

## بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده

(مورد مطالعه: شهرداری تهران)

فاطمه نژاد انصاری کوچصفهانی

دکترای پزشکی، واحد دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

### چکیده

در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش حمایت سازمانی ادراک شده در شهرداری تهران پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق کارکنان شهرداری تهران می باشند. در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده میشود که حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان به تعداد نمونه ۳۷۹ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. پژوهش حاضر از نظر هدف در حیطه تحقیقات کاربردی است و از نظر ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی است. ابزار گردآوری اطلاعات این تحقیق پرسشنامه می باشد، پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰,۷ محاسبه شد. پرسشنامه از روایی و اعتبار تایید شده برخوردار است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون مدل معادلات ساختاری و نرم افزار PLS استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده در شهرداری تهران مورد تایید قرار داد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، نوآوری سازمانی، حمایت سازمانی ادراک شده

**مقدمه:**

امروزه، سرعت دگرگونی در حوزه‌های متفاوت فن‌آوری، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، دانش بازار و حتی اقتصاد کشورها و همچنین ابتکار عمل همراه با سرعت عمل در حوزه‌های کسب‌وکار باعث گردیده تا سازمان‌ها با چالش‌های متفاوتی مواجه شوند. در عصر حاضر سازمان‌ها بر اساس میزان ارزشی که برای نوآوری و یادگیری قائل هستند، قادرند تا به مزیت رقابتی دست یابند (کیانتو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷).

با این رقابت جهانی که امروزه شاهد آن هستیم، نوآوری به عنوان یک جزء ضروری برای استراتژی سازمانها تبدیل شده است تا توسط آن سازمانها در صحنه بازار بتوانند بهتر عمل کنند، اعتبار، شهرت و وجهه مثبتی را که در ادراک مشتریان بدست آورند و توسط آن به مزیت رقابتی برسند. از طرف دیگر تغییر سریع در دنیای رقابتی عصر حاضر ایجاب می‌کند که نیروی انسانی نیز پایه‌پای این تحولات در همه زمینه‌ها خود را هماهنگ کند و از آموزش‌های لازم استفاده کند. این امر، لزوم یادگیری را در همه ارکان سازمان‌ها ایجاد می‌کند (طالقانی، ۱۳۹۱). در اقتصاد دانش محور امروزی اهمیت دارایی‌های نامشهود در فرایند تولید ثروت به مراتب بیشتر از دارایی‌های مشهود و به عبارت دیگر در اقتصاد دانش محور، دارایی‌های فیزیکی است. به عبارت دیگر در اقتصاد دانش محور، دارایی‌های نامشهود جزو مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب شده و اهمیت اینگونه دارائیها در موفقیت بالقوه سازمان‌ها به مراتب بیشتر از دارایی‌های مشهود است. بطور خلاصه می‌توان گفت که سرمایه فکری بنیان رقابت فردی، سازمانی و ملی را تشکیل می‌دهد (ایلماز<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۹).

در دو دهه گذشته شرکتها، با مطلع شدن از نقش مهم سرمایه فکری در حفظ مزیت رقابتی، درصدد توسعه سرمایه فکری برآمدند، سازمان‌هایی که به طور اثربخش به سرمایه فکری خود توجه میکنند، موفق تر هستند و جایگاه سازمانی آنها ارتقا می‌یابد سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴). سرمایه فکری که گاهی آن را به عنوان سرمایه‌های دانشی و دارایی‌های نامشهود نیز میشناسند شامل مواد فکری، دانش و اطلاعات و نیز مالکیت فکری است که سازمان‌ها از آنها در خلق دانش استفاده می‌کنند. سرمایه فکری یک سازمان ترکیبی از فعالیت‌های نامشهودی است که به یک سازمان کمک میکند که تبدیل به یک مجموعه از منابع انسانی، مالی و مادی که مستعد خلق ارزش برای سازمان است تبدیل شود در تحقیق حاضر به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده در شهرداری تهران می‌پردازیم.

