

بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان

رضا اللهیاری

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد.
reza.allahyari41@gmail.com

چکیده

موضوع این پژوهش، بررسی رابطه بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان است. سوال اصلی این پژوهش، این است آیا بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد؟ هدف اصلی این پژوهش تبیین رابطه بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان می باشد. با توجه به ماهیت موضوع، این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی و از نوع پیمایشی و همبستگی بوده و برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. برای شناخت میزان اعتبار ابزار سنجش از تکنیک اعتبار صوری و برای تعیین پایایی ابزار از تکنیک ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان به تعداد ۱۲۰۰ نفر بوده اند. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده و بر مبنای محاسبات انجام گرفته، حجم نمونه نهایی این تحقیق ۲۹۱ نفر برآورد گردیده است. برای انتخاب نمونه ها از روش نمونه گیری طبقه ای ساده استفاده شده است. در تحقیق حاضر از معادلات ساختاری لیزرل جهت تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها استفاده شد. نتایج و یافته های تحقیق نشان می دهد بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، عملکرد سازمانی، مشتری مداری.



کنفرانس بین المللی

مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی

مقدمه

امروزه نقش و اهمیت بازده سرمایه های فکری به کار گرفته شده در قابلیت سودآوری و پایداری مستمر شرکت ها و بانک ها، بیش از بازده سرمایه های مالی به کار گرفته شده است. به عبارت دیگر، در جوامع دانش محور کنونی، نقش و اهمیت سرمایه های مالی در مقایسه با سرمایه های فکری در تعیین قابلیت سودآوری پایدار کاهش چشمگیری یافته است. به دلیل اهمیت روزافزون سرمایه های فکری در فرایند برتری راهبردی، اکثر شرکت ها در پی یافتن روش های اندازه گیری سرمایه های فکری می باشند. سرمایه فکری فراتر از دارایی های فیزیکی و دارایی های مشهود است. امروزه سهم سرمایه فکری به دلیل تولید دانش و اطلاعات و در نتیجه تولید ثروت در اقتصاد مبتنی بر دانش می تواند نقش مهمی در خلق ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی داشته باشد. به همین دلیل در سطح بنگاه های اقتصادی نیز عملکرد مالی سازمان ها می تواند تحت تأثیر دارایی های فکری و سرمایه انسانی قرار گیرد. سرمایه فکری از نگاه مدیریتی، مجموع سرمایه انسانی و ساختاری نظیر دانش، تجربه کاربردی، فناوری سازمانی، روابط و مهارت های تخصصی است که با خلق مزیت رقابتی، حیات سازمان در بازار را به ارمغان می آورد (عباسی، ۱۳۹۴).

یک سازمان دارای طبقه بندی های اداری، چارت های سازمانی، قسمتهای مختلف و اهداف و خطی مشی ها، دستورالعمل ها و بسیاری موارد دیگر است. که مسلماً برای مشتریان و بزرگی سازمان و قسمت های مختلف آن اهمیت ندارد بلکه می خواهند کسی مشکلاتشان را حل نماید. ارائه خدمات به مشتری همواره سرلوحه تفکرات و برنامه ریزی ها می باشد و در زندگی و مشکلات موجود برای کسانی که مسئول راضی نگه داشتن مشتری هستند تغییر و بهبود حاصل می نمایند و سازمانی که نتایج عملکرد آن براساس انتظارات و خواست های مشتریان سنجیده می شود (شجاعی، ۱۳۹۰).

سازمان مشتری مدار سازمانی است که هدف آن پیش گرفتن درخواست های مشتریان در مسائلی که بیشترین ارزش را برای آنها داراست می باشد و رضایت مشتری را سرمایه خود و ضامن برگشت سرمایه سازمان می دانند. مشتری مداری رویه ای است که در آن، سازمان با سنجش افکار، احوال و نظرها و پیشنهاد های مشتری فعالیت می کند و می کوشد تمایلات، خواسته ها و نیازهای مشتریان را با توجه به امکانات برآورده کند. با این روش و اعتقاد، با نظر مشتری، بهبود مستمر محقق می شود (سیناپور، ۱۳۹۴).

