



ارایه الگوی مفهومی سرمایه فکری از منظر نوآوری

عباس رشیدی^۱
بهاره بنی طالبی دهکردی^۲ ✉

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۴

چکیده

با توجه به گذر جوامع از عصر صنعت و اطلاعات، اهمیت موضوع سرمایه فکری در دنیای تجارت، به عنوان چهارمین عامل تولید، که در کنار زمین، نیروی کار و سرمایه مالی، محرک‌های خلق ارزش نامشهود را بهینه می‌نماید، بیشتر شده است. از اینرو توجه به موضوع سرمایه فکری و استفاده حداکثری از منابع انسانی در اختیار شرکت با توجه به رویکردهای نوآورانه شرکت‌ها ضروری می‌باشد. هدف این مقاله، تبیین مفاهیم نظری سرمایه فکری و نوآوری به همراه مدل‌های مفهومی مطرح در خصوص سرمایه فکری همچنین ارایه الگوی ساختاری سرمایه فکری با رویکرد ارتقای نوآوری از دیدگاه خبرگان از طریق رویکرد پدیدار شناسی برای اولین بار در ایران است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی و پارادایم آن از نوع تفسیری است که به منظور بهره‌گیری از تجارب افراد درگیر در این حوزه موضوعی، از روش پژوهش کیفی و رویکرد پدیدار شناسی در آن استفاده شده است. تحلیل‌های پژوهش نیز با استفاده از تکنیک ۷ مرحله‌ای کولایزی انجام شده است. نمونه پژوهش نیز شامل ۱۲ نفر از خبرگان حوزه سرمایه فکری در ایران است که از طریق تکنیک گلوله برفی انتخاب شده‌اند. با توجه به یافته‌های پژوهش، ۳۶ مقوله اصلی در قالب ۴ مضمون عمده، اجزای الگوی پیشنهادی سرمایه فکری در ایران را تشکیل می‌دهند که خصوصیات گروه، هنجارهای اجتماعی، تکنولوژی، سیستم‌های مالی، روابط با مشتری، روابط با رقبا، روابط شرکت با اجتماع، خلاقیت، رضایت کارکنان از شغل و توانایی‌های یادگیری کارکنان از جمله مهمترین مقوله‌های اصلی در الگوی پیشنهادی است و شرکت‌ها می‌توانند با در نظر گرفتن این مقوله‌ها، گام‌های موثری در جهت رونق پرداختن به سرمایه فکری با رویکرد نوآورانه بردارند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، عملکرد نوآورانه، رویکرد پدیدارشناسی.

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران- کارشناس ارشد معاونت مالی و اقتصادی شهرداری اصفهان (a_rashidi86@yahoo.com)

^۲ استادیار و عضو هیات علمی، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران (نویسنده مسئول، banitalebi57@yahoo.com)

۱- مقدمه

امروزه یکی از عوامل کلیدی بقا سازمان ها، ارتقاء عملکرد نوآورانه می باشد که در محیط اقتصادی پر رقابت کنونی، منجر به حفظ مزیت رقابتی و رشد و توسعه سازمانی همچنین برقراری ارتباطات اثربخش و پایدار با دینفعان می گردد (لی و همکاران ۲۰۱۹، فریرا و فرانکو ۲۰۱۷، وندرا و همکاران ۲۰۱۹) به گونه ای که منجر به خلق ارزش سازمان و کسب و کارها خواهد شد. برای تحقق عملکرد نوآورانه در سازمان ها، سرمایه فکری^۱، منبع ارزشمندی است که افشای آن جهت مطلع نمودن سرمایه گذاران در مورد تلاش های شرکت در محیط اقتصادی رقابت جهانی، اهمیت یافته است و از آن برای خلق و سنجش فرآیند نوآوری با ارزش استفاده می شود. در حقیقت، سرمایه فکری از مهمترین منابعی است که امروزه در مسیر افزایش شاخص های نوآورانه در اختیار شرکت ها قرار دارد (سنسیارلی و همکاران، ۲۰۱۸).

به اعتقاد تیلز و همکاران (۲۰۰۷) با نگاهی نوآورانه به عواملی همچون دانش، تنظیمات فناوری، روابطی که شهرت خوب را ایجاد می نمایند، علائم تجاری و نظام های اطلاعاتی که در تصمیم گیری مفید می باشند و سرمایه فکری را تشکیل می دهند (تیلز و همکاران، ۲۰۰۷). تاستان و همکاران (۲۰۱۵)، نیز نشان دادند که اجزای سرمایه فکری دارای خصوصیتی مبتنی بر واقعیت ها و تجارب سازمانی می باشند که به کمک تکنیک های نوآورانه می توان از آنها برای بهبود دانش، ارتقاء مهارت کارکنان و تمرکز بر خصوصیات نامشهود، استفاده کرد تا ارزش سهام شرکت از طریق گسترش دارایی ها با رویکرد نوآورانه افزایش یابد (علی و همکاران، ۲۰۲۰، ریندرمن و همکاران، ۲۰۱۵).

به علاوه، از نظر تاریخی نیز پژوهش ها نشان می دهد که اجزای سرمایه فکری در افزایش عملکرد نوآورانه شرکت ها نقش آفرین بوده اند (اسیایی و همکاران، ۲۰۲۰، اگستینی و نوسلا، ۲۰۱۷، چودهری و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به اینکه یافته های پژوهشگران نشان می دهد عملکرد نوآورانه هر سازمانی برای دستیابی به مزایای رقابتی مانند کیفیت خدمات، کیفیت مدیریت استراتژی، خلاقیت و موارد دیگر لازم و اساسی است (لی و همکاران، ۲۰۱۹،

فریرا و فرانکو، ۲۰۱۷) و بیشتر پژوهش های انجام شده تا کنون، بیانگر وجود ارتباط بین سرمایه فکری سازمان و عملکرد نوآورانه در صنایع مختلف (نوادو و همکاران، ۲۰۱۸) به ویژه در بخش های خدمات و تولید است (الوجنا و همکاران، ۲۰۱۸، اگوستینی و نوسلا، ۲۰۱۷)، از این رو، ایجاد همبستگی بین اجزای مختلف سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه در سازمان ها، به منظور خلق دانش جدید و درک بیشتر روابط بین آنها، ضروری است (ایسانزو، ۲۰۱۷).

بررسی ها نشان می دهد در دنیای رقابتی و پرتحول امروز، شناسایی عوامل موثر در پیاده سازی و اجرای الگوی سرمایه فکری منطبق با نیازهای خلاقانه و نوآورانه سازمانی، اولین گام مهم در دستیابی به اهداف توسعه سازمان ها است. با این وجود در این مسیر چالش هایی وجود دارد که باعث شده موسسات قادر به توسعه الگوی مناسب برای سرمایه فکری خود نباشند.

به اعتقاد بونسترا و ونیک (۱۹۹۸)، فرایندهای فناورانه و نوآورانه و غلبه بر سنت گرایی سازمانی، نیازمند ایجاد چارچوبی نظری برای فهم روابط بین راهبرد، فناوری و سازمان است. از این رو در نظریه های تغییر که بر مبنای فرایندهای یادگیری و تغییر روشمند ایجاد شده اند (والتون و همکاران، ۱۹۹۰، بچهارد، ۱۹۸۷، بیر، ۱۹۸۷)، تحقق نوآوری، هنگامی مورد توجه قرار می گیرد که همه اعضای سازمان، در شکل دهی موقعیت کاری خود نقش داشته باشند و بتوانند طی فرایند تغییر، فرایند یادگیری را تجربه کنند. به اعتقاد سوان و کلارک^۲ (۱۹۹۲)، فرایندهای شناختی و تصمیم سازی، در فرایند ایجاد خلاقیت و نوآوری، حائز اهمیت اند. پرسش عمده در این خصوص این است که پارادایم (الگو) حیات سازمانی چگونه فرایند تصمیم سازی در خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه را تحت تاثیر قرار می دهد (رویایی و همکاران، ۲۰۱۳). ویک و همکاران (۱۹۹۰) معتقدند افراد فناوری و سازمان را مطابق با ادراکات و چارچوب های استدلالی خود طراحی می کنند (لوریج و همکاران، ۱۹۹۰). از دیدگاه سوان و کلارک (۱۹۹۲)، وجود دانش فناورانه در سازمان، برای تصمیم گیری درباره خلاقیت و نوآوری های فناوری ضروری است و اگر اعضای سازمان، دانش کمی درباره مسائل

مدلهای اندازه‌گیری سرمایه فکری و مقایسه آنها، و سپس، سیر پژوهش‌های انجام گرفته در این حوزه می‌پردازد، در بخش سوم، به روش‌شناسی پژوهش پرداخته شده است. در بخش چهارم یافته‌های علمی پژوهش شامل الگوی مفهومی پیشنهادی سرمایه فکری از منظر نوآوری شرح داده شده و در بخش پنجم به نتیجه‌گیری و بحث پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

• نوآوری از منظر دانش

به دلیل تنوع موضوع نوآوری، تعاریف و مفهوم سازی‌های متعددی از آن وجود دارد. در حالی که افراد خاص به طور غریزی، فرآیند نوآوری را درک می‌کنند، محدود کردن این فعالیت به خودی خود دشوار است؛ زیرا شامل طیف گسترده‌ای از ایده‌ها و فعالیت‌ها است. بسیاری، نوآوری را به عنوان یک ایده، فعالیت یا محصول ملموس می‌دانند که در صنعت جدید باشد. در این زمینه، نوآوری سازمانی به عنوان اجرای یک مفهوم تولید شده در داخل برای یک محصول، دستگاه، سیستم، فرآیند، خط مشی، برنامه یا خدمات تعریف می‌شود که به نوعی برای کارکنان منحصر به فرد یا تازه است. علاوه بر این، از مفهوم نوآوری به عنوان یک نتیجه و یک فرآیند در حل چالش‌های مشتری نیز یاد می‌شود. همچنین ممکن است راه حلی باشد که توسط سازمان برای حل یک مسئله یا فرآیند ایجاد راه حلی اعمال می‌شود که هم برای شرکت و هم برای مشتریان ارزش می‌افزاید (هسو و وانگ، ۲۰۱۲). در این زمینه، بسیاری از مردم اغلب به نوآوری‌های تکنولوژیکی و سایر محصولات پیشرفته فکر می‌کنند، با این حال، پیشرفت‌های نوآوری ممکن است در بسیاری از زمینه‌ها کشف شود، زیرا نوآوری ممکن است در بخش‌ها و مشاغل مختلف مورد استفاده قرار گیرد. همچنین در زمینه نوآوری معمولا موارد خاصی وجود دارد که معمولا نادیده گرفته می‌شوند، مانند توسعه یک مدل مالی جدید، که اگر به درستی انجام شود، ممکن است به اندازه اختراع یک گوشی هوشمند جدید خلافاً باشد. (فریمن، ۱۹۸۷)

در هر صورت، هدف اصلی مدیریت نوآوری که شامل مدیریت ایده است، تولید بهترین مفاهیم بالقوه و مفید

سازمانی و فناورانه داشته باشند و با نوآوری‌ها مخالفت نمایند، مشکلاتی در سازمان ایجاد می‌شود.

بنابراین از آنجا که موفقیت در عرصه پرتکرار کنونی، نیازمند فعالیت‌های نوآورانه در سایه تفکری خلاق است. اگر خلاقیت نیروی انسانی در سازمان در حوزه سرمایه فکری شکوفا و نوآوری شکل گیرد، موفقیت قابل حصول و پیامدهای مثبتی به همراه خواهد داشت.

کشور ما نیز برای توسعه و تحقق اهداف در نظر گرفته شده در سند چشم انداز، نیازمند توجه به سرمایه‌های فکری و بکارگیری و هدایت آنها در جهت خلق عملکرد نوآورانه می‌باشد؛ کما اینکه در راستای همین سیاست، در سال‌های اخیر توجه به کسب و کارهای فناورانه و دانش بنیان، بعنوان یکی از بخش‌های اثر گذار در اقتصاد کشور، به شدت مورد توجه قرار گرفته است.

با این وجود، علارقم اینکه در مسیر خلق نوآوری در کشور، سرمایه فکری یکی از ارکان اساسی و ضروری توسعه دانش محور به شمار می‌آید، اما این حوزه تا کنون از وجود الگوهای جامع مبتنی بر فناوری و نوآوری محروم بوده و بررسی سیر پژوهش‌های انجام شده در این مسیر، نشانگر فقدان پژوهش در زمینه خلق الگوی سرمایه فکری با محوریت نوآوری است. از این رو نیاز است تا الگویی جامع با در نظر گرفتن رویکرد عملکرد نوآورانه در زمینه شناسایی عوامل و مقوله‌های اصلی سرمایه فکری از منظر دانش ارائه گردد تا از این طریق مشخص شود که در مسیر توسعه سازمانی، چه عواملی منطبق با رویکرد نوآورانه می‌توانند سرمایه فکری را تحت تاثیر قرار دهند.

با توجه به اهمیت موضوع و در راستای آشنایی با ادبیات پژوهشی مرتبط و نتایج پژوهش‌های پیشین در خصوص ارتباط اجزای سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه، در این پژوهش تلاش گردیده تا ضمن تبیین مفاهیم نظری سرمایه فکری و نوآوری و ارایه مدل‌های مفهومی ارایه شده در خصوص سرمایه فکری، مدل پیشنهادی مفهومی از منظر خبرگان در زمینه سرمایه فکری از منظر نوآوری ارائه گردد.

