*پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*
*دوره 6، شماره 1، بهار 1395*

# اثر سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در رسانه‌های نوشتاری

**سهیلا بورقانی فراهانی[1*]، پدرام آبدارزاده[2]، بنفشه فتوت[3]**

1- استادیار گروه مدیریت رسانه، هیات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران.
2- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، پردیس البرز، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
3- دانشجوی دکتری مدیریت رفتار سازمانی، دانشکدهٔ اقتصاد و مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

دریافت:1394/8/20 پذیرش: 1394/9/29

## چکیده

هدف این پژوهش ارائهٔ راهکارهای کاربردی به‌منظور ارتقای سطح نوآوری سازمانی رسانه‌های نوشتاری و به‌طور اخص روزنامه‌های پرشمارگان براساس سرمایه‌های فکری و با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با بهره‌مندی از روش آماری مدل معادلات ساختاری است. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی – همبستگی است. جامعهٔ آماری این پژوهش، مدیران ارشد و میانی روزنامه‌های پرشمارگان شهر تهران است. داده‌ها از طریق پرسشنامهٔ استاندارد جمع‌آوری شدند. روایی محتوایی از نظر صاحبنظران و روایی سازه به کمک روش آماری تحلیل عاملی تأییدی به تأیید رسید. پایایی پرسشنامه نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. نتایج پژوهش نشان داد سرمایه‌های فکری به‌طور مستقیم بر مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی

* نویسنده مسئول مقاله: E-mail:abdarzadeh@ut.ac.ir

[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

روزنامه‌های‌پرشمارگان اثر مثبت و معناداری دارد و همچنین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در تأثیر سرمایه‌های فکری برنوآوری سازمانی نقش میانجی دارند.

**واژه‌های کلیدی:** سرمایه فکری، مدیریت دانش، یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی، رسانه نوشتاری.

## 1- مقدمه

امروزه سازمان‌ها با محیطی رو به رو هستند که مشخصه آن افزایش پیچیدگی، جهانی‌شدن و پویایی است [1]. جهانی‌شدن بازارها، سازمان‌ها را وادار کرده است که مزیت رقابتی خود را از طریق تلاش برای تولید داخلی سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود که به آسانی توسط رقبا قابل تقلید نیستند، کسب و حفظ کنند [2]. درواقع سازمان‌ها برای استمرار و استقرار خود با چالش‌های نوینی مواجه هستند که برون‌رفت از این چالش‌ها مستلزم توجه بیشتر به توسعه، تقویت مهارت‌ها و توانایی‌های درونی است. این مهم از طریق مبانی دانش سازمانی و سرمایه فکری صورت می‌گیرد که سازمان‌ها از آنها برای رسیدن به عملکرد بهتر در دنیای کسب‌وکار استفاده می‌کنند [1]. در عصری که اطلاعات و دانش اهمیت چندانی پیدا کرده است، سرمایه فکری به‌عنوان یک عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود و فیزیکی، ارجحیت بیشتری یافته است [3] و دارایی‌های فکری و به‌خصوص سرمایه‌های انسانی جزو مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شوند و موفقیت بالقوه سازمان‌ها ریشه در قابلیت‌های فکری آنها دارد [4]. هرچند که سازمان‌های رسانه‌ای با توجه به‌ویژگی‌های خاص خود مستلزم مدیریتی متفاوتند [5] اما از این قاعده مستثنا نیستند و اثربخشی به دست آوردن مشتریان در سازمان‌های رسانه‌ای به مهارت‌های کارکنان و دیگر دارایی‌های نامشهود سازمان بستگی دارد، زیرا محصولات آنها از محصولات سایر رقبا متمایز نیست. به همین دلیل است که توجه به مدیریت سرمایه‌های فکری در این سازمان‌هاضروری است [6]. همچنان که در سازمان‌های نوین، فرایند خلق ارزش افزوده شامل ایجاد ایده، تحقیق و توسعه، تولید و توزیع است که توسط دانش‌کاران تسهیل می‌شود. دانش، هوش و خلاقیت نهفته در دانش‌کاران در مفهوم سرمایه‌های فکری تجمیع می‌شوند. بنابراین ارزش سازمان‌های دانش‌بنیان در منابع و جریان سرمایه‌های فکری آنان نهفته است [7]. سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضایی کاملاً رقابتی و دانش‌محور می‌باشد، به حیات خود ادامه دهند، باید به نوآوری به‌عنوان یک استراتژی ضروری در عصر کنونی نگاه کنند و ضمن شناخت تغییر و تحولات محیطی برای رویارویی با آنها، شاخص‌های سازمانی تأثیرگذار بر نوآوری سازمانی را شناسایی کنند و به این تغییرات مناسب‌ترین پاسخ‌ها را بدهند [8]. دانش به‌عنوان منبع عمده برای نوآوری و بهره‌وری سازمانی از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است [9] و موفقیت حال و آینده در رقابت بین سازمان‌ها تا حد زیادی مبتنی بر مدیریت دانش است. بنابراین یکی از اصلی‌ترین وظایف رهبری یک سازمان، خلق محیطی برای مدیریت دانش است [3]. هدف مدیریت دانش ایجاد و سازماندهی محیطی است که در آن افراد دانش خود را توسعه داده و با یکدیگر تبادل نموده، دانش دیگران را با دانش خود ترکیب کرده و درنهایت آن را به‌کار بندند. کاربرد دانش به نوبه خود به نوآوری در سازمان منجر خواهد شد و مدیریت دانش اغلب به‌عنوان منبع و مرجع اصلی نوآوری شناخته شده است و از الزامات اساسی فرایند نوآوری در سازمان محسوب می‌شود [9]. همچنین پژوهشگران یادگیری سازمانی را به‌عنوان اهرم کلیدی در ایجاد نوآوری، رشد اقتصادی و بقای سازمان و عاملی برای بهره‌وری کارکنان و بهبود عملکرد سازمانی مورد تاکید قرار داده‌اند [10]. هرچند که این موضوع از حیث مفهومی ساده و بدیهی می‌نماید، اما در مقام عمل، ایجاد، حفظ، به‌کارگیری و گسترش یادگیری سازمانی، به‌گونه‌ای که بتواند نقش حمایتی و پشتیبانی برای نوآوری سازمانی را به بهترین شکل ممکن ایفاکند، دشوار است [11]. مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای از برخی جهات تفاوت‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود را دارند که از ماهیت این سازمان‌ها و ویژگی‌هایی از قبیل برخورداری از محیط فعالیتی پیچیده، متغیر و نامطمئن و دشواری در سنجش اثربخشی ناشی می‌شود [12]. سازمان‌های رسانه‌ای در حال حاضر فاقد مدل سرمایه‌های فکری خاص خود می‌باشند. با این حال، توجه به مبحث مدیریت سرمایه‌های فکری در این سازمان‌ها به‌دلیل وجود محصولات و تولیدات مشابه بسیار حایز اهمیت است، هرچند که این توجه شاید نتواند مزیت رقابتی آنان محسوب شود، اما می‌تواند تعداد مخاطبان/ خوانندگان را برای خرید محصول افزایش دهد. چنان‌چه تعداد مخاطبان کم شده و یا کاهش یابد، آنها قادر به جذب آگهی‌دهندگان نیز نخواهند بود و این مسئله تأثیر منفی بر درآمد آنها می‌گذارد [6]. سازمان‌های رسانه‌ای باید در چارچوب ارزش‌های حاکم بر جامعه به نیازهای