**بیان مسئله**

امروزه حرکت به سمت جامعه‌ای با اقتصاد دانش بنیان، باعث شده است تا بسیاری از سازمان‌ها، نوآوری را به عنوان یک راهبرد انتخاب کنند و به بازنگری در سازمان، سبد محصولات، خدمات خود و... از طریق ایجاد نوآوری بپردازند. در حقیقت سازمانها به نوآوری به عنوان کلید بقای سازمان نگاه میکنند بنابراین میکوشند تا چارچوبی بنیادی که نوآوری را به عنوان یک هنجار فرهنگی پایه‌ای بپذیرد ایجاد کنند. در دو دهه اخیر نوآوری به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت شرکت‌ها مبدل شده است؛ در واقع امروزه سازمان‌ها با سرعت نوآوری بالا قادر خواهند بود با شتاب بیشتر و به نحو مطلوب تری بر چالش‌های

<sup>۱</sup> Kianto<sup>۲</sup> . Yilmaz

محیطی فایق آیند (یاسینی، ۱۳۹۵). در عصر حاضر بسیاری از سازمان ها به دنبال بهبود شرایط سازمان خود هستند. با توجه به تقاضای زیاد و نیز تغییرات محیطی فراوان، نه تنها محصولات و خدمات و چگونگی عرضه آنها دارای اهمیت می باشد، بلکه کاربرد ابزار و اقدام های مناسب با اهداف سازمان در قبال منابع انسانی و اهداف سازمانی و عملکردی مانند تحقق مأموریت های سازمانی و چشم اندازهای سازمان بیشتر مورد توجه قرارمیگیرد از این رو توجه به عوامل انسانی در راستای برآورده کردن اهداف و مأموریت های سازمانی اهمیت بیشتری پیدا میکند (سلیمی، ۱۳۹۴).

سرمایه فکری نیز مجموعه ای از دارایی های دانش محور است که به یک سازمان اختصاص دارند و در زمره ویژگی های آن محسوب می شوند و از طریق افزودن ارزش به ذی نفعان کلیدی سازمان، به طور قابل ملاحظه ای به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می شود. در واقع سرمایه فکری عامل کلیدی برای خلق ارزش های آینده سازمان محسوب می شود و از نظر منابع سازمانی به ثروت آفرینی از راه سرمایه گذاری در دانش، اطلاعات، دارایی های فکری و تجربه مربوط می شود (خاوندکار و همکاران، ۱۳۹۲). به طور کلی، می توان گفت سرمایه فکری اصطلاحی با معنی و مفهوم بسیار گسترده است، این اصطلاح از یک سو در برگزیده عواملی از قبیل مهارت های کارکنان، حق امتیازات، تکنولوژی ها است و از سوی دیگر اطلاعات مربوط به به مشتریان، سهامداران و همچنین دانش های کاربردی سازمان را در بر می گیرد (دگمارا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵).

سرمایه فکری موضوعی است که در چند سال اخیر به آن توجه شده است، سازمانها از طریق سرمایه فکری برای خلق و افزایش ارزش سازمانی استفاده میکنند. موفقیت یک سازمان به توانایی آن درمدیریت سرمایه فکری سازمان بستگی دارد. شناخت سرمایه های فکری و راه هایی که بتوان به وسیله آن نوآوری را در بین کارکنان افزایش داد به عنوان یک اهرم ضروری برای حفظ و حمایت از موقعیت سازمان ها به حساب می آید. با این حال علی رغم نقش بسیار مؤثر سرمایه فکری در عملکرد و اثربخشی سازمان، هنوز در بسیاری از سازمان ها به آن توجه ای نمی کنند و مورد بی اعتنایی قرار می گیرد و مدیران و سرپرستان اکثر سازمان ها توجه کافی به منابع انسانی و دانشی در ایجاد ظرفیت های جدید و توسعه ظرفیت های موجود به منظور ایجاد رشد و توسعه سازمانی را ندارند از اینرو در مقاله حاضر به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش حمایت سازمانی ادراک شده در شهرداری تهران می پردازیم لذا سوال اصلی تحقیق این است آیا سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده در شهرداری تهران تاثیر دارد؟

### پیشینه تحقیقات انجام شده:

-انصاری و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهش خود به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سبز پرداختند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از ۵۰ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان، براساس نمونه برداری تصادفی ساده از روی فهرست بیمه سازمان انتخاب شدند. نتایج تحقیق مذکور نشان دادند که سرمایه انسانی به میزان ۷۶ درصد بر نوآوری سبز موثر می باشد.

-محمودی میمند و کیارزم (۱۳۹۴)، پژوهشی با عنوان بررسی رابطه اجزای سرمایه فکری با محرک های نوآوری سازمانی با هدف تحلیل رابطه بین سرمایه فکری، رقابت و محرک های نوآوری در ۸ کارخانه فعال در صنعت لاستیک و پلاستیک انجام دادند. یافته های مقاله نشان دهنده ارتباط مثبت و مستقیم اجزاء سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه ای) با ایجاد مزیت رقابتی و همچنین با محرک های نوآوری در شرکت های مورد مطالعه بود.