بخش‌های پژوهش حاضر عبارتند از: بخش دوم که به مروری بر تعاریف نوآوری و انواع آن، نظریه‌های نوآوری، تبیین مفهوم سرمایه فکری و انواع دسته‌بندی‌های موجود،

در مقایسه با انواع دیگر محبوب ترین است، اما لزوماً مربوط به محصول نیست، بلکه به کل زیست بوم اقتصادی مرتبط است. همچنین از آنجا که سعی می‌کند مشکلات مشتری را از طریق بهبود کلی محصول حل کند، به خدمات مشتری مربوط می‌شود (اسکافارتو و همکاران، ۲۰۱۶).

• نظریه‌های نوآوری

مفهوم نظام نوآوری، اولین بار، توسط فریمن در سال ۱۹۸۲ و با الهام از نظریات لاندوال بکار برده شده است. وی نظام نوآوری را شبکه‌ای از موسسات عمومی و خصوصی می‌داند که حاصل فعالیت‌ها و تعامل‌های آنان به خلق انتقال اصلاح و انتشار فناوری‌های جدید منجر می‌شود. وی مجموعه این عوامل را در ذیل مفهوم نظام ملی نوآوری مطرح کرده و سامان‌دهی این سیستم را به عنوان یکی از عوامل اصلی مؤثر در توسعه کشورها معرفی می‌نماید. در واقع فریمن، نوآوری را حاصل فرایندی غیر خطی می‌داند که شبکه درهم‌تنیده‌ای از عوامل، در شکل‌گیری آن ایفای نقش می‌نمایند. نظام‌های نوآوری، به عنوان مهمترین جریان در ادبیات رویکردهای تکاملی قرار می‌گیرند. مفهوم نظام‌های نوآوری، به‌عنوان یکی از زمینه‌های پژوهشی غالب در ادبیات مطالعات نوآوری^۳ از اواخر دهه ۱۹۸۰ با انتشار اولین مراجع مطرح گردید (فریمن، ۱۹۸۷، لاندوال، ۱۹۹۲، نلسون، ۱۹۹۳). این رویکرد برپایه نظریه اقتصاد تکاملی به تبیین شرایط محیطی و درونی لازم برای توسعه نوآوری با نگرشی سیستمی می‌پردازد. نظام‌های نوآوری در سطوح مختلف ملی، منطقه‌ای، فناورانه، بخشی، و اخیراً هم در سطوح بنگاهی و بین‌المللی برای مقاصد مختلف تحلیلی مورد استفاده قرار می‌گیرند (کارلسون، ۲۰۰۴، ۲۰۰۶). یکی از اولین مدل‌های موجود در دسته نظریه‌های تکاملی نوآوری، بلوک‌های توسعه است که در سال ۱۹۵۰ مطرح شده و بیان می‌دارد توالی از مکمل‌ها از طریق یک سری فشارهای ساختاری مانند عدم تعادل، ممکن است منجر به موقعیت تعادلی جدید شود (دهمن^۴، ۱۹۷۰، ۱۹۸۸).

از جامع‌ترین نظریه‌ها در حوزه خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه، نظریه نظام اجتماعی فنی است. مبنای

برای کسب و کار می‌باشد. هنگامی که مدیریت ایده اعمال می‌شود، تیم نوآوری با ایده‌های زیادی روبرو می‌شود. این تیم، تصمیمات مبتنی بر اطلاعات را ایجاد و به طور مؤثر انتخاب می‌کند که کدام ابتکارات و چه مفاهیمی دنبال شود. از این رو مدیریت ایده‌ها، ضمن به حداقل رساندن درگیری عاطفی، به شیوه‌ای سیستماتیک ارزش منطقی ایده‌ها را بهبود می‌بخشد (وندرا و همکاران، ۲۰۱۹).

نوآوری از دیدگاه استراتژیک دارای انواع مختلفی است، اولین مورد، نوآوری فرآیند است که مربوط به فعالیت‌های مرتبط با فروش و توسعه آنها است و به نحوه تولید و ارائه راه‌حل‌های تجاری توسط شرکت مربوط می‌شود. همچنین به نوآوری مولد سود که شامل دارایی‌های ارزشمند سازمان است، اشاره دارد. این نوآوری از قابلیت‌ها، تخصص و مهارت‌های نیروی کاری موسسه در بهینه‌سازی فرآیندهایی که منجر به توسعه محصول و خدمات می‌شود، استفاده می‌کند (تیلز و همکاران، ۲۰۰۷). نوآوری تحویل دومین نمونه نوآوری است که شامل سه جنبه پلت فرم، بازاریابی و تعامل با مشتری است و بر توزیع محصولات و خدمات به یک بازار خاص از طریق یک شبکه جدید متمرکز است و بهبود رضایت مصرف‌کننده را مد نظر دارد. در حوزه کسب و کارها، این نوآوری می‌تواند از طریق ارائه خط تولید به مشتریان و یا ارائه چندین گزینه برای عرضه سبد محصولات به بازار باشد. نمونه‌هایی از این نوآوری B2C، B2B و فروشگاه‌های outlet هستند (بوگدان و همکاران، ۲۰۱۷). نوآوری مالی، سومین نمونه نوآوری است که به دنبال افزایش مشتری و ارتقاء وفاداری مصرف‌کننده می‌باشد و تا حدود زیادی با چگونگی تولید پول، فرمت‌های جدید کسب‌وکار، روش‌های پرداخت برای کالاها و خدمات و نحوه عملکرد زنجیره تامین مرتبط است. در این زمینه، شرکت‌ها از روش‌های تجاری سازی مانند قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر استفاده کرده‌اند. نوآوری محصول نیز چهارمین نمونه نوآوری است که به اقلام تولید شده توسط سازمان همچنین خطوط تولید و خدمات آن به طور کلی مربوط می‌شود. این نوآوری برای گسترش، بهبود یا دفاع از وجود سهم بازار فعلی شرکت همچنین مقاوم نمودن روندهای آتی سهام در صنعت مورد نظر، استفاده شود. علیرغم اینکه

به سوی کار گروهی و انعطاف‌پذیری و خلاقیت و نوآوری با یادگیری اصول خود سازماندهی سوق می‌دهند.

نظام‌های اجتماعی- فناورانه^۱، یکی از مدل‌های این نظریه است که به تحلیل فرایند گذار نوآوری‌های مختلف در سطح کلان مانند بخش حمل و نقل، می‌پردازد (مارک و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۸). بر اساس این نظریه، گذار نوآوری در قالب سه سطح رژیم‌های اجتماعی-فناورانه^{۱۲}، سطح گوشه^{۱۳} و دورنما^{۱۴} قابل تعریف است (جیلز^{۱۵}، ۲۰۰۲، ۲۰۰۴، ریپ و همکاران^{۱۶}، ۱۹۹۸، اسمیت^{۱۷}، ۲۰۰۳). فرایند گذار در این رویکرد، در اثر پویایی ایجاد شده در تعامل سطوح مختلف، به وقوع می‌پیوندد.

نظریه‌های شبه تکاملی^{۱۸} از دیگر نظریه‌های مطرح در حوزه نوآوری است که بر اساس آن، مهمترین مشکلات ساختاری، از نظام‌های اجتماعی ناشی می‌گردد که توسط نیروهای بازار قابل توجیه نیست (سارس^{۱۹}، ۲۰۰۹).

نظام ملی نوآوری^۲ (NSI) که به اشتباه نظام ملی نوآوری خوانده می‌شود، نیز یک سیستم مدیریت نوآوری فرا سازمانی و در مقیاس کلان و کشوری است که به نقش مجموعه سازمان‌ها مانند دانشگاهها، موسسات پژوهشی، پارک‌های فناوری، مراکز تحقیق و توسعه، مراکز صنعتی و غیره در فرایندهای نوآوری و رابطه تعاملی آنها در این خصوص می‌پردازد. نظام ملی نوآوری زیر نظام‌های متعددی مانند نظام ملی پژوهش، نظام ملی خلاقیت، نظام ملی مالکیت فکری، نظام ملی مدیریت فناوری و همچنین نظام‌های محلی یا منطقه‌ای نوآوری را شامل می‌گردد.

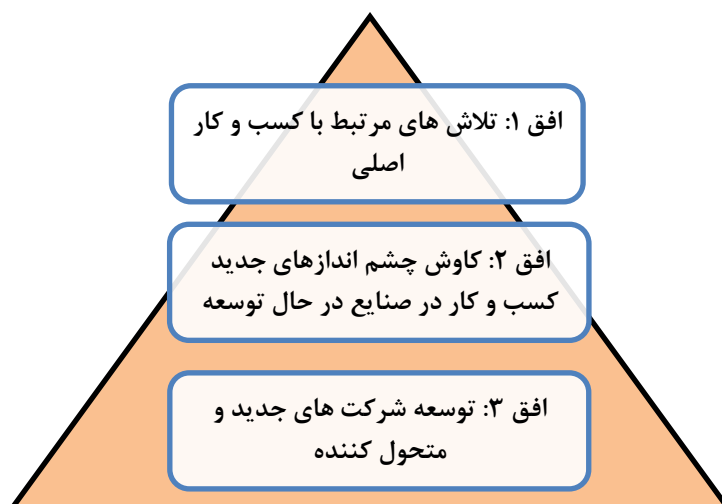
نظریه چرخه حیات پذیرش فناوری نیز یکی از مهمترین ساختارهای نظری انتشار نوآوری‌ها در شرکت‌ها و جوامع است که توسط اورت راجرز (۱۹۶۲)، مطرح شد و توضیح می‌دهد نوآوری در کانال‌های خاصی در یک شرکت برای ارائه اطلاعات و کشف عواملی که بر میزان پذیرش نوآوری در جامعه تأثیر می‌گذارد، منتشر می‌شود. بر اساس این نظریه، سه عامل اصلی که انتشار نوآوری را ممکن می‌سازد، ارتباطات، پیوند و سیستم‌های اجتماعی در کنار عوامل دیگر نظیر پیچیدگی، سود نسبی، آزمایش پذیری، سازگاری و مشاهده پذیری هستند. علاوه بر نظریه فوق، در حوزه نوآوری قوانین و تئوری‌های دیگری نیز وجود دارد که از جمله می‌توان به قانون ۷۰-۲۰-۱۰ اشاره

اولیه این نظریه را مؤسسه تحقیقاتی تاویستاک^۵ عرضه کرده و هالدمن، فرانیس و پمور از پیشگامان آن هستند. این نظریه، چارچوب نظری جامعی برای تجزیه و تحلیل رابطه بین خلاقیت و نوآوری سازمانی و خلاقیت و نوآوری فناورانه فراهم می‌کند و به مثابه ابزار مناسبی برای تحلیل فرایند مدیریت تغییر، مورد استفاده قرار می‌گیرد و مبانی نظری مناسبی برای طراحی دوباره سازمان‌ها با در نظر گرفتن رویکرد نوآوری، عرضه می‌کند. در این نظریه سازمان‌ها به منزله سیستم باز در نظر گرفته می‌شوند که با محیط، رابطه متقابل و تعاملی پویا دارند و طبق آن، فرایند تولید، تحت یک الگوی تغییرات اقتصادی- اجتماعی، بین سازمان و محیط انجام می‌شود (بنی طالبی دهکردی، ۱۴۰۰). بر اساس این نظریه، رشد و توسعه اقتصادی، فناورانه و اجتماعی وضعیت پیچیده‌ای ایجاد می‌کند و تعاملات بین سازمان و بازار و عوامل محیطی در یک حالت معامله‌گرانه انجام می‌شود. از این رو، محیط سازمان‌ها همواره پیچیده‌تر می‌شود و تغییر و تحولات با شتاب فرایندها رخ می‌دهند در نتیجه سازمان‌ها برای سازگاری ناگزیر به سمت انعطاف‌پذیری و خلاقیت و نوآوری بیشتر روی آورند. بنابر نظریه نظام اجتماعی فنی هر سازمان از دو نظام اجتماعی و فناورانه تشکیل شده است. نظام اجتماعی عبارت است از منابع انسانی سازمان که در یک مجموعه سازمانی و در قالب یک نظام اجتماعی با یکدیگر کار می‌کنند. این نظام اجتماعی، نظام فناورانه را که شامل نظام‌های اطلاعاتی و ابزارها و فنون (فناورانه سخت افزاری و نرم‌افزاری) است بکار می‌گیرد تا یک محصول یا خدمت، که برای محیط ارزشمند باشد، تولید و عرضه کند (پاسمور^۶، ۱۹۸۸، تریست^۷، ۱۹۸۲). این دو نظام همواره با یکدیگر در ارتباط متقابل و متعامل هستند و بسوی تعاملی پویا در رابطه محیط- سازمان پیش می‌روند (سنا و همکاران^۸، ۱۹۹۴). ورود فناوری اطلاعاتی جدید در سازمان، فرایند توسعه نظرات جدید و ایده‌های خلاق را درباره فرایندهای اجتماعی و فنی برمی‌انگیزد (تارنری^۹، ۱۹۶۵). از دیدگاه نظریه نظام اجتماعی فنی، عواملی نظیر کاهش پیچیدگی محیط، نوآوری‌های فناورانه و تقاضای بازار، نیروهای قدرتمندی هستند که بر الگوی کلاسیک و سنت‌گرای سازمانی غلبه می‌کنند و سازمان را

پروژه‌های مرتبط با تجارت خود (مانند بازارهای جدید) اختصاص دهید و ۱۰٪ باقیمانده را برای تولید چیزی کاملاً جدید اختصاص دهید. کسب‌وکارهایی که منابع خود را به این روش به کار می‌گیرند، اغلب حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد از همتایان خود فراتر می‌روند (اگستینی و نوسلا، ۲۰۱۷).

