

بررسی تاثیر میزان سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در صنعت بانکداری

دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد

پسی دکتری، مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

Tsp_eng_tech_co@yahoo.com

دکتر مریم عبدلی

دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

Abdoli.pnu@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر برای بررسی بررسی تاثیر میزان سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در صنعت بانکداری انجام شده است. روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت از نوع توصیفی-پیمایشی و از نظر روش جمع آوری داده ها از نوع میدانی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق شامل تمامی کارمندان بخش ستادی در بانک آینده در شهر تهران می باشد. برای جمع آوری داده های لازم از پرسشنامه وضعیت سرمایه فکری و مزیت رقابتی استفاده شده است. روایی ابزار اندازه گیری، با نظر متخصصین در بانک و تعدادی از اساتید مدیریت، بعد از برخی اصلاحات مورد تایید قرار گرفته است. برای اندازه گیری پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده و مورد تأیید قرار گرفت. برای تحلیل توصیفی داده ها، از جداول، نمودارها، شاخص های پراکندگی و برای تحلیل استنباطی فرضیه ها، در نرم افزار spss استفاده شد. در رابطه با فرضیه های تحقیق نتایج نشان داد که شاخص های رضایت مندی مشتری، یادگیری و رشد، فرایندهای داخلی و شاخص های مالی در بیمه مرکزی بخش صندوق تامین خسارت های بدنی در بهبود شاخص های عملکرد تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه فکری، مزیت رقابتی، صنعت بانکداری.

مقدمه

با توجه به اهمیت رقابت در جهت رشد و ماندگاری سازمان ها، مزیت رقابتی از موضوعات مهمی است که در سال های اخیر، در ادبیات رشته مدیریت و به خصوص حوزه مدیریت استراتژیک مطرح شده است. مزیت رقابتی را می توان ارزش های قابل ارائه شرکت برای مشتریان، به نحوی که این ارزش ها از هزینه های مشتری بالاتر باشد یا تمایز در ویژگی ها یا ابعاد هر شرکتی که آن را به ارائه خدمات بهتر به مشتریان قادر می سازد تعریف کرد (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۷). پایین بودن مزیت رقابتی هرکشوری در یک بعد زمانی، ناشی از سطح پایین مزیت رقابتی شرکت های صادرکننده ی آن است. به همین دلیل، برای پاسخ گویی به بخشی اساسی از سؤال مطرح شده، لازم است به بررسی دلایل عدم مزیت رقابتی بانک ها در زمینه های تجاری، خدماتی و بازرگانی پرداخته شود. زمانی که صحبت از مزیت یا عدم مزیت رقابتی به میان می آید باید به منشأ پیدایش آن و اهم تئوری های مطرح شده در این زمینه توجه ویژه نمود. اهم تئوری های مرتبط با مزیت رقابتی و منشأ پیدایش آن عبارتند از تئوری سازمان صنعتی و تئوری منبع مدار. اولین تئوری، اساس پیدایش مزیت رقابتی شرکت را محیط خارجی آن و دیگری محیط داخلی شرکت معرفی می نماید. تئوری منبع مدار و مدل های موجود در آن معتقدند که هر شرکتی برای خود صلاحیت ها، شایستگی ها و توانمندی هایی را به وجود می آورد. این صلاحیت ها با تأثیر بر روی چهار عنصر معروف ابعاد مزیت رقابتی منجر به ایجاد مزیت رقابتی

برای سازمان ها شده و در نتیجه سود آوری آن ها را تحت تأثیر قرار می دهند، که این ابعاد عبارتند از کیفیت، کارایی، نوآوری و پاسخگویی به مشتریان می باشد (عطاران و همکاران، ۱۴۰۱). از طرفی یکی از مفاهیمی که در عصر اقتصاد دانش محور برای جلب توجه به نامشهودها و منابع غیر مالی به کار می رود سرمایه فکری است. در یک تعریف ساده، سرمایه فکری عبارت است از تفاوت بین ارزش بازاری و ارزش دفتری دارایی های یک سازمان در تعریفی دیگر، سرمایه فکری بدین صورت تعریف شده است: دارایی ها یا معیارهای تجاری نامشهود یک سازمان که تأثیر مهمی بر عملکرد و سایر عوامل کلیدی موفقیت آن داشته که البته این معیارها در ترازنامه منعکس نمی شوند. سرمایه فکری تحت عناوینی همچون دارایی های ناملموس، دارایی های دانش محور، سرمایه دانشی، دارایی های اطلاعاتی، سرمایه انسانی و ارزش های پنهان سازمان به کار رفته و در برگیرنده ابداعات، ایده ها، دانش بنیادین، روش های مختلف طراحی محصول، برنامه های کامپیوتری و انتشارات می باشد. به عبارت دیگر، سرمایه فکری دارایی هایی را شامل می شود که ناملموس بوده، اما به تدریج موجب ثروت آفرینی برای سازمان ها می گردد (چن، ۲۰۱۴، به نقل از زرآبادی پور و همکاران، ۱۳۹۸).

