

ارزیابی عملکرد سرمایه فکری در مراکز آموزشی عالی با استفاده از روش AHP (مطالعه موردی: دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان)

صدیقه طوطیان اصفهانی*^۱، شهرزاد طیاران^۲، طیبه نورسته^۳
تاریخ دریافت: ۹۷/۰۱/۰۹ صص ۲۴۶-۲۲۵ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۱/۰۵

چکیده

اواخر قرن بیستم با توجه به تغییر مزیت رقابتی از سرمایه‌های مشهود به دارایی‌های دانشی و فرآورده‌های دانش محور، دانشگاه‌ها و آموزش عالی از جهت تولید دانش، مورد توجه قرار گرفتند. دانشگاه‌های ایران و البته دانشگاه‌های پیام نور نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشند. از این رو پژوهش حاضر با هدف، ارزیابی عملکرد سرمایه فکری در مراکز آموزشی با استفاده از روش AHP در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان انجام گرفته است. روش تحقیق کاربردی و توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه‌ی مورد بررسی در این پژوهش شامل کارکنان دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به تعداد ۳۶۵ نفر می‌باشد که ۱۸۷ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی انتخاب و از طریق پرسشنامه مقایسات زوجی اطلاعات لازم در راستای پاسخ‌گویی به سوالات پژوهش جمع‌آوری شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان سرمایه انسانی با ضریب ارجحیت ۰٫۶۲ دارای اولویت اول، مولفه نوآوری با ضریب ارجحیت ۰٫۷۶ دارای تقدم بر تعهد با ضریب ارجحیت ۰٫۱۶ و دارای تقدم بر رضایت کارکنان با ضریب ارجحیت ۰٫۰۷ می‌باشد. همچنین فرهنگ سازمانی با ضریب ارجحیت ۰٫۵۳ دارای تقدم بر انتقال تکنولوژی با ضریب ارجحیت ۰٫۲۹ و دارای تقدم بر سیستم اطلاعات با ضریب ارجحیت ۰٫۱۶ است. مولفه ارزش برند با ضریب ارجحیت ۰٫۶۲ دارای تقدم بر وفاداری مشتری با ضریب ارجحیت ۰٫۲۳ و دارای تقدم بر رضایت مشتری با ضریب ارجحیت ۰٫۱۳ است. در نهایت واحد دانشگاهی رشت با ضریب ارجحیت ۰٫۳۳ دارای تقدم بر سایر واحدهای دانشگاهی دارد.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی عملکرد، سرمایه فکری، AHP.

۱ - استادیار گروه حسابداری، دانشکده علوم انسانی واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲ - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران

۳ - دانشجوی کارشناسی ارشد بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران

*- نویسنده مسئول: tootian_ir@yahoo.com

مقدمه

تحولات شگرف دانش مدیریت وجود نظام ارزیابی اثربخش را اجتناب ناپذیر نموده است. به گونه‌ای که فقدان ارزیابی ابعاد مختلف سازمان اعم از ارزیابی استفاده از منابع و امکانات، کارکنان، اهداف و استراتژی‌ها به عنوان یکی از علائم و بیماری‌های سازمان قلمداد می‌شود (Sheikhzadeh, ۱۳۸۸). در سال‌های اخیر نه فقط حساسیت رقابت در بازار افزایش یافته، بلکه ماهیت آن نیز، تغییر کرده است. چرا که توجه سازمان‌ها، برای کسب عملکرد برتر و مزایای رقابتی، از سمت سرمایه‌گذاری در منابع مشهود به سمت سرمایه‌گذاری در منابع نامشهود، تغییر یافته است. در این راستا سرمایه‌فکری یکی از با ارزش‌ترین منابع نامشهود و سرمایه مهم در رشد کارآفرینی محسوب شده است (Nikpour, 1390). در سال‌های اخیر، سرمایه‌فکری به سرمایه اصلی سازمان‌های پیشرو در اقتصاد دانش محور تبدیل شده است (Nedjatia & Izbirakb, 2013). از سرمایه‌فکری به منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و در دنیای امروز، موفقیت هر سازمان به توانایی مدیریت این دارایی‌ها بستگی دارد. دهه آینده دهه ارزش‌آفرینی از خلال سرمایه‌فکری برای سازمان‌ها و کشورها است. لذا توجه به موضوع سرمایه‌فکری در سطح جهانی و منطقه‌ای و جدید بودن این بحث می‌تواند به عنوان یک مزیت برای کشور ما به حساب آید (Babae., Rahimi, 1391). سه دسته طبقه‌بندی سرمایه‌فکری شامل، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری، به طور گسترده‌ای در ادبیات تحقیق پذیرفته شده است (Nedjatia & Izbirakb, 2013). سرمایه انسانی مهم ترین دارایی یک سازمان است (Ghorbani, 2013). Zadeh, 1391 طبق تعریف روس و همکارانش (۱۹۹۷) کارکنان یک سازمان، سرمایه‌فکری را از طریق شایستگی‌ها، طرز فکرها و زیرکی فکری خود خلق می‌کنند (Rahimh, 1391 & Babae, 2013). در حقیقت سرمایه انسانی عبارت از ارزش انباشته از سرمایه‌گذاری در آموزش کارکنان، شایستگی و آینده است. مالون (۱۹۹۷) نیز سرمایه انسانی را به عنوان دانش ترکیبی، مهارت، نوآوری و توانایی فردی کارکنان سازمان برای رویارویی با وظیفه کاریشان تعریف می‌کند (Nedjatia & Izbirakb, 2013). بونتیس (۲۰۰۳) سرمایه ساختاری را شامل همه مخازن دانش غیر انسانی در سازمان تعریف می‌کنند که شامل پایگاه داده‌ها، چارت‌های سازمانی، دستورالعمل‌های فرایندی، راهکارها و هر آن چیزی است که به سازمان ارزشی بیشتر از دارایی‌های مشهود آن می‌دهد. (Bontis, ۲۰۰۳). سرمایه مشتری شامل هر دو مقدار فعلی رابطه یک سازمان با مشتریان و ارزش احتمالی آینده از این روابط است (engestrom, 2003). سرمایه مشتری به عنوان پل و یا تسهیل کننده در فعالیت‌های سرمایه‌فکری محسوب می‌شود (chen&zhu, ۲۰۰۴). دانشگاه‌ها و مراکز آموزش