یک سازمان مشتری مدار بدون ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان خود نمی تواند موفقیتی حاصل کند و در دنیای امروز که دنیای کیفیت محور مشتری مدار است، مشتری هدف کار و مشتری گرایی زیربنای کلیه فعالیت های تجاری و اقتصادی خواهد بود. در این راستا جذب کارکنان مشتری مدار که ویژگی های بارز ارتباطات انسانی را در رفتار خود لحاظ کرده باشند ضروری است. شواهد تجربی نشان می دهد زمانی که عملکرد کارکنان پایین باشد مشکلات بسیاری در سازمان ها و ادارات به وجود می آید، ارزیابی عملکرد همواره مورد توجه سهام داران، سرمایه گذاران، اعتبار دهندگان مالی، نظیر بانک ها و مؤسسات مالی، بستانکاران و بخصوص مدیران بوده است. در واقع عملکرد سازمانی پدیده ای پیچیده است که شاید ساده ترین تعبیر برای آن را بتوان مجموعه فعالیت های معطوف به دستیابی بر اهداف سازمانی دانست. از این رو عملکرد سازمانی به این موضوع مربوط می شود که یک سازمان چه مقدار به اهداف خود رسیده است (نمازی، ۱۳۹۲).

عملکرد از لحاظ مالی با دو شاخص قدرت نقدینگی و سودآوری تعیین می شود. سودآوری به اصطلاح علامت مریض نبودن بنگاه اقتصادی و قدرت نقدینگی، علامت ادامه حیات بنگاه اقتصادی است. اگرچه هر دو این ها با اهمیت هستند، اما نقدینگی از اهمیت بیشتری برخوردار است. نهادها و سازمان هایی با سودآوری پایین یا حتی غیر سودآور، مدت بیشتری می توانند در خدمت اقتصاد قرار گیرند، ولی نهادها و سازمان های بدون نقدینگی امید به حیات کمتری دارند (بونتیسی، ۲۰۱۴).

در حقیقت سرمایه فکری یک مدل جدید کاملی را برای مشاهده ارزش واقعی سازمان ها فراهم می آورد و با استفاده از آن می توان ارزش آتی شرکت را نیز محاسبه کرد. به این دلیل، تمایل به سنجش و لحاظ کردن ارزش واقعی دارایی های نامشهود سرمایه فکری بیش از پیش نزد شرکتهای سهام داران (سرمایه گذاران) و سایر گروه های ذینفع، افزایش یافته است بسیاری از سازمان های امروزی را می توان محل استهلاک و نابودی سرمایه های فکری دانست که در تضاد کامل با اقتصاد دانش محور

است. بطور کلی یکی از علت های عقب افتادگی بنگاه های اقتصادی و ناتوانی آنها در خلق ارزش مورد انتظار نسبت به رقبا را می توان در بی توجهی آنها به اساسی ترین منابع ارزش آفرین که همانا سرمایه های فکری است، جستجو کرد (دیویس، ۲۰۱۴).

مروری بر تحقیقات و آثار مرتبط با موضوع اصلی این تحقیق نشان می دهد که در داخل و خارج از کشور تحقیقاتی انجام شده است که خلاصه آنها به شرح زیر است.

فتاحی (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی سرمایه فکری پرداخت. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارکنان زن و مرد دو مؤسسه آموزش عادی غیر انتفاعی گلستان و میرداماد واقع در استان گلستان به تعداد ۲۱۲ نفر که با استفاده از روش نمونه گیری غیر تصادفی هدفمند ۱۲۱ نفر به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شدند. برای گردآوری داده های پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد کیفیت خدمات، وفاداری مشتریان و سرمایه فکری استفاده شد. نتایج معادلات ساختاری نشان داد که اثر مستقیم کیفیت خدمات ۰/۸۵ و وفاداری مشتریان ۰/۴۷ بر سرمایه فکری در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. اثر مستقیم کیفیت خدمات ۰/۷۸ بر وفاداری مشتریان در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. اثر مستقیم کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی سرمایه فکری ۰/۶۸ در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی دار می باشد.

اسماعیلی (۱۳۹۵) در تحقیقی به عملکرد سازمانی از طریق مشتری مداری، تمایز نوآوری و تمایز بازار منتخبی از بانک های خصوصی استان مازندران پرداخت و دریافت تشدید صحنه رقابت جهانی در محیطی که به صورت دائم در حال تغییر است، ضرورت واکنش های مناسب سازمان ها و بانک ها را دو چندان کرده و بر انعطاف پذیری آنها با محیط نامطمئن خارجی پای می فشارد. مزیت رقابتی یکی از ارزشمندترین مباحث در مدیریت محسوب می شود زیرا وجود مزیت رقابتی در یک سازمان به معنای عملکرد بهتر نسبت به رقباست و در کوتاه مدت سودآوری و در بلندمدت بقا و رشد سازمان را تضمین می کنند. این تحقیق با هدف کسب مزیت رقابتی، بهبود و عملکرد سازمانی از طریق مشتری مداری، تمایز نوآوری و تمایز بازار در منتخبی از بانک های خصوصی استان مازندران انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که، مشتری گرایی تاثیر مثبت و معنی داری بر نوآوری و بازاریابی دارد. همچنین نوآوری و بازاریابی تاثیر مثبت و معنی داری بر عملکرد سازمانی دارد.