تاکنون، مدل های متعددی از سرمایه فکری ارائه شده که در هر یک از آن ها، ابعاد متفاوتی برای آن در نظر گرفته شده است و بر مبنای هر یک از ابعاد شاخص های تعریف شده، فنونی مورد استفاده و بهینه کاوی هایی به کار برده شده اند. سرمایه فکری به سه بخش سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی و سرمایه رابطه ای تفکیک می شود (عطاران و همکاران، ۱۴۰۱).

سرمایه انسانی

سرمایه انسانی که از آن تحت عنوان سرمایه منابع انسانی نیز یاد می شود ستون فقرات سرمایه فکری به شمار رفته و عنصر بسیار مهمی در ارزش آفرینی سازمان ها محسوب می شود. سرمایه انسانی شامل تمام دارایی های فکری سازمان ها مانند دانش، مهارت و سایر قابلیت های کارکنان بوده که آنان را قادر می سازد مشکلات مربوط به سازمان و مشتریان را برطرف سازند (عطاران و همکاران، ۱۴۰۱).

سرمایه سازمانی

سرمایه سازمانی، دارایی های غیرفکری سازمان ها را شامل شده، که در بر گیرنده عواملی چون پایگاه داده ها، اطلاعات مربوط به مشتریان، علائم تجاری و ساختار سازمانی بوده و هنگامی که کارکنان شب ها به خانه هایشان بازمی گردند، در سازمان باقی می ماند (عطاران و همکاران، ۱۴۰۱).

سرمایه رابطه ای

سرمایه رابطه ای مهمترین جزء سرمایه فکری در ایجاد ارزش افزوده به شمار رفته و شامل روابط داخلی و خارجی با ذینفعان سازمان می باشد. کانال های توزیع و رضایت و وفاداری مشتریان، از اساسی ترین عوامل ایجاد ارزش افزوده در سازمان ها به شمار می رود. این نوع سرمایه در ارتباط با تامین کنندگان، خرده فروشان، عمده فروشان و به خصوص مشتریان وجود دارد. وفاداری مشتریان را می توان جزئی از این نوع سرمایه دانست (عطاران و همکاران، ۱۴۰۱). با توجه به اهمیتی که امروزه برتری رقابتی در بازار کسب و کار دارد و نیز با توجه به اهمیتی که دانش و منبع آن به عنوان فکر و سرمایه فکری نقش اصلی را در این زمینه ایفا می کنند، بررسی ارتباط این دو متغیر می تواند زمینه را برای دست یابی به مزیت رقابتی پایدار در عرصه داخلی و خارجی فراهم کند. در این میان بانک های کشورمان نیز برای هم

سویی با بازار جهانی و افزایش توان رقابتی، در عرصه های داخلی و جهانی نیازمند مدیریت دانش و استفاده از سرمایه های فکری سازمان خود هستند. به خصوص با عضویت ناظر کشورمان در سازمان تجارت جهانی در سال ۱۳۸۴ و افزایش رقابت در اقتصاد داخلی و همچنین تمایل کشور به پیوستن به این سازمان بین المللی، لزوم نگرش به سرمایه فکری و برتری رقابتی بیش از پیش احساس می شود. بانک ها، با توجه به گسترش شیوه های نوین بانک داری در کشور و ایجاد جو رقابتی در بین بانک ها نیازمند بهبود ساختار انسانی و فکری در جهت توسعه ساختار رقابتی می باشند، بر همین اساس سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در بانک آینده تاثیر معناداری دارد؟