عالی در اواخر قرن ۲۰ به لحاظ توسعه اقتصادی و اجتماعی مورد توجه بودند، تا پیش از آن سرمایه‌گذاری روی دانش در بخش صنعت مورد توجه بود، اما در اواخر قرن بیستم با توجه به تغییر مزیت رقابتی از سرمایه‌های مشهود به دارائی‌های دانشی و فرآورده‌های دانش محور، دانشگاه‌ها و نظام‌های آموزش عالی از جهت تولید دانش، مورد توجه قرار گرفتند (GhlichLie, ۱۳۹۲) که دانشگاه‌های ایران و البته دانشگاه‌های پیام نور نیز از این قاعده مستثنی نمی‌باشد، در این راستا، دلایل متعددی مبنی بر اهمیت و ضرورت مطالعه سرمایه فکری در آموزش عالی وجود دارد. اول آنکه توجه استراتژیک بخش غیر انتفاعی به سوی منابع ذهنی معطوف می‌شود و توان پذیرش چالش‌های تحمیل شده از سوی محیط‌های بیرونی فزونی می‌یابد. دوم آنکه سرمایه فکری محرک پیش‌برنده کلیدی در بهبود عملکرد و رقابت سازمانی است. سوم آنکه اندازه‌گیری سرمایه فکری می‌تواند فلسفه آموزش عالی به عنوان «برج عاج» محققان را به نیازهای واقعی عموم نزدیک تر سازد و چهارم اینکه رتبه‌بندی سازمان‌های آموزش عالی و تحقیقاتی باید بر اساس معیارهای ثابت، عینی و همگانی باشد علاوه بر این، به جای استفاده از مقیاس‌های سنتی، سرمایه فکری به نقطه اتصال دانشگاه‌ها و سازمان‌ها بر اساس یک زبان مشترک قدرت می‌بخشد که این جالب‌ترین دلیل برای اندازه‌گیری سرمایه فکری است. دلیل آخر آنکه سرمایه فکری نقش کلیدی در مدیریت استراتژیک منابع انسانی ایفا خواهد کرد (Ghayuri Moghadam, ۱۳۹۱).

بعلاوه در اقتصاد امروز، دانش به عنوان مهمترین سرمایه، جایگزین سرمایه مالی و فیزیکی شده است (Namamian, 1390). در طول عصر صنعت بهای تمام شده دارایی‌ها، کارخانجات، تجهیزات و مواد خام بود که برای موفقیت یک تجارت لازم بود اما در عصر اطلاعات این استفاده موثر از سرمایه‌های فکری است که معمولاً در موفقیت یا شکست یک مجموعه مؤثر است. بنابراین مدیران نیاز دارند که بتوانند اثر تلاش‌های مدیریت دانش را بر عملکرد سازمان خود اندازه‌گیری کنند. اغلب شاخص‌های عملی مدیریت دانش بر اندازه‌گیری دارایی‌های دانش یا سرمایه فکری متمرکز هستند و فرض می‌کنند که خروجی مدیریت دانش بر میزان سرمایه‌گذاری سازمان مؤثر است. با توجه به این مقدمه، نکته‌ی قابل بررسی آن است که همان‌طور که اشاره شد، سرمایه فکری در واقع مدیریت سرمایه‌گذاری سازمان را بر عهده دارد که بنابر نظر صاحب‌نظران در مقابل سرمایه فیزیکی قرار گرفته یا به نوعی مکمل آن است (Bernnan, 2012). سرمایه فکری، سرمایه‌ای است که ناملموس و نامشهود بوده و از لحاظ کمی اندازه‌گیری آن سخت و دشوار است. ولی از سویی باید به این نکته توجه داشت که ارائه شاخص‌های مدون و حتی الامکان کمی است که می‌تواند بکارگیری سرمایه فکری در سازمان را برای مدیران توجیه کند (Namamian, 1390).

بنتیس سرمایه فکری را به عنوان مجموعه‌ای از داراییهای نامشهود (منابع، توانایی‌ها، رقابت) تعریف می‌کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش بدست می‌آیند (boniteas, 2013). ادوینسون و مالون، سرمایه فکری را اطلاعات و دانش بکار برده شده برای کار کردن، جهت ایجاد ارزش تعریف می‌کنند خائف الهی، (shahy, 1392). سرمایه فکری شامل حاصل جمع دانش اعضای یک سازمان و تبدیل کاربرد عملی دانش اعضای سازمان است (Petty – Guthrie, 2010). سرمایه فکری به مواد فکری مثل دانش، اطلاعات، دارایی‌های معنوی و تجربه که می‌تواند برای خلق ارزش استفاده شود دلالت دارد (Abdolmohammadi, 2013).

مدل‌های مختلفی از سرمایه فکری ارائه شده است که عبارتند از:

مدل ادوینسون و مالون

لیف ادوینسون یکی از شناخته شده‌ترین محققین دنیا در زمینه سرمایه‌های فکری است. او به عنوان اولین مدیر سرمایه‌های فکری در شرکت اسکاندیا (یک شرکت بین‌المللی بیمه در کشور سوئد) فعالیت داشته است. شرکت اسکاندیا موفق شده که یک نوع طبقه‌بندی بومی شده از سرمایه فکری را ارائه نماید. ادوینسون اساساً سرمایه‌های فکری را به عنوان ارزش‌های نامشهودی تلقی می‌کند که می‌تواند منشأ شکاف و اختلاف میان ارزش بازاری و ارزش دفتری شرکت‌ها و سازمان‌ها باشد. بر همین اساس معادله زیر را برای تعیین ارزش بازاری شرکت پیشنهاد نموده است:

سرمایه‌های فکری + ارزش دفتری = ارزش بازاری

از آنجایی که فهرست مذکور، بسیار طولانی و مدیریت بر آن سخت و دشوار بوده، اجزاء و موارد آن در دو گروه ابعاد انسانی و ابعاد سازمانی تقسیم گردید. بدین ترتیب تعریف ساده‌تری از سرمایه‌های فکری حاصل شده است:

سرمایه‌های ساختاری + سرمایه‌های انسانی = سرمایه‌های فکری

مطابق نظر ادوینسون، مواردی که پس از رفتن کارکنان به خانه، در سازمان باقی می‌مانند سرمایه‌های ساختاری سازمان را تشکیل می‌دهند. او بر این واقعیت تأکید دارد که سرمایه‌های انسانی سازمان را نمی‌توان تحت مالکیت سازمان در آورد، بلکه آنها را تنها می‌توان استخدام یا اجاره نمود. بر عکس آن، سرمایه‌های ساختاری را می‌توان تحت تملک در آورد و داد و ستد نمود. بر همین اساس سلسله مراتبی را برای سازمان‌های فکری ارائه نمود. وی به همراه محققى به نام مالون سرمایه فکری را به عنوان دارایی‌هایی مثل دانش، تجارب کاربردی، تکنولوژی سازمانی، ارتباطات مشتری و مهارت‌های حرفه‌ای دانسته‌اند که باعث ایجاد مزیت رقابتی در بازار می‌شود. آنها در طرح ارزش اسکاندیا ارزش بازاری یک شرکت را

ترکیبی از ارزش مالی آن (شامل دارایی‌های مشهود) و ارزش سرمایه‌های فکری دانسته اند. بعدها آنها مدل اسکاندیا را بعنوان یک شیوه اندازه گیری سرمایه فکری معرفی نمودند. از منظر آنها سرمایه فکری ترکیبی از دو جزء اصلی است: سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری این دو محقق سرمایه‌های ساختاری در سازمان را عامل پشتیبانی از سرمایه‌های انسانی معرفی کردند. سرمایه ساختاری خود به سرمایه سازمانی و سرمایه مشتری تقسیم شده و سرمایه سازمانی (شامل سیستم‌ها، ابزارها و فلسفه عملیاتی است که جریان یافتن دانش در درون سازمان را سرعت می‌بخشد) به سرمایه نوآوری و سرمایه فرآیندی تقسیم می‌شود. این دو محقق اجزاء متشکله سرمایه‌های فکری را اینگونه تعریف کرده‌اند:

* سرمایه انسانی: به میزان ارزش، مهارت‌ها و تجاربی که افراد در سازمان‌ها دارا می‌باشند اطلاق می‌گردد.

