

The study of the relationship between intellectual capital and organizational performance of the insurance industry

بررسی وضعیت سرمایه فکری و رابطه آن با عملکرد سازمانی در صنعت بیمه ایران

(مطالعه موردی: شرکت‌های بیمه اصفهان)

احمد رضا شکرچی زاده^۱، محمد جوانمردی^۲، پردیس علیزاده^۳

^۱ عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه یزد

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد

چکیده:

امروزه دنیای کسب و کار در صنعت بیمه، عرصه بر پای سازمان‌های دانش‌محور است. در چنین صنعتی، عواملی نظیر درآمد، سودآوری و دارایی‌های فیزیکی تنها بخش کوچکی از موفقیت سازمان را بازتاب کرده و ثروت واقعی سازمان‌ها، جذب و بهره‌برداری از نیروی انسانی متخصص و برتر، دانش و مهارت‌های این افراد، فرایندها و رویه‌های داخلی، فرهنگ درون سازمانی، شهرت و خوشنامی در نزد مشتریان و ذی‌نفعان، و به بیان دیگر دارایی‌های نامشهود و سرمایه‌های فکری است. اندازه‌گیری سرمایه فکری براساس رویکردی راهبردی از دارایی‌های نامشهود استوار است. اثر این دارایی‌ها بر میزان خلق ارزش و منفعتی که برای سازمان در پی دارد، سنجیده می‌شود.

باتوجه به اینکه در سال‌های اخیر به دنبال سیاست‌های خصوصی سازی در ایران، برخی از سازمان‌های بخش خدمات کشور (از جمله صنعت بیمه) به بخش خصوصی واگذار شده یا در حال واگذاری می‌باشند، بررسی و سنجش سرمایه فکری به عملکرد سازمانی در این بخش می‌تواند نتایج چنین سیاست‌هایی را نیز مورد ارزیابی قرار دهد. بنابراین هدف این مقاله، بررسی وضعیت سرمایه فکری و تأثیر آن روی عملکرد سازمانی و همچنین بررسی روابط متقابل بین مؤلفه‌های سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری) است.

پژوهش مذکور، توصیفی - تحلیلی که با روش پیمایشی و به صورت مقطعی (زمستان ۸۶ تا زمستان ۸۷) به مدت یک سال انجام یافته است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران ارشد شرکت‌های بیمه شهر اصفهان می‌باشد. فرضیه‌های مربوطه با آزمون‌های آمار استنباطی و به کارگیری نرم افزار SP.S.S تحلیل گردیده است.

نتایج این تحقیق حاکی از آن است که سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان از میزان متوسط بیشتر بوده و نیز ارتباط سرمایه فکری و مؤلفه‌های آن با عملکرد سازمانی مثبت و معنادار می‌باشد. همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های سرمایه فکری رابطه مثبت و معنادار حاکم است. در پایان نیز به منظور ارتقاء سرمایه فکری شرکت‌های بیمه پیشنهادهایی نیز ارائه گردید. کلمات کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه مشتری، سرمایه ساختاری، عملکرد سازمانی، شرکت‌های بیمه شهر اصفهان

از دهه ۱۹۷۰ با وقوع انقلاب فن‌آوری اطلاعات و پیشرفت سریع آن، الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است (Chen et al., 2004). طبق گفته لو^۱ نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت‌ها و سازمان‌ها، در دهه ۱۹۷۰، ۲ به ۱، در اواسط دهه ۱۹۹۰، ۳ به ۱ بود و در سال ۱۹۹۷ ارزش بازار از ۶ برابر ارزش دفتری بیشتر شد (Lev, 1997). این امر نشان‌دهنده اهمیت و ضرورت توجه به دارایی‌های نامشهود^۲ به عنوان یک مسأله مهم در کسب و کار می‌باشد (Sandra & Kaimenakis, 2007).

اکنون با توجه به شرایط رقابتی، دانش به عنوان با اهمیت‌ترین سرمایه، جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی شده است. لذا، هر شرکت می‌بایست برای حفظ بقا در بازار به منظور کسب دانش، تلاش مضاعف نماید (Chen et al., 2004). از طرف دیگر؛ کسب و کار دانش‌محور، نیازمند رویکردی است که دارایی‌های نامشهود سازمانی نظیر دانش و شایستگی‌های منابع انسانی، نوآوری، روابط با مشتری، فرهنگ سازمانی، رویه‌ها و ساختار سازمانی را در بر گیرد. در این راستا، مفهوم سرمایه فکری توجه محققان دانشگاهی و دست‌اندرکاران سازمانی را به خود جلب نموده است (Bontis, 1999). از دهه ۱۹۹۰ سرمایه فکری به عنوان محرک اصلی برای ایجاد ارزش در سازمان‌ها شناخته شده است (Rudez & Mihali, 2007).

محققان، علت توجه به سرمایه فکری را ناشی از دو عامل می‌دانند، یکی رقابت شدید و دیگری پیدایش فناوری اطلاعات^۳ که نمونه بازر آن اینترنت می‌باشد (Lev, 2001). به عبارت دیگر، امروزه سرمایه فکری به عنوان عامل اصلی ایجاد مزیت رقابتی پایدار است (Marr et al., 2002). اگر چه اکثر تحقیقات و مطالعات سرمایه فکری در صنایع و شرکت‌های با تکنولوژی برتر انجام شده است، اما هیچ سازمانی از برخورد و تماس آن رهایی نمی‌یابد (Rudez & Mihali, 2007). بر همین اساس، تصمیم گرفته شد تا این تحقیق در صنعت بیمه استان اصفهان شود. اما دلیل دیگر انتخاب صنعت بیمه، اهمیت و جایگاه آن می‌باشد.

نگاهی به افزایش سرمایه‌های بین‌المللی و نیز، توجه به گردش چرخ‌های اقتصادی نشان‌دهنده این واقعیت است که همگی متکی به تضمین‌های ناشی از بیمه^۴ هستند. اهمیت و ضرورت توجه به

^۱ - Lew

^۲ - Intangible Assets

^۳ - Information Technology

^۴ - Insurance

صنعت بیمه از بُعد اقتصادی را می‌توان با بیان نقش بیمه به عنوان یک مؤسسه سرمایه‌گذاری و کمک به روند رشد اقتصادی، توضیح داد؛ به‌طوریکه صنعت بیمه نا اطمینانی را کاهش داده و موجب امنیت شغلی، تداوم درآمد آتی، افزایش سطح رفاه زندگی، حفظ ثروت ملی، توسعه سرمایه‌گذاری‌ها و ایجاد اعتبار می‌شود (پیرائی و کاظمی، ۱۳۸۳).

اما، همان‌طوریکه مطرح شد، دارایی‌های نامشهود، منبع اصلی ایجاد مزیت رقابتی پایدار در کسب و کار می‌باشند؛ از طرف دیگر، شناسایی، اندازه‌گیری و کنترل این دارایی‌های نامشهود برای شرکت ضروری است تا بدین ترتیب، مدیریت اثربخش و کارایی سازمان نیز تضمین می‌شود (Garcia- Ayuso M, 2003). در حقیقت، اندازه‌گیری و ارزیابی سرمایه فکری، به منظور دستیابی شرکت به اهداف استراتژیک، به‌کارگیری و استفاده از منابع نامشهود در تحقیق و توسعه، ارائه اطلاعات مفید جهت تنظیم مجدد پروژه‌ها و نیز به منظور تصویب برنامه‌های آموزش شرکت، اقدامی ضروری و مفید می‌باشد. (Bontis, 2001). در این راستا، این پژوهش نیز در صدد بررسی وضعیت سرمایه فکری و ارتباط آن با عملکرد سازمانی در شرکت‌های بیمه شهرستان اصفهان می‌باشد.