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

مخاطبان خود پاسخ دهند تا هم به رسالت خود عمل کنند و هم بتوانند به نقش‌های آموزشی و تفریحی و هنری خود جامهٔ عمل بپوشانند [13]. نکته حایز اهمیت دیگر این است که در میان بخش رسانه توجه به تمایز بین گروه‌های مطبوعات، رادیو و تلویزیون ضروری است، زیرا که همه این رسانه‌ها اغلب از تبلیغات کسب درآمد می‌کنند، اما از جنبه فرایندها و کارمندان متفاوتند [6]. در عصری که اطلاعات به صورت رایگان در دسترس همه قرار دارد و آگهی‌دهندگان راه‌های گوناگونی برای پخش پیام‌های بازرگانی خود دارند، یک روزنامه از چه راهی باید به حیات خود ادامه دهد؟ [13]. اگر روزنامه‌ها بتوانند مناسبات تازه‌ای با خوانندگان خود ایجاد کنند، هم می‌توانند رضایت خاطر مشتریان را فراهم کنند و هم سود بیشتری کسب نمایند [13]. از آنجا که یکی از ویژگی‌های کار علمی، تحدید موضوع است، در این پژوهش، رسانه نوشتاری و به‌طور اخص روزنامه‌های پرشمارگان بررسی شده‌اند و از میان عوامل زیادی که در موفقیت و یا شکست این رسانه‌ها تأثیرگذار است، مبحث نوآوری سازمانی بررسی شده است. درواقع دغدغه ذهنی پژوهشگران پس از چند سال مطالعه و فعالیت رسانه‌ای و مصاحبه‌های مقدماتی با افراد کارشناس در حوزه رسانه‌های نوشتاری و صاحبنظران عرصه رسانه کشور، مشخص نمود که نوآوری سازمانی عنصر مهم و تأثیرگذاری در موفقیت رسانه چاپی روزنامه و جذب مخاطبان است. در حال حاضر عدم نوآوری تا حدی این سازمان‌ها را دچار روزمرگی، تکرار و اصول کلیشه‌ای نموده است و از طرف دیگر سازمان‌هایی نیز که به این مهم توجه نموده‌اند، توانسته‌اند رشد چشمگیری در جذب مخاطب داشته باشند. سؤال اصلی پژوهش این است که روزنامه‌ها از چه طریقی و با چه زیرساخت‌هایی می‌توانند مناسبات تازه‌ای با خوانندگان خود ایجاد کنند و نوآوری سازمانی را ارتقا دهند؟ بنابراین هدف پژوهش حاضر با توجه به پیشینه پژوهش که دانش و دارایی‌های دانشی به‌عنوان پایه و اساس سرمایه‌های فکری در سازمان، از الزامات اساسی نوآوری سازمانی محسوب می‌شوند و این انتظار می‌رود که افزایش و ارتقای سرمایه‌های فکری در سازمان، عملکردهای نوآورنه را تشویق و به این ترتیب نوآوری سازمانی را افزایش دهد، این است که به بررسی تأثیر سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در سازمان‌های رسانه‌ای نوشتاری و به‌طور اخص روزنامه‌های پرشمارگان بپردازد.



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

## 2- پیشینه نظری تحقیق

**سرمایه‌های فکری.** سرمایه‌های فکری به‌صورت گروهی از دارایی‌های دانشی تعریف می‌شوند که به یک سازمان اختصاص دارند و جزو ویژگی‌های یک سازمان محسوب می‌شوند و به‌طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزودن ارزش به ذینفعان کلیدی سازمان سبب بهبود وضعیت رقابتی سازمان می‌شوند [14]. استوارت اعتقاد دارد سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. درواقع سرمایه فکری تمامی کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن را برای ایجاد ارزش افزوده در بر می‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود [15]. ادوینسون و مالون برای توضیح سرمایه فکری از استعاره درخت که زندگی‌اش وابسته به ریشه است و آن نیز در زیر خاک و پنهان است، استفاده می‌کنند و می‌گویند که موفقیت شرکت به سرمایه فکری‌اش وابسته است که آن نیز یک منبع پنهان است [16]. مدیریت سرمایه‌های فکری بیش از هر چیز، مدیریت پدیده‌های اجتماعی است [17]. از منظر صاحبنظران و محققان متعددی سرمایه فکری به سه جزء سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای/ مشتری تقسیم می‌شود [18] :

**سرمایه انسانی:** سرمایه انسانی به قابلیت‌ها، مهارت‌ها و تخصص اعضای انسانی اطلاق می‌شود [19]. منابع انسانی می‌توانند به منزله روح و فکر منابع سرمایه فکری باشند. این سرمایه در پایان روز کاری با ترک سازمان از سوی کارکنان از شرکت خارج می‌شود [20]. اهم شاخص‌های سرمایه انسانی عبارتند از شایستگی حرفه‌ای و تخصصی کارکنان کلیدی، تحصیلات، تجربه، تعداد افراد سازمان با زمینه قبلی مرتبط و همچنین توزیع دقیق مسئولیت‌ها در ارتباط با مشتریان می‌باشد [21].

**سرمایه ساختاری:** این مؤلفه، مجموعه سازوکارها و ساختارهایی است که از سرمایه انسانی پشتیبانی می‌کند و سرمایه‌ای است که زمانی که کارکنان سازمان را ترک می‌کنند، در سازمان باقی می‌ماند [22]. سرمایه ساختاری به صورت مجموع دارایی‌هایی تعریف می‌شود که توانایی خلاقیت سازمان را ممکن می‌سازند. مأموریت، چشم‌انداز، ارزش‌های اساسی، استراتژی‌ها، نظام‌های کاری و فرایندهای درونی یک سازمان می‌توانند در زمره این نوع دارایی‌ها شمرده



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

شوند [23] و به شکل خاص مجموعه دانش/ ارزشی است که در فرهنگ، رویه‌ها، دارایی‌های فکری، اسناد، فناوری‌های اطلاعاتی، پایگاه‌های داده و نظایر آنها نهفته می‌باشد [2].

**سرمایه رابطه‌ای:** بنتیس و سرنکو، سرمایه رابطه‌ای را دانش نهفته در روابط سازمان با مشتریان و تأمین‌کنندگان خود می‌دانند و با این تعریف، این مؤلفه تنها جزء سرمایه رابطه‌ای است که در تئوری، خارج از مرزهای سازمان قرار می‌گیرد [24]. سرمایه مشتری یا ارتباطی شامل وابستگی‌های برون‌سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حسن شهرت و روابط شرکت با تأمین‌کنندگان منابع آن می‌باشد. این موضوع از طریق ارزش دریافتی یک مشتری از انجام دادوستد با سازمان تعریف می‌شود [19]. به‌طور کلی می توان گفت که مهم‌ترین جزء اصلی و اساسی سرمایه فکری، سرمایه انسانی است و دو سرمایه دیگر تابعی از سرمایه انسانی هستند. درواقع بدون سرمایه انسانی، امکان رشد و توسعه آنها محدود است [25].

**مدیریت دانش.** مدیریت دانش را ایجاد فرایندهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آنها به تصمیم‌ها و اقدامات سازمان و افراد تعریف کرده‌اند [26]. پرز معتقد است مدیریت دانش عبارت است از گردآوری دانش، قابلیت‌های عقلانی و تجربیات افراد یک سازمان و ایجاد قابیلت بازیابی برای آنها به‌عنوان یک سرمایه سازمانی [27]. در یک نگاه کلی می‌توان گفت مدیریت دانش می‌تواند همان سازماندهی دانسته‌ها باشد؛ یعنی تلاش برای به‌دست آوردن دانش ضروری، اشتراک اطلاعات در داخل یک سازمان و تأکید بر تقویت حافظه سازمانی به‌منظور بهبود روند تصمیم‌گیری، افزایش تولید و حمایت از نوآوری در سازمان [9].

**ابعاد مدیریت دانش:** هیسیگ چهار فعالیت محوری مرتبط با مدیریت دانش را شناسایی نموده است که عبارتند از خلق، تسهیم، ذخیره و کاربرد دانش [28].

**خلق دانش:** فرایند ایجاد دانش و توسعه دانش ایجاد شده به‌وسیله افراد و همچنین متبلور کردن و متصل کردن آن به نظام دانش سازمان می‌باشد [29].

**تسهیم دانش:** فرایندی که افراد به‌طور متقابل دانش عینی و ضمنی خود را جهت خلق دانش جدید تبادل می‌کنند [30].

**کاربرد دانش:** به‌کارگیری دانش عینی و ضمنی از داخل سازمان و چه از خارج آن با هدف دستیابی به مقاصد سازمان در روشی کاراتر می‌باشد [31].



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

**ذخیره دانش:** فرایند کدگذاری دانش عینی و ضمنی را که به فهم بهتر دانش کمک می‌کند،گویند؛ به‌طوری که بتوان در آینده از دانش ذخیره شده استفاده نمود [32].