دانش تنها منبع مطمئن مزیت رقابتی پایدار است، سازمان ها هر روز بیشتر به اهمیت دانش به عنوان سرمایه فکری پی می برند. تعداد مدیرانی که مسائل مربوط به جذب دانش را درک کنند بسیار اندک است چه رسد به مدیریت دانش چون دانش و تفکر سازمانی همیشه برای همه مردم و سازمان ها ارزشمند بوده است. اغلب سازمان ها درک کرده اند که موفقیت آن ها نه به دلیل دارایی های فیزیکی شان بلکه به خاطر تجارب و مهارت های کارکنانشان می باشد. سازمان ها متوجه شده اند که دانش آن ها در مورد نحوه انجام دادن امور و ارائه خدمات و به عبارتی سرمایه فکری آن ها به عنوان یک دارایی مهم قلمداد می شود که بایستی همانند سایر دارایی های ارزشمند سازمان، این دارایی (دانش) را نیز مدیریت نمود (واتسون، ۲۰۱۳). سرمایه فکری گامی مهم در جهت بهبود رقابت و دست یابی به مزیت رقابتی در بازارهای جهانی می شود، امروزه دانش و فکر سازمانی به عنوان یک منبع مهم و عملی در جهت برتری تجاری و خدماتی در سطح بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری می باشد. شکل یا ظاهر مزیت رقابتی می تواند ملموس یا غیرملموس، ساده یا مرکب باشد. مزیت رقابتی ملموس قابل مشاهده است، مانند محل استراتژیک یک سازمان که مزیتی را نسبت به رقبا برایش فراهم می سازد. مزیت غیرملموس به سادگی قابل مشاهده نیست. مانند فرهنگ سازمانی منحصر به فرد که باعث کسب مزیت رقابتی می شود. تقلید مزیت رقابتی غیرملموس، مشکل تر از مزیت رقابتی ملموس است. شکل مزیت رقابتی می تواند ساده یا مرکب باشد. مزیت رقابتی ممکن است ترکیبی از چند مزیت انفرادی باشد که با هم کل منسجمی را به وجود می آورند. مانند مزیت رقابتی کوکاکولا که ترکیبی است از فرمول محرمانه، شبکه توزیع پیشرفته و تبلیغات گسترده و انباشته آن می باشد و علت مزیت رقابتی می تواند غیرعمدی یا استراتژیک باشد. علت غیرعمدی به تغییرات محیطی یا شانس گفته می شود که منشاء مزیت قرار می گیرد، در حالی که علت استراتژیک به تدوین و اجرای عمدی استراتژی به منظور کسب برتری اشاره دارند (آنتون، ۲۰۲۰). در جهان رقابتی امروز و آزاد سازی اقتصادی، کیفیت یکی از عوامل مهم برای رسیدن به مزیت رقابتی است. یک محصول یا خدمت با کیفیت بالا به سازمان کمک می کند تا مشتریان خود را حفظ و بر تعداد آن بیفزاید. کیفیت پایین منجر به نارضایتی مشتریان شده، در نتیجه هزینه کیفیت پایین صرفاً افزایش ضایعات یا اصلاح خطاها نیست بلکه از دست دادن آینده سازمان است (راشیدی اشرفی، ۱۳۹۳). بر همین اساس با توجه به اهمیتی که سرمایه فکری در دست یابی به کیفیت در دنیای امروز دارد و یکی از شروط اساسی دست یابی به کیفیت مبارزه با رقبا و بازار رقابتی است، ضرورت این امر در بانک ها و به خصوص بانک آینده احساس می شود که تا چه اندازه مدیریت سرمایه فکری و دست یابی به سرمایه فکری برتر می تواند زمینه های برتری رقابتی را برای این بانک در صنعت بانکداری فراهم آورد.

