

بررسی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با سرمایه فکری (مطالعه‌ی موردی: کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه الزهراء)

دکتر عبدالرضا بیگی نیا^۱
دکتر احمد سرداری^۲
زهره قاسمی پور^۳

تاریخ دریافت: ۹۰/۰۷/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۰/۲۶

چکیده

در اقتصاد دانش‌بنیان، سازمان‌ها می‌کوشند از سرمایه فکری برای ایجاد ارزش، دستیابی به منابع کمیاب و مدیریت آن‌ها، استفاده کنند تا به مزیت رقابتی پایدار دست یابند. سرمایه فکری به سرمایه‌های انسانی، ساختاری و ارتباطی تفکیک می‌شود. فرهنگ سازمانی می‌تواند به نحو مؤثری سرمایه فکری را پشتیبانی کند. این پژوهش با هدف شناسایی «رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با سرمایه فکری در دانشگاه الزهراء» اجراء شده است. از الگوهای فرهنگ سازمانی «کوئین-مک کرث» و سرمایه فکری «یونیتیس» برای تبیین الگوی مفهومی تحقیق، استفاده شده است. جامعه‌ی آماری، شامل ۴۵۰ نفر (کارکنان اداری، آموزشی و اعضای هیأت علمی) که ۲۰۸ نفر از آنان به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. داده‌ها به‌وسیله پرسشنامه‌های فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری با آلفای کرونباخ ۰/۹۲ و ۰/۸۶، از نمونه‌ی تحقیق گردآوری و با کمک آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی، مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد: نوع فرهنگ سازمانی عقلایی و سرمایه فکری دانشگاه مطلوب نیست. بین فرهنگ سازمانی با سرمایه فکری رابطه‌ی معناداری وجود دارد. بیش‌ترین ضریب همبستگی مربوط به سرمایه انسانی (۰/۷۲۰) و کمترین همبستگی مربوط به سرمایه ارتباطی (۰/۴۶۴) بود. ضریب همبستگی بین فرهنگ سازمانی با سرمایه فکری ۰/۶۹۸ به دست آمد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سازمانی، سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی

۱. نویسنده مسئول: استادیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد؛ Beyginia@gmail.com

۲. دانشیار دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد؛ Sardari2009@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مدیریت نیروی انسانی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد؛ zh_ghasemi11@yahoo.com

مقدمه

دارایی‌های نامشهود^۱ از قبیل: مهارت‌های نیروی انسانی، کیفیت فرایندها و استراتژی‌ها، نرم افزارها، الگوها، مارک‌ها و روابط عرضه‌کنندگان و مشتریان به عنوان دارایی‌های ارزشمند، سهم عمده‌ای در موفقیت شرکت‌ها دارند. این دارایی‌ها که سهم زیادی در رقابت شرکت‌ها دارند و بر کارایی و اثربخشی عملکرد و موفقیت سازمان تأثیر می‌گذارند، به عنوان سرمایه‌ی فکری^۲ دسته‌بندی می‌شوند (کابریلو^۳ و دیگران، ۲۰۰۹: ۵۷۵). دارایی‌های نامشهود، محرک‌های ارزش هستند که منابع بهره‌ور را به دارایی‌های با ارزش افزوده، تبدیل می‌کنند (چونگ^۴، ۲۰۰۸: ۶۱۰). پروساک^۵ (۱۹۹۸)، سرمایه‌ی فکری را به عنوان منابع فکری تعریف می‌کند که برای ایجاد دارایی‌های با ارزش‌تر به وجود می‌آیند و از قدرت برخوردارند (حلیم، ۲۰۰۹: ۶۱). در اقتصاد نوین، سرمایه‌ی فکری به عنوان محرکی کلیدی در نوآوری و ارزش‌مداری، مطرح است. انقلاب در فناوری اطلاعات و پیدایش جامعه‌ی اطلاعاتی، افزایش دانش، اقتصاد مبتنی بر دانش، الگوهای در حال تغییر ایجاد جامعه‌ی شبکه‌ای و همچنین پیدایش نوآوری به عنوان مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده‌ی مزیت رقابتی، از جمله مواردی هستند که موجبات افزایش اهمیت سرمایه‌ی فکری در سازمان‌ها را بیش از پیش فراهم کرده‌اند (انواری رستمی، ۱۳۸۲: ۵۱-۷۵).

مدیریت مبتنی بر سرمایه‌ی فکری استراتژی محور، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا فرایند ارزش آفرینی را درک کنند و شایستگی رویارویی با عدم اطمینان را در موفقیت‌های آتی داشته باشند (کیم و کومار^۶، ۲۰۰۹: ۲۷۷-۲۹۳). مدیریت سرمایه‌ی فکری

-
1. Intangible Assets
 2. Intellectual Capital
 3. Cabrilo, S. et al.
 4. Choong
 5. Prozac
 6. Kim et al.

در سازمان با عوامل گوناگونی در ارتباط است که شاید بتوان گفت «فرهنگ سازمانی»^۱ یکی از مهم‌ترین عوامل، در این زمینه است. دشیپاند و ویستر^۲ (۱۹۸۹)، فرهنگ سازمانی را به عنوان الگوی ارزش‌ها و باورهای مشترک که به افراد در درک عملیات سازمان کمک می‌کند و نیز هنجارهایی را برای رفتار در سازمان به آن‌ها معرفی می‌کند، تعریف می‌کنند (کیلیک و ڈرسان^۳، ۲۰۱۰: ۳؛ آیدین و سیلان^۴، ۲۰۰۹: ۳۶). فرهنگ سازمانی نتیجه‌ی مذاکرات پیوسته در مورد ارزش‌ها، معانی و آداب و رسوم بین اعضای سازمان و با محیط خود است (سیل^۵، ۲۰۰۵: ۸۲-۹۲).

فرهنگ سازمانی تأثیر بسزایی بر سرمایه‌ی فکری دارد. فرهنگ را می‌توان عامل پیوند دهنده‌ی مؤلفه‌های مختلف سرمایه‌ی فکری در سازمان به حساب آورد (خاوندکار و دیگران، ۱۳۸۴: ۷)؛ بنابراین، می‌توان گفت: فرهنگ سازمانی با ایجاد و انسجام میان بخش‌های مختلف، تشویق افراد به نوآوری و توسعه دیدگاه‌های افراد نسبت به محیط، ظهور سرمایه‌های فکری در سازمان را تسهیل می‌کند. با توجه و تأکید سازمان‌های تجاری به سرمایه‌های فکری، هنوز در مراکز آموزشی و پژوهشی به ویژه دانشگاه‌ها، سرمایه‌ی فکری جایگاه خود را نیافته است. در حالی که با ظهور فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی و هم‌چنین رشد سریع دانش و اطلاعات؛ دانشگاه‌ها، با چالش‌های عمیقی مواجه شده‌اند. تلاش دانشگاه‌ها برای ایجاد و توسعه سرمایه‌های فکری، در صورتی موفقیت‌آمیز خواهد بود که فرهنگی متناسب با آن نیز وجود داشته باشد. ترویج فرهنگ باز (گشودگی)، تسهیم، همکاری، اعتماد و یادگیری در سازمان، نقش بسزایی در ایجاد سرمایه‌های فکری دارد.

