



## نقش سرمایه فکری در ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی:

### یک پژوهش کیفی

معصومه محمدآبادی

دانشجوی دوره دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، ایران

کیومرث نیاز آذری (مسئول مکاتبات)

استاد گروه مدیریت آموزشی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

[K.niazazari@gmail.com](mailto:K.niazazari@gmail.com)

نگین جباری

استادیار گروه مدیریت آموزشی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی گرگان، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۵/۲۲

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۴/۲۶

### چکیده

زمینه: آینده پژوهی؛ دانش تحلیل، طراحی و برپایی هوشمندانه آینده است، تلاشی که با تجزیه و تحلیل منابع و الگوها به تجسم آینده و برنامه ریزی برای آن می پردازد. مهمترین کارکرد آینده پژوهی ایجاد تصویری از آینده برای بهبود آن است. شرکت‌های دانش بنیان به عنوان، ملموس ترین روش تجاری سازیِ نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان، نیازمند مفهومی برای ایجاد تصویری از آینده برای بهبود آن و تقویت عملکرد می باشند. هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی صورت گرفته است. روش: روش پژوهش از نوع کیفی می باشد. برای بررسی عمیق مفاهیم مورد نظر از روش مطالعه اسنادی و بررسی مبانی نظری و همچنین مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد. مشارکت کنندگان ۱۵ نفر از متخصصان و خبرگان مطرح در شرکت‌های دانش بنیان خراسان شمالی در سال ۹۷ بودند که با استفاده از شیوه نمونه گیری هدفمند و روش گلوله برفی تا مرز اشباع نظری انتخاب شدند. برای بررسی صحت یافته‌ها از روش بررسی توسط اعضا استفاده شد. برای تعیین پایایی، از روش پایایی بین دوکد گذار استفاده شد. در تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوای استقرایی (تکنیک ۶ مرحله‌ای آرباخ و سیلورستاین) استفاده شد. یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد با رویکرد آینده پژوهی تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان در دو بعد اثرات درون سازمانی شامل (نوآوری و ارزش آفرینی، تیم سازی و تمرکز زدایی، یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، رهبری تحول آفرین، شایسته سالاری و پذیرش فناوری) و اثرات برون سازمانی (شبکه سازی، مشتری مداری و بازارگرایی، برندینگ و بین المللی سازی) مطرح می شوند. نتیجه گیری: این مدل می تواند در تصمیمات بهبود عملکرد هر شرکتی به تناسب استراتژی و فرهنگ عمومی شرکت مورد استفاده قرار گیرد.

**واژه های کلیدی:** سرمایه فکری، ارتقای عملکرد، شرکت های دانش بنیان، رویکرد آینده پژوهی

## مقدمه

امروزه اقتصاد پر رونق و پر رقابت جهان بر پایه علوم و فناوری شکل گرفته است. در این میان شرکت های دانش بنیان با سودهای کلان و ارزش افزوده بالای حاصل از محصولات و خدمات، پا به عرصه وجود گذاشتند، شرکت ها و سازمان هایی که شالوده اصلی آنها مبتنی بر دانش و استفاده از ایده ها، خلاقیت و نوآوری است. از این رو در سطح جهان شاهد اتخاذ راهبردهای گوناگونی برای افزایش اثر بخشی فعالیت های علمی و فناوری، ارتقای عملکرد و انتقال دستاوردهای آن به صنعت و بازار هستیم (اسکات، ۲۰۱۵). در اقتصاد امروز، آنچه برای همه شرکت ها ضروری به نظر می رسد، برقراری ارتباط موفقیت آمیز دانش با بازار در راستای حفظ رقابت است. در اقتصادهای مدرن دانش بنیان، رقابت پذیری یک منبع اصلی به شمار می رود (گونوان<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). در چنین اقتصاد رقابتی، شرکت هایی موفق اند که با بهره گیری از سرمایه های فکری بتوانند محصولی با توان رقابتی بالا به بازار عرضه کنند. شرکت های دانش بنیان<sup>۳</sup>، موتور محرک اقتصاد دانش بنیان، بوده و تاثیر عمده ای در تحقق اهداف علمی، اقتصادی و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوری های برتر دارند (اندرسون<sup>۴</sup>- و همکاران، ۲۰۱۷). این واقعیت صاحب نظران حوزه کسب و کار را به مفهوم سرمایه فکری به عنوان عامل اصلی و موثر در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی در این شرکت ها وادار کرده بطوریکه سرمایه فکری را زیر بنای ارتقای عملکرد دانسته اند. شرکت ها با سرمایه فکری نیرومند، قادر به دسترسی سریع با زمان بندی مناسب به مجموعه متنوعی از اطلاعات به منظور ارتقای عملکرد می باشند. از دیدگاه استراتژیک، سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی مورد استفاده واقع می شود. سرمایه فکری متشکل از دانش و مهارتهای مفید و به عبارتی شامل تمام منابع دانش محوری است که برای سازمان ارزش تولید می کند (چن<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). در دهه های اخیر، شرکت های دانش بنیان به عنوان یکی از مهم ترین بنگاه های علم و پژوهش نقش بسیار مهم و حیاتی در رشد و توسعه

علوم، فناوری و ارتباطات ایفا نموده اند. این شرکت ها با توجه به وضعیت خاص خود رسالت سنگینی دارند. در وضعیت کنونی جهان، که تغییرات در همه زمینه ها به سرعت انجام می شود، داشتن رویکرد آینده پژوهی جهت ارتقای عملکرد ضروری به حساب آمده و سازماندهی فعالیت های علمی برای پیش بینی عملکرد آینده این شرکت ها انکار ناپذیر است (گواهی، ۱۳۹۵). آینده پژوهی می تواند به موشکافی ابعاد پرداخته و راهکارهای ممکن را مورد بررسی قرار دهد (کامویکا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۳). مطالعات آینده از آنجا که فرصتی ساختار یافته برای نگاه به آینده و بررسی نقش عوامل موثر در شکل گیری آینده را فراهم می نماید، امکان ایجاد چشم انداز مطلوب را برای تصمیم گیران و مدیران شرکت های دانش بنیان به وجود آورده و از طریق شناسایی و ایجاد ظرفیت ها و توانمندی های جدید، امکان بهره گیری از سرمایه فکری را جهت ارتقای عملکرد در زمان آینده میسر می سازد. ضمن اینکه با این رویکرد، مشکلات و نارسایی های ناشی از عدم توجه به سرمایه فکری و شرایط آینده عملکرد شرکت ها قابل احصاء و رفع آنها امکان پذیر خواهد بود. رویکرد آینده پژوهی در شرکت های دانش بنیان، می تواند به تشخیص حوزه های جدید تحقیق، کاربرد مناسب تحقیقات موجود، ایجاد شراکت ها و شبکه های جدید منجر شود و در عرصه تجاری سازی، موجبات کاهش ریسک و تصمیم گیری برای سرمایه گذاری بهتر را فراهم آورد (شرت<sup>۷</sup>-، ۲۰۱۰). پژوهش های کمی و کیفی مختلفی در ایران و سایر کشورها به بررسی سیاست ها و برنامه های اجرایی که بر عملکرد شرکت های دانش بنیان اثرگذار است پرداخته اند. این عوامل را بطور کلی می توان شامل عوامل زمینه ای، مالی، بازاری، مشاوره ای بین المللی، زیر ساخت های فیزیکی، جغرافیایی، فرهنگی و محیطی و... می شود. از جمله اینکه سزارنتزکی<sup>۸</sup> و همکارانش در سال ۲۰۱۶، استخدام و به کارگیری مخترعان و استادان دانشگاهی علاقمند به کار آفرینی و فعالیت های دانش بنیان را عامل موثر بر عملکرد بیان کرده اند. بیگلاردی و همکارانش<sup>۹</sup> در ۲۰۱۶ به کارگیری سیاست هایی در

راستای حمایت از تجاری سازی نتایج دانشگاهی از سوی دولت را از عوامل موثر بر عملکرد ذکر کرده اند. آقای کیدالو و سیندر<sup>۱۰</sup> در ۲۰۱۱ به کارگیری استراتژی هایی در ارائه تسهیلات به خریداران محصولات دانش بنیان را موثر بر عملکرد می دانند. زانگ<sup>۱۱</sup> در سال ۲۰۰۹ با بررسی هایی که انجام داده استخدام استادان دانشگاهی و کارآفرینان آکادمیک تمام وقت را عامل موفقیت عملکرد این شرکت ها بیان کرده است. آلدريج<sup>۱۲</sup> ۲۰۱۵ تخصیص سرمایه و بودجه برای پرورش نیروی انسانی و اعضای هیات علمی با کیفیت و با تجربه را موثر بر عملکرد می داند. این در حالیست که پژوهش های اندکی در زمینه نقش عواملی چون دارایی های نامشهود و ناملموسی مثل سرمایه فکری در ارتقای عملکرد انجام گرفته است. در صورتی که مطالعات پژوهشگر نشان می دهد که کسب مزیت رقابتی و عملکرد برتر نتیجه کسب، نگهداری و استفاده از دارایی های راهبردی از جمله سرمایه فکری می باشد که باعث ایجاد مزیت رقابتی و دستیابی به عملکرد قوی و موثر می شود. سازمان هایی در اقتصاد مبتنی بر دانش، قوی عمل می کنند که بتوانند در فرصت های حاصل از دارایی های نامشهود سرمایه گذاری کنند. به توجه به اهمیت نقش شرکت های دانش بنیان در تحقق سند چشم انداز بیست ساله کشور، تدوین چشم انداز سرمایه فکری در شرکت های دانش بنیان ضرورت دارد تا بتوانیم وضعیت مطلوب را معماری کرده و با گام برداشتن در راستای اهداف راهبردی سازمان به وضعیت مورد انتظار در مولفه های سرمایه فکری جهت بهره برداری از آن برای ارتقای عملکرد دست یابیم و نکته قابل توجه اینکه در طراحی مدل و روش در پژوهش های مبتنی بر آینده، شرایط و ویژگی های بومی، اهمیت ویژه ای دارند از سوی دیگر، سرمایه فکری و تاثیر آن بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان موضوعی جدید، پرکاربرد و همچنین مورد توجه از سوی مدیران این شرکت ها می باشد، با توجه به بررسی های انجام گرفته، مطالعه ای راجع به تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد با رویکرد آینده پژوهی، بصورت اکتشافی، یافت نشد. و کلیه پژوهشگران از

