

## سرمایه فکری و مدیریت این سرمایه‌ها در سازمان (برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد)

پرستو سلطانی<sup>۱</sup>

کارشناسی ارشد آموزش و بهسازی منابع انسانی دانشگاه شهید چمران اهواز

نویسنده مسئول:

پرستو سلطانی

### چکیده:

در هزاره‌ی سوم میلادی، بقاء و رشد تمامی سازمان‌های آموزشی، تجاری و صنعتی، ملازم با بهره‌گیری بهینه از سرمایه‌های انسانی<sup>۱</sup>، فکری و اطلاعاتی گشته است. انفجار دانش و ظهور عصر اطلاعات تأثیر زیادی بر فرهنگ جوامع و جهت‌دهی آن داشته و تأکید بر دانایی بیش از هر زمان دیگر، جنبه حیاتی به خود گرفته است؛ به طوری که در برنامه‌های چهارم بنابرین، و پنجم توسعه‌ی کشور ما نیز، عنصر دانایی به عنوان رکن اصلی توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی معرفی شده است. مدیریت این عامل کلیدی به یکی از دغدغه‌های مدیران سازمان‌ها و صاحبان شرکت‌ها تبدیل شده است. همچنین بقا و حیات سازمان‌ها در جامعه دانش‌مدار کنونی مستلزم دانش‌آفرینی در تمام فرایندهای سازمانی است و سازمان‌ها باید نقش پیشگامانه‌ای را در این زمینه ایفا کنند. پژوهش مروری حاضر با بررسی ادبیات نظری در زمینه سرمایه فکری سازمان و با کنکاشی منظم ابتدا به تعریف مفهوم سرمایه فکری پرداخت. در ادامه ویژگی‌ها و عناصر سرمایه فکری سازمان شامل: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای عنوان گردید. همچنین در ادامه به بررسی مفاهیمی در ارتباط با سرمایه‌های انسانی از جمله اقتصاد دانش‌بنیان و مدیریت دانش در سازمان پرداخته شد. توجه به اهمیت سرمایه‌های فکری به عنوان مهمترین عامل در تحقق اهداف سازمان، محققین به تشریح ارتباط اهداف سازمان و مراحل و گام‌های مدیریت سرمایه‌های فکری پرداختند. در پایان نتایج تعدادی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه سرمایه فکری ارائه گردیده است.

**واژگان کلیدی:** سرمایه فکری، عناصر سرمایه فکری، مدیریت دانش

**مقدمه**

محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، نیازمند رویکردی است که دارایی های ناملموس جدید سازمانی مثل دانش و شایستگی های منابع انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، نظام ها، ساختار سازمانی و غیره را در بر می گیرد. در این میان، نظریه سرمایه فکری توجه روز افزون محققان دانشگاهی و دست اندرکاران سازمانی را به خود جلب کرده است. در قرن بیستم شاهد تغییراتی انقلابی در فرایند خلق ارزش توسط سازمان ها بوده ایم. گسترش فناوری های قدرتمند، سیستم های ارتباطی سریع، دسترسی سریع به اینترنت و جهانی سازی، برخی از تغییراتی است که حاضران در این قرن در صورتی که خواهان بهبود در کیفیت زندگی می باشند باید آن ها را به کار ببندند (آرناس، ۲۰۰۸). قرن حاضر قرن اقتصاد دانش محور است. قبل از اقتصاد دانش محور، اقتصاد صنعتی حاکم بوده است. در اقتصاد صنعتی عوامل تولید ثروت اقتصادی، دارایی های فیزیکی بوده است. در این اقتصاد استفاده از دانش به عنوان عامل تولید نقش کمی داشته است. اما در اقتصاد دانش محور، دانش یا سرمایه فکری به عنوان عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی های مشهود و فیزیکی برتری بیشتری پیدا می کند (بنیتس، ۱۹۹۶). در این اقتصاد دارایی های فکری و به ویژه سرمایه های انسانی جزء مهم ترین دارایی های سازمانی به شمار می روند و موفقیت بالقوه سازمان ها در توان فکری آن ها ریشه دارد تا دارایی های مشهود (بنیتس و همکاران، ۲۰۰۰).

مدیریت سرمایه فکری سازمان یکی از مباحث مهمی است که در حوزه علم مدیریت مطرح شده است. این شیوه نوین مدیریتی به سرعت مورد استقبال متخصصان مدیریت قرار گرفت و تلاش گسترده به منظور بهره برداری از توان بالقوه دانش افراد در بهره وری سازمانی به انجام رسید (اسفرانسکی، ۲۰۱۷<sup>۱</sup>). از این رو، جهت موفقیت سازمان و عملکرد بهتر آن در شناسایی و توجه به عوامل مؤثر در این زمینه موضوعی درخور توجه است. امروز بقا و حیات سازمان ها در جامعه دانش مدار کنونی مستلزم دانش آفرینی در تمام فرایندهای سازمانی است. سازمان ها باید نقش پیشگامانه ای را در این زمینه ایفا کنند (دایور و سیبل، ۲۰۱۷<sup>۲</sup>). همچنین در اقتصاد دانش بنیان امروز، دانش به عنوان عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی های نامشهود و فیزیکی از ارزش بیشتری برخوردار شده و به عنوان مهمترین سرمایه ای است که هر سازمان می تواند کسب نموده و آن را گسترش دهد. انفجار دانش و ظهور عصر اطلاعات تأثیر زیادی بر فرهنگ جوامع و جهت دهی آن داشته و تأکید بر دانایی بیش از هر زمان دیگر جنبه ی حیاتی به خود گرفته است (نعمتی، ۱۳۸۴). سرمایه فکری، موضوع جدیدی است که به لحاظ نظری در چند ساله اخیر در سطح جهانی مطرح شده است. اما از آن جا که منبعی پر ارزش برای کشورها و سازمان ها به حساب می آید، میزان رشد و توسعه ی آن به سرعت در حال تبدیل شدن به شاخصی در توسعه یافتگی کشورها است. از سوی دیگر این منبع نامشهود به عنوان یکی از ارزش افزاترین منابع شرکت ها و سرمایه ای کلیدی در رشد کار آفرینی مطرح شده است (مجتهد زاده، ۱۳۸۲). شواهد بسیاری نشان می دهد که در محیط رقابتی مدرن، عوامل ایجاد کننده ی ارزش بیشتر، در سرمایه فکری سازمان نهفته است تا سرمایه های مالی و فیزیکی. سرمایه فکری شامل آن بخش از کل سرمایه یا دارایی سازمان است که مبتنی بر دانش بوده و سازمان، دارنده و مالک آن به شمار می آید. با این تعریف، سرمایه فکری هم می تواند شامل خود دانش که به مالکیت فکری و یا دارائی فکری یک شرکت تبدیل شده و هم نتیجه نهایی فرآیند انتقال آن می باشد (انوری و رستمی، ۱۳۸۲).

در زمینه اهمیت این پژوهش می توان عنوان کرد که امروزه سرمایه ی فکری در سازمان ها، به دست آوردن اطلاعات بالارزش و راهنمایی های مفید و عملی برای مدیران و مسئولان می باشد و به تصمیم گیری های آن ها جهت بهبود میزان سرمایه ی فکری و بهبود جایگاهش در جامعه کمک می نماید. از این رو سازمان ها، برای کاهش شکاف توسعه خود با شرکت های پیشرفته ی داخلی و خارجی، به توسعه ی سرمایه های فکری خود بپردازد. از سوی دیگر، سند چشم انداز ۲۰ ساله ی کشور، اهداف و راهبردهای بلندمدت کشور را برای توسعه به نمایش می گذارد. فصل ۳ این سند به طور ضمنی راهبرد اصلی توسعه ی کشور را توسعه ی دانش بنیان قرار داده است به طوری که ایران باید در سال ۱۴۰۴ به یک اقتصاد دانش بنیان تبدیل شود.

با توجه به مطالب گفته شده، هدف پژوهش حاضر بررسی مفهوم سرمایه فکری و شناسایی ویژگی ها و عناصر سرمایه فکری و ابعاد سرمایه فکری است. همچنین در قسمت بعد با توجه به اهمیت سرمایه های فکری و تحقق اهداف سازمان به چگونگی مدیریت سرمایه های فکری پرداخته شده است.

