



بررسی تاثیر سرمایه فکری سبز بر شهرت سازمان

عباس ثابت^۱، میثم عزیزی^۲

چکیده

امروزه ارزش شرکت‌ها تا حد زیادی تحت تأثیر دارایی‌های نامشهود یا سرمایه فکری است. این عوامل، به دلیل نقش قابل توجه خود در دستیابی به مزیت رقابتی و شهرت سازمان از اهمیت خاصی برخوردار شده‌اند. لذا پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر سرمایه فکری سبز بر شهرت سازمان صورت پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش دربرگیرنده ۱۰۰ نفر از کارکنان موسسه اعتباری کوثر در شهر شیراز بود، حجم نمونه از طریق جدول مورگان ۸۰ نفر در نظر گرفته شد. شیوه‌ی نمونه‌گیری به صورت تصادفی انجام پذیرفت. داده‌ها از طریق پرسشنامه‌های استاندارد جمع‌آوری گردید. جهت سنجش روایی، به صورت محتوایی و پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون رگرسیون خطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شد. نتایج فرضیه‌ها نشان داد که بین ابعاد سرمایه فکری سبز با شهرت سازمان تأثیر معناداری وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که سرمایه رابطه‌ای سبز بیشترین تأثیر را با شهرت سازمان دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه انسانی سبز، سرمایه ساختاری سبز، سرمایه رابطه‌ای سبز، شهرت سازمان

۱- مربی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت کسب و کار، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)