

بررسی تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری (مطالعه موردی: کلیه شعب بانک پاسارگاد در استان تهران)

بهناز خراسانچی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشکاه پیام نور کرج
behnazkh43@gmail.com

چکیده

رشته نوظهور سرمایه فکری یک حوزه تحقیقاتی جدید برای محققان و دست‌اندرکاران سازمانی است که بر ایجاد مکانیزم‌های اندازه‌گیری جدید برای گزارش‌دهی متغیرهای ناملموس مانند سرمایه انسانی و رضایت مشتری و نوآوری تمرکز دارد، درک و بهره‌برداری از منابع ناملموس حیاتی مانند سرمایه فکری به حفظ و کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها کمک می‌کند. صنعت بانکداری از جمله صنایعی است که استفاده زیادی از منابع انسانی و دانش داشته که این منابع نامشهود بوده و سرمایه فکری محسوب می‌شوند. هسته رقابتی صنعت بانکداری تا حد زیادی بر توانایی تیم‌های مدیریت به منظور اداره نظام‌مند دانش و تجربه متکی بوده، و همچنین به توانایی خلق مهارت‌های پیچیده فراهم آوردن سرمایه فکری برای سازمان‌ها جهت اداره موثر ریسک‌ها و خلق سود وابسته می‌باشد. از این‌رو پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ابعاد سرمایه فکری بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری می‌پردازد، و از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی می‌باشد. برای انجام این پژوهش ۱۳۵ نفر از مدیران شعب بانک پاسارگاد استان گیلان به صورت تصادفی انتخاب شدند و با استفاده از ابزار پرسشنامه اطلاعات پژوهش گردآوری شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از مدلسازی معادلات ساختاری جهت تأیید و یا رد فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. نتایج به دست آمده از پژوهش نشان دهنده تأیید هر سه فرضیه می‌باشند. با توجه به خروجی مدل ساختاری، مولفه‌های سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای اثر معناداری بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد دارند و شدت تأثیر هر یک از این عوامل به ترتیب درجه اهمیت برابر با ۰/۲۵، ۰/۲۲ و ۰/۴۴ برآورد گردیدند، و تأثیر متغیر سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی بیشتر و نیرومندتر از سایر مؤلفه‌ها می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای، توسعه توان رقابتی

۱. مقدمه

اجزای اصلی منابع مورد استفاده شرکت‌ها فقط متشکل از منابع مشهود و ملموس نیستند، بلکه دارایی‌های نامشهود و ناملموس نیز وجود دارند که این منابع نایاب، باارزش، غیرقابل تعویض و تمام نشدنی هستند. همچنین دو عامل اساسی که امروزه باعث بهبود عملکرد شرکت‌ها نسبت به دو دهه اخیر می‌شود، جهانی شدن و افزایش تغییرات تکنولوژیکی می‌باشد. در این شرایط دارایی‌های ناملموس و سرمایه فکری دو فاکتور کلیدی در موفقیت شرکت‌ها محسوب می‌شوند. امروزه سرمایه فکری در کنار سرمایه مالی یکی از عوامل اصلی جهت ایجاد سودآوری شرکت‌ها محسوب می‌شود، همچنین اقتصاد جدید اساساً متکی بر دانش و اطلاعات می‌باشد که منجر به تأکید بر سرمایه فکری شده است (حجازی و علی پور، ۱۳۹۵، ص ۱). در اقتصاد دانش محور، نقش سرمایه فکری در ایجاد ارزش برای سازمان‌ها بسیار بیشتر از نقشی است که سرمایه‌های فیزیکی ایفا می‌کنند. بنابراین سازمان‌ها برای کسب مزیت رقابتی پایدار نیازمند شناسایی و مدیریت نظام‌مند سرمایه‌های فکری خود می‌باشند (دستگیری و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱). یکی از فعالیت‌هایی که در جهت تحقق اقتصاد دانش محور و نیل به اهداف در کشور باید صورت بگیرد، توجه به نظام بانکی کشور است. از کاستی‌های نظام بانکی کشور، ساختار دولتی و حجم عظیم آن است که سبب شده چنان که شاید و باید به شاخص‌های غیرمالی و در رأس آن به سرمایه فکری توجهی صورت نمی‌گیرد، بنابراین بانک‌ها باید دارایی‌های خود را از نو طبقه‌بندی کنند، همچنین باید درک کنند که سرمایه فکری می‌تواند اهداف راهبردی آنها را محقق سازد. با توجه به عقب‌ماندگی نظام بانکی ایران نسبت به کشورهای توسعه یافته و فقدان شرایط رقابت با بانکداری جهانی و بهره‌گیری از سرمایه فکری و دانش روز، عرصه‌ی گسترده‌ای برای پیشرفت در این زمینه وجود دارد که با کار و کوشش می‌توان به دستاوردهای قابل توجهی نائل شد (شجاعی و باغبانیان، ۱۳۸۸، ص ۱۰۸). صنعت بانکداری از جمله صنایعی است که استفاده زیادی از منابع انسانی و دانش داشته است که این منابع نامشهود بوده و سرمایه فکری محسوب می‌شوند. هسته رقابتی صنعت بانکداری تا حد زیادی بر توانایی تیم‌های مدیریت به منظور اداره نظام‌مند دانش و تجربه متکی بوده، و همچنین به توانایی خلق مهارت‌های پیچیده فراهم آوردن سرمایه فکری برای سازمان‌ها جهت اداره موثر ریسک‌ها و خلق سود وابسته می‌باشد. سرمایه فکری که از طریق یکپارچه کردن نظام‌مند دانش ایجاد می‌شود، در مورد بانک‌ها بیشتر صدق می‌کند زیرا دانش موردنیاز برای عملیات بانکداری نسبت به سایر صنایع پیچیده‌تر است (علامه و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲). با انجام این پژوهش سعی می‌شود مفاهیمی متناسب با نظام بانکی کشور درباره سرمایه فکری و اجزای آن و همچنین توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری ارائه گردد، و پس از تهیه شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری متغیرهای اصلی پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مدل ساختاری مناسبی ترسیم و تحلیل شود.

