

پژوهشی پیرامون تأثیر مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران در شرکت‌های شهرک صنعتی

اسماعیل داداشی خاص^{۱*}، فهیمه بابائی نیولوئی^۲

^۱ مربی دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، بناب، ایران، (عهده‌دار مکاتبات)

^۲ مربی دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ارومیه، ارومیه، ایران

تاریخ دریافت: مرداد ۱۳۹۲، اصلاحیه: آبان ۱۳۹۲، پذیرش: اسفند ۱۳۹۲

چکیده

با گذشت سه دهه از عمر تحقیقات در حوزه سرمایه‌های فکری و نقش و مدیریت بهینه این سرمایه‌ها، لزوم آگاهی از رویکردهای نوین در رفع نارسایی‌های اجرای برنامه‌های اقتصاد دانش محور در شرکت‌ها به شدت محسوس است. در پرتو دانش مدیریت سرمایه‌های فکری و بکارگیری رویکردهای نوین است که تصویر کاملی از وضعیت فعلی و آتی صحنه رقابت در آتیه مدیران نقش گرفته و با تصمیم‌گیری‌های سریع موجبات توسعه سازمان فراهم می‌آید. هدف این مقاله تشریح و تبیین تغییر گرایش در ارزش شرکت‌ها از دارایی‌های مشهود به سمت سرمایه‌های نامشهود و تأثیر آن بر وضعیت تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های تولیدی و صنعتی است. بدین منظور از طریق پرسشنامه داده‌ها از مدیران جمع‌آوری و با تحلیل رگرسیون شدت تأثیرگذاری اجزای مدیریت سرمایه فکری بر ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران (خردگرایی، رفتار سیاسی، شهود) مشخص شد. یافته‌های این تحقیق نمایان ساخت که اجزای مدیریت سرمایه فکری با ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران رابطه معنی‌داری داشته و بر آنها تأثیرگذار هستند. نتایج نشان داد در اکثر شرکت‌ها، سرمایه‌های فکری در سطح مناسبی بوده، ولی به موضوع و روش استفاده از این سرمایه‌های فکری به منظور تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری مدیران توجه کمتر وجود داشت. بنابراین شکاف توجه کمتر به سرمایه‌های فکری می‌تواند با کاربرد چارچوب‌های نوین سرمایه فکری در سایر واحدهای صنعتی نیز برای اتخاذ خط‌مشی‌های مناسب رفع و تعالی‌شان را منجر گردد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای، تصمیم‌گیری استراتژیک.

۱- مقدمه

برده می‌شود در این اقتصاد دانشی، موفقیت سازمان‌ها به توانایی مدیریت این دارایی‌های نامشهود بستگی دارد. امروزه مدیریت دارایی‌های دانشی در سازمان به مهمترین اقدام در ایجاد چارچوب کسب و کاری موفق تبدیل شده است، اما همچنان پیچیدگی ناشی از تعابیر گوناگون مدیریت سرمایه فکری بر جای خود باقی مانده است. متداول شدن این عبارت یکی از نشانه‌های این موضوع است که سازمان‌ها در قبال مدیریت این سرمایه، توانسته‌اند به مزیت‌های رقابتی دست یابند که از این‌رو علایق و توجهات مدیریت سرمایه فکری رو به فزونی گذارده است.

از این‌رو مفهوم مدیریت و سنجش سرمایه فکری در سطح جهانی مفهومی بسیار گسترده دارد. طبق نظر پابلوس (۲۰۰۴) سرمایه فکری همان منابع دانش محوری است که برای سازمان ارزش تولید می‌کنند ولی در صورت‌های مالی وارد نمی‌شوند. مدیریت سرمایه‌های فکری، توانمندی سازمان در ارتقاء سطح سودآوری به شمار می‌آیند. این توانمندی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا محصولات و خدمات جدیدی را خلق و معرفی کرده، رویه‌های جدیدی در کسب و کار خود طراحی کنند و یا اشکال سازمانی جدیدی را برای خود تعریف نمایند. طراحی محصولات و خدمات جدید در تمامی حوزه‌های صنایع امروز، نیازمند اطلاعات از دارایی‌های نامشهود است.

اقتصاد مبتنی بر دانش پارادایم‌های ابزار رقابت و خلق ثروت، معماری

واژه سرمایه‌های فکری برای اولین بار در دهه ۱۹۹۰ وارد ادبیات کسب و کار شد. پس از آن بسیاری از مدیران سازمان‌ها در جستجوی یافتن راه‌هایی برای شناسایی ارزش دارایی‌های نامشهود خود و ارتقاء سطح عملکرد سازمان با بهره‌گیری مناسب از این دارایی‌ها برآمدند. در پارادایم صنعتی قدیم، شرکت‌ها تحت اصول اقتصاد کمیابی عمل می‌کردند. اقتصاد کمیابی بدین معناست که منابع و دارایی‌های تحت سلطه و کنترل شرکت‌ها، محدود و کمیاب هستند و استفاده بیشتر از آنها، از ارزش آنها می‌کاهد ولی در عصر اقتصاد اطلاعاتی و دانشی، این اصول صدق نمی‌کند. منظور اقتصاددانان سنتی از سرمایه، سرمایه‌های مالی بود، بنابراین ایده سرمایه‌های فکری، ایده‌ای جدید است و در چارچوب این گروه از اقتصاددانان، نمی‌گنجد. شرکت‌ها در اقتصاد دانشی تحت اصول اقتصاد فراوانی عمل می‌کنند. اقتصاد فراوانی بدین معناست که منابع و دارایی‌های در اختیار شرکت به میزان فراوانی وجود دارد.

با ورود به اقتصاد دانشی، دانش در مقایسه با سایر عوامل تولید مانند زمین و سرمایه و ماشین آلات و... از ارجحیت بیشتری برخوردار شده است به طوری که در این اقتصاد، دانش به عنوان مهمترین عامل تولید محسوب می‌شود و از آن به عنوان مهمترین مزیت رقابتی سازمان‌ها یاد

انسانی به صورت تأثیر ضرب شونده پیشرفت فنی در عامل کار به روش اثرات ثابت برای ۵۷ کشور جهان نشان داد که به طور متوسط حدود ۳۴ درصد رشد تولید سرانه به وسیله نسبت سرمایه به کار توضیح داده می‌شود، در این مدل شاخص سرمایه انسانی کار با یک وقفه زمانی بر رشد اقتصادی مؤثر است. در نتیجه می‌توان گفت شاخص سرمایه انسانی از درجه اهمیت بالایی بر رشد اقتصادی این کشورها قرار دارد [۹]. ده موید و فیض‌پور (۱۳۸۸) در یک مطالعه ترویجی و با استفاده از روش‌شناسی تحلیلی و توصیفی نشان دادند که ۴۵ درصد از بنگاه‌های کوچک و متوسط صنایع نساجی و کانی غیرفلزی در نمونه مورد مطالعه، نوآور هستند. به همین دلیل اکثر مدیران حمایت‌های عمومی در زمینه نوآوری و پرورش سرمایه‌های فکری را کم تلقی کرده‌اند و آن را در مواردی مانند تسهیلات خلاصه می‌کنند [۳].

بدین ترتیب از آنجایی که محیط‌های کاری شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی نیز در قلمرو بازار رقابتی قرار می‌گیرند و بهبود تصمیم‌گیری مدیران آنها نقش بسزایی در ارتقاء نحوه ارائه خدمات تولیدی و صنعتی به مشتریان دارد. همچنین به تصمیم‌گیری مدیران و خلق سودآوری و بهبود جایگاه راهبردی خود با تکیه بر سرمایه‌های فکری کمتر توجه می‌شود. پس با هدف معرفی مدیریت سرمایه فکری به عنوان عامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران پرداختن به این موضوع در برگیرنده نوآوری است.