**یادگیری سازمانی.** رویکرد نوین یادگیری سازمانی، یادگیری را به‌عنوان یک فرهنگ سازمانی تلقی کرده است و به‌دنبال یکپارچه‌سازی یادگیری فردی، گروهی و سازمانی می‌باشد. در این رویکرد سازمان برای غافل نشدن از چالش‌های خارجی و استفاده از فرصت‌های مناسب، نیازمند توانایی‌ها و قابلیت‌های درونی است تا با توجه به سبک‌های مختلف یادگیری ضمن اخذ ایده‌های جدید از محیط سازمانی، همزمان آنها را به‌عنوان یک ارزش در درون خود نهادینه کند [33]. قابلیت یادگیری سازمانی بیانگر ظرفیت خلق و تعمیم ایده‌ها به‌طور مؤثر در برخورد با مرزهای متنوع سازمانی از طریق ابتکارات و شیوه‌های مدیریتی ویژه است [34]. یادگیری سازمانی به‌عنوان ظرفیت جمعی مبتنی بر فرایندهای شناختی و تجربی تعریف می‌شود و شامل کسب، تسهیم و بهینه‌سازی دانش است [35].

**ابعاد یادگیری سازمانی:** چیوا و همکاران ابعاد قابلیت یادگیری سازمانی را شامل پنج مؤلفه تجربه‌اندوزی، ریسک‌پذیری، تعامل با محیط خارجی، گفتگو و تصمیم‌گیری مشارکتی معرفی نموده‌اند [36].

**تجربه‌اندوزی:** تشویق و حمایت‌شدن از کارکنانی که ایده‌های جدیدی را ارائه می‌کنند و واکنش نشان دادن به طرح‌های ابتکاری در سازمان به‌طوری که کارکنان احساس می‌کنند، به خاطر خلق ایده‌های نو تشویق شده‌اند.

**ریسک‌پذیری:** تشویق‌شدن کارکنان به خاطر ریسک‌پذیری و ابایی نداشتن افراد سازمان برای ورود به قلمرویی ناشناخته.

**تعامل با محیط خارجی:** برخورداری از قوانین و مقررارت نظام‌مند سازمان برای دریافت، گردآوری و به اشتراک گذاشتن اطلاعات از خارج و تشویق کارکنان برای تعامل با محیط، رقبا، مشتریان، مؤسسات تکنولوژی دانشگاه‌ها و تأمین‌کنندگان.

**گفتگو:** تشویق کردن کارکنان برای برقراری ارتباط، داشتن ارتباطات باز و گشوده در کار گروهی، تسهیل کردن ارتباطات توسط مدیران و رسم شدن کار گروهی متقابل در سازمان.



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

**تصمیم‌گیری مشارکتی:** درگیر کردن کارکنان در تصمیم‌های مهم توسط مدیران و تحت تأثیر قرار گرفتن سیاست‌ها و خط مشی‌ها براساس دیدگاه کارکنان تا از این طریق کارکنان احساس کنند که در تصمیم‌های اصلی سازمان درگیر هستند [37].

**نوآوری سازمانی.** نوآوری استفاده از دانش فنی واجرایی جدید برای ارائه محصول جدید و یا خدمت به مشتریان که شامل تجهیزات، محصولات،خدمات، فرایندها، سیاست‌ها و پروژه‌ها می‌شود، می‌باشد [38]. نوآوری به‌عنوان خلق دانش جدید و ایده‌های کسب‌وکار برای تسهیل محصولات جدید، محصولات و با هدف بهبود فرایندهای کسب و کار داخلی، ساختار و ایجاد بازار به سوی خدمات است [39]. آمابیل نوآوری سازمانی را پیاده‌کردن و اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق در سازمان تعریف می‌کند [40]. ابعاد نوآوری سازمانی عبارتند از:

**نوآوری تولیدی:** توسعه و عرضه تولیدات و خدمات جدید و پیشتازی در عرضه روش‌های جدید تولید می‌باشد.

**نوآوری اداری:** میزانی که مدیران سازمان، نظام‌های نوین مدیریتی و اداری در اداره کردن سازمان به کار می‌گیرند.

**نوآوری فرایندی:** میزانی که سازمان تکنولوژی‌ها و روش‌های جدید انجام دادن کار را به کار می‌گیرد [41].

## 3- پیشینه تجربی تحقیق

صالحی و دانایی‌فرد [42] به بررسی نقش تسهیم دانش در رابطه میان اجزای سرمایه‌های فکری و رفتار نوآورانه پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که سرمایه‌های فکری به‌طور مستقیم، رفتار نوآورانه را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد، اما با مداخله تسهیم دانش، این رابطه تقویت می‌شود. چوپانی و همکاران [1] بیان نمودند از بین مؤلفه‌های سرمایه فکری، دو بعد سرمایه انسانی و مشتری به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین، معیار ورود به معادله نهایی رگرسیون برای توضیح تغییرات نوآوری سازمانی را دارا می‌باشند. اگبو [43] به بررسی و تحلیل نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر نوآوری سازمانی پرداخته است و یافته‌ها رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با نوآوری سازمانی را تأیید نموده است. امیری و همکاران [44] به این نتیجه دست یافتند که بین هر سه بعد سرمایه فکری (انسانی، ساختاری و



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

رابطه‌ای) با نوآوری رادیکالی و تدریجی رابطه مثبت و معناداری وجـود دارد. سـیلاورجان[2] و همکاران [45] شواهد متقاعدکننده‌ای را یافتنـد کـه سـرمایه انسـانی راه‌هـای همـوار را بـرای نوآوری بیشتر فراهم می‌کند که این به نوبه خود بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد. زرنلـر[3] و همکاران [46] تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد نوآوری را مورد بررسی قرار دادنـد. یافتـه‌هـای پژوهش نشان داد که سه نوع سرمایه فکـری - سـرمایه انسـانی، سـرمایه سـاختاری، سـرمایه مشتری و عملکرد نوآوری دارای رابطه مثبت و معناداری هستند. قربانی[4] و همکاران [47] بیان نمودند که بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. دلگـادو[5] و همکاران [48] در پژوهش خود تحت عنوان «دارایـی‌هـای دانشـی سـازمان و قابلیـت‌هـای نوآوری (شواهدی از شرکت‌های تولیدی اسپانیا)» اثرات مثبت و معنـادار دارایـی‌هـای دانشـی (سرمایه فکری) بر قابلیت‌های نوآوری را تأیید کردند. احمد الدوجایلی [49][6] در پژوهشی بـه این نتیجه دست یافتند که سرمایه انسـانی و سـاختاری تـأثیر مثبـت و معنـاداری بـر نـوآوری سازمانی دارند، در حالی که سرمایه مشتری تأثیر معناداری بر نـوآوری سـازمانی نمـی‌گـذارد. دهقان نجم [9] بیان می‌کند در قلب مدیریت دانش باید نوآوری را جستجو کرد، زیـرا مزیـت رقابتی پایدار در نوآوری پنهان است. روحی‌پناه [50] بیـان نمـود رابطـه معنـاداری بـین ابعـاد دارایی‌های نامشهود سازمانی (سرمایه فکری و اجتمـاعی) بـا مـدیریت دانـش برقـرار اسـت. رضایی و همکاران [51] بیان نمودند که بین مدیریت دانش، سرمایه فکری و ابعاد آن با مقدار کیفیت ارائه خدمات از دیدگاه مشتریان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. محسـنی فـرد و همکاران [52] با بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش پی بردند که رابطه مثبت و معناداری بین این متغیرهـا وجـود دارد. علامـه و همکـاران [53] بیـان نمودنـد سرمایه انسانی و ساختاری، هر یک به‌طور مستقیم بر عملکرد سازمان تأثیر مثبـت داشـته و از سوی دیگر این اجزا به‌طور غیر مستقیم با نقش میانجی‌گری سرمایه فرهنگـی و نیـز اقـدامات مدیریت دانش بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارد. خیرگو [54] بیان می‌کند یادگیری سازمانی بستر و شرایط لازم را برای بروز نوآوری و به‌دنبال آن بهبـود عملکـرد و مزیـت‌هـای رقـابتی فراهم می‌آورد. مطلبی [55] بیان می‌کند که رابطـه معنـاداری بـین ابعـاد یـادگیری سـازمانی و