مدل دیگر، مدل سه افق رشد مطرح شده توسط کمپانی مکنزی^{۲۱}، یک روش محبوب برای کسب و کارها است تا تلاش‌های خود را سازماندهی کنند و به تعادل مناسب بین پروژه‌های با اندازه‌های مختلف در زرادخانه خود دست یابند.

کرد که توسط مدیر عامل قبلی گوگل، اریک اشمیت، ایجاد شد و یک دستورالعمل اساسی برای توزیع منابع بین سه فعالیت بنیادی، مجاور و خلاقانه است که پارادایم سه افق را به اجرا در می‌آورد. طبق این پارادایم، عملیات بنیادی، شامل فرآیندهایی است که بیشتر فعالیت‌های فعلی کسب و کار را تشکیل می‌دهد، در حالی که فعالیت‌های مجاور به رویه‌هایی اشاره دارد که منجر به پیشرفت و توسعه سازمان می‌شود. از سوی دیگر، فعالیت‌های خلاقانه اقداماتی هستند که توسط شرکت برای تحقق اهداف غیراصولی انجام می‌شود. بر اساس این قانون، برای به دست آوردن بهترین نتایج، ۷۰٪ از تلاش خود را به فعالیت‌های اصلی تجاری خود، ۲۰٪ را به

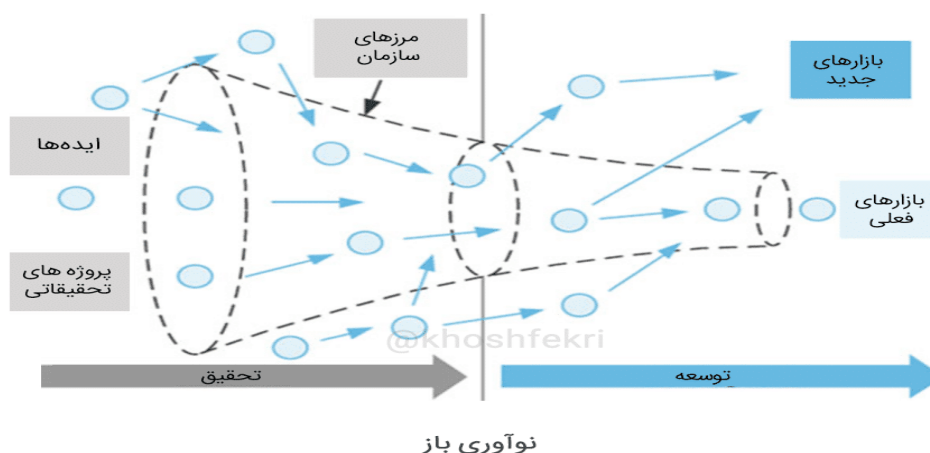


شکل ۱- مدل سه افق رشد (مک کینزی، ۲۰۰۰)

وضعیت مطلوب در آینده، باید بین هر سه افق، تعادل مناسب ایجاد نمایند. ایجاد چنین تعادلی منجر به این می‌شود که کسب و کارها ضمن بهینه نمودن توسعه بالقوه خود، باعث به حداقل رساندن خطاهای موجود در سید سرمایه گذاری سازمان نیز می‌شوند (اگستینی و نوسلا، ۲۰۱۷).

از مدل‌های دیگر نوآوری، مفهوم قیف توسعه ایده^{۲۲} می‌باشد که نشان دهنده آن است که اکثر ایده‌ها و نوآوری‌های به محصول منجر نشده و به بازار نمی‌رسند. یکی از عوامل ناکامی پروسه قیف توسعه این است که غالباً مدیران فراموش می‌کنند که فرآیند نیازمند حمایت و تنظیمات دیگر بخش‌های سازمان نیز می‌باشد.

بر اساس این مدل، برای اینکه شرکت‌ها به پتانسیل کامل خود دست یابند، باید همزمان بر روی ابتکارات لازم در هر سه افق مطرح شده در شکل (۱)، کار کنند. بر اساس این مدل، ایجاد تغییرات اندک در کسب و کار فعلی، می‌تواند منجر به افزایش عملکرد شود، اما برای دستیابی به موفقیت‌های بلند مدت، ضروری است مدل‌ها و استراتژی‌های کسب‌وکار جدیدی برای کسب درآمد بکار گرفته شود. ضمن اینکه اگر کسب و کارها، منحصرأ بر نوآوری‌های مخرب تمرکز کنند و کسب و کار اصلی فعلی خود را که در حال حاضر سودآور است نادیده بگیرند، به موفقیتی در بلند مدت نخواهد دست یافت. نکته مهم در مدل سه افق رشد این است که شرکت‌ها برای دستیابی به



شکل ۲- کیف توسعه ایده (همیلتون، ۱۹۸۲)

مورد دیگر این است که توجه مدیران رده بالا غالباً در بدترین زمان به پروژه جلب می‌گردد، در زمان رو به پایان بودن پروژه، زمانی که اکثر پارامترها مشخص و ثابت شده‌اند و تغییرات بسیار هزینه بر و زمان بر می‌باشند. شکل (۲)، کیف ایده و مراحل آن را نشان می‌دهد. کیف توسعه ایده از پنج مرحله یا پنج دروازه که تعیین کننده پیشرفت آن است، عبور می‌کند. مرحله اول با چند مفهوم شروع می‌شود. این پیشنهادات به دروازه اول می‌رسد، که فقط مفاهیم خاص را مرتب می‌کند و به مرحله دوم می‌برد. این مفاهیم قبل از ورود به دروازه دوم بیشتر اصلاح می‌شوند. آنها یک بار دیگر ارزیابی می‌شوند و روند تکرار می‌شود. بهترین مفهوم در نهایت به یک محصول یا خدمات جدا تبدیل می‌شود. به طور خلاصه، فرآیند مرحله - دروازه تضمین می‌کند که بهترین مفهوم پیاده‌سازی شده و محصول، تغییر یا خدمات تولید شده بیشترین شانس موفقیت را دارد (چودهری و همکاران، ۲۰۱۸).

• عملکرد نوآورانه^{۲۳}

با پیشرفت روز افزون دانش و تکنولوژی و جریان گسترده اطلاعات، عملکرد نوآورانه برای همگامی با توسعه علم و فناوری الزامی است و کمک می‌کند انسان‌ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. عملکرد نوآوری، پیامدهای مثبت ناشی از فعالیت‌های نوآورانه سازمان در زمینه بهبود فرایندها، محصولات و

همکاران، ۱۹۹۸). چن و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که سرمایه فکری در واقع دانش فکری سازمان است که به ایجاد ثروت در شرکت و افزایش بهره وری و مزایای رقابتی کمک می‌نماید. واز و همکاران (۲۰۱۹)، به این نکته پرداختند که سازمان‌ها در جهت بهبود عملکرد خود از سرمایه فکری بهره می‌گیرند. در واقع سرمایه فکری شامل تجربه، دانش و توانایی در ایجاد ارزش برای سازمان می‌باشد (لاردو و همکاران، ۲۰۱۷) و به عنوان منبع غیرپولی و غیر فیزیکی، موجب توسعه سازمان‌ها می‌شود (انصاری و همکاران، ۲۰۱۶). طبق پژوهش‌های انجام شده توسط بوگر و همکاران (۲۰۱۹)، استفاده از سرمایه فکری با استراتژی‌های نوآورانه، منافی را برای سازمان به دنبال دارد و زمانی که سرمایه فکری به صورت کارا مدیریت شود، مشکلات مختلف در سازمان کاهش یافته و مزایای رقابتی حاصل می‌شود (فریرا و همکاران، ۲۰۲۰). در حقیقت، سرمایه فکری استفاده خلاقانه از استراتژی‌های بازار، اموال فکری، دارایی‌های انسانی و نامشهود و ایجاد زنجیره ارزش است (سکوندو و همکاران، ۲۰۱۸). به اعتقاد محققانی همچون علی و همکاران (۲۰۲۰) و ریندرمن و همکاران (۲۰۱۵)، سرمایه فکری می‌تواند برای بهبود دانش، ارتقای مهارت کارکنان و توجه ویژه به خصوصیات نامشهود مورد استفاده قرار گیرد تا ارزش سهام شرکت از طریق گسترش دارایی‌ها افزایش یابد.

در دسته‌بندی که توسط اسوایی و همکاران (۲۰۰۷)، درخصوص اجزای سرمایه فکری انجام شده و در شکل (۳)، ارایه گردیده، اجزای سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری است. هرچند عمده صاحب نظران علاوه بر سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی را نیز از اجزای سرمایه فکری می‌دانند (استوارت، ۱۹۹۷، بونتیس، ۲۰۰۰). ضمن اینکه کابریلو و همکاران (۲۰۱۸) سرمایه اجتماعی را نیز به دلیل خصوصیات چند بعدی اش، یکی دیگر از اجزای سرمایه فکری معرفی کردند. سرمایه انسانی، به عنوان دارایی نامشهود، منبع اصلی یا اجزای ایجاد ارزش در سازمان می‌باشد (دونل و همکاران، ۲۰۰۳)، که دربرگیرنده ارزش‌های انسانی مانند مهارت‌ها، خصوصیات و رقابت‌ها است (اسیایی و همکاران

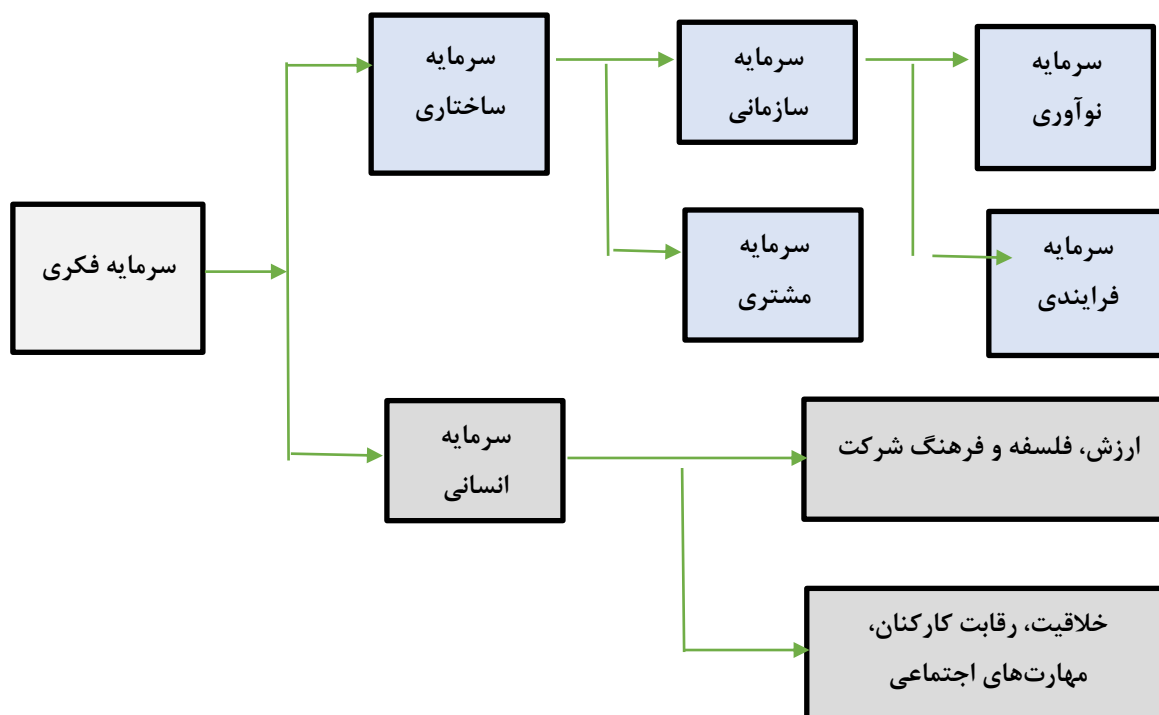
عملکرد نوآورانه ترکیبی از دستاوردهای سازمانی است که ناشی از بهبود فعالیت‌ها است. جنبه‌های مختلف نوآوری در فرایند، محصول، ساختار و بازاریابی را شامل می‌شود. با در نظر گرفتن فشار رقابتی حاکم بر بازار، اندازه گیری، عملکرد نوآورانه سازمان از اهمیت خاصی برخوردار است. پژوهشگران و کاربران نیازمند شاخص‌های مناسبی برای مطالعه پیامدهای نوآورانه هستند. در پژوهش‌های انجام شده ارتباط مثبت بین عملکرد نوآوری و عملکرد سازمان اثبات شده است (کوریاک و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهد، عملکرد نوآوری، عملکرد بازاریابی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

بنابراین، عملکرد نوآورانه با هدف بهبود ارزش ساختار داخلی، ساخت محصولات جدید و خدمات با کیفیت بهتر برای پاسخ به تقاضای مشتریان واحد تجاری می‌باشد (کاما و اولوچ، ۲۰۱۶). مک داوول و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که دانش انسان، عنصر مهمی در ایجاد نوآوری در سازمان است. کارکنان خلاق و دارای دانش، موجب ایجاد تفکرات جدید در سازمان می‌شوند و از تکراری شدن و روزمرگی برنامه‌های سازمانی جلوگیری می‌کنند (وانگ و کافوروس، ۲۰۰۹؛ وندرا و همکاران، ۲۰۱۹). براین اساس، عملکرد نوآورانه به عنوان متغیری بین فرآیند و عملکرد سازمان است و موجب تسهیل در فعالیت‌ها می‌شود (لی و همکاران، ۲۰۱۹). به علاوه، به اعتقاد کابریلو و دامز (۲۰۲۰)، عملکرد نوآورانه معیار تعیین میزان بهره‌وری سازمان است و بر پایداری سازمان، رقابت و رشد آن از طریق اثرگذاری بر رضایت مشتری، بهره وری کارکنان، کیفیت خدمات، سهام شرکت و ارزش بازار تاثیر دارد. برای دستیابی به نوآوری، مسئولان سازمان بایستی بر جنبه‌های مختلف مثل روشها، تولید و تکنولوژی به همراه فرهنگ، ارزش و قوانین توجه نمایند (مارلینا و همکاران، ۲۰۱۹).