## تعاریف سرمایه فکری

سرمایه فکری از نگاه مدیریتی، مجموع سرمایه انسانی و ساختاری نظیر دانش، تجربه کاربردی، فن آوری سازمانی، روابط و مهارت‌های تخصصی است که با خلق مزیت رقابتی، حیات سازمان در بازار را به ارمغان می‌آورند. برای درک بیشتر مفهوم سرمایه فکری، تعاریف مختلفی در مورد آن گفته شده است که در ادامه به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

"استوارت" اعتقاد دارد، سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. درواقع سرمایه فکری تمامی کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آن را برای ایجاد ارزش افزوده دربرمی‌گیرد و باعث منافع رقابتی مستمر می‌شود. سرمایه فکری مجموع تمام دارایی‌های دانشی شرکت در نظر گرفته می‌شود که شرکت‌ها برای دستیابی به مزیت رقابتی از آن‌ها استفاده می‌کنند. (دلگادو و همکاران، ۲۰۱۶) نگاهی مختصر بر تعاریف سرمایه‌ی فکری نشان‌دهنده‌ی این است که پژوهشگران هنوز بر سر یک تعریف واحد از آن توافق نظر ندارند باین‌حال از جهات بسیاری شباهت‌هایی بین تعاریف مشاهده می‌شود. اغلب صاحب‌نظران اظهار می‌دارند سرمایه‌ی فکری یک دارایی غیر پولی بدون ظاهر فیزیکی اما دارای ارزش است و می‌تواند منافع یا عوایدی را در آینده تولید نماید. به‌طور مثال پژوهشگران در حوزه‌هایی به‌غیراز حسابداری، سرمایه‌ی فکری را به‌عنوان «اختلاف بین ارزش بازاری و ارزش دفتری آن شرکت» تعریف می‌کنند (ادونیسون و مالون، ۱۹۹۷؛ استوارت ۱۹۹۷؛ سویای، ۱۹۹۷؛ موریستن و همکاران، ۲۰۰۱؛ نقل از چونگ، ۲۰۰۸: ۴). جدول ۱، اصطلاحاتی را که مورد استفاده پژوهشگران مختلف می‌باشد در بر گرفته است که شامل مواردی همچون دارایی‌های نامشهود، نامشهود است، سرمایه‌ی فکری، مالکیت فکری و ارزش‌های غیرمادی می‌شود که کمابیش معانی یکسانی دارند و اختلاف بین آن‌ها ناشی از تفاوت در نحوه‌ی استفاده از آن‌ها یا تفاوت در فرهنگ جامعه می‌باشد که اختلافاتی جزئی به‌حساب می‌آیند و می‌توانند به‌عنوان مترادف در نظر گرفته شوند.

## ویژگی‌ها و عناصر سرمایه فکری

### ۱. سرمایه‌های انسانی

سرمایه‌های انسانی<sup>۲</sup>. تحت عنوان دانش فردی، مهارت‌ها، توانایی‌ها و تجارب موجود در کارکنان یک سازمان برای خلق ارزش و حل کردن مسائل کسب‌وکار تعریف شده است (نورما<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). بیشتر نظریه‌پردازان که سرمایه‌ی انسانی را هدف تحقیق خود قرار داده‌اند آن را در سطح فردی در نظر گرفته و به‌نوعی آن را ترکیبی از دانش، مهارت، هوش و استعداد افراد دیده‌اند. سرمایه‌ی انسانی، پایه‌ی سرمایه فکری و عنصر اساسی در اجرای وظایف آن محسوب می‌شود که شامل دانش، مهارت و توانایی کارکنان در حل مشکلات سازمان است (چن و همکاران؛ به نقل از حسینی، ۱۳۸۹). سرمایه انسانی نشان‌دهنده موجودی دانش فراگرفته شده افراد یک سازمان است. این سرمایه از طریق شایستگی، نگرش، چالاکی فکری افراد، مهارت‌ها و توانایی حل مسئله، ایجاد می‌شود و همچنین منبعی مهم برای نوآوری و بازآفرینی در یک شرکت محسوب می‌شود (آنجر<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۱). دانپورت (۱۹۹۹) بیان می‌کند که کارکنان دارای توانایی‌ها و انرژی فردی زیادی هستند و همین عوامل هستند که برای سازمان ارزش خلق می‌کند. البته باید توجه داشت که کارفرمایان و یا مدیران سازمان مالک این سرمایه نیستند و این خود کارکنان هستند که تصمیم می‌گیرند که چگونه و در چه زمانی با آن‌ها همکاری کنند. سرمایه‌ی انسانی درواقع تجسم کارکنان همچون مجموعه‌ای از مهارت‌هاست که می‌تواند برای ایجاد ارزش در اختیار کارفرمایان قرار گیرد. بازده سرمایه‌گذاری بر روی سرمایه‌های انسانی برای کارفرمایان شامل بهبود عملکرد، بهره‌وری، انعطاف‌پذیری و ارتقای ظرفیت نوآوری و خلاقیت در سازمان می‌باشد که باید از طریق گسترش مهارت‌ها و

1. Delgado-Verde et al

2. Human capital

3. Norma

4. Unger

افزایش سطح دانش و کفایت کارکنان حاصل گردد (جعفرنژاد و قاسمی، ۱۳۸۷: ۳). در مجموع می‌توان گفت سرمایه‌ی انسانی، اساس سرمایه‌ی فکری را تشکیل می‌دهد و یک جزء اصلی اولیه برای اجرای فعالیت‌های سرمایه‌ی فکری به حساب می‌آید. سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی نوآوری به سرمایه‌ی انسانی وابسته هستند؛ به عبارت دیگر، از یک طرف، می‌تواند دانش را از طریق تبدیل به سه سرمایه‌ی دیگر به ارزش بازار تبدیل نماید و از طرف دیگر، سرمایه‌ی انسانی، شکل‌های عملیاتی سه سرمایه‌ی دیگر را تعیین می‌کند (اسکندری، ۱۳۹۴).

## ۲. سرمایه‌ی ساختاری

سرمایه‌ی ساختاری<sup>۱</sup> اشاره به ساختارها و فرآیندهای موجود در درون یک سازمان دارد که کارکنان از آن‌ها استفاده کرده و از این طریق دانش و مهارت‌هایشان را بکار می‌گیرند (ورگوان و همکاران ۲۰۰۵، نقل در عالم تبریز، رجبی فرد و بابا علی، ۱۳۸۸). این سرمایه شامل مکانیزم‌ها و ساختارهایی است که نقش اصلی آن در حمایت از کارکنان برای رسیدن به عملکرد بهینه‌ی فکری و از سویی عملکرد بهینه در کسب و کار می‌باشد. در حقیقت این سرمایه، شامل تمامی مخازن دانشی غیرانسانی در یک سازمان مانند پایگاه داده‌ها، فرآیندها، استراتژی‌ها و چارت‌های سازمانی است که به سازمان ارزشی فراتر از دارایی‌های فیزیکی می‌بخشد. ادوینسون و مالون در سال ۱۹۹۷ سرمایه‌ی ساختاری را به عنوان عاملی که هم باعث حمایت و بالا رفتن بهره‌وری کارکنان گردیده و هم در زمان ترک خدمت در شرکت باقی می‌ماند تعریف کرده‌اند. برخلاف سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری کاملاً تحت مالکیت شرکت است و می‌توان از آن برای دستیابی به اهداف تجاری شرکت سود برد. سرمایه ساختاری، شامل تمام ذخایر غیرانسانی دانش است که در یک سازمان به سرمایه‌ی انسانی در انجام کارها کمک می‌کند و برخلاف سرمایه‌ی انسانی در تملک سازمان است و زمانی که کارکنان، سازمان را ترک می‌کنند در سازمان باقی می‌مانند و شامل سخت‌افزار، نرم‌افزار، پایگاه داده‌ها، ساختار سازمانی، حقوق انحصاری سازمان، علائم تجاری و تمام توانایی‌های سازمان است که پشتیبان بهره‌وری کارکنان می‌باشد (رحمانی و عارف منشی، ۱۳۹۱: ۳). سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی انسانی در تعامل با یکدیگر به سازمان‌ها کمک می‌کنند که به‌طور هماهنگ سرمایه‌ی مشتریان را شکل و توسعه داده و به کارگیرند.

