

## تأثیر سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی (مورد مطالعه: بانک مسکن استان مازندران)

فاطمه موحدنیا

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران. (نویسنده مسئول).

Fatima.movahednia.1994@gmail.com

فاطمه یداللهی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی، واحد آیت الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران.

ydallhyfatemh79@gmail.com

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی (مورد مطالعه: بانک مسکن استان مازندران) می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره پژوهش‌های توصیفی- از نوع همبستگی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی کارکنان بانک مسکن استان مازندران در سال ۱۴۰۲ به تعداد ۱۷۷ نفر می‌باشند. حجم نمونه از جامعه مورد نظر طبق جدول مورگان برای جامعه محدود تعداد ۱۱۷ نفر محاسبه شده است. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده می‌باشد. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می‌باشد که پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰.۷ تایید شد. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها به صورت ترسیم جداول و نمودارهای فراوانی ارائه شده است. در بخش دوم برای استنباط آماری و آزمون فرضیات از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۴ و مدل‌سازی معادلات ساختاری Smart PLS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تمام فرضیات پژوهش تأیید شده‌اند و همچنین پژوهش نشان داده است که در میان فرضیه‌ها، سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی بیشترین تأثیر را دارد.

**واژگان کلیدی:** سرمایه فکری، استراتژی نوآوری، عملکرد مالی.

### مقدمه

طی چند دهه اخیر، دنیای سازمانی دچار تغییرات بسیار در زمینه‌های مختلف شده است. در نتیجه همین تغییرات، سازمان‌ها وارد رقابت شدیدی در زمینه‌های بهبود کیفیت، انعطاف‌پذیری، افزایش قابلیت اطمینان، گسترش خطوط محصول، تاکید بر خلاقیت شده‌اند، در همین راستا، توجه به عملکرد شرکت‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است. صاحب‌نظران حوزه مدیریت بر اهمیت عملکرد به عنوان یکی از معتبرترین شاخص‌های توسعه یافتگی سازمان‌ها تاکید می‌ورزند. از این رو، یکی از دغدغه‌های اساسی سازمان‌های امروزی، دستیابی به بهبود عملکرد شرکت است تا با آن بتوان کلیه ابعاد عملکردی سازمان را مورد بررسی قرار داد (تقی‌زاده و فضلی، ۱۳۹۰). تاکید بر سرمایه فکری یک تفاوت اساسی میان عملیات شرکت‌ها و سازمان در اقتصاد قدیم و اقتصاد نوین را نشان می‌دهد که در اقتصاد قدیم ارزش ناشی از دارایی‌های فیزیکی بود در حالی که در اقتصاد نوین، ارزش از بکارگیری علم و سرمایه فکری خلق می‌شود (پورزمانی و همکاران، ۱۳۹۱). با گذر از دوران اقتصاد صنعتی، به عصر اقتصاد دانش محور، وارد شده‌ایم. به طور سنتی، سرمایه مالی و فیزیکی، منابع اصلی در فرآیند ایجاد ارزش برای سازمان‌ها بوده‌اند، لیکن اخیراً این منابع که در ترازنامه شناسایی و

ارائه می‌شوند، نسبت به اشکال نامشهود تری از سرمایه، جایگاه ثانویه‌ای یافته‌اند (علی اکبری و عدالت حقی، ۱۳۹۲). در این دوران دانش، افراد بیشتر از کارهای جسمی کارهای ذهنی را انجام می‌دهند، که تعیین و اندازه‌گیری آن‌ها بسیار چالش برانگیز است. زمین، نیروی کار و سرمایه فیزیکی با دانش جایگزین شده است، که به عنوان مهم‌ترین عامل برای تولید در نظر گرفته می‌شود (دراکر<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸). دانش همچنین مهمترین عامل در ایجاد ارزش و برای یک مزیت رقابتی پایدار است (استوارت<sup>۲</sup>، ۱۹۹۷). همچنین می‌توان فرض کرد که برخی از دارایی‌های نامشهود اعلام نشده باعث اختلاف شود و حدود ۸۰٪ ارزش بازار یک شرکت در صورت‌های مالی سنتی غیرقابل توضیح باقی بماند (گو و لو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱). این یکی از توضیحات این استدلال است که تجارت نمی‌تواند صرفاً به شاخص سنتی عملکرد مالی برای تصمیم‌گیری اتکا کند زیرا در تصرف چنین موارد نامشهود ناکام است (بونتیس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱؛ مهرالیان و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲). بنابراین در اینجا ایده سرمایه فکری مطرح می‌شود که بیش از ارزش بازار سازمان تجارت نسبت به ارزش دفتری آن است. ظهور اقتصاد جدید مبتنی بر اطلاعات و دانش باعث برجستگی برجسته سرمایه فکری شده است (وکار و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰). جهانی شدن منجر به توسعه سریع و مداوم بخش تجارت می‌شود. نتایج این توسعه در عدم اطمینان تجاری و توسعه شدید در میان نهادهای تجاری است. برای برنده شدن در چنین رقابت تجاری پویا، شرکت‌ها باید مزایای رقابتی را توسعه دهند و از استراتژی‌های ابتکاری استفاده کنند (پورتر<sup>۷</sup>، ۱۹۹۶). در حال حاضر، سازمان‌ها با چالش‌هایی همراه با تغییر در فضای کسب و کار روبرو هستند. مدیریت باید در مدیریت منابع خود برای بهبود عملکرد سازمانی حرفه‌ای تر باشد (ژیائوکیو و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲؛ زیگان و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۰۸). از طرفی امروزه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های اکثر سازمان‌ها، تدوین و پیاده سازی استراتژی‌هایی است که موفقیت و بقای آن‌ها را در شرایط متحول و پیچیده محیطی، تضمین نماید. دریک محیط اقتصادی پویا، نوآوری به عنوان یک استراتژی برای کسب فرصت‌های جدید و حفاظت از دانش و اطلاعات است (هورملینا و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۸) و نقش کلیدی در ارائه محصولات منحصربه‌فرد و خدمات از طریق ارزش افزوده دارد (لورنز مونتس و همکاران<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۵). محققان در سرتاسر جهان بر این عقیده اند که سرمایه فکری به طور موثر و استفاده می‌شود و منجر به افزایش عملکرد مالی سازمان تجارت می‌شود (راماندیپ و ناروال<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۶).

سرمایه فکری می‌تواند برای بهبود سطح تولید سازمان تجارت استفاده شود، که به افزایش سودآوری و ارزش بازار کمک می‌کند، به ویژه شرکت‌هایی که دانش آن‌ها را هدایت می‌کند (پولیک<sup>۱۳</sup>، ۱۹۹۸). بسیاری از نویسندگان مانند ماوریدیس<sup>۱۴</sup> (۲۰۰۴)، ال بانانی<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۸) و موندال و غوش<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۲) معتقدند که صنعت بانکداری یکی از صنایع فشرده دانش است زیرا بیشتر به سرمایه فکری بستگی دارد تا به فیزیکی و مالی سرمایه، پایتخت. بهره‌وری سرمایه فکری در انواع بانک‌ها یک زمینه اساسی در تحقیقات است زیرا دانشگاهیان، سیاست‌گذاران و محققان مشتاقانه در جستجوی

<sup>1</sup> Drucker

<sup>2</sup> Stewar

<sup>3</sup> Gu and Lev

<sup>4</sup> Bontis

<sup>5</sup> Mehralian et al

<sup>6</sup> Weqar

<sup>7</sup> Porter

<sup>8</sup> Xiao Qu et al

<sup>9</sup> Zigan et al

<sup>10</sup> Hurmelinna et al

<sup>11</sup> Lorens Montes et al

<sup>12</sup> Ramandeep and Narwal

<sup>13</sup> Pulic

<sup>14</sup> Mavridis

<sup>15</sup> El-bannany

<sup>16</sup> Mondal and Ghosh

اهمیت سرمایه فکری در افزایش کارایی بخش بانکی هستند (سین و همکاران، ۲۰۱۶). لذا با توجه به مطالب بیان شده به دنبال پاسخ این سوال ها می‌باشیم که آیا استراتژی های نوآوری با سرمایه عملکرد مالی رابطه دارد و آیا سرمایه فکری براین رابطه دربانک مسکن تاثیرگذار است؟

## مبانی نظری سرمایه فکری

سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازاری یک سازمان و هزینه جایگزینی دارایی های آن است در واقع سرمایه فکری عبارت است از مجموعه منحصر به فردی از منابع مشهود و نامشهود سازمان. همچنین سرمایه فکری به تغییر و تحولات این منابع مشهود و نامشهود نیز اطلاق می شود (سامدارا، ۲۰۱۳). سرمایه فکری یک مفهوم چند بعدی از دارایی های دانش، تجربه و قابلیت های عملی برای ایجاد ارزش است. دانشمندان به طور کلی توافق دارند که سرمایه فکری به عنوان عامل غیرفیزیکی و منابع غیر پولی برای ایجاد ارزش و استخراج ارزش برای سازمان ها از طریق دانش نه تنها توسط افراد نگهداری می شود، بلکه توسط شرکت نیز ذخیره می شود. در گذشته، موضوع سرمایه فکری و اثرات آن توسط بسیاری مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به مطالعات انجام شده تاکنون، سرمایه فکری سه جزء اصلی دارد که عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی (علامه، ۲۰۱۸).

تأکید بر سرمایه فکری یک تفاوت اساسی میان عملیات شرکت ها در اقتصاد قدیم و اقتصاد نوین را نشان می دهد که در اقتصاد قدیم ارزش ناشی از دارایی های فیزیکی بود در حالی که در اقتصاد نوین، ارزش از بکارگیری علم و سرمایه فکری خلق می شود. یکی از مشکلات اساسی سیستم های حسابداری سنتی عدم کفایت و ناتوانی آن ها در سنجش و گزارشگری اطلاعات مرتبط با دارایی های نامشهود (از جمله دانش) و ارزش های پنهان شرکت است (کنز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵). بنابراین این پدیده منجر به ایجاد شکاف عظیمی بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت ها شده است (رودیل<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). بدین ترتیب، سازمان ها بیشتر علاقه مند به ارزیابی، مدیریت و توسعه دارایی های فکری خود هستند. این چالش برای کارآفرینان و دانشگاهیان منجر به ظهور رویکرد سرمایه فکری گردید (کیانتو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). سرمایه فکری به ظرفیت شرکت برای ایجاد و کاربرد دانش خود بستگی دارد (اینگلمن و همکاران، ۲۰۱۸). سرمایه فکری یک مفهوم چند بعدی است که می تواند برای توصیف دارایی های دانش یک شرکت و نحوه تغییر این دارایی ها یا پیش بینی های خود در طول زمان مورد استفاده قرار گیرد. سرمایه فکری، محتوا، دانش، تجربه، مالکیت معنوی، اطلاعات است که می تواند برای ایجاد ارزش استفاده شود (علامه، ۲۰۱۸).