در این مقاله به رابطه و تأثیر مدیریت سرمایه فکری و تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران پرداخته می‌شود تا نقش هر یک در فعالیت شرکت‌ها نمایان و این جهش و تغییر گرایش در ارزش شرکت‌ها از دارایی‌ها و سرمایه‌های مشهود به سمت سرمایه‌های نامشهود و تأثیر آن بر وضعیت تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های تولیدی و صنعتی تبیین شود.

در مجموع با عنایت به اهمیت و ضرورت مفاهیم مدیریت سرمایه فکری و تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران که در بالا اشاره شد، لزوم توجه به این دو، این تحقیق برای اولین بار به بررسی تأثیر مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی خصوصاً شهرک صنعتی بناب پرداخت.

۲- مبانی نظری و سابقه پژوهش

مدیران همواره با مسئله انتخاب در سازمان‌ها روبرو هستند. برای دستیابی به انتخاب مطلوب باید مراحل طی شود که تصمیم‌گیری نامیده می‌شود. از آنجا که تصمیم‌گیری از حساس‌ترین وظایف مدیران سازمان‌ها در عرصه‌های مختلف عملیات به شمار می‌رود، شناخت فرآیند، ساختار، سازوکارها و ویژگی‌های تصمیم‌ها برای هدایت و برقراری ارتباط در سازمان‌ها اهمیت فراوان دارد. از نظر علم مدیریت وجود دوگانگی بین هدف‌ها و عملکردها و ناتوانی مدیران در دستیابی به هدف‌های طراحی شده، به علت کلیدی ضعف نظام تصمیم‌گیری

راهبردی و مدل‌های کسب و کار سازمان‌ها را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده، به نحوی که توجه بسیاری از جوامع را در پی داشته است. این ادعا را می‌توان به روشنی در چشم‌انداز کشورهای راهبردهای کلان ملی و برای سرمایه‌گذاری‌های آنها مشاهده کرد. در کشور ایران نیز سیاست توسعه اقتصاد دانش‌محور در برنامه چهارم توسعه با بودجه‌ای بالغ بر هفت هزار میلیارد ریال، نام‌گذاری سال ۸۷ به نام سال نوآوری و شکوفایی، بودجه تخصیص درصدی از درآمد سازمان‌ها به موضوع آموزش و پژوهش و ... از نشانه‌های توجه به این مقوله است [۴].

از طرف دیگر علیرغم حضور کمی صنایع کوچک قابل توجه در ساختار صنعتی به دلیل نگرش یکسان در سیاست‌گذاری با واحدهای تولیدی و فارغ از مقیاس آنها، صنایع کوچک و متوسط با معضلات متعددی روبرو هستند به نحوی که از ایفای نقش مورد انتظار از آنها همچون کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه ناتوان مانده‌اند.

با توجه به بررسی سوابق تحقیقات پیشین با موضوع مدیریت سرمایه فکری مشخص گردید در این خصوص پژوهش‌های اندکی انجام شده است. مادیتینوز و دیگران (۲۰۱۱) نشان داده‌اند که از لحاظ آماری بین کارایی سرمایه انسانی و عملکرد مالی رابطه معنی‌دار و همبستگی مستقیمی با ویژگی‌های خاص اقتصادی وجود دارد [۱۸].

چن و دیگران (۲۰۰۵) به این نتیجه رسیده‌اند که به طور فزاینده سرمایه فکری به عنوان دارایی استراتژیک مهمی برای مزیت‌های رقابتی پایدار شرکت شناخته شده است، بنابراین دولت‌های کشورهای در حال توسعه باید منابع را در سرمایه‌گذاری سرمایه فکری و فیزیکی متوازن کنند [۱۴].

رضائیان و لشکرلوکی (۱۳۸۹) بر اساس رویکرد استقرایی و کیفی نشان دادند که هوشمندی رقابتی بیشترین تأثیر را بر مراحل اولیه فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک دارد و کمترین تأثیر را بر توسعه گزینه‌های استراتژیک و انتخاب و ارزیابی گزینه‌ها دارد. تحلیل نتایج توصیفی ثابت نمود که تصمیم‌گیری استراتژیک باید به ایجاد مزیت رقابتی نسبت به رقبای اصلی قادر باشد [۵].

شفیعا و دیگران (۱۳۸۸) با بررسی سرمایه‌های انسانی، سازمانی، رابطه‌ای و نوآوری به عنوان عوامل اصلی تشکیل دهنده سرمایه فکری به مدل یکپارچه سنجش مؤلفه‌های سرمایه‌های فکری دست یافته و دریافتند که افزایش ارزش‌های انسانی و بالا بردن سرمایه انسانی، بهبود فرآیندهای کاری و بالا بردن سرمایه‌های ساختاری و کسب رضایت مشتریان، اعتبار دادن به مارک‌های تجاری و واکنش نسبت به تغییرات سریع و در نتیجه زیاد کردن سرمایه ساختاری همگی بستگی به توانایی سازمان در خلق، توسعه و بکارگیری نوآوری دارد [۶].

فقیه نصیری و رضایی (۱۳۸۸) با بررسی سرمایه انسانی و رشد اقتصادی، با رویکرد بکارگیری شاخص ترکیبی سرمایه انسانی داده‌های پانل با استفاده از یک مدل اثر سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی طی دوره مورد بررسی (۲۰۰۳-۱۹۹۵) را آزمون کردند. نتایج برآورد مدل تأثیر سرمایه

منفعتی را تحت تأثیر قرار دهند و در کل رابطه بین پویایی‌های سیاسی و نتایج سازمانی، مورد بررسی قرار می‌گیرند و سیاست‌های میان واحدهای سازمانی را مورد بررسی قرار داده و فراگیری با این واحدهای قدرت فرآیند تصمیم تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

از طرف دیگر، صاحب‌نظرانی هستند که رویکرد وسیع شامل تمام انواع تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم را از هر دو بازیگران داخلی (اعضای سازمانی و یا واحدهای سازمانی) و بخش‌های خارجی (کارگزاران دولتی و مشتریان) استفاده می‌کنند.

آنچه که دو نقطه نظر فوق‌الذکر را به هم پیوند می‌دهد، اعتقاد افراد بر این است که آنها در حال انجام کار درون یا بیرون سازمان هستند و به وسیله نتایج تصمیم تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. به این دلیل، آنها در تلاش‌اند تا پرسنل‌شان و یا نیازهای نهادی را تحت تأثیر قرار دهند [۱۷]. شهود^۳ از ابعاد دیگر تصمیم‌گیری استراتژیک، متکی بر جدیدترین نفوذ درباره چگونگی بزرگ‌ترین دستاوردهایی است که در کسب و کار تجاری و سایر حوزه‌ها به طور واقعی اتفاق افتاده‌اند.

دئوگان (۲۰۱۰) بیان می‌کند شهود استراتژیک با موقعیت‌های جدید سرو کار دارد و شامل چهار گام می‌باشد: سوابق (سرمشق‌های) تاریخی، حضور ذهن، روشنایی بصیرت، قاطعیت [۱۵].

بنابراین در محیط استراتژیک جدید، سازمان‌هایی پیشرفت خواهند کرد که خود را سازمان یادگیرنده‌ای بدانند که هدف آن بهبود مداوم سرمایه فکری است؛ زیرا سازمانی که قادر به افزایش سرمایه فکری خود نباشد قادر به بقا نیست [۱۱].