• سرمایه فکری و اجزای آن

سرمایه فکری، بیانگر دارایی‌های نامشهودی است که موجب موفقیت سازمان می‌شوند (کلمن، ۱۹۸۸) و می‌توانند جایگزین سرمایه فیزیکی شوند (لیواری و

۲۰۲۱، نادیم و همکاران (۲۰۱۷) و باید شامل آموزش و توسعه، مهارت، امنیت، روابط و رفاه کارکنان باشد.



شکل ۳- اجزای سرمایه فکری از منظر اسویبی و همکاران، (۲۰۰۷)

چالاکی فکری فرد را به تغییر رویه‌ها و تفکر در مورد راه‌حل‌های نوآورانه مسائل قائل می‌سازد. بنابراین، سرمایه انسانی، قلب سرمایه فکری است و موجب ایجاد مزایای رقابتی می‌شود (کابریلو و همکاران، ۲۰۱۸).

سرمایه ساختاری نیز شامل رویه‌ها، سیاست‌ها و سیستم‌ها می‌باشد که کارکنان را قادر می‌سازد تا بهره‌وری بالایی را کسب نمایند و راندمان کاری آنها افزایش یابد (استورت، ۱۹۹۷). به علاوه، سرمایه ساختاری شامل دارایی‌های اساسی و اطلاعات کد بندی شده مانند ثبت‌ها، پایگاه داده‌ها و اموال فکری می‌باشد (بونچی - البردین، ۲۰۱۷). روس و همکاران (۱۹۹۸)، سرمایه ساختاری را در بر گیرنده سرمایه سازمانی نظیر دارایی فکری، نوآوری، فرآیندها و دارایی‌های فرهنگی و نیز سرمایه نوسازی و توسعه، نظیر حق ثبت محصولات و تلاش‌های آموزشی، معرفی نمودند. بروکینگ (۱۹۹۶) نیز معتقد است سرمایه ساختاری شامل دارایی‌های زیر ساختاری مثل تکنولوژی، فرآیندها و روش‌های کاری و نیز دارایی فکری مثل دانش

ماسارو و همکاران (۲۰۱۵) نشان دادند که سرمایه انسانی از طریق رفتار، تطابق، تجربه و مهارت کارکنان سازمان ایجاد می‌شود. بنابراین، یک سازمان می‌تواند سرمایه انسانی را از طریق جذب افراد مهارت دیده در بازار و یا گسترش مهارت کارکنان در داخل شرکت ایجاد نماید (برزینتز و همکاران، ۲۰۱۶). کارکنان مهارت دیده، نقش مهمی در عملکرد نوآورانه در سازمان‌ها دارند (مک داول و همکاران، ۲۰۱۸). پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که آموزش می‌تواند سرمایه انسانی را گسترش دهد، خصوصاً بر عملکرد نوآورانه تاثیر داشته و موجب افزایش فعالیت‌های سازمان‌های کوچک و متوسط می‌شود (پدرو و همکاران، ۲۰۱۸). روس و همکاران (۱۹۹۸) در مدل پیشنهادی سرمایه فکری، سه مولفه شایستگی، نگرش و چالاکی فکری سرمایه انسانی را از پارامترهای سنجش سرمایه فکری معرفی کردند. از دیدگاه آنها، شایستگی، شامل مهارت‌ها و تحصیلات فرد می‌شود، در حالی که نگرش در برگزیده ی جزء رفتاری کارکنان می‌شود.

اجتماعی ایجاد می‌نماید و موجب تقویت سازمان می‌شود (ناهایپیت و قوشال، ۱۹۹۸). به اعتقاد محققان سرمایه اجتماعی یک عنصر لازم برای عملکرد نوآورانه سازمان (اسیایی و همکاران، ۲۰۲۰)، همچنین برای اشتراک گذاری دانش، افزایش مزایای رقابتی، بهبود عملکرد سازمانی، ایجاد ارزش و توسعه کلی سازمان است (لی و همکاران، ۲۰۱۹). ضمن اینکه سرمایه اجتماعی می‌تواند شبکه‌ای از ارتباطات داخلی و خارجی و تغییرات اطلاعاتی در شبکه‌های اجتماعی باشد (استاجزینی و همکاران، ۲۰۱۹، گارسیا لیریوس، ۲۰۲۰ لی و جیانگ، ۲۰۲۰).

• مدل‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری

چارچوب‌های موجود در سنجش سرمایه فکری که بر پایه حسابداری، اقتصاد، منابع انسانی، مالکیت فکری و مدل‌های میان رشته‌ای توسعه یافته‌اند، به لحاظ ماهیت، به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند. دسته نخست، مدل‌هایی هستند که با رویکرد توصیفی در سنجش سرمایه فکری طراحی گردیده‌اند و گرایش لیبرال و توصیفی دارند و بر مدیریت و اثر بخشی تاکید می‌نمایند. دسته دوم، مدل‌هایی هستند که به شکل رهنمود و در قالب رویکرد تنظیمی و با هدف یکسان‌سازی فرآیند سنجش و گزارش‌دهی سرمایه فکری طراحی شده‌اند. این مدل‌ها تجویزی هستند و از سوی دولت‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌ها، رهنمودهای سنجش سرمایه فکری را به سازمان‌ها توصیه می‌کنند و بر گزارش‌دهی تنظیم‌کنندگی تاکید دارند (خاوندکار و همکاران، ۱۳۸۸).

• مدل‌های توصیفی سنجش سرمایه فکری

مدل‌های توصیفی پیشنهاد شده برای سنجش سرمایه فکری در قالب چهار دسته تقسیم می‌شوند: مدل‌های مستقیم سرمایه فکری^{۲۴}، مدل‌های مبتنی بر سرمایه بازار^{۲۵}، مدل‌های بازده دارایی‌ها^{۲۶} و مدل‌های کارت امتیازی^{۲۷}، هر چند در سال‌های اخیر مدل‌های جدیدی در حوزه سنجش سرمایه فکری مطرح شده که در دسته بندی مدل‌های سنجش سرمایه فکری قرار نگرفته است. این مدل‌ها با وجود داشتن برخی مشابهت‌ها با

فنی، مارک‌های تجاری و حق ثبت محصولات، می‌شود. استیوارت (۱۹۹۷) سرمایه ساختاری را دانش موجود در تکنولوژی اطلاعات، حق ثبت محصولات، طرح‌ها و مارک‌های تجاری معرفی می‌کند. به طور واضح تر، سرمایه ساختاری می‌تواند به صورت فرهنگ سازمانی، یادگیری سازمانی، فرآیند عملیاتی و سیستم اطلاعاتی طبقه‌بندی شود (چن و همکاران، ۲۰۰۴). بونتیس (۱۹۹۸)، نشان داد که سرمایه فکری به معنای مالکیت بر افکار بوده و در این میان سرمایه ساختاری بر کارایی سرمایه فکری اثر مثبت گذاشته و در نتیجه عملکرد سازمان بهبود می‌یابد (حامد احمدخان و همکاران، ۲۰۱۶). بر این اساس، دی لوکا و همکاران (۲۰۲۰)، نشان دادند که سازمان‌ها باید از تکنولوژی‌های پیشرفته برای رقابت با شرایط اقتصادی استفاده می‌نمایند و یک سازمان با روش‌ها و نظام ضعیف نمی‌تواند عملکرد خوبی داشته باشد (ال-جینینی و همکاران، ۲۰۱۹).

سرمایه ارتباطی نیز ظرفیت واحد تجاری یا سازمان برای ایجاد یک شبکه ارتباطی مناسب با دیگران است (کوزو و همکاران، ۲۰۱۷) که از طریق اعتماد، وفاداری و رضایت مشتریان ایجاد می‌گردد (سابرامانیان و یودت، ۲۰۰۵). سرمایه ارتباطی در سازمان‌ها دارای اهمیت بسیاری است (لارد و همکاران، ۲۰۱۷). به عبارت دیگر، مدیریت خوب برای سرمایه ارتباطی لازم و ضروری است. جنبه‌های اصلی که بر سرمایه ارتباطی تاثیر دارد شامل بازخورد و شناسایی مشتری است و سازمان باید خدمات رضایت بخشی را ارائه دهد تا اطمینان مشتری افزایش می‌یابد (اسکافارتو و همکاران، ۲۰۱۶). لنارت (۲۰۱۵)، نشان داد که تداوم ارتباط خوب با مشتری و شرکا برای اداره سازمان نیاز است. بونر و واکر (۲۰۰۴)، دریافتند که تمامی روابط سازمان می‌تواند داخلی بین ادارات و کارکنان و یا خارجی با ذینفعان مثل مشتریان، تامین کنندگان کالا و خدمات و سایر نهادها مثل دولت باشد. رابطه خوب بایستی برای دستیابی به عملکرد بهتر بین بازیگران اصلی (افراد داخل و خارج سازمان) برقرار گردد (زولو و همکاران، ۲۰۰۲).

سرمایه اجتماعی نیز دارایی با ارزشی است که امنیت

سنجش دارایی‌های دانشی و سرمایه فکری سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، مدل طبقه بندی سرمایه فکری، مدل ارزش‌گذاری پویا سرمایه فکری، مدل سنجش و حسابداری سرمایه فکری، مدل هوش تجاری و مدل شاخص سرمایه فکری ملی می‌باشند (خاوندکار و همکاران، ۱۳۸۸).
 ✓ مدل‌های تجسمی که نقشه‌ها و تصاویری مجازی از نحوه تعامل سرمایه فکری در خلق ارزش برای سازمان ایجاد می‌کنند و در دستیابی به اطلاعاتی پیرامون چگونگی توسعه سرمایه فکری و نقاط ضعف و قوت آن، برای سازمان مفید هستند (دانشوریان و همکاران، ۱۳۹۱). مدل‌های این گروه شامل مدل نقشه دارایی‌های دانشی مدل منشور عملکرد، مدل ارزش، مدل نقشه استراتژی، مدل نقشه ایجاد ارزش و مدل پیش بین هستند (بونتیس، ۲۰۰۰).

• مقایسه بین مدل‌های سنجش سرمایه فکری

هریک از مدل‌ها، مزایایی را برای سازمان ایجاد می‌کنند. مدل‌هایی که به صورت مستقیم سامانه ارزش‌گذاری پولی را پیشنهاد می‌کنند، مانند: مدل‌های بازده دارایی‌ها یا مدل‌های مبتنی بر سرمایه بازار، بیشتر در موقعیت‌هایی چون ادغام دو شرکت یا تقسیم سود و در بازار سهام مورد استفاده قرار می‌گیرند. از این مدل‌ها همچنین برای مقایسه دو سازمان با بستر موقعیتی یکسان و یا در موقعیت برابر و یا در تهیه گزارش‌ها و اظهارنامه سرمایه فکری که بیشتر مورد استفاده مدیران ارشد سازمان‌ها است، استفاده می‌شود. به‌طور کلی می‌توان گفت، از آنجایی که این مدل‌ها بر پایه قاعده‌های حسابداری طراحی شده‌اند، کاربرد بیشتری در محاسبات مرتبط با حسابداری سازمان خواهند داشت.

از جمله معایب این مدل‌ها بیان مسائل مرتبط با سرمایه فکری در قالب مفاهیم پولی است و با توجه به تنگناهای موجود در تبیین سرمایه فکری در قالب مفاهیم پولی، نتایج حاصله سطحی می‌شود. از سوی دیگر این مدل‌ها تنها در سطح کلان سازمانی، قابلیت سنجش دارند

خصیصه‌های عمومی مدل‌های کارت امتیازی، از تمایزات عمده‌ای نسبت به این دسته نیز برخوردار دارند. اصلی‌ترین تمایزات تکیه بارتر بر رهیافت اطلاعاتی در سنجش و نمایش سرمایه فکری است. این مدل‌های جدید، در قالب دسته پنجمی با عنوان مدل‌های تجسمی طبقه بندی شده اند. بر این اساس پنج دسته طبقه بندی مدل‌های سنجش سرمایه فکری، عبارتند از:

✓ مدل‌های مبتنی بر سرمایه بازار که شامل مدل‌های سنجش عملکرد اثر بخش، مدل ترازنامه نامشهود، مدل مقایسه ارزش بازاری و ارزش دفتری و مدل عملکردی شرکت دانش پایه می‌باشند.

✓ مدل‌های مستقیم سرمایه فکری که ارزش پولی سرمایه فکری را با شناسایی مولفه‌های مختلف آن، مورد محاسبه قرار می‌دهند و شامل الگوهای حسابداری و هزینه‌گذاری منابع انسانی، مدل اظهارنامه منابع انسانی، مدل ارزش‌گذاری حقوق انحصار معنوی بر مبنای میزان ارجاع، مدل کارگزار فن‌آوری، مدل حسابداری آینده، مدل سنجش ارزش گذاری جامع و مدل ایجاد ارزش فراگیر هستند.