## اهمیت سرمایه فکری در سازمان

سرمایه فکری در نوآوری، بهره وری، رشد و نمو، رقابت جویی تجاری و عملکرد اقتصادی از اهمیت اساسی و فزاینده ای برخوردار است (لیم و دالیمور، ۲۰۱۶). این دارایی ها فرصت های سازمان را افزایش می دهند (سودرسانام و دیگران، ۲۰۱۵). اندازه گیری سرمایه فکری گام مهمی است در تعیین اینکه چگونه بهبود بهره وری کلی سازمان اندازه گیری شود (رابینسون و کلینر، ۱۹۹۶). بدون اندازه گیری صحیح سرمایه فکری، شرکت یا سازمان بطور صحیحی اندازه گیری

<sup>1</sup> Kunz

<sup>2</sup> Rodil

<sup>3</sup> Shafat Maqbool & Nasir Zameer

نمی شود و مدیریت قادر به تنظیم و تعیین استراتژی نیست (همان). پس می توان نتیجه گرفت که موفقیت روزافزون و بهره وری شرکت یا سازمان مرهون توجه به دانش و سرمایه فکری است. با شناخت ماهیت، مدل و روش های سنجش، اندازه گیری و ارزشگذاری سرمایه فکری، امکان طرح ریزی و بهینه سازی و کنترل و نظارت مستمر بر آن در شرکت ها و سازمان ها مهیا خواهد شد (رستمی و رستمی، ۱۳۹۲). سازمان ها برای اینکه بتوانند در محیط رقابتی و متغیر امروزی قادر به عمل بوده و اثربخش باشند، لازم است سطح سرمایه فکری خود را شناسایی، سنجش و ارزشگذاری نمایند. در محیط دانش محور کنونی، سرمایه فکری نه تنها مهمترین بخش سرمایه سازمان محسوب می گردد بلکه همچنین فراهم کننده مزیت رقابتی پایدار برای سازمان می باشد. بنابراین مدیران نه تنها باید دانش خود را در حوزه سرمایه فکری افزایش داده بلکه بایستی از طریق تقویت مولفه های آن (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه ای)، به توسعه و گسترش این حوزه در سازمان بپردازند. همچنین اثربخشی و بهره وری بیش از پیش سازمان مرهون توجه به دانش و سرمایه فکری بوده و با شناخت ماهیت و روش های اندازه گیری و ارزشگذاری این مهم، می توان امکان طرح ریزی، بهینه سازی، کنترل و نظارت مستمر بر آن را در سازمان فراهم نمود.

### دلایل اندازه گیری سرمایه فکری توسط شرکت ها

شرکت ها به دلایل متعددی تمایل به اندازه گیری سرمایه های فکری دارند. در یک مطالعه پنج دلیل اصلی را به گونه زیر بیان شده است:

- ۱- اندازه گیری سرمایه فکری می تواند به تدوین استراتژی تجاری برای یک سازمان کمک کند.
  - ۲- سازمان با شناسایی و توسعه سرمایه فکری اش می تواند یک مزیت رقابتی را به دست آورد.
  - ۳- ایجاد شاخص های کلیدی عملکرد که به ارزیابی اجرای استراتژی کمک خواهد کرد.
  - ۴- استفاده از ارزیابی های غیر مالی سرمایه فکری می تواند به طرح های باز پرداخت و پاداش شرکت ارتباط داده شود.
  - ۵- ارتباط با سهامداران خارجی که دارایی های فکری شرکت ها را در اختیار دارند (هلمن، ۲۰۰۵).
- دلایل اول تا چهارم برای اهداف درون سازمانی و دلیل پنجم برای اهداف خارج از سازمان می باشد. دنیل اندرسن دلایل شرکتها برای اندازه گیری سرمایه های فکری را اینگونه مطرح می کند: بهبود مدیریت داخلی، بهبود گزارشات خارجی، رضایت عوامل اجرایی و قانونی. در نهایت می توان گفت که دو مأموریت اصلی مدیریت دانش به شرح زیر است:
- ۱- تلاش مداوم در جهت گسترش و توسعه بهتر سیستم ها، برای ایجاد، ثبت و انتشار دانش درون سازمانها وجود دارد.
  - ۲- آگاهی های رو به رشدی وجود دارد که دانش به طور قابل ملاحظه ای به ارزش تجارت می افزاید و در برخی موارد این دانش تقریباً نشان دهنده تمام شالوده ارزش است.
- بدین جهت، ضروری است که مباحث سرمایه فکری با گرایش به سمت خلق معیارهای جدید که می تواند برای ضبط و گزارش ارزش ناشی از سرمایه فکری مورد استفاده قرار گیرد، همراه باشد. بنابراین وقت آن رسیده است که اندازه گیری سرمایه فکری و گنجاندن آن در گزارشات مالی حسابداری به طور چشمگیری مورد توجه سازمان ها قرارگیرد (زنجر دار، ۱۳۹۶).

### استراتژی نوآوری

استراتژی نوآوری در سازمانها، یکی از تمایلات محوری در سالهای اخیر می باشد و برای تطبیق و بازسازی سازمانی و مزیت رقابتی آن بسیار حیاتی محسوب می شود. اصطلاح استراتژی نوآوری شامل اجزای مختلفی همچون خلق نوآوری، پذیرش نوآوری و انتشار نوآوری است. شکافی که وجود دارد این است که برنامه و اجزای فرآیند استراتژی نوآوری تحقیق

و توسعه به خوبی ساختار بندی نشده است (کیم و هوارنگ، ۲۰۱۱). نوآوری یک فرایند است که در این فرایند ابتدا فرد اجازه می دهد تصورش به آسمان ها صعود کند، سپس آن را به زمین می آورد و مهندسی می کند (مهندسی ایده) تا تبدیل به ایده شود، سپس ایده ها را از طریق مدیریت ایده به ایده های عملی، مفید و مناسب تبدیل می کند. (خلاقیت) به دنبال آن ایده ها را به کالا، خدمات و فرایند تبدیل می کند و نهایتاً با تجاری کردن محصولات، خدمات و فرایندهای جدید یا توسعه یافته در بازار، فرایند نوآوری خاتمه می یابد. به عبارتی خلاقیت لازمه نوآوری است اما باید توجه داشت که از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است که معمولاً این راه را افراد کارآفرین تسهیل می کنند. این مقاله بر آن است تا انواع نوآوری، الگوهای تکامل فرایند نوآوری تکنولوژیک، مدل های نوآوری، عوامل موثر بر شکل گیری فرایندهای نوآوری را به خوانندگان عزیز ارائه نماید (بابایی، ۱۳۹۷).

در محیط کسب و کار امروزه، مبنای مزیت رقابتی از کیفیت به نوآوری تغییر یافته است، نوآوری برای شرکت ها امکان انطباق سریع با تغییرات فراهم می آورد و دریافتن محصولات و بازارهای جدید به شرکت کمک می کند (زهیر و همکاران، ۲۰۱۶). نوآوری فرآیندی است در طی آن قابلیت ها باید تجدید و تقویت شوند، تقسیم منابع تغییر یابند، سازماندهی مورد تجدید نظر قرار گیرد و راهبرد مجدداً ارزیابی شود. دست یافتن به نوآوری نوعی شانس نیست بلکه لازم است که سازمان نوآوری را به عنوان بخشی از راهبردش پیگیری نماید (سائونیا و اوک، ۲۰۱۲). نوآوری سازمانی به عنوان شیوه های مدیریتی و پروسه ها و فرایندهای خدمات نوین تعریف شده است که برای پاسخ به تغییرات زیست محیطی، به ویژه در استفاده از فن آوری های جدید، و به منظور رفع نیازهای متفاوت و انتظارات و همچنین ایجاد مزیت نسبی برای یک شرکت در رقابت با شرکت های دیگر با ارائه خدمات جدید در زمینه های مختلف به کار می رود (علامه، ۲۰۱۸). یکی از دلایل شرکت ها برای انجام نوآوری، دستیابی به عملکرد بالاتر می باشد. هر چند نوآوری عمدتاً مربوط به تلاش های شرکت های فردی است، اما راننده مرکزی رفاه اجتماعی و رشد اقتصادی می باشد، بنابراین بسیاری از کشورها در تلاش برای به دست آوردن مزیت رقابتی در زمینه نوآوری جهانی هستند (کیمارو و همکاران، ۲۰۱۸). در محیط تجاری مدرن، منابع و صلاحیت ها عوامل کلیدی هستند که سازمان ها را قادر به زنده ماندن، نوآوری و رشد می کنند (سید محسن علامه، ۲۰۱۸).

### استراتژی نوآورانه تحقیق و توسعه

استراتژی نوآوری در سازمان ها، یکی از تمایلات محوری در سال های اخیر می باشد و برای تطبیق و بازسازی سازمانی و مزیت رقابتی آن بسیار حیاتی محسوب می شود. اصطلاح استراتژی نوآوری شامل اجزای مختلفی همچون خلق نوآوری، پذیرش نوآوری و انتشار نوآوری است. شکافی که وجود دارد این است که برنامه و اجزای فرایند استراتژی نوآوری تحقیق و توسعه به خوبی ساختار بندی نشده است (کیم و هوارنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). یک سازمان نوآور به یک استراتژی نوآوری محتاج است، زیرا سازمانها بدون داشتن یک راهبرد مشخص نوآوری، توانایی کنترل تغییرات اساسی آینده را نخواهند داشت. مدیریت نوآوری با دو چالش عمده مواجه است، یکی نحوه تدوین استراتژی نوآوری و دیگری طراحی سازمان نوآور و بهره برداری از ابداعات نوآورانه. بسیاری از محققان بر اهمیت استراتژی نوآوری توجه و تأکید دارند. ازدیدگاه آنان استراتژی نوآوری موجب خواهد شد که هدف های استراتژیک نوآوری به صورت وابسته، واضح و هم جهت تدوین گردیده و مسیر برنامه ریزی و اجرا در فرایند نوآوری کاملاً روشن شود. تدوین استراتژی نوآوری مستلزم درک و شناخت سیستم یا نظام نوآوری است. بر این اساس؛ استراتژی نوآوری عبارت است از مجموعه مسیرها و جهت های تعیین شده،

<sup>1</sup> Kim and Huarng

کوشش‌های متمرکز، که موجب طراحی سازمان و ثبات مطمئن در سیستم نوآوری با در نظر گرفتن نوآوری جامع، موانع نوآوری، درجه جدید بودن نوآوری، دانش مرتبط با نوآوری مورد نیاز می‌باشد (سوریانو و هوارنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱).

