فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره سی و نهم، تابستان ۱۴۰۱- صفحات ۱۹۳-۱۶۷

الگوی ارزیابی سرمایه فکری در بانک‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران

نوع مقاله: پژوهشی

بهزاد زارعیان مراد آبادی[۱]
علیرضا اسلامبولچی[۲]
کامبیز حمیدی[۳]
تحفه قبادی لموک[۴]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۹

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی الگوی ارزیابی سرمایه فکری در بانک‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران صورت گرفت. پژوهش حاضر از نظر هدف اکتشافی - کاربردی است. در بخش کیفی این پژوهش پس از مروری بر ادبیات سرمایه فکری و بررسی مدل‌های اندازه‌گیری و ارزیابی سرمایه فکری، از طریق مصاحبه از ۱۷ نفر از خبرگان، مؤلفه‌ها و سؤالات پژوهش به حد اشباع رسیدند. در بخش کمی پژوهش حاضر، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با توجه به جدول مورگان ۲۸۵ نفر انتخاب و به‌عنوان نمونه آماری استفاده شد. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده بود. تحلیل داده‌ها در بخش کیفی با تحلیل تم و در بخش کمی با روش مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 22 و Lisrel انجام شد. نتایج تحلیل تم نشان داد که سرمایه فکری دارای ۴ مؤلفه و ۴۸ زیرمؤلفه می‌باشد. نتایج مدلسازی معادلات ساختاری نشان داد که ضرایب اثر تمامی سؤالات و متغیرهای مکنون (ابعاد چهارگانه الگوی ارزیابی سرمایه فکری شامل: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه نوآوری) معنادار و بالاتر از ۰/۵ هستند. همچنین مقادیر سطح معناداری آن‌ها بالاتر از ۱/۹۶ می‌باشد. بنابراین الگوی ارزیابی سرمایه فکری به‌عنوان ابزاری روا و پایا قابلیت آن را دارد تا جهت مدیریت بهتر سرمایه‌های فکری مورد استفاده قرار گیرد.

[۱] دانشجو دکتری ، مدیریت دولتی - منابع انسانی، دانشکده علوم انسانی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران behzad10957@gmail.com

[۲] استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران (نویسنده مسئول) alireza.slambolchi@gmail.com

[۳] استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران hamidi.ka@gmail.com

[۴] استادیار، گروه مدیریت، واحد گنبد کاووس، دانشگاه آزاد اسلامی، گنبدکاووس، ایران t_ghobadi@yahoo.com

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

نتایج برازش نشان داد که مدل ساختاری از برازش مطلوبی برخوردار بوده و اعداد و پارامترهای مدل معنادار می‌باشند.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه نوآوری.
طبقه‌بندی JEL: G12 ,C52 ,E24

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

مقدمه

امروزه مدل جدیدی از دارایی‌ها در عرصه سازمانی مطرح شده و به‌طور کلی دارایی‌های سازمان را به دو دسته دارایی‌های مشهود[1] (ملموس) و دارایی‌های نامشهود[2] (ناملموس) تقسیم می‌کنند (ماهی‌جاغرق و همکاران، ۱۳۹۷). دارایی‌های مشهود دارایی‌های فیزیکی و مالی هستند که غالباً در ترازنامه سازمان منعکس می‌شوند. دارایی‌های نامشهود بیانگر تمام دارایی‌هایی است که در ترازنامه لحاظ نمی‌شوند با این حال منبعی برای خلق ارزش محسوب‌شده که منجر به مزیت رقابتی پایدار می‌شوند (انبادار، جمالی‌فیروزآبادی، ۱۳۹۷). این نوع از دارایی‌ها شامل دارایی‌های دانش‌محور، میزان اطلاعات، سرمایه انسانی، ارزش‌های پنهان بنگاه، ابداعات، ایده‌ها، دانش‌های بنیادی، روش-های مختلف طراحی محصول، برنامه‌های کامپیوتری و سرریزها و مقدار انتشارات است. این نوع دارایی، موجب ثروت‌آفرینی تدریجی برای سازمان می‌شود (جعفرپور، ۱۳۹۱). در عرصه رقابتی نوین که مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان شده است، دانش و سرمایه‌های فکری سازمان به‌عنوان یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود (وانگ[3]، ۲۰۲۱). قبل از عصر دانش، سازمان‌ها عمدتاً بر دارایی‌های مشهود متمرکز بودند و روش‌های معمول حسابداری نیز ابزارهای مفیدی برای بررسی وضعیت و عملکرد مالی آن‌ها به‌حساب می‌آمدند، اما امروزه سازمان‌ها بر دارایی‌های نامشهود بیشتر از گذشته تمرکز دارند (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۶). سبک‌های مدیریت نوین در پاسخ به‌دنیای رقابتی امروزه ایجاد شدند و رهبری عصر دانش جایگزین مدیریت عصر صنعتی شده است. در نتیجه، امروزه بسیاری از پژوهشگران با توجه به اهمیت دارایی‌های نامشهود بر این موضوع متمرکز شده‌اند (بورنمن[4] و همکاران، ۲۰۲۱). دارایی‌های نامشهود می‌تواند به‌عنوان یک چارچوب معتبر مدیریت استراتژیک و ابزار رقابتی برای مؤسسات مالی استفاده شود. دارایی‌های نامشهود به مدیران سازمان‌ها درک بهتری از مسائل درونی و بیرونی سازمان‌شان می‌دهد. بر اساس مطالعات کاپلان و نورتون، مهمترین دلیل برای ارزیابی دارایی‌های نامشهود این است که اگر سازمانی بتواند سرمایه‌های انسانی مانند مهارت و دانش کارکنان خود را با سرمایه‌های اطلاعاتی مانند سیستم اطلاعاتی مدیریت منابع انسانی و سرمایه‌های سازمانی مانند کار تیمی و فرهنگ سازمانی همسو کند، موفق به خلق یک مزیت رقابتی قوی خواهد شد که به‌راحتی توسط رقبا قابل کپی‌برداری نیست. سیستم بانکداری کشور نیز مانند دیگر سازمان‌ها با چالش‌های عدیده‌ای مواجه می‌باشد. توجه به دارایی‌های نامشهود سازمان می‌تواند بانک‌های دولتی را در مواجهه با چالش‌های پیش‌رو یاری دهد که مهمترین این

[1] Tangible assets
[2] Intangible assets
[3] Wang
[4] Bornemann

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

چالش‌ها، عدم توجه بانک‌های دولتی به دانش و سرمایه فکری به‌عنوان یک مزیت رقابتی، ضعف در شفافیت و مسئولیت‌پذیری در خصوص نتایج و مزایای حاصل از سرمایه‌گذاری‌های دولتی، وجود بوروکراسی پیچیده اداری در نظام بانکداری دولتی، وجود رانت در سیستم اداری و بانکی که موجب فساد در شبکه بانکی شده است. رقابت با مؤسسات مالی و پولی و بانک‌های خصوصی، گسترش بازارهای مالی که سبب خروج منابع بانک‌ها شده است، ضعف در اجرای بانکداری الکترونیکی، عدم تمایل به رقابت بین بانک‌ها با توجه به دولتی بودن آن‌ها می‌باشند. لیکن علیرغم اهمیتی که دارایی‌های نامشهود در رشد و بالندگی بانک‌های دولتی دارد هنوز جزء دارایی‌های سازمانی به‌حساب نیامده است و در کنار سایر دارایی‌های سازمانی از جمله دارایی‌های فیزیکی و مالی قرار نگرفته‌اند. این در حالی است که دارایی‌های نامشهود به بانک‌های دولتی اجازه می‌دهد تا از موقعیت بهتری در موارد افزایش کیفیت خدمات بانکداری، اجرای سیستم بانکداری الکترونیکی، ایجاد انگیزش در پرسنل بانک‌های دولتی، ارتقا دانش فنی پرسنل بانک‌های دولتی، انعطاف‌پذیری و واکنش سریع نسبت به تغییرات (سنچز[1] و همکاران، ۲۰۰۶)، شفافیت در چگونگی استفاده از سرمایه‌های دولتی، پیشرفت در امر نوآوری در ارائه خدمات بانکی و مزایای حاصل از آن، توسعه دارایی‌های نامشهود جذب بهتر منابع انسانی و سرمایه‌گذاران دولتی و خصوصی برخوردار گردند (تفرا[2] و همکاران، ۲۰۲۱). محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی‌های ناملموس جدید سازمانی مثل دانش و شایستگی‌های منابع انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، نظام‌ها، ساختار سازمانی و غیره را در برگیرد (میرزائی و همکاران، ۱۳۹۶).به چند دلیل دارایی‌های نامشهود در مؤسسات مالی و بانک‌ها به‌عنوان امری مهم تلقی شده و مورد بررسی و اندازه‌گیری قرار گرفته‌اند: ۱. سرمایه فکری و دارایی‌های نامشهود می‌توانند به تغییر تمرکز استراتژیک سازمان‌های مالی به‌سوی منابع فکری و نامشهود کمک کند و قابلیت‌های آن‌ها را در سازگاری با چالش‌های پیش‌رو در محیط تقویت کنند. ۲. سرمایه نامشهود محرک ارزش کلیدی برای رقابت‌پذیری سازمانی و بهبود عملکرد است. اما حسابداری و اقدامات گزارشگری مالی به‌طور کلی در شناخت این دارایی‌ها با شکست مواجه شده‌اند. ۳. رتبه‌بندی سازمان‌ها و مؤسسات مالی باید بر مبنای معیارهای اندازه‌گیری مشترک، عینی و منطقی صورت گیرد. ۴. اندازه‌گیری سرمایه فکری و دارایی‌های نامشهود باعث می‌شود که دیدگاه مدیران با عموم مردم و صنعت یکسان‌شده و در نتیجه ارزیابی عملکرد شفاف‌تر صورت گیرد. بالاخره، دارایی‌های نامشهود باید نقش کلیدی در اقدامات مدیریت استراتژیک منابع انسانی و مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها ایفا کند (ون-

[1] Sanchez
[2] Tefera

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

کریکینگن[1] و همکاران، ۲۰۲۱). سرمایه‌های فکری و نامشهود در ترازنامه بانک‌ها و یا گزارشات سالیانه نمایش داده نمی‌شوند؛ بنابراین ارزیابی و مدیریت آن‌ها بسیار سخت و دشوار است. با وجود درک اهمیت بسیار زیاد دارایی‌های نامشهود و نقش مهم آن‌ها در بانک‌ها، مدیران بانک‌ها معمولاً ارزش دارایی‌های نامشهود خود را نمی‌دانند یا قادر به سنجش و اندازه‌گیری آن‌ها نمی‌باشند لذا در اندازه‌گیری و مدیریت دارایی‌های نامشهود با چالش مواجه می‌باشند؛ به‌همین منظور، طراحی و به‌کارگیری رویکردی مناسب برای گزارش‌دهی دارایی‌های نامشهود از اهمیت بالایی برخوردار است. با توجه به موارد مطرح شده و دقت نظر در ادبیات موجود در زمینه سرمایه فکری سازمان، به نظر می‌رسد مدلی که بتواند دارایی‌های نامشهود و سرمایه فکری در بانک‌های دولتی کشور را بسنجد وجود ندارد.