مولفه های شناسایی شده قبلی به صورت روش کمی جامعه آماری مورد نظر را، ارزیابی کرده اند. آنچه پژوهش حاضر را نسبت به سایر تحقیقات متمایز می کند اکتشافی بودن روش با هدف یافتن مولفه های سرمایه فکری با تاکید بر آینده پژوهی برای ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان می باشد که این امر برای مسولان، مدیران و سیاستگذاران شرکت های دانش بنیان می تواند موثر باشد. لذا پژوهشگر درصدد است این مطالعه با در نظر گرفتن رویکرد آینده پژوهی، تلاشی باشد در مسیر تبیین تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان و امیدوار است که این پژوهش زمینه ساز اقدامات جدی، فراگیر و تاثیرگذار آینده برای تصمیم گیری های مناسب در شرکت های دانش بنیان باشد؛ هر چند آینده را نمی توان پیش بینی کرد؛ اما انجام چنین مطالعاتی در حوزه آینده می تواند راهنمای اندیشیدن خبرگان و کارشناسان درباره تقویت عملکرد با کمک سرمایه فکری بوده و همچنین در زمینه استفاده از آن جهت تاثیر بر ارتقای عملکرد آینده این شرکت ها مفید واقع شود.

بر این اساس در این پژوهش تلاش می شود به این سوالات پاسخ داده شود که:

- نقش سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با در نظر گرفتن رویکرد آینده پژوهی چگونه است؟

- مدل مناسب نقش سرمایه فکری در ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی چیست؟

### بهره وران تحقیق

بهره وران این پژوهش را می توان کلیه مدیران، خبرگان و برنامه ریزان پارک های علم و فناوری، شرکت های دانش بنیان و شرکت های تولیدی و خدماتی عنوان کرد. به طور خاص نتایج این پژوهش می تواند یک استراتژی مهم و اساسی در زمینه پیشرفت، کسب موفقیت سازمانی با آینده نگری در ایجاد و افزایش ارزش در شرکت های دانش بنیان محسوب شود.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### سرمایه فکری<sup>۱۳</sup>

ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان عاملی مهم و موثر در رشد و توسعه جوامع می باشد. شناسایی و درک عوامل و مفاهیم موثر بر ارتقای عملکرد، برای مدیران و سیاستگذاران این شرکت ها از اهمیت بسزایی برخوردار می باشد. زیرا رشد و ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان نقش ویژه ای در اشتغال، رشد اقتصادی و توسعه بازارهای رقابتی دارد. در اقتصاد دانش بنیان، ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان نیازمند بکارگیری رویکردی است که از دارایی های ناملموس از قبیل دانش، شایستگی های منابع انسانی و... بهره برداری بیشتری داشته باشند. مهمتر اینکه این رویکرد دارای دید و تفکری آینده پژوهانه باشد زیرا داشتن رویکرد آینده پژوهی در کاربرد دارایی های ناملموس چشم انداز رقابتی شرکت ها را تغییر داده و زمینه آماده سازی آن ها را با تغییرات جهانی فراهم می سازد. تعاریف مختلفی از سرمایه فکری بیان شده است از جمله اینکه: سرمایه فکری شامل مواد فکری، دانش، اطلاعات و نیز مالکیت فکری است که سازمان می تواند از آن ها در خلق دانش استفاده کند (رابرت لیترس<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۷). سرمایه فکری متشکل از دانش و مهارت های مفید و به عبارتی شامل تمام منابع دانش محوری است که برای سازمان ارزش تولید می کند (چن و همکاران، ۲۰۱۴). در تعریفی دیگر، سرمایه فکری عبارت است از کارکنان، مدیران، رهبران، سرپرستان، کارکنان اجرایی و در کل نیروی انسانی شرکت (بونتیس و سرنکو<sup>۱۵</sup>، ۲۰۰۹).

### عملکرد<sup>۱۶</sup>

مجموعه فعالیتهای معطوف به دستیابی بر اهداف سازمانی که با اعمال صحیح این فعالیت ها نه تنها هدف ها و مأموریت های سازمان با کارایی مطلوب تحقق می یابد بلکه منافع کارکنان و جامعه نیز تامین می گردد (چن، ۲۰۱۶).

### شرکت های دانش بنیان

بر اساس ماده یک قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان "شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان شرکت

یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری های برتر و یا ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوطه تشکیل می شود (آرمان و شفیی، ۱۳۹۶).

تحقیقی در خصوص اینکه سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکردی آینده پژوهانه تاثیر داشته باشد یا نه، این امر در مورد جامعه ایران بیش از جوامع دیگر مشهود است. در ادامه به برخی از پژوهش هایی که تا حدودی با موضوع این پژوهش مطابقت دارند اشاره می شود:

✓ پوهاکا<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۷) در پژوهش خود بیان می کند که رابطه بین سرمایه فکری و ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان بسیار پیچیده تر از آن چیزی است که قبلاً تصور می شده. نتایج پژوهش او نشان می دهد این شرکت ها دارای ویژگی های زیر هستند: دانش رسمی برای پویای رقابتی - تجربه مدیریتی برای دیدن روند های پیشگام و اینکه بر تجربیات مدیریتی در رابطه با ایده های جدید تکیه نکنند - خلاقیت در دیدن شکاف در عرصه رقابتی با سایر سازمان ها - توجه به تسهیم دانش به عنوان یک عامل اصلی در کسب مزیت رقابتی - توجه و اعتماد به بعد انسانی سرمایه فکری.

✓ کالز<sup>۱۸</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش "ارائه مدل مفهومی برای تحلیل سرمایه های فکری شرکت های دانش بنیان" این نتایج را مطرح کرده اند: سرمایه ساختاری تاثیر مهمی بر تعریف محدوده فعالیت شرکت های دانش بنیان و سیاست های ورود به بازار دارد. سرمایه انسانی نقش چشمگیری بر آموزش و یادگیری سازمانی دارد. سرمایه ارتباطی به این شرکت ها کمک می کند تا در شبکه سازی با مشتریان، تامین کنندگان مراکز تحقیق و توسعه و منابع مالی موفق عمل کنند.

✓ رابرت (۲۰۱۷) در مقاله "سرمایه فکری در مدیریت سازمان ها" مطرح کرده که: سرمایه فکری یکی از منابع ارزشمند سازمان است و در خط مقدم مفاهیم

سازمانی وی ثابت کرد سن و تعداد کارکنان در رشد شرکت ها تاثیرگذار است.

رانیکو<sup>۲۲</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقاتش در زمینه عوامل موثر بر رشد شرکت های دانش بنیان، این عوامل را در سه گروه فردی (برونگرایی و میل به استقلال، خلاقیت و توان نوآوری، شخصیت و انگیزش)، سازمانی (وجود تیم های مشاوره های، ارتباط با نیاز بازار، نیروی کار تحصیل کرده، ماهر و خلاق، منابع مالی، سیاست های حمایتی و...) و محیطی (شرایط اقتصادی، خط مشی های دولتی، هم افزایی دانش جهانی و ابزار توسعه دانایی محور، محیط کسب و کار خلاقانه، فرهنگ حمایتی مشوق و...) تقسیم بندی کرده است. و به تاثیر ابعاد انسانی، ساختاری و رابطه ای سرمایه انسانی توجه زیادی دارد.

گلناز اژدري و همکاران (۱۳۹۷) "نوآوری و خلاقیت در اجرای اقدامات مدیریت منابع انسانی در شرکت های دانش بنیان" بیان می کنند: اقدامات جذب و به کارگیری، مصاحبه استخدام، برنامه ورود به سازمان، ساختار رده بندی و پرداخت کارکنان، پرداخت های اقتضایی و موقعیتی و پاداش های گروه های خاص اغلب این شرکت ها اجرا می شوند. نتایج نشان داد بیش از نیمی از اقدامات مدیریت منابع انسانی در این شرکت ها انجام می شود هم در سطوح ابتدایی ان انجام می گیرد و تا اجرای کامل این اقدامات فاصله زیادی وجود دارد.

صنم السادات فرنودی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش "واکاوی عوامل رشد شرکت های دانش بنیان در ایران با رویکرد تبیین مسیرهای ممکن" بیان می کند که شرکت های دانش بنیان بر اساس دو مسیر ترکیبی از عوامل موثر بر رشد قادر به دستیابی به پیامد رشد خواهند بود که البته مسیر مبتنی بر نقش دولت از احتمال رخداد بیشتری بر خوردار می باشد. و دولت محرک اصلی و پیشران آنها است حضور افراد وابسته به دولت که دارای دانش فنی لازم و مهارتهای مدیریتی باشند به نوعی ضمانت موفقیت رشد شرکت ها خواهد بود.

استراتژیک می باشد. با این وجود مهمترین مفاهیم سرمایه فکری اشاره دارد به ایجاد نوآوری در سازمان که انقلابی در فعالیتهای سازمان ایجاد خواهد کرد. و دیگر اینکه از طریق ایجاد شایستگی برای کارکنان مزیت رقابتی بوجود می آید. از دیگر ویژگی های سرمایه فکری ارتباطات موثر و خوب با مشتریان می باشد.