در پرتو دانش مدیریت سرمایه‌های فکری است که مدیران می‌توانند با تصمیم‌گیری‌های سریع و به موقع موجبات رشد و توسعه سازمان خود را فراهم سازند. به همین دلیل، افراد سازمانی به خصوص رهبران، نیازمند تقویت سرمایه‌های فکری در راستای تحقق و بهره‌گیری در فرآیند تصمیم‌گیری به منظور اتخاذ تصمیمات استراتژیک خود هستند.

تا بتوانند وظیفه‌شان را به طور متوازن و همه‌جانبه به انجام برسانند. در واقع سرمایه فکری «موجودیت» دانشی یک سازمان است که در یک مقطع زمانی خاص در آن وجود دارد. سرمایه فکری به عنوان یکی از عناصر شایستگی‌های محوری شرکت‌ها محسوب می‌شود.

سودارسانام (۲۰۰۶) معتقد است مدیریت سرمایه فکری به سازمان اجازه خواهد داد که توانایی‌ها و شایستگی‌هایش را به منظور بهره‌برداری از آنها طی زمان، شناسایی، حفظ و بازسازی کند [۱۹].

اسچیوما و لررو (۲۰۰۸)، مدیریت سرمایه فکری را فعالیتی «چترگونه» تعریف می‌کنند که بر شناسایی، اندازه‌گیری، کنترل و توسعه منابع نامشهود متمرکز است [۷].

مؤلفه‌های سرمایه فکری به روش‌های متنوعی طبقه‌بندی شده‌اند. اگر چه مسلماً طبقه‌بندی سه‌جانبه آن در حد وسیع، بیشتر در ادبیات تخصصی پذیرفته شده است، سرمایه فکری از سه مؤلفه اصلی و دقیقاً به هم مرتبط به شرح زیر تشکیل شده است: سرمایه انسانی، سرمایه

است. از سویی دیگر، بدون تصمیم‌گیری در سازمان‌ها، هیچ اقدام و فعالیتی نه آغاز می‌شود و نه تحقق می‌یابد.

مدیران مسئول نهایی نتایج تصمیمات به شمار می‌روند؛ لیکن در عین حال، دائم با وضعیتی مواجه هستند که حالات مختلفی دارد و تصمیمات آنها مشتمل بر مقایسه حالات، راه‌کارها و ارزشیابی نتایج است.

مدیران برای سازش و هماهنگی با دنیای کنونی باید بیاموزند که چگونه تصمیمات را سریع بگیرند و از اشتباهاتی که در زمینه تصمیم‌گیری داشته‌اند خودداری کنند. مطالعه تصمیم‌گیری کار مشکلی است که این ناشی از ماهیت پیچیده و ذهنی آن می‌باشد.

از سوی دیگر سازمان‌ها با مشخص شدن نقاط قوت و ضعف داخلی، فرصت‌ها و تهدیدات خارجی می‌توانند مبنایی برای به دست آوردن هدف‌های بلندمدت داشته و راهبردهای مناسب را اتخاذ کنند.

مدیر به عنوان یک استراتژیست باید به بررسی و مطالعه محیط پرداخته تا فرصت‌ها و تهدیدات پیش روی سازمان را تشخیص و تصمیماتی برای ارزیابی اعلام کند.

همچنین شناخت ارزش‌های حاکم بر جامعه، شناخت امکانات، ظرفیت‌ها و منابع موجود در سازمان، شناخت مسائل و مشکلات در سطح بین‌المللی و ملی، همگی در اتخاذ یک تصمیم درست نقش دارند. در واقع، فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک پیچیده بوده و شامل بسیاری از منافع متضاد، زمان‌بر و مواجه با وقفه‌ها، تأخیرها و اختلال‌هاست.

همچنین به وسیله محیط، تصمیم خاص و عوامل تصمیم‌گیری خاص شکل می‌گیرند. بنابراین فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک بر اینکه چگونه تصمیمات استراتژیک گرفته شده و به اجرا درآمده‌اند و عوامل تأثیرگذار آن متمرکز می‌شود. از نظر صرافی‌زاده (۱۳۸۸) تصمیم‌گیری فرآیندی است که می‌تواند به منظور پیش‌بینی و انتخاب راه‌حلی برای مسائل احتمالی در آینده و یا به منظور حل مسائل موجود باشد [۷]. از طرف دیگر آقاجانی و همکاران (۱۳۸۷) به این نتیجه رسیده‌اند که تصمیمات استراتژیک، بلندمدت هستند. از این رو، محیط فعالیت کاملاً قابل پیش‌بینی نیست و تصمیمات استراتژیک را با عدم قطعیت نسبت به آینده مواجه می‌نماید [۱].

البان (۲۰۰۷) معتقد است فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک بر مجموعه فعالیت‌هایی اشاره دارد که از طریق آن مسائل استراتژیک، شناسایی، تفسیر و پرداخته و حل می‌شوند [۱۷]. باتلر (۲۰۰۲) معتقد است خردگرایی^۱ یکی از ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک، دلیل انجام کاری است و رفتار خردمندانه را مورد قضاوت قرار می‌دهد و بیانگر آن است که رفتار قابل درک درون چارچوب مرجع در نظر گرفته می‌شود [۱۳].

رفتار سیاسی^۲ از ابعاد دیگر تصمیم‌گیری استراتژیک از دو نقطه نظر - (دیدگاه) توسط محققان تصور می‌شود. از یک طرف، صاحب‌نظرانی وجود دارند که در تلاش‌اند نتایج فرآیند تصمیم در پرداختن به خود

1-Rationality

2- Political behavior

3-Intuition

ساختاری، سرمایه رابطه‌ای [۱۹].

چن و همکاران (۱) معتقدند سرمایه انسانی، به مثابه مبنای سرمایه فکری اشاره به عواملی نظیر دانش، مهارت، قابلیت و طرز تلقی کارکنان دارد، که منتج به بهبود عملکرد، جذب مشتریان و افزایش سود شرکت می‌شود. اگر کارکنان متفکر توسط سازمان به نحو مطلوب به کار گرفته نشوند، دانش و مهارت موجود در مغز آنها نمی‌تواند فعال شود، یا اینکه به صورت ارزش بازاری در آید [۸].

ادوینسون و همکاران (۱۹۹۷) سرمایه ساختاری را به صورت سخت افزارها و نرم افزارها و پایگاه داده‌ها و ساختار سازمانی و حق اختراع‌ها و مارک‌های تجاری و سایر توانایی‌ها و قابلیت‌های سازمانی تعریف می‌کنند که از بهره‌وری کارکنان حمایت می‌کند [۱۶].

طبق نظر بنتیس (۱۹۹۸) سرمایه مشتری، دانش شامل ارزش فعلی و آتی روابط یک سازمان با مشتریان خود است و بیانگر پتانسیل یک سازمان به خاطر نامشهودهای خارج از سازمان است [۱۲].