در اهمیت سرمایه‌ی ساختاری می‌توان اذعان داشت که حتی اگر یک سازمان سرمایه‌ی انسانی نیرومندی داشته باشد بدون یک سرمایه‌ی ساختاری کارآمد به یک موقعیت پایدار در کسب و کارش نخواهد رسید. به همین خاطر می‌توان گفت که یک شرکت بدون متدلوژی‌های انتقال دانش، فرآیندها و سیستم‌ها چیزی به جزء دانش فردی کارکنان که به هیچ عنوان قابل جایگزینی بادانش سازمانی نیستند ندارد. از سوی دیگر موفق شدن در برقراری ارتباطات با خارج از سازمان بدون ساختارهای حمایتی مورد نیاز آن بسیار مشکل است فرهنگ را بایستی از مهمترین اجزای سرمایه‌ی ساختاری دانست به گونه‌ای که از این شاخص به صورت برجسته‌ای در اکثر مدل‌های اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری یاد شده است.

## ۳. سرمایه‌ی اجتماعی (رابطه‌ای) - مشتری

در نحوه‌ی نگرش تئوری‌های موجود در رابطه با سرمایه‌ی اجتماعی<sup>۲</sup> تفاوت وجود دارد. سرمایه‌ی اجتماعی جزئی اساسی از سرمایه‌ی فکری محسوب شده و عبارت است از ارزش جاسازی شده و موجود در کانال‌های بازاریابی و ارتباطاتی که از آن طریق شرکت‌ها کسب و کارشان را هدایت می‌کنند. این سرمایه در مقایسه با سرمایه‌ی انسانی و ساختاری در تحقق ارزش‌های شرکت اثر مستقیم‌تری داشته و عاملی بسیار حیاتی محسوب می‌شود (چن، ۲۰۰۴). روس و همکاران سرمایه‌ی رابطه‌ای را عبارت از ارتباط مابین سازمان و سهام‌داران خارجی و همین‌طور داشتن ارتباط حسنه با تأمین‌کنندگان می‌داند (مار ۲۰۰۵، ۴). سرمایه‌ی رابطه‌ای که به آن سرمایه‌ی مشتری هم گفته می‌شود شامل دانش موجود در همه‌ی

1. Structure Capital

2. Vergauwen

3. Relational or Customer Capital

4. Marr

روابطی است که سازمان با مشتریان، رقبا، سهامداران، انجمن‌های تجاری و یا دولت برقرار می‌کند (اندرسون، ۲۰۰۵؛ به نقل از اسکندری، ۱۳۹۴: ۴).

به‌طور کلی، سرمایه‌ی رابطه‌ای برای یک سازمان اهمیت دارد؛ زیرا با ارتباط دهی سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی ساختاری با سایر ذی‌نفعان خارجی مانند یک عنصر افزایش‌دهنده‌ی ارزش‌آفرینی برای سازمان عمل می‌کند (شفیعا و همکاران، ۱۳۸۸: ۹). رشد سرمایه‌ی رابطه‌ای به حمایت از سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی ساختاری بستگی دارد. به‌طور کلی سرمایه‌ی رابطه‌ای به‌عنوان یک پل و واسطه در فرآیند سرمایه‌ی فکری عمل می‌کند و عامل تعیین‌کننده‌ی مهمی در تبدیل سرمایه‌ی فکری به ارزش و در نتیجه عملکرد کسب‌وکار سازمان است (چن و زو، ۲۰۰۴؛ نقل از قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۵: ۶-۵). تمایز برقرار شده میان سرمایه‌ی رابطه‌ای و سرمایه‌ی ساختاری و انسانی به سبب تأثیری است که سرمایه‌ی رابطه‌ای بر ارزش سازمانی می‌گذارد (خاوندکار و خاوندکار و متقی، ۱۳۸۸: ۵۲-۵۰).

### عصر اقتصاد دانش‌بنیان

اقتصاددانان، جهان را به سه عصر مجزا طبقه‌بندی کرده‌اند: عصر کشاورزی، عصر صنعتی و عصر اطلاعات. مشخصه عصر اطلاعات، جذب و انتشار سریع تکنولوژی‌های کامپیوتری، ارتباطی و اطلاعاتی است که اثرات برجسته‌ای بر روش‌های کسب‌وکار و شیوه زندگی مردم داشته است. پیامدهای جهانی شدن و تغییرات ایجاد شده، حجم عظیمی از داده و اطلاعات خام را به وجود آورده است. چالش اخیر، رشد مداوم توانمندی‌ها برای تبدیل آن‌ها به اطلاعات و دانش مناسب و قابل استفاده جهت حل مسائل تجاری است (رادینگ، ۱۳۸۳). دانش به‌صورت یک ابزار سازمانی عمده برای کسب و حفظ مزیت رقابتی درآمده است. به‌طور سنتی اقتصاددانان، زمین و منابع طبیعی، کارگر و سرمایه را به‌عنوان اجزای مهم و ضروری سازمان‌های اقتصادی مورد تأکید قرار داده‌اند. با این وجود در عصر اطلاعات، دانش به‌اندازه‌ی سه جزء مذکور مهم است. از این رو، اصطلاح جدید اقتصاددانشی ظهور کرد. مفهوم اقتصاددانشی اغلب به‌طور اشتباه با عصر اطلاعات، مترادف فرض می‌شود (دایور و سیل<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). اداره‌ی دانش به‌صورت یکی از مهارت‌های اولیه و ضروری سازمان‌ها درآمده که سازمان‌ها برای بقا و کامیابی به آن محتاج هستند (الیوان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). مدیریت دانش، رویکرد کلیدی در حل مشکلات تجاری نظیر رقابت‌پذیری، کاهش سهم بازار، پارادوکس بهره‌وری، اطلاعات اضافی و نیاز برای خلاقیت در مواجهه با شرکت‌های متعدد است (الزوسکا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷). منطق نیاز به مدیریت دانش، بر پایه‌ی تغییرات عمده در محیط تجاری است. مدیریت دانش از تبدیل داده (مواد خام) به اطلاعات (کالاهای ساخته شده) و از مواد ساخته شده به دانش قابل تعقیب است (دراکر<sup>۴</sup>، ۱۹۹۳). در انتهای سال ۱۹۹۰، نویسندگان متعددی مانند بروکینگ (۱۹۹۶)، ادوینسون و مالون (۱۹۹۷)، استیوارت (۱۹۹۷) و اسویبی (۱۹۹۸) شروع به ارائه چارچوب‌هایی کردند که به ما در درک سرمایه‌های فکری و به همان اندازه در اجرای آسان‌تر مباحث مربوط به سرمایه فکری کمک می‌کرد. همه مطالعات صورت گرفته در رابطه با سرمایه فکری بر این نکته اذعان دارند که یک ساختار تک‌بعدی در این زمینه وجود نداشته و سرمایه فکری در سطوح مختلفی قرار می‌گیرد (فردی، درون سازمانی و برون سازمانی). در نتیجه سرمایه فکری تنها محدود به دانش در دسترس افراد نمی‌شود بلکه شامل دانش ذخیره شده در درون پایگاه داده‌های سازمانی، فرآیندهای کسب‌وکار و ارتباطات نیز می‌گردد (عالم تبریز، رجبی فرد و حاجی‌بابا علی، ۱۳۸۸). از این رو در ادامه به مفهوم مدیریت دانش در سازمان‌ها خواهیم پرداخت.