## عملکرد مالی

عملکرد مالی را می‌توان مجموعه‌ای از اقدامات و اطلاعات تلقی کرد که به منظور افزایش سطح استفاده بهینه از امکانات و منابع در جهت دستیابی به هدف‌ها به شیوه‌های اقتصادی توأم با کارایی و اثربخشی صورت می‌گیرد (سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، ۱۳۸۲). عملکرد مجموعه‌ای از رفتارهای مرتبط با اهداف سازمان یا اهداف واحدهای سازمانی که افراد در آنجا کار می‌کنند می‌باشد، که این یک مفهوم اولیه و ابتدائی برای محققان رفتار سازمانی می‌باشد در واقع این پیشنهاد ارائه شده است تا باعث بهبود و پیشرفت عملکرد شغلی شود نه اینکه تنها هدف اصلی محققان سازمانی باشد. این موضوع هم برای محققان و هم برای مدیران جذابیت دارد. عملکرد شغلی بدین صورت نشان داده شده است که بازگو کننده ی اثربخشی، عوامل حیاتی، مزایا و منافع سازمان می‌باشد (فریز و همکاران، ۲۰۱۰). عملکرد شغلی مهارت یا کارایی شخصی است که فعالیت‌هایی را که بطور رسمی قسمتی از شغل وی می‌باشد انجام می‌دهد، فعالیت‌هایی که هم قسمت فنی سازمان و هم فرایندهای تکنولوژیکی آن را در بر می‌گیرد که این قسمت از رفتارهای خاص شغلی همان مسئولیت‌های اصلی شغل می‌باشد. درست زمانی که کارکنان از مهارت فنی و دانش خود برای تولید کالا و خدمات استفاده می‌کنند (کهایا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). عملکرد رسیدن به کارایی و اثربخشی در شغل و نشان دهنده ی سطوحی از رضایتمندی حاصل از آن می‌باشد (رضایی و همکاران، ۲۰۱۲). دوینی و همکاران (۲۰۱۴) عملکرد سازمانی را به صورت زیر تعریف می‌کنند:

عملکرد سازمانی عبارت است از معیارهای بیرونی اثربخشی (یک سازمان) که سه حوزه کلی را در بر می‌گیرد:

۱) عملکرد مالی (سود، بازده دارایی و بازده سرمایه گذاری).

۲) عملکرد بازار (فروش، سهم بازار).

۳) بازده صاحبان سهام (بازده کل صاحبان سهام، ارزش افزوده اقتصادی).

طبقه بندی شاخص‌های عملکرد سازمانی به طور کلی به نحوه تعریف ما از موفقیت سازمانی نیز برمی‌گردد. این تعریف نیز تا حد زیادی به شیوه عمل سازمان و نحوه تعامل آن با محیط بستگی دارد (دوینی و همکاران، ۲۰۰۴). در یک طبقه بندی، نخست از این لحاظ که ذی‌نفعان بهره‌مند از یک معیار خاص چه کسانی هستند، دوم از نظر چارچوب زمانی که تحت آن معیار مذکور باید اندازه‌گیری شود، و سوم نیز از این لحاظ که معیار مورد نظر چگونه اندازه‌گیری می‌شود بر مبنای بازار اندازه‌گیری می‌شود یا داده‌های حسابداری، مالی است یا غیر مالی، ذهنی است یا عینی معیارهای عملکرد سازمانی را طبقه بندی کرده‌اند. از لحاظ نوع ذی‌نفعان اصلی در سازمان، نوع معیارهای عملکرد سازمانی متفاوت است. در سازمان‌های مشاوره‌ای و حقوقی، کارکنان متخصص سازمان مهمترین گروه‌های ذی‌نفع و در شرکت‌های سرمایه‌گذاری صاحبان سرمایه مهمترین آن‌ها هستند. لذا در هر کدام، معیارهای خاصی متناسب با حفظ منافع گروه ذی‌نفع مربوطه جهت حفظ بقای سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد. در مورد صاحبان سرمایه سود خالص، و شرکت‌های مشاوره‌ای میزان رضایت مندی کارکنان متخصص سازمان مهم‌ترین معیار عملکرد سازمانی است. در اندازه‌گیری عملکرد سازمانی، صاحبان نظران تفاوت اساسی بین شاخص‌های مبتنی بر بازار و شاخص‌های عملکرد مالی قایل شده‌اند. با وجود اینکه در اغلب موارد بین سهم بازار (یکی از مهم‌ترین شاخص‌های عملکرد بازار)

<sup>1</sup> Soriano and Huarng

<sup>2</sup> Kahya



و سودآوری یکی از مهم ترین شاخص های عملکرد مالی ارتباط معناداری وجود دارد، اما در برخی موارد نظیر شرایط نفوذ در بازار، این ارتباط لزوماً مثبت و معنادار نخواهد بود. بنابراین برخلاف بسیاری پژوهش گران که معمولاً تفکیکی بین این دو دسته شاخص قائل نمی شوند در جریان ارزیابی عملکرد سازمانی یکی از مهم ترین اقداماتی که باید صورت گیرد، تفکیک شاخص های مبتنی بر بازار عملکرد از شاخص های عملکرد مالی است (دوینی و همکاران، ۲۰۰۴).

### مفاهیم شاخص های کلیدی عملکرد مالی

شاخص های کلیدی عملکرد مالی شامل چهار نسبت از نسبت های مالی بازده سرمایه در گردش یا بازده دارائی، بازده ارزش ویژه یا بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش، و نسبت هزینه های عملیاتی سازمان به درآمدهای عملیاتی آن می باشد.

### بازده حقوق صاحبان سهام

سود تحصیل شده برای صاحبان یک واحد تجاری، بازده حقوق صاحبان سهام نامیده می شود. این نسبت بصورت زیر محاسبه می شود:

متوسط حقوق صاحبان سهام / سود خالص = بازده حقوق صاحبان سهام (ROE).

### بازده دارائی

دارائی های مولد، نقش اساسی در تحصیل سود ایفاء می کنند، هر قدر دارائی ها با کارائی بیشتری بکار گرفته شوند، واحد تجاری سودآورتر خواهد بود، دارائی ها، صرف نظر از این که از محل وجوه استقراضی یا سرمایه گذاری صاحبان تامین شده باشند، وظایف مربوط را به نحوی یکسان انجام می دهند، بنابراین بازده دارائی باید قبل از کسر بهره محاسبه شود. در صورتی که هزینه بهره کسر نشود هزینه مالیات بر درآمد نیز نباید کسر گردد زیرا مالیات بر اساس سود بعد از کاهش بهره محاسبه می شود. در نتیجه برای سنجش بازده دارائی معمولاً از سود قبل از بهره و مالیات<sup>۱</sup> استفاده می شود.

متوسط کل دارائیها / سود قبل از بهره و مالیات = بازده دارائی (ROA).

این نسبت نشان می دهد که هر یک ریال دارائی موجب تحصیل n ریال سود می شود که از محل آن باید بهره و مالیات پرداخت گردد (فیرفیلد<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۹).

### بازده فروش

سود حاصل از متوسط درآمد فروش، بازده فروش یا حاشیه سود نامیده می شود که بعنوان درصدی از درآمد فروش خالص بشرح زیر محاسبه می شود.

درآمد فروش خالص / سود خالص = بازده فروش (ROS).

<sup>1</sup> Ebiet

<sup>2</sup> Fairfield

## نسبت هزینه های عملیاتی به درآمد عملیاتی

هزینه عبارتست از جریان خروج دارائی‌ها یا سایرموارد استفاده از دارائی‌ها یا ایجاد بدهی طی یک دوره که بمنظور تولید و تحویل کالا، ارائه خدمات یا انجام سایر فعالیت‌ها در اجرای عملیات اصلی و مستمر واحد تجاری صورت می‌گیرد؛ به بیان دیگر هزینه عبارتست از کاهش در دارائی‌ها یا افزایش ناخالص در بدهی‌ها که طبق اصول پذیرفته شده حسابداری شناسائی و اندازه‌گیری می‌شود و ناشی از آن گروه فعالیت‌های واحد تجاری است که بتواند حقوق صاحبان سهام (سرمایه) را تغییر دهد هزینه‌های عملیاتی به مجموع کل هزینه‌هایی گفته می‌شود که از محل عملیات شرکت حاصل می‌شود و همچنین درآمد عملیاتی نیز شامل تمام درآمدهایی است که از محل عملیات شرکت بدست می‌آید خواه عملیات سرمایه‌ای خواه غیر سرمایه‌ای.

درآمدهای عملیاتی / هزینه‌های عملیاتی = نسبت (OE/OI).

این نسبت که از تقسیم هزینه‌های عملیاتی به درآمدهای عملیاتی حاصل می‌شود معیاری است برای ارزیابی اینکه درآمدهای عملیاتی سازمان چه اندازه از هزینه‌های آنرا پوشش می‌دهد؛ همچنین این نسبت بعنوان معیاری کلیدی بویژه در صنعت بانکداری یا در جهت تعیین اینکه چگونه یک سازمان خاص می‌تواند هزینه‌های خود را پوشش داده و در نتیجه روش کارائی برای هزینه‌یابی خود داشته باشد مورد استفاده قرار می‌گیرد (اوحدی و نیکومرام، ۱۳۸۷).