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- سرمایه فکری: تاریخچه و تعاریف

نخستین توجه به مفهوم سرمایه فکری و مباحث مربوط به آن توسط ماچلپ^۱ صورت گرفت، اما اصطلاح سرمایه فکری توسط جان کنگالبریت^۲ در سال ۱۹۶۹ مطرح شد. وی اعتقاد داشت که سرمایه فکری فرایندی ایدئولوژیک شامل جریان فکری است، اما استیوارت^۳ در سال ۲۰۰۱ مدعی شد که این موضوع برای اولین بار در سال ۱۹۵۸ مطرح شده است، هنگامی که او و ایتمی در مورد جنبش سرمایه فکری با یکدیگر همکاری کرده بودند. تاکنون تعاریف مختلفی توسط محققان گوناگون در مورد سرمایه فکری بیان شده است، اما تمام محققان و صاحب‌نظران سرمایه فکری اتفاق نظر دارند که سرمایه فکری یک ساختاری تک بعدی نمی‌باشد، بلکه شامل ساختاری چندوجهی است که سطوح فردی، سازمانی، داخلی و خارجی را در بر می‌گیرد. این امر بدان معنی است که سرمایه فکری تنها مربوط به دانش فرد نمی‌شود، بلکه شامل دانش ذخیره شده در سازمان، فرایندهای

1 - Machlup

2 - John Kenneth Galbraith

3 - Stewart

تجاری، سیستم‌ها و ارتباطات سازمان نیز می‌باشند (همتی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۸۹). رشته نوظهور سرمایه فکری یک حوزه تحقیقاتی جدید برای محققان و دست اندرکاران سازمانی است که بر ایجاد مکانیزم‌های اندازه‌گیری جدید برای گزارش‌دهی متغیرهای ناملموس مانند سرمایه انسانی و رضایت مشتری و نوآوری تمرکز دارد، درک و بهره برداری از منابع ناملموس حیاتی مانند سرمایه فکری به حفظ و کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها کمک می‌کند (مرادی‌کیا و تمیمی، ۱۳۹۵، ص ۱). ادوینسون و مالونه سرمایه فکری را به عنوان دانشی که می‌تواند به ارزش تبدیل شود تعریف می‌کنند. آنها همچنین سرمایه فکری را تفاوت بین ارزش دفتری و بازار شرکت‌ها می‌دانند. استوارت عقیده داشت منابع فکری مانند دانش، اطلاعات و تجربه ابزارهایی برای خلق ثروت می‌باشند و سرمایه فکری را به عنوان ثروت جدید عصر حاضر معرفی می‌کند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۳). سرمایه فکری یک سرمایه خلق شدنی است که کارکنان آن را از طریق شایستگی‌ها، نگرش‌ها و مهارت‌های فکری و تجربه خلق می‌کنند (علیزاده، ۱۳۹۵، ص ۱). سرمایه فکری شامل آن بخش از کل سرمایه یا دارایی شرکت می‌باشد که مبتنی بر دانش بوده و شرکت، دارنده و مالک آن به شمار می‌آید. در واقع سرمایه فکری عبارت است از مواد فکری از قبیل دانش، اطلاعات، اموال و تجربه فکری که شرکت‌ها به وسیله آنها می‌توانند مزیتی در جهت ایجاد ثروت داشته باشند (نجیمی گشتاسب و داودی، ۱۳۹۴، ص ۴). یکی از مهم‌ترین بخش‌های دارایی‌های نامشهود شرکت‌ها که در قالب اعداد و ارقام نیز گزارش نمی‌شود سرمایه فکری است، که تأثیر زیادی بر ارزش و عملکرد شرکت و تسهیل در پیاده‌سازی استراتژی‌های سازمانی دارد (وانگ^۴، ۲۰۱۴، ص ۱۲۱۵). بنتیس^۵ سرمایه فکری را به عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود (منابع، توانایی‌ها و رقابت) تعریف می‌کند که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می‌آیند. ادوینسون و مالون^۶ سرمایه فکری را اطلاعات و دانش به کار برده شده برای کار کردن جهت ایجاد ارزش تعریف می‌کنند (نمایان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۴). سولین اظهار می‌دارد که سرمایه فکری اساساً دانش، معرفت، ایده‌ها و نوآوری‌ها می‌باشد. آنی بروکینگ^۷ سرمایه فکری را اختلاف بین ارزش دفتری شرکت و مبلغ پولی که شخص (حقیقی یا حقوقی) برای آن می‌پردازد (ارزش بازاری) تعریف می‌کند. سرمایه فکری در واقع دارایی‌های ناملموسی است که در ترازنامه شرکت دیده نمی‌شود. بروکینگ چهار طبقه‌بندی را برای سرمایه فکری در نظر می‌گیرد:

- دارایی‌های بازار (شامل خدمات و نام تجاری تولید و وفاداری مشتریان).
- دارایی‌های فکری (شامل امتیاز، فرمول‌های سری و نظایر آن).
- دارایی‌های انسان محور (شامل آموزش، دانش کاری، ویژگی‌ها و خصوصیات حرفه‌ای و ...).
- دارایی‌های زیربنایی (فلسفه مدیریت، فرهنگ مشارکت، سیستم‌های شبکه‌ای و ...)

سرمایه فکری دارایی‌ای است که توانایی سازمان را برای ایجاد ثروت اندازه‌گیری می‌کند. این دارایی ماهیت عینی و فیزیکی ندارد و یا دارایی نامشهود است که از طریق به به کارگیری دارایی‌های مرتبط با منابع انسانی، عملکرد سازمانی و روابط خارج از سازمان به دست آمده است. همه این ویژگی‌ها باعث ایجاد ارزش در درون سازمان می‌شود و این ارزش به دست آمده به دلیل اینکه یک پدیده کاملاً داخلی است، قابلیت خرید و فروش ندارد (وحدانی و احمدی، ۱۳۹۴، ص ۳).

۲-۲- ابعاد سرمایه فکری

در کنار تعاریف مختلف صورت گرفته از سرمایه فکری، متخصصان در این زمینه به طبقه‌بندی اجزاء تشکیل دهنده آن نیز پرداخته‌اند و طبقه‌بندی‌های زیادی از سرمایه فکری ارائه شده است (چونگ، ۲۰۰۸، ص ۴۸). که ما در پژوهش حاضر قصد داریم تا از مدل سرمایه فکری بنتیس استفاده نماییم. بنتیس در مدل سرمایه فکری خود به سه مولفه سه جزء سرمایه

4 - wang
5 - Bontis
6 - Edvinsson & Malone
7 - Brooking

انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای (مشتری) اشاره نموده است، که در شکل زیر مدل سرمایه فکری بنتیس نشان داده شده است.

• سرمایه انسانی

کارکنان سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و چالاکی فکری ایجاد می‌کنند. مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده سرمایه انسانی سازمان، مجموعه مهارت‌های نیروی کار، عمق و وسعت تجربه آنها می‌باشد. منابع انسانی می‌توانند به منزله روح و فکر منابع فکری باشند. این سرمایه در پایان روز کاری با ترک سازمان از سوی کارکنان، از شرکت خارج می‌شود. اما سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای حتی با ترک سازمان هم بدون تغییر باقی می‌مانند. سرمایه انسانی شامل مهارت‌ها و شایستگی نیروی کار و دانش آنها در رشته‌هایی است که برای موفقیت سازمان مهم و ضروری هستند (وحدانی و احمدی، ۱۳۹۴، ص ۴). بنا به تعبیر بنتیس سرمایه انسانی نشان دهنده موجودی دانش افراد یک سازمان است که شامل ترکیبی از دانش، مهارت، نوآوری و توانایی‌های فردی کارکنان سازمان می‌باشد، و به تعبیر بروکینگ سرمایه انسانی شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسئله و سبک‌های رهبری می‌باشد (محمدی پیراسته و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۲۰۸). پابلوس^۸ معتقد است که سرمایه انسانی به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه فکری، از مهم‌ترین منابعی است که اغلب شرکت‌ها برای بهبود کارایی و اثربخشی و به دست آوردن مزیت رقابتی به آن تأکید می‌کنند (دی پابلوس، ۲۰۰۳، ص ۶۴). سرمایه انسانی نمایانگر ذخیره دانش یک سازمان است که توسط کارکنان آن تجلی می‌یابد و به صورت پتانسیل‌های بالقوه و اساسی نیز تعریف شده است. به بیانی سرمایه انسانی نشان دهنده ارزش افزوده ایجاد شده توسط کارکنان سازمان در هنگام به کارگیری دانش و دارایی‌های شخصی در تولید کالاها و خدمات می‌باشد. به صورتی که برای سازمان تولید ثروت می‌نماید (تیلز و همکاران^۹، ۲۰۰۷، ص ۱۵۴). مهم‌ترین عناصر تشکیل دهنده سرمایه انسانی سازمان، مجموعه مهارت‌های نیروی کار، عمق و وسعت تجربه آنها می‌باشد. سرمایه انسانی شامل:

- مهارت‌ها و شایستگی‌های نیروی کار

- دانش آنها در زمینه رشته‌هایی که برای موفقیت سازمان مهم و ضروری هستند

- استعدادها و اخلاق و رفتار آنها می‌باشد (نماینان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۶).