* سرمایه ساختاری: شامل فرهنگ، توانمندی‌ها، سخت افزارها و نرم افزارهای حامی سرمایه انسانی می‌باشد.

* سرمایه مشتری: در ارزش ارتباطات سازمان با مشتریان نشان نمایانگر می‌شود.

* سرمایه سازمانی: شامل فلسفه سازمانی و سیستمی برای بالا بردن قدرت نفوذ و توانمندی‌های سازمانی است.

* سرمایه نوآوری: شامل دارایی‌های معنوی است که توسط قوانین حمایت از حقوق مالکیت معنوی شامل کپی رایت، نام تجاری و دارایی‌های نامشهود مورد پشتیبانی قرار می‌گیرد.

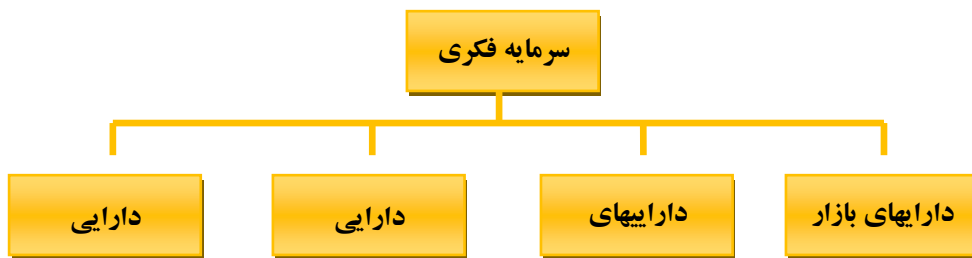
* سرمایه فرآیندی: شامل تکنیک‌ها، شیوه‌ها و برنامه‌هایی است که مواردی مانند تحویل محصول یا خدمات را تسهیل می‌کند (Malhotra, 2011)

مدل بروکینگ

بروکینگ در سال ۱۹۹۶ از سرمایه فکری تحت عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود نام می‌برد که شرکت‌ها را قادر به ادامه فعالیت می‌کند. وی تلاش‌ها و تحقیقات ادوینسون و مالون را برای تعریف سرمایه فکری در نظر گرفت و چهار دسته مجزا را در زمینه سرمایه فکری معرفی کرد: ۱- دارایی بازار ۲- دارایی با محوریت انسان (انسان محور)، ۳- زیر ساخت‌ها، ۴- دارایی مالکیت معنوی

* دارایی بازار: به دارایی‌های بالقوه‌ای اطلاق می‌شود که یک شرکت به خاطر نامشهودی‌های بازار گرایانه‌اش مانند تجاری، مشتریان و کانال‌های توزیع دارا می‌باشد.

- * دارایی انسان محور: شامل میزان تخصص‌های گروهی، خلاقیت و حل مسایل، رهبری، مهارت‌ها و توانمندی‌های موجود در کارکنان یک شرکت می‌باشد.
- * زیر ساخت‌ها: شامل تکنولوژی‌ها، متدولوژی‌ها و کلیه فرآیندهایی است که باعث می‌شود صحت، کیفیت و ایمنی در سازمان حفظ شود.
- * مالکیت معنوی: که شامل دانش فنی، نرم‌افزارهای تجاری و کسب و کار، کپی‌رایت، حقوق مربوط به طرح‌های گوناگون و نشانه‌های تجاری است (Sanchez, ۲۰۱۲)



شکل ۱- مدل سرمایه فکری بروکینگ (Sanchez, ۲۰۱۲)

طبقه بندی ارائه شده توسط بروکینگ مشابه با طرح ادوینسون و مالون است اما در این طبقه بندی بروکینگ، مالکیت معنوی را از داراییهای زیر ساختی جدا کرده و در یک دسته مجزا قرار داده است. دیدگاه آنها اگرچه یکسان نیستند اما مکمل یکدیگر هستند. هدف ادوینسون و مالون توضیح اهمیت سرمایه فکری در سازمان‌ها بوده و موضوعات مهمی مانند ویژگی‌های کلیدی، اندازه‌گیری رویکردهای مدیریت بر آنها را در بر می‌گرفت. آنها مدیریت بر سرمایه فکری را بعنوان گامی نهایی برای ساخت سازمان‌هایی با ارزش بالا و سازمان‌های که می‌خواهند ارزش در آنها بصورت مداوم افزایش یابد معرفی کردند. با اینکه بروکینگ دارای اهداف مشابهی با ادوینسون و مالون بود، اما او اجزای سرمایه فکری را طوری تعیین کرد که بتوان از آن در امر ممیزی نیز استفاده نمود و بدین خاطر وی بر روی فرآیندهای تعریف، مستندسازی و اندازه‌گیری سرمایه فکری تأکید کرده است. بروکینگ عقیده دارد که هدف نهایی هر کسب و کاری بدست آوردن ارزش پولی به ازاء هر جزئی از دارایی‌ها است. او تصریح کرده است که این امر برای شرکت‌ها بسیار مهم است که میزان دارایی‌هایشان را ارزیابی کرده و از این طریق مدیران را از محل وجود ارزش‌های واقعی در سازمان آگاه سازند.

به همین دلیل آنها نیاز دارند تا شاخص‌هایی برای ارزیابی موفقیت و رشد در دست داشته و مبناهایی را برای افزایش احتمال دریافت وام از مؤسسات مالی بوجود بیاورند (۲۰۱۲ Sanchez).

مدل بونفرر

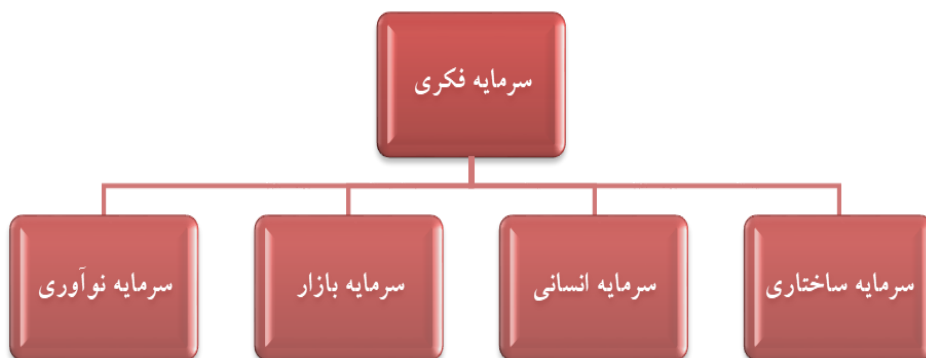
بونفرر (۲۰۰۳) اعتقاد به این دارد که بایستی مابین چهار جزء سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه بازار و سرمایه نوآوری تمایز قائل شد.

* **سرمایه انسانی:** مجموعه‌ای از دانش‌های فنی و روتین موجود در تفکرات کارکنان است.

* **سرمایه ساختاری:** همه آیتم‌های نامشهود از دانش ضمنی که قابل تفکیک هستند را شامل می‌شود.

* **سرمایه بازار:** استعدادهای سازمانی در ارتباط با جهان خارج (به عقیده بونفر این جزء شامل پایگاه داده، سهم بازار، شهرت و اعتبار و محصولات و خدمات جدید است) است.