2. Selvarajan
3. Zerenler
4. Ghorbani
5. Delgado
6. Ahmed Al-Dujaili



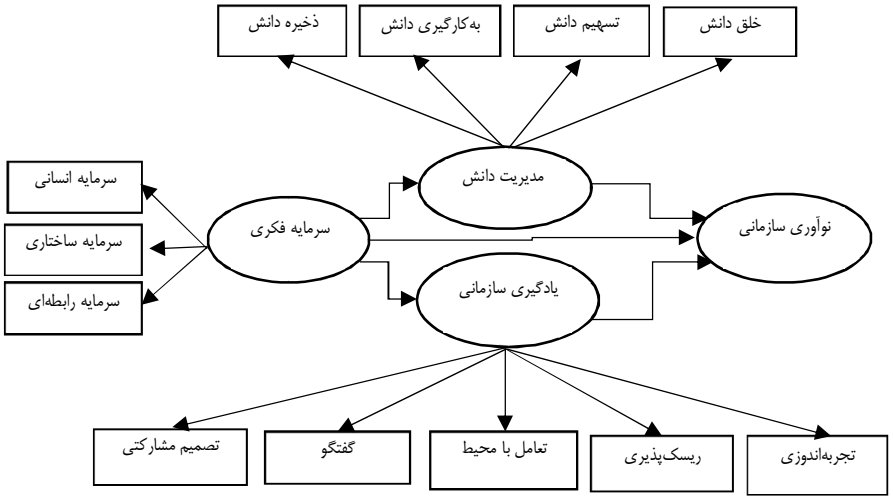
[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

سرمایه فکری برقرار است و بیشترین اثر مستقیم را می‌توان تحت عنوان اثر مستقیم یادگیری در سطح سازمانی در بعد یادگیری سازمانی بر سرمایه فکری بیان نمود و سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین بعد سرمایه فکری در این مدل شناخته می‌شود. امیری [56] بیان می‌کند یادگیری سازمانی بر سرمایه فکری شرکت‌ها تأثیر مثبت دارد. همچنین نتایج پژوهش سید نقوی و همکاران [23] و قربانی‌زاده و همکاران [57]، نشان‌دهنده نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی در رابطه بین سرمایه‌های فکری و عملکرد سازمانی در سازمان‌های ایرانی است. پژوهش علامه و همکاران [58] نیز حکایت از نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی در رابطه سرمایه‌های فکری و رضایت شغلی در سازمان‌های ایرانی دارد.

## 4- مدل مفهومی

با توجه به بررسی پیشینه و ادبیات موضوع در حوزه سرمایه‌های فکری، مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی مدل مفهومی پژوهش ارائه می‌گردد که در این مدل سرمایه‌های فکری به‌عنوان متغیر مستقل، نوآوری سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته و مدیریت دانش و یادگیری سازمانی به‌عنوان متغیرهای میانجی در نظر گرفته شده‌اند.




**شکل 1 مدل مفهومی پژوهش**



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

براساس مدل به‌دست آمده برای این پژوهش فرضیه‌هایی به شرح زیر مطرح شده است:

1. سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
2. سرمایه فکری بر مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنادار دارد.
3. مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
4. سرمایه فکری بر یادگیری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
5. یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
6. سرمایه فکری با نقش میانجی‌گری مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.
7. سرمایه فکری با نقش میانجی‌گری یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد.

## 5- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به هدف، کاربردی است و از لحاظ میزان کنترل متغیرها، جزء پژوهش‌های توصیفی از نوع همبستگی به شمار می‌رود و از طریق مدل‌یابی معادلات ساختاری اجرا شده است. جامعهٔ آماری پژوهش عبارت است از تمام مدیران ارشد و مدیران میانی روزنامه‌های پرشمارگان که دفتر اصلی آنها در شهر تهران مستقر است (310 نفر). با استناد به جدول مورگان، 175 پرسشنامه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی در اختیار آنان قرار گرفت و در نهایت 142 پرسشنامهٔ کامل (81 درصد) جمع‌آوری شد؛ بنابراین حجم نمونهٔ نهایی142 نفر بود. برای گردآوری داده‌ها از چهار پرسشنامهٔ استاندارد استفاده شد. پرسشنامه اول مربوط به متغیر سرمایه‌های فکری (بونتیس، 1998) مشتمل بر 20 سؤال، پرسشنامه دوم مربوط به متغیر مدیریت دانش (کنراد و نیومن، 1999) مشتمل بر 16سؤال و پرسشنامه سوم مربوط به متغیر یادگیری سازمانی (چیوا و همکاران، 2007) مشتمل بر 14 سؤال می‌باشد. پرسشنامه چهارم مربوط به متغیر نوآوری سازمانی و دارای 17 سؤال و ترکیبی از پرسشنامه‌های جیمنز و همکاران (2008) و پنیادز (2006) وپراجگووسوهل (2006) است. درجه اهمیت هر کدام از سؤالات این پرسشنامه براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت که ارزش عددی گزینه‌ای آن از عدد 1 برای کاملاً مخالف تا عدد 5 برای گزینه کاملاً موافق است، می‌باشد. پایایی پرسشنامه‌ها به کمک ضریب آلفای کرونباخ بررسی شد و مقدار آن برای هر چهار پرسشنامه بیشتر از 0/7 به‌دست آمد؛ به این معناکه پرسشنامه‌ها پایایی مناسبی دارند. ضرایب پایایی متغیرها در جدول 1 آمده است. گفتنی است که برای انجام تحلیل‌ها از نرم‌افزارهای آماری اس‌پی‌اس‌اس نسخه 19 و لیزرل نسخه 8/54 استفاده شده است.



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

**جدول 1 ضرایب پایایی متغیرهای پژوهش**

| پرسشنامه | متغیر | سؤالات | مقدار آلفا |
|---|---|---|---|
| سرمایه های فکری | سرمایه انسانی | 1-5 | 0/896 |
| | سرمایه ساختاری | 6-11 | 0/871 |
| | سرمایه رابطه‌ای | 12-20 | 0/825 |
| مدیریت دانش | خلق دانش | 1-5 | 0/789 |
| | تسهیم دانش | 6-9 | 0/785 |
| | به‌کارگیری دانش | 10-12 | 0/854 |
| | ذخیره دانش | 13-16 | 0/839 |
| یادگیری سازمانی | تجربه‌اندوزی | 1-2 | 0/701 |
| | ریسک‌پذیری | 3-4 | 0/736 |
| | تعامل با محیط خارجی | 5-7 | 0/748 |
| | گفتگو | 8-11 | 0/725 |
| | تصمیم‌گیری مشارکتی | 12-14 | 0/744 |
| نوآوری سازمانی | نوآوری سازمانی | 1-17 | 0/811 |

جهت کسب اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، از روش روایی محتوا با استفاده از نظرات اساتید و کارشناسان و روایی سازه با استفاده از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. ویرایش اولیهٔ پرسشنامه در اختیار 19 نفر از خبرگان (7 نفر از دانشجویان دکتری مدیریت رسانه،7 نفر از مدیران سازمان‌های رسانه‌ای با بیش از 10سال سابقهٔ کار و 5 نفر از استادان آشنا با موضوع) قرار گرفت. پس از دریافت نظرها و پیشنهادهای خبرگان و اعمال اصلاحاتی در پرسشنامهٔ اولیه، پرسشنامهٔ نهایی میان پاسخ‌دهندگان توزیع شد. همچنین اعتبار سازهٔ پژوهش به کمک مدل تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول در نرم‌افزار لیزرل اندازه‌گیری شد. نتایج خروجی نرم‌افزار لیزرل در مدل اندازه‌گیری، همان تحلیل عاملی تأییدی است که روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار به‌وسیله بارهای عاملی نشان داده می‌شوند. بارهای عاملی اطلاعاتی را تدارک می‌بیند که به کمک آن می‌توان مشخص کرد توانایی هر متغیر آشکار برای سنجش متغیر پنهان چه قدر است [59]. در مدل اندازه‌گیری، شاخص‌هایی به‌طور شایسته‌ای متغیر نهانی خود را اندازه‌گیری می‌کنند که ضرایب استاندارد آنها بالاتر از 0/5 باشد. همان طور که در جدول 2 مشاهده می‌شود، ضرایب استاندارد تمامی شاخص‌ها بیشتر از 0/5 است. از آنجا که برآورد بار



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

عاملی استاندارد شده باید 0/5 یا بیشتراز آن باشد (به‌طور ایده‌آل 0/7 یا بیشتر)، نتیجه می‌گیریم تمام شاخص‌ها به نحو مطلوبی متغیر نهانی خود را اندازه می‌گیرند.