دیویس (۲۰۱۵) در تحقیق خود به بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد سازمانی کارکنان در شرکت های مشاوره مهندسی تایوان پرداخت و نتایج نشان داد که همبستگی مثبتی بین دو جز سرمایه فکری و عملکرد سازمانی وجود دارد. بالاترین همبستگی مربوط به سرمایه فکری و بعد از آن مربوط به عملکرد سازمانی بود. هم چنین همبستگی مثبت بین دو جز سرمایه فکری (انسانی، ساختاری و مشتری) و عملکرد سازمانی وجود دارد.

ادوینسون (۲۰۱۴) در تحقیقات خود دریافت سرمایه فکری را به عنوان فرآیندی دانش محور که شامل آزمایش های کاربردی، تکنولوژی سازمانی، ارتباطات با مشتری و مهارت های حرفه ای می باشد، معرفی کرد که باعث افزایش توان رقابتی شرکت و سودآوری آتی آن می گردد که با عملکرد سازمانی سازمان ها ارتباط دارد.

استوارت (۲۰۱۳) طبقه بندی خود را به صورت سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه مشتری ارائه نمود. در این طبقه بندی سرمایه انسانی کارکنان یک سازمان است که مهم ترین دارایی یک سازمان است و منظور از سرمایه ساختاری دانش قرار گرفته شده در فناوری اطلاعات و تمام حق امتیازها و طرح های تجاری است و منظور از سرمایه مشتری اطلاعات مربوط به بازار است که برای جذب و حفظ مشتریان به کار گرفته می شود. این طبقه بندی تا حدودی به طبقه بندی اولیه بوتیس مشابه است.

-
- 1- Davis
 - 2-Advynsvn
 - 3- Stewart

روس و همکاران^۴ (۲۰۱۲) نیز در تحقیقی، سرمایه فکری را به سه سرمایه انسانی شامل شایستگی، دیدگاه و چابکی یا زیرکری فکری و سرمایه ساختاری شامل تمام ساختارها و فرایندها و مالکیت معنوی سازمانی و دارایی‌ها فرهنگی و سرمایه ارتباطی شامل روابط با ذینفعان داخلی و خارجی یک شرکت تقسیم می‌کند، اما بعدها روس یک جزء سرمایه دیگری را بنام سرمایه بهبود و بازسازی را به طبقه بندی خود افزودند که این سرمایه آخر شامل حق اختراع‌های جدید و تلاش‌های آموزشی است. در واقع سرمایه فکری تمامی کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن را برای ایجاد ارزش افزوده در بر می‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود. بنابراین سرمایه فکری در پی آن است که در سازمان‌ها، دارایی‌های فکری، دانش، تجربه و یادگیری سازمانی برای نیل به توسعه همه جانبه بیشتر از پیش مورد توجه قرار گیرد. پس برخلاف تصورات رایج، که صرف وجود فناوری را متضمن توسعه می‌دانستند، دانش و به اشتراک گذاشتن آن در سازمان‌ها و سرمایه‌های انسانی تضمین کننده بهبود عملکرد و توسعه است (شهابی و همکاران، ۱۳۹۳).

بنابراین در جوامع دانش محور کنونی، بازده سرمایه‌های فکری به کار گرفته شده در مقایسه با سرمایه‌های مالی در تعیین توان سودآوری و بازده مالی آنها، اهمیت چشمگیری یافته است. در اقتصاد دانش محور کنونی، سرمایه‌ی فکری عامل اصلی برتری و حفظ مزیت رقابتی سازمان‌ها می‌باشد. این موضوع در اقتضائات ایران در دهه‌ی پیشرفت و عدالت از اهمیت دو چندان برخوردار خواهد بود.

اهداف:

- ۱- تبیین رابطه بین سرمایه انسانی با مشتری مداری.
- ۲- تبیین رابطه بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری.
- ۳- تبیین رابطه بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری.
- ۴- تبیین رابطه بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی.
- ۵- تبیین رابطه بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک‌های دولتی و خصوصی استان گلستان.