* **سرمایه نوآوری:** قابلیت‌های نوآوری سازمان را در بر می‌گیرد (عطافر، ۱۳۹۱)

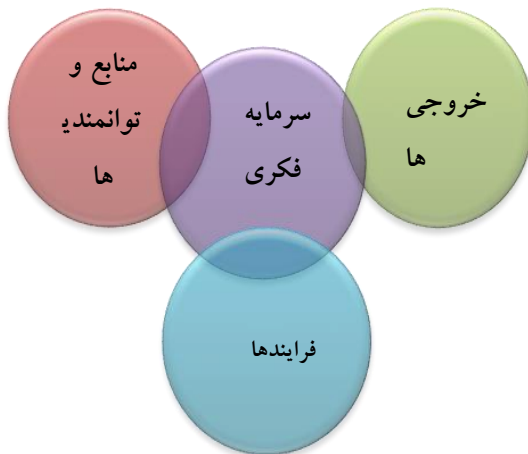


شکل ۲- ارزش پویای سرمایه فکری بونفر (Atafar, 1391)

از سوی دیگر وی در رویکرد ارزش پویایی سرمایه فکری، شاخص‌های ویژه‌ای را مد نظر قرار داده که بر روی بعد پویا و سازمانی عملکرد اجتماعی- اقتصادی تمرکز کرده و تحت شرایط مختلفی در سطوح خرد و کلان اقتصادی قابل اجرا است. وی در روش ارزش پویایی سرمایه

فکری چهار بعدی که منجر به توانمندی رقابتی شدن سازمان می‌گردد را با یکدیگر یکپارچه کرده است (شکل ۳).

- * **منابع به عنوان ورودی‌ها:** که اشاره به منابع مورد نیاز فرآیندهای تولیدی شامل منابع مشهود، و اکتساب تکنولوژی مناسب و... دارد
- * **فرایندها:** که نقش آنها در صف آراییی و بکارگیری آن دسته از استراتژی‌های پویایی است که بر مبنای فاکتورهای نامشهود شکل گرفته‌اند.
- * **سرمایه فکری:** بوسیله ترکیبی از منابع نامشهود ساخته شده و می‌تواند به نتایج ویژه‌ای مانند دانش جمعی، حق ثبت و اختراعات، علامت تجاری، شهرت، رویه‌های عادی خاص و شبکه‌های همکاری منجر شود.
- * **سطح خروجی‌ها:** عملکرد سازمانها (سهام بازار، کیفیت محصولات و خدمات) به صورت سنتی از طریق تحلیل موقعیت بازار محصولات و خدمات اندازه گیری می‌شود.



شکل ۳- چارچوب ۴ بعدی سرمایه فکری بونفر (Atafar, 1391)

بونفر این چهار بعد را در یک چهارچوب یکپارچه تبدیل کرده و یک ارتباط بین ورودی‌ها (منابع)، فرایندها، دارائی‌های نامشهود و عملکرد شرکت مطرح کرد. در زمینه سرمایه فکری مطالعاتی انجام شده که عبارتند از:

ندجاتی و ایزبیراک در سال ۲۰۱۳ در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی سرمایه فکری با استفاده از روش ANP در شرکت فراورده‌های لبنی» به بررسی این موضوع پرداختند. یافته‌های حاصل از تحقیق آن‌ها نشان داد که تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه از جمله AHP و ANP را به عنوان مناسب‌ترین ابزار برای این ارزیابی معرفی نموده‌اند.

یوکیان‌هان و دایوان لی در سال ۲۰۱۵ در پژوهشی با عنوان «اثر سرمایه فکری بر عملکرد نوآورانه» به مطالعه این موضوع پرداختند. نتایج تحقیق نشان داده است که سرمایه‌های فکری بر عملکرد نوآورانه تاثیر مثبت دارد. و قابلیت‌های پویایی مبتنی بر دانش بیش از آنکه نقش یک میانجی را داشته باشد تعدیل‌کننده است.

دیپ و ناروال در سال ۲۰۱۴ در مقاله‌ای با عنوان «سرمایه فکری و ارتباط آن با عملکرد مالی» به مطالعه این موضوع پرداخته‌اند. این پژوهش رابطه سرمایه فکری با اقدامات عملکرد مالی نساجی هند را در بازه زمانی ۱۰ ساله ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۲ مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. این پژوهش، دانش مفیدی به پژوهشگران و مدیران در رابطه با سرمایه فکری و ارتباط آن با عملکرد مالی ارائه داده است.

اسکات و همکاران در سال ۲۰۱۳ در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر سبک رهبری، ویژگی فردی و سرمایه فکری در نوآوری» به ادغام تعدادی از پژوهشهایی در زمینه توسعه خلاقیت و نوآوری و آزمایش یک مدل از نوآوری پرداختند. نتایج یافته‌ها حاکی از آن است که سبک رهبری با نوآوری رابطه معنادار دارد، و ویژگی‌های فردی با نوآوری ارتباط معناداری دارد. یعنی کسانی که راه حل معمولی برای حل مسائل ارائه نمودند با احتمال کمتری نوآوری از خود بروز می‌دهند و برعکس و همچنین سرمایه فکری با نوآوری ارتباط معناداری دارد.

اگیو در سال ۲۰۱۳ در مطالعه‌ای با عنوان «اداره دانش و سرمایه‌های فکری برای بهبود نوآوری سازمانی صنایع ساخت و ساز: یک بررسی انتقادی از عوامل موفقیت» به بررسی و تحلیل نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی پرداخت. یافته‌ها حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با نوآوری سازمانی بود.

زرنلر و همکاران در سال ۲۰۱۲ در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد نوآوری» به مطالعه این موضوع پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که سه نوع سرمایه فکری - سرمایه کارکنان، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری - و عملکرد نوآوری دارای رابطه مثبت و معناداری هستند. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که بالا بودن نرخ رشد صنعت نیز رابطه مثبت و معناداری سه نوع سرمایه فکری با عملکرد نوآوری را تأیید می‌کند.

سیادت و تجلی‌زاده در سال ۱۳۹۲ در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه مولفه‌های سرمایه فکری با انگیزه کاری و اشتیاق شغلی در میان کارکنان ادارات آموزش و پرورش شهر اهواز»

پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین سرمایه فکری به عنوان یکی از موضوعات جدید و حیاتی مدیریت کسب و کار و یکی از ارزش افزاترین منابع سازمان و شاخص کلیدی در ایجاد مزیت رقابتی با انگیزه کاری و اشتیاق شغلی به عنوان نیروهای موثر در رفتار و شوق داشتن، نسبت به کار در میان کارکنان ادارات آموزش و پرورش شهر اهواز به روش توصیفی و همبستگی صورت گرفت. و نتایج حاصل در بررسی مدل رگرسیون خطی ساده بیانگر است که بین مولفه‌های سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای سرمایه فکری با انگیزه کاری رابطه معنا داری وجود دارد. ولی بین مولفه سرمایه ساختاری و انگیزه کاری رابطه معنا داری مشاهده نگردید. همچنین در بررسی رگرسیون خطی ساده بین سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای سرمایه فکری با اشتیاق شغلی رابطه معناداری مشاهده گردید.