-
1. Organizational Culture
 2. Deshpande and Webster
 3. Kilic and Kumar
 4. Aydin and Ceylan
 5. Seel

با بررسی مطالعات قبلی، تاکنون پژوهشی در خصوص بررسی رابطه‌ی «فرهنگ سازمانی» با «سرمایه‌های فکری» در دانشگاه‌های کشور و از جمله دانشگاه الزهراء، انجام نشده است؛ بنابراین، می‌توان ادعا کرد که انجام چنین تحقیقی از اهمیت و ضرورت لازم برخوردار است. با این وصف، هدف اصلی تحقیق حاضر، شناسایی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی (مبثتی بر مدل کوئین و مک کرث) با سرمایه‌ی فکری (مدل بونیتس) در دانشگاه الزهراء بوده است. هم‌چنین احصای میزان رابطه‌ی متغیر فرهنگ سازمانی با ابعاد متغیر سرمایه‌ی فکری (سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی ارتباطی)، به عنوان اهداف فرعی مورد توجه قرار گرفته است.

مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق

به منظور آمادگی آشنایی مخاطبان این نوشتار با متغیرهای تحقیق (فرهنگ سازمانی و سرمایه‌ی فکری) و مؤلفه‌های آنها، در این جا با رعایت اختصار به آنها اشاره می‌شود.

مفهوم سرمایه‌ی فکری: واژه‌ی سرمایه‌ی فکری اولین بار در دهه‌ی ۱۹۹۰ وارد ادبیات دنیای کسب و کار شد. مجله‌ی فورچون^۱ با انتشار مقاله‌ای از استوارت^۲ (۱۹۹۱) تحت عنوان «قدرت ذهن^۳»، نقش و اهمیت سرمایه‌های فکری را برای خوانندگان خود، که اغلب مدیران ارشد سازمان‌ها به شمار می‌آمدند، مطرح کرد (حاجی کریمی و بطحایی، ۱۳۸۸: ۷). انواع نام‌ها و تعاریف مختلف سرمایه‌ی فکری (دارایی‌های نامشهود) که توسط محققان مختلف به کار رفته است در جدول (۱)، ارائه شده است.

-
1. Fortune
 2. Thomas A. Stewart
 3. Brain Power

جدول ۱. نام‌ها و تعاریف سرمایه‌ی فکری (دارایی‌های نامشهود)

تعریف	واژه / مفهوم	محقق / محققان
دارایی‌های وسیعی از فعالیت‌ها از قبیل: فناوری، اعتماد مشتری، تصویر برند، فرهنگ شرکت و مهارت‌های مدیریت است.	دارایی‌های نامرئی	ایتامی ^۱ (۱۹۹۱)
دارایی‌هایی که در زمان حال با ارزش صفر در ترازنامه، ارزش‌گذاری می‌شوند؛ مانند: قدرت فکری افراد، نام‌های تجاری، علائم تجاری و دارایی‌هایی که به بهای تاریخی در دفاتر ثبت شده، اما در طی زمان ارزش آن‌ها افزایش یافته است.	سرمایه فکری	والمن ^۲ (۱۹۹۶)
دارایی‌های بازار، مالکیت معنوی، دارایی‌های انسان محور و زیر ساختی ^۴ هستند که سازمان را قادر به انجام وظایفش می‌کند.	سرمایه فکری	بروکنینگز ^۳ (۱۹۹۷)
وجود فیزیکی و ملموس ندارند؛ اما برای شرکت ارزشمند هستند.	سرمایه فکری	ادوینسون و مالون ^۵ (۱۹۹۷)
سرمایه‌ی فکری دارای سه بُعد: شایستگی کارکنان، ساختار درونی و ساختار بیرونی است.	ارزش‌های غیر مادی	اسویبی ^۶ (۱۹۹۷)
شامل کلیه فرایندها و دارایی‌هایی است که به طور معمولی در ترازنامه نشان داده نمی‌شوند و شامل آن دسته از دارایی‌های نامشهود (مانند نام تجاری یا برندها) است که روش‌های حسابداری مدرن آن‌ها را در نظر می‌گیرد و حاصل جمع دانش اعضای یک سازمان و تبدیل کاربرد عملی دانش اعضای سازمان است.	سرمایه فکری	روس و روس ^۷ (۱۹۹۷)
دانش و ظرفیت دانش‌آفرینی یک مجموعه اجتماعی مانند یک سازمان، شکل فکری یا حرفه‌ای است.	سرمایه فکری	نهاییت وقوشال ^۸ (۱۹۹۸)
پیگیری استفاده مؤثر از دانش (کالای ساخته شده)، در مقابل اطلاعات (مواد خام) می‌باشد.	سرمایه فکری	بونتیس ^۹ (۱۹۹۸)

1. Itami
2. Wallman
3. Brookings
4. infrastructure
5. Edvinsson and Malone
6. Sveiby
7. Roos and Roos.
8. Nahapiet and Ghoshal
9. Bontise

ادامه جدول ۱

محقق / محققان	واژه / مفهوم	تعریف
بونتیس و همکاران (۲۰۰۰)	سرمایه فکری	موجودیت گریزانی ^۱ است؛ ولی زمانی که کشف شود و مورد استفاده قرار بگیرد منبع جدیدی برای سازمان ایجاد می‌کند تا بتواند در محیط رقابت کند و پیروز شود.
سانچز و همکاران ^۲ (۲۰۰۰)	نامشهودها	سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی ارتباطی.
گوتتری و پتی ^۳ (۲۰۰۰)	سرمایه فکری	شاخص ارزش اقتصادی دو دسته (سرمایه‌ی انسانی و سازمانی) دارایی‌های نامشهود شرکت هستند.
پابلوس ^۴ (۲۰۰۳)	سرمایه فکری	تفاوت بین ارزش بازاری شرکت و ارزش دفتری آن است. منابع دانش محور هستند که در بهبود مزیت رقابتی شرکت سهیم‌اند.
راستوجی ^۵ (۲۰۰۳)	سرمایه فکری	می‌تواند به عنوان ظرفیت نامشهود شرکت دیده شود که منابع دانش را به منظور ارزش‌آفرینی در تعقیب چشم‌انداز آینده آن هماهنگ کرده و گسترش می‌دهد.
مورتنس و همکاران ^۶ (۲۰۰۴)	سرمایه فکری	سرمایه‌ی فکری چیزهایی از قبیل: کارکنان، مشتریان، IT، دانش و کار مدیریتی است.