• سرمایه ساختاری

به تعبیر بنتیس سرمایه ساختاری تمام دارایی‌های غیرانسانی یا قابلیت‌های سازمانی است که برای برآورده کردن نیازهای بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. به تعبیر استوارت سرمایه ساختاری، دانش قرار گرفته شده در فناوری اطلاعات و تمام حق امتیازها و طرح و مارک‌های تجاری است. و از دیدگاه روس و همکارانش سرمایه ساختاری شامل تمام ساختارها و فرایندها و مالکیت معنوی سازمانی و دارایی‌های فرهنگی می‌باشد. و از دیدگاه بروکینگ منظور از سرمایه ساختاری تمام تکنولوژی‌ها، فرایندها و متدلوژی‌هایی است که یک سازمان را قادر به فعالیت می‌سازد (احمدیان و قربانی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۶). سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان می‌شود که در برگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به طور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی اش باشد، تعریف می‌شود (وحدانی و احمدی، ۱۳۹۴، ص ۴). سرمایه ساختاری شامل فرایندها، سیستم‌ها، ساختارها، دارایی‌های فکری و سایر دارایی‌های نامشهودی است که در اختیار شرکت قرار دارد، می‌باشد (همتی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۹۰). روس و همکارانش معتقدند که سرمایه ساختاری همه آن چیزی است که در شرکت باقی می‌ماند پس از آن که کارکنان پس از پایان کارشان

8 - pablos

9 - Tayles et al

شرکت را ترک می‌کنند، سرمایه ساختاری به صورت فرهنگ سازمانی، یادگیری سازمانی، فرایند عملیاتی و سیستم اطلاعات، طبقه‌بندی می‌شود. (محمدی پیراسته و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۲۰۸). سرمایه ساختاری دامنه گسترده‌ای از عناصر ضروری را پوشش می‌دهد که مهم‌ترین آنها شامل:

- فرایندهای مهم اجرایی سازمان
 - چگونگی ساختار بندی آنها
 - سیاست‌ها، جریان‌های اطلاعاتی و عناصر پایگاه‌های داده
 - رهبری و سبک مدیریت آن
 - فرهنگ سازمان
 - و طرح‌های پاداش کارکنان می‌شود
- همچنین سرمایه ساختاری می‌تواند به گروه‌های فرعی فرهنگ، عملیات و عادات کاری و نیز اموال فکری تقسیم شود (نماینان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۶).

• سرمایه رابطه‌ای (مشتری)

سرمایه رابطه‌ای سومین جزء سرمایه فکری می‌باشد که به عنوان توانایی یک سازمان در روابط متقابل و مثبت با فعالان دنیای کسب و کار برای برانگیختن پتانسیل خلق ارزش شرکت از طریق به کارگیری سرمایه انسانی و ساختاری تعریف می‌شود. سرمایه رابطه‌ای به طور کلی شامل همه روابطی است که بین سازمان با فرد یا سازمان دیگری وجود دارد که با ارتباط دهی سرمایه انسانی و ساختاری با سایر ذینفعان خارجی مانند یک عنصر افزایش دهنده ارزش برای سازمان عمل می‌کند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۴). بنیتهای سرمایه رابطه‌ای را تمام دانش قرار گرفته شده در روابط یک سازمان با محیط خود شامل مشتریان، عرضه‌کنندگان، مجامع علمی تعریف می‌کند و به عقیده وی مهم‌ترین جزء یک سرمایه ارتباطی، سرمایه مشتری می‌باشد. به این دلیل مؤفقیت یک سازمان در گرو سرمایه مشتری آن می‌باشد. روس و همکارانش سرمایه ارتباطی را شامل روابط با ذینفعان داخلی و خارجی یک شرکت تعریف می‌کند (احمدیان و قربانی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۶). سرمایه رابطه‌ای شامل همه روابطی است که بین سازمان با هر فرد یا سازمان دیگری وجود دارد. این افراد و سازمان‌ها می‌توانند شامل مشتریان، واسطه‌ها، کارکنان، تأمین‌کنندگان، مقامات قانونی، جوامع، اعتبار دهندگان، سرمایه‌گذاران و ... باشند (وحدانی و احمدی، ۱۳۹۴، ص ۴). سرمایه رابطه‌ای عبارت است از قوت و پایداری روابط با مشتریان، بر این اساس رضایت مشتریان، تکرار معاملات، رشد مالی و حساسیت قیمت می‌تواند به عنوان شاخص‌هایی برای سرمایه مشتری در نظر گرفته شود (مصطفایی، ۱۳۹۲، ص ۱۶۷). سرمایه رابطه‌ای (مشتری) به عنوان پل و کاتالیزوری در فعالیت‌های سرمایه فکری محسوب می‌شود، و از ملزومات اصلی و تعیین کننده تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار و در نتیجه عملکرد تجاری شرکت تجاری محسوب می‌شود. سرمایه رابطه‌ای یک جزء اصلی و اساسی سرمایه فکری به شمار می‌رود که ارزش را در کانال‌های بازاریابی و ارتباطی که شرکت با رهبران آن صنعت و تجارت دارد، جای داده است (همتی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۵). سرمایه رابطه‌ای شامل استحکام و وفاداری مناسبات و روابط با مشتری می‌باشد (نماینان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۷). در واقع سرمایه رابطه‌ای شامل شناخت کانال‌های بازاریابی و دانش ارتباط با مشتریان است که هر یک از این دو نقش مهمی را در یک سازمان بر عهده دارند (خیرخواه و احمدی، ۱۳۹۰، ص ۶۷).

به طور کلی می‌توان گفت که مهم‌ترین جزء اصلی و اساسی سرمایه فکری، سرمایه انسانی می‌باشد و دو سرمایه دیگر تابعی از سرمایه انسانی می‌باشند. در واقع بدون سرمایه انسانی امکان رشد و توسعه آنها محدود است (نماینان و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۷). این سه جزء سرمایه فکری دارای وابستگی متقابل می‌باشند. سرمایه فکری از راه ترکیب، به کارگیری، تعامل، یکپارچه‌سازی و ایجاد تعادل بین سه جزء خود و نیز مدیریت جریان دانش بین آنها بهترین ارزش ممکن را برای سازمان‌ها ارائه می‌کند (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۰).