با توجه به مباحث مطروحه می‌توان مدل مفهومی زیر را ارائه کرد که فرضیه‌های تحقیق نیز بر اساس آن شکل می‌گیرد. شکل زیر الگوی مفهومی این تحقیق را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود شکل ذیل رابطه بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی بررسی می‌شود. مشتری مداری متغیر میانجی در نظر گرفته شده است، بدین ترتیب که در الگوی مفهومی این تحقیق فرض شده است که عدالت سازمانی افزون بر اینکه بطور مستقیم بر سلامت سازمانی و سکوت سازمانی اثر می‌گذارد، به طور غیر مستقیم نیز از طریق سکوت سازمانی بر سلامت سازمانی نیز تاثیر گذاشته است.

شکل شماره ۱): مدل مفهومی تحقیق (Bontis, N, 1998)



روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع تحقیقات همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارمندان و کارکنان بانک های خصوصی و دولتی در استان گلستان به تعداد ۱۲۰۰ نفر می باشد که بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۹۱ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب می گردند و با توجه به احتمال عدم بازگشت برخی از پرسشنامه ها تعداد ۳۰۰ پرسشنامه توزیع می گردد. روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای مورد استفاده قرار می گیرد. برای اندازه گیری پرسشنامه عملکرد سازمانی از پرسشنامه استاندارد عملکرد سازمانی «هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۹)» با ۲۰ سوال، برای اندازه گیری سرمایه فکری از پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری «بونتیس (۱۹۹۸)» که ابعاد سرمایه فکری را که شامل: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای (مشتری) با ۴۱ سوال و برای اندازه گیری مشتری مداری کارکنان از پرسشنامه استاندارد مشتری مداری «سرمد و همکاران (۱۳۹۲)» با ۱۰ سوال مورد استفاده قرار گرفت. نتایج محاسبات آماری با استفاده از روش آلفای کرونباخ به منظور برآورد همسانی درونی سوال ها به شرح جدول زیر است:

جدول شماره ۱: خلاصه محاسبات ضریب آلفای کرونباخ

شاخص آماری متغیر	مقدار آلفا کرونباخ	سوالات مورد بررسی
سرمایه انسانی	۰/۷۱۹	۱ تا ۱۵
سرمایه ساختاری	۰/۷۳۴	۱ تا ۱۳
سرمایه ارتباطی	۰/۷۵۹	۱ تا ۱۳
سرمایه فکری	۰/۸۱۵	۱ تا ۴۱
مشتری مداری	۰/۷۹۳	۱ تا ۱۰
عملکرد سازمانی	۰/۷۸۵	۱ تا ۲۰

با توجه به اینکه هر سه پرسشنامه استاندارد است، روایی آنها در مطالعات متعدد خارجی و داخلی تایید شده است. از سوی متخصصین آماری پرسشنامه را به لحاظ روایی در این پژوهش مورد تایید قرار داده اند. برای توصیف داده ها از تکنیک های موجود در آمار توصیفی استفاده گردید و برای تجزیه و تحلیل داده ها و شناخت رابطه بین متغیرها از معادلات ساختاری لیزر استفاده شده است.