<sup>3</sup> Dagmara

-کیانتو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۷)، در مقاله ای با عنوان سرمایه فکری و نوآوری پرداختند. این پژوهش مدلی مفهومی ارائه می کند که در آن مدیریت منابع انسانی بر سرمایه فکر تأثیر می گذارد و از این طریق نوآوری سازمانی را افزایش میدهد. نتایج این تحقیق نیز نشان می دهد که سرمایه فکری به طور مثبت در روابط بین شیوه های مدیریت منابع انسانی مبتنی بر دانش و عملکرد نوآوری نقش میانجی بازی می کند.

-فلاحی و بهارستان<sup>۵</sup> (۲۰۱۴)، در مقاله خود به بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی و سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی پرداختند. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی است. جامعه آماری شامل ۲۲۰ نفر از کارکنان سازمان تربیت بدنی در شهر کرمانشاه است. یافته ها نشان داد که مدیریت منابع انسانی به طور معناداری بر سرمایه فکری تأکید دارد بر اساس بخش دیگری از یافته های پژوهش، مدیریت منابع انسانی و سرمایه فکری به طور قابل توجهی بر عملکرد سازمان تأثیر می گذارد.

- دورگو<sup>۶</sup> (۲۰۱۳)، در مقاله ای با عنوان نوآوری محصول و سرمایه ارتباطی به بررسی تأثیر سرمایه ارتباطی بر عملکرد نوآوری محصول در شرکت های کوچک و متوسط نوآور پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان دادند که سرمایه ارتباطی تأثیر مثبتی بر عملکرد نوآوری محصول دارد. به طور خاص، "روابط عمودی" به عنوان عنصر اصلی سرمایه ارتباطی به طور قابل ملاحظه ای بر نوآوری محصول در سطح SME های نوآور ظاهر می شود.

### هدف تحقیق

بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده

### فرضیه تحقیق

سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده تأثیر معنی داری دارد.

### روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت گردآوری داده ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق کارکنان در تهران می باشند که تعداد آنها حدود ۲۵۰۰۰ نفر می باشد که با استفاده از جدول مورگان نیز تعداد نمونه ۳۷۹ نفر تعیین می شود و برای نمونه گیری نیز در این تحقیق از روش در دستری استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات این تحقیق پرسشنامه می باشد، پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۱۰) محاسبه شد. پرسشنامه از روایی و اعتبار تأیید شده برخوردار است. در این تحقیق برای بررسی فرضیات تحقیق از آزمون مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

### تجزیه تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های تحقیق

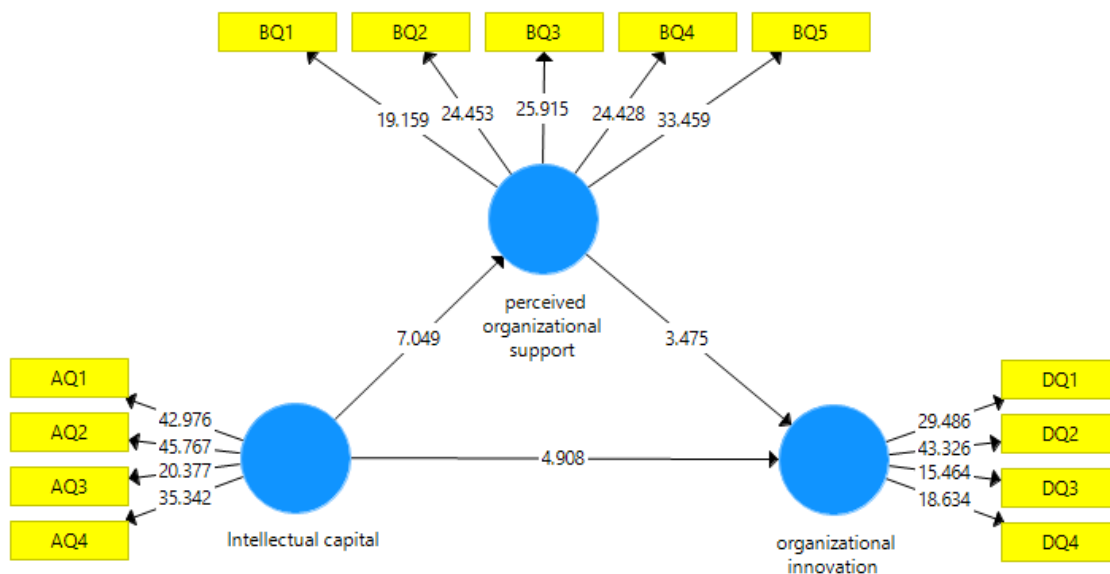
در این پژوهش برای بررسی فرضیه های پژوهش از آزمون مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است.