منبع: (چونگ، ۲۰۰۸: ۶۱۰-۶۱۱ و بونتیس و دیگران، ۲۰۰۰: ۸۶-۸۷)

منظور از سرمایه‌ی فکری، مواد فکری از قبیل: دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و تجربه است که موجب خلق ثروت می‌شود (بونتیس، ۱۹۹۸: ۶۵). سرمایه‌ی فکری شامل عوامل ارزش‌آفرین یک سازمان است که در ترازنامه نشان داده نمی‌شوند؛ اما برای سودآوری بلند مدت سازمان از اهمیت زیادی برخوردارند. تقسیم‌بندی بونتیس از سرمایه‌ی فکری به سه

1. Elusive
2. Sanchez et al.
3. Guthrie and Petty
4. Pablos
5. Rosto, j.
6. Mortensen et al.

دسته: سرمایه‌ی انسانی^۱، سرمایه‌ی ساختاری^۲ و سرمایه‌ی ارتباطی^۳، ملاک انجام این تحقیق در عرصه‌ی میدانی بوده است که بر تعاریف زیر استوار است (بونتیس و دیگران، ۲۰۰۷: ۱۴۷۳).
سرمایه‌ی انسانی: سطح دانش فردی است که کارکنان مورد مطالعه از آن برخوردار و عمدتاً ضمنی است. سرمایه انسانی دانش فنی، تحصیلات، شایستگی مرتبط با کار و روحیه کارآفرینی توانایی‌ای مربوط به نوآوری و اثرگذار بودن یا انعطاف‌پذیری را شامل می‌شود.
سرمایه‌ی ساختاری: کلیه دارایی‌ها (به استثناء سرمایه‌ی انسانی) یا قابلیت‌های سازمانی^۴ است که در جهت برآورده ساختن نیازها و الزامات بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. سرمایه‌ی ساختاری حقوق امتیازات، مفاهیم، مدل‌های تحقیق و توسعه، رایانه و سیستم‌های اداری را شامل می‌شود.

سرمایه‌ی ارتباطی: دانش موجود در همه‌ی روابطی است که سازمان مورد مطالعه با مشتریان، رقبا، تأمین‌کنندگان، انجمن‌های تجاری یا دولت برقرار می‌کند. سرمایه‌ی ارتباطی روابط با مشتریان و عرضه‌کنندگان، نام‌های تجاری، علائم تجاری و شهرت را شامل می‌شود. (بونتیس، ۱۹۹۸: ۶۹ و گوتتری و پتی، ۲۰۰۰: ۲۴۲)

مفهوم فرهنگ سازمانی: در دهه‌ی ۱۹۸۰ فرهنگ سازمانی به عنوان موتور محرک‌هی سازمان، مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفت و به عنوان ارزش‌های تسهیم شده توسط کارکنان تعریف می‌شد (سانچز و دیگران، ۲۰۰۷: ۴۰۹ - ۴۱۰). از نظر والدمن^۵ (۱۹۹۳)، ارزش‌ها و باورهای اساسی در فرهنگ سازمانی قادرند، فلسفه و خط‌مشی‌های مدیریت کسب و کار را شکل داده و بر توسعه‌ی فعالیت‌های مدیریت کیفیت سازمان تأثیر بگذارند (زو و دیگران، ۲۰۰۶: ۳).

-
1. Human Capital
 2. Structural Capital
 3. Relational Capital
 4. Organizational Capabilities
 5. Waldman
 6. Zu et al.

دیل و کندی^۱ (۱۹۸۲)، آن را به عنوان سیستمی از قوانین غیر رسمی معرفی کرده‌اند، به طوری که می‌تواند پیش‌بینی کند «افراد سازمان در بیش‌تر مواقع چگونه رفتار کنند» (ردمن و ویلکینسون^۲، ۱۳۸۸: ۳۴۰). از دیدگاه بارنی^۳ (۱۹۸۶)، فرهنگ سازمانی مجموعه‌ی پیچیده‌ای از ارزش‌ها، باورها، مفروضات و نشانه‌هایی است که رفتار شرکت در کسب و کار را نشان می‌دهد (لژیون و واس^۴، ۲۰۰۹: ۷۲۹). فیشر^۵ (۱۹۹۷)، فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ی مفاهیم و ارزش‌های اعضای یک سازمان می‌داند، این مفاهیم و ارزش‌ها مبتنی بر مفروضاتی هستند که توسط اعضای سازمان حفظ می‌شوند و در قالب سمبل‌ها، رفتارها و ساختارها نمود می‌یابند (گاریبالدی و دیگران^۶، ۲۰۰۹: ۱۰۱).

به نظر گلیسون و جیمز^۷ (۲۰۰۲)، فرهنگ سازمانی شامل هنجارها و انتظارات سازمانی است که به چگونگی رفتار افراد و انجام امور در سازمان‌ها توجه می‌کند. وی معتقد است: فرهنگ سازمانی بر رضایت شغلی، تعهد سازمانی، کیفیت خدمت و ترک خدمت کارکنان تأثیر می‌گذارد (کوار مهال^۸، ۲۰۰۹: ۳۸). گلیسون، فرهنگ سازمانی را توافقات عمومی درباره‌ی هنجارهای اجتماعی، انتظارات، ارزش‌ها، مفاهیم و ادراکات کلیدی برای درک رفتار فردی و اثربخشی سازمانی می‌داند (گلیسون، ۲۰۰۸: ۱۲۷).

در این تحقیق، فرهنگ سازمانی بر اساس تقسیم‌بندی کوئین و مک کرث^۹ (۱۹۸۵) از فرهنگ سازمانی به چهار نوع: فرهنگ سلسله‌مراتبی^{۱۰}، فرهنگ عقلایی^{۱۱}، فرهنگ

-
1. Deal, and Kennedy
 2. Redman and Wilkinson
 3. Barnney
 4. Lejeune, and Vas
 5. Fisher
 6. Garibaldi, et al.
 7. Glisson and James
 8. Kuar Mahal
 9. Qeen and McGrath
 10. Hierarchical Culture
 11. Rational Culture

ایدئولوژیک^۱ و فرهنگ توافقی و مشارکتی^۲ (کوئین و مک کرث، ۱۹۸۵: ۳۲۶) مورد سنجش قرار قرار گرفته، ولی در فرضیه‌های تحقیق، فرهنگ سازمانی به صورت متغیری واحد و یکپارچه و بدون تفکیک لحاظ شده است. همچنین آنان ۹ نوع متغیر عمده‌ی سازمانی را که در هر یک از انواع فرهنگ‌های یاد شده، وضعیت خاصی دارند معرفی کرده‌اند که عبارتند از: هدف سازمان، معیار عملکرد سازمان، مرجع اختیار در سازمان، منبع قدرت، نحوه‌ی تصمیم‌گیری، سبک رهبری، شیوه‌ی پیروی و قبول، معیار ارزشیابی اعضاء و انگیزش کارکنان. باتوجه به موضوع تحقیق برخی عناوین پژوهشی مرتبط در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. خلاصه‌ای از پیشینه‌ی تحقیق خارجی و داخلی