۱.مبانی نظری

با توجه به جایگاه امروزی سرمایه فکری در تجارت جهان و نقشی که این سرمایه ارزشمند می‌تواند در توسعه و کسب درآمد بیشتر برای بنگاه‌های کوچک و بزرگ اقتصادی و دولت‌ها داشته باشد، مدیریت این نوع دارایی‌ها از کمیت به‌سزایی برخوردار شده است. امروزه سرمایه‌گذاری در نتیجه به اشتراک گذاشتن دارائی‌های نامشهود سرمایه‌گذاران به وقوع می‌پیوندد که این امر با توجه به شرایط فعلی ایران و همچنین نیاز به خرید و انتقال تکنولوژی و توسعه صنایع پیشرفته، به‌طور روزافزونی بر اهمیت این موضوع می‌افزاید. به‌هر حال وجود دارایی‌های نامشهود و نقش آن‌ها در ایجاد ارزش برای واحد تجاری، واقعیتی انکارناپذیر است که با وجود آسیب‌پذیر بودن شدید، شناخت، اندازه‌گیری و ارایه اطلاعات آن‌ها موضوعی با اهمیت است. به‌عنوان مثال منشأ ادامه حیات شرکت مایکروسافت، ساختمان‌ها و امکانات سرمایه‌ای فیزیکی نیست. بلکه مغزهای متفکر موجود در آن می‌باشد (دی‌سا[2] و همکاران،۲۰۲۱). شهرت جهانی شرکت‌های انتشاراتی مانند مک‌گروهیل و جانی وایلی نیر به‌دلیل دارایی‌های فیزیکی آن‌ها نیست. بلکه داشتن امتیاز چاپ کتاب‌های نویسندگان صاحب نام به‌عنوان دارایی‌های مهم این شرکت‌ها به‌حساب می‌آید (وانگ، ۲۰۲۱).

- **دارایی:** واژه «دارایی» در کسب و کار، یکی از منابع اقتصادی است که توسط یک واحد اقتصادی مستقل اداره می‌شود، در نتیجه مبادلات و قراردادهایی که در گذشته صورت گرفته و یا مزایای اقتصادی قراردادهای آتی را کنترل می‌کند (روس[3]، ۱۹۹۷)

[1] Van Criekingen
[2] De Sá
[3] Roos

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

- **دارایی نامشهود:** توجه به اهمیت انسان در سازمان موضوع تازه‌ای نیست. امروزه خوانندگان گزارش‌های مالی شرکت‌ها با این عبارت که کارکنان ارزشمندترین دارائی‌های شرکت هستند کاملاً آشنایی دارند. اما تا این اواخر مسایل مربوط به کارکنان به صورتی گسترده در گزارش‌های هیئت مدیره منعکس نمی‌شد. پیشرفت‌های اخیر، از جمله ظهور شرکت‌های اقتصادی جدید و رقابت شدید برای جذب کارکنان ماهر و فارغ‌التحصیلان ممتاز، مفهوم سرمایه انسانی را در مرکز توجه قرار داده است. امروزه این باور بیش از پیش رایج شده است که استفاده اثربخش از دارایی انسانی رمز برتری رقابتی است. دارایی‌های نامشهود به مدیران سازمان‌ها درک بهتری از مسائل درونی و بیرونی سازمان‌شان می‌دهد. بر اساس مطالعات کاپلان و نورتون، مهمترین دلیل برای ارزیابی دارایی‌های نامشهود این است که اگر سازمانی بتواند سرمایه‌های انسانی مانند مهارت و دانش کارکنان خود را با سرمایه‌های اطلاعاتی مانند سیستم اطلاعاتی مدیریت منابع انسانی و سرمایه‌های سازمانی مانند کار تیمی و فرهنگ‌سازمانی همسو کند، موفق به خلق یک مزیت رقابتی قوی خواهد شد که به‌راحتی توسط رقبا قابل کپی‌برداری نیست (کاپلان و نورتون[1]، ۲۰۰۴).

- **سرمایه فکری:** سرمایه فکری، زبانی است جهت فکر کردن، صحبت کردن و انجام اقداماتی که به محرک‌های درآمد آتی سازمان مربوط می‌شوند، که شامل روابط با مشتریان و شرکاء، تلاش‌های نوآوری، زیرساختار سازمانی و دانش و مهارت‌های کارکنان سازمان است. به‌عنوان یک مفهوم، سرمایه فکری با تکنیک‌هایی همراه است که مدیران را در جهت تقویت مدیریت توانمندتر می‌سازد (روس، ۱۹۹۷).

- **سرمایه انسانی:** سرمایه انسانی موجودی شایستگی‌ها، دانش و ویژگی‌های اجتماعی و شخصیتی شامل خلاقیت تجسم در توانایی برای انجام کاری جهت تولید ارزش اقتصادی است (صدری اسکویی و همکاران، ۱۴۰۰). شاخص‌های سرمایه انسانی می‌توانند نقش بالقوه‌ای را در بهبود روند و رشد بهره‌وری بازارهای مالی من‌الجمله بانک‌ها ایفا می‌کنند. سرمایه انسانی عامل اصلی ایجاد ارزش در سازمان‌های مالی و غیرمالی می‌باشد و به‌عنوان یکی از مباحث نوظهور در مباحث اقتصادی در حال سیر تکامل است (نصیری و همکاران، ۱۴۰۰).

– **سرمایه ساختاری:** سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می‌شود که در برگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به‌طور کلی هر آن‌چه که ارزشش برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش باشد، است.

[1] Caplan & Norton

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

- **سرمایهٔ رابطه‌ای:** سرمایه رابطه‌ای در ایجاد مزیت رقابتی کسب و کار معنا و مفهوم می‌یابد. سرمایه رابطه‌ای دارای سه رکن اصلی برند، شبکه و مشتری می‌باشد که شرکت باید تلاش‌های زیادی کند تا کیفیت محصولات و خدمات مرتبط با نیازهای جاری و آینده مشتریان خود را بهبود بخشیده و در نتیجه رضایت مشتریان را بالا برده و از آن طریق وفاداری مشتریان خود را افزایش بدهد. از جمله شاخص‌های مرتبط با وفاداری می‌توان به درصد شکایات مشتریان، میزان رضایت مشتری و سرمایه‌گذاری در زمینه ارتباط مشتریان اشاره کرد (شیرخدایی، ۱۳۹۷).

- **سرمایه نوآوری:** در عصر جدید اقتصادی، نوآوری به یک عامل کلیدی برای یک شرکت تبدیل شده است تا برتری رقابتی بلندمدت خود را حفظ کند. رشد اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته به‌خاطر سرمایه‌گذاری ناشی از نوآوری بوده است. از یک سو، سرمایه نوآوری نمی‌تواند به‌طور خود به خود به وجود بیاید، زیرا پیدایش و توسعه آن بر اساس تأثیرات مشترک سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری است. نوآوری تنها با ترکیب کارکنان عالی، مقررات معقول، فرهنگ و تکنیک امکان‌پذیر است. از سوی دیگر، سرمایه نوآوری می‌تواند انگیزه‌ای برای رشد سرمایه مشتری ایجاد کند. چرخه عمر محصولات کوتاه‌تر می‌شود، بنابراین یک شرکت می‌تواند در رقابت شکست‌ناپذیر بماند، تنها به این دلیل که می‌تواند بی‌وقفه محصولات جدید را برای برآورده کردن خواسته‌های مشتریان توسعه دهد (چن و همکاران، ۲۰۰۴).

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. مطالعات داخلی

بنی‌اسدی و همکاران (۱۴۰۰) به‌بررسی طراحی الگوی جامع سرمایه فکری با استفاده از رویکرد فراترکیب پرداختند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی بوده و در آن از روش فراترکیب استفاده شده است. در این پژوهش با استفاده از روش فراترکیب و بازنگری دقیق در موضوع، یافته‌های پژوهش‌های کیفی و کمی مرتبط ترکیب و الگوی حاضر طراحی شد.در این راستا، در نهایت ۸۶۳ پژوهش در حوزهٔ سرمایه فکری ارزیابی شد که در پایان ۱۱۲ پژوهش انتخاب و با تحلیل محتوای آن‌ها ابعاد و کدهای مربوطه استخراج و میزان اهمیت و اولویت هریک با استفاده از روش آنتروپی شانون تعیین شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، کدهای تصویر و شهرت سازمان، رویه‌های سازمانی، حق ثبت اختراعات، وفاداری مشتری، خلاقیت کارکنان و برنامه‌های آموزشی سازمان برای کارکنان، بیشترین ضریب اهمیت را بین ابعاد سه‌گانه سرمایه فکری دارند. در نهایت، پس از طی گام‌های

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

پژوهش، مدل جامع سرمایه فکری در سه بعد سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای ارائه شد.

هاتفی (۱۳۹۹) به‌بررسی ارزیابی سرمایه فکری در صنعت بانکداری و ارتباط آن با عملکرد بانک‌ها (مورد مطالعه: بانک ملت شهر یزد) پرداخته است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی – پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه سرپرستان، مدیران و کارکنان شعب بانک ملت شهر یزد می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که با توجه به حجم جامعه نامحدود، حجم نمونه آماری مورد نیاز پژوهش ۳۶۴ نفر می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از نرم‌افزار مدلسازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی اسمارت پی‌ال‌اس استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت و متوسطی و قوی دارد.

نیک‌بخت و کلهرنیا (۱۳۹۸) به‌بررسی تدوین مدل گزارشگری سرمایه فکری در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی پرداخته‌اند. در این پژوهش ابتدا به کمک مصاحبه و بر اساس تحلیل تم برآمده از مصاحبه با ۱۹ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران حوزه سرمایه فکری و شرکت‌های دانش‌بنیان، مدلی برای گزارشگری آثار سرمایه فکری در شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۱۳۹۷ انجام‌شده است. همچنین پرسشنامه‌ای به‌منظور ارزیابی میزان مقبولیت مدل کیفی به‌دست آمده برای ۱۱۴ صاحب‌نظر دیگر ارسال گردید که ۸۷ نفر به آن پاسخ دادند. نتایج به‌دست آمده بیانگر تأیید تمام اجزای اصلی مدل کیفی تدوین شده است. در این مدل گزارشگری سرمایه فکری با معیارهای کمی – کیفی و بر مبنای ۲۳ معیار قابل سنجش به‌دست آمده از مصاحبه با خبرگان مناسب به‌نظر می‌رسد. همچنین ارائه سرمایه فکری در گزارش فعالیت هیأت مدیره به عنوان مکان مناسب گزارشگری سرمایه فکری مورد تأیید قرار گرفت. از پیامدهای گزارشگری سرمایه فکری، استفاده به عنوان ورودی ارزشگذاری شرکت‌ها و مقاصد تأمین مالی، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و ابراز مدیریتی کاربردی مورد تأیید قرار گرفت.