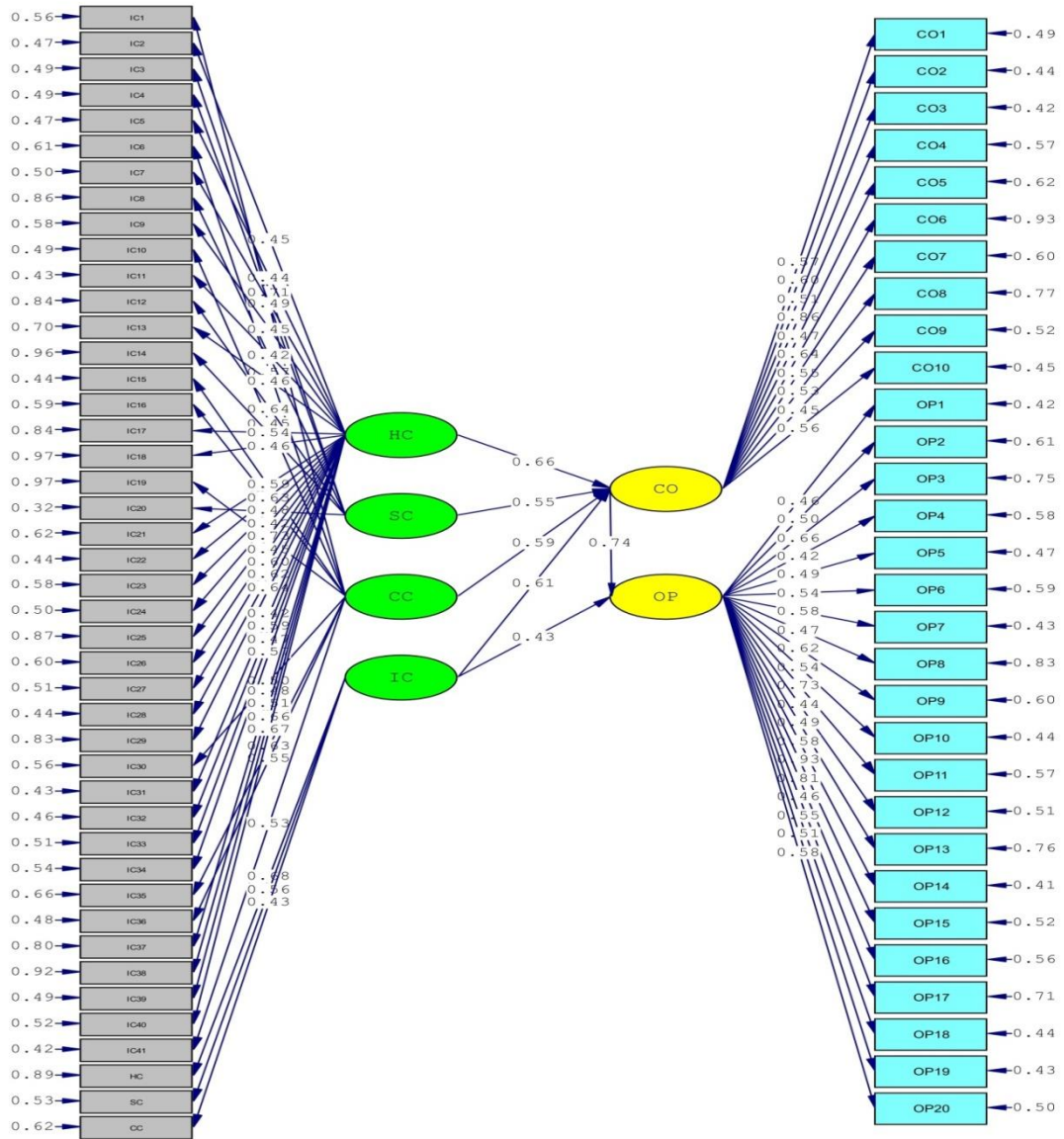
توصیف متغیرهای تحقیق:

با توجه به جدول شماره ۲ آمار توصیفی کلیه متغیرهای تحقیق از نظر شاخص های آماری به شرح جدول زیر می باشد. به عنوان مثال برای متغیر سرمایه انسانی (HC) مینیمم نظرات مقدار ۱/۸۰ و ماکزیمم نظرات مقدار ۴/۶۰ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۳/۱۶۲۹ و ۰/۵۰۹۸۸ می باشد.

جدول شماره ۲: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق							
واریانس	انحراف معیار	میانگین		بیشترین	کمترین	تعداد	متغیر
		انحراف خطا	آماره				
.260	.50988	.02989	3.1629	4.60	1.80	291	سرمایه انسانی
.177	.42042	.02465	3.1605	4.31	2.15	291	سرمایه ساختاری
.181	.42551	.02494	3.1726	4.46	2.08	291	سرمایه ارتباطی
.155	.39358	.02307	3.1652	4.24	2.02	291	سرمایه فکری
.246	.49590	.02907	3.6928	4.90	1.70	291	مشتری مداری
.318	.56403	.03306	3.7581	4.75	1.85	291	عملکرد سازمانی