پیشینه نظری پژوهش

در پژوهشی با عنوان ارائه مدلی برای ارزیابی تأثیر اجزای رویکرد مبتنی بر منابع بر عملکرد صادراتی بر اساس استراتژی رهبری هزینه در صنعت کانی غیرفلزی که توسط کریمپور و همکاران (۱۴۰۱) انجام گرفت، بر اساس نتایج حاصل، فقط

سیستم های سازمانی بر استراتژی رقابتی تأثیر ندارد و قابلیت های رقابتی بیشترین تأثیر را بر عملکرد صادراتی را دارند. نتایج بررسی ها مؤید آن است که گرچه شرکت های صادرکننده سنگ های تزئینی در بعد کیفیت از سطح کیفی مطلوب برخوردارند، ولی در سایر ابعاد مزیت رقابتی از حیث کارایی، نوآوری و پاسخگویی به مشتریان در سطح پایینی قرار دارند میان ابعاد مزیت رقابتی و عملکرد صادراتی شرکت های صادرکننده سنگ های تزئینی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد؛ در پژوهشی با عنوان بررسی نقش مدیریت دانش ضمنی در کسب مزیت رقابتی (شرکت پتروشیمی جم) که توسط لاجوردی و حاتمی (۱۳۹۹) انجام شد یافته ها نشان می دهد که تکامل، حیات بخشی و انتقال دانش ضمنی به عنوان مؤلفه های مدیریت دانش ضمنی با مزیت رقابتی در شرکت پتروشیمی ارتباط دارد و از بین این مؤلفه ها تکامل دانش ضمنی به شدت در ارتباط با مزیت رقابتی بود؛ در پژوهشی که توسط ستایش و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام گرفت نتایج حاصل از آزمون های به عمل آمده بیانگر آن است که سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد آتی شرکت دارد. به علاوه، رابطه معنا دار بین رشد سرمایه فکری و عملکرد سال آینده شرکت نیز مورد تأیید قرار گرفت؛ در پژوهشی که توسط نظری و همکاران (۱۴۰۲) با عنوان رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری در ستاد معاونت سلامت کمیته امداد امام خمینی (ره) انجام شد میانگین نمرات مطالعه مدیران ارشد و میانی در حیطه فرهنگ سازمانی به ترتیب ۵۸,۳ و ۷۸,۳ می باشد. نمره سرمایه فکری در بین مدیران پایین از حد متوسط می باشد ۲,۲۳ و در نهایت بین فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری در کل مدیران مورد مطالعه رابطه معناداری مشاهده شد؛ در پژوهشی که توسط رحمانی و عارف منش (۱۴۰۱) با عنوان اندازه گیری سرمایه فکری و رابطه آن با هزینه حقوق صاحبان سهام انجام شد یافته ها، ارزش افزوده سرمایه فکری با هزینه حقوق صاحبان سهام رابطه منفی و معنی دار دارد. همچنین ارزش افزوده سرمایه انسانی رابطه منفی و معنی دار با هزینه حقوق صاحبان سهام دارد؛ به عبارت دیگر، موجب کاهش هزینه سرمایه می شود. اما ارزش افزوده سرمایه فیزیکی به کار گرفته شده و ارزش افزوده سرمایه ساختاری با هزینه حقوق صاحبان سهام رابطه معنی داری نداشت؛

شجاعی و باغبانیان (۱۳۹۸) در مطالعه خود به بررسی ارتباط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی صنعت بانکداری ایران می پردازند. در این تحقیق پرسشنامه ی روانسنجی معتبری که نسخه ی اصلی آن اولین بار در کانادا تهیه و اجرا شده است، مورد استفاده قرار گرفته است؛ مجتهد زاده، علوی طبری و مهدی زاده (۱۳۹۹)، به بررسی رابطه ی سرمایه فکری (انسانی، مشتری و ساختاری) و عملکرد صنعت بیمه، از دیدگاه مدیران پرداخته اند. نتایج نشان می دهد که سرمایه فکری، انسانی، مشتری (رابطه ای) و ساختاری در بررسی جداگانه و مستقل از یکدیگر، با عملکرد رابطه ی معنادار دارند. رضایی، همتی و کارگر شاملو (۱۳۹۹)، ارتباط بین سنجه های اندازه گیری عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری در بورس اوراق بهادار تهران در یک بازه زمانی ده ساله (۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷) را مورد مطالعه قرار می دهند. در این مطالعه چهار معیار ارزیابی عملکرد، شامل:

۱) نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری،

۲) کیو-توبین،

۳) بازده جریان های نقدی سرمایه گذاری،

۴) ارزش افزوده اقتصادی، استفاده شده است.

