

طراحی مدل سنجش سرمایه فکری در شرکت‌های تولیدی استان تهران

سیدجلیل قمری^۱، رضا محمدی تبار^۲، ابوالفضل رضانی^۳

^۱ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ایران

^۳ استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران

چکیده

در دنیای اقتصادی امروز، سرمایه فکری به عنوان یکی از دارایی‌های اساسی شرکت‌ها شناخته می‌شود که تأثیر بسزایی بر ارزش و عملکرد آن‌ها دارد. ارزش‌گذاری و مدیریت صحیح این دارایی حیاتی برای پایداری و رشد شرکت‌های تولیدی است. این مقاله به طراحی یک مدل سنجش سرمایه فکری در شرکت‌های تولیدی استان تهران می‌پردازد. در این مطالعه، از روش ترکیبی کمی و کیفی برای طراحی مدل سنجش سرمایه فکری استفاده شده است. ابتدا، با استفاده از روش‌های کیفی از طریق بررسی ادبیات، مصاحبه‌ها و گفتگوهای عمیق با مدیران و کارشناسان شرکت‌ها، اطلاعات تکمیلی و ارزشمندی به دست آمده است. سپس، با استفاده از روش‌های کمی از جمله پرسشنامه محقق ساخته (براساس سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) اطلاعات مورد نیاز از شرکت‌های تولیدی جمع‌آوری شده و تحلیل‌های آماری انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه شرکت‌های تولیدی استان تهران بوده که با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی با روش کوکران حجم نمونه‌ای برابر ۴۰۰ شرکت انتخاب شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که طراحی مدل سنجش سرمایه فکری در شرکت‌های تولیدی از اهمیت بالایی برخوردار است و می‌تواند به بهبود عملکرد و ارزش شرکت‌ها کمک کند. عوامل مختلفی از جمله منابع انسانی، فناوری، روابط با مشتریان و فرآیندهای نوآورانه به عنوان اجزای اساسی سرمایه فکری شناسایی شده‌اند. یافته‌های الگوی پیشنهادی نشان داد که ۳ مقوله، ۹ مولفه و ۶۰ مضمون مفهومی در این پژوهش وجود دارد. همچنین، ضرورت طراحی و ارتقاء مدل‌های سنجش سرمایه فکری در شرکت‌های تولیدی برای بهبود عملکرد و افزایش ارزش شرکت‌ها مورد تأکید قرار می‌گیرد. این مدل‌ها می‌توانند به شرکت‌ها کمک کنند تا بهترین استفاده را از دارایی‌های نامشهود خود ببرند و رقابت‌پذیری خود را افزایش دهند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای، شرکت‌های تولیدی