آزمون مدل ساختاری تحقیق

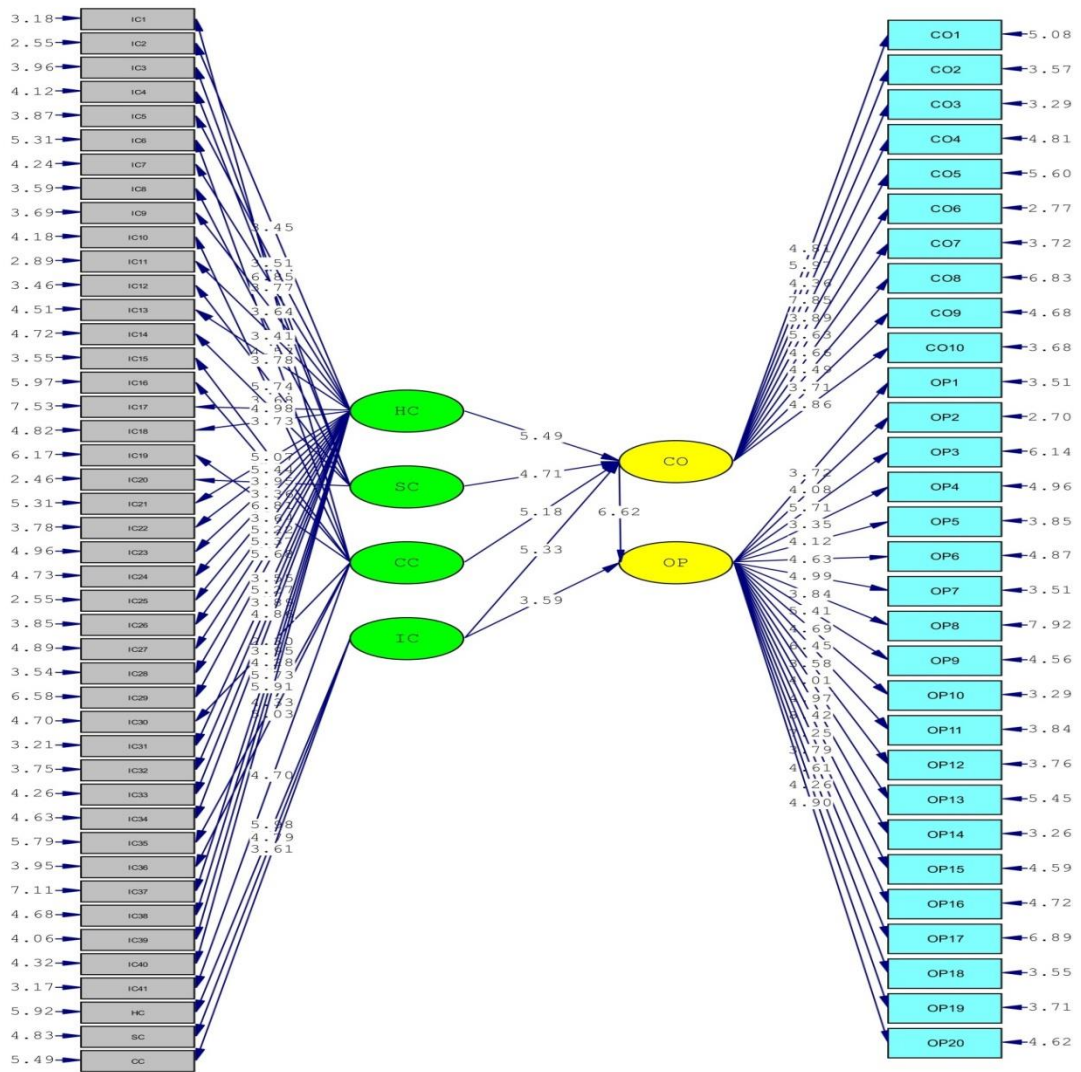
در این قسمت به بررسی مدل ساختاری تحقیق با استفاده از نرم افزار Lisrel می پردازیم.



Chi-Square=205.13 , df=97, P-value=0.01854, RMSEA=0.062

نمودار شماره ۱- مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

نمودار بیانگر ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه (۱،-۱) قرار دارند و نشان دهنده میزان رابطه بین متغیرها می باشند.



Chi-Square=205.13 , df=97, P-value=0.01854, RMSEA=0.062

نمودار شماره ۲- مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری

نمودار بالا نشان دهنده ضرایب معناداری است که باید بزرگتر از ۱/۹۶ باشند تا روابط بین متغیرها در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار گردند.

همانطور که در نمودار بالا مشاهده می شود، مقادیر (T-value) بزرگتر از ۱/۹۶ می باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در نمودار شماره ۲ در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار می باشند.

برای برآورد مدل از روش حداکثر احتمال و به منظور بررسی برازش مدل از شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی $\left(\frac{\chi^2}{df}\right)$ ، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص برازندگی (GFI)، شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)، شاخص نرم شده برازندگی

(NFI)، شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)، خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA) استفاده شد.