1. Diver & Sibyl

2. Oliván

3. Olszewska

4. Drucker

## مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در سازمان‌ها

از آغاز سال ۱۹۹۰، همه شرکت‌های جهان صحبت از مدیریت دانش می‌کردند. برنامه ریزان و مدرنیست‌های اخیر در تکنولوژی اطلاعات برای ظهور ناگهانی مدیریت دانش یک نقش مهمی ایفا کردند. ارتقای مدیریت دانش ابزارهای جدیدی را برای عملکرد بهتر تسهیم دانش فراهم کرد. در این راستا خیلی از سازمان‌ها میلیون‌ها دلار سرمایه‌گذاری کردند (سیوی، ۲۰۰۰، نقل در حیدری و همکاران، ۱۳۹۲). امروزه مدیریت دانش فقط با فشار اقتصادی ایجاد نمی‌شود بلکه جنبه مهم مدیریت دانش، رفتار اثربخش افراد است (اسفرانسکی، ۲۰۱۷). در مدیریت دانش امروز، تأکید بر فعالیت‌های عقلانی به جای بدنی و قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل مسائل است (سرچوان و اسپوزیتو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷). هدف مدیریت دانش، کمک به سازمان‌ها جهت ایجاد، تسهیم و استفاده دانش به صورت مؤثرتر است (الزوسکا، ۲۰۱۷). مدیریت دانش مؤثر باعث اشتباهات کمتر، کار کمتر، استقلال بیشتر در زمان و مکان، سؤالات کمتر، تصمیمات بهتر، دوباره کاری کمتر، روابط بهتر مشتری، خدمات بهتر و سودآوری بیشتر می‌شود (گوتسچالک<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). تعریف مدیریت دانش مشکل است و هیچ تعریفی مشخصی که به طور جهانی مورد توافق باشد وجود ندارد (الیوان، ۲۰۱۷). یک مشکل معمول در تعریف مدیریت دانش این است که تعریف دانش به اندازه‌ای وسیع است که تقریباً هر چیزی که اجازه درک مفاهیمی را بدهد که فرد برای کارکرد اثربخش در این جهان بدان نیاز دارد، می‌تواند مدیریت دانش نامیده شود. سختی ارائه تعریف مشخص از مدیریت دانش موجب شده تا صاحب نظران بر اساس تجارب خود و دیدگاه‌های مختلف، تعاریف گوناگونی را بیان کنند. در جدول ۲- چند تعریف از مدیریت دانش ارائه شده است.

جدول ۲: تعاریف مدیریت دانش (درویشی، ۱۳۹۳).

| نویسنده                                                                        | تعاریف مدیریت دانش                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| نوناکا و تاکوچی <sup>۱</sup> ، ۱۹۹۵                                            | مدیریت دانش به عنوان فرایند به کارگیری یک رویکرد نظام مند برای کسب، ساختاردهی، مدیریت و توزیع دانش در سرتاسر یک سازمان به منظور انجام سریع تر کارها، استفاده مجدد از بهترین رویه ها و کاهش دوباره کاری ها هست.                |
| استیوهالز <sup>۲</sup> (۲۰۰۱)، نقل در شریف زاده و بودلایی، ۱۳۸۷: ۲۰            | مدیریت دانش، فرایندی که سازمان ها به واسطه آن توانایی تبدیل داده به اطلاعات و اطلاعات و دانش را پیدا کرده و همچنین قادر خواهند بود تا دانش کسب شده را به گونه ای مؤثر در تصمیم های خود به کار گیرند.                          |
| کاسکی <sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، نقل در دالکیر ۱۹۶۲: ترجمه زرگرپور و همکاران، ۱۳۹۲   | مدیریت دانش، شامل به کارگیری دارایی های فکری باهدف بهبود عملکرد سازمان می باشد.                                                                                                                                               |
| اسپکینز <sup>۴</sup> (۲۰۰۳)، نقل در ابراهیمیان جلودار، ابراهیمیان جلودار، ۱۳۹۱ | مدیریت دانش فرایندی است که به سازمان یاری می دهد تا اطلاعات مهم را بیابند و گزینش، سازمان دهی و منتشر کنند؛ مدیریت دانش تخصصی است که برای فعالیت هایی چون حل مشکلات، آموختن پویا، برنامه ریزی راهبردی و تصمیم گیری ضروری است. |
| دالکیر (۲۰۰۵)                                                                  | مدیریت دانش مفهومی است که تحت آن، اطلاعات به دانش قابل اعمال تبدیل شده و به آسانی به صورت قابل استفاده در دسترس کاربران قرار می گیرد.                                                                                         |
| یهیا و گوه <sup>۵</sup> (۲۰۰۲)، نقل در ناوبیان تو و پوسپاساری (۲۰۱۲)           | مدیریت دانش، فرایند استفاده دانش به طوری که وسیله نائل شدن به نوآوری فرایند و تولید، تصمیم گیری اثربخش و کمک به سازمان در قبولی در مرکز تجارت می باشد.                                                                        |
| ویگ (۲۰۰۲) نقل در سلیمانی، ۱۳۹۱                                                | بر این اعتقاد است که مدیریت دانش یعنی ایجاد فرایندهای لازم برای شناسایی و جذب داده اطلاعات و دانش های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آن ها به تصمیم ها، سازمان و افراد.                                     |
| ارگازاکیس و همکاران، (۲۰۰۵) نقل در ربیعی و معالی، ۱۳۹۱                         | مدیریت دانش فرایند تولید ارزش از دارایی های ناملموس سازمان است و با این مسئله سروکار دارد که چطور به بهترین وجه دانش درونی در سازمان و دانش بیرونی را برای مشتریان سهام داران به کار بگیریم.                                  |
| گاندی و همکاران (۲۰۱۰)، نقل در نجف بیگی و همکاران، ۱۳۹۰                        | مدیرتی دانش، یک فرایند یکپارچه و سیستماتیک در سطح سازمان است که شامل فعالیت اکتساب، خلق، ذخیره، توزیع و به کارگیری دانش به وسیله افراد و گروه ها برای رسیدن به اهداف سازمانی می باشد.                                         |
| مهرعلی زاده و عبدی (۱۳۸۸)                                                      | مدیریت دانش در سازمان تلاشی است برای مدیریت کردن دانایی ها (مهارت، دانش و بینش) کارکنان مدیران و ذی نفعان درونی و بیرونی.                                                                                                     |

### مدیریت موفق سرمایه های فکری سازمان

ارتباط بسیار نزدیکی بین اهداف سازمان ها و سرمایه های فکری سازمان وجود دارد. سازمان ها همیشه در پی دستیابی به اهداف خود هستند. پیش تر گفته شد که سرمایه ی فکری مهمترین دارایی هر سازمان است. امروزه سازمان های موفق به سرمایه های فکری خود اهمیت می دهند.

1. Nonaka & Takeuchi
2. Hales
3. Kascki
4. Spikenze
5. Yahya & Goh

مدیران سازمان‌ها، از سرمایه‌های فکری خود به عنوان مهمترین عامل پیش‌ران اهداف سازمانی یاد می‌کنند و معتقدند که در عصر سازمان‌های نوین، تغییرات تکنولوژیک و جهانی‌شدن، این انسان‌ها و افکار آن‌هاست که می‌تواند مفید واقع شود و سازمان را به اهداف پیش‌بینی‌شده خود برساند؛ بنابراین به نظر می‌رسد که مدیریت سرمایه‌های فکری نیازی است که در جهان رقابتی امروز بیش‌ازپیش ملموس و مبدل به شاه‌کلید رشد، توسعه و بهره‌گیری بهینه سرمایه فکری گردیده است (کرد، کرد، مراد زاده و دژکام، ۱۳۹۳). مدیریت سرمایه فکری به سازمان اجازه خواهد داد که توانایی و شایستگی‌هایش را به منظور بهره‌برداری از آن‌ها طی زمان، شناسایی، حفظ و بازسازی کند (سازمان، ۲۰۰۶؛ نقل در میر کمالی و ظهور پرونده، ۱۳۸۷: ۸۶). مدیریت سرمایه فکری، نه تنها به دنبال آن است که موجودی و ذخیره‌ی دانایی سازمانی را تعریف و به شیوه‌ی مناسبی اندازه‌گیری کند، بلکه موضوع کنترل و هدایت جریان دانایی در سطوح متفاوت سازمان به منظور بهبود و ارتقای عملکرد را نیز پیگیری می‌کند (ارباب شیروانی و عباسی، ۱۳۸۶).