مونتری ویبونات<sup>۱۹</sup> و همکارش (۲۰۱۷) در پژوهش "اندازه گیری عملکرد سرمایه فکری در تاسیس پارک های علم" بیان کرده اند در عملکردی از سرمایه فکری که موثر در تاسیس پارک های علم می باشد سه بعد سرمایه فکری مورد بررسی قرار گرفت: سرمایه ساختاری، سرمایه انسانی، سرمایه رابطه ای که با مولفه هایی چون ثبت اختراع و نوآوری، زیر ساخت ها، مشارکت ها، طراحی و نوآوری در محصولات و... نتایج این مطالعه می تواند به مدیران جهت تاسیس پارک های علم کمک شایانی داشته باشد. و همچنین بیان شده که نگاه کردن از طریق لنز سرمایه فکری می تواند مزیت رقابتی فراوانی برای سازمان ها داشته باشد و مدیران جهت موفقیت نیازمند توسعه ابعاد سرمایه فکری سازمان می باشند.

نسيف اوزکان<sup>۲۰</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان سرمایه فکری و عملکرد مالی بانک ها آورده اند که: عملکرد سرمایه فکری از طریق ارزش افزوده فکری سنجیده می شود. از جمله اینکه عملکرد بیشتر تحت تاثیر سرمایه انسانی می باشد بطوریکه بهره وری و کارایی سرمایه انسانی به طور مثبت بر عملکرد مالی تاثیرگذار می باشد. بنابراین بانک ها برای دستیابی به سود بیشتر نیازمند سرمایه گذاری برای سرمایه انسانی سازمان می باشند.

اسکالتن<sup>۲۱</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر رشد اولیه شرکت های زایشی برآمده از دانشگاه، در هلند پرداخته است. وی از مدلی یکپارچه که از چندین عامل تشکیل شده بود، استفاده نمود. این عوامل عبارتند از: تیم های کاری شرکت های زایشی، قابلیت ها و منابع آن ها- مشخصات شرکت های زایشی- شبکه اجتماعی شرکت های زایشی و دانش

فکری نداشته اند. این مقاله به دنبال کشف تاثیر سرمایه فکری با رویکرد آینده پژوهی بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان، با تمرکز بر شرایط بومی و منطقه ای می باشد.

### روش پژوهش

کشف و استخراج تاثیر مفاهیم سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی نیازمند استفاده از روشی است که درک دقیقی در خصوص موضوع ارائه دهد. روش کیفی مناسبترین مسیر برای تحقق این هدف می باشد. برای بررسی عمیق پدیده مورد نظر از بررسی مبانی نظری پژوهش و از مصاحبه عمیق و نیمه ساختار یافته استفاده شد. به این صورت که پس از مطالعه ادبیات پژوهش و شناسایی و استخراج مولفه ها و نشانگرها، سوالات مصاحبه بر اساس آن و با استفاده از راهنمایی های اساتید راهنما و مشاور طراحی شد. در مرحله بعد متناسب با جامعه پژوهش و با توجه به تنوع دیدگاه ها تعداد ۱۵ نفر از خبرگان و متخصصان مطرح در شرکت های دانش بنیان با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند و روش گلوله برفی انتخاب شدند. نمونه گیری گلوله برفی یک روش نمونه گیری است که واحدهای نمونه نه تنها اطلاعاتی در مورد خودشان بلکه در مورد واحدهای دیگر جامعه نیز ارائه می کنند. در انتخاب افراد، دیدگاه و نظرات متفاوت و خلاقانه آنها نسبت به مفهوم مورد بررسی در اولویت قرار داشت. مصاحبه تا آنجا ادامه داشت که احساس شد پاسخ های مطرح شده با پاسخ های قبلی مشابهت دارند و مطلب جدیدی به یافته ها اضافه نمی شود و اصطلاحا یافته ها به حد اشباع<sup>۲۳</sup> رسیده اند. ولی جهت اطمینان از کفایت داده ها، فرآیند مصاحبه تا ۱۸ نفر ادامه یافت. برای بررسی روایی بیشتر در مصاحبه، توضیحات کلی در مورد مسئله مورد بررسی، اهداف و سوالات از قبل به افراد ارائه شد. طول مدت هر مصاحبه حدود ۴۵ الی ۵۰ دقیقه بود. در جریان مصاحبه به منظور شفاف سازی بیشتر و درک بهتر پاسخ ها تا حد امکان مصاحبه ها بصورت صوتی ضبط گردید. و متن مصاحبه ها روی کاغذ پیاده شد. در روش تحلیل داده ها از روش تحلیل محتوای

✓ منصوری و همکاران (۱۳۹۶) در "اولویت بندی پیشران های عوامل اثر گذار در راستای توسعه شرکت های دانش بنیان در استان کرمان" عوامل موثر در توسعه شرکت های دانش بنیان را با استفاده از آزمون فریدمن به صورت زیر رتبه بندی کردند: عوامل توسعه و ایجاد مراکز مرتبط با فناوری، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل نیروی انسانی، عوامل حمایتی از موسسات دانش بنیان در راستای تولید فناوری، عوامل مرتبط با دولت، عوامل زیرساخت ها.

✓ کامبیز طالبی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش "شناسایی تاثیر سرمایه فکری بر تشخیص فرصت های کارآفرینانه در شرکت های دانش بنیان" سرمایه فکری یک منبع بالقوه برای مزیت رقابتی شرکت های دانش بنیان می باشد که نهایتا باعث رشد و توسعه این گونه شرکت ها شده و به بهبود وضعیت کارآفرینی در این شرکت ها کمک خواهد کرد.

✓ صدیقه جلال پور و همکارانش (۱۳۹۵) در پژوهش "عملکرد شرکت های دانش بنیان ایرانی: شناسایی عوامل اثر گذار در سیاست ها و برنامه های اجرایی" با توجه به نتایج این پژوهش مجموعه ای از عوامل نهادی، مالی، بازار، فرهنگی، انسانی، شبکه ای، اطلاعاتی، محیطی - اجتماعی، محیطی - جغرافیای، روابط بین المللی و زیرساخت های فیزیکی و معیارهای مرتبط با آن در ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان موثر هستند.

✓ حسین دهقان و همکارانش (۱۳۹۵) در پژوهش "تاثیر سرمایه های فکری سازمان بر فرآیند کار آفرینی فناورانه در سازمان های دانش بنیان" با توجه به اقتصاد دانش محور امروزی، دانش، مهارت، توانایی کارکنان و در کل دارایی های نامشهود سازمان است که سرمایه های فکری محسوب می شوند که این سرمایه ها علاوه بر ایجاد ایده هایی برای توسعه محصول و نوآوری راه حلی را برای مشکلات اجتناب ناپذیر در این زمینه ها فراهم می کند. و در نهایت موجب مزیت رقابتی در بازار می شود. همانطور که گذشت بیشتر این مطالعات به بررسی عوامل سازمانی و عوامل مربوط به زیرساخت ها پرداخته اند و نگاهی جامع و آینده پژوهانه با استفاده از دارایی مانند سرمایه

استقرایی استفاده شد. به منظور کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها از تکنیک ۶ مرحله‌ای آرباخ و سیلورستاین (۲۰۰۳) استفاده شد. این تکنیک شامل مراحل زیر است:

۱. مطالعه دقیق متن مصاحبه: در این مرحله به منظور آشنایی با خط فکری مصاحبه‌شونده، متن چندین بار به دقت مطالعه می‌شود.

۲. مشخص کردن بخش‌های مهم و مرتبط: در این مرحله، با مطالعه دقیق متن مصاحبه و تمرکز به مسئله پژوهش بخش‌های مرتبط و مهم مشخص می‌شوند؛ برای مثال، در خصوص این سوال پژوهشی ((با توجه به رویکرد آینده‌پژوهی فاکتورهای کلیدی جهت ارتقا و بهبود روابط برون سازمانی مناسب کدامند؟)) بخش‌های مرتبط و مهم عبارتند از:

سرمایه‌های فکری به مدیران شرکت کمک می‌کند تا به این مسئله پی ببرند که همیشه حق با مشتری است و باید به این سمت حرکت کنند که اگر می‌خواهند در میدان رقابت بمانند و حرفی برای گفتن داشته باشند باید مشتری‌های خود را به درستی بشناسند و برای نیازهای آنان برنامه‌ای جامع داشته باشند (م. ۷)

شرکت‌ها نمی‌توانند و اصلاً نمیشود بدون توجه به خواسته‌های مشتری به راه خود ادامه بدهند. دیگر دوران بی‌کیفیتی گذشته است. باید به درد دل مشتری گوش داد و سریع پاسخ داد. ما باید بدانیم که مشتری ارباب ما است و باید تکریم شود و نهایت جدیت و تلاش رو به خرج بدهیم به انتقادات و شکایات مشتریان گوش داده و رسیدگی کنیم (م. ۱۹)

و در خصوص این سوال پژوهشی ((با توجه به نقش شرکت‌های دانش بنیان و خدمات آن در جامعه از نظر شما در زمان حال زیر ساخت‌های لازم جهت داشتن روابط مناسب جهت تبادل دانش، شناخت فرصت‌ها

جهت بازاریابی کدامند؟)) بخش‌های مرتبط و مهم عبارتند از: ما نمیتوانیم پیوسته چشم به دست دولت باشیم. پس باید از داخل خود را تقویت کنیم. یکی از این موارد این است که دانش بازار داشته باشیم و بنیم که ذائقه مشتری ما چیست و به کدام سمت حرکت میکند چون مشتری هر روز به انتظار خدمات جدید را دارد (م. ۱۲)

۳. مشخص ساختن ایده‌های تکراری: ایده‌های تکراری جملات یا عبارات مصاحبه‌شوندگان هستند که با واژه‌های یکسان یا مشابه بیان شده‌اند و از نظر معنایی با هم قرابت دارند. مثلاً، در جملات آورده شده در بالا، هر سه مصاحبه‌شونده بیان می‌دارند که با توجه به اهمیت مشتری در حال و آینده عملکرد شرکت، سرمایه فکری با معطوف ساختن توجه به مشتری و نیازهای بازار باعث ارتقای عملکرد شرکت در زمان حال و آینده می‌شود.

۴. تم‌سازی: در اینجا، ایده‌های تکراری که به نحوی با هم در ارتباطند یا دارای اشتراکاتی هستند در یک دسته قرار می‌دهیم. در پژوهش حاضر، ایده‌های تکراری فوق به همراه سایر ایده‌های تکراری مشابه در یک گروه تحت عنوان "مشتری‌مداری و بازارگرایی" دسته‌بندی شدند.