با توجه به مبانی نظری مختلف ارائه شده و همچنین ایده‌های محققان این پرسش مطرح شد که مدیریت سرمایه فکری در محیط‌های کاری شرکت‌های شهرک صنعتی در شهرستان بناب در چه سطحی بوده و چه رابطه‌ای با تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران دارد؟

در نتیجه به منظور رسیدن به هدف اصلی این مطالعه برای عملیاتی کردن متغیر مستقل از ابعاد مطرح شده توسط بنتیس (۲۰۰۰) استفاده شد. ایشان معتقد است مدیریت سرمایه فکری دارای سه بعد سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای است و از طرف دیگر طبق نظر نما موری و گیبسون میونیزی (۲۰۰۹) تصمیم‌گیری استراتژیک دارای سه بعد خردگرایی، رفتار سیاسی و شهود است. بنابراین بر اساس دو مدل فوق، فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر تدوین گردید:

فرضیه اهم:

مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های

مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

فرضیه‌های اخص:

سرمایه انسانی بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه ساختاری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه رابطه‌ای بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

فرضیه‌های فرعی:

سرمایه انسانی بر خردگرایی مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه انسانی بر رفتار سیاسی مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه انسانی بر شهود مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه ساختاری بر خردگرایی مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

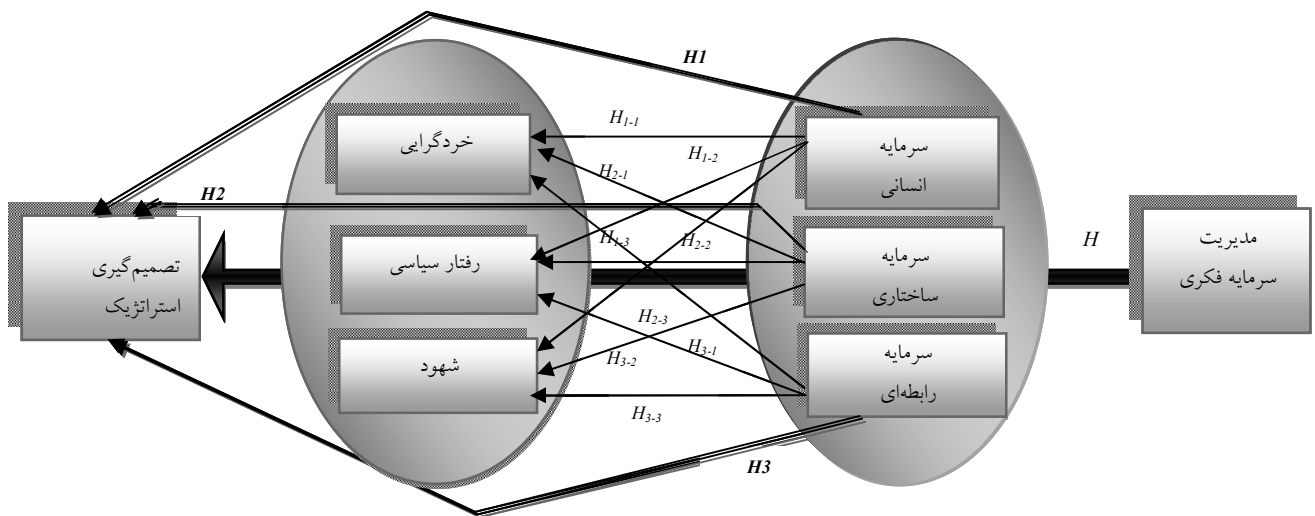
سرمایه ساختاری بر رفتار سیاسی شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه رابطه‌ای بر خردگرایی مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه رابطه‌ای بر رفتار سیاسی مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه رابطه‌ای بر شهود مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.

سرمایه رابطه‌ای بر شهود مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب تأثیرگذار است.



شکل شماره (۱): مدل مفهومی تحقیق

۳- روش‌شناسی تحقیق

۱-۳ روش تحقیق و اندازه‌گیری متغیرها.

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش، در چارچوب تحقیقات پیمایشی قرار دارد. در این تحقیق از روش کتابخانه‌ای (کتاب و مقالات) برای تشریح مؤلفه‌های مدیریت سرمایه‌فکری و تصمیم‌گیری استراتژیک و از طرف دیگر از مطالعه میدانی در شرکت‌های شهرک صنعتی از طریق توزیع پرسشنامه بین مدیران شرکت‌های فعال، استفاده شده است.

۲- ابزار گردآوری داده‌ها

برای سنجش مدیریت سرمایه‌فکری از پرسشنامه استاندارد بنتیس (۲۰۰۰) شامل سه مؤلفه اصلی: سرمایه انسانی ۱۷ گویه، سرمایه ساختاری ۱۶ گویه و سرمایه رابطه‌ای ۱۷ گویه و در مجموع ۵۰ گویه استفاده شد و برای سنجش تصمیم‌گیری استراتژیک از پرسشنامه محقق ساخته، طبق نظریه نما موری و گیبسون میونیزی (۲۰۰۹)، و با استفاده از شاخص‌های توصیف شده ساید البانا (۲۰۰۷) برای تصمیم‌گیری استراتژیک شامل سه مؤلفه اصلی: خردگرایی ۷ گویه، رفتار سیاسی ۷ گویه و شهود ۶ گویه و در مجموع ۲۰ گویه استفاده گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌های تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد.

در صورتی که آلفای کرونباخ محاسبه شده بزرگتر از ۰/۷ باشد، بیانگر اعتبار بالای سؤال‌های پرسشنامه بوده و ابزار اندازه‌گیری دارای پایایی است. جدول (۲) نتایج آلفای کرونباخ پرسش‌های مفاهیم اصلی تحقیق و کل پرسشنامه را نشان می‌دهد، نتایج این جدول نشان دهنده پایایی تمامی مفاهیم و نیز پایایی کل پرسشنامه است.

جدول شماره (۱): نتایج آلفای کرونباخ

سؤالات مفاهیم	آلفای محاسبه شده	آلفای کرونباخ قابل قبول	نتیجه
مدیریت سرمایه فکری	۰/۹۶	۰/۷۰	قابل قبول
سرمایه انسانی	۰/۹۱	۰/۷۰	قابل قبول
سرمایه ساختاری	۰/۸۹	۰/۷۰	قابل قبول
سرمایه رابطه‌ای	۰/۹۲	۰/۷۰	قابل قبول
تصمیم‌گیری استراتژیک	۰/۹۷	۰/۷۰	قابل قبول
خردگرایی	۰/۹۱	۰/۷۰	قابل قبول
رفتار سیاسی	۰/۹۲	۰/۷۰	قابل قبول
شهود	۰/۹۴	۰/۷۰	قابل قبول
کل پرسشنامه	۰/۹۶	۰/۷۰	قابل قبول

۳-۳ جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این مطالعه مدیران شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب (شهرک صنعتی شهریار و شهرک صنعتی سهند) بود که با سرمایه‌های فکری اعم از سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای و از همه مهمتر تصمیم‌گیری استراتژیک سروکار دارند. همچنین محققین به توصیف مزایای مدیریت سرمایه فکری و ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک پرداخته‌اند تا با تشریح ابعاد مدیریت سرمایه فکری، نقش آن در تصمیم‌گیری استراتژیک در شرکت‌های شهرک صنعتی را تبیین کنند. حجم نمونه آماری به روش نمونه‌گیری هدفمند، مدیران شرکت‌های فعال به تعداد ۵۰ نفر (به ترتیب ۱۶ مدیر شرکت فعال در شهرک صنعتی شهریار و ۳۴ مدیر شرکت فعال در شهرک صنعتی سهند) استفاده شده است. محدوده تحقیق از لحاظ زمانی شش ماه اول سال ۱۳۹۰ می‌باشد.

۴- تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده علاوه بر آمار توصیفی از آمار استنباطی به شرح زیر استفاده شد:

در چارچوب آمار ناپارامتریک برای آزمون فرضیه مهم و فرضیه‌های اخص، تحلیل رگرسیون خطی چندگانه.

برای آزمون فرضیه‌های فرعی، تحلیل رگرسیون خطی ساده.

برای سنجش شدت تأثیرگذاری اجزای سه گانه مدیریت سرمایه فکری بر ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک، تحلیل رگرسیون.

۴-۱ آزمون فرضیه‌ها

۴-۱-۱ آزمون فرضیه مهم:

با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیونی مدیریت سرمایه فکری و تصمیم‌گیری استراتژیک (فرضیه مهم) که در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ برابر با حداقل سطح معنی‌داری (۰/۰۵) به دست آمد، آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار بوده و تأیید گردید.

بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۲، مبتنی بر ضرایب استاندارد شده بتا، در ازای یک واحد تغییر در مدیریت سرمایه فکری به عنوان متغیر مستقل، ۰/۱۳ واحد تغییر در تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران ایجاد می‌شود. بنابراین ضریب تعیین یا شدت تأثیرگذاری مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک ۰/۰۷ است.

جدول شماره (۲): آزمون رگرسیون فرضیه مهم

تصمیم‌گیری استراتژیک	ضرایب استاندارد شده بتا	مدیریت سرمایه فکری
۰/۱۳	t	
۰/۵۵	معناداری	
۰/۰۰۱	ضریب تعیین	
۰/۰۷		

۴-۱-۲ آزمون فرضیه اخص اول:

به ترتیب ۰/۲۹، ۰/۳۷، ۰/۳۲ واحد تغییر در اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران ایجاد می‌شود.

نتایج حاکی از آن است که یک واحد افزایش در متغیر سرمایه ساختاری با فرض ثابت بودن متغیر رفتار سیاسی و شهود باعث افزایش در متغیر خردگرایی به میزان ۰/۲۹ می‌شود، یک واحد افزایش در متغیر سرمایه ساختاری با فرض ثابت بودن متغیر رفتار سیاسی مدیران به میزان ۰/۳۷ می‌گردد و یک واحد افزایش در متغیر سرمایه ساختاری با فرض ثابت بودن متغیر خردگرایی و رفتار سیاسی تصمیم‌گیری استراتژیک باعث افزایش متغیر شهود مدیران به میزان ۰/۳۲، در شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب می‌شود. بنابراین با توجه به معنادار شدن کلیه ضرایب رگرسیون، فرضیه اخص دوم این تحقیق و سه فرضیه مرتبط با آن (فرضیه فرعی چهارم و پنجم و ششم) تأیید شدند.

بنابراین ضریب تعیین یا شدت تأثیرگذاری مدیریت سرمایه انسانی به ترتیب بر خردگرایی و رفتار سیاسی و شهود ۰/۲۳، ۰/۲۲، ۰/۲۷ است. نتیجه حائز اهمیت آن است که در مقایسه تأثیرگذاری سرمایه ساختاری به عنوان یک متغیر مجزا بر سه جزء تصمیم‌گیری استراتژیک، بیشترین تأثیرپذیری متعلق به شهود مدیران بوده است که مجدداً نقش هم‌افزاینده بودن تأثیرپذیری این متغیر نسبت به تک تک اجزای دیگر را تأیید می‌کند.

جدول شماره (۴): آزمون رگرسیون فرضیه اخص دوم

شهود	رفتار سیاسی	خردگرایی	ضرایب استاندارد بتا	مدیریت سرمایه ساختاری
۰/۳۲	۰/۳۷	۰/۲۹	t	
۱/۴۴	۱/۷۹	۱	معناداری	
۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۳	ضریب تعیین	
۰/۲۷	۰/۲۲	۰/۲۳		

۴-۱-۴ آزمون فرضیه اصلی سوم:

با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون سرمایه رابطه‌ای و اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک (فرضیه اخص سوم) که در سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۴ کوچک‌تر از حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰۵ به دست آمد، آزمون فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار بوده و تأیید گردید. بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۴، مبتنی بر ضرایب استاندارد شده بتا، در ازای یک واحد تغییر در سرمایه رابطه‌ای به عنوان متغیر مستقل، به ترتیب ۰/۰۲، ۰/۰۷، ۰/۰۸ واحد تغییر در اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران ایجاد شد.

نتایج حاکی از آن است که یک واحد افزایش در متغیر سرمایه رابطه‌ای با فرض ثابت بودن متغیر رفتار سیاسی و شهود باعث افزایش در متغیر خردگرایی به میزان ۰/۰۲ می‌شود و یک واحد افزایش در متغیر سرمایه رابطه‌ای با فرض ثابت بودن متغیر خردگرایی و شهود تصمیم‌گیری استراتژیک باعث افزایش متغیر رفتار سیاسی مدیران به میزان ۰/۰۷ و

با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون سرمایه انسانی و اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک (فرضیه اخص اول) که در سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۱ کوچک‌تر از حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰۵ به دست آمد، آزمون فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار بوده و تأیید گردید. بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۳، مبتنی بر ضرایب استاندارد شده بتا، در ازای یک واحد تغییر در سرمایه انسانی به عنوان متغیر مستقل، به ترتیب ۰/۰۴، ۰/۰۱، ۰/۰۵ واحد تغییر در اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران ایجاد می‌شود.

نتایج حاکی از آن است که یک واحد افزایش در متغیر سرمایه انسانی با فرض ثابت بودن متغیر رفتار سیاسی و شهود، باعث افزایش در متغیر خردگرایی به میزان ۰/۰۴، یک واحد افزایش در متغیر سرمایه انسانی با فرض ثابت بودن متغیر خردگرایی و شهود تصمیم‌گیری استراتژیک باعث افزایش متغیر رفتار سیاسی مدیران به میزان ۰/۰۱، یک واحد افزایش در متغیر سرمایه انسانی با فرض ثابت بودن متغیر رفتار سیاسی و رفتار سیاسی تصمیم‌گیری استراتژیک باعث افزایش متغیر شهود مدیران به میزان ۰/۰۵، در شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب می‌شود. بنابراین با توجه به معنادار شدن کلیه ضرایب رگرسیون، فرضیه اخص اول این تحقیق و سه فرضیه مرتبط با آن (فرضیه فرعی اول و دوم و سوم) تأیید شدند.

بنابراین ضریب تعیین یا شدت تأثیرگذاری مدیریت سرمایه انسانی به ترتیب بر خردگرایی و رفتار سیاسی و شهود ۰/۱۸، ۰/۱۶، ۰/۲۶ است. نتیجه حائز اهمیت آن است که در مقایسه تأثیرگذاری سرمایه انسانی به عنوان یک متغیر مجزا بر سه جزء تصمیم‌گیری استراتژیک، بیشترین تأثیرپذیری متعلق به شهود مدیران بوده است که نقش هم‌افزاینده بودن تأثیرپذیری این متغیر نسبت به تک تک اجزای دیگر را تأیید می‌کند.

جدول شماره (۳): آزمون رگرسیون فرضیه اخص اول

شهود	رفتار سیاسی	خردگرایی	ضرایب استاندارد شده بتا	مدیریت سرمایه انسانی
۰/۰۵	۰/۰۱	۰/۰۴	t	
۰/۲۲	۰/۰۸	۰/۱۴	معناداری	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	ضریب تعیین	
۰/۲۶	۰/۱۶	۰/۱۸		

۴-۱-۳ آزمون فرضیه اخص دوم:

با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون سرمایه ساختاری و اجزای تصمیم‌گیری استراتژیک (فرضیه اخص دوم) که در سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۴ کوچک‌تر از حداقل سطح معنی‌داری ۰/۰۵ به دست آمد، آزمون فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار بوده و تأیید گردید. بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۴، مبتنی بر ضرایب استاندارد شده بتا، در ازای یک واحد تغییر در سرمایه ساختاری به عنوان متغیر مستقل،

یک واحد افزایش در متغیر سرمایه رابطه‌ای با فرض ثابت بودن متغیر خردگرایی و رفتار سیاسی تصمیم‌گیری استراتژیک باعث افزایش متغیر شهود مدیران به میزان ۰/۰۸، در شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی بناب می‌شود. بنابراین با توجه به معنادار شدن کلیه ضرایب رگرسیون، فرضیه اخص سوم این تحقیق و سه فرضیه مرتبط با آن (فرضیه فرعی هفتم و هشتم و نهم) تأیید شدند. بنابراین ضریب تعیین یا شدت تأثیرگذاری مدیریت سرمایه انسانی به ترتیب بر خردگرایی و رفتار سیاسی و شهود ۰/۲۵، ۰/۲، ۰/۰۵ است. نتیجه حائز اهمیت آن است که در مقایسه تأثیرگذاری سرمایه رابطه‌ای به عنوان یک متغیر مجزا بر سه جزء تصمیم‌گیری استراتژیک، بیشترین تأثیرپذیری متعلق به رفتار سیاسی مدیران بوده است که نقش هم افزاینده بودن تأثیرپذیری این متغیر نسبت به تک تک اجزای دیگر را تأیید می‌کند.