چارچوب و مبانی نظری:

بونتیس (۱۹۹۸)، اولین مطالعه در زمینه بررسی تأثیر سرمایه فکری بر روی عملکرد را انجام داد. او در این تحقیق، جهت بررسی وضعیت سرمایه فکری و نیز عملکرد سازمانی، پرسشنامه‌ای طراحی نمود. این پرسشنامه بعداً مکرراً مورد استفاده محققین قرار گرفت و در حال حاضر نیز برای بررسی سرمایه فکری از آن به عنوان یک پرسشنامه استاندارد استفاده می‌شود. نتایج تحقیق بونتیس، حاکی از آن است که سرمایه انسانی، بر روی سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری تأثیر گذار است. از طرف دیگر، سرمایه مشتری، روی سرمایه ساختاری نیز اثر گذاشته و در نهایت؛ سرمایه‌های مشتری و ساختاری روی عملکرد، تأثیر می‌گذارند (Bontis, 1998).

پژوهش دیگری نیز به بررسی رابطه سرمایه فکری و عملکرد سازمانی در صنعت بانکداری پرداخت. نتایج این تحقیق دلالت بر این دارد که بین سرمایه فکری و عملکرد بانک‌ها رابطه‌ای قوی و معناداری وجود دارد (Reed, 2000).

به منظور بررسی روابط متقابل بین اجزای سرمایه فکری و همچنین تاثیر آن بر عملکرد کسب و کار، تحقیقی جامع در صنایع مالزی انجام گرفت. در این تحقیق، ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸) می‌باشد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که سرمایه انسانی تاثیر زیادی روی کسب و کار دارد و سرمایه مشتری روی سرمایه ساختاری تاثیر گذاشته و در نهایت؛ سرمایه ساختاری بر روی عملکرد کسب و کار تاثیر می‌گذارد (Bontis & Chong, 2000).

در تحقیق دیگری که توسط بونتیس و همکارانش در تعدادی از شرکت‌های مالزی انجام شد، نیز نتایج مشابهی مشاهده شد. در تحقیق مذکور، نیز از پرسشنامه استاندارد سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸) استفاده شد. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که شدت روابط بین زیر معیارها و مؤلفه‌های سرمایه فکری از یک صنعت به صنعت دیگر، متفاوت می‌باشد (Bontis et al., 2000).

بر اساس مطالعه ویدما (۲۰۰۳)، دارایی‌های انسانی با دارایی‌های سازمانی و رابطه‌ای بر فرایند ایجاد ارزش تاثیرگذارند. به اعتقاد وی، سرپرستان و مدیران در تعیین چنین روابط علت- معلولی دچار مشکل می‌شوند (Viedma, 2003).

همچنین، مطالعه‌ای جهت بررسی ارتباط سرمایه فکری و عملکرد شرکت‌های چند ملیتی در ایالت متحده امریکا انجام گردید. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که بین سرمایه فکری و عملکرد رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (Riahi-Belkaoui, 2003).

مطالعه‌ای توسط چن و همکارانش (۲۰۰۴) در چین انجام گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان داد که عناصر سرمایه فکری بر روی عملکرد تاثیر می‌گذارند. ضمناً، روابط معنی‌داری بین این عناصر نیز وجود دارد (Chen et al, 2004).

مجدداً، در ایالت متحده امریکا به منظور بررسی روابط سرمایه فکری و عملکرد سازمانی، تحقیق دیگری انجام شد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه مشتری روی سرمایه ساختاری اثر می‌گذارد. همچنین، سرمایه‌های انسانی، مشتری و ساختاری به طور مستقیم روی عملکرد سازمانی تاثیر می‌گذارند (Youndt & Sell, 2004).

پژوهشی دیگری نیز توسط وانگ و چانگ (۲۰۰۵) به منظور بررسی تاثیر عناصر سرمایه فکری بر روی عملکرد انجام گرفت. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که عناصر سرمایه فکری به طور مستقیم (به

جز سرمایه انسانی) بر روی عملکرد تاثیر دارند. آنان، همچنین، وجود رابطه علت- معلولی بین زیر معیارهای سرمایه فکری را نشان دادند (Wang & Chang, 2005).

علاوه بر این در تحقیقی دیگر، چن و همکارانش (۲۰۰۵) نشان دادند که سرمایه فکری اثر مثبتی بر روی ارزش بازار و عملکرد آتی مالی شرکت دارد (Chen et al, 2005).

شاید بتوان گفت که جدیدترین پژوهشی که به بررسی روابط متقابل اجزای سرمایه فکری و تاثیر آن روی عملکرد در صنعت بانکداری پرتقال انجام گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که اجزای سرمایه فکری روی عملکرد تاثیر دارد (Cabrita & Vaz, 2006). نتایج تنها مطالعه تحقیقاتی در صنعت خدمات ایران، نشانگر مناسب بودن شاخص‌های اندازه گیری اجزای عناصر سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری) و عملکرد سازمانی و نیز معناداری و پردازش مناسب الگوی تبیین شده نهایی در بخش مذکور است. (بیگی، تورج، ۸۶)

مفهوم و تعاریف سرمایه فکری (IC)

واژه سرمایه فکری^۱ توسط مچلپ (Machlup) در سال ۱۹۶۲ شکل گرفت. وی از این واژه به منظور تأکید بر اهمیت دانش^۲ به عنوان عامل اصلی رشد و توسعه استفاده نمود (Bontis, 2004). از طرف دیگر، مطالعات زیادی در زمینه سرمایه فکری انجام شده است اما تعریف پذیرفته شده و تعریف واحدی از سرمایه فکری وجود ندارد (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). علاوه بر این، دانشگاهیان و متخصصان تعاریف زیادی از سرمایه فکری ارائه کرده‌اند. وجه مشترک این تعاریف، این است که سرمایه فکری شامل اطلاعات خاص و سازمان یافته‌ای است که شرکت می‌تواند به منظور دسترسی به سودآوری و عملکرد مالی از آن استفاده نماید (Edvinsson & Sullivan, 1996).

مزایا و فواید سرمایه فکری عبارتند از ۱. ایجاد سودآوری برای شرکت ۲. ایجاد موقعیت استراتژیک برای شرکت که شامل افزایش سهم بازار، نوآوری و تکنولوژی منحصر بفرد، ایجاد استاندارد برای شرکت و همچنین به رسمیت شناساندن مارک تجاری ۳. افزایش شهرت سازمانی ۴. کاهش هزینه‌های شرکت ۵. افزایش وفاداری مشتریان ۶. بهبود بهره‌وری (Harrison & Sullivan, 2000). بنابراین با توجه به فواید مذکور، مدیران می‌بایست مؤلفه‌های سرمایه فکری را شناسایی نمایند و آن را به عنوان

^۱ - Intellectual Capital (IC)

^۲ - Knowledge

منبع اصلی و بنیادی مزیت رقابتی پایدار دانسته و همچنین سرمایه فکری را اساس موفقیت در کسب و کار جدید خود بدانند. به عبارت دیگر، آنها بایستی سرمایه فکری را محرک اصلی رشد و توسعه بدانند و اهمیت آن را در کسب و کار درک نمایند (Skoog, 2003).