<sup>4</sup> Kianto

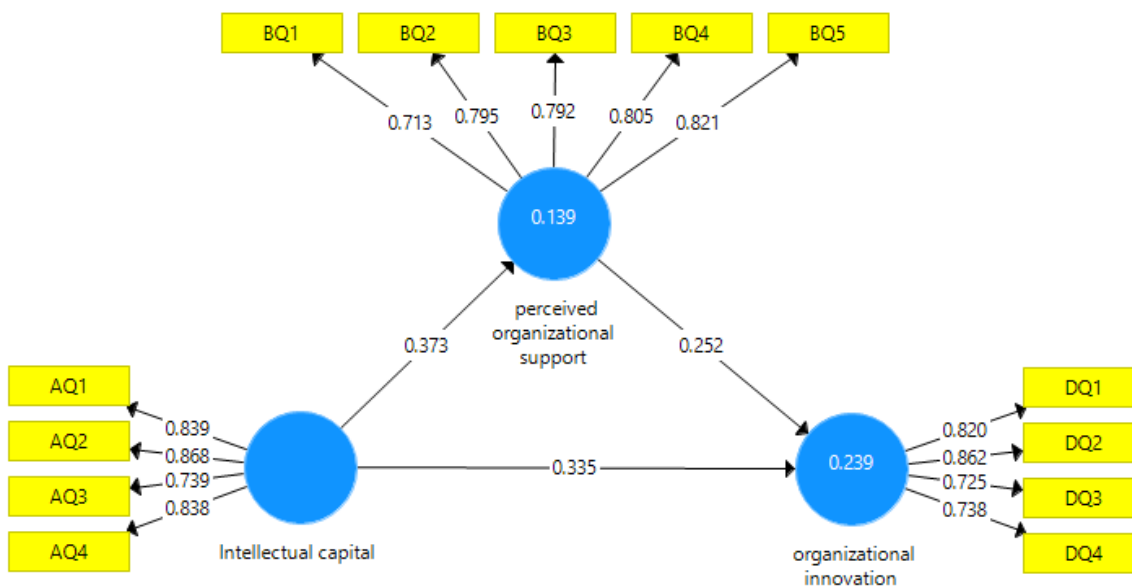
<sup>5</sup> Fallahi & Baharestan

<sup>6</sup> Dorrego

نمودار ۱- مدل معادلات ساختاری در حالت T-VALUES فرضیه های تحقیق



نمودار ۲- مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد فرضیه های تحقیق



بررسی فرضیه تحقیق

سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده تاثیر معنی داری دارد.

## - بررسی نقش میانجی متغیر حمایت سازمانی ادراک شده

در این بخش نقش میانجی متغیر آگاهی برند سنجیده می شود. برای آزمون ارتباط یک متغیر میانجی، یک آزمون پر کاربرد به نام آزمون سوبل<sup>۷</sup> وجود دارد که برای معناداری تأثیر میانجی یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می رود و از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$Z - value = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2)}}$$

که در آن

a مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی؛

b مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته؛

S<sub>a</sub> خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی؛

S<sub>b</sub> خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته می باشد.

## جدول ۱- نتایج حاصل از آزمون سوبل متغیر حمایت سازمانی ادراک شده

a	b	S <sub>a</sub>	S <sub>b</sub>	z-value
۰,۳۷۳	۰,۲۵۲	۰,۰۵۳	۰,۰۷۳	۳,۱۲

بر اساس نتیجه بدست آمده مقدار Z-value بالاتر از ۱,۹۶ می باشد که بیانگر نقش میانجی متغیر حمایت سازمانی ادراک شده می باشد.

## - تعیین شدت تأثیر میانجی متغیر حمایت سازمانی ادراک شده

علاوه بر آزمون سوبل، برای تعیین شدت اثر غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره ای به نام VAF<sup>۸</sup> استفاده می شود که مقدار بین ۰ و ۱ را اختیار می کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک تر باشد، نشان از قوی بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیر مستقیم بر اثر کل را می سنجد، و از فرمول زیر محاسبه می گردد:

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

که در آن

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی؛

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته؛ و

c: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته می باشد.