مشایخی و بیرامی (۱۳۹۷) به‌بررسی ارائه الگوی اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود پرداختند. نظر به حرکت ایران به‌سوی پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی گزارشگری مالی از یک‌سو و اهمیت یافتن بیش از پیشِ نقش دارایی‌های نامشهود در اقتصاد از سوی دیگر، این پژوهش به تدوین مدل اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود مورد استفاده در ایران می‌پردازد. ماهیت مدل ارایه‌شده در این پژوهش، همانند تلاش‌های صورت‌گرفته توسط نهادهای استانداردگذار همچون هیات استانداردهای بین‌المللی حسابداری، مبتنی بر سازه اجتماعی بوده و در نتیجه بر مبنای فرایند مشاوره و

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

کنش‌های متقابل با متخصصان ساخته شد، اما برخلاف فرایند قانونگذاری استانداردگذاران، تجزیه‌وتحلیل‌های صورت گرفته در این پژوهش مبتنی بر استفاده از روش نظریه داده‌بنیان و با استفاده از مصاحبه‌های ساختارنیافته و عمیق انجام شده است. این پژوهش با انجام ۱۵ مصاحبه به روش گلوله‌برفی به اشباع رسید. نتایج پژوهش نشان داد پدیدهٔمحوری در الگوی اندازه‌گیری دارایی نامشهود در میان ارزیابان دارایی‌های نامشهود «سودمندی در تصمیم» است که در شرایط علّی سطح تجمیع، وضعیت سواری مجانی، قابلیت اندازه‌گیری و تعیین هدف از ارزیابی و راهبرد استفاده از مبنای اندازه‌گیری چندگانه تبیین‌پذیر است که با رویکرد کنونی استانداردهای حسابداری بین-المللی همسو است.

میرزایی و همکاران (۱۳۹۶) به‌بررسی طراحی مدل دارایی‌های نامشهود سازمانی با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری- تفسیری پرداختند. این پژوهش با هدف طراحی مدل دارایی‌های نامشهود سازمانی با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل رؤسای دانشگاه و معاونین و رؤسای دانشکده‌های دانشگاه‌های دولتی منطقه ۵، کشور بود که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند ۱۴ نفر از آنان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. پژوهش دارای دو گام اصلی است که در گام نخست، ابعاد دارایی‌های نامشهود سازمانی از مبانی نظری استخراج و با استفاده از روش دلفی و مصاحبه با خبرگان نمونه آماری، ارزیابی و تأیید شدند. خروجی این مرحله، شناسایی یازده بُعد دارایی‌های نامشهود بود. در گام دوم برای برقراری ارتباط و توالی بین ابعاد و ارائه مدل ساختاری آن‌ها از رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری بهره گرفته شد. نتایج پژوهش به طراحی مدل دارایی‌های نامشهود سازمانی در چهار سطح منجر شد. سرمایه‌های فکری، دانشی، اطلاعاتی و هوشی به‌عنوان تأثیرگذارترین ابعاد دارایی‌های نامشهود سازمانی شناسایی شدند که نقش مهم و کلیدی در مدل دارند. سرمایه‌های فرهنگی، سیاسی، سازمانی و شهرت سازمانی به‌عنوان خروجی مدل و کم‌اثرترین ابعاد شناسایی شدند؛ همچنین در بررسی و تحلیل MICMAC متغیرها بر حسب قدرت نفوذ و وابستگی، ابعاد سرمایه فرهنگی، سرمایه سیاسی، شهرت سازمانی و سرمایه سازمانی در خوشه وابسته، سرمایه‌های فکری، اجتماعی، معنوی و روانشناختی در خوشه پیوندی و سرمایه‌های دانشی، اطلاعاتی و هوشی در خوشه مستقل قرار گرفته‌اند و هیچ بعدی در خوشه خودمختار قرار نگرفته است.

زاهدی و همکاران (۱۳۹۲) به‌بررسی طراحی الگوی اندازه‌گیری سرمایه فکری در سازمان‌های فرهنگی دولتی ایران پرداختند. سرمایه فکری دانشی است که می‌تواند تولید ارزش کند. امروزه توجّه به سرمایه‌های فکری، رویکردی است که ابزار تحقّق کارایی و کارآمدی را در اختیار مدیران بخش دولتی می‌گذارد و از این‌رو مؤلفه‌های ناملموس مورد توجه شدید در بخش دولتی قرار گرفته

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

است، علیرغم این میزان اهمیت، سرمایه فکری در سازمان‌های دولتی به‌ندرت جایگاه خود را یافته است و تاکنون تعداد کمی از سازمان‌های دولتی برای اندازه‌گیری و مدیریت و گزارش دارایی‌های ناملموس خود تلاش کرده‌اند. این تحقیق در پی ارائه مدلی برای اندازه‌گیری و ارزیابی سطح سرمایه‌های فکری در سازمان‌های فرهنگی-دولتی کشور و آزمون مدل از طریق ارزیابی سرمایه‌های فکری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌عنوان بزرگترین و اصلی‌ترین سازمان متولی فرهنگ در ایران می‌باشد، تا از این رهگذر در جهت مدیریت هر چه بهتر این سرمایه‌ها گام برداشته شود. در این تحقیق پس از مروری بر ادبیات سرمایه‌های فکری و به خصوص مدل‌های اندازه‌گیری و ارزیابی سرمایه فکری در سازمان‌های دولتی، مدل اولیه تحقیق طراحی شد، با استفاده از تکنیک گروه کانونی و دلفی و استفاده از نظرات خبرگان شاخص‌های مدل تعدیل و اصلاح شدند و پرسشنامه حاصله در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مورد آزمون قرار گرفت. تجزیه و تحلیل یافته‌های حاصله از پیمایش، فرضیه‌های تحقیق و روایی مدل ارائه‌شده برای اندازه‌گیری و ارزیابی سرمایه‌های فکری سازمان‌های فرهنگی-دولتی را مورد تأیید قرار داد.

۲-۲. مطالعات خارجی

مطالعه علی و انور[1] (۲۰۲۱) به‌بررسی تأثیر سرمایه فکری بر کارایی بیمارستان‌های خصوصی پرداختند. این مطالعه با استفاده از نمونه ای متشکل از ۹۲ بیمار، به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر کارایی بیمارستان‌های خصوصی پرداخت. محققان از یک رویکرد کمی برای ارزیابی تأثیر سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) بر مزیت رقابتی بلندمدت در بیمارستان‌های خصوصی در منطقه کردستان عراق استفاده کردند. نمونه پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و در نقاط مختلف استان کردستان عراق انجام شد. در مجموع ۱۱۰ پرسشنامه توزیع شد که تنها ۹۲ نفر آن‌ها را به‌درستی تکمیل کردند. یافته‌ها نشان داد که بیشترین رابطه مؤثر با موفقیت شرکت بین سرمایه انسانی به‌عنوان عنصر سرمایه فکری و کمترین رابطه بین مالکیت به‌عنوان عنصری از سرمایه فکری بود. مدیران مالی باید از بدهی‌ها به‌عنوان آخرین چاره از نظر سرمایه فکری استفاده کنند. در نهایت، نتایج تحقیقات را می‌توان با استفاده از متغیرهای کنترل‌شده‌تر، حجم نمونه بیشتر و داده‌های مربوط به بازه زمانی طولانی‌تر در مدل‌های رگرسیون بهبود بخشید. می‌توان از روش‌ها و مراحل دیگری نیز استفاده کرد.

[1] Ali & Anwar

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

تفرا و هانساکر[1] (۲۰۲۱) به‌بررسی دارایی‌های نامشهود به‌عنوان یک مفهوم چندبعدی پرداختند. دارایی‌های نامشهود به عنوان یک مفهوم چندبعدی توصیف شده است. با این حال، شکافی در تحقیقات وجود دارد که دارایی‌های نامشهودها را به‌عنوان یک سازه مرتبه بالاتر در نظر می‌گیرد. بنابراین، این مقاله با توجه به چهار بعد اصلی دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های کوچک و متوسط تمرکز بر این دارد که نشان دهد چگونه دارایی‌های نامشهودها می‌توانند به‌درستی به‌عنوان یک سازه مرتبه بالاتر مشخص و اندازه‌گیری شوند. یک مدل یک سازه مرتبه بالاتر با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی PLS با شاخص تکراری اعمال می‌شود. این رویکرد به اعتبار استدلال برای در نظر گرفتن دارایی‌های نامشهود به عنوان یک سازه مرتبه بالاتر با آزمایش الزامات اساسی مدل سازه کمک می‌کند. یافته اصلی از آزمون پایایی، اعتبار، تحلیل چند خطی و افزونگی مدل نشان می‌دهد که استقرار دارایی‌های نامشهود به‌عنوان یک مدل یک سازه مرتبه بالاتر معتبر است. علاوه بر این، نتایج مطالعه شبیه‌سازی استفاده از مدل پیشنهادی را پشتیبانی می‌کند. اعتقاد بر این است که مدل پیشنهادی درک مناسب دارایی‌های نامشهود و رابطه آن‌ها با نتایج سازمانی را افزایش می‌دهد. علاوه بر این، این مدل می‌تواند مدیریت سازمانی را از رویکرد یکپارچه مورد نیاز برای همگام‌سازی موثر منابع استراتژیک خود برای بهبود عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در حال رشد کارآفرینی آگاه کند. این مقاله اولین مقاله‌ای است که اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود را به‌عنوان یک سازه مرتبه بالاتر با استفاده از PLS-SEM بر اساس ابعاد به روز شده دارایی‌های نامشهود نشان می دهد. نویسندگان بر این باورند که این مقاله راه را برای بحث های آینده در مورد اندازه گیری دارایی‌های نامشهود برای انجام مطالعات تاثیرگذار دقیق با حجم نمونه بزرگتر هموار می‌کند.