شرکت بیمه اسکانديا- اولین جایی که سرمایه فکری در آن مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. سرمایه فکری به عنوان دانش، تجربه کاربردی، تکنولوژی سازمانی، روابط با مشتریان و مهارت‌های حرفه‌ای تعریف می‌شود. به طوریکه شرکت را برای رقابت در بازار آماده می‌کند (Edvinsson, 1997). همچنین، ایتامی از جمله کسانی است که در زمینه سرمایه فکری تألیفات زیادی داشته و در این حوزه نیز پیشگام می‌باشد، وی «سرمایه فکری» را به عنوان دارایی‌های نامشهود تعریف می‌کند که شامل تکنولوژی، اطلاعات درباره مشتریان، نام علامت تجاری، شهرت و فرهنگ شرکت می‌باشد که قدرت رقابتی شرکت را بالا می‌برد (Itami, 1987). بروکینگ، در مطالعه خود با این نتیجه رسید که سرمایه فکری، اصطلاحی است برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیرساختاری است. چنین ترکیبی سازمان را برای انجام وظایف و فعالیت‌هایش توانمند می‌سازد (Brooking, 1996).

روس و همکاران (۱۹۹۷) معتقدند سرمایه فکری: شامل همه فرایندها و دارایی‌هایی است که معمولاً در ترازنامه^۱ نشان داده نمی‌شوند و نیز شامل همه دارایی‌های ناملموسی است (مانند مارک-های تجاری، حق ثبت اختراع و بهره‌برداری از نام‌های تجاری) است؛ اما، در روش‌های حسابداری مدرن مد نظر قرار می‌گیرند. در واقع، سرمایه فکری عبارت از جمع دانش اعضاء سازمان و به-کارگیری آن دانش است (Roos & Roos, 1997).

استوارت، صاحب‌نظر معروف معتقد است؛ سرمایه فکری شامل دانش، اطلاعات، مالکیت فکری و تجربه به منظور ایجاد ارزش و یا ثروت‌آفرینی از آن می‌باشد. و نیز سرمایه فکری توانایی ذهنی جمعی یا دانش کلیدی به صورت یک مجموعه است (Stewart, 1997). همچنین، بونتیس که خود از نوابغ بزرگ در این رشته تجارب بسیار زیادی را کسب کرده است، در پژوهش‌های مختلفی که انجام داد به این نتیجه رسید که سرمایه فکری مجموعه‌ای از منابع نامشهود که به فرایند ایجاد ارزش در شرکت کمک می‌کند. بونتیس، سرمایه فکری را شامل نیروی انسانی و دانش سازمانی می‌داند که

¹ - Balanced Sheet

به ایجاد مزیت رقابتی پایدار یه شرکت کمک می کند (Bontis, 2000). پولیک نیز سرمایه فکری را شامل کارکنان، سازمان و قابلیت‌هایی که برای شرکت ارزش افزوده برای ایجاد می‌کند، می‌داند (Pulic, 2001). برخی از تعاریف دیگر سرمایه فکری در جدول ذیل آمده است:

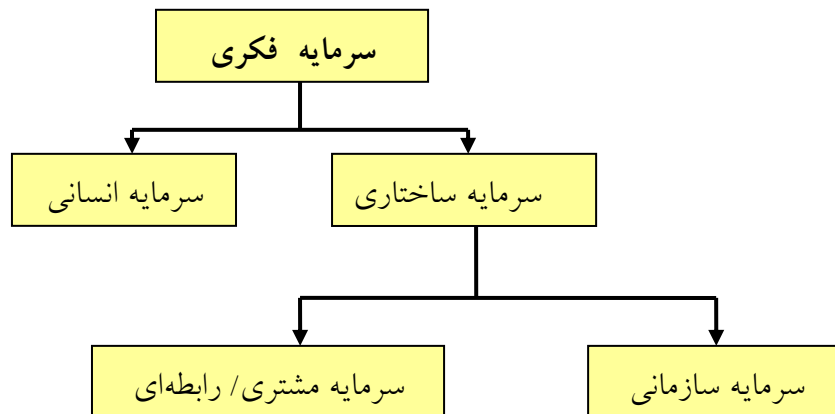
جدول (۱): برخی دیگر از تعاریف سرمایه فکری

تعریف سرمایه فکری	نویسنده/ محقق
- دارایی‌های نامشهود که اغلب در ترازنامه آورده نمی‌شود.	Edvinsson, L (1994)
- اختلاف بین ارزش دفتری و ارزش بازار	Brooking, A (1997)
- حاصل جمع کل دانش اعضای سازمان و دانش‌هایی از جمله مارک تجاری و نیز حق اختراع‌ها می‌باشد.	Roos, J. et al (1997)
- شامل دانش، اطلاعات، مالکیت فکری و تجربه می‌باشد که برای شرکت ایجاد ارزش می‌کند.	Stewart, T, A (1997)
- سرمایه فکری مجموعه‌ای از منابع نامشهود است. مفهومی که تمام منابع ناملموس و روابط داخلی آنها را طبقه بندی می‌کنند.	Bontis, N. (1999)
- می‌تواند به عنوان دارایی‌ها مانند (علائم تجاری) یا مهارت‌ها مانند (دانش فنی کارکنان) و فرهنگ سازمانی طبقه بندی شود.	Hall, R. (1992)
- دانشی که می‌تواند به ارزش تبدیل شود.	Edvinson, Land sullivang, P. (1996)
- ترکیبی از چهار بخش عمده شامل؛ دارایی‌های بازار، دارایی‌های انسان محور، دارایی‌های فکری و دارایی‌های زیرساختی	Brooking, A. (1996)
- منابع سودهای آینده (ارزش) که از طریق نوآوری، طراحی‌های منحصر به فرد سازمان و یا تجربیات نیروی انسانی تولید می‌شود.	Lev, B (2001)

عناصر و مؤلفه‌های سرمایه فکری

اگرچه دیدگاههای دانشگاهیان و متخصصان در خصوص عناصر سرمایه کاری متفاوت است اما، همانطوریکه خواهیم دید، همگی مفهومی مشترک ارائه می‌دهند. به عنوان مثال، بعضی از آنها، سرمایه فکری را کلاً به دو بخش تقسیم می‌کنند، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری (Edvinson and Sullivan, 1996). ساندرا و کیمناکیس برای سرمایه فکری ابعاد و کاربردهای وسیع‌تری در مدل خود مطرح می‌کنند که آنها را در شکل (۱) می‌توان مشاهده کرد (Sandra and Kaimenakis, 2007)

شکل (۱): عناصر سرمایه فکری



صاحب‌نظرانی که در حوزه سرمایه فکری سال‌ها مشغول مطالعه و تحقیق هستند مانند بونتیس، معتقدند که سرمایه فکری شامل سه مؤلفه اصلی یعنی سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری می‌باشد. این مدل مورد توافق اکثریت است (Bontis, 1998). بیگی (۸۶) در مطالعات خود به این نتیجه رسید که سرمایه فکری شامل سه مؤلفه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری می‌باشد. او با کنار گذاشتن شاخص‌های مشترک الگوها و تطبیق آنها با بخش خدمات کشور، اجزا و عناصر سرمایه فکری را زیرعنوان سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری معرفی می‌کند.