## درآمدی بر عملکرد مالی

در گذشته سازمان‌ها با استفاده از روش های سنتی حسابداری قادر بودند تا ارزش و اندازه عوامل تولید خود را بطور کامل محاسبه کنند، امروزه این روش‌ها دیگر دارای کارایی لازم نیستند (گتچالک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). این مساله که امور مالی به عنوان نبض هر سازمان می‌بایست از سلامت و دقت بالایی برخوردار باشد، در واقع در دوره های اخیر اهمیت بیشتری یافته است. روش‌ها و فرایندهای ناصحیح مالی و حسابداری و مقررات نسنجیده، مانند قلب نارسای یک بیمار، پیکره سازمان را مریض کرده و ادامه حیات آن را متزلزل می‌سازد. شاخص های عملکرد مالی سازمان شامل بازده دارائی، بازده حقوق صاحبان سهام، بازده فروش، نسبت هزینه‌های عملیاتی به درآمدهای عملیاتی می‌باشند. مدیریت مالی نیز از گرایش های مدیریت کسب و کار می‌باشد که شاخص های گوناگونی از جمله نرخ بازگشت سرمایه، نرخ فروش، نرخ بازده حسابداری، ارزش فعلی خالص و نسبت های گوناگونی از جمله نسبت جاری، نسبت آئی، نسبت گردش کالا، دوره وصول مطالبات، بازده فروش، بازده ارزش ویژه، بازده دارائی را تعریف می‌کند. عملکرد مالی سازمان در این مقوله به چهار نسبت از نسبت های نامبرده یعنی؛ بازده سرمایه در گردش یا بازده دارائی<sup>۲</sup>، بازده ارزش ویژه یا بازده حقوق صاحبان سهام<sup>۳</sup>، بازده فروش<sup>۴</sup>، و نسبت هزینه‌های عملیاتی سازمان به درآمدهای عملیاتی آن<sup>۵</sup> اطلاق می‌شود.

## عملکرد شرکت های تجاری

یک سازمان زمانی می‌تواند در محیط اطراف خود زنده باشد و زندگی کند که قدرت عرضه یک خروجی ارزشمند به جامعه را داشته باشد. خروجی که جامعه حاضر است در مقابل آن منابع مختلفی نظیر نیروی انسانی، پول، فناوری، و به طور کلی پذیرش اجتماعی را به شرکت بدهد. معمولاً اهداف، رسالت‌ها و ماموریت های سازمان در این راستا شکل می‌گیرد.

<sup>1</sup> Gottschalk

<sup>2</sup> Return On Investment (ROI)

<sup>3</sup> Return On Equity (ROE)

<sup>4</sup> Return On Sales (ROS)

<sup>5</sup> Operating Expenses/Operating Incomes (OE/OI)



گیرد که بتواند محصول یا خدمتی با کیفیت عالی، به مقدار زیاد، و با رعایت استانداردهای خاص به جامعه ارائه کند (خروجی با کیفیت). و برنامه های عملیاتی ترسازمان جذب منابع از محیط (در مقابل خروجی با کیفیت). و صرف آن ها به گونه ای است که به اهداف فوق دست پیدا کند. توانمندی جذب منابع بیشتر از محیط و قدرت ارائه خروجی مفیدتر به محیط را در نظریه سازمان و مدیریت تحت عنوان اثربخشی سازمانی می شناسند (هال<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

### تفسیر و استفاده از نسبت های مالی

علاوه بر نسبت های مالی ارائه شده نسبت های دیگری را نیز می توان محاسبه کرد یا نسبت های مشروح را نیز می توان به طریقی متفاوت بدست آورد. در برخی از موارد، محاسبه تعداد کمی از نسبت های مالی برای تصمیم گیری در مورد یک واحد تجاری تکافو می کند اما مهمتر از محاسبه نسبت ها، تفسیر آن ها است تحلیل گران مالی با ارزیابی نسبت های مالی می توانند برای تعیین لزوم بررسی های بیشتر در جنبه های معینی از واحد تجاری تصمیم گیری کنند. تجزیه و تحلیل کلی یک واحد تجاری، اطلاعات بیشتری را در مقایسه با تحلیل یکایک نسبت های مالی فراهم می کند. درک عمیق معانی و ارتباطات بین نسبت های مالی و اقلام مندرج در صورت های مالی نیز ضرورت دارد، به دست آوردن این درک، مستلزم تجربه کافی در تجزیه و تحلیل و تفسیر صورت های مالی است.

به علاوه، حتی تحلیل گران با تجربه نیز نمی توانند مهارت های خود را به طور یکسان در مورد کلیه صورتهای مالی بکار برند. هر یک از صنایع، ویژگی های خود را دارد که تحلیل گر مالی باید با آن آشنایی داشته باشد و برای یک نفر تحلیل گر امکان ندارد که کلیه صنایع را به طور یکسان درک کند. در برخی از کشورهای صنعتی، موسسات خدماتی وجود دارد که ارقام و اطلاعات مالی شرکت های مختلف را گردآوری و منتشر می کنند، استفاده از ارقام و نسبت های مالی این گونه اطلاعات منتشر شده، به مفسرین صورت های مالی کمک شایانی می کند، اما، این مفسرین باید برای تفسیر صورتهای مالی شرکت ها به مهارت، درک و تجربیات خود اتکا نمایند. مقایسه نسبت های مالی یک شرکت معین در چند دوره مالی ممکن است روندهای مهمی را نشان دهد و قابل استفاده تر از نسبت های محاسبه شده در اطلاعات منتشر شده موسسات خدماتی باشد. علاوه بر تجزیه و تحلیل صورتهای مالی، مفسرین غالباً از اطلاعات دیگری نیز در مورد شرکت و صنعت مربوط استفاده می کنند. سفارش های انجام نشده یک شرکت، قرارداد جدید منعقد با دولت یا آزمایش موفقیت آمیز یک محصول جدید، ممکن است اثر قابل توجهی بر سودهای آتی شرکت داشته باشد، بنابراین مفسرین بطور مداوم در جستجوی اطلاعاتی هستند که همراه با اطلاعات مندرج در صورتهای مالی مورد استفاده قرار دهند (ویدوویچ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰).

مفسرین صورت های مالی، برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز، به منابع مختلفی مراجعه می کنند، اطلاعات درباره قوانین جدید، توسعه تکنولوژی، روابط خارجی و وضعیت اقتصادی کشور ممکن است به بررسیها و تجزیه و تحلیل های یک شرکت معین مربوط باشد. در صورت لزوم، تحلیل گران مستقیماً به شرکت های تحت بررسی مراجعه و سؤالاتی را مطرح می کنند. مفسرین صورتهای مالی در ایجاد تغییرات و تحولات حسابداری نیز نقش ایفا می کنند. مثلاً در برخی از کشورها صورت تغییرات در وضعیت مالی، قبل از این که توسط تحلیل گران مالی مصرأ درخواست شود، بخشی الزامی از صورتهای مالی محسوب نمی گردید.

<sup>1</sup> Hall

<sup>2</sup> Vidović, Maja

## رابطه میان سرمایه فکری و عملکرد

مدیریت کارا و اثربخش شرکت‌ها همواره مستلزم ابزارها و تکنیک‌های مناسب برای درک مسائل مدیریتی معاصر می‌باشد. امروزه جریان اقتصاد و معیارهای ایجاد ارزش تغییر یافته است و منابع نامشهود و سرمایه فکری اهرم‌های جدید برای مواجهه با این تغییرات محیطی و ساختاری است. برای تاثیرگذاری مثبت بر ارزش آینده بنگاه، لازم است درک بهتری از سرمایه فکری و آخرین ابزار موجود برای شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت این عامل مهم ایجاد ارزش را داشته باشیم. عملکرد تجاری به‌طور فزاینده‌ای نیازمند مدیریت فعال در حوزه سرمایه فکری و منابع نامشهود برای دستیابی به بازده پایدار سهامداران است. رهنمود حسابداری مدیریت منتشر شده به وسیله انجمن رسمی آمریکا (AICPA<sup>۱</sup>)، پنج گام اساسی را برای مدیریت موفق سرمایه فکری تعیین می‌کند: (۱) شناسایی سرمایه‌های فکری بنگاه، (۲) ترسیم عوامل کلیدی ارزش، (۳) اندازه‌گیری سرمایه فکری، (۴) مدیریت سرمایه فکری و (۵) گزارشگری سرمایه فکری (همتی و همکاران، ۱۳۹۶). در مرحله اول باید سرمایه فکری تعریف و معیارهای شناسایی آن مشخص شود تا بر این اساس، بتوان ارزش واقعی دارایی‌های فکری سازمان را تعیین کرد. مشخص کردن اینکه چه اقلامی جز سرمایه فکری هستند، از این نظر مهم است که می‌تواند به سازمان در جهت رسیدن به اهدافش کمک کند. در مرحله دوم، سرمایه فکری از نظر محرک‌های ارزش، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. منظور از محرک‌های ارزش، عواملی هستند که موجب تغییر در ارزش سرمایه فکری می‌شوند و آن را تحت تاثیر قرار می‌دهند. این محرک‌ها باید بر اساس یک طرح استراتژیک و برنامه هدفمند مشخص شوند. در مرحله سوم، اطلاعات مدیریتی دقیق و معناداری در رابطه با اندازه‌گیری عملکرد سرمایه فکری جمع‌آوری می‌شود. در مرحله چهارم، اطلاعات مدیریتی جمع‌آوری شده در مرحله قبلی، برای تجزیه و تحلیل عملکرد و بهبود عملیاتی مدیریتی در زمینه آموزش و تصمیم‌گیری در سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرند. در مرحله آخر نیز گزارش‌های خارجی در رابطه با عملکرد سازمان در زمینه سرمایه فکری در طول یک یا چند دوره مالی فراهم می‌شوند. این گزارش‌ها برای سهامداران داخلی و خارجی و بقیه افرادی که منفعی در شرکت دارند مفید خواهد بود. سرمایه انسانی نمایانگر دانش ضمنی قرار گرفته شده در ذهن و افکار کارکنان است. سرمایه انسانی منبعی مهم از نوآوری و بازآفرینی یک سازمان است و به صورت ترکیبی از شایستگی‌ها، طرز فکر و اخلاقیت کارکنان تعریف می‌شود (پی تان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).