ون‌کریکینگن و همکاران (۲۰۲۱) به‌بررسی وضعیت هنر در زمینه اندازه‌گیری «اموال نامشهود» برای تجزیه و تحلیل بهره‌وری پرداختند. هدف مقاله اطلاع‌رسانی به توسعه و اجرای شاخص در تحلیل اقتصادی، هم در سطوح خرد و هم در سطح تجمیع است. این بررسی به‌دنبال کشف توسعه اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود است که جهات مختلفی را هم از نظر تعریف، روش و داده‌ها بررسی کرده است. ما هم تنوع این رشته و هم توسعه آن را در طول زمان مشخص می‌کنیم. قوانین فعلی حسابداری در سطح ملی و شرکتی، از دیدگاه اقتصادی در مورد دارایی‌های نامشهود، منجر به دست‌کم گرفتن دارایی‌های نامشهود و رشد بهره‌وری می‌شود. فرصت‌های زیادی برای جمع‌آوری یا اعتبار متقابل بین معیارهایی که در حال حاضر استفاده می‌شوند وجود دارد و درک ما از ویژگی‌های این معیارها را افزایش می‌دهد. حتی اگر کار مبتنی بر خرد از نظر در دسترس بودن داده‌ها با

[1] Tefera & Hunsaker

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

چالش‌های بزرگی روبه‌رو است، برای تخمین نرخ استهلاک و در توسعه درک ما (و در نتیجه اندازه-گیری بهتر) از اشکال گسترده‌تری از دارایی‌های نامشهود مهم خواهد بود که پس از آن می‌تواند اندازه‌گیری را در مجموع‌تر نشان دهد.

دالوایی[1] و همکاران (۲۰۲۱) به‌بررسی سرمایه فکری، ثبات بانک و ریسک‌پذیری: شواهدی از بازارهای نوظهور آسیایی پرداختند. این مطالعه از نمونه‌ای از ۲۰۴ بانک فهرست شده از ۱۲ کشور نوظهور آسیایی برای دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ تشکیل شده است. داده ها با استفاده از رگرسیون حداقل مربعات معمولی تجزیه و تحلیل شدند و برای استحکام با استفاده از تخمین لحظه‌ای روش-های تعمیم یافته سیستم (GMM) بررسی شدند. متغیر وابسته ثبات بانک با استفاده از بازده دارایی مبتنی بر امتیاز Z (ROA) و بازده حقوق صاحبان سهام (ROE) اندازه‌گیری می‌شود. دومین متغیر وابسته ریسک بانکی با انحراف استاندارد ROA، ROE، وام‌های غیرجاری و تامین زیان وام مشخص می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که کارایی سرمایه فکری هیچ ارتباطی با ریسک-پذیری و ثبات بانک ندارد. یافته‌ها هیچ حمایتی از نظریه مبتنی بر منابع نمی‌دهد. با این حال، از دیدگاه شکنندگی رقابت حمایت می‌شود زیرا قدرت بازار بالا با ریسک‌پذیری کم همراه است. مولفه‌های فرعی سرمایه فکری، کارایی سرمایه انسانی یک ضریب منفی برای ریسک‌پذیری بانک گزارش می‌کنند و در نتیجه هیچ پشتیبانی برای روابط فرضی ندارند. بانک‌های متنوع با نسبت سپرده به کل دارایی بالاتر به ریسک پذیری بالا متوسل می‌شوند. کارایی سرمایه فکری تأثیری بر رفتار ریسک‌پذیری بانک و ثبات بانک‌های آسیایی ندارد. مدیران می‌توانند از این یافته‌ها برای بهبود سرمایه فکری خود و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران استفاده کنند. هنگامی که تولید ناخالص داخلی کاهش می‌یابد، مقامات نظارتی باید عملکرد نظارتی خود را بر بانک‌ها افزایش دهند، زیرا رفتارهای ریسک‌پذیر در این دوره افزایش می‌یابد.

جانسل[2] (۲۰۲۱) به‌بررسی ترکیب منابع ناملموس، ملموس و موفقیت شرکت پرداخته است. منابع شرکت محرک‌های مهم موفقیت شرکت هستند و منابع ملموس و ناملموس پیشنهاد شده‌اند که وقتی به‌طور مستقل مطالعه شوند، تأثیر خطی مثبتی بر موفقیت شرکت داشته باشند. در این مطالعه، بر کل ترکیب پرتفوی منابع یک شرکت تمرکز شده است و فرض شده که دسته‌بندی انواع منابع غیرمشابه فرآیند پیچیده‌ای است که شامل مبادلات است. با تکیه بر نظریه پیچیدگی، پیشنهاد می‌شود که موفقیت شرکت ممکن است تحت تأثیر ترکیب منابع باشد، همان‌طور که توسط ناملموس بودن نسبی نشان داده می‌شود -یعنی سهم یک شرکت از منابع نامشهود نسبت به

[1] Dalwai
[2] Jancenelle

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

مجموع هر دو نوع منابع. فرضیه‌های منحنی خطی با تعدیل‌کننده‌های محیطی با استفاده از روش تحلیل متن به کمک رایانه بر روی یک نمونه طولی ۵ ساله از ۲۲۴۵ شرکت S&P۵۰۰ توسعه و آزمایش می‌شوند. نتایج نشان می‌دهد که ناملموس بودن نسبی یک رابطه U شکل با بهره‌وری را نشان می دهد که یک شاخص کلیدی موفقیت شرکت است. با این حال، هنگامی که تعدیل‌کننده‌های محیطی معرفی می‌شوند، تغییر شکل مشاهده می‌شود، زیرا این رابطه در محیط‌های کمتر پیچیده‌تر که با ناپایداری کم و قدرت بالا مشخص می‌شود، به شکل U معکوس می‌شود.

یوسای[1] و همکاران (۲۰۲۰) به‌بررسی شادی به‌عنوان محرک ابتکار کارآفرینی و سرمایه نوآوری پرداختند. هدف این مطالعه با بررسی این‌که آیا شادی ممکن است بر ابتکار کارآفرینی و مالکیت فکری تأثیر مثبت داشته باشد یا خیر، دانش را در حوزه سرمایه فکری و کارآفرینی گسترش می‌دهد. مجموعه داده در مقیاس بزرگ مورد استفاده برای سال ۲۰۱۸ از Eurostat استخراج‌شده است. این شامل اطلاعاتی در مورد شادی فردی، پایداری، استارت آپ‌ها، خلاقیت، مالکیت معنوی و کیفیت زندگی است که بر اساس کشورهای اروپایی گروه‌بندی شده است. فرضیه‌ها با استفاده از روش رگرسیون خطی آزمون شدند. یافته‌ها تأیید می‌کنند که شادی، همراه با خلاقیت، هم ابتکار کارآفرینی و هم مالکیت فکری را تقویت می‌کند. مطالعات آینده باید مدل را با گسترش تحلیل به مناطق مختلف جهان و با در نظر گرفتن متغیرهای بیشتر، مانند فرهنگ کشور، آزمایش کنند. پیامدهای عملی این مطالعه نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران باید بر بهبود شرایط زندگی و پایداری به‌عنوان ابزاری برای تقویت اقتصادها و جوامع محلی تمرکز کنند. این مطالعه پیشرفته در جنس خود منحصر به فرد است، زیرا ادبیات قبلی هرگز روی این موضوعات به‌طور مشترک تمرکز نکرده‌اند. در سطح آکادمیک، شادی را با خلاقیت و «روح کارآفرینی» پیوند می‌دهد، بنابراین به روی حوزه جدید و وسیعی از تحقیقات باز می‌شود.

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف اکتشافی - کاربردی می‌باشد و از حیث ماهیت داده‌ها، پژوهش آمیخته محسوب می‌شود و سعی دارد الگوی ارزیابی سرمایه فکری طراحی کند. جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر شامل دو بخش بود: ۱- جامعه آماری بخش کیفی پژوهش: جامعه مورد مطالعه بخش کیفی پژوهش شامل خبرگان (مدیران و کارشناسان ارشد بانک‌های دولتی، کارشناسان خبره دارای سابقه بیش از ۲۰ سال تجربه بانکی) و اساتید دانشگاه آشنا به مباحث بانکی بود که به‌صورت

[1] Usai

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

هدفمند و با استفاده از روش نمونه‌گیری از نوع گلوله‌برفی پس از مروری بر ادبیات سرمایه فکری و بررسی مدل‌های اندازه‌گیری و ارزیابی سرمایه فکری، از طریق مصاحبه از ۱۷ نفر، مولفه‌ها و سوالات به حد اشباع رسیدند. ۲- جامعه آماری بخش کمی پژوهش: مدیران کل، روسای شعب ممتاز، کارشناسان ارشد و مدیران امور ستادی بانک‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران شامل: ۱- بانک ملی ایران ۲- بانک سپه ۳- بانک توسعه صادرات ایران ۴- پست بانک ایران ۵- بانک صنعت و معدن ۶- بانک کشاورزی ۷- بانک مسکن ۸- بانک توسعه تعاون تشکیل می‌دهد. در بخش کمی پژوهش حاضر، با توجه به اطلاعات کسب شده از بانک مرکزی حجم جامعه آماری ۱۱۰۰ نفر برآورد شد، که با توجه به جدول مورگان ۲۸۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری محاسبه و برای انتخاب آن-ها از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقاتی استفاده شد. ابزار پژوهش در مطالعه حاضر شامل دو بخش کیفی و کمی می‌باشد. در بخش کیفی، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته طراحی شده است. در این پرسشنامه سرمایه فکری به چهار مؤلفه: سرمایه انسانی، ساختاری، مشتری و نوآوری تقسیم‌بندی شده است. سرمایه انسانی شامل: سه زیرمؤلفه شایستگی (سؤالات ۱ تا ۵)، مهارت و توانمندی (سؤالات ۶ تا ۸) نگرش (سؤالات ۹ تا ۱۲) و انگیزش (سؤالات ۱۳ تا ۱۷)، سرمایه ساختاری شامل: سه زیرمؤلفه سیستم و ساختار سازمانی (سؤالات ۱۸ تا ۲۱)، زیرساخت‌های فناوری اطلاعات (سؤالات ۲۲ تا ۲۶) و ارتباطات و فرایندهای داخلی (سؤالات ۲۷ تا ۲۹)، سرمایه مشتری شامل: سه زیرمؤلفه ارتباط با ارباب‌رجوع (سؤالات ۳۰ تا ۳۲)، همکاری و شبکه‌سازی (سؤالات ۳۳ تا ۳۶) و وفاداری مشتریان (سؤالات ۳۷ تا ۳۹) و سرمایه نوآوری شامل: سه زیرمؤلفه مکانیزم نوآوری (سؤالات ۴۰ تا ۴۲)، نوآوری تکنولوژی (سؤالات ۴۳ تا ۴۵) و نوآوری اداری (سؤالات ۴۶ تا ۴۸) تقسیم شده است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS 22 و Lisrel استفاده می‌شود.