۵. تدوین سازه‌های نظری: به همان نحوی که ایده‌های تکراری در تم‌ها طبقه‌بندی شدند، تم‌ها نیز در دسته‌های بزرگ‌تر و انتزاعی‌تر، یعنی سازه‌های نظری، قرار می‌گیرند. برای مثال، تم "مشتری‌مدای و بازارگرایی" به همراه تم "شبکه‌سازی" در سازه نظری "اثرات برون‌سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان" دسته‌بندی شدند.

۶. روایت نظری: در نهایت، سازه‌های نظری در قالب یک روایت بیان می‌شود. در اینجا، داستان مربوط به مشارکت‌کنندگان در قالب سازه‌های نظری، تم‌ها، و واژگان و عبارات مشارکت‌کنندگان بیان می‌شود. برای مثال در خصوص نقش سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی، دو سازه

نظری "اثرات درون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان" و "اثرات برون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان" بیانگر آن است که سرمایه فکری با در نظر گرفتن رویکرد آینده پژوهانه و با تاثیرگذاری بر محیط درون و همچنین محیط بیرون شرکت‌های دانش بنیان باعث بهبود و ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان می‌شود. در پایان با کنار هم قرار دادن مولفه های بدست آمده از طریق مصاحبه و مطالعه اسنادی و با بررسی چند مرحله ای که روی مفاهیم انجام گرفت، با حذف موارد تکراری و ادغام مفاهیم یکسان و نزدیک به هم، با در نظر گرفتن رویکرد آینده پژوهی، مفاهیم سرمایه فکری موثر بر ارتقای عملکرد تدوین شد. جهت افزایش روایی پژوهش، محقق پس از پایان توضیحات مصاحبه‌شوندگان در طول مصاحبه، برداشت خود از صحبت‌ها و گفته‌های

مصاحبه‌شونده را بیان می‌کرد تا با تأیید مصاحبه‌شونده از صحت مطالب بیان شده اطمینان یابد. همچنین در طول فرآیند مصاحبه به منظور رفع ابهام و شفاف سازی بیشتر از سؤالات پیگیری همانند "منظور شما از .... چه می‌باشد؟" یا "لطفاً در این زمینه بیشتر توضیح دهید؟" استفاده گردید. و همچنین برای بررسی صحت یافته ها، از روش بررسی توسط اعضا استفاده شد. برای این کار، گزارش نهایی و مضامین بدست آمده به چند نفر از شرکت کنندگان برای تایید و ارزیابی درستی نتایج بازگردانده شد و از آنان درخواست شد تا در فرصت مناسب اظهار نظر نمایند. برای تعیین پایایی، روش پایایی توافق بین دو کدگذار به کار گرفته شد.

جدول ۱ مشخصات مصاحبه شونده‌گان

| مصاحبه شونده | رشته تحصیلی               | مدرک تحصیلی   | سابقه کار | کد شرکت | مصاحبه شونده | رشته تحصیلی               | مدرک تحصیلی   | سابقه کار | کد شرکت |
|--------------|---------------------------|---------------|-----------|---------|--------------|---------------------------|---------------|-----------|---------|
| ۱            | مهندسی مکانیک             | دکتری         | ۴         | F1      | ۹            | فناوری زیستی              | دکتری         | ۵         | F9      |
| ۲            | مهندسی برق                | دکتری         | ۴         | F2      | ۱۰           | فناوری زیستی              | دکتری         | ۵         | F10     |
| ۳            | مهندسی کامپیوتر           | دکتری         | ۳         | F3      | ۱۱           | مهندسی مخابرات            | کارشناس ارشد  | ۶         | F11     |
| ۴            | مهندسی کامپیوتر           | دانشجوی دکتری | ۵         | F4      | ۱۲           | مهندسی کشاورزی            | دکتری         | ۷         | F12     |
| ۵            | مهندسی برق                | دکتری         | ۶         | F5      | ۱۳           | فناوری اطلاعات و ارتباطات | دکتری         | ۵         | F13     |
| ۶            | فناوری نانو زیستی         | کارشناس ارشد  | ۵         | F6      | ۱۴           | مهندسی تغذیه              | دانشجوی دکتری | ۵         | F14     |
| ۷            | فناوری اطلاعات و ارتباطات | دانشجوی دکتری | ۵         | F7      | ۱۵           | مهندسی پزشکی              | دانشجوی دکتری | ۷         | F15     |
| ۸            | فناوری اطلاعات و ارتباطات | دکتری         | ۵         | F8      |              |                           |               |           |         |

یافته ها  
به منظور کشف و شناسایی تاثیر مفاهیم سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی، مضامین مرتبط با استفاده از

محور ها و شاخص های شناسایی شده حاصل از بررسی ادبیات پژوهش و تحلیل و تفسیر داده های مصاحبه نیمه ساختار یافته و عمیق با ۱۵ نفر از مدیران و خبرگان شرکت های دانش بنیان خراسان

شمالی در سال ۱۳۹۷ بدست آمد. در گام نخست کدگذاری عناوین برخاسته از متن مصاحبه استخراج و مفهوم سازی شدند، این عناوین دارای بالاترین سطح انتزاع بوده و به عنوان مضامین اصلی شناسایی شده اند. مضامین کلیدی در قالب ۱۱ تم دسته بندی شده در نهایت، این ۱۱ تم در ۲ سازه نظری گروه بندی شدند. اثرات درون سازمانی و اثرات برون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی از جمله اثرات برون سازمانی می توان به این موارد اشاره نمود. ۱- نوآوری و ارزش آفرینی: شرکت های دانش بنیان با توجه به نقش و اهمیتی که در پیشرفت اقتصادی دارند برای دستیابی به این مأموریت نیازمند نوآوری و ارزش آفرینی مستمر و عمیق می باشند. همه مصاحبه شوندگان معتقد بودند که با داشتن رویکرد آینده پژوهی در بکارگیری سرمایه فکری روند خلاقیت و ایده پردازی در محصولات، فرایندها و روش های انجام کار تسهیل یافته و از این طریق بهره وری در شرکت را ارتقا می یابد. به زعم مصاحبه شوندگان، سرمایه های فکری و بویژه نیروی انسانی ماهر، با تجربه و نوآور قادر است وضع موجود شرکت را به چالش کشیده، وضعیت مطلوب را ترسیم کرده و برای تحقق آن ایده های نو و کاربردی را پیشنهاد دهد. در این راستا، یکی از مصاحبه شوندگان چنین اظهار داشت:

"وجود نیروی انسانی متخصص و خلاق و منتقد که از وضع موجود راضی نیست همواره سبب پوست اندازی در روش های انجام کار در شرکت می شود و همواره در پی ارائه رهنمودهایی برای بهبود خدمات یا محصولات شرکت و بالا بردن طراز شرکت در میان رقبا است ... از این طریق به شرکت کمک میکند. تا از مزایای محصولات جدید بهره مند شود و کسب درآمد و ثروت کند در واقع نوآوری کلید رشد و پیشرفت در تمامی زمینه هاست".

در واقع، سرمایه فکری فقط در سطح عملیاتی شرکت سبب نوآوری نمی شود و سطوح بالای

مدیریتی را نیز تحت تاثیر قرار می دهد؛ به طوریکه سبب می شود تا مدیران همواره به دنبال روش ها و شیوه های مطلوب و نوین اداره شرکت و نیروی انسانی باشند. در همین راستا، یکی از مصاحبه شوندگان گفت:

"وقتی این فرهنگ در شرکت وجود داشته باشد که نوآوری و کارآفرینی را به عنوان یک شیوه زندگی کردن تلقی کنیم مدیران هم سعی می کنند به گونه ای بهتر و با استقرار یک سیستم مدیریتی مناسب رضایت و تعهد کارکنان را افزایش دهند که طبعاً در نهایت این سبب کارایی و اثربخشی بیشتر شرکت خواهد بود و از قبل آن همه شرکت نفع خواهند برد".

به علاوه، مفاهیم سرمایه های فکری همچون خلاقیت و نوآوری در ارتباط با مشتریان سبب می شود تا نقاط قوت و ضعف خدمات / محصولات شرکت شناخته شده و به سرعت برای بهبود آن اقدام شود.

۲- تیم سازی و تمرکززدایی: وجود سطح مطلوبی از سرمایه فکری در شرکت سبب می شود تا از سلسله مراتب اداری طویل در شرکت کاسته شده و به این ترتیب هرم سازمانی شرکت، افقی و چابک تر شود. به زعم اکثر مصاحبه شوندگان، در رویکرد آینده پژوهی سرمایه فکری، ساختار سازمانی از قالب متمرکز خارج شده و این امکان را بوجود می آورد تا افراد در قالب تیم های تخصصی اثربخش عمل کنند. در این راستا، یکی از مصاحبه شوندگان بیان داشت:

"وقتی در شرکت همه کارکنان از وظایف خود آگاه باشند و توانایی انجام وظایف خود را داشته باشند، به راحتی می توانند در قالب تیم های خودگردان فعالیت های وابسته به هم را به اتمام برسانند. مدیریت شرکت هم از این وضع خرسند خواهد بود چون می داند که افراد توانمند و متعهد هستند و بنابراین لزومی نمی بیند با ارسال آیین نامه یا هر گونه دستورالعمل کتبی در روند انجام کارها دخالتی داشته باشد".

مستندسازی تجارب کارکنان، ابزارهای به اشتراک گذاری دانش همچون بولتن‌ها و جلسات علمی از تکرار اشتباهات گذشته و دوباره کاری‌ها در شرکت جلوگیری می‌کند، منجر به بروز شدن کارکنان شرکت و تسهیم دانش در همه سطوح شرکت می‌شود و به این ترتیب عملکرد شرکت همچون رقابت‌پذیری و سودآوری افزایش می‌یابد.