✓ مدل‌های بازده دارایی‌ها که در آن میانگین درآمد سازمان پیش از مالیات به عنوان مبنایی برای محاسبه در نظر گرفته می‌شود و شامل الگوهای ارزش افزوده اقتصادی، مدل ارزش نامشهود محاسبه شده، مدل تعیین ضریب ارزش افزوده‌ی فکری و مدل محاسبه درآمد سرمایه دانشی است (ناهد دانشوریان و همکاران، ۱۳۹۱).

✓ مدل‌های کارت امتیازی که در این مدل‌ها، مولفه‌های مختلف سرمایه فکری تعریف شده و سنجه‌ها و نشانگرهای متناسب ایجاد می‌شود. مدل‌های این گروه شامل مدل کارت امتیازی متوازن، مدل نشانگر اسکاندیا، مدل پایش دارایی‌های نامشهود، مدل شاخص سرمایه فکری، مدل شاخص ایجاد ارزش، مدل چرخه ممیزی دانش، مدل تابلوی امتیازات زنجیره ارزش، مدل

جزئیات آن عمل می‌شود. تصویر نهایی حاصل از این مدل‌ها به شناسایی منابع درگیر و حیاتی، نقاط ریسک بالا و تهدیدها و فرصت‌های پیشروی فرآیندهای ایجاد ارزش در سازمان از دریچه سرمایه فکری کمک می‌کند (خاونکار و همکاران ۱۳۸۸).

• پیشینه پژوهش

علی و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه از منظر دانشی پرداختند.

در این پژوهش آنها، پس از بررسی ادبیات موجود سرمایه فکری که بر عملکرد نوآورانه بخش مالی اثرگذار است، دریافتند ۴ جزء سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری (سازمانی)، سرمایه ارتباطی (سرمایه مشتری) و سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه در سازمان‌ها موثر هستند. در این پژوهش مشخص گردید که محدودیت اصلی در بخش مالی که موجب عدم کارایی اجزای سرمایه فکری شده است، مربوط به سناریوهای بازار رقابتی و فعال می‌باشد که می‌تواند بر عملکرد نوآورانه اثر گذار باشد. به علاوه، بین رشد سازمانی اجزای سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه همبستگی وجود داشته که این همبستگی اثر معنی‌دار و مثبت بر توسعه اجزای سرمایه فکری دارد.

ماسارو و همکاران (۲۰۱۶)، از طریق بررسی سیر پژوهش‌های انجام شده در حوزه سرمایه فکری تلاش کردند چارچوبی برای سرمایه فکری در جهت بهبود عملکرد نوآورانه ایجاد نمایند. برای این منظور آنها کلید واژگان سرمایه فکری، دارایی‌های نامشهود، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه ارتباطی، سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه همچنین چکیده، و محتوای ۸۶۲ مقاله منتشر شده در پایگاه‌های اسکوپوس، ساینس دیرکت، امرالد و وب ساینس در بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ را بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد طی سال‌های مورد مطالعه، تعداد ۵۲۶ مقاله در مورد اجزای سرمایه فکری در ۶ مجله ساینس منتشر شده‌اند. مهمترین موضوعات مورد بررسی در این مقالات، شامل دارایی‌های نامشهود، قابلیت

و برای مدیریت در سطح پایین تر قابلیت کاربردی چندانی نخواهند داشت. همچنین بسیاری از این مدل‌ها بویژه مدل‌های مبتنی بر سرمایه بازار، برای سازمان‌های غیر انتفاعی، بخش‌های داخلی سازمان‌ها، قابل استفاده نیستند (جلیل خاونکار و همکاران، ۱۳۸۸).

مزایای مدل‌های مستقیم سرمایه فکری و مدل‌های کارت امتیازی، این است که این مدل‌ها قادرند تا تصویر جامع‌تری از شرایط جاری و کارآیی سازمان نسبت به مدل‌های با رویکرد متمایل به مسایل مالی ارائه نمایند و در هر سطح سازمانی قابلیت کاربردی دارند. ضمن اینکه سنجش‌های این مدل‌ها، بیشتر به واقعیت نزدیک بوده، از این رو گزارش‌های حاصل از این مدل‌ها بسیار سریعتر و دقیقتر از گزارش‌های حاصل از سنجش‌های مالی خالص، عمل می‌کند. از آنجایی که در این مدل‌ها به طور عمومی احتیاجی به سنجش مسایل مالی نیست، در سازمان‌های غیرانتفاعی و سازمان‌های دولتی همچنین برای اهداف اجتماعی و محیطی کاربرد دارند.

معایب این مدل‌ها، این است که سنجش‌ها باید مطابق مشخصات هر سازمان، برای آن سازمان طراحی گردند. از این رو در مواقعی که سنجشگران علاقه به مقایسه دویا چند سازمان دارند، مشکلاتی بروز می‌نماید. از سوی دیگر، از آنجایی که این مدل‌ها جدید هستند، به راحتی توسط مدیران محافظه کار پذیرفته نمی‌شوند، چرا که این مدیران همه مسائل را از دریچه مفاهیم مالی خالص مورد توجه قرار می‌دهند.

اما نکته مهم تر، این موضوع است که مانند هر مدل همه جانبه نگری، این مدل‌ها نیز دامنه وسیعی از داده‌ها را تولید می‌کنند که به طور طبیعی تجزیه و تحلیل این حجم از داده‌ها و ایجاد ارتباط میان آن‌ها، بخشی از دشواریهای مرتبط با این مدل‌ها به حساب می‌آید. در مورد مدل‌های تجسمی نیز می‌توان وضعیتی مشابه با مدل‌های کارت امتیازی حاکم است. این مدل‌ها به طور معمول به ترسیم شکلی تجسمی را فرآیندهای مرتبط با منابع نامشهود سازمان و سرمایه فکری با توابع هدف، در بررسی کمک می‌کنند. این مدل‌ها به طور عمومی مدل‌هایی گروه محور بوده و برپایه تصمیم‌گیری و خرد جمعی پیرامون

غفوری نژاد و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تبیین بکارگیری استراتژی‌های نوآورد در سیستم حسابداری مدیریت از منظر تئوری ناهماهنگی شناختی، دریافتند وجود تعارض شناختی، عاملی اثرگذار است که بر روی انتخاب حسابداران مدیریت در جهت بکارگیری یا عدم بکارگیری تکنیک‌های نوآورانه در هر سیستم اثر می‌گذارد. عشقی (۱۳۹۹) به بررسی تاثیر مولفه‌های سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان پرداخت. در این پژوهش ابتدا مولفه‌های سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی اندازه‌گیری گردید و سپس با استفاده از آزمون‌های همبستگی و تحلیل رگرسیون میزان تاثیر آنها بر عملکرد مالی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد بین مولفه‌های متغیر سرمایه فکری و عملکرد مالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

کردشولی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی وضعیت سرمایه فکری در ایران و کشورهای منطقه در راستای چشم‌انداز ۱۴۰۴ در طی ۱۵ سال مورد بررسی قرار دادند. در این مطالعه از مدل تعدیل یافته لین و ادوینسون استفاده و در قالب ۲۴ شاخص در ۴ بعد سرمایه انسانی، سرمایه فرآیندی، سرمایه بازار و سرمایه بازآفرینی کشورهای مورد نظر در بازه زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۵ مورد مطالعه قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد بین سرمایه فکری و سرمایه مالی در ایران ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

۳- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد فلسفی و علمی و بر پایه روش شناخت تاریخی به ارایه مدلی پیشنهادی در خصوص سرمایه فکری از منظر نوآوری، برای اولین بار در ایران می‌پردازد. در حقیقت بر اساس این رویکرد محقق قصد دارد به معرفی و تبیین سرمایه فکری از منظر نوآوری بپردازد و سپس مدلی پیشنهادی برای سرمایه فکری با رویکرد نوآورانه ارایه دهد. برای جمع‌آوری منابع مورد نیاز، اسناد و مدارک آرشیوی که نتیجه پژوهش‌های تجربی است، بررسی گردید و مبانی نظری و پیشینه

تعیین ارزش دارایی‌ها و روابط اجتماعی بوده و این سه موضوع به عنوان عوامل تاثیر گذار در عملکرد نوآورانه سازمان شناسایی شده است. کارمن و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای آثار تنوع سرمایه انسانی و استراتژی شرکت (محصولات و تنوع بین‌المللی) بر عملکرد بنگاه را بررسی کردند. یافته‌های این مطالعه، نشان می‌دهد که بین سرمایه انسانی و استراتژی شرکت با عملکرد بنگاه رابطه علت و معلولی وجود دارد. چانگ ونگ و همکاران (۲۰۱۲) پژوهشی بر روی سرمایه فکری و عملکرد شرکت‌های زیست فناوری، در بازار ایالت متحده طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۴ انجام دادند. نمونه مورد مطالعه شامل ۲۷۹ شرکت زیست فناوری بود. در این پژوهش سرمایه‌های انسانی توسط عوامل و فاکتورهای مختلف اندازه‌گیری شد و در نهایت یافته‌ها نشان داد که بین نوآوری تکنولوژی و عملکرد مالی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. حلیم^{۲۸}، (۲۰۱۰). نیز در پژوهشی شاخص‌های سرمایه ساختاری را شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان که شامل پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرآیندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و هرآنچه که ارزشش برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش است، معرفی نمود.

چن و همکاران^{۲۹} (۲۰۰۴) در مدل ارایه اجزای سرمایه فکری، شاخص‌های سرمایه انسانی را شامل شایستگی، نگرش و خلاقیت کارکنان معرفی کردند و دریافتند این عوامل منتج به بهبود عملکرد سازمان می‌شود. یافته‌های آنها نشان داد شایستگی کارکنان شامل، مهارت‌ها و استعدادها می‌شود و دانش و مهارت مهمترین آنها هستند. بر اساس یافته‌های آنها دانش، که شامل ابعاد فنی و علمی می‌شود. عموماً از طریق تحصیلات مدرسه‌ای کسب می‌شود و بنابراین تئوریک است و مهارت‌ها، یا قابلیت کارکنان در انجام وظایف محوله نیز عمدتاً از طریق تجربه کسب می‌شود، اگرچه حتی می‌توانند از طریق تحصیلات مدرسه‌ای نیز توسعه داده شوند. آنها همچنین دریافتند اگر سرمایه فکری کارکنان توسط سازمان بکار گرفته نشوند، دانش و مهارت موجود در مغز آنها نمی‌تواند فعال شود و به صورت ارزش کاری درآید.

پژوهش به روش کتابخانه ای شناسایی و مورد استفاده قرار گرفت.

این پژوهش، از منظر هدف اجرا، تاریخی است و از آنجا که به دنبال شناسایی پارامترهای موثر در الگوی سرمایه فکری است، بنیادی و با توجه به رسیدن از جزء به کل، از نوع استقرایی می‌باشد. برای توصیف روابط بین اجزای سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه از روش پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی استفاده گردید. پدیدارشناسی^{۳۰} از نظر لغوی، عبارت از مطالعه پدیده‌ها از هر نوع و توصیف آنها با در نظر گرفتن نحوه بروز تجلی آنها، قبل از هر گونه ارزش گذاری، تأویل و یا قضاوت ارزشی است (امامی و همکاران، ۱۳۹۱). از آنجا که پدیدارشناسی، مطالعه فلسفی ساختارهای تجربه و آگاهی افراد است، امکان توصیف ساختارهای ماهوی یا ذاتی پدیده‌ها را به پدیدار شناسی می‌دهد (اسپیلگلیبرگ، ۱۹۹۴).

در پژوهش حاضر، به منظور ارایه الگوی مفهومی، از نظرات خبرگان مالی که علاوه بر داشتن تجربه، تخصص و اشراف کامل بر روی موضوع سرمایه فکری، در این زمینه نیز صاحب نظر هستند، استفاده شده است. خبرگان جامعه آماری این پژوهش، دارای شرایط زیر هستند: ۱- دارای مدرک دکتری در رشته حسابداری باشند. ۲- عضو هیات علمی دانشگاه با مرتبه استادیار و بالاتر باشند. ۳- در حوزه سرمایه فکری دارای مقاله باشند. ۴- سابقه تجربه در ارایه خدمات مالی و مشاوره مالی به شرکت‌ها را داشته باشند.

در پژوهش حاضر از روش نمونه گیری گلوله برفی که جزء روش‌های نمونه گیری هدفمند می‌باشد، استفاده شده است. روند مصاحبه از یک عضو شروع و سپس از مشارکت کننده خواسته می‌شود که فرد یا افراد دیگری را که ویژگی‌های مورد نظر محقق را دارند، معرفی نماید. بر این اساس، پس از بررسی‌های اولیه، دو نفر انتخاب شدند و مصاحبه با ایشان انجام شد. در پایان مصاحبه از ایشان درخواست گردید اگر فرد یا افرادی را می‌شناسند که در زمینه مورد بحث، دارای تجربه و تخصص هستند، معرفی نمایند. این موضوع در تمام مصاحبه‌ها مطرح گردید و

بدین ترتیب افراد نمونه شناسایی و انتخاب شدند تا اصل اشباع نظری حاصل شود. تعداد خبرگان مالی در این پژوهش جمعاً ۱۲ نفر می‌باشد. کی ول (۱۹۹۶) اظهار می‌کند؛ در مطالعه ایی که با دقت هدایت شده و در آن انتخاب نمونه به صورت تکاملی و تعاقبی بوده است، می‌توان با حدود ۱۰ شرکت کننده به نقطه اشباع رسید (سپاسگر شهری، ۱۳۹۳). سوالات مصاحبه با توجه به مبنا قرار گرفتن سؤال اصلی پژوهش و در نظر گرفتن پارامتری مانند جامعه مورد مطالعه طراحی گردید، پس از انجام دو مصاحبه ابتدایی و آزمایشی، سوالات مورد بازبینی قرار گرفت و پس از تعدیلات لازم، مجدداً مورد استفاده قرار گرفت. در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش هفت مرحله ایی کولایزی استفاده شد.