نتایج حاکی از ارتباط معنی داری بین سنجه های اندازه گیری عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری در کلیه شرکت های مورد مطالعه است. البته مدل ارزش افزوده اقتصادی نسبت به بقیه مدل جهت برآزش سرمایه فکری بر اساس آزمون آکائیک مناسب می باشد؛ هادوی (۱۴۰۰)، به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر روی عملکرد مالی شرکت ها، با استفاده از روش پالیک برای اندازه گیری سرمایه فکری و استفاده از معیارهای ارزیابی عملکرد، پرداخته است. نمونه

آماري تحقيق شامل ۱۰۰ شرکت پذيرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ می باشد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که بین سرمایه فکری و عملکرد مالی شرکت همبستگی مثبت وجود دارد؛ همتی و مهرابی (۱۴۰۰)، به بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و بازده مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس پرداخته و از روش پالیک جهت سنجش سرمایه فکری استفاده شد. نمونه آماری تحقیق شامل ۱۴۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، برای یک دوره ۵ ساله از سال ۱۳۹۳ تا سال ۱۳۹۷ است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که بین سرمایه فکری و عملکرد مالی و عملکرد آتی شرکت همبستگی مثبت وجود دارد؛ اورنگا (۲۰۲۰) در پژوهشی، استراتژی رقابتی و مزیت رقابتی در عملکرد شرکت، نقش تعدیل قابلیت های تکنولوژیکی، به بررسی رابطه استراتژی های رقابتی و عملکرد شرکت پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان داد، چشم انداز استراتژی رقابتی اهمیت یک موقعیت استراتژیک جذاب مشتق شده از فعالیت ها استراتژیک شرکت را تشخیص می دهد؛ در مطالعه آقا و همکارانش (۲۰۲۲) به بررسی رابطه بین شایستگی های محوری، مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی پرداخته شده که شایستگی های محوری را در سه بعد چشم انداز مشترک، همکاری و توانمندی مورد آزمون قرار داده و مزیت رقابتی نیز از طریق پاسخ گویی و انعطاف پذیری اندازه گیری شده است. این مطالعه در صنعت رنگ و رزین کشور امارات متحده عربی صورت پذیرفته و نتایج آن نشان می دهد که شایستگی های محوری تأثیر مثبت و قوی بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی داشته است. نظری (۲۰۲۰)، در پژوهش خود به بررسی و توضیح ارتباط بین عناصر سرمایه فکری و موفقیت مالی ۷۷۵ شرکت پرداخت. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که سرمایه انسانی ارتباط مثبت و معناداری با سرمایه ساختاری دارد و علاوه بر آن بین سرمایه انسانی و عملکرد شرکت نیز یک رابطه مثبت معنادار وجود دارد. البته در این تحقیق شواهد قوی جهت اثبات وجود رابطه مثبت بین سرمایه ساختاری و عملکرد شرکت وجود ندارد؛ در تحقیقی که مادیتینوس و همکاران (۲۰۲۱)، با عنوان اثر سرمایه فکری بر روی ارزش بازاری شرکت و عملکرد مالی آن انجام داده اند، داده های تجربی از ۹۶ شرکت یونانی مندرج در بورس اوراق بهادار آتن، که به چهار بخش اقتصادی مختلف تقسیم شده اند و در طی سه سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ مورد مطالعه قرار گرفته اند؛ به دست آمده است. این تحقیق برای اندازه گیری سرمایه فکری از روش پالیک بهره برده است و یکی از فرضیات آن این است که شرکت هایی که سرمایه فکری بالاتری دارند، نرخ ارزش بازار به ارزش دفتری بالاتری دارند. که در نهایت، نتایج تجربی موفق به حمایت از این فرضیه نشده و این فرضیه رد شده است.

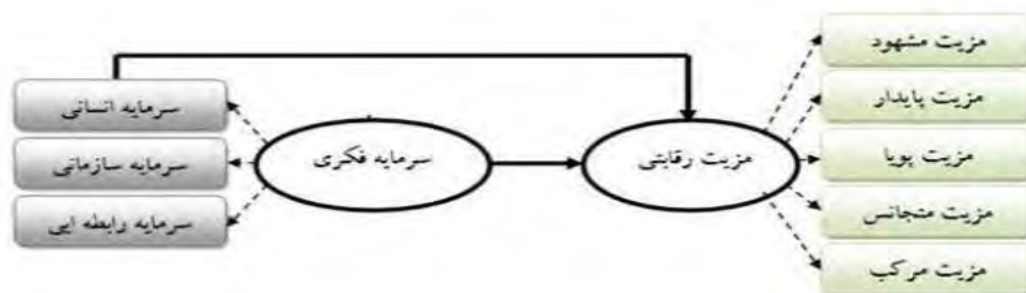
فرضیه ها و مدل مفهومی پژوهش فرضیه اصلی

سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در بانک آینده تأثیر دارد.