۴. یافته‌های پژوهش

به‌صورت کلی یافته‌های این تحقیق به دو مرحله تقسیم می‌شوند، در مرحله اول محقق قبل از مصاحبه با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، اطلاعات در مورد موضوع به‌دست آورده است، محقق در زمان مصاحبه اطلاعاتی درباره موضوع تحقیق در اختیار اعضای نمونه قرار داده و مصاحبه‌شوندگان به سوالات ساختاریافته و منظم در هنگام مصاحبه پاسخ دادند. با استفاده از مصاحبه صورت گرفته از خبرگان مولفه‌های سرمایه فکری مشخص گردید. نتایج جمعیت‌شناختی ۱۷ نفر خبرگان شرکت-کننده در پژوهش حاضر در جدول ۱ گزارش شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی خبرگان

کد مصاحبه‌شونده	نام مصاحبه‌شونده	مدرک تحصیلی	سمت سازمانی
M101	محمدعلی جباری	فوق لیسانس	مدیر پست بانک
M102	ایوب نوری	فوق لیسانس	مدیر بانک توسعه و تعاون
M103	محمدرضا گودرزی	دکتری	مدیر پست بانک
M104	جعفر شرفی	فوق لیسانس	مدیر بانک کشاورزی
M105	ماشالله مرادیان	فوق لیسانس	مدیری بانک سپه
H101	رحمان دوستیان	دکتری	هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی
H102	ارکیده طاهری	دکتری	هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور
H103	ایوب گراوند	دکتری	هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور
H104	مسعود طاهری‌نیا	دکتری	هیئت عملی دانشگاه لرستان
H105	سبحان عبدالرضایی	دکتری	هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی
K101	هادی شعبانی	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی
K102	امین سبزیان	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی
K103	لیلا صادقی‌فر	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی
K104	اسد رحمتی	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی
K105	سیدمهدی موسوی مطلق	دکتری	کارشناس ارشد بانکی
K106	محسن مرادیان	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی
K107	محمدرضا علی‌اکبر	فوق لیسانس	کارشناس ارشد بانکی

محقق در زمان مصاحبه، اطلاعاتی دربارهٔ موضوع تحقیق در اختیار اعضای نمونه قرار داد و مصاحبه‌شوندگان به سؤالات ساختاریافته و منظم در هنگام مصاحبه پاسخ دادند (مصاحبهٔ منظم). از این‌رو باید گفت که محقق با استفاده از مصاحبه و کدگذاری زنده تمامی عوامل را شناسایی کرده است. در خصوص نحوهٔ کدگذاری و استفاده از کدگذاری زنده باید گفت این روش بارزترین و پرتکرارترین عبارات، اشارات و کلمات را با استفاده از محاسبه درصد فروانی آن‌ها در قالب کد تعریف کرده و در نهایت عوامل شناسایی‌شده را در اختیار محقق قرار می‌دهد. با استفاده از مصاحبه صورت‌گرفته از خبرگان، زیرمؤلفه‌های سرمایه فکری به شرح جدول ۲ می‌باشد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

جدول ۲. زیرمؤلفه‌های شناسایی‌شده سرمایه فکری از طریق مصاحبه

ردیف	مولفه	ردیف	مولفه	ردیف	مولفه	ردیف	مولفه
۱	چشم‌انداز	۱۳	برند سازمانی	۲۵	توانایی برقراری روابط اجتماعی	۳۷	تفکر تحلیلی
۲	هوش سازمانی	۱۴	هوش فرهنگی	۲۶	انگیزه	۳۸	سرمایه نوآوری
۳	بهره‌وری	۱۵	پایگاه داده‌ها	۲۷	زیرساخت‌های اطلاعاتی	۳۹	مدیریت بحران
۴	آرمان‌گرایی	۱۶	اعتماد به نفس	۲۸	مهارت‌های سازمانی	۴۰	کار تیمی
۵	شایسته‌سالاری	۱۷	مدیریت دانش	۲۹	سرمایه رابطه‌ای	۴۱	اعتماد سازمانی
۶	منشور اخلاقی	۱۸	استقبال از تفاوت‌ها	۳۰	سرمایه انسانی	۴۲	مسئولیت اجتماعی
۷	ویژگی‌های محیط کار	۱۹	هوش عاطفی	۳۱	هوش رقابتی	۴۳	خودانگیختگی
۸	بورکراتیک	۲۰	آموزش	۳۲	وفاداری	۴۴	مشتری‌مداری
۹	امید	۲۱	فرهنگ‌سازی	۳۳	تعهد سازمانی	۴۵	توسعه منابع
۱۰	رهبری	۲۲	سرمایه ساختاری	۳۴	هوش اجرایی	۴۶	خلاقیت سازمانی
۱۱	احساس رسالت	۲۳	ارزش‌آفرینی	۳۵	تصویرسازی ذهنی	۴۷	توانمندسازی
۱۲	استقلال رای	۲۴	انسجام	۳۶	خودکارآمدی	۴۸	یکپارچگی

طبق نتایج جدول ۲ می‌توان مؤلفه‌های شناسایی‌شده سرمایه فکری در بانک‌های دولتی کشور را ۴۸ مؤلفه طبقه‌بندی کرد. نتایج نشان داد که سرمایه فکری دارای ۴ مؤلفه‌ی سرمایه انسانی (با زیرمؤلفه‌های انگیزه، آموزش، شایسته‌سالاری، مدیریت دانش، اعتماد به‌نفس، هوش اجرایی، خودانگیختگی، کار تیمی، هوش فرهنگی، هوش سازمانی، استقلال، امید، هوش عاطفی، هوش رقابتی، توانمندسازی و خودکارآمدی)، سرمایه رابطه‌ای (با زیرمؤلفه‌های رهبری، وفاداری، تفکر تحلیلی، انسجام، تعهد سازمانی، توسعه منابع، یکپارچگی، خلاقیت سازمانی، مشتری‌مداری، توانایی برقراری روابط اجتماعی و منشور اخلاقی)، سرمایه ساختاری (با زیرمؤلفه‌های چشم‌انداز، بوروکراتیک، مهارت‌های سازمانی، اعتماد سازمانی، زیرساخت اطلاعاتی، ویژگی محیط کار، فرهنگ سازمانی، پایگاه داده‌ها و احساس رسالت) و سرمایه نوآوری (با زیرمؤلفه‌های تصویرسازی ذهنی، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، بهره‌وری، برند سازمانی، مسئولیت اجتماعی، مدیریت بحران و استقبال از تفاوت‌ها) می‌باشد.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

جهت آزمون مقبولیت مدل به‌دست آمده از تحقیق نیز پرسشنامه‌ای در قالب ۴۸ سؤال طراحی و در اختیار پاسخگویان توزیع گردید. پرسشنامه مذکور در مقیاس پنج‌تایی لیکرت، میزان موافقت یا مخالفت پاسخ‌دهنده را با هر یک از گزاره‌های مربوط به اجزای مدل به‌دست آمده از تحقیق از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم می‌سنجد. یافته‌های جمعیت‌شناختی پرسشنامه در نمونه‌ی ۲۸۵ نفری در جدول ۳ گزارش شده است.

جدول ۳. مشخصات جمعیت‌شناختی افراد شرکت‌کننده پژوهش

وضعیت	معیار	فراوانی	درصد	وضعیت	معیار	فراوانی	درصد	وضعیت	معیار	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۳۸	۸۳/۵	تحصیلات	لیسانس	۸۶	۳۰/۲	بانک	ملی	۵۸	۲۰/۴
	زن	۴۷	۱۶/۵		فوق-لیسانس	۱۸۴	۶۴/۶		سپه	۴۰	۱۴
سن	۳۰-۴۰	۷۸	۲۷/۴		دکتری	۱۵	۵/۳		توسعه صادرات	۲۱	۷/۴
	۴۱-۵۰	۱۴۲	۴۹/۸	رشته تحصیلی	مدیریت	۱۱۲	۳۹/۳		پست بانک	۳۸	۱۳/۳
	بالای ۵۰	۶۵	۲۲/۸		ریاضی کاربردی	۱۸	۶/۳		صنعت و معدن	۱۵	۵/۳
سابقه خدمت	۱۵-۲۱	۱۲۶	۴۴/۲		حسابداری	۹۵	۳۳/۳		کشاورزی	۴۲	۱۴/۷
	۲۱-۲۵	۱۲۴	۴۳/۵		اقتصاد	۳۸	۱۳/۳		مسکن	۵۳	۱۸/۶
	بالای ۲۵	۳۵	۱۲/۳		کامپیوتر	۲۲	۷/۷		توسعه تعاون	۱۸	۶/۳

یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی متغیرهای پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. برای بررسی پایایی پژوهش از آلفای کرونباخ به‌عنوان یک معیار سنتی و پایایی ترکیبی (CR) به‌عنوان یک معیار مدرن استفاده شده است. از معیارهای ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری واریانس استخراج‌شده (AVE) است. نتایج در جدول ۴ گزارش شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

جدول ۴. وضعیت توصیفی، پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

متغیر	مولفه	میانگین	انحراف استاندارد	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
سرمایه انسانی	شایستگی	۲۳/۴۰	۳/۱۶۵	-۰/۴۷۷	-۰/۱۰۹	۰/۷۲۰	۰/۸۴۱	۰/۶۴۲
	مهارت و توانمندی	۱۸/۸۳	۲/۲۷۰	-۰/۳۰۳	۰/۳۳۵	۰/۷۶۶	۰/۸۱۲	۰/۶۳۸
	نگرش	۲۳/۷۸	۲/۴۸۱	-۰/۱۰۳	-۰/۴۷۳	۰/۷۲۱	۰/۷۹۸	۰/۵۴۰
	انگیزش	۱۳/۹۸	۲/۰۷۵	-۰/۴۲۰	-۰/۲۵۴	۰/۷۷۶	۰/۸۲۳	۰/۷۹۱
	کل	۸۰/۰۰	۹/۸۲	۰/۰۸۲	-۰/۶۵۳	۰/۷۱۶	۰/۷۸۶	۰/۷۳۴
سرمایه ساختاری	زیرساخت‌های فناوری	۱۸/۸۹	۲/۲۲	-۰/۵۳۶	۰/۱۸۹	۰/۸۵۰	۰/۹۲۰	۰/۶۶۱
	فرایندهای داخلی	۲۳/۵۳	۲/۲۲	-۰/۵۶۶	-۰/۴۵۳	۰/۷۴۹	۰/۸۱۱	۰/۷۶۲
	سیستم و ساختار سازمانی	۱۴/۳۱	۲/۹۸	۰/۷۴۲	۰/۸۱۴	۰/۸۰۸	۰/۸۹۸۵	۰/۶۷۴
	کل	۵۶/۷۵	۶/۵۱	-۰/۴۷۷	-۰/۱۰۹	۰/۷۲۰	۰/۸۴۱	۰/۷۴۲
سرمایه رابطه‌ای	ارتباط با ارباب‌رجوع	۱۴/۰۲	۲/۰۵۷	-۰/۳۰۳	۰/۳۳۵	۰/۷۶۶	۰/۸۱۲	۰/۵۳۸
	همکاری و شبکه‌سازی	۱۸/۸۹	۲/۲۲	-۰/۱۰۳	-۰/۴۷۳	۰/۷۲۱	۰/۷۹۸	۰/۶۴۰
	وفاداری مشتریان	۱۴/۳۶	۱/۳۸۱	-۰/۴۲۰	-۰/۲۵۴	۰/۷۷۶	۰/۸۲۳	۰/۵۹۱
	کل	۴۷/۲۸	۵/۵۳	-۰/۵۳۶	۰/۱۸۹	۰/۸۵۰	۰/۹۲۰	۰/۶۶۱
سرمایه نوآوری	مکانیزم نوآوری	۱۳/۹۵	۲/۰۷۱	-۰/۵۶۶	-۰/۴۵۳	۰/۷۴۹	۰/۸۱۱	۰/۵۶۲
	نوآوری تکنولوژی	۱۴/۴۲	۳/۲۲	۰/۷۴۲	۰/۸۱۴	۰/۸۰۸	۰/۸۹۸۵	۰/۶۷۴
	نوآوری اداری	۱۴/۱۱	۳/۰۹۳	۰/۷۴۵	۰/۸۱۵	۰/۷۴۸	۰/۸۱۰	۰/۵۴۱
	کل	۴۲/۵۰	۶/۶۱	۰/۷۴۹	۰/۷۹۵	۰/۷۰۹	۰/۷۸۹	۰/۶۵۴