صفرزاده و حرمحمدی در سال ۱۳۹۱ در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی به مطالعه این موضوع پرداختند. آنها دریافتند که یک سازمان با مدیریت دانش از منابع خود به صورت کارا تر استفاده نموده، در نتیجه نوآور بوده و عملکرد بهتری خواهد داشت. همچنین نتایج نشان داد مدیریت دانش و نوآوری رابطه مستقیمی با یکدیگر داشته و هر دو به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد سازمانی تاثیر می‌گذارند.

۲- روش شناسی تحقیق

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف جزئی تحقیقات کاربردی است، و بر اساس جمع آوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است.

جامعه آماری، نمونه و حجم نمونه

در این تحقیق جامعه آماری شامل مدیران، کارشناسان و خبرگان دانشگاه پیام نور استان گیلان می‌باشد و به تعداد ۳۶۵ نفر می‌باشند، مد نظر قرار گرفته است. در تحقیق حاضر، با توجه به پراکندگی جغرافیای واحدها (خوشه‌ها) و برای اینکه نمونه مورد نظر نماینده واقعی جامعه آماری باشد و با توجه به شناخت محقق از جامعه هدف، واحدهای دانشگاه پیام نور استان گیلان به ۵ منطقه جغرافیای تقسیم شدند، سپس از میان هر کدام از مناطق جغرافیای یک یا دو واحد به طور تصادفی انتخاب شده است و با توجه به سهمی که هر کدام از مناطق تقسیم‌بندی شده از نمونه کل داشتند (روش تسهیم به نسبت) به واحدهای منتخب آنها نمونه تخصیص داده شده است. انتخاب این افراد بدلیل تجربه زیاد آنها و اشراف بر قسمت‌ها و موضوعات مختلف سازمان (دانشگاه) و توانایی بالای آنها در تجزیه و تحلیل مطالب و

موضوعات مختلف، همچنین درک آسان تر و پاسخگویی صحیح تر آنها در مورد موضوعات پرسشنامه‌های تحقیق بوده است. در این پژوهش از میان تعداد ۳۶۵ نفر از مدیران، کارشناسان و خبرگان سازمانی ۱۸۷ نفر با استفاده از فرمول کوکران و به روش خوشه‌ای تصادفی، به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیده‌اند.

جدول ۱- تخصیص نمونه به واحدهای منتخب براساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی

تعداد نمونه	واحد منتخب	تعداد جامعه	نام واحد	
۴۹	رشت	۹۶	مرکز رشت، ستاد استان، خشکیچار	رشت
۴۹	انزلی	۹۶	انزلی، آستارا، تالش، ماسال، رضوانشهر	شمال، شمال غرب
۵۳	لنگرود، لاهیجان	۱۰۳	لاهیجان، لنگرود، آستانه، کلاچای، رودسر، املش؛ سیاهکل	شرق
۱۹	صومعه سرا	۳۷	شفت، صومعه سرا، فومن	غرب
۱۷	منجیل	۳۳	منجیل	جنوب
۱۸۷	مجموع نمونه	۳۶۵	مجموع جامعه	

فرآیند اجرایی پژوهش

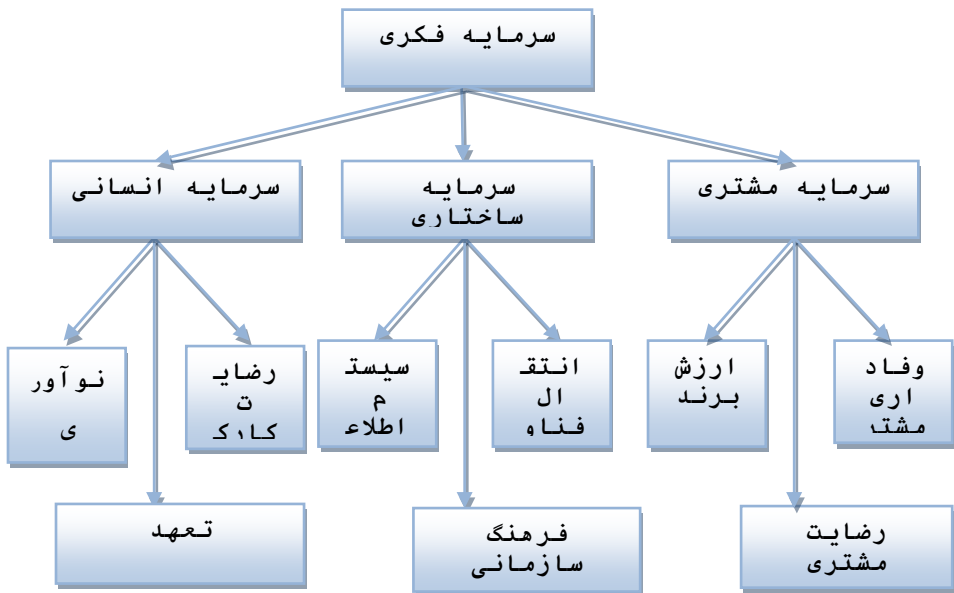
در تحقیق حاضر تلاش بر آن است که اطلاعات مورد نیاز تا حد امکان از نوع اطلاعات دست اول باشد لذا از طریق پرسشنامه و در صورت نیاز از طریق داده‌های حقیقی (چک لیست) گردآوری شده است که به شرح زیر می‌باشد:

- مرحله اول: بررسی و مطالعات گسترده کتابخانه‌ای و جستجو در اینترنت به جهت کسب داده‌های ثانویه.
- مرحله دوم: استفاده از مصاحبه برای دریافت نظرات سرپرستان و مدیران ارشد دانشگاه پیام‌نور استان گیلان در مورد برنامه ریزی استراتژیک، شاخصهای ارزیابی عملکرد و تعیین هدف‌های آتی سازمان.

- مرحله سوم: استفاده از پرسشنامه مقایسات زوجی (رتبه‌بندی از طریق تکنیک AHP).

عملیاتی کردن متغیرهای تحقیق

دریک تعریف عملیاتی، باید شاخص‌های هر مفهوم (که متغیری کیفی است) مشخص شوند. شاخص‌ها، نشانه‌های عینی قابل‌شناسایی و اندازه‌گیری برای بعدهایی از هر مفهوم هستند. بنابراین، تعداد بعدها، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها بر حسب مفهوم‌ها تغییر می‌کنند. در گفتارها و نوشتارهای مدیریتی، از شاخص، برداشت‌های گوناگونی وجود دارد از جمله: برجسته بودن یک چیز نسبت به سایرین، بیانگر چیزی بودن، استاندارد، مبنای مقایسه و فرمول سنجش یک پدیده. اما در روش تحقیق، شاخص، معنایی مرتبط با تعریف عملیاتی دارد (خاکی، ۱۳۹۰).