فرضیه های فرعی

- ۱- سرمایه انسانی بر کسب مزیت رقابتی در بانک آینده تأثیر دارد.
- ۲- سرمایه سازمانی (ساختاری) بر کسب مزیت رقابتی در بانک آینده تأثیر دارد.
- ۳- سرمایه رابطه ای بر کسب مزیت رقابتی در بانک آینده تأثیر دارد.

شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش



روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که به روش پیمایشی و با رویکرد توصیفی- همبستگی انجام می گیرد. هدف پژوهش پیمایشی، شناخت جامعه مورد بررسی است. از این رو در پژوهش پیمایشی، گردآوری نظام مند اطلاعات از نمونه ها صورت می گیرد. پژوهشگر در این نوع پژوهش سعی می کند، تا آنچه هست بدون هیچ گونه دخالت یا استنتاج ذهنی گزارش دهد و نتایج عینی را از موقعیت بگیرد. هدف استفاده از این روش توصیفی، ثبت، تحلیل و تفسیر شرایط موجود است. متغیرهای پژوهش حاضر شامل سرمایه فکری و مزیت رقابتی می باشد. به منظور جمع آوری دانش نظری، از منابع کتابخانه ای و اینترنتی از قبیل کتاب ها مجلات داخلی و خارجی و پایان نامه های مرتبط استفاده شده است. در بخش میدانی نیز از پرسشنامه جهت گردآوری دیدگاه مدیران و کارکنان شعب بانک آینده استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران و کارکنان شعب بانک آینده تهران (تعداد پرسنل: ۵۰۰۰ نفر) می باشد. حجم افراد نمونه با توجه به فرمول کوکران معادل ۳۶۷ نفر برآورد شد. روش نمونه گیری نیز به صورت نمونه گیری تصادفی خوشه ای خواهد بود. بدین صورت که شهر تهران را به چهار خوشه تقسیم نموده و از هر خوشه متناسب با حجم نمونه تعداد ۶ شعبه به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب و کارکنان این شعب به عنوان حجم نمونه انتخاب و بررسی می شوند. در پژوهش حاضر، بسته به اهداف و فرضیه های پژوهش، از روش های مختلفی برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده می گردد. به طور کلی در سطح آمار توصیفی از شاخص هایی همچون جداول و نمودارهای توزیع فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد، و در سطح آمار استنباطی پس از انجام آزمون کولموگروف اسمیرنوف و در صورت نرمال بودن داده ها از آزمون های پارامتریک همچون آزمون t تک نمونه ای، آزمون همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون چندگانه و در صورت غیر نرمال بودن داده ها از آزمون های ناپارامتریک معادل آن ها استفاده می گردد. یادآور می شود که نرم افزارهای مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل فرضیه های پژوهش، نرم افزار SPSS می باشد.

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

نمره میانگین به دست آمده از جامعه ی مورد مطالعه برای متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۱ ارائه شده است. با توجه به نتایج پژوهش، میانگین سرمایه رابطه ای، ۴٫۷۲، بالاترین میانگین را در بین سایر متغیرهای پژوهش دارد.

جدول (۱): نمره میانگین متغیرهای پژوهش

| متغیرهای پژوهش | میانگین | انحراف معیار |
|-----------------|---------|--------------|
| سرمایه انسانی | ۴/۱۷ | ۰/۶۸۸ |
| سرمایه سازمانی | ۳/۳۶ | ۰/۷۵۱ |
| سرمایه رابطه ای | ۴/۷۲ | ۰/۸۸۱ |
| مزیت رقابتی | ۴/۵۵ | ۰/۶۷۴ |

آمار استنباطی

برای آزمون تعیین نرمال بودن جامعه از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد و با توجه به نتیجه آزمون مذکور که از توزیع نرمال تبعیت می نمود برای فرضیه های اول تا ششم از آزمون رگرسیون همزمان استفاده شد که نتایج حاصل از آزمون رگرسیون در جدول ۲ آمده است.