ابزار مطالعه حاضر، سؤالاتی است که در جریان مصاحبه مطرح می‌شود. مصاحبه‌های کیفی از انعطاف پذیری برخوردارند و بر اساس داده های به دست آمده در جریان تحقیق تغییر می‌کنند. در این گونه مصاحبه‌ها، ذهن پژوهشگر خالی از سؤالات از پیش تعیین شده نمی‌باشد و امکان تغییر، افزایش و یا حذف سؤالات براساس داده‌های به دست آمده از مصاحبه شونده‌ها وجود دارد. در این پژوهش، پژوهشگران سعی کردند از سؤالات کاوشی، از قبیل: "می‌توانید برایم یک مثال بزنید؟ آیا منظورت این است که، چگونه ... و...."، در طول مصاحبه استفاده کنند. مصاحبه‌ها از نوع باز و نیمه ساختار یافته و متعامل و انفرادی بودند که ضبط و در اسرع وقت پیاده، کدبندی و تجزیه و تحلیل شدند تا بازخورد لازم برای مصاحبه‌های بعدی یا کفایت و اشباع داده‌ها را فراهم کنند. قبل از مصاحبه، رضایت کامل از مصاحبه شونده‌ها و اجازه ضبط مصاحبه‌ها اخذ شد.

اولین سؤال مصاحبه بین مصاحبه شونده‌ها یک سؤال باز و مشترک بود "وقتی که عبارت سرمایه فکری از منظر نوآوری را می‌شنوید، چه به ذهنتان می‌آید؟ تجربه خود از این عبارت را بیان کنید"، پاسخ مصاحبه شونده راهنمای سؤالات بعدی بود. همچنین به مصاحبه شونده گفته می‌شد که می‌تواند هر چیزی را در ارتباط با مفهوم سرمایه فکری و نوآوری که به ذهنش می‌رسد و در

۴- یافته‌های پژوهش

در گام اول، متن مصاحبه‌های انجام شده بصورت کامل استماع شد و تمامی گفته‌های مصاحبه شونده‌گان در قالب فایل بصورت متن، درآمد. در گام دوم به کمک متنی که در گام اول بدست آمده بود، تمامی جملات، مضامین و عبارات معنادار در هر مصاحبه، استخراج و بر اساس شماره مصاحبه و شماره پاراگراف، کدگذاری و به فایل جداگانه‌ای منتقل شدند. در جدول (۱)، نمونه‌ای از عبارات معنادار نشان داده شده است:

در گام سوم، برای اینکه فرایند بررسی سازگار بودن معانی با یکدیگر به سهولت انجام شود، عبارات، جملات و مضامین مشابه که در مرحله دوم مشخص شده بودند، بر اساس تشابه آنها دسته بندی و کدگذاری شدند که در جدول (۲)، نمونه هایی از معانی فرموله شده، درج گردیده است.

در گام چهارم، جملات و عبارات کدگذاری شده در مرحله قبل، بر اساس نوع ویژگی آنها دسته بندی شده و در گروه مربوطه قرار گرفتند. در گام پنجم از تجزیه و تحلیل، همه مؤلفه‌ها به صورت توصیف جامعی از پدیده مورد نظر ترکیب شدند و پس از ادغام همه مؤلفه‌ها، توصیف و الگوی جامعی از سرمایه فکری به عنوان ساختار کلی به دست آمد.

در گام ششم، ابتدا واکنش مصاحبه شونده‌گان نسبت به نتایج بدست آمده، بررسی شد. سپس جملات، عبارات و مضامین زائد و دارای ابهام که باعث تضعیف توصیف کلی و مفاهیم آن می‌شدند، شناسایی و از ساختار کلی حذف شد. در این مرحله تلاش گردید جملات و عبارات ساده، مختصر و بدون ابهام، به توصیف سرمایه فکری از منظر نوآوری پردازند.

چارچوب سؤالات گنجانده نشده است، عنوان نماید؛ زیرا هدف، رسیدن به عمق تجربه آنان است. مصاحبه با دو سؤال زیر خاتمه یافت "به نظر تان سؤال دیگری هست که باید مطرح می‌کردم و آیا از من سؤالی دارید". زمان مصاحبه، بستگی به وضعیت هر مصاحبه شونده بین ۴۵ تا ۱۲۰ دقیقه طول کشید. داده‌ها، طبق رویکرد پدیدارشناسی توصیفی - کلایزی آنالیز شد. سپس، درون مایه‌های اصلی استخراج شد. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل هفت مرحله بدین شرح بود: مرحله اول، مرحله گوش دادن به مطالب ضبط شده و مرور اطلاعات بدست آمده به منظور درک کلی محتوای اطلاعات است. مرحله دوم، مرحله تفکیک و نگهداری جملات مهم، عبارات و یا پاراگراف‌های مطرح شده در مصاحبه‌ها در فایل‌های جداگانه است. البته اطلاعات با درصد اهمیت کمتر، نیز حذف نشدند، زیرا ممکن است در مراحل بعدی اهمیت آنها مشخص شود. مرحله سوم، مرحله استخراج معانی جملات مهم و فرمول‌بندی آنها است. مرحله چهارم، شامل دسته‌بندی جملات و مضامین مهم مرحله قبل بر اساس مفاهیم مشترک، می‌باشد. مرحله پنجم، اطلاعات کلیدی و عقاید استخراج شده که با اتفاق نظر پژوهشگران انتخاب شده بودند، به صورت خلاصه، بدون ابهام و روایت وار در قالب متن و توصیفی جامع و کامل نوشته شدند. در مرحله ششم، به منظور تعیین اعتبار داده‌ها و دستیابی به یک الگوی بنیادی، نتایج برای مصاحبه شونده‌گان شرح داده شد و واکنش و نظرات آنها در مورد نتایج جمع آوری و تجزیه و تحلیل گردید. در آخرین مرحله نیز، ضمن اعتبار سنجی روایی و پایایی یافته‌ها که در پدیدار شناسی دارای اهمیت بالایی است، با استفاده از روش کلایزی^{۳۱} و از طریق بررسی دیدگاه‌های خود مصاحبه شونده‌گان در مورد نتایج بدست آمده، به اعتبار نهایی یافته‌ها پرداخته شد.

جدول ۱، نمونه ای از عبارات معنادار

عبارات معنادار

- ✓ هر فرد دارای ویژگی‌های منحصر به فرد است.
- ✓ در هر سیستم، افراد با یکدیگر در ارتباط هستند.
- ✓ در هر سیستم، افراد با موسسات و سیستم‌های دیگر در ارتباط است.
- ✓ سیستم توان ایجاد کسب و کار جدید و خلاقانه را دارد.
- ✓ امکان رشد سیستم از ابعاد گوناگون وجود دارد.

جدول ۲- نمونه هایی از معانی فرموله شده

عبارات معنادار	معانی فرموله شده (مصادیق)
نوع کنش و واکنش افراد در هر سیستم متفاوت است	✓ سرمایه اجتماعی ✓ ویژگی‌های رفتاری
افراد در موقعیت‌های گوناگون، تصمیمات متفاوتی می‌گیرند.	✓ فرهنگ سازمانی ✓ ویژگی‌های شخصیتی
افراد ممکن است در انجام امور موسسه داوطلب شوند.	✓ مسئولیت پذیری اجتماعی ✓ ویژگی‌های فردی
رضایت افراد در سیستم با یکدیگر متفاوت است	✓ انتظارات شغلی ✓ نقش پذیری

فرهنگ سازمانی. که هر یک از مقوله‌های شناسایی شده در مدل ارتباط تنگاتنگی با حوزه فناوری و خلق تکنیک‌های نوین در سیستم دارد. به گونه‌ای که در کنار ابزار تکنولوژی، رشد و اعتلای هر کدام از مقوله‌های سرمایه ساختاری نظیر سیستم‌های مالی، پایگاه‌های اطلاعاتی، سیستم‌های سازمانی و فرهنگ سازمانی، بدون در نظر گرفتن رویکرد فناورانه نمی‌توانند منطبق با شرایط کسب و کارهای نوین، اهداف سازمان و سیستم را تامین نمایند و بدون در نظر گرفتن فناوری‌های نوین در این سیستم‌ها، زمینه افول کسب و کارها و سازمان را فراهم خواهند کرد.

سرمایه ارتباطی نیز ۹ مقوله شامل روابط تامین کنندگان، شکایات، روابط شرکا، روابط با مشتری، روابط با رقبا، روابط شرکت با اجتماع، تامین کنندگان، انواع افراد ناشناس و برند را در بر می‌گیرد. مقوله‌های این سرمایه که برگرفته از ارتباطات شکل گرفته بین سرمایه‌های انسانی سیستم در فضای درون و برون سازمانی، می‌باشد، ناشی از عملکرد بازیگرانی است که در فضای خلق نوآوری سازمان و بر اساس ارتباطات شکل گرفته، به نقش آفرینی‌های خاص در سیستم می‌پردازند و منطبق با کنش و واکنش رخ داده، خلاقانه، نتایج مورد نظر را راهبری می‌نمایند.

۹ مقوله سرمایه انسانی نیز شامل خلاقیت، وفاداری، رضایت کارکنان از شغل، رهبری، تیم کاری، تجربه، سطح تحصیلات، توانایی کارکنان برای رشد فردی، و توانایی‌های یادگیری کارکنان است که پرداختن با رویکرد فناورانه به همه این مقول‌ها منجر به انتقال دانش و تکنولوژی در

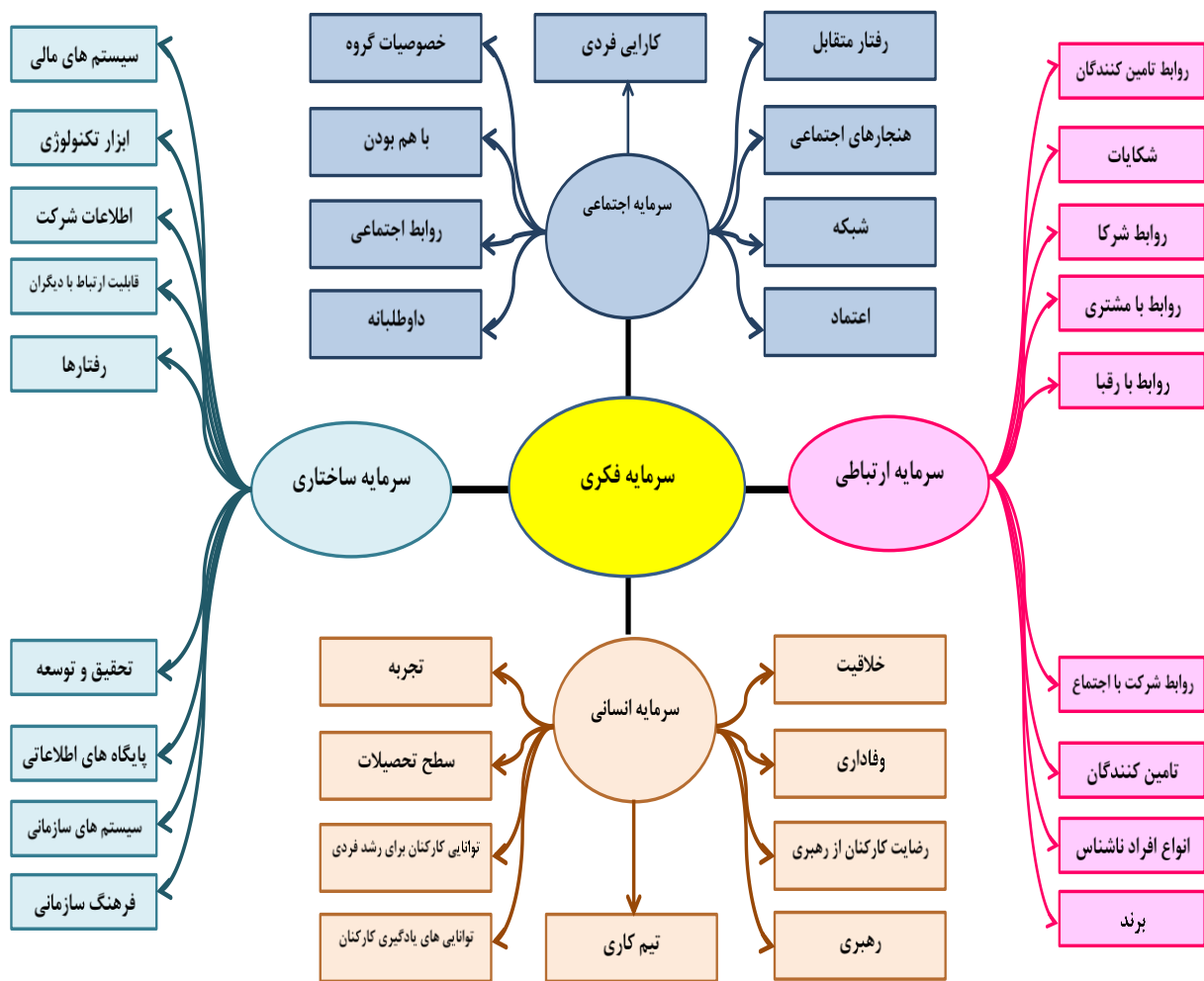
در گام هفتم، اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش انجام شد. درحقیقت، بررسی روایی و پایایی جزء مبانی مهم پژوهش کیفی از نوع پدیدارشناسی است. در روش کلایزی، سنجش اعتبار از طریق خود مصاحبه شوندگان انجام شد. به این صورت که یافته‌های ناشی از مصاحبه‌ها، در اختیار مصاحبه شوندگان قرارگرفت و از طریق مباحثه با آنها، سنجش اعتبار صورت پذیرفت. در این پژوهش، همه مصاحبه شوندگان، رضایت خود را از نتایج استخراج شده حاصل از مصاحبه با آنها که نشانگر دیدگاهها، تجارب و تخصص شان نسبت به مدل سرمایه فکری با رویکرد نوآورانه بود، اعلام کردند و در نهایت الگوی بنیادی مطابق شکل (۴)، از ۴ مضمون و ۳۶ مقوله، تشکیل گردید.