شایستگی کارکنان در واقع بخش سفت و سخت افزاری سرمایه فکری است که شامل دانش، مهارت‌ها و استعدادها و کارکنان است و منظور از دانش، دانش فنی و دانش دانشگاهی است و مهارت‌های کارکنان در واقع توانایی انجام وظایف و تکالیف عملی کارکنان است که از طریق تمرین حاصل می‌شود و برخی از آن‌ها از طریق تحصیلات به دست می‌آید. طرز فکرها در واقع بخش نرم افزاری سرمایه فکری است که شامل انگیزه برای کار و در واقع به عنوان پیش شرطی برای نمایش شایستگی‌ها کارکنان می‌باشند. خلاقیت کارکنان آنها را قادر می‌سازد تا از دانش خود استفاده کنند و به طور مستمر نوآوری داشته باشند، بنابراین عامل مهمی در به وجود آوردن مزیت رقابتی برای سازمان می‌باشد (آبیسرکارا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). سرمایه ارتباطی به ارزش دانش قرار گرفته شده در کانال‌های بازاریابی یک سازمان اطلاق می‌شود، که یک سازمان از طریق انجام کسب و کارها خود، آن را خلق و ایجاد می‌کند (لوپز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹).

در مقایسه با سه سرمایه دیگر این سرمایه دارای اثرات مستقیم بیشتری بر روی تحقق ارزش یک سازمان می‌باشد و به طور فزاینده‌ای به عامل مهمی در کسب و کارها تبدیل شده است (چن، ۲۰۰۴). سرمایه ساختاری را می‌توان به صورت

<sup>1</sup> American Institute of Certified Public Accountants

<sup>2</sup> Pew Tan

<sup>3</sup> Abeysekera

<sup>4</sup> Lopez

فرهنگ، ساختار سازمانی، فرآیندهای عملیاتی و سیستم های اطلاعاتی را در نظر گرفت. یک سازمان با سرمایه ساختاری قوی می تواند شرایط مساعد و مناسبی را برای استفاده و بهره برداری از سرمایه انسانی ایجاد کند و به سرمایه انسانی اجازه دهد تا از توان بالقوه خود نهایت استفاده را ببرد. بنابراین باعث افزایش توان بالقوه سازمان در جذب مشتری و ارائه محصولات جدید گردد (لوپز، ۲۰۰۸). بنابراین: سرمایه های فکری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.

### پیشینه تحقیقات

دباغ باقری و همکاران (۱۴۰۲)، در این پژوهش، هدف ارایه الگویی بومی و متناسب با شرایط و ویژگی های بازار سرمایه و شرکت های فعال در آن مبتنی بر ساختار فرهنگی، قانونی، اقتصادی و سیاسی کشور برای سرمایه فکری مبتنی بر حاکمیت شرکتی است. برای این منظور در وهله نخست ضمن مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان حوزه حاکمیت شرکتی و نیز مرور مبانی نظری، پژوهش های داخلی و خارجی و اصول و استانداردهای بین المللی حاکمیت شرکتی، الگوی اولیه سرمایه فکری مبتنی بر حاکمیت شرکتی تدوین و ابعاد، مولفه ها و شاخص های آن تعیین شد. الگوی مزبور بر اساس روش دلفی فازی و از طریق پرسشنامه موردنظرخواهی از ۳۰ نفر گروه خبرگان قرار گرفت. برای انتخاب گروه خبرگان از روش انتخاب هدفمند استفاده شد. بر اساس نظرات گروه خبرگان، کلیات الگوی سیستمی حاکمیت شرکتی شامل ۱۷۳ شاخص تأیید شد. در مرحله بعد از میان شاخص های تایید شده تعداد ۱۳ شاخص سرمایه فکری و تعداد ۱۳ شاخص حاکمیت شرکتی بر اساس نظر خبرگان به عنوان شاخص های نماینده سرمایه فکری و حاکمیت شرکتی انتخاب و در قالب الگوی سرمایه فکری مبتنی بر حاکمیت شرکتی تأثیر آن بر عملکرد مالی ۱۰ شرکت سرمایه گذاری پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج به دست آمده سرمایه فکری مبتنی بر حاکمیت شرکتی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مالی این شرکت ها دارد. در توجیه نتیجه به دست آمده می توان گفت، با توجه به ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش و تغییرات ایجاد شده در ماهیت فعالیت شرکت ها در سطح تجارت جهانی، سرمایه فکری به عنوان یکی از ارکان اساسی برای ایجاد بازدهی شرکت ها تلقی می گردد.

یادگاری و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهش خود به بررسی رابطه مولفه های سرمایه فکری (انسانی - ساختاری - رابطه ای) با گرایش به نوآوری سازمانی (نمونه مورد مطالعه: بانک سپه) پرداختند. در نوع جدید اقتصاد که تحت عنوان اقتصاد دانش محور در حال شکل گیری می باشد مزیت رقابتی از دارایی های فیزیکی و مالی به سمت دارایی های نامشهود مانند دانش و سرمایه فکری تغییر کرده است. با توجه به محیط رقابتی امروز، بانک ها برای باقی ماندن و بقا نیازمند نوآوری و ارائه خدمات نوین می باشند و این امر مستلزم شناسایی مولفه های سرمایه فکری به عنوان موتور مولد نوآوری است. در این تحقیق سعی شده است با شناسایی مولفه های سرمایه فکری رابطه میان این مولفه ها با گرایش به نوآوری در بانک سپه بررسی گردد. جامعه آماری مورد مطالعه پرسنل شاغل در مدیریت منطقه سه تهران بانک سپه می باشد و از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده و برای گردآوری داده ها از منابع کتابخانه ای و پرسشنامه استفاده گردیده است. تحلیل داده ها به دو روش توصیفی و استنباطی انجام پذیرفته است و نتایج حاصل از آزمون همبستگی وجود رابطه مثبت و معنادار میان مولفه های سرمایه فکری و گرایش به نوآوری سازمانی در بانک سپه را نشان می دهد. علاوه بر این براساس نتایج آزمون رگرسیون از میان مولفه های سرمایه فکری، مولفه سرمایه انسانی ( $P < 0.01$ )؛ ( $\beta = 0.473$ )، بیشترین سهم در گرایش به نوآوری در بانک سپه را دارا می باشد.

رحیمی کلور و شادزویه (۱۴۰۰)، در پژوهش خود به بررسی نقش سرمایه فکری سبز بر استراتژی سبز و عملکرد نوآوری در استراتژی سبز پرداختند. در این مقاله، پیشنهاد می شود که تعهد بلندمدت یک شرکت به یک استراتژی سبز، که به عنوان هدف استراتژیک سبز آن شناخته میشود، عملکرد نوآوری استراتژی سبز (GPIP) زمانی منجر به سطح بالاتری

میشود که شرکت موفق به توسعه، در اختیار داشتن، یکپارچه سازی و به کارگیری سرمایه فکری سبز در عملیات خود شود. به طور خاص، استدلال می شود که سه جنبه سرمایه فکری سبز یک شرکت (سرمایه انسانی سبز، سرمایه سازمانی سبز و سرمایه ارتباطی سبز) تاثیر هدف استراتژیک سبز شرکت را بر عملکرد نوآوری استراتژیک سبز آن واسطه می کنند. علاوه بر این، از دیدگاه دارایی های مکمل شرکت، استدلال می شود که سطح تعامل بین سه جنبه سرمایه فکری سبز بر عملکرد نوآوری استراتژی سبز شرکت تاثیر می گذارد.

نیکزاد و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته اند. هدف این تحقیق بررسی تاثیر سرمایه فکری بر پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. شاخص های پایداری به سه سطح افشای اجتماعی، اقتصادی و محیطی شرکت ها تقسیم شد. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ است که بر اساس روش حذف سیستماتیک به منظور غربالگری جامعه آماری تحقیق، تعداد ۱۰۷ شرکت از ۵۲۰ شرکت به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. با استفاده از نرم افزار ایویوز ۱۰ و آزمون های ناهمسانی واریانس، آزمون F لیمر، آزمون هاسمن و آزمون رگرسیون حداقل مربعات معمولی به تجزیه و تحلیل داده های تحقیق پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان داد سرمایه فکری بر سطح افشای پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد.

جانباز و همکاران (۱۳۹۹)، پژوهشی تحت عنوان تاثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی پرداختند. بنابراین، هدف این پژوهش بررسی تاثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان صورت گرفت. از لحاظ هدف، پژوهش اخیر کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش از نوع توصیفی همبستگی است. جامعه آماری شامل کارکنان اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان به تعداد ۳۷۱ نفر بود و بر اساس جدول مورگان، تعداد ۱۹۰ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده، به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز پژوهش، از پرسشنامه استفاده شد. روایی و پایایی پرسشنامه ها نیز به ترتیب توسط روایی محتوا و آلفای کرونباخ تأیید شد. نتایج تحلیل داده ها با استفاده از نسخه ۲۲ نرم افزار SPSS نشاندهنده ی ارتباط معنادار و مثبت سرمایه فکری و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی و ارتباط معنادار و مثبت سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی بود.

داوودی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی با تعدیل گری مسئولیت پذیری اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان صنعت معدن و تجارت استان اصفهان) پرداختند. این پژوهش که توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد با هدف بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی با تعدیل گری مسئولیت پذیری اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان صنعت معدن و تجارت استان اصفهان) انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کلیه ادارات صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان است که با استفاده از سرشماری اطلاعات ۲۴ اداره از طریق ابزار اندازه گیری تحقیق، شامل سه پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری، عملکرد مالی و مسئولیت پذیری اجتماعی جمع آوری گردید. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای Smart و Spss23 انجام شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و برای آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان صنعت معدن و تجارت استان اصفهان به طور معنی دار تاثیر دارد و مسئولیت پذیری اجتماعی این رابطه را تعدیل می نماید. در پایان پیشنهاداتی برای بهبود این روابط در سازمان مورد مطالعه ارائه گردید.