سرمایه انسانی

در ادبیات توسعه و در مقیاس کلان، مهارت‌های شناختی یک جامعه را سرمایه انسانی آن جامعه می‌گویند (کرامتی، محمدعلی، ۱۳۸۳). در صورتی که بعضی از محققان سرمایه انسانی را به عنوان شایستگی کارکنان، توانایی ایجاد روابط بین فردی و ارزش‌در صورتی که بعضی از محققان سرمایه

انسانی را به عنوان شایستگی کارکنان، توانایی ایجاد روابط بین فردی و ارزش در صورتی که بعضی از محققان سرمایه انسانی را به عنوان شایستگی کارکنان، توانایی ایجاد روابط بین فردی و ارزش؛ توصیف کرده‌اند (Edvin son and kaimenakis, 2007). بونتیس و همکارانش معتقدند که سرمایه انسانی نشان دهنده موجودی دانش افراد یک سازمان است (Bontis, crossan and Hulland, 2001). روس و همکارانش می‌گویند که کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و توانمندی فکری شان ایجاد می‌کنند (Roose and Roose, 1997). بروکینگ می‌گوید دارایی انسانی یک سازمان شامل مهارت‌ها، تخصص توانایی حل مسأله و سبک‌های رهبری است (Brooking, 1996).

و اما به اعتقاد بونتیس، ماهیت سرمایه انسانی ذاتاً و ماهیتاً فرار است (به عنوان مثال، کارکنان می‌توانند ناگهان سازمان را ترک کنند). بنابراین ضروری است که شرکت توانمندی‌ها و شایستگی‌های خود را بهبود بخشد تا از این طریق، وجود و استمرار افراد کارآمد و بالقوه در سازمان تقویت گردد. وجود چنین توانمندی‌هایی به کارکنان کمک می‌کند تا به عملکرد فکری برتری دست یابند که در نهایت عملکرد شرکت نیز ارتقا خواهد یافت (Bontis, 1998). بنابراین در اینجا می‌توان گفت سرمایه انسانی، ذخیره دانش سازمانی است که توسط کارکنان نمایش داده می‌شود.

سرمایه مشتری

روابطی که شرکت با مشتریان خود ایجاد می‌کند، مهم ترین بخش سرمایه رابطه‌ای می‌باشد که تحت عنوان سرمایه مشتری مطرح می‌شود (Mayo, 2001). این نوع سرمایه، نشان می‌دهد که توان و پتانسیل هر شرکت ناشی از دارایی‌های نامشهود بیرونی است. دارایی‌های مذکور شامل دانش مربوط به مشتریان، عرضه کنندگان، دولت و یا مؤسسات مرتبط با صنعت می‌باشند (Bontis, 2002). استوارت، معتقد است موضوع اصلی سرمایه مشتری، دانش موجود در کانال‌های بازاریابی و روابط با مشتریان قرار می‌گیرد. سرمایه مشتری نشان دهنده توانایی بالقوه یک سازمان به خاطر عوامل نامشهود بیرونی اش می‌باشد (Stewart, T, 1997). اما چن، می‌گوید که سرمایه مشتری به عنوان یک پل واسطه‌ای در فرآیند سرمایه فکری عمل می‌کند. عامل تعیین کننده و اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه عملکرد کسب و کار سازمان است. بدون سرمایه مشتری، ارزش بازار یا

عملکرد سازمان، قابل دسترسی نخواهد بود. در حقیقت، سرمایه مشتری به طور مستقیم بیشترین ارتباط با عملکرد شرکت را دارد (Chen 2004).

سرمایه ساختاری

ساندرا و کیمناکیس معتقدند که سرمایه ساختاری، زیر بنای شرکت بوده و شامل سرمایه سازمانی و سرمایه مشتری است (Sandra and Kaimenakis, 2007). در واقع سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می شود که در برگیرنده پایگاه های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل های اجرایی، فرآیندها، استراتژی ها، برنامه های اجرایی و به طور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی اش می باشد. به عبارت ساده تر سرمایه ساختاری عبارتست از؛ هر آنچه که در شرکت باقی می ماند پس از آنکه کارکنان به هنگام شب به خانه می روند. (Roose, G, 1997) and Roose, J. جن و همکارانش معتقدند که سرمایه ساختاری می تواند به کارکنان پشتیبانی برای تحقق عملکرد فکری بهینه و عملکرد کسب و کار سازمان کمک کند. در واقع، سرمایه ساختاری تابعی از سرمایه انسانی نیز می باشد. (Chen, J, Zhu, Z and Xie, H, 2004) به عبارت دیگر می توان چنین نتیجه گرفت که سرمایه ساختاری، شامل تمامی ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان است.

مطالعه مبانی و پیشینه تحقیق سرمایه فکری از آن نشان دارد که اکثر الگوها شامل سه مؤلفه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری می باشند. به عبارت دیگر، اجزا و عناصر سرمایه فکری را زیرعنوان سرمایه فکری، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری معرفی می گردد.

مفهوم و تعاریف عملکرد سازمانی^۱

عملکرد سازمانی بیانگر کارکرد مدیریت سازمان می باشد و مفهوم بااهمیتی در مدیریت استراتژیک بوده به نحویکه در زمان بررسی و آزمون استراتژی، مورد استفاده قرار می گیرد (Schendel & Hofer, 1979). براساس دیدگاه ونکاترامن و رامانجام^۲ (۱۹۸۶)، اثربخشی سازمانی مفهوم عملکرد سازمانی را نیز در بر دارد. طبق گفته نویسندگان مذکور، عملکرد سازمانی، زیر مجموعه ای از اثربخشی

¹ - Organizational Performance

² - Venkatraman and Ramanujam

سازمانی به شمار می‌رود. مفهوم عملکرد سازمانی، شاخص‌های مالی (مانند: رشد فروش، بازده سرمایه‌گذاری و بازده حقوق صاحبان سهام) را در بر می‌گیرد در حالی که مفهوم گسترده‌تر عملکرد سازمانی، شامل شاخص‌های غیر مالی می‌شود. بعضی از محققین می‌گویند؛ منظور از عملکرد سازمانی، کارایی است و درواقع اندازه‌گیری در سطح عملیاتی سازمان، همان کارایی است. (بیگی، تورج، ۸۶). امروز، تلاش می‌شود تا جهت ارزیابی عملکرد سازمان‌ها تنها بر زمینه خاص (نظیر زمینه مالی) تأکید نشود بلکه تمامی حیطه‌های عملکردی سازمان تحت پوشش قرار گیرد (قدرتیان و انواری رستمی، ۸۳). در محیط‌های کاملاً رقابتی، ضروری است تا مدیران با استفاده از فرآیند مدیریت عملکرد به هدایت صحیح امور در مسیر پیشرفت کار و در جهت اهداف و استراتژی‌های موردنظر سازمان به شیوه‌ای آگاهانه بپردازند. موفقیت در اجرای این فرآیند، به سنجش و ارزیابی‌های پیوسته و بهبود مداوم عملکرد سازمانی و اجزای کاری آن بستگی دارد. (لطف الله همدانی، محمدحسین، ۱۳۸۱).