جدول (۲): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون همزمان در مدل معادلات ساختاری

| ارتباطات بین متغیرها | مقدار دوربین واتسون | مقدار ضریب تعیین | F مقدار | سطح معنی داری | فرضیه ها |
|-------------------------------|---------------------|------------------|---------|---------------|-----------|
| سرمایه انسانی - مزیت رقابتی | ۱,۴۵ | ۰,۴۵۶ | ۲۶,۰۸۵ | ۰,۰۰۴ | اول-تأیید |
| سرمایه سازمانی - مزیت رقابتی | ۱,۷۴ | ۰,۳۵۸ | ۲۴,۳۰۰ | ۰,۰۰۱ | دوم-تأیید |
| سرمایه رابطه ای - مزیت رقابتی | ۱,۵۶ | ۰,۷۴۵ | ۳۱,۵۶۲ | ۰,۰۰۶ | سوم-تأیید |

با توجه به این که مقدار آماره دوربین واتسون در تمامی فرضیه ها بین مقدار استاندارد ۱/۵ و ۲/۵ قرار دارد در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم. سطح معنی داری آماره ی F در همه فرضیات بیشتر از ۰,۰۵ بوده که حاکی از آن است که در این فرضیات، متغیر مستقل تغییرات متغیر وابسته را به خوبی تبیین می کند. بنابراین نشان می دهد که در تمامی فرضیات و مدل در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد.

بحث و نتیجه گیری

منابع سرمایه ای انسان از دانش، مهارت، تجربه، انرژی و ابتکار انسانها تشکیل می شوند. این سرمایه از طرق گوناگونی قابل دسترسی می باشد که از آن جمله می توان به فراگیری در جریان کار، نظام آموزش و پرورش رسمی، برنامه های آموزشی فنی و غیره اشاره کرد. نکته حائز اهمیت در این میان این است که سرمایه های انسانی همانند سرمایه های فیزیکی سازمان اگر مورد توجه و مراقبت مستمر و دائم قرار نگیرند از ارزش افتاده و از دست می روند. سرمایه انسانی و سرمایه رابطه ای، قابلیت تبدیل شدن به مالکیت شخصی ندارند، بلکه باید بین کارکنان و مشتریان و تأمین کنندگان مشترک باشند. بنابراین، رشد این نوع از داراییها نیاز به مراقبت و توجه جدی دارد. بنابراین به مدیران بانک اقتصاد نوین پیشنهاد می شود که در تقویت مهارت های کارکنان از طریق کارآگاه های آموزشی تلاش جدی شود که بصورت منحصربه فردی این بانک را از سایر بانک ها متمایز کند. بطور خلاصه می توان گفت، سرمایه انسانی مغز متفکر سازمان است که سازمان مالکیتی بر آنها ندارد و در صورت عدم توجه احتمال از دست دادن آن وجود دارد؛ در مقابل سرمایه ساختاری به نوعی سرمایه فیزیکی سازمان است که جزو اموال سازمان بوده و مالکیت آن بر عهده سازمان است و به نوعی سخت افزار و نرم افزار و امکانات و محیط فیزیکی بانک می باشد که بصورت کلی پیشنهادی که محقق به مدیران بانک اقتصاد نوین دارد، در ارایه خدمات رفاهی مانند صندلی کافی برای تمامی مشتریان و در دسترس قرار دادن خودپردازها با

امکانات به روز و راهنمایی به مشتریان ناوارد و خدمات و امکانات اینترنتی که در عصر حاضر می تواند خودنمایی بیشتری نسبت به بانک های مشابه داشته باشد.