طبق نظرات روس و همکارانش (۲۰۰۳)، مدیریت سرمایه فکری شامل مراحل زیر است:

- الف) شناسایی سرمایه‌های فکری کلیدی که باعث تحقق عملکرد راهبردی سازمان می‌گردد؛
- ب) تجسم و به تصویر کشاندن مسیرها و تحولات خلق ارزش سرمایه‌های فکری در سازمان؛
- ج) اندازه‌گیری تحولات ناشی از سرمایه‌های فکری در عملکرد؛
- د) پرورش و خلق سرمایه‌های فکری کلیدی، با استفاده از فرآیندهای مدیریت دانش؛
- ه) گزارش دهی داخلی و خارجی عملکرد (نقل در مار، گری و نلی، ۲۰۰۳).

**گام اول** شناسایی منبع کلیدی سرمایه فکری در سازمان است. نقطه شروع این گام به طور سنتی، شناسایی استراتژی سازمان است که سازمان‌ها به واسطه آن منابع دانش محور خود را برای تحقق اهداف استراتژیک خود شناسایی می‌کنند. به هر حال لازم است مدیران، سرمایه‌های فکری که باعث خلق ارزش در یک سازمان می‌شود را شناسایی کنند. این منابع ممکن است شامل منابع انسانی (مهارت دانش فنی و شایستگی)، روابط با ذی‌نفعان (روابط مشتری، روابط با سهام‌داران و .....)، منابع سازمانی (سیستم‌ها، فرآیندها و فرهنگ سازمانی و فلسفه مدیریت) و برندها و مالکیت معنوی باشد.

در **گام دوم** شیوه‌ی یاری‌رساندن سرمایه‌های فکری به تحقق اهداف استراتژیک سازمان به تصویر کشیده می‌شود. نمایش تصویری روابط علی تحولات و دگرگونی‌ها و به صورت نقشه‌های استراتژیک برای اولین بار با نام نقشه‌های موفقیت توسط نلی و با الهام از ایده کاپلان و نورتون مطرح گردید. چنین نقشه‌هایی بیانگر منطق کسب‌وکار بوده و نشان می‌دهد که چگونه مسیرهای مفروض خلق ارزش منجر به تحقق اهداف استراتژیک سازمان و بالا بردن رضایت ذی‌نفعان کلیدی یک سازمان می‌شود.

**گام سوم** هنگامی آغاز می‌شود که سازمان‌ها مسیرهای خلق ارزش خود را به تصویر کشانده و می‌توانند شاخص‌های عملکردی خود را ایجاد و توسعه دهند. این شاخص‌ها به سازمان در درک این نکته که آیا در پیاده‌سازی استراتژی‌های خود موفق بوده‌اند یا خیر کمک می‌نماید.

**گام چهارم** مدیریت سرمایه فکری از بینشی که در نتیجه شناسایی، نقشه‌برداری و اندازه‌گیری دارایی‌های دانشی حاصل شده است بهره‌برداری می‌کند. در این مرحله مدیران درباره صحیح یا غلط بودن خلق و پرورش سرمایه‌های فکری موجود با استفاده از فرآیندهای مدیریت دانش و یا مفروضات خلق ارزش تصمیم می‌گیرند و در صورت اشتباه، به مراحل قبلی بازگشته و مجدداً محرک‌ها و عوامل کلیدی موفقیت را شناسایی می‌کنند.

**گام پنجم** 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 منافعی در شرکت دارند مفید خواهد بود (دستگیر و همکاران، ۱۳۹۳).

جدول ۱: تعاریف سرمایه‌ی فکری (نقل در اسکندری، ۱۳۹۳).

| تعریف                                                                                                                                                                                                                                                          | نویسنده                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| سرمایه‌ی فکری عبارت است از تفاوت بین ارزش بازار و ارزش دفتری سازمان.                                                                                                                                                                                           | گالبرایت (۱۹۶۹)            |
| دارایی‌های نامشهودی هستند که دامنه‌ی گسترده‌ای از فعالیت‌ها همچون فناوری، اعتماد مشتری، علائم تجاری، فرهنگ‌سازمانی و مهارت‌های مدیریتی را در برمی‌گیرند.                                                                                                       | ایتامی (۱۹۹۱)              |
| دارایی‌های ناملموس عبارت است محرک‌های ارزشی که بهره‌وری منابع را به دارایی‌های مبتنی بر ارزش‌افزوده تبدیل می‌کند.                                                                                                                                              | هال (۱۹۹۲)                 |
| سرمایه‌ی فکری عبارت است از کلیه‌ی عواملی که در یک شرکت تجاری علاوه بر سرمایه‌ی جاری و دارایی‌های مشهود وجود دارند. آن‌ها عواملی در پس دارایی‌های مشهود و سرمایه‌های جاری هستند که موجب کار تجاری شده و علت اصلی قدرتی هستند که شرکت کسب کرده است.              | اسمیت (۱۹۹۴)               |
| سرمایه‌ی فکری ترکیبی از دارایی‌های بازار، دارایی‌های انسانی، مالکیت فردی و دارایی‌های زیرساختی است.                                                                                                                                                            | بروکینگ (۱۹۹۷)             |
| سرمایه‌ی فکری را "اطلاعات و دانش به کاربرده شده برای کار کردن، جهت ایجاد ارزش" تعریف می‌کند.                                                                                                                                                                   | ادوینسون و مالون (۱۹۹۷)    |
| سرمایه‌های فکری، ارزش‌های غیرمادی هستند که دارای سه بعد ساختار داخلی، ساختار خارجی و توانایی‌های فردی می‌باشند.                                                                                                                                                | سویبای (۱۹۹۷)              |
| سرمایه‌ی فکری عبارت است از منابع و مواد فکری مانند دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه که می‌تواند به‌منظور ایجاد ارزش مورد استفاده قرار گیرد.                                                                                                               | استوارت (۱۹۹۸)             |
| سرمایه‌ی فکری عبارت است از دارایی‌هایی که به‌طور مستقیم یا خلاقیت، دانش و هویت فردی ارتباط دارد.                                                                                                                                                               | گرانستراند (۱۹۹۹)          |
| دانشی که می‌تواند به سود تبدیل شود.                                                                                                                                                                                                                            | هاریسون و سالیوان (۲۰۰۰)   |
| سرمایه‌ی فکری عبارت است از نشانه‌ها و شاخص‌های ارزش اقتصادی دو مقوله‌ی شرکت (سازمانی و سرمایه‌ی انسانی) دارایی‌های نامشهودی که در آینده می‌تواند به سود تبدیل شود اما نمی‌تواند جایگزین فیزیکی یا مالی باشد.                                                   | پتی و گوتری (۲۰۰۰)         |
| دارایی‌های ناملموس به‌وسیله‌ی محرک‌های ارزشی‌شان مانند تحقیق و توسعه، تبلیغات، فناوری اطلاعات، هزینه‌های سرمایه‌ای و کاربردهای منابع انسانی تعریف می‌شوند.                                                                                                     | لیو (۲۰۰۱)                 |
| سرمایه‌ی فکری، نشان‌دهنده‌ی سهم دانشی است که در سازمان در یک‌زمان مشخص وجود دارد.                                                                                                                                                                              | گو و لیو (۲۰۰۱)            |
| دارایی‌های نامشهود با مجموعه‌ای از ویژگی‌ها مشخص می‌شوند و می‌توانند به‌سرعت در منافع اقتصادی مفید باشند.                                                                                                                                                      | بونتیس و همکاران (۲۰۰۲)    |
| یک تعریف گسترده از سرمایه‌ی فکری بیان می‌کند که تفاوت بین ارزش تجاری شرکت و ارزش دفتری آن وجود دارد. سرمایه‌ی فکری، منابع دانش‌بنیانی هستند که در کسب مزایای رقابتی پایدار برای شرکت نقش دارند.                                                                | دام (۲۰۰۲)                 |
| سرمایه‌ی فکری ظرفیت فرا سطحی یا جامع شرکت برای هماهنگی، ساماندهی و به‌کاربرده این منابع دانش برای ایجاد ارزش در پیگیری چشم‌انداز آینده مدنظر قرار گیرد.                                                                                                        | پابلوس <sup>۱</sup> (۲۰۰۳) |
| سرمایه‌ی فکری شامل مواردی مانند کارکنان، مشتریان، فناوری اطلاعات، کار مدیریتی و دانش می‌باشد. سرمایه‌ی فکری نمی‌تواند کنار گذاشته شود چون صرفاً مکانیسمی را فراهم می‌کند که به دارایی‌های مختلف اجازه می‌دهد تا به همدیگر فرآیندهای تولیدی شرکت را ضمانت کنند. | راستوگی (۲۰۰۳)             |
| معتقد است که سرمایه فکری به مجموع دارایی‌های دانشی موجود در یک سازمان اطلاق می‌گردد که از طریق آن سازمان می‌تواند علاوه بر دستیابی به یک مزیت رقابتی، تداوم فعالیت خود را تضمین نماید.                                                                         | مارتیس و همکاران (۲۰۰۳)    |
| سرمایه‌ی فکری را مجموعه‌ای از دارایی‌های دانشی که متعلق به یک سازمان است تعریف می‌کنند که موجب افزایش ارزش سرمایه‌های سازمان می‌شود و وضعیت سازمان را در مقایسه با رقبای بهبود می‌بخشد.                                                                        | آندرسون (۲۰۰۴)             |
| سرمایه‌ی فکری شامل تمامی منابع دانش‌محوری است که برای سازمان ارزش تولید می‌کند، ولی در صورت‌های مالی وارد نمی‌شود.                                                                                                                                             | مر و اسچیوما (۲۰۰۴)        |
| سرمایه‌ی فکری مجموعه تمامی دانش شرکت که برای ایجاد مزیت رقابتی مورد استفاده قرار می‌گیرد.                                                                                                                                                                      | پابلوس (۲۰۰۴)              |
| قابلیت‌های اساسی از نامشهودها که به شرکت اجازه ایجاد و حفظ مزیت رقابتی را می‌دهد.                                                                                                                                                                              | سابرامانیام و یوندت (۲۰۰۵) |
|                                                                                                                                                                                                                                                                | رید و همکاران (۲۰۰۶)       |