بر اساس نتایج جدول ۴، نتایج نشان می‌دهد که میانگین مشاهده (تجربه) شده که از نظر پاسخگویان به‌دست آمده، برای متغیرهای پژوهش گزارش شده است. مقادیر ضریب چولگی و ضریب کشیدگی نیز در بازه (۲ و ۲-) است که نشان‌دهنده نرمال بودن توزیع داده‌ها برای تمام متغیرها است. مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی از ۰/۷ بیشتر می‌باشد لذا پایایی معادل مورد تأیید قرار می‌گیرد و نشان‌دهنده سازگاری بالای شاخص‌های هر کدام از متغیرهای پژوهش در درون مدل‌های اندازه‌گیری است. مقدار واریانس استخراج‌شده از ۰/۵ بیشتر می‌باشد که نشان‌دهنده نقش بالای سنجش‌پذیری متغیرهای پژوهش مبتنی بر شاخص‌های هر کدام از آن‌ها است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

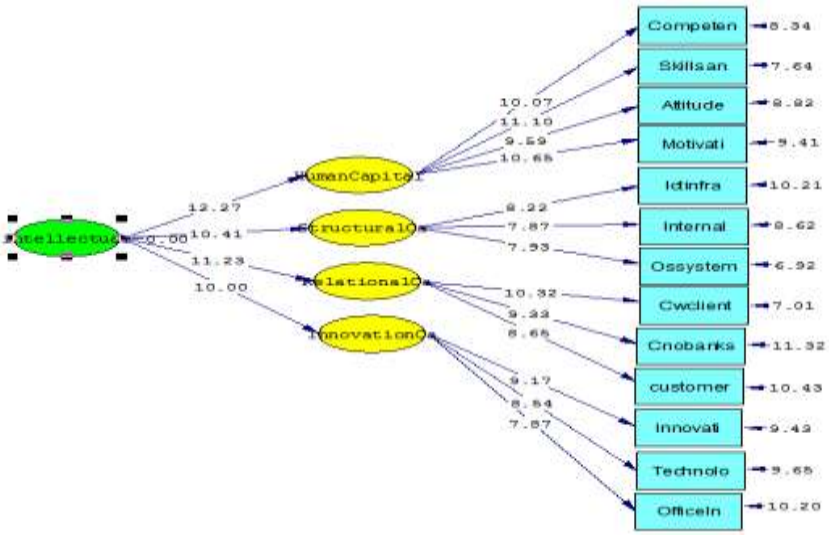
به‌منظور تحلیل داده‌های پژوهش و استنباط آماری از نرم‌افزار لیزرل جهت تحلیل مدل مفهومی و بررسی فرضیه‌های پژوهش استفاده شده است. در این پژوهش روایی سازه‌ای متغیرهای تحقیق و شاخص‌های منتج از هر متغیر با استفاده از آزمون تحلیل عاملی و مبتنی بر تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی شاخص‌های منتج از متغیرهای پژوهش

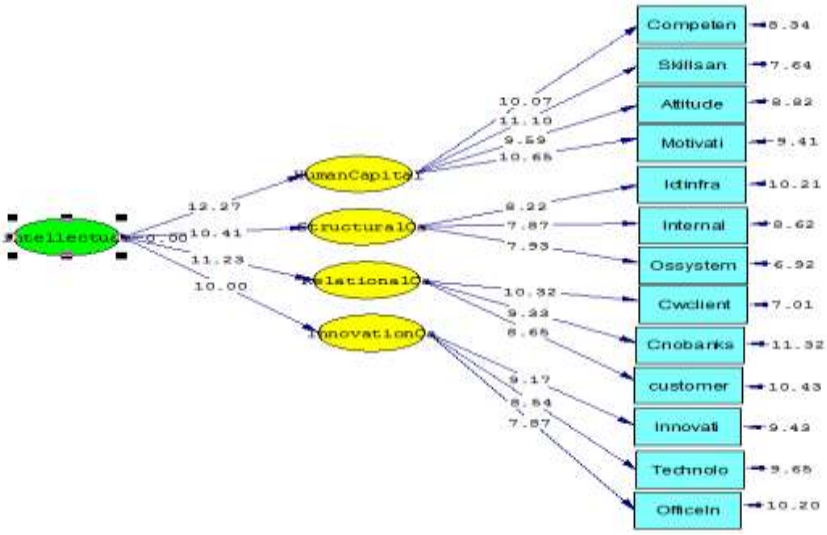
مؤلفه	اصطلاح	بارعاملی	T	مؤلفه	اصطلاح	بارعاملی	T	مؤلفه	اصطلاح	بارعاملی	T
شایستگی	Q1	۰/۶۵	۱۰/۲۶	زیرساخت-های فناوری اطلاعات و ارتباطات	Q18	۰/۸۱	۱۰/۳۱	همکاری و شبکه سازی با سایر سازمان‌ها و بانک ها	Q33	۰/۵۵	۱۱/۵۵
	Q2	۰/۵۷	۸/۲۱		Q19	۰/۹۱	۱۰/۶۲		Q34	۰/۶۵	۹/۶۵
	Q3	۰/۸۸	۷/۱۲		Q20	۰/۷۲	۷/۸۴		Q35	۰/۷۱	۸/۷۱
	Q4	۰/۷۶	۶/۱۵		Q21	۰/۶۹	۵/۷۲		Q36	۰/۸۰	۶/۸۰
	Q5	۰/۸۹	۶/۲۳	فرایندهای داخلی و سیستم	Q22	۰/۷۲	۸/۷۸	وفاداری مشتریان	Q37	۰/۸۲	۷/۸۲
مهارت و توانمندی	Q6	۰/۸۳	۹/۳۳		Q23	۰/۶۹	۱۱/۶۵		Q38	۰/۵۴	۱۰/۴۳
	Q7	۰/۶۴	۸/۳۲		Q24	۰/۵۶	۱۰/۳۵		Q39	۰/۶۰	۶/۵۴
	Q8	۰/۷۶	۱۰/۳۶		Q25	۰/۹۱	۹/۱۵	مکانیزم نوآوری	Q40	۰/۶۱	۱۲/۶۱
	Q9	۰/۵۹	۸/۴۱	ساختار سازمانی	Q26	۰/۸۷	۸/۹۸		Q41	۰/۵۷	۱۰/۵۷
نگرش	Q10	۰/۷۱	۹/۴۱		Q27	۰/۸۰	۱۲/۲۳		Q42	۰/۸۰	۸/۸۰
	Q11	۰/۶۸	۸/۳۹		Q28	۰/۷۴	۱۱/۶۱	نوآوری تکنولوژی	Q43	۰/۶۳	۸/۶۳
	Q12	۰/۵۹	۸/۰۸		Q29	۰/۵۹	۱۰/۱۱		Q44	۰/۶۵	۱۲/۶۵
	Q13	۰/۶۱	۷/۶۱	ارتباط با ارباب رجوع	Q30	۰/۶۴	۱۰/۶۴		Q45	۰/۷۸	۱۰/۷۸
انگیزش	Q14	۰/۸۱	۹/۸۱		Q31	۰/۷۱	۱۱/۷۱	نوآوری اداری	Q46	۰/۵۶	۹/۵۶
	Q15	۰/۷۱	۷/۷۱		Q32	۰/۵۳	۹/۵۳		Q47	۰/۷۸	۱۰/۷۸
	Q16	۰/۶۴	۱۰/۶۴						Q48	۰/۶۶	۱۱/۶۶
	Q17	۰/۵۵	۶/۵۵								

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول ۵ مقادیر ضرایب بارهای عاملی تمام سؤالات بیشتر از از ۰/۵ است لذا واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین مقادیر ضرایب معناداری t برای تمام سؤالات بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد. مدل ساختاری در حالت ضرایب مسیر (شکل ۱) و سطح معناداری (شکل ۲) گزارش شده است.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]



شکل ۱ مدل ساختاری در حالت ضرایب مسیر در نرم‌افزار لیزرل



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت سطح معناداری در نرم‌افزار لیزرل

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

در نتایج شاخص برازش، شاخص χ^2 / df کمتر از ۳، نتیجه RMSEA کمتر از ۰/۰۸ و PNFI بیشتر از ۰/۰۵ باشد، نتایج GFI و AGFI بیشتر از ۰/۸ باشد، و نتایج سه مورد از پنج مورد NFI، NNFI، GFI، RFI و IFI بالای ۰/۹ باشد.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری و ساختاری تحقیق

شاخص‌های برازش	حد مجاز شاخص‌ها	مدل اندازه‌گیری		مدل ساختاری	
		مقدار	نتیجه	مقدار	نتیجه
χ^2 / df	< ۳	۳/۴۷۷	تأیید	۲/۰۵۵	تأیید
RMSEA	<۰/۰۸	۰/۰۸۷	رد	۰/۰۵۴	تأیید
PNFI	>۰/۵	۰/۵۷۷	تأیید	۰/۷۰۹	تأیید
GFI	>۰/۸	۰/۷۲۵	رد	۰/۸۸۱	تأیید
AGFI	>۰/۸	۰/۹۱۲	تأیید	۰/۸۳۶	تأیید
NFI	>۰/۹	۰/۹۴۶	تأیید	۰/۹۲۳	تأیید
CFI	>۰/۹	۰/۸۴۸	رد	۰/۹۲۲	تأیید
RFI	>۰/۹	۰/۹۰۳	تأیید	۰/۹۳۰	تأیید
IFI	>۰/۹	۰/۸۵۳	رد	۰/۹۲۳	تأیید