## جدول ۲- نتیجه حاصل از آزمون تعیین شدت اثر غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی حمایت سازمانی ادراک شده

a	b	c	VAF
۰,۳۷۳	۰,۲۵۲	۰,۳۳۵	۰,۲۱۹

<sup>7</sup> Sobel Test

<sup>8</sup> Variance Accounted For

بر اساس نتیجه بدست آمده مقدار شدت اثر غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی حمایت سازمانی ادراک شده برابر با ۰,۲۱۹ می باشد لذا در مجموع فرضیه تحقیق مبنی بر اینکه سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی حمایت سازمانی ادراک شده تاثیر معنی داری دارد، مورد تأیید قرار می گیرد.

### نتیجه گیری و پیشنهادات:

-با توجه به نتایج بدست آمده از فرضیه های تحقیق، پیشنهاد می شود که مدیران شهرداری تهران برای توانمندسازی سرمایه فکری و به دنبال آن نوآوری سازمانی به کارکنان سازمان قدرت تصمیم گیری و اختیار بدهند و در سازمان جو اعتماد را ایجاد کنند، اعتماد و اطمینان کمک می کند تا تردید، عدم امنیت و ابهام، در روابط بین کارکنان و مدیر از بین برود. کارکنان را برای مطرح کردن ایده های نو تشویق کنند و از نوآوری در سازمان پشتیبانی به عمل آورند، کارکنان سازمان را به انجام کار تیمی و گروهی تشویق کنند، چراکه افراد در گروه با فکریهای دیگران آشنا می شوند و همین باعث خلق نوآوری در سازمان می گردد. همچنین پیشنهاد می شود، مدیران در شهرداری تهران با اتخاذ رویکرد های مناسب برای ارتقای سرمایه فکری از طریق طراحی ساختار مناسب با تغییرات حاصله و حمایت آن ها از طریق ارزیابی عملکرد متناسب، آموزش کارکنان، ارتقای سطح دانش افراد همراه با خبرگی و نخبگی، آموزش های هدفمند با رویکردهای جمعی و گروهی اقدام نمایند.

### فهرست منابع

- انصاری، منوچهر، شیدا اشرفی و هدی جبلی، (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سبز، فصلنامه علیم - پژوهشی مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۸، شماره ۲، ۱۴۱-۱۶۲.
- خاوندکار، جلیل. خاوندکار، احسان. متقی، افشین. (۱۳۹۲). سرمایه فکری؛ مدیریت، توسعه و مدل های سنجش. تهران: انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- سلیمی، قاسم و فاطمه عبدالشرفی. (۱۳۹۴). نقش میانجی یادگیری سازمانی در رابطه بین شیوه های مدیریت منابع انسانی و نوآوری سازمانی. فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، سال دوم، شماره ۴، ۷۵-۹۹.
- طالقانی غلامرضا، انواری علی و افتخاری لیلا (۱۳۹۱). رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در یک شرکت بیمه: پژوهشنامه بیمه (صنعت بیمه سابق). سال بیست و هفتم، بهار ۱۳۹۱ شماره ۱.
- محمودی میمند، محمد و آمنه کیارزم. (۱۳۹۴). بررسی رابطه اجزای سرمایه فکری با محرک های نوآوری سازمانی، پژوهش نامه مدیریت تحول، سال هفتم، شماره ۱۴، ۵۷-۷۴.
- یاسینی، علی و عیسی هواسی، ۱۳۹۵، بررسی ارتباط راهبردهای منابع انسانی با تعهد سازمانی و حمایت سازمانی ادراک شده کارکنان ستادی ادارات زیرمجموعه قوه قضاییه در استان ایلام، اولین کنفرانس بین المللی کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، شیراز، موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی.

- Dagmara M. Weckowska. (2015). Learning in university technology transfer offices: transactions-focused and relations-focused approaches to commercialization of academic research. *Procedia Engineering*. Vol. 41-42, Pp. 62–74.
- Dorrego Pedro Figueroa (2013) “Product Innovation and Relational Capital: Evidence From Portugal” *The Electronic Journal of Knowledge Management* Volume 11 Issue 4 (pp295-308).
- Fallahi M,B, Baharestan O. (2014). Investigating the Effect of Human Resources Management and Intellectual Capital on the Organizational Performance (Kermanshah Physical Education organization as a Case Study). *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, Volume 3 ,Issue 3,pp 126-140
- Kianto, A., Sáenz,J. and Aramburub,N. (2017). intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11–20 .
- Yilmaz, A., & Atalay, C. (2009). A theoretical analyze on the concept of trust in organizational life. *European Journal of Social Sciences*, 8 (2), 341-352