در همین رابطه، یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت:

"برگزاری جلسات منظم و مستمر در شرکت با حضور همه افراد می‌تواند سبب ارائه راه‌حل‌های نوینی برای مشکلات شرکت شود. در این جلسات افراد بدون هیچ چشم‌داشتی تجارب و دانش خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند و پذیرای دانش دیگران هستند و بدین ترتیب بعد از جلسات از دانش‌های فراگرفته شده برای انجام فعالیت‌ها استفاده می‌کنند."

۵- رهبری تحول آفرین از موضوعات اساسی در ارتقای عملکرد شرکت‌ها است که امروزه با توجه به پیچیدگی و پویایی این محیط‌ها مورد توجه شرکت‌های موفق جهانی قرار گرفته است.

رهبران تحول آفرین افرادی هستند که توان درک و شناخت نیازهای کسب و کار در سازمان‌های دانش محور همانند شرکت‌های دانش بنیان را داشته باشند به زعم مصاحبه‌شوندگان، سرمایه‌ی فکری سبب می‌شود که رهبران شرکت همواره وضعیت مطلوبی را برای سازمان ترسیم کرده و کارکنان را ترغیب نمایند تا جهت تحقق چشم‌انداز مطلوب گام بردارند.

در این راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت: "سرمایه فکری توسط مدیریت عالی شرکت باعث می‌شود که شرکت در همه شئون مورد بازبینی قرار گیرد و وضعیت مطلوب در روش‌های انجام کار، در محصولات و خدمات ترسیم شود. بنابراین، شما هیچ‌وقت به وضع موجود رضایت نمی‌دهید و افق‌های نوینی را پیش‌روی شرکت و

همچنین سرمایه فکری سبب می‌شود تا از طریق تمرکززدایی از ساختار و بهره‌گیری از نظرات و ایده‌های همه افراد شرکت بتوان به موقع نسبت به رفع چالش‌ها و مشکلات عملکردی شرکت گام برداشت. در این راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت:

"سرمایه فکری سبب تمرکززدایی ساختاری در شرکت می‌شود و مدیران را راغب می‌کند از نظرات و تجارب افرادشان در هنگام تصمیم‌گیری‌ها بهره‌گیری کنند. این سبب می‌شود تصمیمات سطح عالی سازمان کاربردی‌تر و با در نظر گرفتن چالش‌ها و مشکلات اتخاذ شود که این خود به چابکی و رقابت‌پذیری بیشتر شرکت کمک می‌کند."

۳- یادگیری سازمانی مفهوم دیگری از سرمایه فکری است که با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان منجر خواهد شد. یادگیری سازمانی یک فرایند پویا از دانش است که در شرکت جریان دارد. یادگیری سازمانی مبین اهمیت توجه به تغییرات، نوآوری و کارآفرینی در عملکرد شرکت است. شرکت‌های دانش بنیان با ایجاد احساس نیاز به یادگیری و عمل و تدوین دوره‌های توانمندسازی تخصصی برای کارکنان به تحقق این مفهوم کمک می‌کنند. سازمان‌هایی که تعهد بیشتری به یادگیری دارند به ارزش‌های مورد نیاز برای خلق و استفاده از دانش بیشتر اهمیت می‌دهند.

مصاحبه‌شونده‌ای بیان داشت "یادگیری سازمانی می‌تواند توانایی یک شرکت را برای تشخیص فرصت تقویت کمک می‌کند که این توانایی‌ها را به نحو موثری برای عملی کردن فرصت‌های جدید تجهیز کند". ۴- فرآیند مدیریت دانش همواره مهم بوده و هست اما امروزه بدلیل اعمال قدرتی که در کسب مزیت رقابتی شرکت‌ها دارد اهمیت روز افزون یافته است (اسکندری و همکاران، ۱۳۹۵). از نظر مصاحبه‌شوندگان، مولفه‌های سرمایه فکری همچون وجود پایگاه‌های اطلاعاتی، روش‌های

افراد شرکت قرار می‌دهید، همواره به دنبال ایجاد تمایز و تفاوت در شرکت هستید و قصد دارید شرکت را به سطوح بالاتر ارتقا دهید".

۶- شایسته سالاری از دیگر عوامل مهم ایجاد انگیزه و پویایی در کارکنان است بطوریکه با رعایت آن کارکنان قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود را ارائه داده و امکان رشد و تعالی سازمان را بوجود می‌آورند. مصاحبه‌شوندگان معتقد بودند عناصر سرمایه فکری همچون وجود فرهنگ شایسته‌خواهی و شایسته سالاری در شرکت، وجود مکانیزم‌ها، ساختارها و رویه‌هایی که افراد توانمند و مستعد را جذب و پرورش می‌دهد سبب سودآوری و افزایش مزیت رقابتی شرکت در صنعت مربوطه می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت:

"اگر این باور جمعی در شرکت وجود داشته باشد که تنها و تنها افراد شایسته وارد شرکت شوند، در آن صورت می‌توان انتظار داشت که شرکت در نابسامانی‌های تکنولوژیکی و اقتصادی به سلامت به ساحل آرامش برسد؛ در غیر این صورت، نه تنها پیشرفت نخواهیم کرد بلکه باید انتظار درجا زدن و حتی پسرفت داشته باشیم".

۷- از دیگر موارد توسعه و موفقیت شرکت‌های دانش بنیان منوط به پذیرش فناوری است؛ همه مصاحبه‌شوندگان باور داشتند که محیط شرکت‌های دانش بنیان از نظر تکنولوژیکی بسیار پویا و متغیر است و عناصر سرمایه فکری به شرکت‌های دانش بنیان کمک می‌کند تا با سرعت و سهولت به آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا دسترسی و آنها را در شرکت خود مستقر کنند و از آنها در جهت ارائه خدمات یا محصولات بهتر بهره‌برداری نمایند.

سرمایه فکری سبب می‌شود مقاومت در مقابل تغییرات تکنولوژیکی به حداقل کاهش یابد و به راحتی بتوان فناوری‌های نوین را در شرکت مستقر ساخت. در این راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: "برای اینکه بتوانیم کارایی در شرکت را بهبود بخشیم ناگزیر از پذیرش فناوری‌های نوین

هستیم. سرمایه فکری کمک می‌کند از وجود چنین فناوری‌هایی چه در بخش اداری و چه در بخش عملیاتی و تولیدی آگاه شویم و به آنها دسترسی داشته باشیم و از این طریق آینده شرکت را تضمین کنیم".

اثرات برون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی که در این پژوهش به آن اشاره می‌شود عبارتند از؛ ۱- شبکه‌سازی: یکی از تاثیرات سرمایه فکری برای شرکت‌های دانش بنیان برقراری ارتباط با ذی‌نفعان مختلف شرکت است. به زعم مصاحبه‌شوندگان، برقراری ارتباط با تامین‌کنندگان، و همکاری با مراکز دانشگاهی و اساتید و نخبگان داخلی و خارجی به شرکت کمک می‌کند از تغییرات و تحولات تازه در صنعت، تکنولوژی، نیازهای و ذائقه مشتریان باخبر شده و خود را با آنها منطبق سازد.

در همین رابطه، یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت: "وجود شبکه‌های ارتباطی موثر بین شرکت و طرفین خارج از شرکت همچون مراکز دانشگاهی و نخبگان می‌تواند شرکت را نسبت به تغییرات و تحولات در ذائقه مشتریان شرکت آگاه کرده و به منظورپیش بینی و برآوردن خواسته‌های مشتریان گام‌های عملی بردارند".

۲- مفهوم دیگر مشتری‌مداری و بازارگرایی است، که در دنیای امروز مهمترین رمز موفقیت کسب و کار هاست. شرکت بدون ایجاد ارتباط مناسب با مشتری نمی‌تواند به موفقیت دست یابد، در دنیای امروز که دنیای کیفیت محور و مشتری مدار است، مشتری هدف کار و مشتری مدرای زیر بنای تمامی فعالیت‌های تجاری و اقتصادی خواهد بود. قابلیت بازار گرایی نیازمند این است که شرکت‌ها تاکید بیشتری بر موقعیت آینده بازار در ارتباط با موقعیت فعلی داشته باشند.

این توانایی به شرکت‌ها کمک می‌کند با بررسی گذشته، برآینده تمرکز نمایند. به زعم مصاحبه‌شوندگان، عناصر سرمایه فکری همچون

نواندیشی در شرکت رواج داشته باشد و به ایده‌های نو بها دهیم".

۴- مفهوم دیگری از سرمایه فکری بین المللی سازی می باشد. برقراری ارتباطات بین المللی مناسب برای انتقال صحیح فناوری و افزایش کیفیت محصولات دانش بنیان و... بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان موثر می باشد. مصاحبه‌شوندگان بیان داشتند که سرمایه‌ی فکری سبب می‌شود شرکت به خود جرات دهد به بازارهای بین‌المللی وارد شود و با موفقیت بتواند در بازارهای پرتلاطم بین‌المللی شرایط را مدیریت کرده و محصولاتی در طراز جهانی تولید کند. در همین راستا، یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت:

"برای رشد و توسعه ما نمی‌توانیم خود را محدود به یک منطقه جغرافیایی کنیم. در واقع، ما ناچار هستیم که به بازارهای بین‌المللی و فرصت‌هایی که کشورهای دیگر در اختیار ما می‌گذارند توجه کنیم. برای این منظور ما تنها یک راه داریم: معرفی محصولات با کیفیت و بی‌نظیر. برای موفقیت در این مسیر، باید نیروی انسانی ما توانمند باشد، ساختار سازمانی ما چابک باشد و باید بتوانیم دانش را به کار گیریم".

تعامل و ارتباط با مشتریان شرکت می‌تواند در شناسایی نیازهای فعلی و آتی آنها و همچنین فرصت‌های بالقوه موجود در بازار کمک کند و به این ترتیب با توسعه سهم بازار ثروت‌آفرینی در شرکت ایجاد شود. در همین رابطه، یکی از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشت:

"برقراری ارتباط اثربخش با مشتریان گوناگون شرکت سبب می‌شود از ترجیحات آنها آگاهی یافت و با لحاظ کردن خواسته‌ها و نیازهای مشتریان خرید و فروش محصولات شرکت به شیوه‌ای موثر و کارا میسر می‌شود".