جدول شماره ۲: نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری تحقیق

شاخص برازش	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
$\frac{\chi^2}{df}$ (شاخص نسبت مجذور خی دو بر درجه آزادی)	<3	2.09	مناسب
CFI (شاخص برازش تطبیقی)	> ۰/۹	0.91	مناسب
GFI (شاخص برازندگی)	> ۰/۹	0.92	مناسب
AGFI (شاخص تعدیل برازندگی)	> ۰/۹	0.94	مناسب
NFI (شاخص نرم شده برازندگی)	> ۰/۹	0.95	مناسب
NNFI (شاخص نرم نشده برازندگی)	> ۰/۹	0.95	مناسب
RMSEA (خطای ریشه میانگین مجذورات تقریب)	< ۰/۰۸	0.062	مناسب

نتایج بررسی شاخص‌های نیکویی برازش مدل ساختاری پژوهش که در جدول شماره ۲ آمده است، نشان‌دهنده برازش مدل است، چرا که میزان کمتر از ۰/۰۸ RMSEA نشانگر برازش قابل قبول مدل ساختاری است. همچنین مقادیر GFI، CFI، AGFI، NFI، NNFI همگی بالاتر از ۰/۹ هستند. در جدول زیر ضرایب مسیر و معناداری بین متغیرهای پژوهش آمده است. همانطور که مشاهده می‌شود، ضرایب مسیر برای هر تمامی رابطه‌ها، در سطح ۰/۰۵ (t بزرگتر از ۱/۹۶ و t کوچکتر از -۱/۹۶) معنادار بدست آمده است.

جدول شماره ۳: نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل			
فرضیه	ضریب استاندارد	ضریب T-value	نتیجه آزمون
بین سرمایه انسانی با مشتری مداری رابطه وجود دارد.	۰/۶۶	۵/۴۹	فرضیه H1 تایید می‌شود
بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری رابطه وجود دارد.	۰/۵۹	۵/۱۸	فرضیه H1 تایید می‌شود
بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری رابطه وجود دارد.	۰/۵۵	۴/۷۱	فرضیه H1 تایید می‌شود
بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی رابطه وجود دارد.	۰/۷۴	۶/۶۲	فرضیه H1 تایید می‌شود
بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری رابطه وجود دارد.	۰/۴۵	۳/۵۹	فرضیه H1 تایید می‌شود

آزمون فرضیه اول: بین سرمایه انسانی با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه وجود دارد.
 H0: بین سرمایه انسانی با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.
 H1: بین سرمایه انسانی با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.
 براساس خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول شماره ۳ ضریب مسیر رابطه استاندارد شده بین سرمایه انسانی با مشتری مداری کارکنان ۰/۶۶ می‌باشد که با، (T-value = ۵/۴۹) در سطح ۰/۰۵ معنادار گردیده است (T-value > 1.96). بنابراین

فرضیه اول تأیید می گردد، یعنی بین سرمایه انسانی با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه دوم: بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه وجود دارد.

H0: بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.

H1: بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

براساس خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها در جدول شماره ۳ ضریب مسیر رابطه استاندارد شده بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری کارکنان ۰/۵۹ می باشد که با، ($T\text{-value} = ۵/۱۸$) در سطح ۰/۰۵ معنادار گردیده است ($T\text{-value} > 1.96$). بنابراین فرضیه دوم تأیید می گردد، یعنی بین سرمایه ارتباطی با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه سوم: بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه وجود دارد.

H0: بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.

H1: بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

براساس خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها در جدول شماره ۳ ضریب مسیر رابطه استاندارد شده بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری کارکنان ۰/۵۵ می باشد که با، ($T\text{-value} = ۴/۷۱$) در سطح ۰/۰۵ معنادار گردیده است ($T\text{-value} > 1.96$). بنابراین فرضیه سوم تأیید می گردد، یعنی بین سرمایه ساختاری با مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه چهارم: بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه وجود دارد.

H0: بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.

H1: بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی کارکنان رابطه معنی داری وجود دارد.

براساس خلاصه نتایج آزمون فرضیه ها در جدول شماره ۳ ضریب مسیر رابطه استاندارد شده بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی کارکنان ۰/۷۴ می باشد که با، ($T\text{-value} = ۶/۶۲$) در سطح ۰/۰۵ معنادار گردیده است ($T\text{-value} > 1.96$). بنابراین فرضیه چهارم تأیید می گردد، یعنی بین مشتری مداری با عملکرد سازمانی کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون فرضیه پنجم: بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان رابطه وجود دارد.

H0: بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری رابطه وجود دارد.

H1: بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی با تاکید بر نقش میانجیگری مشتری مداری رابطه وجود ندارد.