۳-۲- مروری بر پیشینه پژوهش

راشکی قلعه‌نو و بهرامی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه سرمایه فکری با متغیرهای استراتژی رقابتی پورتر در صنعت بازی‌های رایانه‌ای انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش با استفاده از اطلاعات موجود، ۹۳ شرکت تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای است که مجموعاً دارای ۵۴۱ کارمند می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده که حجم نمونه ۵۳۱ نفر برآورد شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت تصادفی ساده بوده است. در این پژوهش برای بررسی و آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون با نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که در سطح اطمینان ۳۳٪ سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر استراتژی‌های رقابتی پورتر در صنعت بازی‌های رایانه‌ای دارد.

فتاحی و شریفی اسدی ملفه در سال ۱۳۹۵ پژوهشی با عنوان بررسی رابطه سرمایه فکری با استراتژی رقابتی در مؤسسه مالی و اعتباری ثامن الحجج انجام دادند. جامعه آماری به تعداد ۳۷۷ نفر بوده که بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان تعداد ۱۹۰ نفر از کارکنان ستادی مؤسسه به عنوان نمونه انتخاب شدند، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار استنباطی از طریق نرم افزار SPSS انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که میانگین نمره سرمایه فکری و رقابت‌پذیری و ابعاد آن بالاتر از مقدار متوسط ۳ می‌باشد که نشان دهنده مطلوب بودن سطح این متغیرها در بین آزمودنی‌ها از لحاظ توصیفی می‌باشد. همچنین از دیگر نتایج تحقیق وجود رابطه مثبت و معنادار بین سرمایه فکری و مولفه‌های آن با رقابت‌پذیری بوده است، اگرچه این رابطه معنادار شد اما شدت رابطه بسیار ضعیف شناسایی شد.

دهقانی و جعفرنژاد (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری در کسب مزیت رقابتی سازمان‌ها انجام دادند، نتایج پژوهش تأثیر مثبت و معنادار سرمایه فکری و اجزای آن شامل سرمایه انسانی، سازمانی و رابطه‌ای بر کسب مزیت رقابتی را ثابت نمود. صفری و همکاران در سال ۱۳۹۳ به بررسی نقش سرمایه فکری و ابعاد آن در توسعه کارآفرینی سازمانی پرداختند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که سرمایه فکری دارای تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی است و از بین عناصر سه‌گانه آن، سرمایه انسانی، ساختاری و اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی دارد.

ون‌چانگ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی عنوان مطالعه‌ای بر روی سرمایه فکری و عملکرد شرکت در شرکت‌های زیست فناوری انجام دادند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۲۷۹ شرکت زیست فناوری در بازار ایالت متحده را طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۴ مورد آزمون قرار دادند. در این پژوهش سرمایه‌های انسانی توسط عوامل و فاکتورهای مختلف اندازه‌گیری و این نتیجه حاصل شد که ارتباط مثبتی بین نوآوری تکنولوژی و عملکرد مالی وجود دارد.

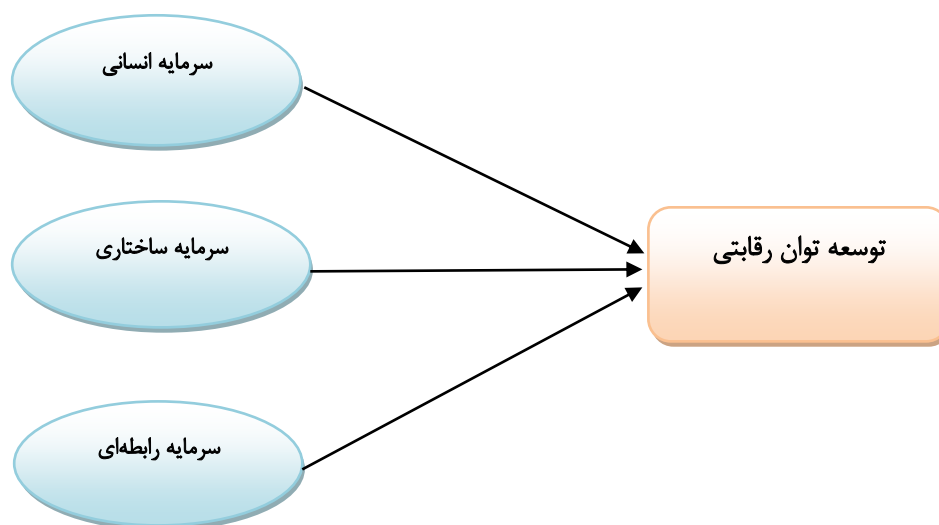
دیمیتریوس و جرجیوس (۲۰۱۱) پژوهشی را با عنوان تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار شرکت و عملکرد مالی انجام دادند. آنها نمونه‌ای متشکل از ۹۶ شرکت متعلق به ۴ بخش اقتصادی یونان را طی سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۶ با استفاده از تجزیه و تحلیل رگرسیونی مورد آزمون قرار دادند و نسبت بازده حقوق صاحبان سهام، بازده دارایی‌ها و رشد درآمد را به عنوان شاخصی برای عملکرد مالی، نسبت ارزش بازار سهام عادی به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام را به عنوان شاخص بازار و سه جزء ضریب ارزش افزوده فکری پالیک را به عنوان شاخصی برای سرمایه فکری در نظر گرفتند. با وجود اینکه سرمایه فکری به عنوان یک دارایی مهم راهبردی برای مزیت رقابتی شرکت‌ها به رسمیت شناخته شده، اما نتایج این پژوهش چنین ادعایی را اثبات نکرد و تنها وجود ارتباط میان سرمایه انسانی و شاخص عملکرد مالی را تأیید نمود.

زقال و مالول (۲۰۱۰) با بررسی ۳۰۰ شرکت انگلیسی که به سه گروه شرکت‌های پیشرفته تکنولوژیکی، شرکت‌های سنتی و شرکت‌های خدماتی تقسیم شدند، انجام دادند. نتایج نشان داد که سرمایه فکری تأثیری مثبت بر عملکرد مالی و اقتصادی شرکت دارد. گرچه ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد بازار سهام فقط برای صنایع پیشرفته، معنی‌دار است و سرمایه بکار گرفته

شده همچنان به عنوان یک عامل تعیین کننده برای عملکرد مالی و بازار سهام باقی مانده است، در حالی که سرمایه بکار گرفته شده تأثیری منفی بر عملکرد اقتصادی دارد.