• الگوی مفهومی پیشنهادی

بر اساس یافته‌های این پژوهش، مقوله‌های مرتبط با چهار مضمون موثر در شکل گیری الگوی مفهومی سرمایه فکری از منظر نوآوری، یعنی سرمایه اجتماعی، سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی هر کدام به تفکیک شامل ۹ مقوله و در مجموع ۳۶ مقوله می‌باشد. مضمون سرمایه اجتماعی، شامل ۹ مقوله عمده می‌باشد که عبارتند از: خصوصیات گروه، کارایی فردی، رفتار متقابل، هنجارهای اجتماعی، شبکه، اعتماد، با هم بودن، روابط اجتماعی و داوطلبانه. مضمون سرمایه ساختاری نیز شامل ۹ مقوله زیر می‌باشد: ابزار تکنولوژی، سیستم‌های مالی، اطلاعات شرکت، قابلیت ارتباط با دیگران، رفتارها، تحقیق و توسعه، پایگاه‌های اطلاعاتی، سیستم‌های سازمانی و

اقتصادی در نظر گرفته شود. آنچه مهم است توجه به این نکته می‌باشد که در هر چهار مضمون و در همه ۳۶ مقوله مدل پیشنهادی سرمایه فکری، توجه به رویکرد نوآورانه به عنوان شاخصی که امروزه فضای اقتصادی و کسب و کار، به آن به عنوان پارامتر خلق ارزش ویژه می‌نگرد، باید مورد توجه ویژه قرار گیرد.

چارچوب مرزهای داخلی سازمان و سپس اشاعه رویکردهای نوین فراتر از مرزهای داخلی سازمان می‌شود. در هر صورت، از دیدگاه کسب و کارها، الگوی پیشنهادی سرمایه فکری فوق که از منظر نوآوری در ۴ مضمون و ۳۶ مقوله طراحی شده است، می‌تواند به عنوان یک مزیت رقابتی در راستای خلق ارزش و پایداری بنگاه‌های



شکل ۴- مدل پیشنهادی

آن با نگرشی فناورانه در مسیر خلق ارزش سازمان، به استفاده کنندگان و ذینفعان ارایه گردد.

۵- بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر، به دنبال دستیابی به الگوی پیشنهادی سرمایه فکری از منظر نوآوری در ایران از دیدگاه صاحب

بدین نحو که تمامی این ۳۶ مقوله باید با در نظر گرفتن رویکردهای موجود در حوزه نوآوری، از منظر زیر ساخت، تکنیک و چگونگی اجرا و پیاده سازی همچنین سازوکار سیستم با رویکرد فناورانه پیاده سازی و اجرا گردد تا در نهایت الگوی سرمایه فکری با چنین رویکردی سازماندهی، پیاده سازی و اجرا گردد و در نهایت خروجی

می‌تواند از طریق تسهیل کنش فردی و جمعی، در قالب کارایی فردی، رفتار متقابل، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی با در نظر گرفتن رویکردهای اعتماد سازی و با هم بودن، همچنین برقراری روابط اجتماعی و داوطلبانه به خلق نوآوری در سازمان منجر شود. در این زمینه پیشگام بودن در پذیرش خدمات نوین و طرح‌های راهبردی در کنار درک ارتباطات اجتماعی و روابط درون گروهی از مصادیق تحقق عملکرد نوآورانه با محوریت سرمایه اجتماعی است.

مضمون اصلی دوم، سرمایه ساختاری نیز ۹ مقوله ابزار تکنولوژی، سیستم‌های مالی، اطلاعات شرکت، قابلیت ارتباط با دیگران، رفتارها، تحقیق و توسعه، پایگاه‌های اطلاعاتی، نظام‌های سازمانی و فرهنگ سازمانی را در بر می‌گیرد. در این مضمون برای تحقق عملکرد نوآورانه در حوزه سرمایه ساختاری که شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان و هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش است، می‌باشد، بایستی فاکتورهای موجود در این حوزه در قالب نرم‌افزار و سخت‌افزار با رویکرد نوآورانه تامین و در کنار هم قرار گیرند تا امکان تبدیل ایده‌ها به اشکال قابل استفاده سازمانی نوآورانه فراهم گردد و بتوان از آن برای پیشبرد عملکرد سازمانی استفاده کرد. درحقیقت رویکرد نوآوری و عملکرد نوآورانه در مدل پیشنهادی مذکور، تاکید بسیاری در بکارگیری فناوری‌های جدید در سیستم‌های اطلاعاتی، مالی و مدیریتی در کنار پرداختن ویژه به واحد تحقیق و توسعه در سطح قوی دارد.

سومین مضمون اصلی سرمایه ارتباطی است که در برگزیده ۹ مقوله روابط تامین‌کنندگان، شکایات، روابط شرکاء، روابط با مشتری، روابط با رقبا، روابط شرکت با اجتماع، تامین‌کنندگان، انواع افراد ناشناس و برند است. درخصوص این مضمون، با توجه به اینکه اصل بنیادین دنیای پر رقابت امروزی مشتری مداری است، لذا تحقق عملکرد نوآورانه در فضای کسب و کار نوین و مدل پیشنهادی ارایه شده، نیازمند تغییر ارزش‌ها، باورها، مفاهیم، مفروضات و تعهدات سازمان به سمت و سوی روابط دوگانه سازمان با مشتریان، رقبا، تامین‌کنندگان،

نظران، است. اکثر پژوهش‌هایی که تا کنون در ایران انجام شده اند، به عوامل موثر در پیاده‌سازی الگوی سرمایه فکری به صورت عمومی پرداخته اند اما تا کنون عامل نوآوری، به عنوان یک پارامتر موثر در دنیای در حال تحول امروزی، در پژوهش‌های داخلی مورد توجه قرار نگرفته است. از اینرو در این پژوهش تلاش گردید تا مقوله‌های موثر در طراحی الگوی سرمایه فکری با در نظر گرفتن عامل نوآوری مورد شناسایی قرار گیرد.

برای تحقق این هدف، از طریق روش نمونه‌گیری گلوله برفی، ۱۲ نفر از خبرگان که دارای شرایط مورد نظر از جهت تخصص و تجربه در زمینه موضوع بودند، انتخاب و مصاحبه کیفی به صورت سئوالات باز و مشترک از آنها انجام شد. سپس داده‌ها، در هفت مرحله طبق رویکرد پدیدارشناسی توصیفی - کلاسی، آنالیز و درون مایه‌های اصلی استخراج، تفکیک و دسته بندی شدند. پس از اعتبار سنجی روایی و پایایی یافته‌ها که در پدیدار شناسی دارای اهمیت بالایی است، در نهایت مدل پیشنهادی سرمایه فکری از منظر نوآوری از دیدگاه خبرگان، ارایه گردید. این مدل شامل ۴ مضمون اصلی و ۳۶ فاکتور، به عنوان مولفه‌های موثر در پیاده‌سازی و اجرای سرمایه فکری از دیدگاه خبرگان، می‌باشد. چهار مضمون اصلی شامل سرمایه اجتماعی، سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی است که جمعاً ۳۶ مقوله به عنوان زیر مجموعه مضامین را در بر می‌گیرد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، مضمون اول در مدل پیشنهادی، یعنی سرمایه اجتماعی شامل ۹ مقوله عمده خصوصیات گروه، کارایی فردی، رفتار متقابل، هنجارهای اجتماعی، شبکه، اعتماد، با هم بودن، روابط اجتماعی و داوطلبانه می‌باشد. مقوله‌های تعیین شده با توجه به مضمون سرمایه اجتماعی که در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی‌های سازمان به عنوان مفهومی زیربنایی محسوب می‌شود، فرایند خلاقیت، نوآوری و یادگیری گروهی و مانند این‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از سوی دیگر تحقق آن را تسهیل می‌کند. چرا که نوآوری راهبردی نیازمند تلاش دسته جمعی همه افراد و واحدهای سازمان است و سرمایه اجتماعی در مدل پیشنهادی ارایه شده،

موفقیت بیشترکسب و کارها گردد. ضمن آنکه طراحی و ارابه مدل سرمایه فکری ملی و بومی، می‌تواند به عنوان الگوی اقتصاد سنجی و ابزار ارزش گذاری دارایی‌های نامشهود مطرح گردد.

در هر حال، موفقیت مدل پیشنهادی سرمایه فکری از منظر نوآوری، زمانی تضمین می‌شود که هدف و چشم انداز خاصی در سازمان شکل گیرد تا بلندپروازی و ارزش‌آفرینی ناشی از ایجاد نوآوری با مضامین سرمایه فکری، در یکدیگر عجین شوند و جزء بخش آشکاری از برنامه‌های استراتژیک سازمانی قرار گیرند. برای موفقیت بیشتر این مدل، مسلماً لازم است شرکت‌ها ملزومات پیاده سازی و اجرای مدل را متناسب با هدف و سازگار با چارچوب، قابلیت‌ها، فرهنگ و میزان خطرپذیری سازمان به کارگیرند. ضمن اینکه از آنجا که در عصر دیجیتال سرعت تحول بسیار زیاد شده است، بنابراین شرکت‌ها به منظور موفقیت مدل سرمایه فکری از منظر نوآوری باید همواره عوامل مختلف و متعددی که در هر برهه از زمان منطبق با شرایط و نیاز مشتریان اولویت می‌شود را شناسایی و در مدل مورد توجه قرار دهند. یافته‌های چن و همکاران (۲۰۰۸) و تیجیرو و همکاران (۲۰۱۲) نیز حکایت از تاثیر مثبت سرمایه‌های انسانی و ساختاری بر نوآوری در میان سرمایه گذاری‌های کلان با تکنولوژی بالا است و فرآیند نوآوری سازمانی در حد زیادی با الحاق سرمایه های انسانی به واقعیت های تولیدی، به نوبه خود، به‌وسیله ساختار سازمانی و روابط خارج سازمانی پشتیبانی می‌شود.

درخصوص ارابه مدل پیشنهادی سرمایه فکری از منظر نوآوری در ایران نیز که موضوع این مقاله بود، باید اذعان نمود که در هر کشور، شاخص‌ها و مولفه‌های دیگری نیز نظیر عوامل سیاسی، اقتصادی و نظایر آن در مدل‌های قبلی، ارابه شده، اما پرداختن به مدلی با محوریت عملکرد نوآورانه و بومی، موضوعی است که برای اولین بار در ایران در این مقاله مطرح گردیده و می‌تواند زمینه توسعه پژوهش‌های گسترده‌تر در این حوزه از منظر مفاهیم نوآورانه را فراهم می‌نماید.

ذینفعان و حتی افراد ناشناس با بکارگیری رویکرد نوآورانه است تا بتوان از طریق ایجاد زنجیره‌ای گسترده و تعاملی با کلیه افراد در تعامل درونی و بیرونی با سازمان، بتوان به تحقق اهداف مدل پیشنهادی دست یافت.

در نهایت بر اساس یافته‌های پژوهش، چهارمین مضمون اصلی مدل سرمایه فکری، سرمایه انسانی است که ۹ مقوله خلاقیت، وفاداری، رضایت کارکنان از شغل، رهبری، تیم کاری، تجربه، سطح تحصیلات، توانایی کارکنان برای رشد فردی، و توانایی‌های یادگیری کارکنان را در بر می‌گیرد. در این زمینه جهت تحقق اهداف مدل پیشنهادی با رویکرد نوآورانه، وجود رهبری نوآورانه و تکنولوژیک، داشتن روحیه ریسک‌پذیری برای سرمایه‌گذاری، گرایش به پذیرش و پیاده‌سازی فناوری‌های نوآورانه و پیشرو بودن در این حوزه ضروری است. از سوی دیگر داشتن افرادی که با نوع نگاه خاص شان به پدیده‌های اطراف، شیوه برخورد خاص و متمایزی در سیستم خلق نمایند، باعث می‌شود که خلاقیت ناشی از سرمایه انسانی، منجر به عملکرد نوآورانه در مدل پیشنهادی ارابه شده گردد. در هر صورت همه این مقوله‌ها، به عنوان مولفه‌های کلیدی سرمایه فکری هستند که باید از منظر نوآوری و شاخص‌های مرتبط با آن در ایران در نظر گرفته شوند. هر چند در مواردی تمایز بین مضامین اصلی و مولفه‌های تشکیل دهنده هر کدام، به دلیل نزدیکی مفهوم و کارکرد آن فاکتور، ممکن است دشوار باشد. اما با این وجود، از طریق بررسی فاکتورهای مشخص شده در مضامین اصلی سرمایه فکری، می‌توان مدلی یکپارچه در این حوزه در ایران ایجاد کرد.