عناصر و مؤلفه‌های عملکرد سازمانی

به منظور برخورداری از تصویر جامع از عملکرد سازمانی، به مجموعه متوازن از عناصر و مؤلفه‌ها (شاخص‌ها) نیاز است تا بتوان میان عوامل داخلی و خارجی، شاخص‌های پولی و شاخص‌های مرتبط با ظرفیت تحول و یادگیری سازمانی و سایر موارد مرتبط، توازن منطقی و معقول برقرار گردد (قدرتیان و انواری رستمی، ۸۳). واقعیت این است که طی قرن گذشته ضمن توسعه تئوری‌های مدیریت، تلاش زیادی برای توسعه ابزارهای مختلف مدیریتی به منظور بررسی، مطالعه و سنجش ابعاد گوناگون عملکرد سازمانی شده است (ابراهیمی باران، رسول، ۱۳۸۰). در خصوص طراحی و تعیین عناصر و مؤلفه‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، مطالعات متعددی انجام شده است. مهمترین بحث در رابطه با مؤلفه‌های مورد نظر مناسب بودن آنها با اهداف سازمانی، همسویی با استراتژی‌های سازمان، اعتبار در طول زمان، امکان بازخورد مناسب و دقیق می‌باشد. در همین راستا، مثلاً، گاروبین برای عملکرد سازمانی پنج معیار پیشنهاد داده است که عبارتند از؛ کیفیت، هزینه، تحویل به موقع، خدمات و انعطاف پذیری (جوانروح کیوی، سعید و سلمان زاده، سیما، ۱۳).

در نظر داشتن مؤلفه‌هایی از قبیل؛ کیفیت محصول، تحویل به موقع، قابلیت اعتماد و خدمات پس از فروش و بالاخره رضایت مشتری، تعیین کننده‌اند و توجه به آنها برای هر بنگاه کسب و کار حیاتی است و رمز موفقیت آنها به شمار می‌آید. سنجش سنتی که تنها بر پایه سود و زیان بنگاه بوده است هیچ توجهی به اندازه‌گیری این قبیل عوامل نمی‌کرد و لذا نمی‌توانست معیاری مناسب برای موفقیت یا عدم موفقیت بنگاه‌ها باشد. نداشتن معیارهای صحیح عملکرد در مدیریت به مثابه سفرکردن بدون نقشه است (سرمقاله، ۷۹). پیتراکر، محقق و دانشمند آمریکایی معیارهایی مانند، توان رقابتی شرکت در بازار، قدرت نوآوری، وضعیت نقدینگی و پول در گردش و توان سودبخشی شرکت در جهت هدایت عملکرد سازمانی مناسب می‌داند (رضایی نژاد، ۱۳۷۳). اما، سینک، عملکرد شرکت‌ها را تابعی از هفت معیار اثربخشی، کارایی، کیفیت بهره‌وری، کیفیت زندگی کاری، نوآوری و سوددهی یا قابلیت بودجه‌بندی را بیان می‌کند (گروه مؤلفان، ۱۳۸۰).

در دهه اخیر، تحقیقات وسیع، مهم و جامعی توسط تعدادی از صاحب‌نظران معروف مانند بونتیس در حوزه سرمایه‌فکری انجام یافته که مهمترین کار آنها تبیین مؤلفه‌های سرمایه‌فکری و معیارهای عملکرد سازمانی است (Bontic and others, 2000). امروزه اکثراً پژوهشگران حوزه مذکور از محورهای و نتایج این تحقیق مکرراً استفاده می‌نمایند.

در همین راستا، این مقاله از معیارها و شاخص‌های عملکرد سازمانی که توسط بونتیس و همکارانش تعیین شده مورد استفاده قرار می‌گیرد که شرح آنها را در جدول زیر می‌توان مشاهده کرد (Bontis, W. Kew, s, Richardson).

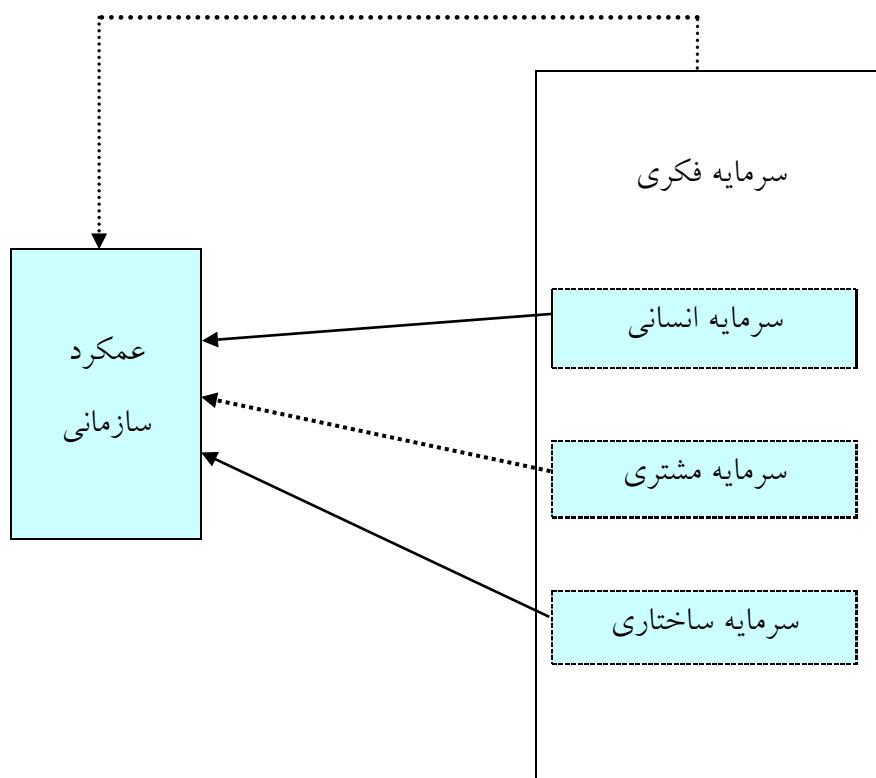
جدول (۱): شاخص‌های اندازه‌گیری عملکرد سازمانی (Bontis, W. Ch. Keow, S. Richardson, 2000)

شاخص‌ها و معیارهای عملکرد سازمانی	
۱. وضعیت شرکت از لحاظ رهبری صنعت	۶. بازده دارایی بعد از کسر مالیات
۲. دورنمای آینده شرکت	۷. بازده فروش بعد از کسر مالیات
۳. سود شرکت	۸. واکنش کلی شرکت نسبت به رقبا
۴. رشد سود شرکت	۹. نرخ موفقیت در ارائه خدمات و محصولات جدید
۵. رشد فروش شرکت	۱۰. عملکرد و موفقیت کلی کسب و کار شرکت

روش‌شناسی تحقیق

(۱) مدل مفهومی تحقیق

بر اساس مطالعات، مبانی نظری و تحقیقات انجام شده، مدل مفهومی این تحقیق به صورت زیر معرفی می‌گردد. ضمناً در این مدل، عناصر سرمایه فکری (شامل سرمایه انسانی، سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری) متغیرهای برونزا و عملکرد سازمانی متغیر درونزا در نظر گرفته می‌شوند.



شکل (۲): مدل مفهومی تحقیق

(۲) سؤالات پژوهشی

- وضعیت سرمایه فکری در شرکت‌های بیمه شهر اصفهان چگونه است؟
- آیا بین سرمایه فکری و عملکرد در شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؟

■ آیا بین اجزای سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؟

۳) فرضیات پژوهشی:

- فرضیه (۱): سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان از میزان متوسط بیشتر است.
- فرضیه (۲): بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- فرضیه (۳): بین سرمایه انسانی و عملکرد شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- فرضیه (۴): بین سرمایه مشتری و عملکرد شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- فرضیه (۵): بین سرمایه ساختاری و عملکرد شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- فرضیه (۶): بین عناصر و مولفه‌های سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

۴) روش تحقیق

در این مطالعه، روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و از نوع همبستگی است. از آنجایی که هدف محقق تعیین میزان رابطه تغییرات دو متغیر، سرمایه فکری و عملکرد شرکت است، بنابراین از روش آماری ضریب همبستگی استفاده شده است. این تحقیق با روش پیمایشی و از نظر زمانی مقطعی (زمستان ۸۶ تا زمستان ۸۷) به مدت یک سال و از نظر مکانی در شرکت‌های بیمه اصفهان انجام یافته است.