۲-۴- مدل مفهومی پژوهش

هر پژوهشگری برای تدوین فرضیه‌های پژوهش نیازمند مدل مفهومی است تا براساس آن متغیرهای فرضیات را بشناسد و روابط بین این متغیرها و تعاریف مفهومی و عملیاتی آنها را تبیین کند. در پژوهش حاضر تأثیر ابعاد سرمایه فکری به عنوان متغیر مستقل بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری بررسی شده است. مدل مفهومی پژوهش حاضر برگرفته از مطالعات بنتیس (۲۰۰۱) می‌باشد که در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: بنتیس، ۲۰۰۱)

۳- روش پژوهش

در پژوهش حاضر جامعه آماری تعداد مدیران شعب بانک پاسارگاد تهران برابر با ۲۰۷ نفر می‌باشند. پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری کاربردی و از نظر هدف تحقیقات توصیفی-تحلیلی می‌باشد و از لحاظ انواع تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. موضوع تحقیق تبیین اثر ابعاد سرمایه فکری بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری و قلمرو مکانی تحقیق کلیه شعب بانک پاسارگاد استان تهران و نیز قلمرو زمانی اجرای تحقیق اسفند ماه سال ۱۳۹۵ می‌باشد. برای این منظور در جمع‌آوری اطلاعات برای پژوهش حاضر از ابزار پرسشنامه که معمول‌ترین و مرسوم‌ترین روش جمع‌آوری اطلاعات می‌باشد، استفاده شده است، و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. بدین منظور پرسشنامه‌ای با ۱۶ پرسش ۵ گزینه‌ای براساس طیف لیکرت طراحی گردید و همچنین برای به دست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران (برای جامعه محدود) استفاده شده است که با توجه به محاسبات صورت گرفته در فرمول، حجم نمونه برابر با ۱۳۵ نفر برآورد گردید. همچنین به منظور سنجش روایی پرسشنامه از نظرات خبرگان و اساتید دانشگاهی استفاده شد و نیز با مطالعه پرسشنامه‌های مشابه، مقاله‌ها و کتب و همچنین توزیع پرسشنامه بین هر بخش از جامعه آماری کلیه ابهاها مشخص شده و رفع گردیده است. برای تعیین پایایی مقدار آلفای کرونباخ را محاسبه نمودیم و چنانچه مقدار آن بزرگتر از عدد ۰,۷ باشد می‌توان ادعا نمود که پژوهش ما از پایایی مناسبی برخوردار است. با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول ۱ پژوهش حاضر از پایایی مناسبی برخوردار می‌باشد.

جدول ۱. مقدار آلفای کرونباخ بدست آمده برای متغیرهای مختلف

متغیرها	آلفای کرونباخ	تفسیر
سرمایه انسانی	۰/۷۹۳	پایایی برقرار است
سرمایه ساختاری	۰/۸۰۸	پایایی برقرار است
سرمایه رابطه‌ای	۰/۸۵۴	پایایی برقرار است
توسعه توان رقابتی	۰/۸۱۲	پایایی برقرار است
کل پرسشنامه	۰/۸۰۷	پایایی برقرار است

۳-۱- فرضیه‌های پژوهش

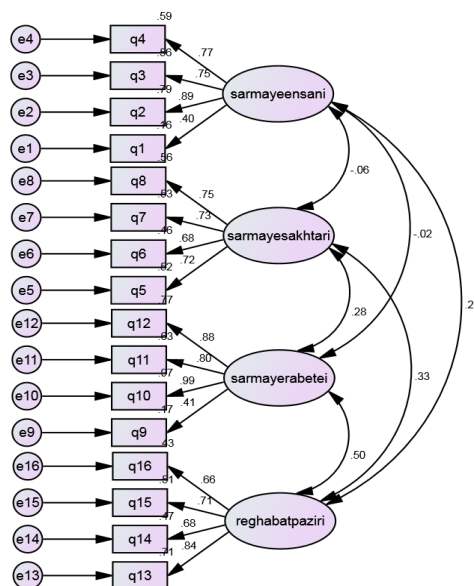
عمده‌ترین فرضیات تحقیق که با توجه به مدل مفهومی پژوهش شکل گرفته‌اند عبارتند از:

- ۱- فرضیه اول: سرمایه انسانی بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری اثر معناداری دارد.
- ۲- فرضیه دوم: سرمایه ساختاری بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری اثر معناداری دارد.
- ۳- فرضیه سوم: سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری اثر معناداری دارد.

۴- تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

۴-۱- آزمون مدل اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی)

برای آزمون مدل اندازه‌گیری لازم است همه متغیرهای مکنون^{۱۰} را به همراه متغیرهای مشاهده شده^{۱۱} خود طراحی کرده و شاخص‌های برازش آنها را بررسی کنیم. پس از رسم و آزمون مدل اندازه‌گیری در صورت تأیید برازش مدل اندازه‌گیری، به رسم مدل ساختاری اقدام می‌کنیم و چنانچه مدل از برازش مناسبی برخوردار نباشد می‌بایست به اصلاح مدل پرداخته و پس از حذف گویه‌های غیراستاندارد مجدداً برازش مدل اندازه‌گیری را مورد بررسی قرار داد و در صورت تأیید آن، مدل ساختاری پژوهش را رسم نمود.



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری پژوهش (قبل از اصلاح)

۲. متغیرهایی هستند که بصورت مستقیم قابل اندازه‌گیری نیستند، بلکه از طریق یک مجموعه از شاخص‌ها یا متغیرهای مشاهده‌پذیر بررسی می‌شوند.
۳. برای سنجش متغیرهای پنهان از سنجه‌ها یا گویه‌هایی استفاده می‌کنند که همان سؤالات پرسشنامه را تشکیل می‌دهند. این سنجه‌ها متغیرهای مشاهده شده نامیده می‌شوند.

پس از رسم مدل اندازه‌گیری (شکل ۲) به منظور تست نرمال بودن از دو شاخص چولگی و کشیدگی استفاده می‌شود که از طریق نرم‌افزار مدلسازی معادلات ساختاری برای هر یک از سؤالات مقدار آن محاسبه شد و چنانچه میزان چولگی بین (منفی ۲ و ۲) و میزان کشیدگی بین (منفی ۲ و ۲) باشد (بارشی، ۱۳۹۱، ص ۱۵۰)، مدل مورد نظر نرمال می‌باشد، که مقادیر به دست آمده از خروجی نرم افزار گواه نرمال بودن داده‌های پژوهش بودند.

۲-۴- بررسی برازش مدل اندازه‌گیری پژوهش

مدل اندازه‌گیری زمانی از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد که مقدار کای اسکوئر بهنجار شده (نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کمتر از ۳ (خیلی خوب) و یا در یازه ۵-۳ (قابل قبول)، مقدار شاخص نیکویی برازش^{۱۲} و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده^{۱۳} بزرگتر از ۰٫۸، مقدار شاخص برازش ایجاز^{۱۴} بزرگتر از ۰٫۵، مقدار شاخص برازش تطبیقی^{۱۵} و حداقل دو مقدار از مقادیر شاخص برازش نسبی^{۱۶}، شاخص برازش هنجار شده^{۱۷}، شاخص افزایشی^{۱۸}، شاخص توکر لوئیس^{۱۹} بزرگتر از ۰٫۹ باشد و همچنین مقدار مجذور میانگین مربعات خطای تقریب^{۲۰} کمتر از ۰٫۰۸ باشد و مقدار احتمال (عد معنی‌داری) در سطح ۰٫۰۵/۹۵ معنادار باشد.