حاجی عزیزاده و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به بررسی ارتباط بین استراتژی نوآوری شرکت و ریسک سقوط قیمت سهام با تاکید برعامل رفتاری مدیران می پردازد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده و از بعد روش شناسی از نوع تحقیقات علی (پس رویدادی) می باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه گیری حذف سیستماتیک، ۱۱۴ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند و در دوره ی زمانی ۵ ساله، بین سال های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ مورد تحقیق و بررسی قرار گرفتند. روش مورد استفاده جهت جمع آوری اطلاعات، کتابخانه ای بوده و برای آزمون فرضیه های پژوهش از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. نتایج حاصل از فرضیات پژوهش نشان می دهد که بین استراتژی نوآوری شرکت و ریسک سقوط قیمت سهام رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. همچنین، افزایش مخارج سرمایه گذاری، بر رابطه بین استراتژی نوآوری شرکت و ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر معکوس و معنادار دارد و نیز، سرمایه گذاری بیش از حد، بر رابطه بین استراتژی نوآوری شرکت و ریسک سقوط قیمت سهام تاثیر معکوس و معنادار دارد.

تجنجاری و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به بررسی تاثیر استراتژی نوآوری در محیط کسب و کار بر عملکرد بانک های دولتی (مورد مطالعه: شعب مرکزی بانک سپه در استان مازندران) پرداختند. جامعه آماری پژوهش کاربران، کاربران ارشد، روسا و معاونین شعب بانک سپه در سطح استان مازندران می باشد که تعداد ۲۲۰ نفر از کل پرسنل را شامل می شود. با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ۱۳۲ نفر برآورد گردیده است. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه محقق ساخته ۳۰ گویه ای، که روایی آن با قضاوت خبرگان و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰.۷۲۱ مورد تایید ضرار گرفته است می باشد. براساس مطالعات ادبیات انجام شده، در این پژوهش استراتژی نوآوری فناوری ۸ مولفه و استراتژی نوآوری خدمات ۱۰ مولفه و شدت رضایت با ۷ و عملکرد کسب و کار با ۵ مولفه سنجیده شده است. نتایج نشان داده است که استراتژی نوآوری در محیط کسب و کار بر عملکرد بانک سپه تاثیر مثبت و معناداری دارد. و همچنین استراتژی نوآوری فناوری و استراتژی نوآوری خدمات بر عملکرد کسب و کار تاثیر مثبت و معناداری دارد. و شدت رضایت بر رابطه بین استراتژی های نوآوری و عملکرد کسب و کار تاثیر مثبت و معناداری دارد.

قنبری و پرندین (۱۳۹۷)، بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی شرکت های دولتی خصوصی شده پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج تحقیق نشان می دهد که کارایی سرمایه انسانی نسبت به سایر اجزاء سرمایه فکری دارای بیشترین تاثیر بر ارزش بازار شرکت می باشد. همچنین، ضریب کارایی سرمایه بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

الیاسی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآوران سازمان ها (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان حوزه زیست فناوری) پرداختند. براساس یافته های بدست آمده از ۱۴۲ شرکت دانش بنیان زیستی به عنوان نمونه مورد بررسی و با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به یافته های پژوهش تمامی فرضیات پژوهش مورد تایید قرار گرفتند. همچنین نقش میانجی استراتژی نوآوری تحقیق و توسعه، در رابطه بین متغیرها تایید شد.

محمودزاده و عفتی باران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی در بانک های ایران پرداختند. نتایج پژوهش نشان می دهد که سرمایه فکری بر بازده دارایی بانک ها تاثیر مثبت و معناداری دارد. در حالت خاص نیز، سرمایه انسانی با بازده دارایی ها رابطه مثبت و معناداری داشته است. همچنین نتایج نشان می دهد که ضریب کارایی سرمایه انسانی در مقایسه با ضریب کارایی سرمایه ساختاری و سرمایه فیزیکی تاثیر بیشتری بر سوددهی بانک ها داشته است. نتایج پژوهش محرک های خاص سرمایه فکری را که بر سودآوری و کسب بازده تاثیر می گذارند، شناسایی می کند.

هوتاهایان (۲۰۲۰)، در پژوهشی به نقش واسطه ای سیستم اطلاعات حسابداری سرمایه انسانی و مدیریت در رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد فرآیند داخلی و تأثیر بر عملکرد مالی شرکت ها پرداخته است. نتایج نشان داد که استراتژی نوآوری تأثیر قابل توجهی بر عملکرد مالی دارد. سرمایه انسانی رابطه معناداری بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی ندارد. عملکرد سرمایه و عملکرد داخلی واسطه رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی نیست. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی را واسطه نمی کند. عملکرد فرآیند داخلی واسطه رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی است. سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت و عملکرد فرآیند داخلی واسطه رابطه بین استراتژی نوآوری و عملکرد مالی است.

و کار و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی: مطالعه بانک های هند پرداختند. نتایج نشان داد که کارایی سرمایه فکری به میزان قابل توجهی سودآوری و بهره وری بانک های هند را افزایش می دهد. به طور کلی، سرمایه انسانی مهمترین مولفه سرمایه فکری در افزایش سودآوری و بهره وری صنعت بانکداری هند است. سرمایه ساختاری و سرمایه فیزیکی فقط برای بهبود سودآوری حیاتی هستند در حالی که سهم سرمایه رابطه ای در عملکرد مالی بانک ها اسمی است. نتیجه همچنین نشان می دهد که در میان سه دسته بانک های هند، بانک های خصوصی خارجی در استفاده از سرمایه فکری خود کارایی بیشتری دارند.

تاتینا اندرو و همکاران (۲۰۱۷)، در پژوهشی بر بررسی سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی روسیه داشتند که نتایج این بررسی استدلال شده است که سرمایه عقلانی (IC) عنصر مهم ارزش زایی (ایجاد ارزش) در اقتصاد معاصر است. طبق محاسبات کارشناسان، در دهه ۱۹۸۰ سهم امتیازات ملموس مسئول حدود ۶۲٪ از سرمایه گذاری بازار شرکت ها در بازارهای توسعه یافته است. با این وجود، شروع دهه ۲۰۰۰، سهمشان تا ۱۶٪ کاهش یافت. این امر بطور گسترده توسط تحقیق تجربی حمایت شده است اما اساساً مبتنی بر داده بازارهای توسعه یافته است و سوالاتی مثل اینکه چطور IC و عناصر آن در بازارهای در حال بروز کار می کنند بدلیل فقدان تحقیق تجربی اختصاص یافته به این موضوع تحت بررسی باقی می ماند. هدف تحقیق ارائه درک تجربی در مورد ارتباطات بین عناصر اصلی IC (انسانی، ارتباطی و ساختاری) و عملکرد سازمانی شرکتهای روسی مثل قابلیت سودآوری امتیاز، رشد فروشهای خاص و سهم بازار است.

کاووان تسنگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی احتمالات سرمایه معنوی و سرمایه مالی بر خلق ارزش پرداختند. هدف آنها از این پژوهش بررسی روابط میان سرمایه معنوی (IC)، سرمایه مالی (FC)، ارزش شرکت (V) و خلق ارزش (VC) در چرخه های تجاری متفاوت (BC) جهت ایجاد مدیریت استراتژیکی بود که ارزش های ثابت داشت و V را در ادامه افزایش دادند. این پژوهش سرمایه معنوی را به عنوان اطلاعات دیگر جهت ترکیب سرمایه معنوی و مدل اولسون معرفی نمود. اطلاعات ارائه شده توسط این سرمایه های متفاوت توسط تحلیل رگرسیون چندگانه اعتباردهی شد. تحلیل گروه چندگانه برای بررسی اینکه آیا ضریب توسط چرخه های تجاری متفاوت تعدیل شدند اجرا شد. نتایج نشان داد که اطلاعات معنادار سرمایه معنوی و سرمایه مالی و دیدگاه محتمل چرخه های تجاری متفاوت وجود دارد. ارتباط ارزشی سرمایه معنوی توسط چرخه های تجاری متفاوت تعدیل گشت.

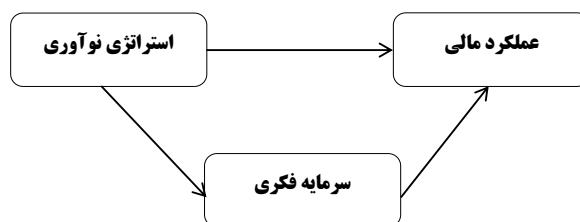
### مدل مفهومی پژوهش

با توجه به تعاریف ارائه شده برای سرمایه فکری، استراتژی نوآوری و عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران، در شکل زیر مدل مفهومی این پژوهش برای نحوه تأثیرگذاری متغیرهای مربوطه ارائه شده است:

<sup>1</sup> Kavoo an tesang



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش (هوتاهایان، ۲۰۲۰)



### فرضیه های تحقیق

۱. استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران رابطه معناداری دارد.
۲. سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران تاثیر گذار است.

### روش تحقیق

هدف اصلی و اولیه پژوهش حاضر تبیین رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی با نقش میانجی سرمایه فکری در بانک های مسکن استان مازندران می باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گرد آوری اطلاعات توصیفی از نوع همبستگی می باشد. همچنین از آنجایی که پژوهش در نهایت تأثیر بین متغیرها را می سنجد، مناسب ترین روش برای انجام این پژوهش، روش توصیفی است که در آن با استفاده از روش های تعیین توصیفی هدف مذکور محقق انجام شد.

### جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، تمامی کارکنان بانک مسکن استان مازندران که به تعداد ۱۷۷ نفر می باشند. حجم نمونه از جامعه مورد نظر طبق جدول مورگان برای جامعه محدود تعداد ۱۱۷ نفر محاسبه شده است. نمونه گیری به روش تصادفی ساده صورت پذیرفته است. روایی و پایایی این پژوهش ضریب الفای کرونباخ بالای ۰.۷ مورد تایید است.