عنوان تحقیق	محقق / محققان، سال
بررسی ارتباط بین فرهنگ سازمانی با سرمایه فکری	(سانچز و همکاران، ۲۰۰۷)
مدیریت سرمایه فکری: شواهدی از سازمان‌های فرهنگی	(دوناتو، ۲۰۰۸)
چگونگی گزارشگری سرمایه فکری در دانشگاه‌های انگلستان	(بژانی، ۲۰۱۰)
ویژگی‌های سازمانی بهبود دهنده‌ی سرمایه‌های فکری در کانادا و کشورهای خاورمیانه	(نظری و همکاران، ۲۰۰۹)
سرمایه فکری: تعاریف، مدل‌های طبقه‌بندی و گزارش‌دهی	(چونگ، ۲۰۰۸)
فرهنگ سازمانی و جو سازمانی، عوامل تعیین کننده‌ی انگیزش	کوار مهال (۲۰۰۹)
نقش فرهنگ سازمانی در اثربخشی سازمان	(آیدین و سیلان، ۲۰۰۹)
سرمایه فکری و عملکرد کسب و کار در بخش دارویی اردن	(شرابتی ^۵ و همکاران، ۲۰۱۰)
بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌های فکری و عملکرد کسب و کار	(بونتیس و همکاران، ۲۰۰۰)
شناسایی و بومی‌سازی شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری	(صبوری مطلق، ۱۳۸۶)
طراحی و تبیین مدل ارزیابی سرمایه فکری در دانشگاه پیام نور	(رفیعی، ۱۳۸۸)
تبیین نقش سرمایه‌های فکری و اجتماعی در مزیت رقابتی در دو شرکت ایران خودرو و پارس خودرو	(قلیچ لی، ۱۳۸۵)

1. Ideological Culture
2. Consensual Culture
3. Donato
4. Bezhani
5. Sharabati et al.

فرضیه‌های تحقیق

برای شناسایی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با سرمایه‌ی فکری در دانشگاه الزهراء، فرضیه‌های تحقیق در قالب یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی، به شرح زیر تدوین شده است.

فرضیه اصلی: فرهنگ سازمانی با سرمایه‌ی فکری در سازمان مورد مطالعه، رابطه دارد.

فرضیه فرعی اول: فرهنگ سازمانی با بُعد انسانی سرمایه‌ی فکری رابطه دارد.

فرضیه فرعی دوم: فرهنگ سازمانی با بُعد ساختاری سرمایه‌ی فکری رابطه دارد.

فرضیه فرعی سوم: فرهنگ سازمانی با بُعد رابطه‌ای سرمایه‌ی فکری رابطه دارد.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر روش توصیفی است. بر اساس نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، این تحقیق از نوع پیمایشی محسوب شده و نظر به این‌که پژوهش حاضر به دنبال مشخص کردن رابطه‌ی متغیر «فرهنگ سازمانی» با متغیر «سرمایه فکری» در سازمان مورد مطالعه است، لذا تحقیق از نوع همبستگی است. داده‌های مورد نیاز بر اساس روش‌های زیر جمع‌آوری شده است:

الف. اسناد و مدارک: گردآوری داده‌ها در زمینه مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق با استفاده از مطالعه و بررسی منابع کتابخانه‌ای از قبیل: مقالات، کتاب‌ها و پایان‌نامه‌های مرتبط، جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاع‌رسانی (اینترنت و وب‌سایت‌های تخصصی) و نیز استفاده از تجارب دیگر محققان، انجام شده است.

ب. مطالعات میدانی: از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها، استفاده شده است. برای سنجش مفهوم «فرهنگ سازمانی» از شاخص‌های هدف سازمان، معیار عملکرد سازمان، مرجع اختیار در سازمان، منبع قدرت، نحوه‌ی تصمیم‌گیری، سبک رهبری، شیوه‌ی پیروی و قبول، معیار ارزشیابی اعضا و انگیزش کارکنان و نیز برای سنجش سرمایه‌ی فکری از شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی ارتباطی استفاده شده است.

برای سنجیدن متغیر «فرهنگ سازمانی» مبتنی بر مدل کوئین و مک کرث، نیز از پرسشنامه‌ی ۳۲ سؤالی بسته پاسخ، استفاده شده در پژوهش خاتمی (۱۳۸۷) با عنوان «نقش فرهنگ سازمانی در استقرار مدیریت دانش» بهره‌برداری شد. لازم به توضیح است که پرسشنامه‌ی مورد اشاره به وسیله ابراهیم حاجی‌پور، بر اساس پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی» در سال ۱۳۷۹، بومی‌سازی شده است. هم‌چنین برای سنجش متغیر «سرمایه فکری» مبتنی بر مدل بومی‌سازی شده بونیس (۲۰۰۰)، به وسیله مهدی‌زاده (۱۳۸۸) بر اساس تحقیقی توسط ایشان با عنوان «بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی فکری با عملکرد صنعت بیمه»، از پرسشنامه‌ی ۳۰ سؤالی بسته پاسخ وی، بهره‌برداری شد.

برای اطمینان یافتن از روایی هر دو پرسشنامه‌ی «فرهنگ سازمانی» و «سرمایه فکری» از نظرات خبرگان (استادان گروه‌های مدیریت، روان‌شناسی، علوم تربیتی و جامعه‌شناسی دانشگاه شاهد) استفاده شد و ابهامات هر یک از ابزارها در حد اصلاح گزاره‌ها- به طوری که تغییری در ساختار آنها ایجاد نشود- برطرف گردید. برای محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده به عمل آمد. به همین منظور قبل از اجرای نهایی پرسشنامه‌ها، ۱۵ نفر از نمونه‌ی تحقیق به طور تصادفی انتخاب شدند سپس پرسشنامه‌های اولیه در میان آنان توزیع گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS به ترتیب برای پرسشنامه‌ی «فرهنگ سازمانی»، مقدار ۰/۹۲ و برای پرسشنامه‌ی «سرمایه فکری»، مقدار ۰/۸۶ به دست آمد. با توجه به این که آلفای کرونباخ برای هر دو متغیر، بالاتر از ۰/۸ به دست آمد؛ لذا این نتیجه بیانگر ثبات و همسانی درونی پرسشنامه‌ها بوده است.

از تکنیک‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی برای تحلیل داده‌ها، استفاده شده است. به دلیل این که سؤالات و گزاره‌های درج شده در پرسشنامه‌ها بر اساس طیف پنج قسمتی لیکرت تنظیم گردیده، لذا پنج قسمت برای آنها در نظر گرفته شده است. از آزمون‌های

نرمال بودن، همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون خطی ساده و چند متغیره نیز استفاده شده است. نتایج تحلیل‌های توصیفی و استنباطی داده‌ها در قالب جداول، نشان داده‌اند. به دلیل این که کادر آموزشی و اداری دانشگاه، مهم‌ترین منبع برای کسب اطلاعات مورد انتظار درباره‌ی وضعیت «فرهنگ سازمانی» و «سرمایه‌های فکری» به شمار می‌روند، لذا تمام کارکنان رسمی، رسمی-آزمایشی و پیمانی دانشگاه الزهراء، اعم از آموزشی (اعضاء هیأت علمی) و اداری؛ برخوردار از مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر، به عنوان جامعه‌ی آماری این تحقیق انتخاب شدند. با این وصف، تعداد کل اعضای جامعه‌ی آماری در زمان اجرای تحقیق ۴۵۰ نفر بوده‌اند که به ترتیب ۲۹۲ نفر از آنان کادر آموزشی و ۱۵۸ نفر مابقی به عنوان کادر اداری، به کار اشتغال داشته‌اند. نمونه‌ی آماری تحقیق بر اساس برآورد نمونه از جامعه‌ی محدود (موسوم به فرمول کوکران^۱)، ۲۰۸ نفر به دست آمد. سهم هر یک از طبقات نمونه‌ی متناسب با حجم هر طبقه در جدول (۳)، نشان داده شده است.