جدول ۲. بررسی برازش مدل اندازه‌گیری پژوهش

شاخص‌های برازش	مقادیر قابل قبول	مقادیر بدست آمده
کای اسکوئر بهنجار شده (CMIN/ DF ^{۲۱})	کمتر از ۳	۱/۲۳۶
شاخص نیکویی برازش (GFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰۵
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۶۸
شاخص برازش مقتصد هنجار شده (PNFI)	بیشتر از ۰/۵	۰/۷۲۲
شاخص برازش نسبی (RFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۵۸
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۸۸۴
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷۶
شاخص توکر لوئیس (TLI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶۹
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷۵
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSE)	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۴۲
عدد معناداری (P)	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۱

12- GFI

13 - AGFI

14 - PNFI

15 - CFI

16 - RFI

17 - NFI

18 - IFI

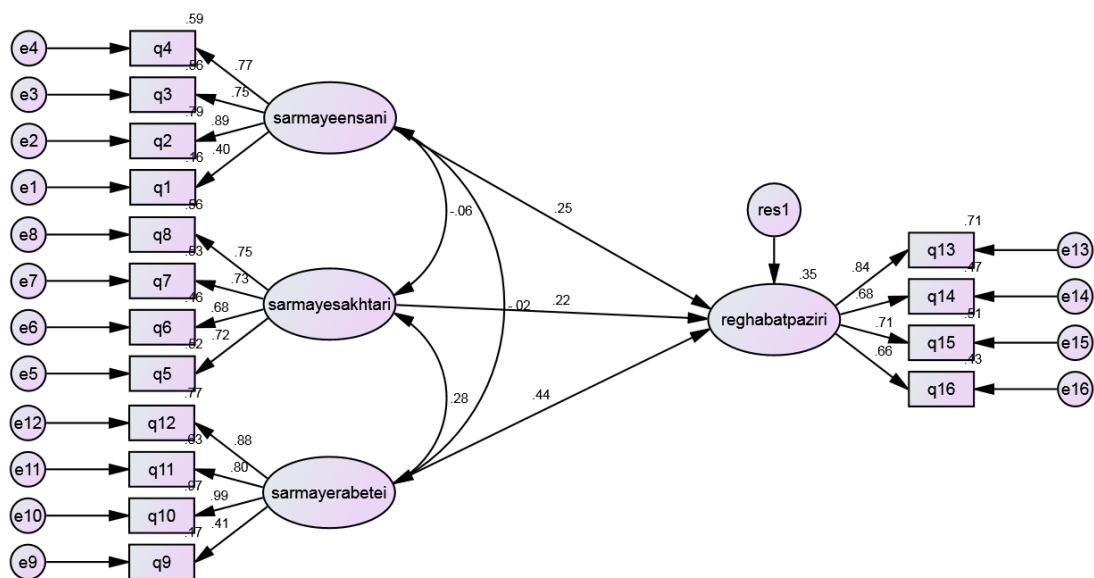
19 - TLI

20 - RMSEA

21- CMIN/ DF :121.158/98

۳-۴- آزمون مدل ساختاری پژوهش (مدل تحلیل مسیر)

پس از رسم مدل اندازه‌گیری پژوهش و تأیید برازش مدل، به منظور تعیین روابط علی متغیرهای وابسته و مستقل از طریق ضرایب استاندارد و عدد معناداری، مدل ساختاری پژوهش را رسم می‌کنیم تا بر اساس آن نسبت به تأیید یا رد فرضیات پژوهش تصمیم‌گیری شود. که در شکل ۳ به منظور تعیین روابط بین متغیرها و نیز ضرایب مسیر، مدل ساختاری پژوهش را رسم نموده‌ایم.



شکل ۳. مدل ساختاری پژوهش

همانگونه که در شکل ۳ مشاهده می‌شود متغیرهای برونزای (مستقل) سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای ۳۵ درصد از واریانس متغیر وابسته (درونزا) رقابت‌پذیری در صنعت بانکداری را تبیین می‌کنند، و همچنین اثر متغیر سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی قوی‌تر و بیشتر می‌باشد. با توجه به ضرایب مسیر (ضرایب بتای) مدل ساختاری پژوهش، اثر مستقیم سرمایه انسانی بر توسعه توان رقابتی (۰/۲۵) مثبت و در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار می‌باشد، اثر مستقیم سرمایه ساختاری بر توسعه توان رقابتی (۰/۲۲) مثبت و در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار می‌باشد، و در نهایت اثر مستقیم سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی (۰/۴۴) مثبت و در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار می‌باشد.

۴-۴- بررسی معناداری مدل ساختاری پژوهش

جدول ۳. مقدار آماره تی و سطح احتمال مدل ساختاری پژوهش

مسیرها	آماره تی (C.R.)	ارزش درک شده (p-value)
سرمایه انسانی ---< توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری	۲/۴۷۴	۰/۰۱۳
سرمایه ساختاری ---< توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری	۲/۲۵۲	۰/۰۲۴
سرمایه رابطه‌ای ---< توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری	۳/۵۵۳	۰/۰۰۱ < عدد معناداری

به منظور تعیین معنادار بودن بارهای عاملی و روابط بین متغیرها در مدل ساختاری پژوهش می‌بایست خروجی نرم‌افزار را در حالت استاندارد شده مورد بررسی قرار دهیم. برای معنادار بودن، مقدار آماره تی (مسیر بحرانی) می‌بایست در بازه $\{-1, 96, 1, 96\}$ قرار نگیرد و همچنین مقدار ارزش درک شده باید کمتر از $0,05$ باشد (بایرن، ۲۰۱۰، ص ۴۵). همانطور که در خروجی جدول ۴ مشاهده می‌کنیم مقدار آماره تی (مسیر بحرانی) خارج از بازه مربوطه قرار گرفته است و همچنین مقدار ارزش درک شده کمتر از مقدار $0,05$ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه گرفت که روابط بین متغیرهای پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد.

۴-۵- تبیین اثرات مستقیم (تعیین ضرایب بتا)

ضرایب مسیر یا ضرایب بتا نشان دهنده‌ی شدت و نوع رابطه بین دو متغیر پنهان می‌باشند، و عددی بین -1 تا $+1$ است که اگر برابر با صفر شوند نشان دهنده‌ی نبود رابطه‌ی خطی بین دو متغیر پنهان می‌باشد و همچنین این ضرایب نشان دهنده همبستگی بین دو متغیر پنهان می‌باشند، که در جدول ۴ نتایج حاصل شده از خروجی نرم‌افزار بیانگر رابطه مثبت و معنادار متغیرهای مستقل و متغیر وابسته می‌باشد.

جدول ۴. بررسی اثرات مستقیم (تبیین ضرایب مسیر)

متغیرها	اثرات مستقیم استاندارد شده بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری
سرمایه انسانی	۰/۲۵
سرمایه ساختاری	۰/۲۲
سرمایه رابطه‌ای	۰/۴۴

۵- یافته‌های پژوهش

فرضیه فرعی اول: مقدار آماره تی (C.R.) به منظور تعیین معنادار بودن رابطه سرمایه انسانی و توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد برابر $2/474$ برآورد گردید، و نیز مقدار ارزش درک شده (p-value) برابر $0/013$ بدست آمد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه انسانی بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد اثر معناداری دارد و شدت این اثر $(0/25)$ می‌باشد، در واقع وقتی سرمایه انسانی یک واحد انحراف استاندارد تغییر کند و افزایش یابد، توسعه توان رقابتی $0/25$ واحد انحراف استاندارد تغییر می‌کند و افزایش می‌یابد. با توجه به سطح معناداری و استاندارد بودن بارهای عاملی و نیز برازش مناسب مدل، فرضیه اول تأیید می‌شود.