۵) روش گردآوری داده‌ها

روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای-میدانی می‌باشد. بنابراین، گردآوری داده‌های این پژوهش با بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی انجام شد. در ابتدا با صرف زمان طولانی، اطلاعات لازم و مناسب از

طریق مطالعه پروژه‌های تحقیقاتی، کتب و مقالاتی تحقیقاتی بسیار زیادی و غیره جمع‌آوری شد. در بخش میدانی، پرسشنامه استاندارد بونتیس (۱۹۹۸) توسط محقق به فارسی برگردانده شد. این پرسشنامه مشتمل بر دو قسمت و شامل ۶۳ سؤال است. قسمت اول آن مربوط به سرمایه فکری با ۵۳ سؤال در زمینه مؤلفه‌های سرمایه فکری است (سرمایه انسانی ۲۰ سؤال، سرمایه ساختاری ۱۶ سؤال و سرمایه مشتری ۱۷ سؤال). مقیاس اندازه‌گیری از نوع طیف لیکرت و هفت گزینه‌ای است. مؤلفه‌ها و شاخص‌های مذکور در جدول (۱) موجود است. ضمناً در قسمت دوم پرسشنامه مربوط به عملکرد سازمانی و مشتمل بر ۱۰ شاخص است. این شاخص‌های در جدول (۲) موجود است. علیهذا، همانطوریکه توضیح داده شد، در بخش میدانی این تحقیق، پرسشنامه‌های مربوطه توزیع و با زحمت زیاد جمع‌آوری گردید.

۶) روایی و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

از آنجائی که پرسشنامه‌های مذکور بارها مورد استفاده پژوهشگران در مطالعات گوناگون گردیده است، بنابراین روایی پرسشنامه‌های فوق الذکر خود به خود تأیید می‌گردد. برای تعیین پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، روش‌های مختلفی وجود دارد که در این تحقیق از آزمون آلفای کرانباخ استفاده شده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه مذکور، ضریب آلفای کرانباخ ۰/۸۷ برآورد شد که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه است.

۷) جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی شرکت‌های بیمه شهر اصفهان می‌باشد. طبق اطلاعاتی که محقق از دفاتر مرکزی شرکت‌های بیمه جمع‌آوری نموده، حجم جامعه آماری ۱۰۴ برآورد گردید. به منظور تعیین حجم نمونه مربوطه برای انجام پیش آزمون، ابتدا ۳۰ فقره پرسشنامه توزیع گردید و در نهایت با توجه به محاسبات انجام شده حجم نمونه آماری ۵۰ تعیین گردید. محاسبات زیر بیانگر تعیین تعداد حجم نمونه می‌باشند:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2}{\varepsilon^2 (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2} \Rightarrow n = \frac{104 \times (1/96)^2 \times 0.262^2}{0.05^2 (103) + (1/96)^2 \times 0.262^2} \approx 50$$

بنابراین، در مرحله نهایی، تعداد ۵۰ فقره پرسشنامه بین مدیران ارشد شرکت‌های بیمه توزیع که فقط ۳۶ پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری گردید (نرخ بازگشت ۷۲٪).

جدول (۱): مؤلفه‌ها و شاخص‌های ارزیابی سرمایه فکری (Bontis, W.Ch. Keow, S. Richardson, 2000)

مؤلفه‌های سرمایه فکری	شاخص‌ها و معیارهای ارزیابی سرمایه فکری
سرمایه انسانی	۱. شایستگی کارکنان در سطح ایده‌آل ۲. استقرار برنامه‌ریزی جانشینی منابع انسانی ۳. پیشرفت برنامه‌ریزان بر اساس جدول زمان-بندی ۴. همکاری کارکنان به صورت تیمی و کسب بازدهی ۵. برقراری و حفظ روابط بین گروه‌های کاری ۶. رشد مستمر سازمان براساس ایده‌های نو کارکنان ۷. ارتقاء مهارت‌های کارکنان به طور مستمر ۸. داشتن کارکنان خلاق و باهوش ۹. داشتن بهترین کارکنان در این صنعت ۱۰. رضایت کارکنان از سازمان
سرمایه مشتری	۱. رضایت مشتریان از شرکت ۲. کاهش زمان حل مسائل و مشکلات مشتریان ۳. افزایش مستمر سهم بازار شرکت ۴. داشتن بالاترین سهم بازار در صنعت ۵. تمجید و تحسین روابط بلندمدت با مشتریان ۶. ارائه خدمات دارای ارزش افزوده به مشتریان ۷. داشتن مشتریان وفادار در مقایسه با رقبا ۸. استقبال روزافزون مشتریان از شرکت ۹. بازارگرا بودن سازمان

سرمایه ساختاری	۱. داشتن کمترین هزینه در انجام معاملات در	۹. توسعه ایده‌ها و محصولات جدید در مقایسه با رقبا
	صنعت	۱۰. اثربخش بودن سازمان
	۲. کاهش مستمر هزینه‌ها با ازاء هر واحد	۱۱. دسترسی آسان به اطلاعات از طریق سیستم‌های اطلاع-رسانی
	درآمد	۱۲. سیستم‌های سازمانی تسهیل‌کننده نوآوری
	۳. افزایش سرانه درآمد به طور مستمر	۱۳. عدم وجود دیوان‌سالاری در سازمان
	۴. بالا بودن درآمد سرانه در صنعت	۱۴. وجود سارختار سازمانی به منظور جلوگیری از پراکندگی
	۵. کاهش مدت زمان انجام معاملات	۱۵. وجود فرهنگ و جو سازمانی حمایتی
	۶. پایین بودن مدت انجام معاملات در صنعت	۱۶. به اشتراک‌گذاری دانش بین کارکنان
	۷. به‌کارگیری بخش اعظمی از ایده‌های نو	از یکدیگر
	۸. حمایت سازمان از ایده‌های نو و محصولات	جدید

نتایج و یافته‌های پژوهش:

در این بخش، داده‌های گردآوری شده از دیدگاه آمار توصیفی و سپس با آزمون آماری مربوطه بررسی شد که جزئیات آن به شرح ذیل است.

فرضیه (۱): سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان از میزان متوسط بیشتر است.