طبق نتایج جدول ۶ مدل اندازه‌گیری پژوهش، برازش مناسبی ندارد، بنابراین مدل اولیه باید از نقطه نظر برازش اصلاح شد و در مدل ساختاری از برازش بسیار مناسبی برخوردار است.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

با یک تحلیل نظری، در این مقاله، مدلی نوآورانه برای ارزیابی سرمایه فکری ارائه شده است. برای تعریف این مدل، سرمایه فکری در چهار حوزه سرمایه انسانی، ساختاری، رابطه‌ای و نوآوری ساختاریافته در نظر گرفته شد و شاخص‌های اندازه‌گیری کمی و کیفی با توجه به محتوای ارزیابی مربوطه تعریف شدند. این مدل ارزیابی سرمایه فکری سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا توجه بیشتری به تعریف و درک اجزای سرمایه فکری داشته باشند و به‌صورت دوره‌ای تمایل به توسعه آن را از نظر سرمایه فکری ارزیابی کنند. نتایج تحلیل عاملی تأییدی در زمینهٔ بررسی روایی سازهٔ الگوی ارزیابی بر سرمایه فکری نشان داد که در مدل اندازه‌گیری، تمامی سؤالات از ارتباط معناداری با عامل مورد نظر خود برخوردارند و نتایج آزمون تی تحلیل عاملی نیز بیان‌گر این است که تمامی سؤالات قدرت پیشگویی مناسب عامل خود را دارند. نتایج این تحقیق از این حیث هم‌راستا با تحقیقات بنی‌اسدی

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

و همکاران (۱۴۰۰)، هاتفی (۱۳۹۹)، رحیمی و همکاران (۱۳۹۹)، هراتی و همکاران (۱۳۹۸)، نیک‌بخت و کلهرنیا (۱۳۹۸)، مشایخی و بیرامی (۱۳۹۷)، میرزایی و همکاران (۱۳۹۶)، عارف‌منش و رحمانی (۱۳۹۴)، زاهدی و همکاران (۱۳۹۲)، ون‌کریکینگن و همکاران (۲۰۲۱)، زیتی، مورا و همکاران (۲۰۱۸)، مدانی (۲۰۱۸)، ساندرا و جولیا (۲۰۱۷)، راسل (۲۰۱۶) و آندووا و رویزپاو (۲۰۱۶) بود. سرمایه فکری عامل اصلی و اساسی برای رشد ارزش سازمان است. همه سازمان‌هایی که مدیریت سرمایه فکری را دنبال می‌کنند بر این امر تأکید دارند که سرمایه فکری قابلیت‌های آینده سازمان را تعریف می‌کند. در سه دهه گذشته توجه به این نوع سرمایه در مباحث سازمان و مدیریت روز به روز افزایش یافته است. در بررسی انجام شده مشخص شد که محققان و صاحب‌نظران حوزه مطالعات مؤلفه‌ها و شاخص‌های مختلفی را معرفی کرده و از آن در پژوهش‌های مرتبط استفاده شده است. هرچند که پیکره غالب اکثر پژوهش‌ها سه بعد سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای است، در این پژوهش علاوه بر این سه بعد از بعد سرمایه نوآوری نیز استفاده شده است. سالیوان (۱۹۹۸) معتقد است که بحث سرمایه فکری و مدیریت آن می‌تواند تجربه ناامیدکننده‌ای باشد و دلیل این نظر را پویایی معنایی مفهوم سرمایه فکری، تعبیر استعاری آن و طیف گسترده‌ای از معانی وابسته به این مفهوم در زمینه‌های مختلف سازمانی می‌داند (بنی‌اسدی و همکاران، ۱۴۰۰). سرمایه انسانی شامل شایستگی، مهارت‌ها و تحصیلات افراد می‌باشد، در حالی که نگرش، در برگیرنده جزء رفتاری کارکنان می‌باشد. چالاکی فکری، فرد را به تغییر رویه‌ها و تفکر در مورد راه‌حل‌های نوآورانه مسائل قادر می‌سازد. بروکینگ معتقد است که دارایی یک سازمان شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مساله و سبک‌های رهبری می‌شود (بروکینگ، ۱۹۹۶). سرمایه ساختاری به‌عنوان یک مقوله اصلی سرمایه فکری، در واقع ساختار و ساز وکار انجام دادن کارها در سازمان است (بنی‌اسدی و همکاران، ۱۴۰۰). سرمایه ساختاری به‌عنوان دانش نهادی‌شده متعلق به یک سازمان می‌باشد که در پایگاه-های داده ذخیره می‌شود. با این وجود سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش است که در برگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی، فرآیندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی سازمان می‌باشد (روس، ۱۹۹۷). به‌علاوه طبق نظریه استوارت سرمایه ساختاری عبارت است از دانش موجود در تکنولوژی اطلاعات، حق ثبت محصولات، طرح‌ها و مارک‌های تجاری (استوارت، ۱۹۹۷). به باور چن و همکاران، سرمایه ساختاری به سیستم ساختار و رویه‌های جاری کسب و کار یک سازمان اشاره دارد. سرمایه ساختاری تابعی از سرمایه انسانی است چرا که سرمایه انسانی عامل تعیین‌کننده در شکل‌دهی به ساختارهای سازمانی است. در دهه اخیر توجه به بحث نوآوری به‌عنوان زیرمجموعه سرمایه ساختاری بیشتر شده (فرنهوف[1] و همکاران، ۲۰۱۵). و

[1] Ferenhof

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

حتی برخی از پژوهشگران آن را به عنوان بعدی جداگانه برای سرمایه فکری معرفی و یا از آن استفاده نموده‌اند (چنگ[1] و همکاران، ۲۰۱۴؛ لیانگ[2] و همکاران، ۲۰۱۳) که در این پژوهش سرمایه نوآوری به‌عنوان بعدی جداگانه در نظر گرفته شده است. چن[3] (۲۰۰۴) نیز در مدل خود سرمایه نوآوری را در مرکز مدل خود قرار داده و بیان می‌کند که سرمایه نوآوری نه به‌عنوان زیرمجموعه سرمایه ساختاری بلکه در ارتباط با سه نوع دیگر سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی و سرمایه مشتری عمل می‌کند. لازم به ذکر است که در برخی از پژوهش‌ها نیز از بعدی از سرمایه فکری تحت عنوان سرمایه نوپدید[4] نام برده می‌شود که گاهاً مترادف سرمایه نوآوری است و یا از نظر محتوایی با آن همپوشانی-هایی دارد (کابریلو[5] و همکاران، ۲۰۱۸). درخصوص سرمایه رابطه‌ای که به سه مقوله سرمایه ارتباط با ارباب‌رجوع، همکاری و شبکه‌سازی و وفاداری مشتریان تقسیم شده است، پژوهش کاملاً مشابهی دیده نشد، ولی در مدل ارائه شده توسط فرنهوف (۲۰۱۵) این دو مقوله فرعی به‌عنوان مقوله‌های اصلی در سطح اول معرفی شدند. البته این پژوهشگر صرفاً در کار خود تنها به معرفی مدل پرداخته است و شاخصی ارائه نداده است. لازم به ذکر است که در برخی پژوهش‌ها نیز سرمایه رابطه‌ای به دو نوع سرمایه رابطه‌ای داخلی و خارجی تقسیم شده‌اند (اینکین[6] و همکاران، ۲۰۱۷؛ کابریلو و همکاران، ۲۰۱۸)، که سرمایه رابطه‌ای داخلی به روابط درون سازمان و سرمایه رابطه‌ای خارجی روابط بیرون سازمان را شامل می‌شود. سرمایه رابطه‌ای بروکینگ در بخش دارایی‌های بازار، به مشتریان، وفاداری آن‌ها و کانال‌های توزیع که مرتبط با سرمایه مشتری هستند، اشاره می‌کند (بروکینگ، ۱۹۹۶). استوارت معتقد است موضوع اصلی سرمایه مشتری، دانش موجود در کانال‌های بازاریابی و روابط با مشتریان است. سرمایه رابطه‌ای بیانگر توان بالقوه یک سازمان به‌واسطه دارایی‌های ناملموس بیرونی‌اش است (استوارت، ۱۹۹۷). سرمایه مشتری شامل دانش موجود در همه روابطی است که سازمان با مشتریان، رقبا، تأمین‌کنندگان، انجمن‌های تجاری یا دولت برقرار می‌کند (بونتیس، ۱۹۹۸). از نظر روس و همکارانش (۱۹۹۷) سرمایه رابطه‌ای شامل روابط با ذینفعان درون و برون سازمانی است. چن و همکاران (۲۰۰۴) سرمایه مشتری را در قالب قابلیت بازاریابی، شدت بازار و وفاداری مشتری طبقه‌بندی می‌کنند. این مطالعات شواهد بیشتری را درباره اهمیت سرمایه مشتری به‌عنوان یک جزء کلیدی سرمایه فکری یک سازمان فراهم می‌سازد. به‌طور کلی، سرمایه مشتری که به‌عنوان یک واسطه در فرآیند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل تعیین‌کننده اصلی در تبدیل

[1] Chang
[2] Liang
[3] chen
[4] Renewal capital
[5] Cabrilo
[6] Inkinen

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه، عملکرد کسب و کار سازمان است. بدون سرمایه رابطه‌ای ارزش بازاری یا عملکرد کسب و کار سازمان نمی‌تواند محقق شود. بنابراین، رشد سرمایه رابطه‌ای به حمایت از سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری بستگی دارد (چن، ۲۰۰۴).

در خصوص جنبه اهمیت و نوآوری باید به این نکته توجه کرد که در ادبیات مدیریت مفهوم سرمایه فکری مفهومی جدید است به ویژه با توجه به مرور ادبیات پژوهش، بیشتر تحقیقات در خصوص دارایی‌های نامشهود متمرکز بر دارایی‌های نامشهودی که به وسیله قانون حمایت شده‌اند و به آن‌ها عنوان مالکیت معنوی را داده‌اند مانند سرقفلی، حق اختراع‌ها و کپی‌رایت‌ها و علایم و برندهای تجاری است ولی در این پژوهش به سرمایه فکری که از دارایی‌های نامشهود می‌باشد و فرآیندهای دانش‌بنیان تشکیل‌شده، پرداخته است. از طرفی تحقیق حاضر در مقایسه با سایر تحقیقات مذکور در پیشنه پژوهش با دید وسیع‌تر و نگرش کلی‌تری به سرمایه فکری و شناسایی عوامل آن پرداخته است.