جدول ۳. تعداد نمونه به تفکیک طبقات

تعداد نمونه	تعداد افراد جامعه	طبقه
۱۳۵	۲۹۲	اعضاء هیأت علمی
۷۳	۱۵۸	کارکنان اداری
۲۰۸	۴۵۰	جمع

با پیش‌بینی احتمال عدم تکمیل و یا عدم تحویل تعدادی از پرسشنامه‌ها از سوی نمونه‌ی آماری، تعداد ۲۵۰ پرسشنامه توزیع گردید. پس از بررسی و بازبینی ۲۱۵ فقره پرسشنامه برگشت داده شده، ۲۱۰ فقره از آن‌ها برای تجزیه و تحلیل، قابل استفاده بود؛ بنابراین، تمام تحلیل‌های توصیفی و استنباطی این تحقیق بر اساس ۲۱۰ فقره پرسشنامه انجام شده است.

یافته‌های پژوهش

به منظور شناسایی نوع فرهنگ سازمانی حاکم بر دانشگاه الزهراء، از بازه‌ی نمرات چهار نوع فرهنگ سازمانی مورد نظر کوئین و مک کرث (جدول ۴)، استفاده شد.

جدول ۴. بازه‌ی نمرات چهار نوع فرهنگ سازمانی بر اساس نظر کوئین و مک کرث

نوع فرهنگ سازمانی	فرهنگ سلسله مراتبی	فرهنگ عقلایی	فرهنگ ایدئولوژیک	فرهنگ توافقی و مشارکتی
بازه‌ی امتیاز	۶۴-۳۲	۹۶-۶۴/۰۱	۱۲۸-۹۶/۰۱	۱۶۰-۱۲۸/۰۱

پس از محاسبه‌ی امتیازات، فرهنگ عقلایی به وسیله ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان با بیش‌ترین فراوانی (۱۳۶ نفر)، به عنوان «فرهنگ سازمانی حاکم بر دانشگاه الزهراء» معرفی شد. وضعیت فرهنگ سازمانی و سرمایه‌ی فکری و مؤلفه‌های آن از نظر پاسخ‌دهندگان در جدول (۵)، نشان داده شده است.

جدول ۵. بررسی وضعیت میانگین مؤلفه‌ها

نام متغیر/ مؤلفه	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
فرهنگ سازمانی	۲۱۰	۲/۸۴	۰/۵۱۴	۰/۰۳۵
سرمایه‌ی انسانی	۲۱۰	۲/۶۲	۰/۵۵۱	۰/۰۳۸
سرمایه‌ی ساختاری	۲۱۰	۳/۰۵	۰/۵۷۵	۰/۰۴۰
سرمایه‌ی ارتباطی	۲۱۰	۳/۰۸	۰/۴۰۲	۰/۰۲۸
سرمایه‌ی فکری	۲۱۰	۲/۹۱	۰/۴۴۵	۰/۰۳۱

نتایج آزمون فرضیه‌ها

با توجه به ساختار فرضیه‌های تحقیق، برای سنجش رابطه‌ی بین دو متغیر مورد مطالعه از آزمون همبستگی پیرسون و هم‌چنین از رگرسیون خطی ساده و چندگانه، استفاده شد. مبتنی بر نتیجه‌ی آزمون کولوگرف-اسمیرنوف به لحاظ نرمال بودن متغیرها، از ضریب همبستگی

پیرسون استفاده گردید. در آزمون فرضیه‌های تحقیق، چنانچه خطای رد فرض صفر (H_0) کم‌تر از ۰/۰۵ باشد، فرض همبستگی دو متغیر پذیرفته می‌شود و در غیر این صورت بین دو متغیر مورد بررسی همبستگی معناداری وجود ندارد؛ بنابراین، تمام آزمون‌های تحقیق بر همین اساس صورت گرفته است. ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق و همچنین ضرایب تعیین به روش رگرسیون خطی ساده و چند متغیره به دست آمده از آزمون‌های تحقیق در جدول (۶) نشان داده شده است. بیش‌ترین ضریب همبستگی و ضریب تعیین به ترتیب به میزان ۰/۷۲۰ و ۰/۵۱۸ مربوط به رابطه‌ی «فرهنگ سازمانی» با مؤلفه «سرمایه انسانی» است. به عبارت دیگر فرهنگ سازمانی به میزان تقریبی ۰/۵۲ مؤلفه «سرمایه انسانی» در سازمان مورد مطالعه را تبیین می‌نماید. کم‌ترین ضریب همبستگی و ضریب تعیین نیز مربوط به رابطه‌ی «فرهنگ سازمانی» با مؤلفه «سرمایه ارتباطی» است. به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی به میزان حدوداً ۰/۲۲ مؤلفه «سرمایه ارتباطی» در سازمان مورد مطالعه را تبیین می‌نماید. ضرایب همبستگی و ضریب تعیین بین دو متغیر اصلی «فرهنگ سازمانی» و «سرمایه فکری» به ترتیب ۰/۶۹۸ و ۰/۴۸۷ است. این ضرایب بیانگر همبستگی قوی و مثبت بین دو متغیر مورد مطالعه در تحقیق حاضر است. به عبارت دیگر و به طور کلی، فرهنگ سازمانی به میزان حدوداً ۰/۴۹ مؤلفه «سرمایه فکری» در سازمان مورد مطالعه را تبیین می‌کند.

جدول ۶. ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیر فرهنگ سازمانی با متغیر سرمایه‌ی فکری و مؤلفه‌های آن

سرمایه‌ی فکری				متغیر
سرمایه فکری	سرمایه ارتباطی	سرمایه ساختاری	سرمایه انسانی	
۰/۶۹۸**	۰/۴۶۴**	۰/۶۰۴**	۰/۷۲۰**	فرهنگ سازمانی - ضریب همبستگی
۰/۴۸۷**	۰/۲۱۵**	۰/۳۶۷**	۰/۵۱۸**	فرهنگ سازمانی - ضریب تعیین

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

علاوه بر نشان دادن ضرایب همبستگی و تعیین بین دو متغیر «فرهنگ سازمانی» بدون در نظر گرفتن انواع تفکیک شده‌ی آن و متغیر «سرمایه فکری» و همچنین هر دو متغیر بدون ذکر مؤلفه‌های آنها؛ ضرایب همبستگی بین چهار نوع فرهنگ سازمانی مورد نظر کوئین و مک کرث با سه مؤلفه‌ی سرمایه‌ی فکری در جدول (۷)، آورده شده‌اند.