### یافته های تحقیق

#### توصیف آماری متغیرها

جدول (۱): آمار توصیفی

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مردان	۸۸	۶۶.۷
زنان	۲۹	۳۳.۳
وضعیت تاهل	فراوانی	درصد فراوانی
مجرد	۱۹	۲۷.۷
متاهل	۹۸	۷۲.۳
تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم و زیر دیپلم	۱۱	۷.۹
فوق دیپلم	۱۱	۷.۹
لیسانس	۷۴	۶۸.۴
فوق لیسانس	۱۷	۱۱.۹

۴	۴	دکتری و بالاتر
درصد فراوانی	فراوانی	سن
۴.۵	۵	کمتر از ۳۰ سال
۱۳.۶	۱۵	۳۱-۴۰ سال
۶۶.۱	۷۷	۴۱-۵۰ سال
۱۵.۸	۲۰	بالاتر از ۵۰ سال
درصد فراوانی	فراوانی	درآمد
۷.۹	۹	کمتر از ۵ میلیون تومان
۶۲.۷	۷۳	۵-۹ میلیون
۲۵.۴	۲۹	۱۰-۱۵ میلیون
۴	۶	بالای ۱۵ میلیون
۱۰۰	۱۱۷	در مجموع

## آمار استنباطی داده

### بررسی برازش مدل های اندازه گیری پژوهش

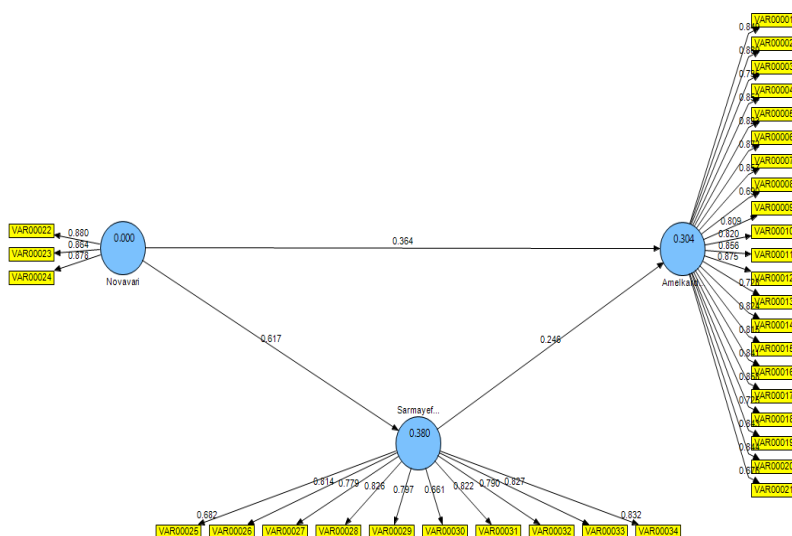
مدل اندازه گیری بخشی از مدل کلی است که در برگزیده یک متغیر به همراه سوالات آن متغیر است. جهت سنجش برازش مدل اندازه گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده گردید.

### ارزیابی پایایی مدل های اندازه گیری

#### ضرایب بارهای عاملی

بارهای عاملی از طریق محاسبه همبستگی شاخص های یک سازه با آن سازه، محاسبه و مقدار مناسب آن برابر و یا بیشتر از ۰.۴ است و نشان دهنده ی پایایی مورد قبول در مدل اندازه گیری است. اگر بار عاملی شاخص کمتر از ۰.۴ شد، باید است آن شاخص حذف شود. خروجی PLS در حالت ضرایب استاندارد (بار عاملی) در شکل زیر نشان داده شده است.

شکل (۲): مدل ساختاری فرضیه اصلی پژوهش در حالت ضریب استاندارد



## پایایی ترکیبی

در صورتی که مقدار این معیارها برای هر سازه بالای ۰.۷ محاسبه شود، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد.

## ارزیابی رویی مدل اندازه‌گیری

روایی همگرا: فورنل و نکر (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج شده (AVE) را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد می‌کنند. حداقل AVE معادل ۰.۵ بیانگر اعتبار همگرایی کافی است. به معنی اینکه یکمتغیر مکنون می‌تواند به طور میانگین بیش از نیمی از پراکندگی معرف‌هایش را تعیین کند. البته طبق نظر مگنز و همکاران (۱۹۹۶) مقدار ۰.۳ به بالا را برای AVE کافی دانسته‌اند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵).

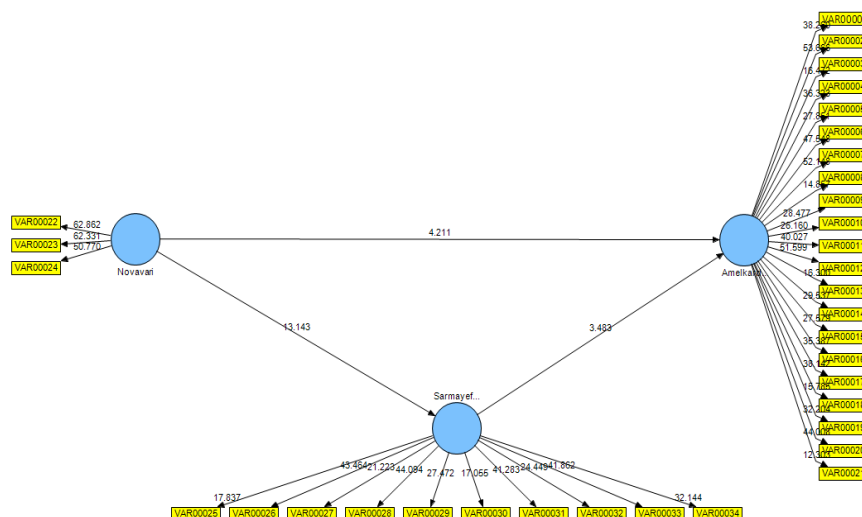
جدول (۲): ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، اشتراکی و AVE برای پرسشنامه تحقیق

متغیرهای پژوهش	میانگین واریانس (AVE)	پایایی ترکیبی (C.R)	آلفای کرونباخ
عملکرد مالی	۰.۶۷	۰.۹۸	۰.۹۸
استراتژی نوآوری	۰.۷۶	۰.۹۱	۰.۸۵
سرمایه فکری	۰.۶۲	۰.۹۴	۰.۹۳

## ارزیابی مدل ساختاری

ضرایب معناداری: ابتدایی‌ترین معیار جهت سنجش رابطه‌ی بین سازه‌های مدل در بخش ساختاری است. برآزش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب t به این صورت است که این ضرایب باید از ۱.۹۶ بیشتر باشد تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آن‌ها را تایید ساخت. با توجه به شکل ۲ نتایج ضرایب معناداری t تمام رابطه‌ها از ۱.۹۶ بالاتر هستند که این امر معنادار بودن این روابط بین متغیرهای پنهان پژوهش را در سطح ۹۵٪ تایید می‌کند.

شکل (۳): مدل آزمون شده پژوهش در حالت آماره t



با توجه به آماره آزمون معناداری بدست آمده برای بارهای عاملی برآورد شده و بزرگتری آنها از مقدار بحرانی جدول توزیع تی-استودنت، مشاهده می‌شود که هر یک از متغیرهای نشانگر جهت سنجش مولفه‌های مکنون تحقیق به طور

معناداری این مولفه ها را تبیین می کنند. از این رو باتوجه به توان معنادار سنجه های تحقیق در سنجش هریک از متغیرها، روابط اصلی متغیرها جهت پاسخ به فرضیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

### اعتبارسنجی مدل

#### شاخص نیکویی برازش GOF

تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) شاخص نیکویی برازش GOF را به عنوان شاخص اعتبار کلی مدل ساختاری حداقل مربعات جزئی معرفی کردند. این معیار بعدها توسط وزلس و همکاران (۲۰۰۹) به منظور ساده سازی محاسبات آن، به صورت زیرارائه گردید:

$$GOF = \sqrt{((AVE)^{-} \times R^2)}$$

به طوری که در این رابطه، (AVE) معرف میانگین شاخص اعتبار همگرای متغیرهای مکنون و  $R^2$  معرف میانگین تمامی ضرایب تعیین برآورد شده برای متغیرهای وابسته مدل ساختاری است. بر این اساس، شاخص GOF برای مدل ساختاری تحقیق به صورت زیر محاسبه شده است:

$$GOF = \sqrt{\text{average}(\text{Comunalitie}) * R^2}$$

به باور تننهاوس و همکاران (۲۰۰۵) شاخص GOF در مدل PLS راه حلی عملی برای این مشکل بررسی برازش کلی مدل بوده و همانند شاخص های برازش در روش های مبتنی بر کوواریانس عمل می کند و از آن می توان برای بررسی اعتبار یا کیفیت مدل PLS به صورت کلی استفاده کرد. این شاخص نیز همانند شاخص های برازش مدل لیزرل عمل می کند و بین صفر تا یک  $R^2$  قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. بر مبنای طبقه بندی اندازه مشخص شده کوهن (۱۹۸۸) از ۰.۵ استفاده از ارزش حداقلی ۰.۵ فورنل و لارکر (۱۹۸۱) برای میزان اشتراک، معیار GOF با توجه به نمونه، به مقدار ۰.۱ قابل قبول است. مقدار GOF محاسبه شده برای مدل، نزدیک به مقدار ۰/۴۳ بود که بر خوبی برازش مدل برای داده ها دلالت دارد.

### آزمون فرضیه های پژوهش

در این بخش ضرایب معناداری مربوط به هر یک از فرضیه ها و ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرهای هر یک از فرضیه ها، فرضیه های تحقیق مورد ارزیابی قرار می گیرند. هنگامی که مقادیر ضریب معناداری t بیشتر از ۱.۹۶ باشد، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیه های پژوهش است. ضرایب استاندارد شده مسیرها نیز به بررسی تعیین شدت تأثیر متغیرها بر یکدیگر می پردازد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها در جدول مشخص شده است. رد و تأیید فرضیات براساس سطح اطمینان ۰.۹۵ انجام شده است.

#### جدول (۳): نتایج حاصل از آزمون فرضیات

نتیجه آزمون	سطح معناداری P-value	معناداری (T-Value)	ضریب مسیر (β)	روابط علی بین متغیرهای پژوهش	فرضیه ها
تأیید فرضیه	< ۰.۰۵	۴.۲۱	۰.۳۶	استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران رابطه معناداری دارد.	فرضیه اول
نتیجه آزمون	سطح معناداری P-value	مقدار سوبل		روابط علی بین متغیرهای پژوهش	فرضیه ها
تأیید فرضیه	< ۰.۰۵	۸.۲۲		سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد	فرضیه دوم

مالی در بانک مسکن استان مازندران تاثیر گذار است.
--

## نتیجه گیری

### نتیجه گیری از فرضیه اصلی اول پژوهش

**فرضیه اصلی:** استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران رابطه معناداری دارد. با توجه به نتایج بدست آمده آماره آزمون معناداری به دست آمده برای اندازه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران بزرگ تر از مقدار بحرانی این توزیع در جدول تی- استودنت است، در نتیجه به طور معناداری تأثیرگذاری نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران تأیید می شود. این تأثیرگذاری در سطح خطای ۵ درصد مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین با توجه به ضریب تأثیر  $\beta = 0.36$  می توان نتیجه گرفت که استراتژی نوآوری دارای تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد از این رو فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد. نتیجه به دست آمده از پژوهش حاضر نشان داده است که پیشینه های پژوهش داوودی و همکاران (۱۳۹۹)، حاجی علیزاده و همکاران (۱۳۹۹)، تجنجاری و همکاران (۱۳۹۹)، الیاسی و همکاران (۱۳۹۷)، هوتاهایان (۲۰۲۰) در راستای این فرضیه می باشد.