شکل ۴- عملیاتی کردن متغیرهای تحقیق (منبع: Nedjatia & Izbirakb Nedjatia & Izbirakb, 2013)

جدول ۲- بررسی نرخ ناسازگاری

نرخ سازگاری	جدول
۰,۰۱۷	ارزیابی عملکرد سرمایه فکری
۰,۰۱۷	زیر شاخص‌های سرمایه مشتری
۰,۰۰۸	زیر شاخص‌های سرمایه ساختاری
۰,۰۷۰	زیر شاخص‌های سرمایه انسانی

تجزیه و تحلیل داده‌ها

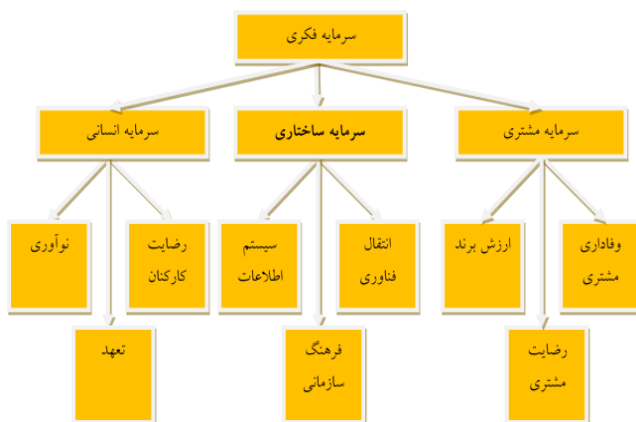
تجزیه و تحلیل سوال‌های تحقیق

سوال اصلی تحقیق

عملکرد سرمایه فکری با استفاده از روش AHP در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟

در این پژوهش به جهت اجرای فرآیند تحلیل سلسله مراتبی از نرم افزار سوپردسیژن بهره گرفته شده است.

گام اول: ترسیم درخت سلسله مراتبی: برای اجرای فرآیند تحلیل سلسله مراتبی باید در گام نخست، درخت سلسله مراتبی مسئله را ترسیم کرد که دارای هدف، معیارها و زیر معیارها می‌باشد.



شکل ۵- ترسیم درخت سلسله مراتبی

گام دوم: مقایسات زوجی شاخص‌ها و گزینه‌های: در گام دوم باید جداول مقایسات زوجی معیارها و زیر معیارها تهیه گردد و در اختیار افراد شرکت‌کننده در تحقیق قرار گیرد. این روش به روش محاسبه میانگین هندسی صورت گرفته است.

گام سوم: بررسی نرخ ناسازگاری: در گام سوم، جداول تکمیل‌شده توسط افراد بایستی از لحاظ نرخ ناسازگاری بررسی گردند و جداولی که دارای نرخ ناسازگاری بیش از ۰/۱ هستند به افراد برگشت داده شود تا در قضاوت خود که دارای ناسازگاری است تجدیدنظر کنند. همانطور که در جدول ۹ مشاهده شده است، در کلیه جداول مقایسات زوجی که توسط نرم افزار سوپر دسیژن محاسبه گردیده است، نرخ سازگاری زیر ۰,۱ و معتبر بوده است.

جدول ۳- بررسی نرخ ناسازگاری

نرخ سازگاری	جدول
۰,۰۱۷	ارزیابی عملکرد سرمایه فکری
۰,۰۱۷	زیر شاخص‌های سرمایه مشتری
۰,۰۰۸	زیر شاخص‌های سرمایه ساختاری
۰,۰۷۰	زیر شاخص‌های سرمایه انسانی

گام چهارم: رتبه‌بندی نهایی: ابعاد سرمایه فکری (انسانی، ساختاری، مشتری) و مولفه‌های آن با استفاده از روش AHP در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت رتبه‌بندی می‌شود؟

جدول ۴ - رتبه‌بندی نهایی: ارزیابی عملکرد سرمایه فکری

رتبه اکتسابی	مولفه	ضریب اهمیت
۱	سرمایه انسانی	۰,۶۲
۲	سرمایه مشتری	۰,۲۳
۳	سرمایه ساختاری	۰,۱۳
	نرخ سازگاری	۰,۰۰۰۰

همانطور که مشاهده می‌شود، سرمایه انسانی با ضریب ارجحیت ۰,۶۲ دارای اولویت است و ضریب سازگاری به دست آمده نیز زیر ۰,۱ و معتبر می‌باشد.

سوال فرعی اول: سرمایه مشتری در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟

جدول ۵- رتبه‌بندی نهایی: زیر شاخص‌های سرمایه مشتری

رتبه اکتسابی	مولفه	ضریب اهمیت
۱	ارزش برند	۰,۶۲
۲	وفاداری مشتری	۰,۲۳
۳	رضایت مشتری	۰,۱۳
نرخ سازگاری		۰,۰۱۷

همانطور که مشاهده می‌شود، ارزش برند با ضریب ارجحیت ۰,۶۲ دارای تقدم بر وفاداری مشتری با ضریب ارجحیت ۰,۲۳ و دارای تقدم بر رضایت مشتری با ضریب ارجحیت ۰,۱۳ است و ضریب سازگاری به دست آمده نیز زیر ۰,۱ و معتبر می‌باشد. سوال فرعی دوم: سرمایه ساختاری در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟

جدول ۶- رتبه‌بندی نهایی: زیر شاخص‌های سرمایه ساختاری

رتبه اکتسابی	مولفه	ضریب اهمیت
۱	فرهنگ سازمانی	۰,۵۳
۲	انتقال تکنولوژی	۰,۲۹
۳	سیستم اطلاعات	۰,۱۶
نرخ سازگاری		۰,۰۰۸

همانطور که مشاهده می‌شود، فرهنگ سازمانی با ضریب ارجحیت ۰,۵۳ دارای تقدم بر انتقال تکنولوژی با ضریب ارجحیت ۰,۲۹ و دارای تقدم بر سیستم اطلاعات با ضریب ارجحیت ۰,۱۶ است و ضریب سازگاری به دست آمده نیز زیر ۰,۱ و معتبر می‌باشد. سوال فرعی سوم: سرمایه انسانی در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟

جدول ۷- رتبه‌بندی نهایی: زیر شاخص‌های سرمایه انسانی

رتبه اکتسابی	مولفه	ضریب اهمیت
۱	نوآوری	۰,۷۶
۲	تعهد	۰,۱۶
۳	رضایت کارکنان	۰,۰۷
نرخ سازگاری		۰,۰۷۰

همانطور که مشاهده می‌شود، نوآوری با ضریب ارجحیت ۰,۷۶ دارای تقدم بر تعهد با ضریب ارجحیت ۰,۱۶ و دارای تقدم بر رضایت کارکنان با ضریب ارجحیت ۰,۰۷ است و ضریب سازگاری به دست آمده نیز زیر ۰,۱ و معتبر می‌باشد.

سوال فرعی پنجم: دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان بر اساس عملکرد سرمایه فکری به چه صورت رتبه‌بندی می‌شود؟

از آنجا که در این پژوهش از نمونه گیری خوشه‌ای تصادفی بهره گرفته شده است. ۶ واحد دانشگاهی در ۶ شهر این استان (شامل: رشت، انزلی، لنگرود، لاهیجان، صومعه سرا و منجیل) مورد رتبه‌بندی قرار گرفته است.