برای آزمون این فرضیه از آزمون فرض استفاده می‌شود و طی ۴ مرحله به بررسی آن می‌پردازیم. لذا داریم:

مرحله ۱: تعریف فرض‌ها

H_0 : سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان از میزان متوسط کمتر و یا مساوی است

H_1 : سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان از میزان متوسط بیشتر است

از آنجایی که میزان متوسط سرمایه فکری برابر با ۴ (براساس طیف ۷ گزینه‌ای لیکرت) می‌باشد؛

بنابراین داریم:

$$H_0: \mu \leq 4$$

$$H_1: \mu > 4$$

مرحله ۲: تعیین آماره آزمون: چون حجم نمونه بزرگتر از ۳۰ می باشد، توزیع سرمایه فکری بر اساس قضیه حد مرکزی از تقریب نرمال برخوردار است و آماره آزمون آن عبارت است از:

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{S_{\bar{X}}}{\sqrt{36}}} = \frac{5/32 - 4}{0/68 / \sqrt{36}} = 11/65$$

مرحله ۳: مقدار بحرانی: آماره آزمون از نوع یک دنباله سمت راست می باشد. در سطح خطای ۱٪

$$Z_{\alpha} = Z_{0/01} = 2/327 \text{ مقدار بحرانی برابر است با :}$$

مرحله ۴: تصمیم گیری: پس از مقایسه آماره آزمون با مقدار بحرانی مشخص می شود که آماره آزمون در ناحیه H_0 قرار نمی گیرد؛ بنابراین فرض H_0 رد شده و فرض H_1 تأیید می شود؛ یعنی در سطح اطمینان ۹۹٪ می توان گفت که سرمایه فکری شرکت های بیمه شهر اصفهان بیشتر از میزان متوسط است. لذا فرضیه (۱) تأیید می شود.

آزمون فرضیه (۲): بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت های بیمه رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

نتایج حاصل از بررسی این فرضیه، توسط نرم افزار Spss13.0، حاکی از آن است که ضریب همبستگی پیرسن بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت های بیمه در سطح معناداری ۰/۰۱ برابر با ۰/۶۴۳ بوده و این رابطه مثبت و معناداری می باشد. بنابراین فرضیه (۲) تأیید می شود (جدول ۳).

جدول (۳): بررسی رابطه همبستگی بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت های بیمه

سطح معناداری	ضریب همبستگی	شاخص ها متغیرها
۰/۰۰	**۰/۶۴۳	سرمایه فکری و عملکرد

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است

فرضیه (۳): بین سرمایه انسانی و عملکرد شرکت‌های بیمه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های بدست آمده از بررسی فرضیه فوق نشان می‌دهد که بین سرمایه انسانی و عملکرد شرکت‌های بیمه در سطح معناداری ۰/۰۱ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و ضریب همبستگی پیرسن آنها برابر با ۰/۶۱۳ است. لذا این فرضیه تأیید می‌گردد (جدول ۴).

جدول (۴): بررسی رابطه همبستگی بین سرمایه انسانی و عملکرد شرکت‌های بیمه

شاخص‌ها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
متغیرها		
سرمایه انسانی و عملکرد	**۰/۶۱۳	۰/۰۰

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است

فرضیه (۴): بین سرمایه مشتری و عملکرد شرکت‌های بیمه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین خروجی نرم افزار مذکور نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین سرمایه مشتری و عملکرد شرکت‌های مورد مطالعه در سطح معناداری ۰/۰۱ برابر با ۰/۶۵۱ بوده و حکایت از تأیید فرضیه (۴) را دارد (جدول ۵).

جدول (۵): بررسی رابطه همبستگی بین سرمایه مشتری و عملکرد شرکت‌های بیمه

شاخص‌ها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
متغیرها		
سرمایه مشتری و عملکرد	**۰/۶۵۱	۰/۰۰

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است

فرضیه (۵): بین سرمایه ساختاری و عملکرد شرکت‌های بیمه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج حاصل از بررسی فرضیه (۵) نشان می‌دهد که بین ساختاری و عملکرد شرکت‌های بیمه رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد (جدول ۶).

جدول (۶): بررسی رابطه همبستگی بین سرمایه ساختاری و عملکرد شرکت‌های بیمه

شاخص‌ها متغیرها	ضریب همبستگی	
	سطح معناداری	
سرمایه ساختاری و عملکرد	**۰/۴۹۸	۰/۰۲

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است

فرضیه (۶): بین عناصر و مؤلفه‌های سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

یافته‌های بدست آمده از بررسی فرضیه (۶) حاکی از آن است که بین مؤلفه‌های سرمایه فکری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (جدول ۷).

جدول (۷): بررسی رابطه بین عناصر و مؤلفه‌های سرمایه فکری

شاخص‌ها متغیرها	ضریب همبستگی	
	سطح معناداری	
سرمایه انسانی و سرمایه مشتری	**۰/۷۳	۰/۰۰
سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری	**۰/۸۰	۰/۰۰
سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی	**۰/۷۴۱	۰/۰۰

** در سطح ۰/۰۱ معنادار است

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که سرمایه فکری شرکت‌های بیمه شهر اصفهان مطلوب بوده و از میزان متوسط بیشتر است. علاوه بر این، رابطه سرمایه فکری و مؤلفه‌های آن - سرمایه انسانی،

سرمایه مشتری و سرمایه ساختاری- با عملکرد سازمانی مثبت و معنادار است؛ بدین معنا که با افزایش سرمایه فکری و مولفه‌های آن می‌توان عملکرد سازمانی را بهبود و ارتقا داد. همچنین نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های سرمایه فکری رابطه مثبت و معنادار حاکم است و می‌توان با بهبود و سرمایه‌گذاری در یکی از مؤلفه‌های سرمایه فکری، اثر آن را در سایر مؤلفه مشاهده نمود و در نهایت، برای شرکت مزیت قابتی ایجاد و عملکرد سازمانی را نیز بهبود بخشید.

از یافته‌های تحقیق حاضر چنین استنباط می‌شود که به منظور افزایش میزان سرمایه فکری و نیز بهبود عملکرد سازمانی لازم است سیاست‌گذاران و متولیان امر، تدابیر و تمهیدات مناسب‌تری را اتخاذ نمایند.

همچنین می‌توان نتیجه گرفت که هر چه سرمایه فکری شرکت‌های بیمه بیشتر شود، عملکرد سازمانی آنها نیز بهبود خواهد یافت. لذا لازم است، مسئولان و متولیان صنعت بیمه با ایجاد محیط و شرایط مطلوب در این شرکت‌ها و نیز توجه به عوامل و شاخص‌های مؤثر در افزایش سرمایه فکری، عملکرد سازمانی شرکت خود را بهبود بخشند تا از این طریق بتوانند در اقتصاد دانش‌محور و محیط شدید رقابتی از رقبای پیشی گرفته و در نهایت، به مزیت رقابتی پایدار دست یابند.

در پایان، به منظور افزایش صحت و غنای پژوهش و توان گسترش یافته‌ها به سایر شرکت‌ها و مؤسسات، پیشنهاد می‌شود عوامل و شاخص‌های سرمایه فکری در پژوهشی ملی در کشور انجام گیرد.

منابع و مأخذ:

۱. پیرائی، خسرو و کاظمی، حسین. (۱۳۸۳). اندازه‌گیری کارایی فنی شرکت‌های بیمه در ایران بر اساس برآورد تابع مرزی تصادفی. فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، شماره ۱۸، ۱۷۸-۱۵۷.

2. B. Marr, G. Schiuma, A. Neely. (2002). Assessing strategic Knowledge assets in e-business. International Journal of Business Performance Management, 4(4), 279-295.
3. Bhartesh K. R., Bandyopadhyay A. K. (2005). Intellectual Capital: Concept and its Measurement. Finance India, 4, 1365-1375.
4. Bontis, N. (1997). Intellectual Capital Questionnaire, Institute for Intellectual Capital Research Inc., Hamilton, Canada.

5. Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision* 36(2), 63-76.
6. Bontis, N. (1999). Managing organizational Knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field. *International Journal of technology Management*, 18(5), 433-462.
7. Bontis, N. (2000). Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. available at: www.business.mcmaster.ca
8. Bontis, N. (2001), Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 41-60.
9. Bontis, N., Crossan, M. and Hulland, j. (2002). Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows. *Journal of Management Studies*, 39(4), 437-466.
10. Bontis, N. W. Keow, W. Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
11. Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital: core asset for the third millennium enterprise*. New York: Thomas Business Press.
12. Cabrita, M and Vaz, J. (2006). Intellectual Capital and Value Creation: Evidence from the Portuguese Banking Industry. *Journal of Knowledge Management*. 4(1), 11-20.
13. Chen, J., Cheng, S.J. and Hwang, Y. (2005). An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-76.
14. Chen J., Zhu Z., Yuan Xie H. (2004). Measuring Intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual Capital*. 5(1), 195-212
15. Edvinsson, L. (2002). *Corporate Longitude*. Book House Publishing, Harlow.
16. Edvinsson, L. and Malone, M.S. (1997), *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*, Harper Business Press, New York, NY.
17. Edvinsson, L. and Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital, *European Management Journal*, 14(2), 356-64.
18. Garcia-Ayuso M. (2003). Intangibles: Lessons from the past and a look into the future. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4): 597-604.
19. Harrison S & Sullivan Sr. PH. (2000). Profiting from intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1): 33-46.

20. Itami, H. (1987). *Mobilizing Invisible Assets*, Harvard University Press, London.
21. K.Y. Wong, E. Aspinwall. (2006). Development of a knowledge management initiative and system: a case study. *Expert Systems with Applications*, 30, 633–641.
22. Lev, B. (1997). The old rules no longer apply. *Forbes*, 7 April.
23. Lev, B. (2001). *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. Brookings Institution Press, Washington, DC.
24. Mayo, A. (2001). *The Human Value of the Enterprise: Valuing People as Assets: Monitoring, Measuring, Managing*, Nicholas Brealey Publishing, London
25. O’Keefe. (2001). Building intellectual capital in the supply chain: the role of ecommerce. *Supply Chain Management: An International Journal*, 6(4), 148-151.
26. P.E.D. Love, F. Edum-Fotwe, Z. Irani. (2003). Management of knowledge in project environments. *International Journal of Project Management*, 21,155–156.
27. Pulic, A. (2001). Value creation efficiency analysis of Croatian banks 1996-2000, available online at www.vaic-on
28. Reed, K. (2000). *The Dynamics of Intellectual Capital*, Connecticut, United States of America. University of Connecticut (Ph.D. – unpublished).
29. Riahi-Belkaoui, A.(2003). Intellectual capital and firm performance of US multinational firms, *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215–226.
30. Roos, G.; Roos, J. (1997). Measuring your company’s intellectual performance. *Long Range Planning*, 30(3), 413-426.
31. Roos, J.; Roos, G., (1997b). Dragonetti, N.C. and Edvinsson, L. *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*, Macmillan, Houndmills, Basingstoke.
32. Rudez H. N., Mihali N. (2007). Intellectual capital in the hotel industry: A case study from Slovenia. *Hospitality Management*, 26, 188–199.
33. Saint-Onge. H. (1996). Tacit knowledge: the key to strategic alignment of intellectual capital. *Strategy and Leadership*, 24(2), 10-14.
34. Sandra C., N. Kaimenakis. (2007). Intellectual capital and corporate performance in knowledge-intensive SMEs. *The Learning Organization*, 14(3), 241-262.
35. Schendel, D.E. and Hofer, C.W. (1979). *Strategic management: A new view of business policy and planning*, Little, Brown, Boston.

36. Seetharaman, K.L.T. Low, A.S. Saravanan. (2004). Comparative justification on intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (4), 522–539.
37. Skoog M. (2003). Visualizing value creation through the management control of intangibles. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 487-504.
38. Stewart, T. (1997), *Intellectual capital: The new wealth of organizations*. available at: <http://members.aol.com>
39. Sullivan, P.H. (2000). *Value-driven Intellectual Capital: how to convert intangible corporate assets into market value*. New York: John Wiley.
40. Sveiby, K-E. (1997). *The new organizational wealth*. San Francisco: Berrett-Koehler.
41. Venkatraman, N. and Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategic research: A comparison of approaches, *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
42. Viedma, J.M. (2003), In search of an intellectual capital general theory. *Electronic Journal on Knowledge Management*, 1(2), 213-26.
43. Wang, W.Y. and Chang, C. (2005), Intellectual capital and performance in causal models: evidence from the information technology industry in Taiwan. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 222-36.
44. Westphalen, S. (1999). Reporting on human capital: objectives and trends, paper presented at the International Symposium Measuring Reporting Intellectual Capital: Experiences, Issues, and Prospects, OECD, Amsterdam, June.
45. Wiig, K.M. (1997). Integrating Intellectual Capital and Knowledge Management. *Long Range Planning*, 30(3), 399-405.
46. Youndt, M. A., Sell. (2004). Human Resource Configurations, Intellectual Capital, and Organizational Performance. *Journal of Managerial Issues*, 3, 337-360.
47. Hall, R. (1992) "The strategic analysis of intangible resources" , *strategic management journal*, Vol.13, No. 2.
48. Edvinsson, L. and Sullivan, P.(1996), " Developing a Model for managing Intellectual capital", *European Management Journal*, Vol , 14, No 4. PP. 356-64.
49. Brooking, A.(1996), *Intellectual capital: core Assets for the Third Millenium*. Enterprise, London, Thomson Business press.
50. Lev, B. (2001), *Intangibles : Management, Measurement, and reporting*. The Brookings Institution, Washinton, DC.

- ۱- بیگی، تورج (۱۳۸۶) بررسی تطبیقی اثرات سرمایه فکری بر عملکرد سازمانی صنعت بانکداری ایران در دو بخش دولتی و خصوصی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات، دانشگاه بوعلی همدان.
- ۲- لطف الله همدانی، محمدحسین (۱۳۸۱) معیارهای سنجش موفقیت یک سازمان، تدبیر، شماره ۱۲۱، اردیبهشت ۱۳۸۱ ص ۶۳
- ۳- ابراهیمی باران، رسول (۱۳۸۱) تحقیق درباره ابزارهای مدیریتی در سال ۲۰۰۰، تدبیر، شماره ۱۱۹، دی ۱۳۸۰. ص ۶۴
- ۴- سردبیر، (۱۳۷۹) معیارهای اندازه‌گیری عملکرد، نشریه مدیریت و توسعه شماره ۵
- ۵- جوانروح کیوی، سعید و سلمان زاده، سیما (۱۳۸۲) طراحی سیستم ارزیابی عملکرد سازندگان قطعات در زنجیره تأمین قطعات خودرو (مورد: شرکت سایکو) پایان نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی.
- ۶- قدرتیان کاشان، سید عبدالجبار و انواری رستمی، علی اصغر (۱۳۸۳) طراحی مدل جامع ارزیابی عملکرد و رتبه بندی شرکت‌ها، نشریه مدرس علوم انسانی، شماره پیاپی ۳۶، ۱۳۸۳.
- ۷- رضایی نژاد، عبدالرضا (۱۳۷۲) مدیریت آینده، ترجمه، موسسه خدمات فرهنگی رسا، چاپ اول
- ۸- گروه مؤلفان (۱۳۸۰) مدیریت بهره‌وری و کیفیت، ترجمه، کارآفرینان بصیر، چاپ اول
- ۹- کرامتی، محمدعلی، (۱۳۸۳) نقش سرمایه انسانی و هوش در توسعه اقتصادی آسیا، نشریه سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۲۵-۲۲۶.