منابع

- ✓ آقازاده، هاشم، اسفیدانی، محمد رحیم، (۱۳۹۶)، کاربرد فناوری اطلاعات، در مزیت رقابتی پایدار، فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی، شماره ۴۶، صص ۸۹-۱۱۸.
- ✓ انواری رستمی، علی اصغر، رستمی، محمد رضا، (۱۳۹۲)، ارزیابی مدل ها و روش های سنجش و ارزشگذاری سرمایه های فکری شرکت ها، مجله بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۴، صص ۵۱-۷۵.
- ✓ انواری رستمی، علی اصغر، سراجی، حسن، (۱۳۹۴)، سنجش سرمایه فکری و بررسی رابطه میان سرمایه فکری و ارزش بازار سهام شرکت های بورس اوراق بهادار تهران، بررسی های حسابداری و حسابرسی دوره ۱۲، شماره ۳۹، صص ۴۹-۶۲.
- ✓ حسینی، سید محمود، پناهی، منیره، (۱۳۹۶)، ایجاد مزیت رقابتی در صنعت با رویکرد عوامل کلیدی موفقیت (مطالعه موردی صنعت کاشی ایران؛ پژوهشنامه بازرگانی، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۱۴۷-۱۷۸).
- ✓ حیدری، علی، بیگی، مینا، حیدری، محسن، (۱۴۰۲)، اثربخشی خلق مزیت رقابتی پایدار آموزش و توسعه مهارت های فروشندگان بیمه، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۱۶، صص ۱۹۹-۲۲۱.
- ✓ راشدی اشرفی، علیرضا، (۱۳۹۳)، مجموعه اطلاعات مورد نیاز در بازرگانی، خارجی، نشرقانون، چاپ سوم.
- ✓ رحمانی، علی، عارف منش، زهره، (۱۴۰۱)، اندازه گیری سرمایه فکری و رابطه آن با هزینه حقوق صاحبان سهام، پژوهش های تجربی حسابداری، دوره ۲، شماره ۶، صص ۱-۱۷.
- ✓ رضایی، فرزین، همتی، حسن، کارگرشاملو، بهرام، (۱۳۹۹)، سرمایه فکری و عملکرد مبتنی بر ارزش و سرمایه فکری، فصلنامه تحقیقات حسابداری، سال دوم، شماره ۷، صص ۵۲-۷۱.
- ✓ زرآبادی پور، سارا، زرگریپور، حمید، زحمت کش، حامد، (۱۳۹۴)، مرور روش ها و توسعه سیستم مدیریت دانش برپایه وب، مقاله ارائه شده در دومین کنفرانس بین المللی مدیریت ایران.
- ✓ Clarke, M., Seng, D. and Whiting, R.H.(2021). "Intellectual Capital and Firm Performance in Australia.", Department of Accountancy and Business Law, University of Otago, PO Box 56, Dunedin New Zealand.
- ✓ Huang, C. and Wang M.C.(2018). "The Effects of Economic Value Added and Intellectual Capital on the Market Value of Firms: An Empirical Study." International Journal of Management Vol. 25 No. 4, pp.722-731.
- ✓ Johannessen, Jon-Arild & Olsen, Bjorn & Olaisen, Johan(2015). Intellectual capital as a holistic management philosophy: Atheoretical perspective. International Journal of Information Management, No.25. pp.151-171.
- ✓ Kannan, G. and Aulbur, W.G.(2014), "Intellectual capital : measurement effectiveness", Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 3, pp. 389-413.
- ✓ Kianto Aino(2017), What do we really mean by the dynamic dimension of intellectual capital, Int. J. Learning and Intellectual Capital, Vol. 4, No. 4, pp.342-356.
- ✓ Maditinos, D., Chatzoudes, D., Tsairidis, Ch. and Theriou, G. (2021). "The impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance.", Journal of Intellectual Capital, Vol. 12, No. 1, pp. 132-151.
- ✓ McGill, Terrene P.(2016) Harnessing Intellectual Capital: A Study of Organizational Knowledge Transfer. Ph.D. Dissertation, Touro University.

- ✓ Nazari, J.A. (2020). "An Investigation of the Relationship between the Intellectual Capital Components and Firm's Financial Performance.", Doctoral dissertation, University of Calgary, Canada.
- ✓ Ortega M (2020) Competitive strategies and competitive advantage in firm performance: Technological capabilities moderating roles, University of Castilla La Mancha, Spain, Journal of Business Research.63.pp.
- ✓ Ramirez, Yolanda & etal.(2017). Intellectual Capital in Spanish University. Journal of Intellectual Capital, No.4. pp.732-748.
- ✓ Soler, Luis Enrique Valladares & Oro Celestino, Diego Jesus Cuello(2017). Evaluating the scope of IC in firms value. Journal of Intellectual Capital, No.3. pp.470-493.