<sup>۱</sup>.Pablos

| نویسنده                 | تعریف                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اتحادیه‌ی اروپا (۲۰۰۶)  | سرمایه‌ی فکری ترکیبی از منابع و فعالیت‌های نامشهود است که به یک سازمان اجازه می‌دهد به تغییر یک دسته از منابع مالی، مادی و انسانی در سیستمی بپردازد که قادر به خلق ارزش برای سهامداران است. |
| آلما (۲۰۰۸)             | مجموعه‌ای از منابع ناملموس و امکاناتی که سازمان مالک آن است یا به‌وسیله‌ی آن کنترل می‌شود.                                                                                                  |
| کابرینا و بونتیس (۲۰۰۸) | دارایی‌های دانشی که قابلیت تبدیل شدن به ارزش را دارد و ماهیت ایجاد و حمایت از ارتباط بین مجموعه‌های خبرگی، تجارب و قابلیت‌های درونی و بیرونی سازمان را دارد.                                |
| چنگ و همکاران (۲۰۰۸)    | نشان‌دهنده‌ی دارایی‌های نامشهود مرتبط با دانش که در سازمان جمع شده است.                                                                                                                     |
| هسو و فنگ (۲۰۰۹)        | جمع قابلیت‌های دانش، فرهنگ، راهبردها، فرایندها، مالکیت فکری و شبکه‌های ارتباطی سازمان که ایجاد ارزش یا مزیت رقابتی نموده و به سازمان در دستیابی به اهداف کمک می‌کند.                        |
| استنکامپ و هوکس (۲۰۱۱)  | سرمایه‌ی فکری شامل دانش افراد، خلاقیت، شهرت سازمان، ظرفیت‌های سازمانی، روابط با مشتریان، عرضه‌کنندگان، فناوری اطلاعاتی و غیره می‌باشد.                                                      |

حال با توجه به تعاریف ارائه شده از سرمایه فکری، می‌توان بیان کرد که سرمایه فکری یک دارایی غیر ملموس و غیر پولی اما دارای ارزش است و می‌تواند منافع و مزایایی را در آینده به همراه داشته باشد و به سازمان‌ها امکان ایجاد و حفظ مزیت رقابتی را می‌دهد. **مروری بر تحقیقات**

### انجام‌شده در داخل و خارج

در ارتباط با سرمایه‌های فکری تحقیقات بسیاری در داخل و خارج از کشور انجام‌شده است که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود.

#### الف) تحقیقات انجام‌شده در داخل کشور

در داخل کشور پژوهش‌هایی در رابطه با سرمایه‌ی فکری انجام‌شده است که در ادامه به‌اختصار به گزارش آن‌ها پرداخته می‌شود.

علوی و قریشی (۱۳۸۶) در مطالعه خود به ارائه‌ی الگوی اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری در سازمان‌های ایرانی پرداختند. در این مطالعه شاخص‌های مشتریان، فناوری اطلاعات، کارکنان مالی، تحقیق و توسعه، سلامت جامعه و سلامت محیط‌زیست به‌عنوان شاخص‌های بومی اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری در سازمان‌های ایرانی معرفی شد. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران که در بازه زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۵ پذیرفته‌شده است می‌باشد. نمونه انتخابی در این مطالعه ۳۰ شرکت می‌باشد.

مجتهد زاده و همکارانش (۱۳۸۹) به بررسی رابطه‌ی سرمایه‌های فکری و عملکرد صنعت بیمه پرداختند و سرمایه‌های انسانی، مشتری و ساختاری را به‌عنوان سرمایه‌های فکری سازمانی معرفی نمودند در نهایت بیان داشتند که بین سرمایه‌های انسانی و ساختاری و عملکرد صنعت بیمه همبستگی مثبتی وجود دارد. شایان ذکر است عملکرد صنعت بیمه در این مطالعه از دیدگاه کارکنان در این صنعت مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش کلیه کارکنان دفاتر مرکزی بیمه‌های موجود در شهر تهران تا سال ۱۳۸۹ می‌باشد.

مهرعلی زاده، شاهی، حسینی (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی که با هدف تدوین الگوی بومی شاخص‌های سرمایه‌های فکری و اندازه‌گیری آن‌ها در دانشگاه شهید چمران اهواز صورت گرفت اشاره کرد. آن‌ها در این پژوهش در چهار مرحله اقدام به بومی‌سازی شاخص‌های سرمایه‌ی فکری دانشگاه طی سال‌های ۸۷ - ۱۳۸۳ نمودند. این چهار مرحله به ترتیب عبارت‌اند از:

۱) مطالعه منابع علمی مرتبط با سرمایه‌ی فکری در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها به‌منظور شناسایی فهرست اولیه‌ای از شاخص‌ها؛ ۲) بهره‌گیری از نظرات کارشناسان دانشگاه به‌منظور شناسایی شاخص‌های متناسب با ساختار دانشگاه شهید چمران؛ ۳) انتخاب شاخص‌های همسو با اهداف دانشگاه؛ ۴) شناسایی شاخص‌های مهم‌تر با استفاده از پرسشنامه‌ی نظرخواهی از مسئولان در موقعیت‌های استراتژیک دانشگاه. در نهایت تعداد ۷۷ شاخص به‌عنوان شاخص‌های نهایی سرمایه فکری دانشگاه انتخاب شدند و از این تعداد، ۶۴ شاخص اندازه‌گیری شده و وضعیت رشد آن‌ها طی سال‌های ۸۷-۱۳۸۳ مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان دادند که وضعیت رشد ۷۱/۸۸ درصد از کل شاخص‌های سرمایه‌ی فکری مطابق با

اهداف دانشگاه بوده و ۲۸/۱۲ درصد مطابق با اهداف دانشگاه نبوده است. هم‌چنین یافته‌ها نشان داد سرمایه ساختاری دانشگاه از وضعیت بهتری نسبت به سرمایه‌ی انسانی و رابطه‌ای برخوردار است و این دو مؤلفه نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت بیشتری هستند.