### نتیجه گیری از فرضیه اصلی دوم پژوهش

**فرضیه اصلی:** سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران تاثیر گذار است.

با توجه به نتایج بدست آمده آماره آزمون معناداری به دست آمده برای اندازه سرمایه فکری برااستراتژی نوآوری با عملکرد مالی بزرگ تر از مقدار بحرانی این توزیع در جدول تی- استودنت است، در نتیجه به طور معناداری سرمایه فکری بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی در بانک مسکن استان مازندران تأیید می شود. این تأثیرگذاری در سطح خطای ۵ درصد مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین با توجه به ضریب تأثیر  $\beta = 8.22$  می توان نتیجه گرفت که سرمایه فکری دارای تأثیر مثبتی بر رابطه استراتژی نوآوری با عملکرد مالی دارد از این رو فرضیه دوم پژوهش مورد تأیید قرار می گیرد. نتیجه به دست آمده از پژوهش حاضر نشان داده است که پیشینه های پژوهش جانباز و همکاران (۱۳۹۹)، نیکزاد و همکاران (۱۳۹۹)، داوودی و همکاران (۱۳۹۹)، قنبری و پرندین (۱۳۹۷)، محمودزاده و عفتی باران (۱۳۹۷)، و کار و همکاران (۲۰۲۰)، هوتاهایان (۲۰۲۰)، تاتینا اندروا و همکاران (۲۰۱۷)، کاووان تسنگ و همکاران (۲۰۱۵) در راستای این فرضیه می باشد.

## پیشنهادات

### پیشنهادات کاربردی منتج از فرضیه های پژوهش

#### پیشنهادات مربوط به فرضیه اول

پیشنهاد می شود که اپلیکیشن جایگزینی برای خدمات اینترنتی بانک مسکن طراحی شود تا در صورت خطایی که در معاملات آنلاین رخ می دهد، اپلیکیشن موردنظر برای ساعتی مشخص فعال شود تا مشتریان بتوانند خدمات خود را انجام دهند.

پیشنهاد می شود که شناخت و استفاده از تکنولوژی های جدید جهت افزایش و ارتقاء فعالیت های نوآورانه صورت پذیرد. پیشنهاد می شود که به اجرا درآوردن و سرمایه گذاری بر ایده های نو انجام شود.

### پیشنهادات مربوط به فرضیه دوم

پیشنهاد می شود که پایگاهی برای تحلیل اطلاعات برای کنترل ابعاد سرمایه های فکری در بانک صورت گیرد. پیشنهاد می شود که آشناسازی مدیران با مفاهیم و تکنیک های مدیریت سرمایه فکری برای استفاده از اطلاعات مالی صورت بگیرد.

پیشنهاد می شود که کانال های بهبود ترویج ابعاد سرمایه فکری شناسایی شود.

### پیشنهادات به تحقیقات آینده

بهتر است در پژوهش های آتی متغیر مشارکت مشتری و درگیری ذهنی مشتری به مدل اضافه شود تا بهتر بتوان بانک ها را در زمینه ارائه خدمات متناسب با نیازهای مشتریان آگاه ساخت. بررسی و پژوهش بر روی قابلیت های همچون شبکه های اجتماعی که موجب قوی تر شدن تأثیر فعالیت های بازاریابی با شبکه های اجتماعی می شود مانند: ترکیب بندی ظاهری سایت ها در راستای در دسترس و دیدرس تر بودن گزینه های پر استفاده.

پیشنهاد می شود پژوهش مقایسه ای برای مقایسه مشتریان آفلاین و آنلاین صورت پذیرد.

پیشنهاد می شود مسائل و مشکلات مربوط به ارتقاء و تقویت اجزای سرمایه فکری در بانک ها بررسی شود.

پیشنهاد می شود تأثیر صورت های گزارش دهی سرمایه ای فکری بر بازارهای مالی بررسی شود.

### منابع

- ✓ الیاسی، مهدی، صفردوست، عاطیه، محمدروضه سرا، مریم، (۱۳۹۷)، بررسی نقش استراتژی نوآوری بر عملکرد نوآورانه سازمان ها (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان حوزه زیست فناوری)، اندیشه مدیریت راهبردی، سال دوازدهم، شماره اول، صص ۱۸۳-۲۰۲.
- ✓ پورزمانی، زهرا، جهانشاد، آریتا، محمودآبادی، علی، (۱۳۹۱)، تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، صص ۱۷-۳۰.
- ✓ تجنجاری، فهیمه، امام قلی زاده، سعید، (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر استراتژی نوآوری در محیط کسب و کار بر عملکرد بانک های دولتی (مورد مطالعه: شعب مرکزی بانک سپه در استان مازندران)، کنفرانس بین المللی مدل ها و تکنیک های کمی در مدیریت، قزوین.
- ✓ تقی زاده، رسول، فضلی، صفر، (۱۳۹۰)، روش اندازه گیری عملکرد شرکت ها با استفاده از رویکرد ترکیبی آنالیز روابط خاکستری و تاپسیس فازی، فصلنامه چشم انداز مدیریت صنعتی، شماره ۲، صص ۱۲۵-۱۵۰.
- ✓ جانباز، محمدحسن، (۱۳۹۹)، تأثیر سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی، اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری.
- ✓ حاجی علیزاده، معصومه، جعفرزاده بی شک، محمد صادق، (۱۳۹۹)، ارتباط بین استراتژی نوآوری شرکت و ریسک سقوط قیمت سهام با تأکید بر عامل رفتاری مدیران، نشریه چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره ۳، شماره ۲۱، صص ۸۰-۹۶.
- ✓ رحیمی کلور، حسین، شادزویه، محمدمین، (۱۴۰۰)، نقش سرمایه فکری سبز بر استراتژی سبز و عملکرد نوآوری در استراتژی سبز، اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ساری.



- ✓ علی اکبری، رسا، عدالت حقی، میرمحمد، (۱۳۹۲)، بررسی فرآیندهای نوآوری و تاثیر آن بر عملکرد مالی شرکتها، دومین اجلاس مدیران تحقیق، توسعه و فناوری، تهران.
- ✓ قنبری، مهرداد، پرندین، کاوه، (۱۳۹۷)، بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با ارزش بازار و عملکرد مالی شرکتهای دولتی خصوصی شده پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش حسابداری، دوره ۸، شماره ۴، صص ۲۵-۴۱.
- ✓ محمد، حسن، (۱۴۰۲)، ارائه الگوی سرمایه فکری تعمیم یافته بر مبنای رفتار حاکمیت شرکتی و اثرات آن بر عملکرد مالی شرکت های سرمایه گذاری پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، دومین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب و کار با گرایش توسعه دانش بنیان، تهران.
- ✓ محمودزاده، محمود، عفتی باران، فرشید، (۱۳۹۶)، تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی در بانکهای ایران، مدل سازی ریسک و مهندسی مالی، دانشگاه خاتم، دوره ۲، شماره ۱، صص ۶۰-۷۹.
- ✓ نیک زاداصفهان، نغمه، (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر سرمایه فکری بر پایداری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری.
- ✓ یادگاری، محسن، نوری کوپائی، مهرداد، (۱۴۰۲)، بررسی رابطه مولفه های سرمایه فکری (انسانی - ساختاری - رابطه ای) با گرایش به نوآوری سازمانی (نمونه مورد مطالعه: بانک سپه)، بیست و یکمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، بابل.
- ✓ Bonits, N. Keo, W.C.C. and Richardson, S (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries, *Journal of Intellectual Capital*, VI. 1, No. 1, PP. 85-100.
- ✓ Bontis, N. (2001), "Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 No. 1, pp. 41-60, doi: 10.1111/1468-2370.00053.
- ✓ Bontis, N., Janosevic, S., Dzenopoljac, V., (2015). Intellectual capital in Serbia's hotel industry. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 27 (6), 1365-1384
- ✓ Drucker, P.F. (1988), "The coming of the new organization", *Harvard Business Review*, Vol. 66 No. 1, pp. 45-53.
- ✓ Kunz, J. (2015). Objectivity and subjectivity in performance evaluation and autonomous motivation: an exploratory study. *Management Accounting Research*, 27 (22), 27-46.
- ✓ Mehralian, G., Rajabzadeh, A., Sadeh, M.R. and Rasekh, H.R. (2012), "Intellectual capital and corporate performance in Iranian pharmaceutical industry", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13 No. 1, pp. 138-158, doi: 10.1108/14691931211196259.
- ✓ Singh, S., Sidhu, J., Joshi, M. and Kansal, M. (2016), "Measuring the intellectual capital performance of Indian banks: a public and private sector comparison", *Managerial Finance*, Vol. 42 No. 7, pp. 635-655, doi: 10.1108/MF-08-2014-0211.
- ✓ Stewart, T.A. (1997), *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Nicholas Brealey Publishing, New York, NY.
- ✓ Tatiana Andreeva. Tatiana Garanina (2017). "Intellectual Capital and Its Impact the Financial Performance of Russian Manufacturing Companies"
- ✓ Weqar, F., Khan, A.M., Imamul Haque, S.M (2020). Exploring the effect of intellectual capital on financial performance: a study of Indian banks, Department of Commerce, Aligarh Muslim University, Aligarh, India.
- ✓ Xiao, Q., O'Neill, J. and Mattila, A. (2012), "The role of hotel owners: the influence of corporate strategies on hotel performance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24 No. 1, pp. 122-139.

- ✓ Zigan, K., MacFarlane, F. and Desombre, T. (2008), “Intangible resources as performance drivers in European hospitals”, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 57 No. 1, pp. 57-71.