جدول ۸- رتبه‌بندی نهایی: دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان

رتبه اکتسابی	دانشگاه	ضریب ارجحیت
۱	رشت	۰,۳۳
۲	صومعه سرا	۰,۲۸
۳	منجیل	۰,۲۱
۴	انزلی	۰,۱۱
۵	لاهیجان	۰,۰۹
۶	لنگرود	۰,۰۷

همانطور که مشاهده می‌شود، واحد دانشگاهی رشت با ضریب ارجحیت ۰,۳۳ دارای تقدم بر سایر واحدهای دانشگاهی دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج آمار توصیفی

جدول داده‌های توزیع گروه نمونه تحقیق بر حسب جنسیت نشان می‌دهد که در جامعه هدف ۷۰,۸ درصد گروه نمونه مرد و ۲۹,۲ درصد زن می‌باشند در نتیجه تعداد مردان گروه نمونه بیشتر می‌باشد. همچنین تحصیلات و نمودارهای مربوط به آن نشان می‌دهد بیشتر حجم گروه نمونه تحقیق (۶۸,۶ درصد) دارای تحصیلات لیسانس می‌باشند. جدول توزیع گروه نمونه بر حسب سن نشان می‌دهد که بیشتر حجم گروه نمونه تحقیق (۶۲,۲ درصد) دارای سن ۳۰ تا ۴۰ سال می‌باشند.

نتایج آمار استنباطی

با توجه به اینکه پژوهش حاضر، با هدف ارزیابی سرمایه فکری با استفاده از روش AHP صورت می‌پذیرد و بنا بر تعریف از جمله پژوهش‌های ارزشیابی به شمار می‌رود، امکان بیان حدس و گمان علمی در قالب فرضیه وجود ندارد و لذا فاقد فرضیه آماری است. بنابراین برای تحقق و بیان اهداف تحقیق می‌توان به سئوالات مطرح شده در پژوهش استناد نمود. از آنجا که در این پژوهش پاسخگویی به سوال اصلی مستلزم پاسخگویی به سئوالات فرعی می‌باشد، در ادامه به بررسی آنها پرداخته شده است.

سوال فرعی اول: سرمایه انسانی در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟ در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان نوآوری با ضریب ارجحیت ۰,۷۶ دارای تقدم بر تعهد با ضریب ارجحیت ۰,۱۶ و دارای تقدم بر رضایت کارکنان با ضریب ارجحیت ۰,۰۷ می‌باشد.

سوال فرعی دوم: سرمایه ساختاری در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟ در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان فرهنگ سازمانی با ضریب ارجحیت ۰,۵۳ دارای تقدم بر انتقال تکنولوژی با ضریب ارجحیت ۰,۲۹ و دارای تقدم بر سیستم اطلاعات با ضریب ارجحیت ۰,۱۶ است

سوال فرعی سوم: سرمایه مشتری در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت ارزیابی می‌شود؟

در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان ارزش برند با ضریب ارجحیت ۰,۶۲ دارای تقدم بر وفاداری مشتری با ضریب ارجحیت ۰,۲۳ و دارای تقدم بر رضایت مشتری با ضریب ارجحیت ۰,۱۳ است.

سوال فرعی چهارم: ابعاد سرمایه فکری (انسانی، ساختاری، مشتری) و مولفه‌های آن با استفاده از روش AHP در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان به چه صورت رتبه‌بندی می‌شود؟ در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان سرمایه انسانی با ضریب ارجحیت ۰,۶۲ دارای اولویت اول است و سرمایه مشتری با ضریب ارجحیت ۰,۲۳ و سرمایه ساختاری با ضریب ارجحیت ۰,۱۳ است.

سوال فرعی پنجم: دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان بر اساس عملکرد سرمایه فکری به چه صورت رتبه‌بندی می‌شود؟ واحد دانشگاهی رشت با ضریب ارجحیت ۰,۳۳ دارای تقدم بر سایر واحدهای دانشگاهی دارد.

بحث و نتیجه گیری

براساس نتیجه سوال فرعی اول می توان گفت، در میان زیرشاخص‌های سرمایه انسانی نیز نوآوری با تفاوت قابل توجهی در بالاترین اولویت در دانشگاه‌های پیام نور استان گیلان قرار دارد و این را می‌تواند در قدمت چندین ساله این دانشگاه و پیشرو بودن واحدهای آن در برگزاری کلاس‌های آموزش از راه دور، کلاس‌های الکترونیک و... جست و جو نمود. این نتیجه به دست آمده با نتایج آگبونا- لیود، ۲۰۱۳ هم راستا می‌باشد، آنان بیان داشته اند که سازمان‌ها از طریق سرمایه فکری می‌توانند شاخص‌های مزیت رقابتی خود از جمله نوآوری سازمانی را بهبود و توسعه دهند. لذا چنانچه سازمانی بخواهد در چنین شرایطی نوآور باشد و خود را با تغییرات فزاینده عصر حاضر سازگار سازد، برای ارتقای سرمایه انسانی می‌تواند از راه شناسایی مشاغل مهم سازمان و طراحی سیستمی جامع برای اندازه گیری رضایت شغلی و عملکرد کارکنان، بازنگری در سیستم جذب و ورود بهترین افراد که نقش مهمی در تقویت سرمایه انسانی دارد و موتور محرکه، عامل اصلی تولید دانش سازمانی و فردی است انجام شود. لذا اصلاح فرآیندها و ایجاد سیستم ایده پردازی و حمایت از پژوهشگران این حوزه گامی موثر در تقویت سرمایه انسانی خواهد داشت.

براساس نتیجه سوال فرعی دوم می توان عنوان نمود: سرمایه ساختاری نیز سهم قابل توجهی از عملکرد سرمایه فکری در دانشگاه‌ها را به خود اختصاص داده است که خود بیانگر درک مناسب مدیران از ظرفیت‌ها برای درک نیاز کشور و دانشجویان است و مواردی نظیر حقوق اختراعات و دانش نهادینه شده در ساختارها، فرایندها و فرهنگ سازمانی را در بر می‌گیرد. نتایج به دست آمده با تحقیق ندجاتی و همکاران، ۲۰۱۳ نیز هم راستا می‌باشد. در مدل پیشنهاد شده آنان نیز سرمایه ساختاری در این جایگاه قرار دارد. در میان زیرشاخص‌های سرمایه ساختاری نیز فرهنگ سازمانی دارای بالاترین اولویت است. چرا که زمینه اصلی در فرهنگ سازمانی وجود سیستمی از معنی و مفاهیم مشترک در میان اعضای سازمان است. در هر سازمانی الگویی از باورها، سمبلها، شعائر... وجود دارد که به مرور زمان به وجود آمده اند. این الگوها باعث می‌شوند که در خصوص اینکه سازمان، چیست و چگونه اعضا باید رفتار خود را ابراز کنند، درک مشترک و یکسانی به وجود می‌آید. بدیهی است که اگر سازمانی دارای فرهنگ سازمانی قوی باشد، دارای سرمایه ساختاری کارآمدی بوده و عملکرد سرمایه فکری در آن ارتقا خواهد یافت. همچنین مدیران باید برای رسیدن به اهداف و آرمان‌های سازمان، بین اجزای سرمایه فکری هماهنگی و توازن ایجاد نمایند و از رویه‌های اجرایی نا مناسب در برخورد با کارکنان و دانشجویان استفاده نکنند.