شرفی، عباس‌پور مهرگان (۱۳۹۲)، مطالعه‌ای با هدف شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های سنجش سرمایه‌ی فکری در نظام آموزش عالی با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی انجام دادند. هدف آن‌ها از انجام تحقیق، معرفی عناصر سرمایه‌ی فکری و چگونگی سنجش آن در نظام آموزش عالی کشور به‌منظور ارائه راهبردی برای مدیریت بهتر این سرمایه‌ها، به‌عنوان یکی از ابزارهای ویژه در راستای سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران که در آن دانش و دانایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، بود. آن‌ها برای دستیابی به هدف فوق، شاخص‌ها و معیارهای سنجش سرمایه‌ی فکری را که توسط پژوهش‌گران مختلف معرفی شده بود، موردبررسی قرار دادند و بر اساس آن، شاخص‌هایی که بیشترین فراوانی و کاربرد را در این تحقیقات داشتند شناسایی کرده و به قضاوت بیست نفر از خبرگان و متخصصان دانشگاهی که حداقل دارای یک مقاله یا کار تحقیقاتی در رابطه با سرمایه‌ی فکری بودند، قرار دادند؛ و در نهایت با استفاده از تکنیک فرآیند سلسله‌مراتبی معیارهای سنجش سرمایه‌ی فکری را رتبه‌بندی نمودند.

نتایج و یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه‌ی فکری در نظام آموزش عالی مشتمل بر سه عنصر اصلی سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی رابطه‌ای می‌باشد که از بین سرمایه‌ی انسانی با وزن نسبی ۰/۷۱۰ دارای بیش‌ترین اولویت و سرمایه‌ی ساختاری با وزن نسبی ۰/۲۰۶ در اولویت دوم و سرمایه‌ی رابطه‌ای با ضریب وزنی ۰/۰۸۴ در اولویت سوم قرار داشتند و در نهایت این پژوهش‌گران بر مبنای یافته‌های تحقیق، مدل مناسب سنجش سرمایه‌ی فکری به همراه ابعاد و معیارهای مربوطه جهت نظام آموزش عالی ایران ارائه دادند.

هم‌چنین می‌توان به پژوهشی که اسکندری (۹۴) تحت عنوان بهینه‌گزینی و افشای شاخص‌های سرمایه‌ی فکری مرتبط با آموزش در شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون اهواز در سال صورت گرفت اشاره کرد. در این پژوهش میانگین وزنی مؤلفه‌های سرمایه‌ی فکری مرتبط با آموزش مشخص گردید که میانگین سرمایه‌ی انسانی نسبت به میانگین سرمایه‌ی ساختاری و رابطه‌ای رقم بالاتری را نشان داده است.

## ب) تحقیقات انجام‌شده در خارج کشور:

بوزبورا<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) پژوهشی با عنوان رابطه بین ابعاد سرمایه‌ی فکری بر ارزش دفتری و بازاری صنایع کشور ترکیه انجام داد نتایج این پژوهش نشان داد که هر دو سرمایه‌ی انسانی و رابطه‌ای بر ارزش دفتری شرکت‌ها دارای تأثیرات قوی و مثبت هستند و رابطه‌ای قوی میان سرمایه‌های رابطه‌ای و انسانی برقرار است.

ایزابل مارتینز و آنا مارتینز<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) از دانشگاه اقتصاد گلو مارگان انگلستان پژوهشی با عنوان اهمیت سرمایه‌ی فکری برای دوام سازمان انجام داده‌اند. این پژوهش این یافته را در برداشته است که در اقتصاد دانش‌محور کنونی دارایی‌ها دستخوش تغییرات ژرفی شده‌اند و اقتصاد مملو از دارایی‌های ناملموس است و مستلزم موفقیتی است که سازمان‌ها می‌توانند به آن دست یابند و دوام خود را تقویت نمایند. در سازمان‌ها، سرمایه‌های معنوی با سرمایه‌های فکری در ارتباط‌اند، عنصری که جزء دارایی‌های ناملموس به شمار می‌رود و خود شامل انواع سرمایه‌هاست. یعنی سرمایه‌ی ساختاری، اجتماعی و انسانی. از نظر اهمیت نقش دارایی‌های سازمانی، این پژوهش یک تحلیل انعکاسی و انتقادی از اهمیت سرمایه‌های فکری در عملکرد سازمانی و بازتاب آن در اجتماع ارائه می‌کند و به‌طور کلی نتیجه‌گیری می‌کند که سرمایه‌ی فکری به‌عنوان مهم‌ترین عنصر ارتقاء دهنده‌ی عملکرد و شاخص‌های اثربخشی سازمان است و در نهایت سرمایه‌ی فکری مهم‌ترین رمز بقای هر سازمان به شمار می‌رود.

1. Bozbura

2. martins

فلیپا لپزداس<sup>۱</sup> نیز (۲۰۱۰) در دانشگاه پرتقال پژوهشی با عنوان مدل نگرش سرمایه‌ی فکری در نگرش سرمایه انسانی انجام داده است. نتیجه این پژوهش این یافته را در بر دارد که مدیریت سرمایه‌ی انسانی همواره محققان دلسوز را به خود جلب کرده است. مدیران زمان زیادی را صرف یافتن بهترین راه تبدیل سرمایه‌ی انسانی به سرمایه‌های مالی کرده‌اند. در عصر دانش امروزی، شناختن و شناسایی بردارها و چارچوب‌های سرمایه‌های فکری مرتبط با فناوری‌های سازمانی لازم و ضروری است. در نگاهی کلی می‌توان گفت سرمایه‌های فکری که مجموع گسترده‌ای از سرمایه‌های انسانی را در بردارند، منابع انسانی را به‌طور خاص موردبررسی قرار می‌دهند و سازمان‌هایی که از مدیریت سرمایه فکری بهره‌مند هستند، در نگاه به سرمایه‌های انسانی و تبدیل بهینه‌ی آن به ابزاری جهت ارتقای سرمایه‌های مالی و اعتباری سازمان خود موفق‌تر عمل می‌کنند.

کارکوس و همکاران (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان سرمایه‌ی فکری در دانشگاه‌های دولتی اسپانیا: اطلاعات موردنیاز ذی‌نفعان؛ به بررسی مهم‌ترین عناصر سرمایه‌ی فکری در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی می‌پردازد؛ نتایج تحقیق این محققان عناصر سرمایه‌ی فکری را در سه بعد سرمایه‌ی انسانی، ساختاری و رابطه‌ای نشان می‌دهد. در این پژوهش، مهم‌ترین شاخص‌های سرمایه‌ی فکری شناسایی شده عبارت‌اند از:

سرمایه‌ی انسانی که شامل صلاحیت‌های علمی و حرفه‌ای، تحرک، بهره‌وری علمی، کیفیت تدریس؛ سرمایه‌ی ساختاری، شامل تلاش در جهت نوآوری و بهبود، مالکیت فکری، کیفیت مدیریت و سرمایه‌ی رابطه‌ای که شامل اشتغال پذیری دانش‌آموختگان، رضایت دانشجویان، تصویر دانشگاه و همکاری با دیگر دانشگاه‌ها

## نتیجه‌گیری

به نظر می‌رسد با توجه به سرعت افزایش رقابت‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، جوامع و سازمان‌ها مجبور می‌شوند تا در پی کسب و حفظ دارایی‌های پایدار خود در سازمان باشند و امروزه دریافتند که مزیت‌های رقابتی تکنولوژیک، بنیادی هستند و تنها مزیت‌های رقابتی پایدار، مبتنی بر سرمایه‌های فکری هستند. شناسایی این دارایی‌های دانشی، به مدیران سازمان‌ها کمک خواهد کرد که از وضعیت کنونی آن‌ها آگاهی یافته و با توجه به اهداف بلندمدت و راهبردهای در نظر گرفته‌شده برای سازمان، اقدامات لازم را جهت رفع نقص و کمبودهای آن به عمل بیاورند و بدین‌وسیله زمینه‌ی مساعدی را جهت بهره‌وری، بهبود موقعیت استراتژیک، افزایش تولید، نوآوری و تکنولوژی منحصر به فرد، ایجاد استاندارد و کاهش هزینه‌ها را فراهم نمایند.