براساس نمودارهای شکل ۱ و ۲، ضریب استاندارد شده بین متغیرهای سرمایه فکری با عملکرد سازمانی، ۰/۴۳ می باشد که با، ($T\text{-value} = ۳/۵۹$) در سطح ۰/۰۵ معنادار شده است ($T\text{-value} > 1.96$)، اما با مداخله متغیر میانجی (مشتری مداری)، ضریب استاندارد بین متغیرهای سرمایه فکری با عملکرد سازمانی ($۰/۷۴ \times ۰/۶۱ = ۰/۴۵$)، می شود بنابراین فرضیه پنجم تأیید می گردد، یعنی متغیر مشتری مداری بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی نقش میانجی را دارد و باعث افزایش ضریب مسیر رابطه استاندارد شده بین سرمایه فکری با عملکرد سازمانی کارکنان بانک های دولتی و خصوصی استان گلستان می شود. ($۰/۴۵ - ۰/۴۳ = ۰/۰۲ < ۰$).

بحث و نتیجه گیری

در عصر حاضر سازمان ها به دنبال رابطه بین ابعاد سرمایه فکری با عملکرد سازمانی و مشتری مداری کارکنان هستند و در صورتی که به عملکرد سازمانی و مشتری مداری کارکنان دست نیابند در مقابل رقبا شکست خواهند خورد. از آنجا که در یک تحقیق نمی توان تمامی مسائل و مشکلات را تحت پوشش قرار داد و همچنین بر اساس یافته های تحقیق، مسائل و مشکلاتی مورد شناسایی قرار می گیرد که مرتفع نمودن آنها نیازمند انجام تحقیقات علمی و کاربردی می باشد لذا در این پژوهش، پیشنهاداتی برای انجام تحقیقات آتی و هدایت محققان به انجام آنها به شرح ذیل پیشنهاد می گردد:

- ۱- برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی، جهت آشنایی کارکنان با تکریم ارباب رجوع.
- ۲- استخدام، آموزش، ایجاد انگیزه و توانمندسازی کارکنان به نحوی که بتوانند به طور کامل به مراجعان ارائه خدمت کنند.
- ۳- مدیران سازمانی باید آینده ای را برای سازمان ترسیم کنند که مورد قبول کلیه کارکنان و دیگر مدیران باشد.
- ۴- سازمان باید به دنبال ارتباط مستمر با مراجعان و اطلاع از میزان رضایت آنها از طریق ایجاد یک سیستم اندازه گیری و پایش رضایت مراجعان باشد.
- ۵- ارائه آموزش ها، مشاوره ها و فرصت های سازمانی برای کمک به بهبود وضع آتی کارکنانی که دارای عملکرد مناسب هستند.

فهرست منابع :**الف (منابع فارسی :**

۱. اسماعیلی، محمد(۱۳۹۵). « بررسی عملکرد سازمانی از طریق مشتری مداری، تمایز نوآوری و تمایز بازار منتخبی از بانکهای خصوصی استان مازندران»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی مازندران.
۲. سیناپور، صادق(۱۳۹۴). « بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی بانک های دولتی و خصوصی استان کهگیلویه و بویر احمد»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کهگیلویه و بویر احمد.
۳. شجاعی(۱۳۹۰). «بررسی ارتباط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی صنعت بانکداری ایران»، مجله مدیریت و حسابداری، شماره ۱۲۳.
۴. عباسی، ابراهیم(۱۳۹۴). «بررسی تاثیر کارایی عناصر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکتها در بورس تهران»، فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنجان، سال چهارم، شماره ۹۰.
۵. نمازی، مهشید(۱۳۹۲). « بررسی تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۰»، کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی.

ب (منابع لاتین :

- 1-Bontis, N., Keow, W.C.C. & R.I. Chardson, "Intellectual Capital and Business performance in Malaysian Industries", Journal of Intellectual Capital, 2014, Vol. 1, No. 1, PP. 85-100
- 2- Chen, M.C., Cheng, S.J. and Hwang, Y, "An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance", Journal of Intellectual Capital, 2015, Vol. 6 No. 2, pp. 159-76.
- 3- Maditinos, D., Chatzoudes, D., Tsairidis, Ch, and Theriou, G, "The impact of intellectual capital on firms' market -17 value and financial performance.", Journal of Intellectual Capital , 2011, Vol. 12 No. 1, 2011 pp. 132-151.
- 4- Meer-Kooistra, J. V. D. & S. Zijlstra, "Reporting on Intellectual Capital", Accounting Auditing & Accountability Journal, 2011, PP. 456-476.