**جدول 2 نتایج روایی سازه (بارهای عاملی)**

| سؤالات سرمایه فکری | بار عاملی | سؤالات مدیریت دانش | بار عاملی | سؤالات یادگیری سازمانی | بار عاملی | سؤالات نوآوری سازمانی | بار عاملی |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SC1 | 0/56 | KM1 | 0/73 | OL1 | 0/59 | OI1 | 0/75 |
| SC2 | 0/61 | KM2 | 0/69 | OL2 | 0/64 | OI2 | 0/95 |
| SC 3 | 0/51 | KM3 | 0/79 | OL3 | 0/61 | OI3 | 0/70 |
| SC4 | 0/64 | KM4 | 0/68 | OL4 | 0/63 | OI4 | 0/61 |
| SC5 | 0/58 | KM5 | 0/75 | OL5 | 0/57 | OI5 | 0/98 |
| SC6 | 0/62 | KM6 | 0/75 | OL6 | 0/53 | OI6 | 0/92 |
| SC7 | 0/73 | KM7 | 0/74 | OL7 | 0/65 | OI7 | 0/73 |
| SC8 | 0/75 | KM8 | 0/73 | OL8 | 0/67 | OI8 | 0/85 |
| SC9 | 0/68 | KM9 | 0/68 | OL9 | 0/69 | OI9 | 0/88 |
| SC10 | 0/66 | KM10 | 0/69 | OL10 | 0/71 | OI10 | 0/66 |
| SC11 | 0/74 | KM11 | 0/76 | OL11 | 0/71 | OI11 | 0/51 |
| SC12 | 0/78 | KM16 | 0/74 | OL12 | 0/75 | OI12 | 0/88 |
| SC13 | 0/75 | | | OL13 | 0/74 | OI13 | 0/72 |
| SC14 | 0/61 | | 0/68 | OI14 | | 0/51 | |
| SC15 | 0/66 | | | | | OI15 | 0/82 |
| SC16 | 0/58 | | | | | OI16 | 0/48 |
| SC17 | 0/57 | | | | | OI17 | 0/41 |
| SC18 | 0/69 | | | | | | |
| SC19 | 0/78 | | | | | | |
| SC20 | 0/74 | | | | | | |

## 6- پژوهش

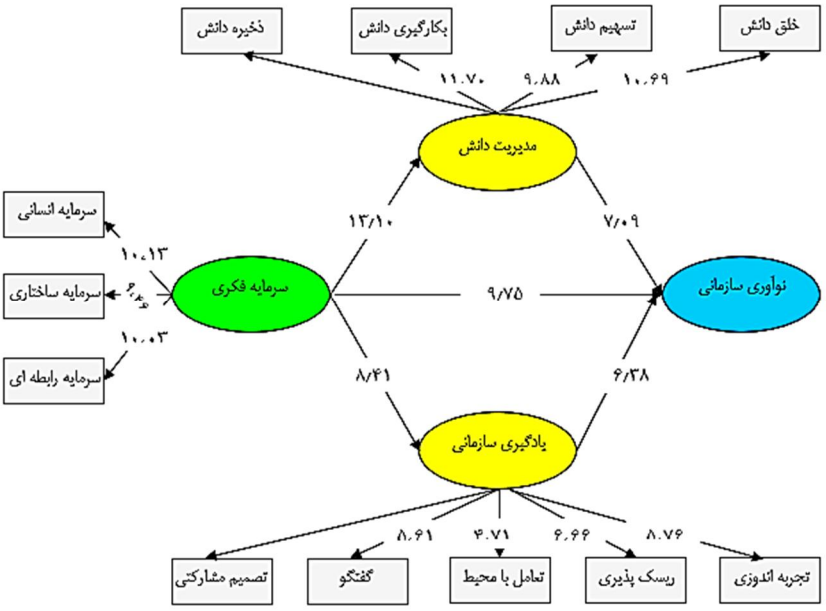
**در ادامه یافته‌های** پژوهش با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری بررسی می‌شوند. مدل‌یابی معادلات ساختاری روش چند متغیرهٔ کلی و نیرومندی از خانوادهٔ رگرسیون چند متغیره است که به پژوهشگر امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به طور همزمان آزمایش کند [59]. هدف تحلیل مدل‌یابی معادلات ساختاری این است که معین کند مدل نظری تا چه



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

اندازه توسط داده‌های نمونه‌ای حمایت می‌شود [59]. برای بررسی فرضیه‌ها و قابلیت تعمیم مدل ساختاری پژوهش، خروجی نرم‌افزار لیزرل یا به بیانی دیگر، مدل معناداری پژوهش (مدل t) در شکل 2 و مدل استاندارد شده پژوهش در شکل 3 نشان داده می‌شود. براساس نتایج، مقدار t تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی برابر با 9/75، مقدار t تأثیرسرمایه فکری بر مدیریت دانش برابر با13/10، مقدار t تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی برابر با 7/09، مقدار t تأثیر سرمایه فکری بر یادگیری سازمانی برابر با 8/41 و مقدار t تأثیر یادگیری سازمانی بر نوآوری برابر با 6/38 به دست آمده است. از آنجا که همهٔ مقدارها در بازهٔ 1/96+ و 1/96- قرار ندارند، می توان مدل نهایی پژوهش را به جامعهٔ آماری تعمیم داد. از این رو، تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شود[59]. همچنین نتایج برازش مدل ساختاری در جدول 3، نشان می‌دهد مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است[59].

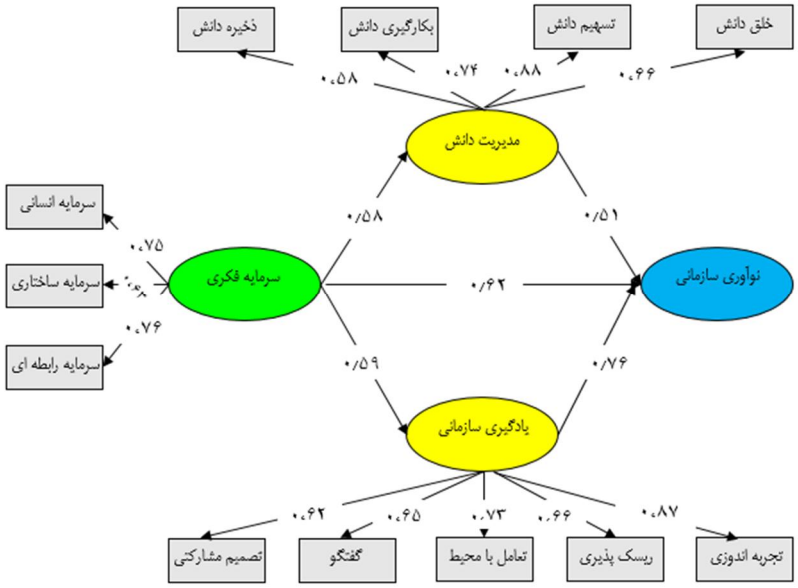



**شکل 2 مدل برونداد نرم‌افزار لیزرل با مقادیرT-value**



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]




**شکل 3 مدل برونداد نرم‌افزار لیزرل با مقادیر ضرایب استاندارد**

**جدول 3 شاخص‌های برازش مدل**

| شاخص | مقادیر |
|---|---|
| RMSEA | 0/061 |
| GFI | 0/92 |
| X2/df | 1/44 |
| AGFI | 0/89 |

## 7- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف اصلی این پژوهش، طراحی و برازش مدلی از روابط میان متغیرهای سرمایه فکری و نوآوری سازمانی با میانجی‌گری مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در سازمان‌های رسانه نوشتاری و به‌طور خاص روزنامه‌های پرشمارگان بود. در مباحث مربوط به مدیریت رسانه صاحبنظران همواره مدیریت در سازمان‌های رسانه‌ای را به دلیل ویژگی‌های خاص این