جدول ۷. ضرایب همبستگی قطری پیرسون بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی با مؤلفه‌های سرمایه فکری

۱							ارتباطی	سرمایه فکری
۰/۷۲ ^{**}	۱						ساختاری	
۰/۵۷۶ ^{**}	۰/۶۲۸ ^{**}	۱					انسانی	فرهنگ سازمانی
-۰/۲۰۲ ^{**}	-۰/۱۸۷ ^{**}	-۰/۲۸۷ ^{**}	۱				مشارکت	
-۰/۳۲۷ ^{**}	-۰/۴۲۰ ^{**}	-۰/۴۹۳ ^{**}	-۰/۱۰۱ ^{**}	۱			ایدئولوژیک	
۰/۳۱۴ ^{**}	۰/۳۵۱ ^{**}	۰/۴۶۷ ^{**}	-۰/۱۷۱ ^{**}	-۰/۸۵۵ ^{**}	۱		عقلایی	
۰/۱۵۲ [*]	۰/۲۷۶ ^{**}	۰/۲۳۳ ^{**}	-۰/۰۲۸	-۰/۱۴۴ [*]	-۰/۲۴۴ ^{**}	۱	سلسله مراتبی	
ارتباطی	ساختاری	انسانی	توافقی	ایدئولوژیک	عقلایی	سلسله مراتبی	متغیرهای تحقیق	
سرمایه فکری			فرهنگ سازمانی					

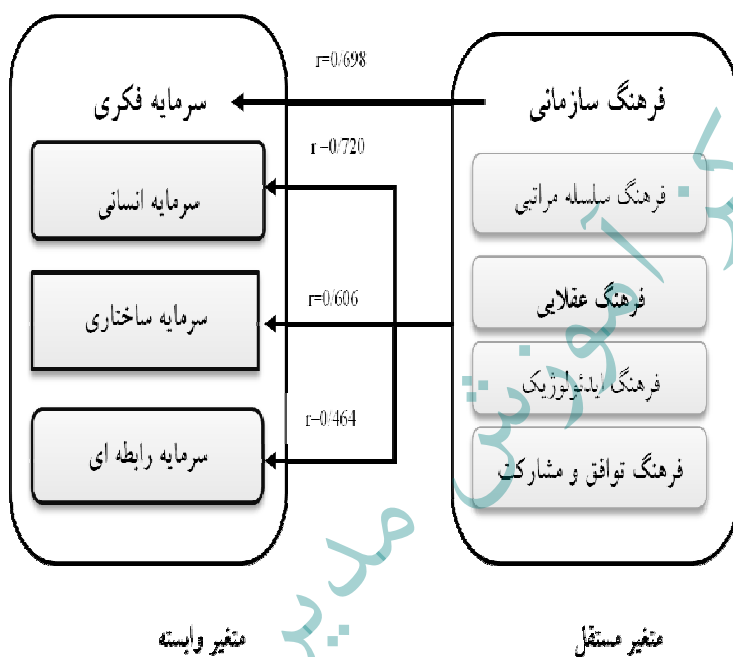
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

n=210

مدل آزمون شده‌ی تحقیق با درج ضرایب همبستگی بین متغیر فرهنگی سازمانی با متغیر سرمایه‌ی فکری و مؤلفه‌های آن در شکل (۱)، نشان داده شده است.

شکل ۱. مدل آزمون شده تحقیق



نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر را با توجه به نتایج تحقیقات پیشین که مشابهتی تقریبی بین این تحقیق و آن‌ها وجود دارد می‌توان در جدول (۸) ملاحظه کرد.

جدول ۸. مقایسه‌ی این تحقیق با نتایج به دست آمده از تحقیقات پیشین

فرضیه	نتیجه‌ی تحقیقات پیشین	نتیجه‌ی این تحقیق
فرضیه اول	نظری و همکاران (۲۰۰۹): تأیید وجود رابطه‌ی قوی و مستقیم بین فرهنگ سازمانی با «سرمایه‌ی انسانی»؛ کوارمهال (۲۰۰۹): تأیید تأثیر فرهنگ سازمانی بر انگیزش و عملکرد کارکنان (به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی)؛ تحقیق آیدین و سیلان (۲۰۰۹): تأیید وجود ارتباط معنادار فرهنگ سازمانی با رضایت کارکنان (به عنوان یکی از شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی).	می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ سازمانی در دانشگاه الزهراء نیز با توالی برنامه‌های آموزشی، طرح و شکل‌گیری ایده‌های نو، مشارکت کارکنان در کار گروهی، حمایت سازمان از برنامه‌های توسعه منابع انسانی، وجود کارکنان خلاق و هوشمند، رضایت کارکنان، عملکرد برتر کارکنان، برنامه یکپارچه جذب و استخدام و تلاش کارکنان در جهت دستیابی به موفقیت، رابطه داشته باشد.
فرضیه دوم	نظری و همکاران (۲۰۰۹): تأیید وجود رابطه‌ی قوی و مستقیم بین فرهنگ سازمانی با «سرمایه‌ی ساختاری»؛ سانچز و همکاران (۲۰۰۷): فرهنگ سازمانی به عنوان عنصر اصلی توسعه‌ی سرمایه‌ی ساختاری فلسفه وجودی شرکت که اجازه می‌دهد افراد عقایدشان را در جهت تقویت سرمایه ساختاری توسعه دهند.	می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ سازمانی در دانشگاه الزهراء با کاهش سطح هزینه فعالیت‌ها، تعهد مدیران و کارکنان نسبت به اهداف و آرمان‌های دانشگاه، دسترسی به سیستم‌های اطلاع رسانی، حمایت مسئولین از ایده‌ها و پیشنهادهای جدید، اجرای پیشنهادهای جدید و کارایی (مؤلفه‌های سرمایه‌ی ساختاری) ارتباط دارد.
فرضیه سوم	نظری و همکاران (۲۰۰۹): تأیید وجود رابطه‌ی قوی و مستقیم بین فرهنگ سازمانی با «سرمایه ارتباطی»؛ کلیک و دُرسان (۲۰۱۰): تأیید وجود رابطه‌ی مثبت بین فرهنگ بازاری و مشتری مداری (یکی از شاخص‌های سرمایه ارتباطی) به طوری که مشتری مداری قوی به بهتر شدن رضایت کلی مشتریان می‌انجامد. آیدین و سیلان (۲۰۰۹): تأیید وجود ارتباط معنادار فرهنگ سازمانی با مشتری مداری.	می‌توان نتیجه گرفت که فرهنگ سازمانی در دانشگاه الزهراء، با رضایت دانشجویان از دانشگاه، کاهش زمان حل مشکلات، ارائه‌ی خدمات ارزشمند به دانشجویان، خوش نامی و شهرت، شناخت و رفع نیازهای علمی، توجه به خواسته‌های دانشجویان، وفاداری دانشجویان نسبت به اهداف و آرمان‌های دانشگاه (مؤلفه‌های سرمایه‌ی ارتباطی) ارتباط دارد.
فرضیه اصلی	سانچز و همکاران (۲۰۰۷): فرهنگ سازمانی به عنوان هسته‌ی مرکزی سرمایه‌ها در مدل پیشنهادی ارائه شده است. در تحقیق نظری و همکاران (۲۰۰۹): رابطه‌ی مستقیم فرهنگ سازمانی با سرمایه‌ی فکری تأیید شده است. در تحقیق آیدین و سیلان (۲۰۰۹): فرهنگ سازمانی ارتباط معناداری با اثربخشی سازمانی (مشتری مداری، رضایت کارکنان، تعهد سازمانی و عملکرد رشد و مالی) داشته است.	یافته‌های این پژوهش نیز حاکی از آن است که در مجموع «فرهنگ سازمانی» با «سرمایه فکری» رابطه‌ی مثبت و معناداری دارد. به عبارت دیگر با بهبود فرهنگ سازمانی، سرمایه فکری نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این، ارتباط بین فرهنگ سازمانی و ابعاد سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی) در دانشگاه الزهراء نیز مثبت و معنادار است. به طور کلی بهبود فرهنگ سازمانی منجر به بهبود این سرمایه‌ها خواهد شد.