جدول شماره (۵): آزمون رگرسیون فرضیه اخص سوم

شهود	رفتار سیاسی	خردگرایی	ضرایب استاندارد بتا	مدیریت سرمایه رابطه‌ای
۰/۰۸	۰/۰۷	۰/۰۲	t	
۰/۳۶	۰/۳۸	۰/۰۷	معناداری	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰۳	ضریب تعیین	
۰/۰۵	۰/۲	۰/۲۵		

۵- نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی سطح مدیریت سرمایه فکری و تبیین رابطه آن با تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران بود.

۵-۱ پیشنهادهای مربوط به فرضیه اخص اول

نتیجه فرضیه اهم نشان داد مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران تأثیر دارد.

از این رو بایستی عقاید، نگرش، سطح تحصیلات و تجربه و دانش فنی و آگاهی تصمیم‌گیرندگان از انواع تصمیم‌گیری و آگاهی آنان از ارزش‌های حاکم بر جامعه، مورد سنجش قرار گیرد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود کسب دانش درونی و بیرونی با مستندسازی تجربیات تصمیم‌گیری ترویج شود و با انتقال دانش، ارتباطات و تصمیم‌گیری درباره جذب مشتریان جدید تقویت شود تا با انتخاب و اجرای راه‌حل‌های مطلوب و بهینه، بهبود تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران در شرکت تحقق یابد.

۵-۲ پیشنهادهای مربوط به فرضیه اخص اول

نتیجه فرضیه اخص اول این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه انسانی بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران تأثیر دارد.

از این رو بایستی با برقراری نظام شایسته‌سالاری، رضایت، انگیزه و تعهد کارکنان بالاتر برده شود تا با جلب اعتماد افراد به نیات و رفتار دیگران و مهارت‌ها و توانمندی‌های نیروی انسانی خلاق و نوآور، برای شرکت

ارزش ایجاد شود.

بنابراین پیشنهاد می‌شود نیروهای کارآمد و دارای انگیزه و خلاق جذب و حفظ شوند و سیستم‌های ارزیابی و بهبود کارکنان و مدل‌های تعالی سازمانی (از جمله کارت امتیازی متوازن، مدل کیفیت اروپایی، بازخور ۳۶۰ درجه) استقرار یابند و به تعلیم و آموزش آنها به کارکنان و سطح شایستگی آنان توجه شود تا برای به‌کارگیری افراد در پست‌های مشخص، سرمایه انسانی توسعه داده شود.

نتیجه فرضیه فرعی اول نشان داد مدیریت سرمایه انسانی بر خردگرایی مدیران تأثیر دارد.

بنابراین به منظور تقویت و رشد سرمایه انسانی بایستی به عوامل و ویژگی‌های فردی و آگاهی‌ها و انتظار موفقیت منابع انسانی توجه شود.

از این رو پیشنهاد می‌شود از طریق ایجاد مراکز یادگیری، الگوگیری از یادگیری‌های دیگر، تبدیل یادگیری فردی به یادگیری جمعی، دانش جمعی خلق شود و با استقرار شبکه دانشی در سازمان، دانش سازمانی توسعه داده شود. تا هر یک از شرکت‌ها به شرکت یادگیرنده و در نهایت در تعامل با شرکت‌های دیگر به سازمان یاد دهنده تبدیل شوند و با هماهنگی و هم‌پیوندی، امور آموزشی و تحقیق و توسعه را گسترش دهند و همچنین با ترویج ایده‌پردازی و حمایت از تفکرات سازنده کارکنان و مشتریان و به کارگیری آنها در انجام وظایف شغلی برای تحقق اهداف سازمانی اقدام کنند. تا با ایجاد چارچوب‌های فکری جدید از یادگیری‌های جدید، آمادگی شرکت برای فاصله‌گیری از باورهای قدیمی را فراهم کنند و از طرف دیگر با شناخت واقعیت‌های بازار و کشف ویژگی‌های جدید بازار، قدرت تشخیص ایجاد کرده و قابلیت‌های شناختی را توسعه دهند.

نتیجه فرضیه فرعی دوم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه انسانی بر رفتار سیاسی مدیران تأثیر دارد.

بنابراین به منظور تقویت و بهبود رفتارهای منابع انسانی بایستی به نحوه رفتار مدیران با کارکنان و رفتار کارکنان با یکدیگر و واکنش‌های رفتاری مشتریان با مدیران و کارکنان دقت شود و رفتارهای نامناسب اصلاح شوند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود در این زمینه مدیران از طریق حساسیت نشان دادن به جلب حمایت‌های سیاسی و با اعلام اخبار و برکناری افراد و با کسب حمایت پیش‌نگرانه دیگران از راه مشارکت در تصمیم‌گیری، آنان را برای تصمیمات متعهد سازند و با ستایش و مورد توجه قراردادن دیگران، تیمی با افراد قوی تشکیل دهند و با معاشرت با افراد با نفوذ، شبکه حمایتی در داخل و خارج سازمان شکل داده و ایجاد کنند.

نتیجه فرضیه فرعی سوم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه انسانی بر شهود مدیران تأثیر دارد.

بنابراین برای ارتقاء مقام والای سرمایه انسانی بایستی با مذاکره و به‌روزرسانی ذهنیت‌ها، از شخصیت و قوای درونی افراد، هنگام کار و انجام وظایف شغلی در شرکت آگاهی یافت.

بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران اقداماتی از قبیل درک چشم‌های کسب و کار، درک عوامل گوناگون و مرتبط به روندهای نوین به عمل

به دست کارکنان بسپارند تا خود کنترلی تحقق یابد. نتیجه فرضیه فرعی ششم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه ساختاری بر شهود مدیران تأثیر دارد.

بنابراین برای مدیریت مناسب و مطلوب سرمایه ساختاری بایستی آینده‌نگری شرکت و چشم‌انداز و رسالت اصلی سازمان مورد توجه قرار گیرد و ارزش‌های انسانی کارکنان با ارزش‌های سازمانی از طریق تغییر ساختارها و تصمیمات در همه بخش‌های شرکت همسو سازی شود تا همواره افراد به نوآوری تشویق شوند و تصمیمات با اهداف و رسالت اصلی شرکت متناسب شوند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود با بکارگیری سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری، نظام‌های تصمیم‌گیری گروهی و مشارکتی و سیستم‌های خبره، فرآیند تصمیم‌گیری در کل شرکت تسهیل و تسریع شوند.

۴-۵ پیشنهادهای مربوط به فرضیه اخص سوم

نتایج فرضیه اخص سوم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه رابطه‌ای بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران تأثیر دارد.

بنابراین با تأکید و بکارگیری رویکردهای ارزش اقتصادی مشتریان و ارزش‌گذاری عمر مشتری بایستی با حمایت از سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری با پرارسازی محصولات بر رضایت و وفاداری مشتریان افزوده شود.