فرضیه فرعی دوم: مقدار آماره تی (C.R.) به منظور تعیین معنادار بودن رابطه سرمایه ساختاری و توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد برابر $2/252$ برآورد گردید، و نیز مقدار ارزش درک شده (p-value) برابر $0/024$ بدست آمد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه ساختاری بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد اثر معناداری دارد و شدت این اثر $(0/22)$ می‌باشد، در واقع وقتی سرمایه ساختاری یک واحد انحراف استاندارد تغییر کند و افزایش یابد، توسعه توان رقابتی $0/22$ واحد

انحراف استاندارد تغییر می‌کند و افزایش می‌یابد. با توجه به سطح معناداری و استاندارد بودن بارهای عاملی و نیز برازش مناسب مدل، فرضیه دوم تأیید می‌شود.

فرضیه فرعی سوم: مقدار آماره تی (C.R.) به منظور تعیین معنادار بودن رابطه سرمایه رابطه‌ای و توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد برابر ۳/۵۵۳ برآورد گردید، و نیز مقدار ارزش درک شده (p-value) کمتر از ۰/۰۰۱ بدست آمد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد اثر معناداری دارد و شدت این اثر (۰/۴۴) می‌باشد، در واقع وقتی سرمایه رابطه‌ای یک واحد انحراف استاندارد تغییر کند و افزایش یابد، توسعه توان رقابتی ۰/۴۴ واحد انحراف استاندارد تغییر می‌کند و افزایش می‌یابد. با توجه به سطح معناداری و استاندارد بودن بارهای عاملی و نیز برازش مناسب مدل، فرضیه سوم تأیید می‌شود.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه فکری بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد استان تهران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که الگوی پیشنهادی با توجه به داده‌های گردآوری شده از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد و متغیرهای مستقل (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) ۳۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری را تبیین می‌کنند. و میزان تأثیر سرمایه انسانی از سایر متغیرها قوی‌تر و بیشتر می‌باشد. با استفاده از آزمون فرضیه‌ها مشخص شد که متغیر سرمایه انسانی بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد تأثیر معناداری دارد. بدین منظور متغیر سرمایه انسانی با ۴ شاخص (گویه) سنجیده شد که نتایج حاصل از آزمون شاخص‌های این عوامل نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشند و به منظور بررسی استاندارد بودن بارهای عاملی، تمامی گویه‌ها بیشتر از مقدار (۰/۵) بدست آمدند و همچنین با رسم مدل ساختاری پژوهش مشخص گردید که مؤلفه‌ی سرمایه انسانی اثر (۰/۲۵) و مثبتی بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد دارد، و همینطور مشخص گردید که سرمایه ساختاری بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد اثر معناداری دارد. بدین منظور متغیر سرمایه ساختاری با ۴ شاخص (گویه) سنجیده شد که نتایج حاصل از آزمون شاخص‌های این عوامل نشان می‌دهند که در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشند و به منظور بررسی استاندارد بودن بارهای عاملی، تمامی گویه‌ها بیشتر از مقدار (۰/۵) بدست آمدند و همچنین با رسم مدل ساختاری پژوهش مشخص گردید که سرمایه ساختاری اثر (۰/۲۲) و مثبتی بر افزایش رضایتمندی از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک دارد. و در نهایت براساس آزمون فرضیه سوم مشخص گردید که سرمایه رابطه‌ای بر توسعه توان رقابتی در شعب بانک پاسارگاد تأثیر معناداری دارد. بدین منظور متغیر سرمایه رابطه‌ای با ۴ شاخص (گویه) سنجیده شد که نتایج حاصل از آزمون شاخص‌های این عوامل نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار می‌باشند و به منظور بررسی استاندارد بودن بارهای عاملی، تمامی گویه‌ها بیشتر از مقدار (۰/۵) بدست آمدند و همچنین با رسم مدل ساختاری پژوهش مشخص گردید که مؤلفه سرمایه رابطه‌ای اثر (۰/۴۴) و مثبتی بر توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری دارد. یعنی بنا بر نظر پاسخ‌دهندگان هر اندازه مطلوبیت سرمایه رابطه‌ای در شعب بانک پاسارگاد بیشتر باشد، توسعه توان رقابتی در شعبات بانک پاسارگاد نیز افزایش می‌یابد.

• با توجه به نتایج فرضیه اول پیشنهاد می‌شود که مدیران بانک پاسارگاد می‌بایست به طراحی چارچوب شایستگی‌های کارکنان و مدیران، شامل دانش، مهارت‌ها و توانایی‌ها و برنامه‌ریزی توسعه آنها مبتنی بر شایستگی‌ها، طراحی و استقرار نظام جانشین‌پروری برای کارکنان کلیدی شرکت توجه ویژه‌ای داشته باشند. و همچنین طراحی سیستم حمایت و تشویق از فکری‌های برتر کارکنان به منظور به کارگیری به موقع آنها در فرآیندهای عملیاتی شرکت، طراحی و استقرار فرآیند مدیریت عملکرد سرمایه انسانی در سطح شرکت و مدیریت دانش انسانی را سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهند.

• با توجه به نتایج فرضیه دوم پیشنهاد می‌شود افزایش کارآیی در زمینه‌های منابع انسانی، مواد اولیه، تجهیزات شرکت و طراحی نظام تشویق مبتنی بر آن، حذف قوانین و مقررات دست و پاگیر، روش‌های کاری زاید و سلسله مراتب پیچیده و طولانی به منظور کاهش سطح دیون سالاری زاید در شرکت‌ها جزو هدف‌گذاری‌های شرکت قرار بگیرد و تلاش به منظور ایجاد یک فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری، یادگیری و توسعه منابع انسانی شرکت، ارزیابی بهره‌وری منابع انسانی و برنامه‌ریزی بهبود آن در سطح شرکت، مدیریت دانش ساختاری شرکت در دستور کار مدیران شبکه بانکی قرار بگیرد.