با نگاهی به نتایج خروجی‌های لیزرل متوجه می‌شویم که مدل اندازگیری مدل مناسبی است. دیاگرام مسیر، روابط مزبور بر حسب ضریب استانداردشده نیز نشان می‌دهد بین اجزای سرمایه فکری یعنی سرمایه انسانی، ساختاری، رابطه‌ای، نوآوری با مولفه‌های آن رابطه مستقیمی وجود دارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد که بانک‌ها در پی ارتقا پایگاه دانشی خود بوده و از طریق سرمایه‌گذاری در عواملی که سبب تقویت سرمایه فکری می‌شود ضمن افزایش بازدهی بانک، از آن‌ها در جهت ارایه خدمات به ارباب‌رجوع استفاده کنند. با ایجاد زیرساخت‌های لازم زمینه‌ای فراهم آوردند که بتوانند با سرعت و دقت بیشتری اطلاعاتی از رقبا، وضعیت بازار، فناوری جدید و تغییرات اجتماعی به‌دست آورند. ضمناً به‌منظور بهبود سرمایه انسانی خود مدیریت بانک‌ها می‌بایست در راستایی تقویت مؤلفه‌های سرمایه فکری اقدام نمایند. در سطح سازمانی، مدل ارزیابی سرمایه فکری پیشنهادی می‌تواند ابتدا به آن‌ها کمک کند تا وضعیت موجود سرمایه فکری خود را تشخیص دهند، تا فاصله خود را از رقبای خود، خواسته‌های مشتریان و سازمان‌هایی با بهترین مدیریت سرمایه فکری جمع‌آوری و بهترین شیوه‌ها را کشف کنند. مدل پیشنهادی بانک‌ها را قادر می‌سازد تا کارکردها (تأثیر و ارتباط با نتایج مالی) سرمایه فکری‌های مختلف را درک کنند و برای پیدا کردن اجزای اصلی سرمایه فکری در داخل و خارج از سازمان به بهترین نتیجه دست پیدا کنند. در نهایت، با این سیستم اندازه‌گیری، یک سازمان باید شیوه‌های مدیریت سرمایه فکری را برای هر بخش به کار گیرد تا با تعیین اهداف در افزایش ارزش‌آفرینی برای هر بخش و هر کارمند، دستاوردهای کارکنان خود را ارزیابی کند.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

منابع

۱. انباردار، ابوالفضل و جمالی‌فیروزآبادی، کامران (۱۳۹۷). "شناسائی و بررسی تأثیر ابعاد دارایی نامشهود سرمایه‌ی فکری بر فرآیند سازماندهی و ارزشیابی مشاغل (مطالعه موردی: صنعت نفت جمهوری اسلامی ایران)". پژوهش‌های کاربردی در فنی و مهندسی، ۲(۱۰)، ۷۲-۴۷.

۲. بنی‌اسدی، مریم؛ روشن، علیقلی؛ یعقوبی، نورمحمد و رونقی، محمدحسین (۱۴۰۰). "طراحی الگوی جامع سرمایه فکری با استفاده از رویکرد فراترکیب". نشریه علمی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱۳(۴)، ۲۵۴-۲۲۱.

۳. جعفرپور، محمود (۱۳۹۱). "تبیین و ارزیابی مدل رابطهٔ دارایی‌های ناملموس و عملکرد تجاری سازمان های بازرگانی". کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۴(۷)، ۵۳-۲۰.

۴. رحیمی، موسی؛ محمدشفیعی، مجید؛ انصاری طادی، آذرنوش و بت‌شکن، محمود (۱۳۹۹). "ارائه مدلی جهت رتبه‌بندی دارایی‌های نامشهود و ارزش‌گذاری برند شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۹۵، ۱۸-۱.

۵. زاهدی، شمس‌السادات، رضایی‌منش، بهروز و اسلامبولچی، علیرضا (۱۳۹۲). "طراحی الگوی اندازه‌گیری سرمایه فکری در سازمان‌های فرهنگی دولتی ایران". فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱(۳)، ۶۳-۴۳.

۶. شیرخدا، الهه (۱۳۹۷). "نقش سرمایه رابطه‌ای در ایجاد مزیت رقابتی کسب‌وکار"، روزنامه دنیای اقتصادی، شماره روزنامه ۴۵۷۳، تاریخ چاپ ۲۷/۱۲/۱۳۹۷، شماره خبر ۳۵۰۷۵۹۹.

۷. صدری اسکویی، سیدمهدی؛ دیزجی، منیره و محمدزاده، پرویز (۱۴۰۰). "بررسی رابطه فساد و سرمایه انسانی در کشورهای منتخب اسلامی با رویکرد پانل‌ور". فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۳۴، بهار، ۱۶۸-۱۳۷.

۸. عارف‌منش، زهره و رحمانی، علی (۱۳۹۴). "ارائه مدلی جهت ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران". نشریه حسابداری مدیریت، ۸(۲۶)، ۱۱۲-۸۱.

۹. ماهی جاغرق، احمد؛ رشیدی، محمدمهدی؛ ذبیحی، محمدرضا و تقسیمی، جمشید (۱۳۹۷). "طراحی و ارزیابی مدل سرمایه‌های فکری دانشگاه علوم پزشکی مشهد با تأکید بر نقش خلاقیت سازمانی". مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی. ۱۰(۴)، ۱۰۸-۱۰۰.

۱۰. هراتی، محسن؛ پیمانی‌زاد، حسین؛ طالب‌پور، مهدی و کشتی‌دار، محمد (۱۳۹۸). "طراحی مدل ارزش‌گذاری اقتصادی دارایی‌های نامشهود باشگاه‌های لیگ برتر هندبال ایران". مدیریت ورزشی، ۱۲(۲)، ۴۴۳-۴۲۳.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

۱۱. مشایخی، بیتا و بیرامی، هانیه (۱۳۹۷). ارایه مدل اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود در ایران. پژوهش های حسابداری مالی، ۱۰(۳)، ۶۸-۴۵.
۱۲. میرزایی، حبیب؛ سپهوند، رضا؛ نظرپوری، امیرهوشنگ و اسماعیلی، محمودرضا (۱۳۹۶). "طراحی مدل دارایی‌های نامشهود سازمانی با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری – تفسیری". چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۸(۳۱)، ۱۲۵-۹۷.
۱۳. نصیری، حسین؛ پایتختی اسکوئی، سیدعلی؛ دیزجی، منیره و قره‌داغی، رستم (۱۴۰۰). "ارزیابی تأثیر غیرخطی آزادسازی مالی و متغیرهای کلان اقتصادی بر بهره‌وری بانک‌ها: شواهدی از کشورهای منتخب در حال توسعه"، فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۳۶، پاییز، ۹۶-۷۱.
۱۴. نیک‌بخت، محمدضا و کلهرنیا، حمید (۱۳۹۸). "تدوین مدل گزارشگری سرمایه فکری در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی". دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۴(۷)، ۳۰۷-۲۷۱.
۱۵. هاتفی، محمدرضا (۱۳۹۹). "ارزیابی مؤلفه‌های سرمایه فکری در صنعت بانکداری و ارتباط آن با عملکرد شعب بانک‌های ملت شهر یزد". ششمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران.
16. Ali, BJ, & Anwar, G. (2021). “Intellectual capital: A modern model to measure the value creation in a business”. International journal of Engineering, Business and Management, 5(2), 31-43.
17. Bontis, N. (1998). “Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models”. Management Decision, 36(2), 63-76.
18. Bornemann, M., Alwert, K., & Will, M. (2021). “Lessons learned in intellectual capital management in Germany between and History”. applications, outlook. Journal of Intellectual Capital, 22(3), 560-586.
19. Brooking A. IC. (1996). “Core Asset for the Third Millennium Enterprise”. Journal of Intellectual Capital.
20. Cabrilo, S., Kianto, A., Misic, B. (2018). “The effect of IC components on innovation performance in Serbian companies”. Journal of Information and Knowledge Management Systems, 48(3). 448-466.
21. Chang, H. Y., Wu, M. Y., & Sheu, D. F. (2014). “Perceptions of intellectual capital held by the supervisors of nursing divisions in hospitals in Taiwan”. Management Decision, 52(6), 1101–1115.
22. Chen, J., Zhu, Z., & Xie, H. Y. (2004). “Measuring intellectual capital: a new model and empirical study”. Journal of Intellectual capital, 5(1), 195-212.
23. Dalwai, T., Singh, D., & S, A. (2021). “Intellectual capital, bank stability and risk-taking: evidence from Asian emerging markets”. Competitiveness Review: An International Business Journal, ahead-of-print(ahead-of-print).

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

24. de Sá, A. F., Almeida, M. F. L. d., & Barbosa, C. R. H. (2021). Measurement and evaluation of intangible assets of diagnosis and testing laboratories for electrical equipments. Journal of Physics: Conference Series, 1826(1), 12-16.
25. Ferenhof, H. A., Durst, S., Bialecki, M. Z., & Selig, P. M. (2015). "Intellectual capital dimensions: state of the art in 2014". Journal of Intellectual Capital, 16(1), 58-100.
26. Inkinen, H., Kianto, A., Vanhala, M., & Ritala, P. (2017). "Structure of intellectual capital–an international comparison". Accounting, Auditing & Accountability Journal.
27. Jancenelle, V. E. (2021). "Tangible−Intangible resource composition and firm success". Technovation, 108, 23-37.
28. Kaplan R. and Norton D., (2004) "Strategy maps, converting intangible assets into tangible outcomes", Harvard Business School Press, Boston.
29. Liang, C. J., Chen, T. Y., & Lin, Y. L. (2013). "How do different business models affect intellectual capital?". Journal of Intellectual Capital, 14(2), 176-191.
30. Roos G. (1997). "Measuring your company's intellectual performance". Long range planning. 30(3):413-26.
31. Sánchez, M., Paloma; Elena, Susana. (2006). "Intellectual capital in universities Improving transparency and internal management". Journal of Intellectual Capital, 7(3). 529–548.
32. Tefera, C. A., & Hunsaker, W. D. (2021). "Measurement of intangible assets using higher-order construct model". Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, ahead-of-print(ahead-of-print). 14(2), 185-207.
33. Usai, A., Orlando, B., Mazzoleni, A. (2020). "Happiness as a driver of entrepreneurial initiative and innovation capital". Journal of Intellectual Capital, ahead-of-print(ahead-of-print). DOI:10.1108/JIC-11-2019-0250.
34. Van Criekingen, K., Bloch, C., & Eklund, C. (2021). "Measuring intangible assets, A review of the state of the art". Journal of Economic Surveys.
35. Wang, P. (2021). "A study on the intellectual capital management over cloud computing using analytic hierarchy process and partial least squares". Kybernetes, ahead-of-print(ahead-of-print). 9-23.

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]

[Downloaded from mieaoi.ir on 2026-11-16]