همچنین با پرداخت تسهیلات، در مواجهه با مشتریان برای کارکنان آموزش‌های رفتاری داده شود و بر اساس نظرات مشتریان، شرکت در نمایشگاه‌ها و نمایش دست آوردها و محصولات تولیدی و خدماتی، اقدامات لازم را انجام دهند و با استقرار سیستم بازاریابی الکترونیکی و یکپارچه و برقراری ارتباط مستمر اینترنت و وب سایت شرکت و خطوط تلفنی، ارتباطات الکترونیکی با مشتریان را مورد توجه قرار دهند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود از طریق توانمندسازی کارکنان، مشارکت تمامی بخش‌های شرکت در فرآیند ارائه خدمات و محصولات جلب شود و با ترویج مشتری‌مداری، رابطه کسب و کار حفظ شود تا اعتبار شرکت افزایش یابد و با تقویت ارتباط مشتریان با شرکت، به سرمایه مشتری (رابطه‌ای) افزوده شود و با رشد سرمایه رابطه‌ای، روابط با رقبا، تأمین کنندگان، دولت و در کل ذی نفعان درون و بیرون شرکت حفظ و بقا داشته باشد.

نتیجه فرضیه فرعی هفتم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه رابطه‌ای بر خردگرایی مدیران تأثیر دارد.

بنابراین برای تقویت و سرمایه‌گذاری بیشتر بر روی سرمایه‌های رابطه‌ای (مشتریان) بایستی سبک‌های رهبری مناسب با مد نظر قرار دادن ارزش‌های فردی و تسهیم قدرت با کارکنان به کار گرفته شود.

بنابراین پیشنهاد می‌شود به روش اصول اخلاقی بعد از تجزیه و تحلیل کنش‌های کارکنان و مشتریان با مدیران واکنش‌های خوب و پسندیده داده شود و با در نظر گرفتن سابقه خدمت برای تضمین امنیت شغلی کارکنان از طریق استقرار سیستم پاداش‌دهی مناسب در مواجهه با رقابت جهانی و پیچیدگی محیطی، جو یا محیطی سالم از نظر اخلاقی

آورند؛ و ویژگی‌های منابع انسانی از جمله کارکنان دانشی، دانشگران، کارکنان با مهارت‌های چندگانه، در انجام شغل را شناسایی کنند تا پتانسیل‌های موجود را کشف کرده و پتانسیل‌های جدید را توسعه دهند. و با جذب و استخدام افراد مستعد و به کارگیری روش‌های نوین مدیریتی، خود شکوفایی افراد را از راه خود آگاهی بالاتر با هدفمندی در محیط کار تحقق بخشند همچنین با ابراز خود خلاقیتی، به حقیقت باطنی اعمال و احساس باطنی کارکنان و مشتریان، به صورت بارز توجه شود، و با انجام اعمال معنوی و الهام‌گیری از نیروی حیات‌بخش الهی، خردمندی و شکیبایی، به تمرین‌های معنوی برای نیل به سوی سطوح جدید هوشیاری و تعمق افزوده شود. تا با افزایش شناخت، به معرفت خویش عمق بخشیده و برای هماهنگی با پدیده‌های اطراف و دستیابی به یکپارچگی درونی و بیرونی یاری دهند.

۳-۵ پیشنهادهای مربوط به فرضیه اخص دوم

نتایج فرضیه اخص دوم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه ساختاری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران تأثیر دارد.

بنابراین بایستی از قبل سرمایه‌گذاری مناسب در سرمایه ساختاری انجام شود و با برگزاری آموزش‌های حین کار، کارکنان به صورت عملیاتی با ساختارهای نوین استقرار سیستم‌های اطلاعاتی (سیستم اطلاعاتی منابع انسانی، سیستم اطلاعاتی مالی و حسابداری، سیستم اطلاعاتی ارتباط با مشتری و در کل سیستم اطلاعاتی یکپارچه و منسجم) آگاهی یابند. تا به منظور کاربرد منابع اطلاعاتی با کیفیت، برای کسب نتایج مورد انتظار و با اختصاص بودجه و زمان بیشتر برای انعقاد قراردادهای مدیریت آنها و همکاری و تعامل نزدیک با مراجع و محافل علمی بیشتر توجه کنند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود با اعلام پذیرش کارآموزان از دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی نوآوری را ترویج کرده و ارزش آفرینی را تحقق بخشند تا سرمایه انسانی به خوبی از عهده انجام مسئولیت‌های خود برآید.

نتیجه فرضیه فرعی چهارم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه ساختاری بر خردگرایی مدیران تأثیر دارد.

از این رو برای مدیریت بهینه سرمایه ساختاری بایستی منابع قدرت شناسایی شود.

بنابراین پیشنهاد می‌شود به منظور خلق فرصت‌ها برای پیشرفت شرکت، در صورت وجود تعارض‌ها و تضادها، خرده فرهنگ‌های موجود به سوی فرهنگ سازمانی سوق داده شوند تا از ایجاد تنش و آشفتگی در ساختار سازمانی شرکت جلوگیری شود.

نتیجه فرضیه فرعی پنجم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه ساختاری بر رفتار سیاسی مدیران تأثیر دارد.

از این رو، برای بهبود مدیریت سرمایه ساختاری بایستی با فشار برای عملکرد عالی با در نظر گرفتن نیاز شرکت، منافع فردی برای منافع سازمانی سوق داده شود تا اعتماد به سازمان افزایش یابد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود مدیران با ایجاد و گسترش گروه‌های متخصص و خودگردان از اعمال کنترل دستوری جلوگیری کنند و کنترل کامل را

برای کارکنان ایجاد شود.

نتیجه فرضیه فرعی هشتم این تحقیق نشان داد مدیریت سرمایه رابطه‌ای بر رفتار سیاسی مدیران تأثیر دارد.

بنابراین به منظور ارتقا کیفیت سرمایه رابطه‌ای بایستی در پیگیری منافع گروهی واحدهای سازمانی با خودداری از منافع گروه‌های غیر رسمی تشریک مساعی صورت گیرد.

بنابراین پیشنهاد می‌شود از طریق اشکال مختلف ارتباطات مانند دورکاری، تشکیل تیم‌ها و گروه‌های مجازی، ارتباطات کارکنان گسترش یابد و با بکارگیری فن‌آوری‌های الکترونیکی و ارتباطاتی و انواع سیستم‌های اطلاعاتی از جمله سیستم اطلاعات مدیریت، سیستم پردازش تعاملی و سیستم اتوماسیون اداری و آموزش کار با آنها به کارکنان، منابع اطلاعاتی در دسترس کارکنان و مشتریان قرار گیرد تا از وضعیت گذشته، حال و آینده با اطلاعات جامع نهفته در پایگاه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی آگاهی یابند.

نتیجه فرضیه فرعی نهم نشان داد مدیریت سرمایه رابطه‌ای بر شهود مدیران تأثیر دارد.

بنابراین به منظور فزونی شهود مدیران متأثر از بهره‌گیری از سرمایه‌های ارتباطی بایستی کنترل درونی انجام شود و ارتباطات گسترش یابد. بنابراین پیشنهاد می‌شود واگذاری مسئولیت‌ها و شرح وظایف شغلی مناسب و یادگیری از همکاران برای بهبود و افزایش مهارت‌های آنها در اولویت اقدامات در شرکت قرار گیرد.

از آن‌جا که شرکت‌ها برای به دست آوردن مزیت رقابتی، بایستی منعطف‌تر و نوآورتر بوده و قادر به بکارگیری رویکردهای استراتژیک مناسب باشند، در همین راستا نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که بسیاری از سازمان‌ها تشخیص داده‌اند که دانش و در مجموع سرمایه‌های فکری موجود، فاکتوری حیاتی در خلق ارزش اقتصادی، ارزش افزوده فکری و بهره‌وری و دست یافتن به مزیت رقابتی هستند.