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

سازمان‌ها متفاوت از سایر سازمان‌ها می‌دانند و ویژگی‌هایی از قبیل تجربی و ناهمگون بودن محصولات رسانه‌ای، متکی بودن این سازمان‌ها به دانش و مهارت خاص کارکنان و ستارگان، اهمیت بیش از حد عنصر زمان، تأثیرپذیری زیاد از فناوری‌های نوین به‌خصوص فناوری‌های ارتباطی، اهمیت حرفه‌ای گرایی، پویا و متحول بودن محیط پیرامون در معرض ارزیابی دائم بودن از سوی مشتریان و وجود سلایق و انتظارات متفاوت و متغیر مخاطبان و اهمیت تعاملات درون سازمانی را برای این سازمان‌ها بیان نموده‌اند. در کنار تمام ویژگی‌های مطرح شده باید اذعان داشت به‌دلیل شرایط خاص این سازمان‌ها وجود نوآوری دائمی در تولیدات رسانه‌ای یک ضرورت همیشگی است و ارزش محصولات رسانه‌ای از دانش و تفکر خلاق تولیدکنندگان سرچشمه می‌گیرد. مطالعه و بررسی مفاهیم، ویژگی‌ها و عوامل مؤثر بر نوآوری سازمانی نشان می‌دهد که نوآوری در سازمان‌ها از مباحثی است که با رشد فناوری، پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها و رقابت سازمانی بر اهمیت جایگاه و نقش آن افزوده است. آنچه که به سازمان‌های رسانه‌ای در عصر متحول امروزی در جهت دستیابی به اهداف کمک خواهدکرد، بررسی و شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد نوآوری است. براساس یافته‌های این پژوهش، وجود سرمایه فکری، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در روزنامه‌های پرشمارگان باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیر در این سازمان‌ها می‌شود. لذا نتایج حاصل به شرح ذیل بحث می‌شود :

1. نتایج آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد، سرمایه فکری با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنادار دارد؛ نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های چوپانی و همکاران (1391)، امیری و همکاران (2011)، سیلاورجا و همکاران (2007، به نقل از مینشن، 2012)، زرنلر و همکاران (2008)، قربانی و همکاران (2012)، دلگادو و همکاران (2011) و احمدالدوجایلی (2012)همخوانی دارد و با پژوهش صالحی و دانایی‌فرد (1394) همسو نمی‌باشد. همچنین مدل معادلات ساختاری استاندارد شده نشان می‌دهد میان مؤلفه‌های سرمایهٔ فکری، سرمایه انسانی (0/75) از بیش‌ترین تبیین‌کنندگی برخوردار است و سرمایه رابطه‌ای (0/67) و سرمایه ساختاری (0/63) در رتبه‌های بعدی تبیین‌کنندگی سرمایه فکری قرار دارند. از این رو پیشنهاد می‌شود با نگرشی نظام‌مند ضمن توجه به ویژگی سازمان‌های رسانه‌ای، به مجموعهٔ این مؤلفه‌ها توجه نمایند، زیرا نتایج پژوهش نشان داد سازمان‌هایی که



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

سطح مطلوبی از سرمایه فکری را دارا هستند، نوآورتر می‌باشند و با القای دانش و ایده‌های جدید و افزایش توانایی فهم و به‌کارگیری آنها، نوآوری سازمانی را تسهیل می‌کنند. همچنین پیشنهاد می‌شود با برنامه‌ریزی دقیق نسبت به افزایش قابلیت‌ها و مهارت‌های تخصصی کارکنان، به‌خصوص کارکنان حوزه تولید محتوا مبادرت ورزند. با برگزاری دوره‌های آموزش ضمن خدمت موجبات افزایش ثروت سازمانی در مؤلفه سرمایه انسانی را فراهم آورند. در استخدام افراد جدید اولویت را به افراد با تجربه و تحصیلات مرتبط اختصاص دهند. سازوکارهایی در حوزه مدیریت منابع انسانی اتخاذ نمایند که موجبات افزایش کیفیت زندگی کاری، رضایت شغلی و وفاداری سازمانی کارکنان به‌خصوص خبرنگاران را فراهم آورد. با تدوین سند راهبردی نسبت به شفاف‌سازی راهبردهای کلیدی سازمان در حوزه‌های مختلف مرتبط با کارکرد اصلی رسانه خود اقدام نمایند. نسبت به راه‌اندازی پایگاه داده اطلاعاتی و استفاده از فناوری‌های نوین اقدام مؤثر نمایند. با راه‌اندازی واحد سازمانی ارتباط با مشتریان، صدای مشتری و انجام پژوهش‌های میدانی نسبت به اخذ دیدگاه‌های مخاطبان خود و برقراری تعامل دوسویه با آنان اقدام نمایند؛

2. نتایج نشان داد سرمایه فکری با مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های روحی‌پناه (1391)، رضایی و همکاران (2013)، محسنی‌فرد و همکاران (1392) و علامه و همکاران (1394) همخوانی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد تسهیم دانش (0/88) از بیش‌ترین تبیین‌کنندگی مدیریت دانش برخوردار است و ذخیره دانش (0/70) و به‌کارگیری دانش (0/69) و خلق دانش (0/58) در رتبه‌های بعدی تبیین‌کنندگی مدیریت دانش قرار دارند. با توجه به بیشترین مقدار تبیین‌کنندگی مدیریت دانش توسط بعد تسهیم دانش، این نتیجه قابل دریافت است که مدیران سازمان‌های رسانه‌ای مورد مطالعه باید توجه خاصی به روابط درون سازمانی به‌عنوان زیرمجموعه سرمایه ارتباطی داشته باشند. پیشنهاد می‌شود در این سازمان‌ها مدیران سبک مدیریت مشارکتی را انتخاب نمایند و با دخیل نمودن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها زمینه بروز نوآوری سازمانی را فراهم آورند. سعی شود محیط کاری کارکنان به‌گونه‌ای طراحی شود که برقراری ارتباط و تعامل بین آنها تسهیل شود. با تشکیل تیم کاری، کارگروهی در سازمان تقویت شود. سعی شود با برقراری جلسات صمیمی با کارکنان در ایجاد جو سازمانی تعاملی تلاش شود؛



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

3. نتایج نشان داد مدیریت دانش با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنادار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های دهقان نجم (1388)، دلگادو و همکاران (2011) و صالحی و دانایی‌فرد (1394)همخوانی دارد. نوآوری به طور اساسی فرایندی دانش‌محور است و محصول و نتیجه دانش و فرایندهای مدیریت دانش است و این مهم در سازمان‌های رسانه‌ای به‌دلیل ویژگی این سازمان‌ها و متکی بودن آنها بر خلق دانش جدید، تسهیم دانش، ذخیره و به‌کارگیری دانش بسیار حایز اهمیت است. مدیریت صحیح خلاقیت و نوآوری کارکنان دانشی، این امکان را به وجود می‌آورد که در مسائل سازمانی که نیاز به راه‌حل‌های جدید دارند، از این افراد و سرمایه‌های دانشی و فکری بهره‌مند شوند. پیشنهاد می‌شود با دریافت ایده‌های کارکنان نسبت به توسعه ایده‌های کاربردی و اجرای آنها اقدام شود و با سازوکارهای تشویقی زمینه بروز ایده توسط کارکنان فراهم شود. از کارکنانی که با خلاقیت خود زمینه ارائه محصولات و خدمات جدید را برای سازمان به ارمغان می‌آورند، حمایت صورت پذیرد و با تکنیک‌های مدیریتی نسبت به تحریک و افزایش خلاقیت آنان اقدام نمایند؛

4. نتایج نشان داد سرمایه فکری با یادگیری سازمانی رابطه مثبت و معنادار دارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های آزاده مطلبی (1390)، امیری (1390)، سید نقوی و همکاران (1391)، قربانی‌زاده و همکاران (1391) و علامه و همکاران (2010) همخوانی دارد. همچنین مدل معادلات ساختاری استاندارد شده نشان می‌دهد میان مؤلفه‌های یادگیری سازمانی، تصمیم مشارکتی (0/76) از بیش‌ترین تبیین‌کنندگی برخوردار است و تعامل (0/71) و گفتگو (0/66) و تجربه اندوزی (0/62) و ریسک‌پذیری (0/61)در رتبه‌های بعدی تبیین‌کنندگی یادگیری سازمانی قرار دارند. پیشنهاد می‌شود برنامه‌های مختلفی برای ارتقای کیفیت نیروهای انسانی خود داشته باشند و در برابر ایجاد محیط مناسبی برای رشد حرفه‌ای کارکنان خود احساس مسئولیت کنند. کارکنان خود را در اتخاذ تصمیم‌های مهم درگیر نمایند و با این کار ضمن جلب مشارکت آنان، تعهد آنان نسبت به سازمان را افزایش دهند. زمینه‌های برقراری تعامل با محیط خارجی از قبیل رقبا، مشتریان و مؤسسات رسانه‌ای دیگر را از طریق اعزام به جلسات مشترک، حضور در همایش‌ها، دعوت از مخاطبان به صورت دوره‌ای فراهم آورند. با اصلاحات ساختاری نسبت به ایجاد محیطی که در آن امکان ایجاد ارتباطات باز و گشوده و کارگروهی فراهم باشد، اقدام نمایند؛