هر چند باید اذعان کرد که پرداختن به مدل سرمایه فکری از منظر نوآوری و خلق آن برای بسیاری از شرکت‌هایی که به روال عادی امور را انجام می‌دهند، سخت است. ضمن اینکه مدل‌های مطرح شده تا کنون نیز تنها از منظر سرمایه فکری به تنهایی ارابه شده اند، اما از آنجا که سازمان‌هایی که بتوانند با آرمان‌گرایی خود این نوآوری را به مرحله اجرا برسانند، شانس بیشتری در سودآوری و حفظ مشتری دارند، لذا پرداختن به مدل پیشنهادی می‌تواند منجر به بهینه کردن امور سازمان‌ها و

³⁰ Phenomenology

³¹ Colaizzi

۸- منابع

- * بنی طالبی دهکردی، بهاره، (۱۴۰۰)، تبیین پویا شناسی سیستم‌ها در ساختار سیستم اطلاعات حسابداری از منظر دانش، فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۱۴، شماره ۴۸، صص ۱-۲۲.
- * بنی طالبی دهکردی، بهاره، غفوری نژاد، عبدالله، (۱۳۹۹)، تبیین بکارگیری استراتژی‌های نوآور در سیستم حسابداری مدیریت از منظر تئوری ناهماهنگی شناختی، فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۱۳، شماره ۴۶، صص ۱۳۷-۱۵۳.
- * حجازی، رضوان و علی پور، محمد (۱۳۹۵)، اهمیت اندازه‌گیری سرمایه فکری، فصلنامه پژوهش حسابداری، دوره ۵، شماره ۴، صص ۱-۱۷.
- * رعنائی کردشولی، حبیب اله، فرهنگیان بهروز، امینی محمود، (۱۳۹۵)، وضعیت سرمایه فکری در ایران و کشورهای منطقه در راستای چشم انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۱-۲۷.
- * عشقی، محمد، عشقی، حسن، (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر مولفه های سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان، فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره ۴، شماره ۵۰، صص ۳۳-۴۷.
- * نیک بخت، محمدرضا و کلهرنیا، حمید. (۱۳۹۸)، تدوین مدل گزارشگری سرمایه فکری در شرکتهای دانش بنیان ایرانی، دوفصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، سال ۴، شماره ۷، صص ۲۷۱-۳۰۱.
- * نیکومرام، هاشم، رهنمای رودپشتی، فریدون، همتی، هدی، (۱۳۹۲)، مقایسه عملکرد پرتفوی انتخابی بر اساس مدل‌های حسابداری سرمایه فکری با استفاده از مدل تحلیل شبکه با مدل‌های سنتی و نوین شبکه، فصلنامه حسابداری مدیریت، دوره ۶، شماره ۴ (پیاپی ۱۹)، صص ۷۰-۱۰۰.
- * Al Momani, K.M.K.; Nour, A.-N.I.; Jamaludin, N.; Abdullah, W.Z.W.(2021). The Relationship

و در نهایت، از آنجا که توجه به عملکرد نوآورانه در هر سازمانی برای دستیابی به مزایای رقابتی مانند کیفیت خدمات، کیفیت مدیریت استراتژی، خلاقیت و موارد دیگر ضروری می‌باشد، پیشنهاد می‌شود برای آنکه سازمان‌های امروزی بتوانند در پارادایم جدید سازمانی، به حیات خود ادامه دهند، نوآوری و ابزارهای آن را به عنوان یک استراتژی ضروری پیاده سازی و اجراء نمایند. از سوی دیگر، پیشنهاد می‌گردد مدیریت دانش در سازمان‌ها نیز که برگرفته از مضامین سرمایه فکری و تسهیل کننده ارتباطات و مراودات مورد نیاز در فرآیندهای نوآورانه است، به بازنگری ظرفیت‌های نوآوری سازمانی مبتنی بر فناوری بپردازد. همچنین پیشنهاد می‌گردد در مسیر پیاده سازی و اجرای الگوی سرمایه فکری منطبق بر نوآوری، به تفکر مدیریت و نیروی انسانی که ساس نوآوری به شمار می‌آیند و سازمان‌ها با توجه ویژه به این فاکتورها، می‌توانند به عملکرد بهتری دست یابند، توجه ویژه گردد.

یادداشت‌ها

- ¹ intellectual capital
- ² Swan & Clark
- ³ Innovation studies
- ⁴ Dahmén
- ⁵ Tavistock Institute
- ⁶ Pasmore
- ⁷ Trist
- ⁸ Shanic & Sena
- ⁹ Turnery Lawrence
- ¹⁰ Socio-technical systems
- ¹¹ Markard and Truffer
- ¹² Socio-technical regimes
- ¹³ Niche
- ¹⁴ Landscape
- ¹⁵ Geels
- ¹⁶ Rip and Kemp
- ¹⁷ Smith
- ¹⁸ Non-evolutionary theories
- ¹⁹ Suurs
- ²⁰ National System of Innovation
- ²¹ McKinsey & Company
- ²² Stage-Gate
- ²³ Innovation performance
- ²⁴ Direct Intellectual Capital Models(DIC)
- ²⁵ Market Capitalization Models(MCM)
- ²⁶ Return on Assets methods (ROA)
- ²⁷ Visualization Models (VIS)
- ²⁸ Halim
- ²⁹ Chen et at

- Between Intellectual Capital in the Fourth Industrial Revolution and Firm Performance in Jordan. In *The Fourth Industrial Revolution: Implementation of Artificial Intelligence for Growing Business Success*; Springer: Cham, Switzerland, pp. 71–97.
- * Ali, Mostafa A., Nazimah Hussin, Ibtihal A. Abed, Rafidah Othman, and Mohammed A. Mohammed. (2020). Analysis and Measurement of Human Capital Based on Multi-Criteria Decision-Making (MCDM) Technique. *Technology Reports of Kansai University* 62: 4799–825.
 - * Ali, Mostafa A., Nazimah Hussin, Ibtihal A. Abed, Rafidah Othman, and Nazahan Qahatan. (2020). Systematic Review of Intellectual Capital and Firm Performance. *Technology Reports of Kansai University* 62: 4199–216.
 - * Ali, Mostafa A., Nazimah Hussin, Hossam Haddad, Reem Al-Araj and Ibtihal A. Abed. (2021). Intellectual Capital and Innovation Performance: Systematic Literature Review, *Risks*, 9, 170.1-19.
 - * Awan, U.; Arnold, M.G.; Gölgeci, I. Enhancing green product and process innovation: Towards an integrative framework of knowledge acquisition and environmental investment. *Bus. Strateg. Environ.* 2021, 30, 1283–1295.
 - * Asiaei, Kaveh, Nick Bontis, Raziye Alizadeh, and Mehdi Yaghoubi. (2021). Green Intellectual Capital and Environmental Management Accounting: Natural Resource Orchestration in Favor of Environmental Performance. *Business Strategy and the Environment* 1–18.
 - * Bin Shaari, J.A.N.; bin Md Isa, A.H.; Khalique, M.(2018). Impact of intellectual capital on organizational performance of ICT SMEs in Penang, Malaysia. *Mark. Forces*, 13.
 - * Bontis, Nick, Massimo Ciambotti, Federica Palazzi, and Francesca Sgro. (2018). Intellectual Capital and Financial Performance in Social Cooperative Enterprises. *Journal of Intellectual Capital* 19: 712–31.
 - * Borenstein, M., L. V. Hedges, J. P. T. Higgins, and H. R. Rothstein. (2009). Prediction Intervals. In *Introduction to Meta-Analysis*. New York: Taylor & Francis, pp. 127–33.
 - * Cabrilo, S.; Dahms, S.(2018). How strategic knowledge management drives intellectual capital to superior innovation and market performance. *J. Knowl. Manag.*, 22, 621–648.
 - * Duodu, B.; Rowlinson, S .(2021). Intellectual Capital, Innovation, and Performance in Construction Contracting Firms. *J. Manag. Eng.* 37, 4020097.
 - * Ferreira, Jorge, Arnaldo Coelho, and Luiz Moutinho.(2020). Dynamic Capabilities, Creativity and Innovation Capability and Their Impact on Competitive Advantage and Firm Performance: The Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Technovation* 92:102061.
 - * Giuliani, Marco. (2016). Sensemaking, Sensegiving and Sensebreaking: The Case of Intellectual Capital Measurements. *Journal of Intellectual Capital* 17: 218–37.
 - * Jardon, C.M.; Martos, M.S. (2012). Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America. *J. Intellect. Cap*, 13, 462–481.
 - * Kamau, Daniel Mwangi, and Josphat Oluoch. (2016). Relationship between Financial Innovation and Commercial Bank Performance in Kenya. *International Journal of Social Sciences and Information Technology* 2: 34–47.
 - * Lenart-Gansiniec, R.(2016). Relational capital and open innovation–in search of interdependencies. *Procedia-Soc. Behav. Sci.*220, 236–242.
 - * Marlina, Evi, and Bambang Tjahjadi. (2019). Relationship between Management Accounting Innovations and Cost Performance in University. In *International Conference of CELSciTech -Social Sciences and Humanities Track (ICCELST-SS 2019)*. Amsterdam: Atlantis Press.
 - * Noordin, M.A. (2014).The Relationship between Intellectual Capital, Innovation Capability with Firm Age and Firm Performance. Doctoral Thesis, Universiti Utara Malaysia.
 - * Royae, R. and Dehkordi, B. (2013) Role of corporate governance in organization. *GSTF Business Review* 2(3): 84–89.
 - * Subramaniam, Mohan, and Mark A. Youndt. (2005). The Influence of Intellectual Capital on the Types of Innovative Capabilities. *Academy of Management Journal* 48: 450–63.
 - * Tastan, Seçil, and Seyed Mehdi Mousavi Davoudi.(2015). A Research on the Relevance of Intellectual Capital and Employee Job Performance as Measured with Distinct Constructs of In-Role and Extra-Role Behaviors. *Indian Journal of Science and Technology* 8:724–34.
 - * Tseng, Kuo An, Ching I. Lin, and SzuWei Yen.(2015). Contingencies of Intellectual Capitals and Financial Capital on Value

- Creation: Moderation of Business Cycles. *Journal of Intellectual Capital* 16: 156–73.
- * Uz' ienè, Lina. (2014). National Intellectual Capital as an Indicator of the Wealth of Nations: The Case of the Baltic States. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 156: 376–81. [CrossRef]
 - * Vaz, Caroline Rodrigues, Paulo Mauricio Selig, and Claudia Viviane Viegas. (2019). A Proposal of Intellectual Capital Maturity Model (ICMM) Evaluation. *Journal of Intellectual Capital* 20: 208–34.
 - * Wang, Chengqi, and Mario I. Kafouros. (2009). What Factors Determine Innovation Performance in Emerging Economies? Evidence from China. *International Business Review* 18: 606–16. [CrossRef]
 - * Wendra, W.; Sule, E.T.; Joeliaty, J.; Azis, Y.(2019). Exploring dynamic capabilities, intellectual capital and innovation performance relationship: Evidence from the garment manufacturing. *Bus. Theory Pract*, 20, 123–136
 - * Xu, J.; Shang, Y.; Yu,W.; Liu, F.; Han, Y.; & Li, D.; Singh, B.; Rao, M.K.; Xin, J.; Ansari, R.; et al.(2019). Intellectual Capital, Knowledge Sharing, and Innovation Performance: Evidence from the Chinese Construction Industry. *Res. J. Bus. Manag*, 20, 603–630.

A Conceptual Model of Intellectual Capital from the Perspective of Innovation

Abbas Rashidi¹
Bahareh Banitalebi Dehkordi^{2*}

Abstract

With regard to the transition of societies from the age of industry and information, the importance of intellectual capital in the world of business has increased as the fourth production factor, which, along with land, labor and financial capital, optimizes the incentives for the creation of intangible value. Therefore, it is necessary to pay attention to the issue of intellectual capital and the maximum use of human resources at the company's disposal according to the innovative approaches of the companies. The purpose of this article is to explain the theoretical concepts of intellectual capital and innovation along with conceptual models regarding intellectual capital and also to present the structural model of intellectual capital with the approach of promoting innovation from the perspective of experts through the phenomenological approach for the first time in Iran. This research is of the qualitative research type and its paradigm is of the interpretation type, in order to benefit from the experiences of the people involved in this subject area, the qualitative research method and the phenomenological approach have been used in it. The analysis of the research was also done using the 7-step collage technique. The research sample includes 12 intellectual capital experts in Iran who were selected through the snowball technique. According to the findings of the research, 36 main categories in the form of 4 major themes constitute the components of the proposed model of intellectual capital in Iran, which are group characteristics, social norms, technology, financial systems, customer relations, competitor relations, and company relations. With community, creativity, employees' job satisfaction and employees' learning abilities are among the most important main categories in the proposed model and companies can take effective steps towards the development of intellectual capital with an innovative approach by considering these categories.

Keywords: Intellectual Capital, Innovative Performance, Phenomenological Approach

¹ Ph.D Student of Accounting, Shahrekord Branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran

² Assistant of Department of Accounting, Shahrekord Branch, Islamic Azad University, Shahrekord, Iran (Corresponding Author, banitalebi57@yahoo.com)