همچنین امروزه جنبه‌ی نامشهود اقتصاد بر پایه‌ی سرمایه‌ی فکری بنیان نهاده شده و ماده‌ی نخستین و اصلی آن، دانش و اطلاعات است. سازمان‌ها برای مشارکت در بازارهای رقابتی، در هر شکل و نوع به اطلاعات و دانش برای بهبود عملکرد خود نیازمندند. در اقتصاد دانش‌محور، از سرمایه‌های فکری به‌منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و در دنیای امروز، موفقیت هر سازمان به توانایی مدیریت این دارایی‌ها بستگی دارد. امروزه شاهد رشد اهمیت سرمایه‌های فکری، به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای افزایش رقابت شرکت‌ها و سازمان‌ها هستیم. سازمان‌ها برای حداکثر کردن منابع خود و رسیدن به اهداف و استراتژی‌های سازمان باید بتوانند دارایی‌های نامشهود خود را شناسایی و اندازه‌گیری کنند. بنابراین، سازمان‌ها باید بتوانند این سرمایه‌های فکری را مدیریت کرده و تلاش خود را برای بهبود این دارایی‌ها انجام دهند.

## منابع:

- اسکندری، فاطمه (۱۳۹۴)، **بهبینه گزینی و افشای شاخص‌های سرمایه فکری مرتبط با آموزش در شرکت بهره‌بردار بهره**  
**برداری نفت و گاز مارون اهواز**. پایان‌نامه‌پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- انوری، رستمی. (۱۳۸۲) **ارزیابی مدل‌های و روش‌های سنجش و ارزش‌گذاری سرمایه‌های فکری شرکت‌ها، بررسی‌های حسابداری**  
و حسابرسی، سال دهم، شماره ۳۴، زمستان، ص ۵۱ تا ۷۵.
- جعفرنژاد، احمد؛ قاسمی، احمدرضا (۱۳۸۷). **ارائه مدل اکتساب فناوری با توجه به راهبرد سرمایه فکری (مطالعه موردی شرکت‌های**  
**مستقر در پارک علم و فناوری)**، **مجله مدیریت فناوری اطلاعات**، دوره ۱، دوره ۱، صص ۳۶-۱۹.
- حسینی، شهیده (۱۳۸۹). **تدوین الگوی بومی شاخص‌های سرمایه فکری و اندازه‌گیری‌اندازه‌گیری آن‌ها** آنها در دانشگاه شهید  
چمران اهواز طی برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴ تا ۱۳۸۷)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی
- خاوندکار، جلیل؛ خاوندکار، احسان؛ متقی، افشین (۱۳۹۲). **سرمایه فکری؛ مدیریت، توسعه و مدل‌های سنجش**، تهران: چاپ دوم.  
مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران
- درویشی، جواد (۱۳۹۳). **بررسی رابطه مؤلفه‌های مدیریت دانش با اثربخشی برنامه‌های آموزشی در دانشگاه شهید چمران**  
**اهواز**. پایان‌نامه‌پایان نامه کارشناسی ارشد گرایش مدیریت آموزشی. منتشر نشده: دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران.
- دستگیر، محسن؛ عرب صالحی، مهدی؛ امین جعفری، راضیه؛ اخلاقی، حسنعلی (۱۳۹۳) **تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت،**  
**پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۳۶ تا ۱۷.
- رادینگ، الن (۱۳۸۳). **مدیریت دانش**. ترجمه: لطیفی، محمدحسین، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت.
- رحمانی، علی و عارف منشعارف‌منش، زهره. (۱۳۹۱). **اندازه‌گیری سرمایه‌ی فکری و رابطه آن با هزینه حقوق صاحبان سهام**.  
**پژوهش‌های تجربی حسابداری**، سال دوم، شماره (۶)، صص ۱۷-۱۱.
- شرفی، محمد؛ عباس‌پور، عباس؛ و مهرگان، محمدرضا (۱۳۹۲). **شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌های سنجش سرمایه‌ی فکری در نظام**  
**آموزش عالی با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، فصل‌نامه اندازه‌گیری تربیتی**، شماره ۱۲، سال چهارم، صص ۱۳۳-  
۱۶۹.
- شفیعا، محمدعلی؛ سهرابی، بابک؛ رئیسی و انانی و فقیه میرزایی، سمیه (۱۳۸۸). **مدلی برای سنجش تحلیلی مؤلفه‌های مؤلفه‌های**  
**سرمایه‌ی فکری**. زنجان: اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه‌ی فکری، ۱۳۸۸.
- عالم تبریز، اکبر؛ حاجی‌باباجاجی بابا، علی؛ و رجبی فردرجبی فرد، ایمان (۱۳۸۸). **سرمایه فکری، اندازه‌گیری، افشاء، مدیریت**.  
**تهران: مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران**
- قلیچ لی، بهروز، مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). **نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (سازمان) مطالعه دو مورد شرکت**  
**خودروساز ایرانی)**، **فصلنامه دانش مدیریت**، شماره ۷۵، سال نوزدهم، صص ۱۴۷-۱۲۵.
- مجتهد زاده، ویدا (۱۳۸۲) **نقش حسابداری مدیریت در انعکاس سرمایه فکری**، حسابدار، سال هفدهم، اردیبهشت ۱۳۸۲،  
شماره ۱۵۲، صص ۷۲-۸۰.

صفایی مقدم، مسعود؛ علم، محمد رضا و صالحی عمران، ابراهیم (۱۳۹۱). **مبانی نظری و عملی پژوهش (کمی، مهرعلی زاده، یداله؛ کیفی، آمیخته) در علوم انسانی**، دانشگاه شهید چمران اهواز.

میر کمالی، محمد و ظهور پرونده، وجیهه (۱۳۸۷). تدوین الگویی برای اندازه‌گیری سرمایه فکری در دانشگاه‌های ایران (ایران) مطالعه موردی دانشگاه فردوسی). زنجان: **مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین‌المللیین المللی مدیریت سرمایه فکری**

نعمتی، محمدعلی (محمدعلی) (۱۳۸۴). مدیریت دانش و آموزش عالی: مفاهیم و رهیافت‌ها. تهران: **ماهنامه آموزش عالی**، فروردین ۱۳۸۴، شماره ۱۲، صص ۱۹-۱۴.

Arenas, T. (2008). Intellectual capital: object or process?, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9, NO. 1, pp. 77-85.

Bontis, N., Keow, W. C. C., and Richardson, S. (2000). Intellectual Capital and business, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1, NO. 1, PP. 85-100

Bontis, N. (1996). There's a price on your head: Managing intellectual capital strategically, *Business Quarterly*, Vol. 60, PP. 41-47.

Bozbura, F. T. (2004). «**Measurement and application of intellectual capital in Turkey**», *The Learning Organization*, Vol. 11 No. 4/5, PP. 357-367.

Delgado-Verde, M., Martín-de Castro, G. & Amores-Salvadó, J. (2016). «**Intellectual capital and radical innovation: Exploring the quadratic effects in technology-based manufacturing firms**», *Technovation*, 54: 35-47.

Diver, Sibyl. (2017). Negotiating Indigenous knowledge at the science policy-interface: Insights from the Xáxl'p Community Forest. *Environmental Science & Policy*, Volume 73, July 2017, Pages 1-11.

Gottschalk, P. (2005). **Strategic knowledge management technology**. Idea grope Publishing.

Lopes dos, Felipa, (2010). «**The model of Intellectual Capital Approach on the Human Capital vision**». [Dissertation Abstract Ed.D] open university of Portugal.

Marr, B. (2005) «**Defining intellectual capital: a three-dimensional approach**» *Management Decision* vo1.43No.9, pp. Oliván, J. B. (2017). Communication as an Element of Knowledge for the Company's Human Resources. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, Volume 237, 21 February 2017, Pages 1533-1536.

Marr, B. Gray, D. And Neely, A.). (2003). Why do firms measure their intellectual capital? **Journal of Intellectual Capital**. Vo1.4 No. 4 No.4, pp.441-464.

Martines, Isabelle, (2009). «**The importance of Intellectual Capital in Organization**», Dissertation Abstract PH.D] university of Glamorgan Business School, Pontypridd UK.

Olszewska, A. N. (2017). Research Issues Undertaken within Quality Management – Overview of Selected Literature and a Knowledge Map. **Procedia Engineering**, Volume 182, 2017, Pages 518-523.

Szafranski, M. (2017). Problem of Language Used to Describe Competences in the Management of Acceleration in the Creation of Knowledge Resources in Businesses. **Procedia Engineering**, Volume 182, 2017, Pages 679-686.

Unger, J. M; Rauch, A; Frese, M; Rosenbusch, N. (2011). "**Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review**", Journal of Business Venturing, Vol. 26, pp: 341-358.