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

5. نتایج نشان داد یادگیری سازمانی بـا نـوآوری رابطـه مثبـت و معنـادار دارد. نتـایج ایـن پژوهش با یافته پژوهش خیرگو (1388) همخوانی دارد. پیشنهاد می‌شود در این زمینـه نسـبت به بسترسازی و ایجاد و تقویت فرهنگ یادگیری از طریق حمایـت از تولیـد و تسـهیم دانـش اقدام مؤثر از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی صورت پذیرد. مهارت‌های تخصصی کارکنـان خود را با برنامه‌های ضمن خدمت و اعزام به مأموریت‌های آموزشی افزایش دهنـد، چـرا کـه بهبود مهارت‌های منابع انسانی و فعالیت‌های تحقیقاتی موجب بروز نـوآوری تولیـدی و اداری سازمان می‌شود. با به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید و آمـوزش نحـوه اسـتفاده و کـاربرد ایـن تکنولوژی‌ها، زمینه‌های نوآوری فرایندی در سازمان را فـراهم آورنـد. بـا تشـکیل پایگـاه داده منسجم نسبت به تحلیل روند و یادگیری از گذشته اقدام نمایند؛

6. نتایج نشان داد سرمایه فکری به‌طور مستقیم و غیر مسـتقیم (بـا میـانجی‌گـری مـدیریت دانش) بر نوآوری سازمانی تأثیر می‌گذارد. تـأثیر مسـتقیم ایـن متغیر با مقـدار(0/62) مثبـت و معنادار است که در فرضیهٔ اول به آن پرداخته شد. تأثیر غیر مستقیم آن بر نوآوری سـازمانی از طریق متغیر مدیریت دانش است. مقدار این تأثیر از حاصلضـرب «تـأثیر سـرمایه فکـری بـر مدیریت دانش» در مقـدار «تـأثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی» (0/58 × 0/51) به دست می‌آید. بـا توجـه بـه روش محاسـبه، مقـدار تـأثیر غیر مسـتقیم سـرمایهٔ فکـری بـر نـوآوری سازمانی (0/29) مثبت و معناداراست. نتایج این پژوهش با یافته پژوهش‌های اگبـو (2004) و صالحی و دانایی‌فرد (1394) همخوانی دارد. مدیریت و اداره سرمایه هـای فکـری وهمچنـین دارایی‌های دانشی موجود درسازمان با تسهیل و تسریع جریان دانـش و اطلاعـات در سـازمان موجبات تسهیم و انتقال این دانش و اطلاعات در بین اعضای سازمان را فراهم آورده کـه ایـن به نوبه خود باعث افزایش عملکردهای نوآورانه و نوآوری سازمانی می‌شود. به بیان دیگر ایـن نوع از سرمایه‌های فکری با ایجاد فرصت‌های جدید رقـابتی و همچنـین اسـتفاده از دانـش و فناوری‌های نوین، موجب نوآوری‌های اساسی در محصولات و خدمات و فرایندهای سازمانی جدید خواهد شد. پیشنهاد می‌شود به برقراری رابطه با مشـتریان و تـأمین‌کننـدگان بـه منظـور آگاهی از نیازها و خواسته‌هایشان، تربیت نیروی کار از طریق آمـوزش‌هـای ضـمن خـدمت و آشناکردن آنان با دانش روز و آخرین تکنولوژی‌ها، سرمایه‌گذاری در تحقیـق، توسـعه و غیـره رادر پیش گیرند؛



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

7. نتایج نشان داد سرمایه فکری به‌طور مستقیم و غیر مستقیم (با میانجی‌گری یادگیری سازمانی) بر نوآوری سازمانی تأثیر می‌گذارد. تأثیر مستقیم این متغیر با مقدار (0/62) مثبت و معنادار است که در فرضیهٔ اول به آن پرداخته شد. تأثیر غیرمستقیم آن بر نوآوری سازمانی از طریق متغیر یادگیری سازمانی است. مقدار این تأثیر از حاصلضرب «تأثیر سرمایه فکری بر یادگیری سازمانی» در مقدار «تأثیر یادگیری سازمانی بر نوآوری سازمانی» (0/59× 0/76) به دست می‌آید. با توجه به روش محاسبه، مقدار تأثیر غیر مستقیم سرمایهٔ فکری بر نوآوری سازمانی (0/44) مثبت و معنادار است. در سازمان‌های مورد مطالعه به علت وجود سرمایه‌های فکری و استفاده از دانش، یادگیری نیز بیشتر به وقوع می‌پیوندد که این به نوبه خود توانایی حل مسئله، ارائه راهکارهای بدیع و غیر تقلیدی برای انجام امور و به‌طور کلی نوآوری را در پی دارد؛ به عبارت دیگر سازمان‌های با سطوح بالای سرمایه فکری به احتمال زیاد سازمان‌هایی یادگیرنده هستند که همواره روش‌های جدید انجام امور را به بوته آزمایش می‌گذارند، منابع را به‌گونه‌ای بهینه تخصیص می‌دهند، مسائل را از زوایای گوناگون بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کنند و دانش و تکنولوژی جدید راسریع‌تر از سایر سازمان‌ها جذب می‌نمایند و به کار می‌گیرند که اینها خود نوآوری در سازمان را در پی دارند. بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران سرمایه‌های فکری سازمان را مدیریت و در این زمینه اقدام به شناسایی این نوع سرمایه‌ها، سرمایه‌گذاری و سنجش و اندازه‌گیری آنها نمایند.

## 8- منابع

[1] چوپانی ح.، زارع خلیلی م.، قاسمی ع.، غلامزاده ح. (1391) «بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه)»؛ نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، شماره 1.ص 58-27

[2] Longo M., Mura M. (2011) "The effect of intellectual capital on employees' satisfaction and retention", *Journal of Information and Management*, Vol. 48, pp.278–287



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

[3] Bontis N. (1998) "Intellectual capital: An exploratory study that develops measures andmodels"; *Journal of Management Decision*, Vol. 36, Iss. 2. pp. 63-76

[4] Abeysekera I. (2006) "The project of intellectual capital disclosures: researching the research"; *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 7, No. 1. pp.61-77.

[5] روشندل اربطانی ط. (1386) «چیستی مدیریت رسانه»؛ *مجله رسانه*، شماره 70.ص9-20.

[6] Szczepanska M. (2014) "Intellectual capital in media companies – usefulness of models designed for different sectors", *Proceedings ICTIC (Proceedings in Conference of Informatics and Management Sciences)*, Vol. 3, Issue 1. Pp105-109.

[7] Chen M Y., Wang YS., Sun V. (2012) "Intellectual capital and organizational commitment evidence from cultural creative industries in Taiwan", *Personnel Review*, Vol. 41, No. 3. pp. 321-339

[8] زرین‌سبب م. (1390) *بررسی رابطه بین سرمایه فکری با گرایش به نوآوری سازمانی کارکنان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

[9] [9] دهقان‌نجم م. (1388) «مدیریت دانش و نقش آن در نوآوری سازمانی»؛ *ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته*، شماره 10.ص47- 52

[10] AlbertoJ A., Victor JG., Eulogio C P. (2007) "Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: Lessons from Spain"; *Industrial Marketing Management*, No. 36. pp 349-359

[11] شکری ز ،. خیرگو م. (1388) «نقش یادگیری در نوآوری سازمانی»؛ *تدبیر*، شماره 212. ص 45-48

[12] ویکس ژ ل.، سیلوی ج.، هالیفیلد س آ.، لیسی ا.، سان آ ب. (1391) *مدیریت رسانه*، ترجمه روشندل اربطانی ط.، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم.

[13] رضایی م. (1393) «تغییر و تحول در سازمان‌های رسانه‌ای»؛ *فصلنامه تحلیلی پژوهشی کتاب مهر*، شماره 14. ص56-79



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

[14] Marr B M. (2005) "Defining intellectual capital: A three dimensional approach", *Management Decision*, Vol. 43, No. 9. pp65-79

[15] قلیچلی ب.، مشبکی ا. (1385) «نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری در سازمان، مطالعه دو شرکت خودروسازی»، فصلنامه دانش مدیریت، شماره 75.ص125-147

[16] Arenas T., Lavanderos L. (2008) "Intellectual capital: Object or process?", *Journal of Intellectual Capital*, No. 1. Pp.77-85

[17] خیرخواه ه. (1390) *بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری سازمان (مطالعه موردی ادارات آموزش و پرورش استان کردستان)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد، سنندج.