از آن‌جا که دانشگاه‌ها یکی از مهم‌ترین محورهای علمی و عملاً مهم‌ترین پایگاه رشد علمی کشور به شمار می‌روند، می‌توانند با ایجاد سرمایه‌ی فکری در نیروی کار از اقتصاد دانش‌بنیان حمایت و در زمینه‌ی تولید و زایش دانش نو و انتقال فناوری فعالیت کنند. سرمایه‌ی فکری، کلید موفقیت سازمان‌های دانایی محور- از جمله دانشگاه‌ها- به شمار می‌رود. مدیران و دست‌اندرکاران دانشگاه‌ها برای تشویق و ترغیب روحیه‌ی نشاط و پویایی و ایجاد ارزش‌های علمی و اجتماعی در محیط‌های دانشگاهی باید بتوانند سرمایه‌های فکری زیر مجموعه خود را به درستی شناسایی و ارزش‌گذاری کرده و آن‌ها را در همه‌ی ابعاد اداره کنند. از این رو، توجه و تمرکز بر روی عوامل و عناصری که می‌توانند این سرمایه‌های فکری- به ویژه دانایی سازمانی- را تقویت و پشتیبانی کنند، از جمله فرهنگ سازمانی، برای موفقیت دانشگاه‌ها و در نهایت آموزش عالی کشور بسیار ضروری و تعیین‌کننده است.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، پیشنهادهایی کاربردی برای سازمان مورد مطالعه و همچنین تحقیقات تکمیلی به منظور بهبود «فرهنگ سازمانی» و «سرمایه فکری»، به تفکیک و به شرح بندهای آتی، ارائه می‌شود.

الف. پیشنهادهای کاربردی

۱. برای دستیابی به وضعیت مطلوب سرمایه‌ی انسانی، توسعه و تقویت آن، پیشنهاد می‌شود: زمینه‌های فرهنگی مناسب برای بهبود انگیزش کارکنان فراهم و با تعیین معیارهای مناسب ارزشیابی کارکنان به مشارکت در جلسات گروهی تشویق و با هدف افزایش سطح مهارت‌های آنان برنامه‌های آموزشی توسعه داده شود. با ایجاد فضای اعتماد بین کارکنان برای به اشتراک گذاشتن دانش، چارچوب شایستگی‌های کارکنان و مدیران و برنامه‌ریزی توسعه آن‌ها مبتنی بر شایستگی‌ها، در قالب نظام جانشین‌پروری کارکنان کلیدی، طراحی و نظام مدیریت عملکرد بر آن اساس مستقر گردد.

۲. به دلیل این که سرمایه‌ی ساختاری بیانگر وجود منابع دیگری به جز عامل دانش انسانی در سازمان، از قبیل: سخت افزار، نرم افزار، پایگاه داده‌ها، دیدگاه‌های مشترک، فناوری‌ها، نمودارهای سازمانی و مانند آن‌ها و تمام موارد مرتبط با قابلیت سازمانی بوده و از بهره‌وری کارکنان پشتیبانی می‌کند، پیشنهاد می‌شود، ارزش‌ها، باورها و رفتارهای مشترک برای به حداقل رساندن بوروکراسی اداری تقویت و ترویج شده و در ارتباط به زیر ساخت‌های فناوری، افزایش سطح کارایی برای استفاده از منابع و امکانات، اصلاح ساختار سازمانی، بهبود روش‌ها و فرآیندهای انجام کار و اجرای ایده‌ها و پیشنهادهای جدید و در نهایت مدیریت دانش ساختاری توسط مسئولان دانشگاه، سرمایه‌گذاری لازم انجام پذیرد.

۳. به منظور دستیابی به وضعیت مطلوب‌تر سرمایه‌ی ارتباطی در دانشگاه مورد مطالعه و اهمیت دادن به خواسته‌های دانشجویان و جلب رضایت آنان پیشنهاد می‌شود، تلاش‌های لازم در جهت رفع نیازهای علمی کشور، ارائه‌ی خدمات بهتر و ارزشمندتر، آموزش رفتار سازمانی به کارکنان، گسترش روابط و همکاری با سایر دانشگاه‌ها و صنعت و در نهایت «مدیریت مبتنی بر دانش ارتباطی»، انجام پذیرد.

۴. دانشگاه‌ها نقش بسیار مهمی در تغییر و تحولات جوامع انسانی ایفا می‌کنند؛ بنابراین، به عنوان مرکز تفکر، خلاقیت و نوآوری، وظیفه پاسخ‌گویی به نیازهای اجتماعی مردم، در جهت کسب، ترویج، انتشار و توسعه‌ی دانش و فناوری را بر عهده دارند. دانشگاه‌ها در سایه‌ی توجه به «سرمایه فکری» می‌توانند به این مهم دست پیدا کنند. از طرفی، سرمایه‌ی فکری موضوع نسبتاً جدیدی است و تاکنون این نوع سرمایه در مؤسسات آموزشی به ویژه دانشگاه‌ها مورد توجه قرار نگرفته است؛ بنابراین، لازم است، برای آشنایی با این سرمایه، اجزا، نقش و اهمیت آن و نیز دوره‌های آموزشی برای مدیران این دانشگاه برگزار شود.