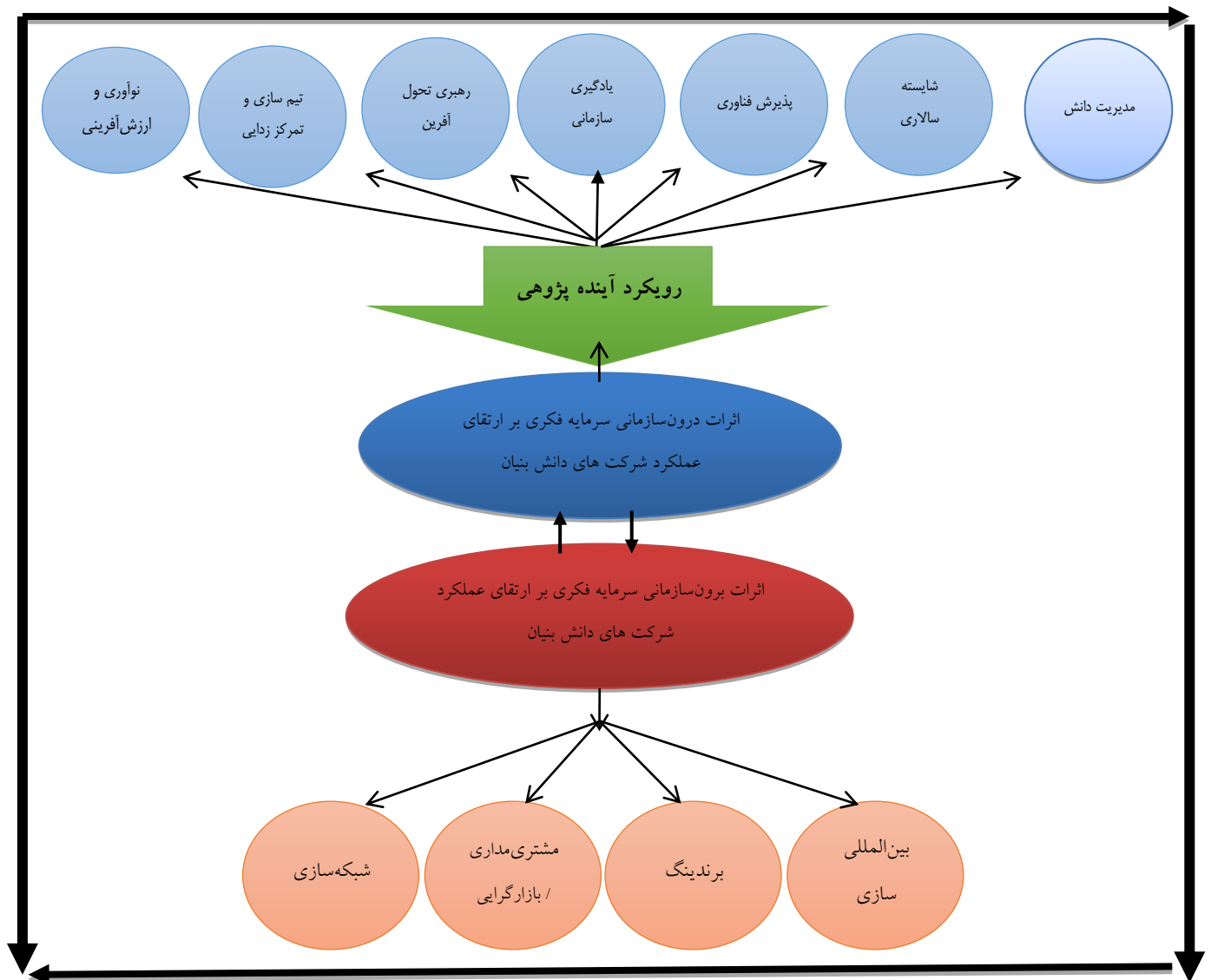
۳- برندینگ از دیگر مفاهیم سرمایه فکری است که با تفکر آینده پژوهی در ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان موثر است. برندینگ یکی از مهمترین جنبه های هر کسب و کاری به شمار می آید در واقع برندینگ یعنی ارزش گذاری برای مشتری. برندینگ برای هر شرکتی که می خواهد حضور فعال و موفق در بازار داشته باشد از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. یکی از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت:

"اگر می‌خواهیم مشتریان ما را باور کنند باید کیفیت محصولات و خدمات را بالا ببریم. ارتقای کیفیت خدمات و محصولات شرکت هم میسر نمی‌شود مگر نیروی انسانی ما باکیفیت باشد، تکنولوژی‌های ما به روز باشند، فرهنگ نوآوری و

جدول ۲ سازه‌ها، تم‌ها و نمونه ایده‌های تکراری مربوط به نقش سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی

| سازه نظری                                                                                 | تم                    | نمونه ایده تکراری                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اثرات درون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی | نوآوری و ارزش‌آفرینی  | خلق روش جدید انجام کار، تفکر خلاق، نوآوری در جذب سرمایه گذار، خلق محصول جدید، ارائه خدمات نو، حمایت از ایده های نو، ثروت‌آفرینی، خلاقیت در اداره شرکت، نوآوری در محصول، تلاش برای متعالی شدن شرکت، تمایل به درگیری در فرآیند نوآوری، حل مساله با رویکرد نوآور.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                           | تیم‌سازی و تمرکززدایی | تفویض اختیارات به کارکنان، مشارکت دادن کارکنان در فرآیند تصمیم‌گیری، تشکیل تیم، بستر تعاملی بین اعضا و متخصصان، علاقه مندی برای یادگیری از یکدیگر، افزایش هم افزایی پروژه ها، تقسیم موثر وظایف، ایجاد هماهنگی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                                           | یادگیری سازمانی       | توسعه دانش، ترویج اندیشه‌های فردی و جمعی در شرکت، کشف افکار نو، اشتراک‌گذاری تجارب کارکنان با هم، احساس نیاز به یادگیری و عمل به آن، حضور در دوره های توانمندسازی تخصصی، برنامه های آموزشی پیوسته                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                           | مدیریت دانش           | استفاده مجدد از دانش، خلق دانش نو، توسعه مضامین جدید، کشف ایده‌های نو، جاری شدن دانش در ابعاد افقی و عمودی شرکت، بهره‌برداری از دانش کارکنان، امکان آشنایی با سایت های معتبر و مرتبط با طرح های تخصصی، برنامه ریزی و ساماندهی دانش و اطلاعات، دستیابی به نتایج تحقیقات کاربردی متناسب با نیازهای حال و آینده بازارهای داخلی و خارجی                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                           | رهبری تحول‌آفرین      | ترسیم مسیر آینده سازمان و بهبود مستمر عملکرد، ترغیب کارکنان در جهت تحول، خلق چشم‌اندازهای جدید، ترغیب کارکنان به حل خلاقانه مسائل، توانایی در تبدیل مدیریت صنعتی به مدیریت دانش و نوآوری، حمایت از خلاقیت و نوآوری، به چالش کشیدن وضع موجود با پیش بینی عملکرد آینده، تلاش برای یادگیری مهارت های جدید مبتنی بر دانش جدید، توانمندی در هم اندیشی با کارکنان، توانایی در بازبینی و بازنگری راهبردها و اهداف، سوابق پژوهشی، سوابق اجرایی، تجارب کارآفرینی، انسجام سازمانی، نفوذ و تاثیرگذاری بر دیگران، انعطاف پذیری و تحول، وفای به عهد، حسن خلق، مسئولیت پذیری. |
|                                                                                           | شایسته‌سالاری         | داشتن برنامه جامع در استخدام، توجه به قابلیت‌های افراد در زمان استخدام، ارتقای افراد براساس شایستگی‌ها، قرار گرفتن فرد مناسب در شغل مناسب، جابجایی افراد براساس صلاحیت، توسعه شایستگی‌های کارکنان                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                           | پذیرش فناوری          | مقاومت پایین در برابر فناوری‌های نو، نگرش مثبت نسبت به بکارگیری فناوری‌های نو، در دسترس بودن مهارت‌های ضروری استفاده از فناوری‌ها، پایش فناوری ها جدید، تحلیل فرصت های فناوری، حمایت از توانمند سازی فناوری، استفاده از فناوری در تولید محصول و ارائه خدمات.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                            |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| اثرات بیرون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی | شبکه سازی               | برقراری ارتباط نزدیک با تامین کنندگان، همکاری با مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی، همکاری با شرکت های هم جنس، مشارکت با صنایع وابسته، برقراری ارتباط با ذی نفعان، ایجاد شبکه هایی از کارآفرینان، سرمایه گذاران ریسک پذیر و مخترعان و استادان و نخبگان دانشگاهی. ارتباط با دولت و صنعت، حضور موثر در کنفرانس های تخصصی بین المللی.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                            | مشتری مداری، بازارگرایی | ارتقای سهم بازار شرکت، دسترسی به بازارهای جدید، تمرکز بر نیازهای مشتری، شناسایی مشتریان مختلف شرکت، درک نیازهای آشکار و پنهان مشتری، تشخیص فرصت های بازار بررسی شاخص های ادراکی حفظ و نگهداشت مشتری، فعالیتهای تولید مبتنی بر شناخت و تحقیقات بازار، شناسایی مشتریان مختلف شرکت، درک نیازهای آشکار و پنهان مشتری، تشخیص فرصت های بازار، نمایش و ارائه محصولات جدید در نمایشگاه های بین المللی، نشر بازخورد مشتری در شرکت، آموزش رفتاری به کارکنان در مواجهه با مشتریان، استراتژی ارزیابی نوآور برای پاسخگویی به مشتری، انطباق با محصولات و خدمات جدید، انطباق با نیازهای جدید جامعه، سازگاری با تقاضای آینده و محتمل، انعطاف پذیری و سرعت در اتخاذ تصمیمات، رصد بازارهای هدف، تصویر سازی مثبت از شرکت در محیط بازار، تخصص گرایی در بازار. |
|                                                                                            | برندینگ                 | باور نسبت به کیفیت خدمات، ارتقای نام تجاری شرکت، ایجاد تصویر مطلوب از شرکت در ذهن مشتریان، ترویج برند شرکت، تدوین و اجرای برنامه جامع، ایجاد روابط مبتنی بر همکاری، حمایت مدیریت و تدوین استراتژی ارتقای عملکرد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                            | بین المللی سازی         | تجاری سازی، مبادلات تجاری فرامرزی، توجه به تغییرات محیط بین المللی، ورود به بازارهای بین المللی، احترام و توجه به ارتباطات همکاری اجتماعی، تحقیقاتی، آموزش نیروی انسانی در سطح بین الملل، منطقه ای و بین المللی، اجرای برنامه های مرتبط به آینده، توسعه برنامه راهبردی منسجم و هدفدار، رصد و ارزیابی پیوسته و موثر عملکرد. توسعه شعبه های بین المللی.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