[18] Ramírez Y., Lorduy C., Rojas J A. (2007) "Intellectual capital management in Spanish universities", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8, Iss.4. pp.732 - 748

[19] Malcolm W. (2002) *International encyclopedia of business and management*, New York: Thomson Business Press.

[20] نمامیان ف.، قلیزاده ح.، باقری ف. (1390) *سرمایه فکری و روش‌های اندازه‌گیری آن*، دومین کنفرانس مدیریت اجرایی.ص1-16

[21] Rodov I., Leliaert P. (2002) "FIMIAM: Financial method of intangible assets measurement", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3, Iss. 3. pp323-336.

[22] Bollen L., Philip V., Stephanie S. (2005) "Linking intellectual capital and intellectual property to company performance", *Journal of Management Decision*, Vol. 43, Iss. 9. pp. 1161-1185

[23] سید نقوی م ع.، سپندارند ص.، رامین مهر ح. (1391) «بررسی اثرات سرمایه‌های فکری بر عملکرد سازمانی با تأکید بر نقش میانجی قابلیت یادگیری در شعب بانک صادرات استان تهران»، *نشریه مدیریت بازرگانی*، دوره. 4، شماره. 12.ص53-70

[24] Bontis N., Alexander S. (2009) "A causal model of human capital Antecedentsand consequents in the financial services industry", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 10, No. 1. pp. 53-69



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

[25] Chen Y S. (2008) "The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms", *Journal of Business Ethics*, Vol. 77, Iss. 3. ppb433-450.

[26] ابطحی س ح.، صلواتی ع. ( 1385) *مدیریت دانش در سازمان*، تهران: انتشارات پیوند نو.

[27] Perez E. (1999) "Knowledge management in the library — not", *Database Magazine*, Vol. 22, No. 2. PP. 75–78

[28] Heisig P. (2009) "Harmonisation of knowledge management – comparing 160 KM frameworks around the globe", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 13, Iss. 4. pp 4-31

[29] Nonaka I., Von K G., Voelpel S. (2006) "Organizational knowledge creation theory: Evolutionary paths and future advances", *Organization Studies*, Vol. 27, Iss.8. pp 1179-1208

[30] Kamasak R., Bulutlar F. (2010) "The influence of knowledge sharing on innovation"; *European Business Review*, Vol. 22, Iss.3. pp 306-317

[31] Monavvarian A., Khamda Z. (2010) "Towards successful knowledge management: people development approach"; *Business Strategy Series*, Vol. 11, Iss. 1. Pp 348-367.

[32] Monavvarian A., Kasaei M. (2007) "KM model for public administration: the case of Labour Min-istry", *Journal of Information and Knowledge Management Systems*, Vol. 37, Iss. 3. pp348-367.

[33] Yeung D U. (1999) Organizational learning capability: Keys to continuous business success in today's business environment, New York: Oxford University Press, 1999.

[34] Schulz M. (2001) "The uncertain relevance of newness: Organizational learning and knowledge flow", *Academy of Management Journal*, Vol. 44, No. 4. pp661- 681.

[35] Gilbert N., Petra A., Andreas P. (2007) "Learning in innovation networks: Some simulation experiments", *Physica A*, No. 378. pp 100-109.



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

[36] Chiva R., Alegre J., Lapiedra R. (2007) "Measuring organizational learning capability among the workforce", *International Journal of Manpower*, Vol. 28, No. 3/4. Pp 224-242.

[37] فتحی‌جناقرد م. ( 1393) «ارتباط مدیریت دانش و یادگیری سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی در مدارس متوسطه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه محقق اردبیلی،1393.

[38] Chieh-Yu L. (2007) "Factors affecting innovation in logistics technologies for logistics service providers in China", *Journal of Technology Management in China*, Vol. 2, Iss.1. pp22-37.

[39] Baregheh A., Rowley J., Sambrook S. (2009) "Towards a multidisciplinary definition of innovation", *Management Decision*, Vol. 47, No.8. pp1323-1339.

[40] Amabile T M. (1998) "*How to kill creativity*", Harvard Business Review 76, No. 5.pp76-85

[41] حمیدی‌زاده ع.، شهیدزاده ف.، موحدی‌فرع. (1393) «بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی دراداره کل مخابرات شهرستان قم»، *مدیریت سرمایه اجتماعی*، دوره. 1، شماره 2. ص203-223

[42] دانایی‌فرد ح.، صالحی ع. (1394) «بررسی نقش تسهیم دانش در رابطه میان اجزای سرمایه‌های فکری و رفتار نوآورانه»؛ *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، دوره 5، شماره1. صص

[43] Egbu O C. (2004) "Managing knowledge and intellectual capital for improved organizational innovations in the construction industry: an examination of critical success factors", *Journal of Engineering, Construction and Architectural Management*, Vol. 11, No. 5. pp.301 - 315

[44] Amiri A. N., Jandaghi Gh., Ramezan, M. (2011) "An investigation to the impact of intellectual capital on organizational innovation", *European Journal of Scientific Research*, Vol. 64, No. 3. p472



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

[45] Mention A. (2012) "Intellectual capital, innovation and performance: A systematic review of the literature", *Business and Economic Research*, Vol. 2, No.1.

[46] Zerenler M., Hasiloglu B., Sezgin M. (2008) "Intellectual capital and innovation performance: Empirical evidence in the Turkish automotive supplier", *Journal of Technology Management*, Vol. 3, No. 4.pp 31-40

[47] Ghorbani M., Mofaredi B., Bashiriyan S. (2012) "Study of the relationship between intellectual capital management and organizational innovation in the banks", *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 15.pp5208-5217

[48] Delgado-Verde M., Martı´n-de Castro G., Navas-Lo´pez J. E. (2011) "Organizational knowledge assets and innovation capability", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 12, No. 1. pp.5 - 19

[49] Ahmed Al-Dujaili M. A. (2012) "Influence of intellectual capital in the organizational innovation", *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 3, No. 2. Pp128-135

[50] روحی‌پناه ع.، جاجرمی‌زاده.، نیک‌کار م. (1391) «بررسی تأثیر ابعاد دارایی‌های نامشهود سازمانی (سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری) بر مدیریت دانش در شرکت آب و فاضلاب استان یزد»؛ سومین همایش ملی مهندسی صنایع و سیستم، تهران، http://www.civilica.com/Paper-SIEC03-SIEC03_013.html

[51] Rezaei G., Rezaei H., Rezaei L., Manochehri F. (2013) "The role of knowledge management and intellectual capital to improve the quality of services (Case study: Shiraz Martyr Faghihi Hospital)";*Health Accounting*, In Press, [In Persian].

[52] محسنی‌فرد غ.، رضایی غ.، حسینی‌راد س ع. (1392) «رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش (مطالعه موردی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارسنجان)»، *فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، سال چهارم، شماره 3.

[53] علامه س. م.، شیخ ابومسعودی ع. (1394) «بررسی تأثیر سرمایه فکری، با نقش میانجی مدیریت دانش و سرمایه فرهنگی بر عملکرد سازمان از منظر مدل BSC (مورد مطالعه:



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]

شرکت گاز استان اصفهان)»، *فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت*، سال هشتم، شماره 24.

[54]خیرگو م.، شکری ز. (1388) «نقش یادگیری در نوآوری سازمانی»؛ *ماهنامه تدبیر*، شماره. 212. ص 45-48

[55] مطلبی آ . (1390) *ارائه الگوی ساختاری سرمایه فکری براساس یادگیری سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

[56] امیری ع. (1381) «افزایش سرمایه فکری در سازمان و نقش یادگیری سازمانی»؛ رساله دکتری، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت .

[57] قربانی‌زاده و.، حبیبی بدرآبادی ح.، ابراهیم‌زاده ح. (1391) «نقش تعدیل‌کننده فرایند یادگیری در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی»، *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، سال پنجم، شماره 16.

[58] Allameh S M., Abbasi S., Shokrani S A R. (2010) "The mediating role of organizational learning capability between intellectual capital and job satisfaction", *European Journal of Social Sciences*, Vol. 17, No. 1. p125

[59] Nargesian A. (2013) "Manual of Lisrel software in structural equations modeling", Tehran: Negah-e Danesh Publications, (In Persian)



[ Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-28 ]

[ DOR: 20.1001.1.22286977.1395.6.1.7.5 ]