از طرف دیگر تلاش‌های زیادی برای تعیین چگونگی رابطه سرمایه‌های فکری به عنوان عامل حیاتی و مهم با عملکرد سازمان‌ها و کسب و کار تجاری انجام گرفته است. همچنین در کل می‌توان عملکرد را نتایج قابل اندازه‌گیری تصمیمات و اقدامات سازمان دانست که نشان‌دهنده میزان موفقیت و دست آورد کسب شده است.

به منظور تعیین رابطه این دو عامل مهم (مدیریت سرمایه فکری و تصمیمات) در موفقیت شرکت‌ها، یافته‌ها و نتایج این تحقیق نیز وجود رابطه بین مدیریت سرمایه فکری و تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران را به دست داد. همچنین آشکار شد که هر یک از اجزای مدیریت سرمایه فکری با هر یک از ابعاد سه‌گانه تصمیم‌گیری استراتژیک (خردگرایی، رفتار سیاسی و شهود) مدیران رابطه معنی‌داری داشته و بر آنها تأثیرگذار هستند.

۵-۵ کاربردهای مدیریتی

بنابراین بر اساس اینکه این تحقیق تجربه جدیدی در خصوص بررسی رابطه و تأثیر مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران

در حوزه مدیریت عالی در شرکت‌های مستقر در شهرک صنعتی به عمل آورد. به علاوه آگاهی‌هایی در میان مدیران خصوصاً مدیران عالی شرکت‌های تولیدی و صنعتی به سوی بهبود مدیریت سرمایه فکری و بهینه‌سازی اتخاذ تصمیمات را پدید آورد، شرکت‌های مذکور در بهبود ارزش‌یابی‌های عملکردشان، ارزیابی دارایی نامشهودشان به ویژه سرمایه فکری، تخصیص منابع و از اعمال محک‌زنی شاخص‌های سرمایه فکری در شرکت بهره‌مند خواهند شد و شناسایی کمیت‌های قابل اندازه‌گیری مرتبط به هر هدف استراتژیک و پشتیبانی کننده تجسم‌سازی قوی‌تر خروجی‌ها برای فرآیندهای تصمیم‌گیری را استحکام می‌بخشند. از این رو در بسیاری از شرکت‌ها، سرمایه‌های فکری در سطح مناسبی وجود دارند ولی به موضوع و روش استفاده از این سرمایه‌های فکری به منظور تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری مدیران کمتر توجه می‌شود و لازم است در پژوهش‌های آتی به کاربرد چارچوب‌های سرمایه فکری در سایر واحدهای صنعتی نیز توجه شود. همچنین پیشنهادهای زیر برای پژوهش‌های آتی ارائه می‌گردد:

- رابطه بین مدیریت سرمایه فکری با بهره‌وری نیروی انسانی در سطح شرکت‌ها بررسی شود.
- نقش مدیریت سرمایه فکری در ایجاد شرکت‌های چابک بررسی شود.
- تأثیر مدیریت سرمایه فکری بر حافظه سازمانی شرکت‌ها بررسی شود.
- چارچوب مدیریت سرمایه فکری به عنوان بستر ساز جایگاه شرکت‌ها در ساختار کلان اقتصاد کشور تبیین شود.
- مدیریت سرمایه فکری شرکت‌ها به عنوان عنصر مهم توسعه پایدار آسیب شناسی شود.
- نقش مؤسسان و مدیران عالی شرکت‌ها در طرح‌ریزی بنیان‌های سرمایه فکری بررسی شود.
- از حمایت مالی باشگاه محترم پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب در اجرای این طرح پژوهشی تشکر و قدردانی می‌شود.

۶- منابع و مآخذ

- [۱] آفاجانی، حسعلی. کلاسنگیانی، ابوالحسن. حسین‌زاده اطاقسرا، علی اکبر. (۱۳۸۷)، ارائه مدلی جامع از عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک، صص ۸-۱.
- [۲] خاوندکار، جلیل. خاوندکار، احسان. متقی، افشین. (۱۳۸۸)، سرمایه فکری؛ مدیریت، توسعه و مدل‌های سنجش، تهران: انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- [۳] ده موبد، بابک. فیض پور، محمدعلی. (۱۳۸۸)، مدیریت نوآوری و سرمایه‌های فکری؛ مطالعه صنایع کوچک و متوسط نساجی و کانی غیر فلزی استان یزد، مجموعه مقالات نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، صص ۱۱-۱.
- [۴] رحمان سرشت، حسین. اعرابی، محمد. ابراهیمی، مهدی. (۱۳۸۷)، سرمایه‌های فکری رویکرد نوین ارزش آفرینی در سازمان‌ها، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک، صص ۱۱-۱.
- [۵] رضائیان، علی. لشکر بلوکی، مجتبی. (۱۳۸۹)، هوشمندی رقابتی و تصمیم‌گیری استراتژیک، ماهنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره دوم، پیاپی سی و پنجم.
- [۶] شفیعا، محمدعلی. سهرابی، بابک. رئیسی وانانی، ایمان. فقیه میرزائی، سمیه.

- (۱۳۸۸)، مجموعه مقالات نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، دانشگاه تحصیلات تکمیلی زنجان.
- [۷] صرافانی‌زاده، اصغر. (۱۳۸۸)، سیستم‌های اطلاعات مدیریت نگرش راهبردی، تهران: انتشارات ترمه.
- [۸] علوی، علی. قرشی، روح‌اله. (۱۳۸۶)، الگوی اندازه‌گیری سرمایه فکری در سازمان‌های ایرانی، فصلنامه علمی و تخصصی مدیریت، شماره دوم، صص ۱۵۰-۱۲۷.
- [۹] فقیه نصیری، مرجان. رضایی، جواد. (۱۳۸۸)، سرمایه انسانی و داده‌های پانل. مجموعه مقالات نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، صص ۲۹-۱۲.
- [۱۰] مؤمنی، منصور. فعال قیومی، علی. (۱۳۹۰)، تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS، تهران: انتشارات کتاب نو.
- [۱۱] میرکمالی، محمد. ظهورپرورنده، وجیهه. (۱۳۸۹)، تدوین الگویی برای اندازه‌گیری سرمایه فکری در دانشگاه‌های ایران (مطالعه موردی دانشگاه فردوسی)، مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، صص ۱۲-۱.
- [12] Bontis, N. (1998), **Intellectual Capital: an Exploratory Study that Develops Measures and Models**, Management Decision, 36(2), 63-76.
- [13] Butler, R. (2002), **Decision making**, In Sorge, A(Ed), Organisation, Thomson Learning , 224-51.
- [14] Chen, Ming Chin., Cheng, Shuje., & Hwang, Yuhchang. (2005), **An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms' Market Value and Financial Performance**, Journal of Intellectual Capital, 6(2), 159-176.
- [15] Duggan, William R. (2010), **Strategic Intuition East Meets West in the Executive Mind**, Columbia Business School, Clariden Global Insights.
- [16] Edvinsson, L., Malone, M. (1997), **Intellectual capital: Realizing your Company's True value by Finding its Hidden Brain Power**, New York, NY: Harper collins Publisher Inc.
- [17] Elbanna, S. (2007), **Strategic decision-making: Process perspectives**, International Journal of Management Reviews, 8(1), 1-20.
- [18] Maditinos, D., Chatzoudes, D., Tsairidis, C., & Theriou, G. (2011), **the impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance**. Journal of Intellectual Capital, 12(1), 132-151.
- [19] Sudarsanam, S., Sorwar, G., Marr, B. (2006), **Valuation of Intellectual Capital and Real Options Models**, PMA Intellectual Capital Symposium.