شکل ۱ مدل آینده پژوهی تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان

### آینده مطلوب شرکت های دانش بنیان

با توجه به تحلیل های صورت گرفته وضعیت مطلوب شرکت های دانش بنیان، در استفاده از مفاهیم سرمایه فکری موثر بر ارتقای عملکرد می باشد. به گونه ای که لازم است مفاهیم آینده پژوهانه سرمایه فکری در سازمان تقویت شود. مفاهیمی مانند نوآوری، ارزش آفرینی، تیم سازی و تمرکز زدایی، یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، رهبری تحول آفرین، شایسته سالاری، پذیرش

فناوری، شبکه سازی، مشتری مداری، برندینگ و بین المللی سازی. آنچه در شرکت های دانش بنیان موفق جهانی به چشم می خورد ترکیب این مفاهیم بصورت همزمان می باشد. شرکت های دانش بنیان با توجه و برنامه ریزی در اجرای این مفاهیم می توانند در آینده شاهد ارتقای عملکرد خود باشند.

### بحث



محیط را درک کنند. مدیران شرکت های دانش بنیان از طریق فراهم ساختن فرصت هایی برای یادگیری، تسهیم دانش، بسط دهی یادگیری، افزایش توانایی اجرای ایده های خلاق و ارائه محصولات و خدمات مطابق با سلیقه مشتری می توانند به مفهوم یادگیری سازمانی دست یافته و در نتیجه زمینه ارتقای عملکرد شرکت را فراهم آورند. فرآیند یادگیری در شرکت ضروری است زیرا اگر چه آینده نا مشخص است اما معمولاً می توان چیزی در مورد آن یاد گرفت، یادگیری پیش بینی آینده را برای مدیران راحت تر کرده و حتی ممکن است سبب شود آینده را بسازند. سیرین ۲۰۱۲، فرنودی ۱۳۹۵ در مطالعاتشان به تاثیر یادگیری سازمانی در ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان دست یافته اند. مدیریت دانش از مناسبترین راه حل ها برای کسب سودمندی و کارایی در شرکت های دانش بنیان به شمار می آید هر چه شرکت های دانش بنیان از مدیریت دانش بهره مندی بیشتری داشته باشند ارزش بیشتری بدست خواهند آورد و مسیر تکامل و بالندگی را سریعتر طی خواهند کرد. مدیریت دانش با کارایی و اثر بخشی، خلق ارزش نموده و نقاط ضعف و قدرت عملکرد را نشان می دهد. دانش فرد ۱۳۹۵، اسکندری و همکاران ۱۳۹۵، پوهاکا ۲۰۱۷، چن و همکاران ۲۰۱۱، گیوس ۲۰۱۳ در پژوهش انجام داده، مدیریت دانش را یک مزیت رقابتی برای شرکت های دانش بنیان معرفی کرده اند. مضمون بعدی تاثیر رهبری- تحول آفرین بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان در آینده می باشد. رهبران تحول آفرین با توجه به وضعیت کارکنان، با ایجاد جو نوآوری و یادگیری سازمانی عملکرد شرکت را ارتقا می بخشند. رهبری تحول آفرین، در محیط- های متلاطم و غیر قابل پیش بینی با برانگیختن کارکنان و ایجاد فرهنگ سازمانی اثربخش به دنبال تغییرات متناسب با محیط است. و می تواند ارتقای کاری و عملکردی را برای شرکت ایجاد کند. شرت و همکاران ۲۰۱۰ در پژوهش آینده پژوهی شرکت های دانش بنیان رهبری تحول آفرین را از مضامین کلیدی در موفقیت و رشد این شرکت ها بر شمرده اند. مضمون شایسته سالاری در مواردی مانند توجه به قابلیت های افراد

در زمان استخدام، ارتقا و جابجایی افراد می تواند بر ارتقای عملکرد شرکت تاثیر بسزایی داشته باشد. جهت دستیابی به این امر مدیران باید روابط درون سازمانی را شفاف و روشن کرده و با تدوین برنامه راهبردی، کارکنان را در مسیر آینده سازمان رهنمون سازند. فن و ژو ۲۰۱۲ شایسته سالاری در سرمایه انسانی را عامل رشد و توسعه شرکت های دانش بنیان می دانند. پذیرش فناوری به معنای شناسایی فرصت های تجاری سازی بالقوه بالا و فناوری محور است (هوشمندی نیا و همکاران، ۱۳۹۶). اکتساب فناوری اولیه و ایجاد قابلیت های فناوریانه از عناصر ضروری برای عملکرد و رشد آینده شرکت ها هستند. شرکت های دانش بنیان بعنوان نمایندگان علم و پژوهش، برای برخورداری از مزیت رقابتی در عرصه جهانی باید به تغییرات و جهش های فناوری، بهبود فناوری کاربردی و بنیادین مبادرت ورزند. رویکرد آینده پژوهی در سرمایه فکری می تواند با رصد فناوری های آینده، بررسی وضعیت محصولات و فناوری های مشابه و پذیرش فناوری، زمینه ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان را فراهم آورد. این نتایج تا حدودی با نتایج پژوهش منصوری ۱۳۹۶ فرنودی و همکاران ۱۳۹۶، دهقان ۱۳۹۵، ساری و همکاران ۲۰۱۰ که مطابقت و هماهنگی با تغییرات فناوری در سطح جهانی را عامل موفقیت شرکت بیان کردند، همخوانی دارد. مضمون شبکه سازی از اثرات برون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد می باشد شبکه سازی می تواند به استراتژی کسب و کار شرکت در موقعیت های کارا و اثر بخش و مدیریت ارتباطات شبکه و در نتیجه ارتقای عملکرد منتهی گردد. مدیران شرکت های دانش بنیان با شبکه سازی در سطح منطقه ای- ملی- بین المللی، ارتباط با صنعت و دولت، ارتقای عملکرد شرکت را محقق سازند. شبکه سازی با توانمند کردن شرکت های دانش بنیان در تشخیص سریع فرصت های موجود در بازار، اثر بخشی محصولات و خدمات را ارتقا می بخشد. ضیا و همکاران ۱۳۹۶، کالز ۲۰۱۷، لوفستن ۲۰۱۶ شبکه سازی را در کسب و کارهای دانش محور عنصری ضروری میدانند. مشتری مداری و بازار گرایی در شرکت ها می تواند سهم بازار در برابر تهدیدات دیگر شرکت ها حفظ

بالا، همکاری در پروژه های بین المللی، رقابت برای جذب مشتریان جهانی، ایجاد و توسعه شعب و بازارهای بین المللی، زمینه بین المللی سازی شرکت را فراهم آوردند. نایت ۲۰۱۵ جلسینگ ۲۰۱۰، جلال پور ۱۳۹۵، در مطالعاتشان به تاثیر مثبت بین المللی سازی در عملکرد دست یافته اند.

### نتیجه گیری

شرکت های دانش بنیان با تاکید بر سرمایه های نامشهود و ارائه محصولات و خدمات نوآورانه مبتنی بر فناوری های برتر، نقش با اهمیتی را در رشد و توسعه اقتصادی کشور ایفا می کنند. حمایت از شرکت های دانش بنیان به عنوان حاکمان علم و فناوری در کشور، مهمترین راهکاری است که می تواند این هدف متعالی را تحقق بخشد. سرمایه فکری از مهمترین راهگشاهترین سرمایه ها در شرکت های دانش بنیان می باشد. آینده پژوهی تا حدودی یک رویکرد شناخته شده برای اندیشیدن پیرامون آینده است که با فراهم آوردن امکان نگرستن به آینده می تواند در کنار سرمایه فکری برای آماده ساختن مدیریت شرکت های دانش بنیان زمینه تقویت و ارتقای عملکرد را فراهم آورد. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی انجام شد. تاثیرات آینده پژوهانه سرمایه فکری در دو سازه تاثیرات درون سازمانی و تاثیرات برون سازمانی مطرح شد. در تاثیر درون سازمانی مضامینی چون (نوآوری و ارزش آفرینی، تیم سازی و تمرکز زدایی، یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، رهبری تحول آفرین، شایسته سالاری و پذیرش فناوری) بدست آمد. و از تاثیرات برون سازمانی (شبکه سازی، مشتری مداری، بازارگرایی، برندینگ و بین المللی سازی) می باشند. بنا بر تحلیل های صورت گرفته شرکت های دانش بنیان برای دست یابی به موفقیت در آینده نیازمند، مدیریت بهینه و اجرای مفاهیم بدست آمده از سرمایه فکری می باشند. به کارگیری رویکرد آینده پژوهی در سرمایه فکری شرکت ها با ترسیم چشم انداز آینده مطلوب، الگویی روشمند برای ارتقای عملکرد بدست می دهد. شرکت های دانش بنیان