• با توجه به نتایج فرضیه سوم پژوهش طرح ریزی و برنامه‌ریزی بهبود ارتباطات بیرونی با مشتریان، تامین کنندگان و سرمایه‌گذاران، اندازه‌گیری وفاداری مشتریان، اطلاع‌رسانی به کارکنان در زمینه‌ی بازارهای هدف و نوع مشتریان، انتشار بازخورد مشتریان، مدیریت دانش رابطه‌ای شرکت مدنظر قرار بگیرد. از اینرو مدیران شبکه‌ی بانکی کشور می‌توانند با همکاری یکدیگر اقدام به تدوین شاخص‌های سرمایه‌فکری در سطح ملی و سازمانی نمایند، و شرکت‌ها را ملزم به تهیه صورت وضعیت سرمایه‌فکری و تدوین شاخص‌های مربوطه در سطح صورت‌های مالی (مطابق فرم ارائه سرمایه‌های فکری در قالب دارایی و بدهی) خود نمایند و همچنین تمرکز گسترده بر تحقیقات بازاریابی برای شناسایی هر چه بیشتر نیازها و سلائق مشتریان در هر منطقه جغرافیایی و تولید محصولاتی مطابق با نیازهای آنان راهکارهایی جهت توسعه توان رقابتی در صنعت بانکداری می‌باشد

۷. منابع

۱. اسدی، غلامحسین، عالم تبریز، اکبر، رضایی، شعبی، (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه فکری روی ارزش افزوده اقتصادی (EVA) شرکت‌ها، نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی، سال چهارم، شماره بیستم، صص ۲۲-۱.
۲. ابارشی، احمد، حسینی، یعقوب. (۱۳۹۱). مدل‌سازی معادلات ساختاری، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.
۳. احمدیان، مجید، قربانی، رحیم. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی در وزارت امور اقتصادی و دارایی، مجله اقتصادی، شماره‌های ۱۱ و ۱۲، صص ۱۳۰-۱۱۱.
۴. بهرامی، سوسن، رجایی‌پور، سعید، آقا حسینی، تقی، بختیار نصرآبادی، حسنعلی، یارمحمدیان، محمدحسین. (۱۳۹۰). تحلیل روابط چندگانه سرمایه فکری و نوآوری سازمانی در آموزش عالی، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۱، صص ۵۰-۲۷.
۵. حجازی، رضوان، علی‌پور، محمد. (۱۳۹۵). اهمیت اندازه‌گیری سرمایه فکری، مجله پژوهش حسابداری، شماره ۲۰، صص ۱۹-۱.
۶. دستگیری، محسن، عرب‌صالحی، مهدی، امین جعفری، راضیه، اخلاقی، حسنعلی. (۱۳۹۳). تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی (پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی)، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۳۶-۱.
- دهقانی، مریم و احمد جعفرنژاد. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سرمایه فکری در کسب مزیت رقابتی سازمانها مطالعه موردی شرکت بهنوش، کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار، بصورت الکترونیکی، موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
۷. راشکی قلعه نو، مهین و الهام بهرامی (۱۳۹۵). بررسی رابطه سرمایه فکری با متغیرهای استراتژی رقابتی پورتر مطالعه موردی: صنعت بازی های رایانه ای، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی
۸. شجاعی، عبدالناصر، باغبانیان، مصطفی. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی صنعت بانکداری ایران: مطالعه موردی استان کردستان، فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج، سال چهارم، شماره ۹، صص ۱۱۷-۱۰۷.
۹. علیزاده، سکینه. (۱۳۹۵). تاثیر مدیریت سرمایه فکری بر توانمندسازی کارکنان، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران، همایشگران مهر اشراق، صص ۸-۱.

۱۰. علامه، سید محسن، ابراهیمی، حمید و صفا، محسن. (۱۳۸۹). ارزیابی خلق دانش و سرمایه فکری در صنعت بانکداری، زنجان، همایش بین المللی سرمایه فکری، انتشارات پارک علم و فناوری، ص ۲.
۱۱. فتاحی، مجید و ندا شریفی اسدی ملفه. (۱۳۹۵). بررسی رابطه سرمایه فکری با استراتژی رقابتی مطالعه موردی: موسسه مالی و اعتباری ثامن الحجج (ع) استان مازندران، پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران، همایش گران مهر اشراق.
۱۲. مرادی کیا، زهرا، تمیمی، محمد. (۱۳۹۵). سرمایه فکری در دانشگاه ها مطالعه موردی دانشگاه های آزاد اسلامی استان خوزستان، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، صص ۱۱-۱.
۱۳. محمدی پیراسته، محمد باقر، جلیلیان، حمید رضا، میرزایی، حبیب. (۱۳۹۱). رابطه سرمایه فکری و بهره‌وری در صنعت بانکداری، فصلنامه پول و اقتصاد، شماره ۷، صص ۲۳۴-۲۰۳.
۱۴. مصطفایی، پرستو. (۱۳۹۲). مروری بر مدل‌های کمی سنجش سرمایه فکری، پژوهش حسابداری، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۸۳-۱۶۵.
۱۵. نجیمی گشتاسب، مسعود، داودی، حسن. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری بر عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، کنفرانس بین‌المللی جهت‌گیری‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، سازمان مدیریت صنعتی، نمایندگی استان آذربایجان شرقی، صص ۱۲-۱.
۱۶. نمایان، فرشید، قلی‌زاده، حسن، باقری، فاطمه. (۱۳۹۰). سرمایه فکری و روش‌های اندازه‌گیری آن، دومین کنفرانس مدیریت اجرایی، صص ۱۶-۱.
۱۷. وحدانی، محمد، احمدی، شهربانو. (۱۳۹۴). سرمایه فکری و بررسی شاخص‌های آن در ایران و دیگر کشورها، کنفرانس بین‌المللی جهت‌گیری‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، سازمان مدیریت صنعتی، نمایندگی استان آذربایجان شرقی، صص ۸-۱.
۱۸. همتی حاجی پیرلو، شراره، حیدرنیکخو، غلام. (۱۳۹۵). مقایسه سرمایه روانشناختی سرمایه اجتماعی، سلامت روان و سواد سلامت در بین مادران کودکان ناتوان ذهنی و مادران کودکان عادی، اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، قم، دبیرخانه دائمی کنفرانس، موسسه بین‌المللی مطالعات و توسعه علم خاورمیانه، صص ۱۰-۱.
19. Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models, management decision, vo1.36, No.2, pp63-76.
20. Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets: A Review of the models used to measure intellectual capital, international journal of management reviews, vo1.3, No.1, pp41-60.
21. Choong, K. (2008). Intellectual capital: definitions categorizations and reporting models, Journal of Intellectual Capital, Vol. 9, No. 4. p45-58.
22. De pablos, O.P. (2003). Intellectual capital reporting in spain: a comparative view. Journal of intellectual capital, v.4, No.1, pp61-81.
23. Dimitrios, M. , & Georgios, T. (2011). The Impact of Intellectual Capital on Firm's Market Value and Financial Performance, Journal of Intellectual Capital , Vol 12 , No 1, pp 132-151.
24. Edvinsson, L. & Malone, M. (1997). Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brain power, New YORK: Harper Collins publisher inc.

25. Tayles, M., Pike, R. H. and Sofian, S.(2007).Intellectual capital management accounting practices and corporate performance, *Accounting Auditing & Accountability Journal*, Vol. 20, No. 4.pp149-164.
26. Wang,M.C.(2013).Value relevance on intellectual capital valuation methods: The role of corporate governance. *Quality & Quantity, International Journal of Methodology*,vol.47,No2, pp1213–1223.
27. Wen-Chung Guo,Shiri-Rong.,Shiah-Hou. & Wei-Jer Chien.(2012).A Study on Intellectual Capital and Firm Performance in Biotech Companies,*Applied Economics Letters London* , Vol 19 , No 16, pp 1390.
28. Zeghal, D. and Maaloul, A., (2010) “Analysing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 11, No. 1.