ب. پیشنهادهایی برای تحقیقات تکمیلی

باتوجه بر پیشینه‌کاوی و نتایج این پژوهش، زمینه‌های مطالعاتی زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. انجام مطالعاتی تطبیقی درباره‌ی رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با سرمایه‌ی فکری در سایر

دانشگاه‌های کشور و مقایسه‌ی آن‌ها با نتایج این تحقیق؛

۲. انجام تحقیقی با استفاده از روش علی-مقایسه‌ای در مورد چند و چون سرمایه‌ی

فکری در دانشگاه مورد مطالعه و مقایسه‌ی آن با سرمایه‌ی فکری سایر دانشگاه‌ها؛

۳. انجام تحقیقاتی با در نظر گرفتن تأثیر سرمایه‌ی فکری بر عملکرد دانشگاه‌ها؛

۴. بررسی تأثیر برخی عوامل محیطی (اقتصادی، قانونی، سیاسی و تغییرات فناوری) بر

رابطه‌ی فرهنگ سازمانی با سرمایه‌ی فکری به عنوان متغیرهای تعدیل‌گر و مداخله‌گر.

موسسه مدیریت دولتی

فهرست منابع

- انواری رستمی، علی اصغر (۱۳۸۲)؛ «ارزیابی مدل‌ها و روش‌های سنجش و اندازه‌گیری سرمایه فکری»، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال دهم، شماره ۳۴، صص ۷۵-۵۱.
- حاجی کریمی، عباسعلی و عطیه بطحایی (۱۳۸۸)؛ مدیریت سرمایه های فکری (مزیت راهبردی- ارزش آفرینی سازمانی) مفاهیم و کاربردها، چاپ اول، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- خاتمی، اعظم (۱۳۸۷)؛ «نقش فرهنگ سازمانی در استقرار مدیریت دانش در دانشگاه الزهراء»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه الزهراء.
- خاوندکار، جلیل و دیگران (۱۳۸۸)؛ سرمایه فکری: مدیریت، توسعه و مدل‌های سنجش، چاپ دوم، تهران: انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران.
- ردمن، تام و آدریان ویلکینسون (۲۰۰۶)؛ مدیریت منابع انسانی پیشرفته، ترجمه‌ی میرعلی سید نقوی و امیر ختایی، چاپ اول، جلد اول، تهران: انتشارات مهکامه.
- رفیعی، مجتبی (۱۳۸۸)؛ «طراحی و تبیین مدل ارزیابی سرمایه فکری در سازمان: پژوهشی در دانشگاه پیام نور»، رساله‌ی دکترای مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی. دانشگاه علامه طباطبایی.
- صبوری مطلق، محمد (۱۳۸۶)؛ «شناسایی و بومی‌سازی شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه علامه طباطبائی
- قلیچ‌لی، بهروز (۱۳۸۵)؛ «تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در مزیت رقابتی دو شرکت ایران خودرو و پارس خودرو»، رساله‌ی دکترای مدیریت، گرایش رفتار، دانشگاه تربیت مدرس.

- مهدی‌زاده، مهرناز (۱۳۸۸): «رابطه سرمایه فکری (و اجزای آن) و عملکرد صنعت بیمه (از دیدگاه مدیران)»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد حسابداری، دانشگاه الزهراء
- Aydin, B., and Ceylan, A. (2009); **The Role of Organizational Culture on Effectiveness**. Available at: http://custom.kbbarko.cz/e+m/03_2009/03_aydin_ceylan.pdf.
- Bezhani, I. (2010); Intellectual capital reporting at UK universities. **Journal of Intellectual Capital**, Bradford: Vol. 11 No. 2; pp. 179-207.
- Bontis, N. (1998); Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. **Managing Decision**, Vol. 36. No. 2, pp.63-76.
- Bontis, N., Chong Keow, W., Richardson, S. (2000); Intellectual Capital and Business Performance in Malaysian Industries. **Journal of Intellectual Capital**, Bradford: Vol. 1, Iss. 1; pg. 85-100.
- Bontis, N., Sallebrant, T., Hansen, J., Hofman-Bang, P. (2007); Managing risk with intellectual capital statements. **Journal of Management Decision**, Vol. 45 No. 9, pp. 1470-1483.
- Cabrilo, S.; Uzelac, Z. and Cosic, I. (2009); Researching indicators of organizational intellectual capital in Serbia. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 10, No. 4, pp. 573-587.
- Choong, K. (2008); Intellectual capital: definitions, categorization and reporting models. **Journal of Intellectual Capital**, Bradford: Vol. 9, Iss. 4; pp. 609- 638.
- Donato, F. (2008); Managing IC by antennae: evidence from cultural organizations. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 9, No. 3, pp. 380-394.
- Garibaldi, De Hilal A.; Wetzal, U. and Ferreira, V. (2009); Organizational culture and performance: a Brazilian case. **Management Research News**, Vol. 32, No. 2, pp. 99-119.
- Glisson, C. (2008); Therapist Turnover and New Program Sustainability in Mental Health Clinics as a Function of Organizational Culture, Climate, and Service Structure, **Adm Policy Ment Health** , 35:124–133.
- Guthrie, J. and Petty, R. (2000); Intellectual capital: Australian annual reporting practices. **Journal of Intellectual Capital**, Bradford: Vol. 1, Iss. 3; p. 241.
- Halim, S. (2009); Statistical analysis on the intellectual capital statement. **Journal of Intellectual Capital**, Vol.11, No. 1, pp. 61-73.
- Kaur Mahal, Prabhjot (2009); Organizational culture and organizational climate as a determinant of motivation. Institute of Chartered Financial

- Analysts of India (Hyderabad). **The ICFAI Journal of Management Research**. Hyderabad, Vol. 8, Iss. 10; pp. 38-51.
- Kilic, C. & Dursun, T. (2010); The Effect of Organizational Culture on Customer Orientation. **The Journal of American Academy of Business, Cambridge**, Vol.15, No.2, pp.1-7.
 - Kim, D., and Kumar, V. (2009); A framework for prioritization of intellectual capital indicators in R& D. **Journal of Intellectual Capital**, 10(2), 277-293.
 - Lejeune, C. and Vas, A. (2009); Organizational culture and effectiveness in business schools: A test of the accreditation impact. **Journal of Management Development**, Vol. 28, No. 8, pp. 728-741
 - Nazari, J. A., Herremans, I. M., Isaac, R. G., Manassian, A., & Kline, T. J. (2009). Organizational characteristics fostering intellectual capital in Canada and the Middle East. **Journal of Intellectual Capital**, 10(1), 135-148.
 - Quinn, R. E. and McGrath, M. R. (1985). The Transformation of Organizational Cultures: A Competing Values Perspective, In: P. J. Frost et al (eds.), **Organizational Culture**, Newburk Park, California: Sage, pp.315-334.
 - Sanchez, S., Ayuso, M., and Lopez, T. (2007). Organizational culture and intellectual capital: a new model. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 8, No. 3, pp. 409-430.
 - Seel, R. (2005). **New Insights on Organisational Change**. Journal of **Organizational Culture**, Hyderabad: ICFAI University Press, pp. 82-92.
 - Sharabati, A., Jawad, S., and Bontis, N. (2010). Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan. **Management Decision**, Vol. 48, No. 1, pp. 105-131.
 - Zu, X.F., Lawrence, D., and Robbins, T.L. (2006). **Organizational Culture and Quality Practices in Six Sigma**. The 2006 Annual Meeting of the Academy of Management.