و اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده‌ها، دانش حسابرسی، شماره ۶۳، ۱۶۶-۱۴۹.
- زالی، محمدرضا (۱۳۹۰). بررسی سیاست‌های نوین ارزیابی عملکرد سازمان. اولین کنفرانس ملی مدیریت عملکرد، جهاد دانشگاهی دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- سلیمانی ساداتی، سیده فاطمه (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین استراتژی و ساختار سازمانی شرکت برق منطقه‌ای مازندران و گلستان، کنفرانس مدیریت اقتصاد و مهندسی صنایع، ۹-۱.
- ناظم، فتاح؛ شکیبایی، زهره و عبدالهی‌آهی، علی‌اکبر (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه‌های فکری با عملکرد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی شرق استان تهران، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال ۴، شماره ۱۷، ۱۶۵-۱۴۱.
- همتی نوعدوست گیلانی، مهناز و محمودپور، نسیم (۱۳۹۵). تحت عنوان بررسی رابطه سرمایه فکری و خلاقیت سازمانی، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد با محوریت‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۵-۱.
- Abdi, K., & AmatSenin, A. (2014). Investigating the impact of knowledge management on organizational innovation: conceptual framework. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 8(6), 686-691.
- Adnan, K., Çetinkaya Bozkurt, O., & Arman, M. (2014). The impacts of intellectual capital, innovation and organizational strategy on firm performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 150, 700-707.
- Ahmed Al-Dujaili, M. A. (2012). Influence of Intellectual Capital in the Organizational Innovation. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(2), 128-135.

- Amiri, A. N., Jandaghi, G., & Ramezan, M. (2011). An Investigation to the Impact of Intellectual Capital on Organizational Innovation. *European Journal of Scientific Research* 64(3): 472-477.
- Chen, M. C., Cheng, & Hwang, Y. (2005). Anempirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 79.
- Cooper, J. R. (2010). A multidimensional Approach to the Adoption of Innovation, *Management Decision*, 36(8), 493-502.
- De Castro, G., & Pedro, L. S. (2008). Intellectual capital in high-tech firms: The case of Spain. *Journal of Intellectual Capital*, 9(1), 25- 36.
- Huang, C. F., & Chung S. L. (2007). A Study on the Relationship between Intellectual Capital and Business Performance in the Engineering Consulting Industry: A Path Analysis. *Journal of Engineering and Management*, 13(4), 265-271.
- Kaffashpoor, A. (2013). Linking organizational culture, structure, leadership style, strategy, and organizational effectiveness: mediating role of knowledge management. *Advanced Research in Economic and Management Sciences*, 11.
- KhoshBavar Rostami R. (2009). The relationship between quality of work life, productivity and performance of educational organization staff of Behshar. [MA thesis]. Sari: Islamic Azad University.
- Lerro, A., & Schiuma, G. (2013). Intellectual capital and company performance Improvement. *Measuring business Excellence*, 12(2), 3-9.
- Liao, S. H., & Wu, C. C. (2011). System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation. *Expert systems with Applications*, 27(2), 1196-1112.
- Lin, C. Y., & Ho. Y. H. (2007). Technological innovation for Chinas logistics industry" *Journal of technology management & innovation*, 2(9), 1-12.
- Pablos, P. O. D. (2003). Intellectual Capital Reporting in Spain: A Comparative View. *Journal of Intellectual Capital*, 4(1), 61-81.
- Roos, J., Roos, G., Nicola, C. D., & Edvinsson, L. (2013). *Intellectual Capital: Navigation the New Business Landscape*, London: Macmillan Press.
- Sarlak, M. A., Moradgholi, M., & Ghorbani, A. (2012). Effect of transformational leadership on intellectual capital. *African Journal of Business Management*, 8(27), 7577-7568.

- Seetharaman, A., Kevin Lock, T. L., & Saravanan, A. S. (2004). Comparative Justification on intellectual Capital. *Journal of intellectual Capital*, 5(4), 539-522.
- Tayles, M. (2007). Intellectual capital, management accounting practice and corporate performance perceptions of manager. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(4), 522-584.
- Trott, P. (2012). *Innovation Management and New product Development*, person.
- Wright, P. M., Benjamin, B. D., & Scott, A.S., (2001). Human Resources and the Resource-based View of the Firm, *Journal of Management*, No.27.
- Zerenler, M., Hasiloglu, B., & Sezgin, M. (2008). Intellectual Capital and Innovation performance: Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier. *Journal of technology management* 3(4), 31-40.
- Zheng, W., Yang, B., & McLean, G. N. (2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. *Journal of Business research*, 62(7), 762-771.