براساس نتایج به دست آمده از سوال فرعی سوم: سرمایه مشتری (که در این تحقیق به دانشجویان اطلاق گردیده است) را در جایگاه دوم اهمیت قرار داده است و این نشان می‌دهد که مدیران به خوبی از وابستگی‌های برون سازمان مانند وفاداری‌های دانشجویان به دانشگاه (ادامه تحصیلات تکمیلی در همان دانشگاه)، حس شهرت (ارزش علمی دانشگاه) آگاه‌اند. در میان زیرشاخص‌های سرمایه مشتری نیز ارزش برند دارای بالاترین اولویت است. سرمایه مشتری را باید از طریق شناسایی فرآیندهای مهم از نگاه مشتریان (دانشجویان) و استفاده از تجربیات سایر سازمان‌ها و توجه بیشتر به امر تحقیق و توسعه افزایش داد، کشف ارتباط درونی بین ابعاد سرمایه فکری که هر کدام نقش ویژه‌ای برای رسیدن به ارزش دارد به عنوان یک فعالیت علمی و تحقیقی دارای اهمیت است که به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌گردد. همچنین مسئله برند سازی و مدیریت برند امروزه طرفداران متعددی در دنیای بازاریابی دارد. محاسبه ارزش برند این امکان را به مدیران عالی سازمان‌ها می‌دهد که بتوانند نقاط قوت برند خود را مورد ارزیابی قرار دهند، ارزش برند را در طی زمان بررسی نمایند و استراتژیهای بازاریابی مورد نظر خود را تدوین نمایند. تحقیق حاضر نشان داده است که دانشگاه‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند و حسن شهرت نام دانشگاه‌ها به عنوان ارزش برند می‌تواند در ارزیابی عملکرد سرمایه فکری موثر باشد. نتایج به دست آمده از تحقیق با مطالعات ندجاتی و همکاران (۲۰۱۳) و چن (۲۰۰۴) در یک راستا می‌باشد.

براساس سوال فرعی پنجم نتایج نشان داده است: واحد دانشگاهی رشت به لحاظ عملکرد سرمایه فکری دارای تقدم بر سایر واحدهای دانشگاهی می‌باشد. دلیل نتیجه به دست آمده را در قدمت این دانشگاه می‌توان جستجو نمود. این واحد دانشگاهی که به عنوان مرکز دانشگاه پیام نور استان گیلان مشغول به فعالیت است، در بعد سرمایه انسانی دارای قوی ترین اعضای هیئت علمی استان می‌باشد کلیه اقدامات نوآورانه سازمانی ابتدا در این واحد دانشگاهی پیاده سازی می‌شود. در بعد سرمایه مشتری نیز این واحد دانشگاهی دارای حسن شهرتی به مراتب بالاتر از سایر واحدهای دانشگاهی استان می‌باشد که مهم ترین دلیل آن داشتن رتبه علمی بالای آن نسبت به سایر واحدها می‌باشد. در بعد سرمایه ساختاری و مهم ترین زیر شاخه آن یعنی فرهنگ سازمانی، مرکز دانشگاه پیام نور رشت دارای قوی ترین شعائر در میان سایر واحدهای سازمانی می‌باشد. این کسب اولویت در هر سه بعد سرمایه فکری، این واحد دانشگاهی را در بالاترین رتبه به لحاظ عملکرد سرمایه فکری قرار داده است. نتایج حاصل از تحقیق با نتایج بروکینگ (۱۹۹۶) هم راستا است. او چهار دسته مجزا را در زمینه سرمایه فکری معرفی کرد: دارایی بازار، دارایی با محوریت انسان، زیر ساخت‌ها،

دارایی مالکیت معنوی. همچنین سرمایه فکری پویا دیگر تنها یک دارایی ناملموس به شمار نمی‌رود، بلکه با تکیه بر توانمندی‌های سازمانی که منجر به یادگیری و تغییر دارایی‌ها به ارزش و دانش جدید است، تاکید دارد.

References:

References Farsi

- -Abdolmohammadi, M., (2013). intellectual capital disclosure and market capitalization, journal of intellectual capital, Vol. 6, No. 3 , pp. 397-416.
- -Babaei, F., Rahimi, Gh. Bohluli.N., (1391). A Comparative Study of Intellectual Capital Management in Universities. Journal of Innovation and Creativity in the Humanities, Vol.4
- - Ghayuri Moghadam, A., Mohammadi Zanjani, D., Nematollahi, Z., (1391). Investigating the Impact of Intellectual Capital on Performance as a Criterion of Business Unit Performance, Journal of Financial Accounting Research. Vol.4, N.3, pp.87-104.
- - Ghorbani Zadeh, V., Habibi, H., Ebrahim zadeh, H., (1391). The moderating role of learning process in the relationship between intellectual capital and organizational performance. Journal of Public Management Research. Vol.16.
- - Ghlich Lie, B., Gholam zadeh, D., Imanipour, M.,(1392). Modeling and Reporting Model of Intellectual Capital of Organizations, Third International Management Conference.
- - Namamian, F. et al,(1390). Intellectual capital and the methods of measuring it. Second Executive Management Conference.
- - Nikpour, A., Salajegheh, S., Heidarian,M.,(1390). Investigating the Relationship between Intellectual Capital and Quality of Government Services in Kerman Province Economic and Finance Organization. Journal of Management and Development Process, N., 75.
- -Shahaei, B. Khaef elahi, A., (1392). Investigating the Impact of Intellectual Capital on Performance of Sepah Bank Branches in Tehran .Public Management Journal. Vol 2, N.5, pp.73-99.
- - Safarzadeh, H., Tadayon, A., Haramhamdi, M., (1391). The Impact of Knowledge Management Strategies on Organizational Innovation and Performance, Sunrise Health. Vol.11, N.1, pp.76-86.

- - Sheikhzadeh, R.,(1388). Conceptual Model of Performance Management in Mission Oriented Organizations. Human Resource Management Research.Vol.1, N.2, pp.57-83.

References Latin

- -Bontis, N., Crossan, M. and Hulland, j., (2013), "Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows". Journal of Management Studies, Vol. 39. No. 4. June, pp.437 -466
- -Brennan, N et al., (2012). Intellectual capital: current issues and policy implications, Journal of Intellectual Capital, Vol. 1, No. 3, pp. 206-240.
- -Chen, J.;, Zhu. Z. and Xie, H.Y., (2004). "Measuring intellectual capital: a new model and empirical Study". Journal of Intellectual Capital, Vol.5, No.1. Pp.195-212.
- -Egbuna, M & Liod, M., (2013). the effect of intellectual capital on employee's satisfaction and retention, information & management, Vol. 48, No. 9, pp. 278-287.
- -Malhotra, Y., (2011). Knowledge assets in the global economy: Assessment of national intellectual capital, journal of global information management, Vol. 8, No. 3, pp. 5-15.
- -Nedjatia A. Izbirakb G., (2013). Evaluating the Intellectual Capital by ANP Method in a Dairy Company, Social and Behavioral Sciences, 107 (2013) 136 – 144
- -Ongestrom, N., (2003). Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, International Journal of Management Reviews, Vol. 3, No. 1, pp. 41-60.
- -Petty, R & Guthrie, J., (2010). Intellectual capital literature reviews: Measurement, reporting and management, Journal of Intellectual Capital, Vol. 1, No. 2, pp. 155-176.
- -Sanchez, M et al., (2012). Organizational culture and intellectual capital: a new model, Journal of intellectual capital, Vol. 8, No. 3, pp. 409-430.
- -Zerenler, M et al., (2012). Intellectual Capital and Innovation Performance: Empirical Evidence in the Turkish Automotive Supplier, Journal of technology management, Vol. 3, No. 4, pp. 31-40.