کرده و افزایش دهد. مشتری مداری به عنوان یک پل و واسطه در فرایند سرمایه فکری عمل می کند و عامل اصلی تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و ارتقای عملکرد شرکت است. مشتری یک دارایی استراتژیک است سرمایه فکری به شرکت کمک می کند تا الگوی فعالیت شرکت به الگوی یکپارچه، با معنا و عمیق ارتقا یابد و منجر به ایجاد اعتماد و تعلق خاطر پایدار مشتری نسبت به شرکت و در نهایت ارتقای عملکرد گردد. بازار گرایی یک مکانیزم برای تسهیل و ارتقای فعالیت های تکنولوژیکی پیشرفته و ایجاد قدرت عرضه و تقاضا می باشد، بازار گرایی شرکت ها را قادر می سازد تا بتوانند نیازهای پنهان و در حال شکل گیری مشتریان را به خوبی درک کرده و محصولات جدیدی تولید کنند، شناخت نیازها و انتظارات مشتریان و پاسخ گویی به تغییرات ایجاد شده در بازار نقش کلیدی در موفقیت شرکت ایفا می کند. شرکت های دانش بنیان آینده با شناخت و ارتقای ارزش دانش ضمنی، ارائه محصولات و خدمات تحت برند منحصر بفرد و فروش، بازاریابی تبلیغات، زمان بندی برای عرضه محصولات و خدمات، جذب و نگهداری وفاداری مشتریان می توانند به این مفهوم دست یابند. این نتایج با نتایج پژوهش های رانیکو ۲۰۱۶، سوتلیسیک ۲۰۱۰، سالار زهی ۱۳۹۰، چن و همکاران ۲۰۱۴، جلال پور و همکاران ۱۳۹۵ مطابقت دارد. در عصر جدید به دلیل جهانی شدن، شرکت های دانش بنیان برای ارتقای موقعیت خود نیازمند برندسازی می باشند. مدیران این شرکت ها می توانند با بهبود محصولات و خدمات، تدوین و اجرای برنامه جامع، و ایجاد روابط مبتنی بر همکاری به سوی برندینگ حرکت نمایند. این نتایج به نوعی با نتایج پژوهش، دنیس و همکاران ۲۰۱۶، گیبوس و همکاران ۲۰۱۳، رحیمیان ۱۳۹۷، مطابقت دارد. سرمایه فکری با فراهم کردن زمینه مبادلات تجاری فرامرزی، توجه به تغییرات محیط بین المللی و... می تواند زمینه بین المللی سازی محصولات و خدمات شرکت های دانش بنیان را فراهم سازد. طبق نظر مصاحبه شوندگان مدیران می توانند با تربیت کارکنان حرفه ای در سطوح

- 12- Aldrich  
latas
- 13- Intellectual Capital
- 14- Robert
- 15- Bontis, N. & Serenko
- 16- performance
- 17- Poohaka
- 18- Calsaz
- 19- Montri Wiboonrat
- 20- Nasif Ozkan
- 21- Scholten
- 22- Rannikko
- 23- Saturation

با استفاده از مدل بدست آمده می توانند ضمن دستیابی به ارتقای عملکرد با کسب مزیت رقابتی، شانس ماندگاری خود را در عرصه ی بازارهای جهانی بیشتر نمایند. با توجه به اهمیت و تاثیر مضامین سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان با رویکرد آینده پژوهی، پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

- اعضای شرکت های دانش بنیان برای دستیابی به دانش و اطلاعات جدیدو به روز از انواع مفاهیم سرمایه های فکری بدست آمده در این پژوهش استفاده نموده و عملکرد سازمان را ارتقا بخشند.

- استفاده از مفاهیم سرمایه فکری برای تدوین برنامه های بلند مدت جهت دستیابی به ارتقای عملکرد.

- در زمینه عوامل برون سازمانی سرمایه فکری بر ارتقای عملکرد پیشنهاد می گردد مدیران شرکت های دانش بنیان از طریق ایجاد شبکه های ارتباطی با دانشگاه ها، مراکز علمی و فناوری در سطح منطقه ای و جهانی برای دسترسی به آخرین دستاورهای علمی و فناوری جهت افزایش سهم بازار و کسب مزیت رقابتی برتر اقدام نمایند.

- مفاهیم سرمایه فکری در شرکت ها گنجانده شود تا بتوان آن ها را مورد توجه قرار داد و قوت ها و ضعف ها را در این زمینه شخص نموده و در راستای بهبود و تقویت آن به منظور ارتقای عملکرد، عمل نمود. این مدل می تواند در تصمیمات بهبود عملکرد هر شرکتی به تناسب استراتژی و فرهنگ عمومی شرکت مورد استفاده قرار گیرد. در بخش پیشنهاد های پژوهشی به سایر پژوهشگران پیشنهاد می شود مدل بدست آمده را در سایر شرکت های دانش بنیان بسنجند و نتایج را در راستای بهبود مدل با هم مقایسه نمایند.

یادداشت ها

- ۱- squat
- 2- Gunawan
- 3- Knowledge
- Based Companies
- 4- Andersen
- 5- Chen
- 6- Kamoeoka
- 7- Short
- 8- Czarnitzki
- 9- Bigliardi
- 10- Kidalov &
- Snider
- 11- Zhang

## فهرست منابع

۱. آرمان، منی، شفیع، محبوبه (۱۳۹۶). قابلیت های رقابتی در شرکت های دانش بنیان مدلی برای تبیین نقش چابکی استراتژیک و یادگیری استراتژیک، فصلنامه مدیریت بهبود و تحول، دوره ۲۵، شماره ۸۳، صص ۵۰-۲۵.
۲. اژدری، گلناز، لگزیان، محمد، شیرازی، علی، فیاضی، بی بی مرجان (۱۳۹۷). نوآوری و خلاقیت در اجرای اقدامات منابع انسانی در شرکت های دانش بنیان، فصلنامه علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره هفتم، شماره ۴، صص ۳۲-۱.
۳. اسکندری، کریم، بوداقي خواجه نوبر، حسین، رستم زاده، رضا (۱۳۹۵). تاثیر فعاليت های مدیریت دانش بر عملکرد غیر مالی شرکت های آب و برق، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۲۷، شماره ۱۰۷، صص ۷۶-۵۹.
۴. جلال پور، سیده صدیقه، طالبی، کامبیز، طبیبی، سید جمال الدین (۱۳۹۵). «ارتقای عملکرد شرکت های دانش بنیان ایرانی: شناسایی عوامل اثرگذار در سیاست ها و برنامه های اجرایی»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۲، صص ۱۲۷-۱۹۹.
۵. دانش فرد، کرم اله (۱۳۹۵). اولویت بندی نقش ساختارهای دانش محور پایه و پشتیبان در فرآیند نوآوری در شرکت های دانش بنیان، فصلنامه علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره پنجم، شماره ۴، صص ۲۴۸-۲۱۷.
۶. دوشانی، اسماعیل، صادق رای نیکو، شادی (۱۳۹۴). بررسی تاثیر کار تیمی پویا بر عملکرد سازمان مطالعه موردی اداره کل راه آهن اصفهان، مرکز آموزش و تحقیقات راه آهن، شماره ۲۷۵.
۷. دهقان، حسین، چرخاب مقدم، جهان شاه، دهقان نجم آبادی، عامر (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه های فکری سازمان بر فرآیند کارآفرینی فناورانه در سازمان پژوهش های علمی و صنعتی ایران، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، تابستان، صص ۲۷۶-۲۵۷.
۸. رحیمیان، اشرف (۱۳۹۷). برندسازی دانشگاه؛ نیاز جدید آموزش عالی (مطالعه موردی دانشگاه پیام نور مرکز کرج)، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت و برنامه ریزی در نظام های آموزشی، دوره ۱۱، شماره ۱ (پیاپی ۲۰)، صص ۱۵۸-۱۳۹.
۹. سالار زهی، حبیب اله، امیری، یاسر (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر بر استقرار فرآیند مدیریت ارتباط با مشتری در شرکت های بیمه، پژوهش های مدیریت عمومی، سال ۴، شماره ۱۲، صص ۱۴۴-۱۳۱.
۱۰. ضیاء، بابک، رضوانی، مهران، بیانی، الهه (۱۳۹۶). ارائه چارچوبی به منظور شبکه سازی بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط در حوزه صنایع دارویی، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۳، صص ۴۳۷-۴۱۷.
۱۱. طالبی، کامبیز، داوری، علی، دهقان نجم آبادی، عامر (۱۳۹۶). شناسایی تاثیر سرمایه فکری بر تشخیص فرصت های کارآفرینانه در شرکت های دانش بنیان، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۲۲، شماره ۷۱.
۱۲. فراهانی، فاطمه، نیاز آذری، کیومرث، صالحی، محمد (۱۳۹۴). ارائه مدل جهت تجاری سازی دانش در دانشگاه های آزاد اسلامی شهر تهران، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۲۶، شماره ۱۰۵، صص ۲۹-۱۷.
۱۳. فرنودی، صنم السادات، قاضی نوری، سید سپهر، رادفر، رضا، طباطبائیان، سید حبیب ... (۱۳۹۶). «واکوی عوامل رشد شرکت های دانش بنیان در ایران با رویکرد تبیین مسیرهای ممکن» فصلنامه علمی-پژوهشی سیاست علم و

22. Andersen, S., & Hanstad, D. (2017). Knowledge development and transfer in a mindful project-organization. *International Journal of Managing Projects in Business*, 6(2), 236-250.
23. Barringer, B.R, Jones, F.F, Neubaum, D.O, (2005) , "A quantitative content analysis of the characteristics of rapid growth firms and their founders" , *Journal of Business Venturing*, volume 20, Issue 5, PP.663-687.
24. Bigliardi, B., Galati, F. & Verbano, C. (2016). «Evaluating performance of university spin-off companies: Lessons from Italy», *Journal of technology management & innovation*, 8(2): 178- 188.
25. Bontis, N. & Serenko, A. (2009). "A causal model of human capital antecedents and consequents in the financial services industry", *Journal of Intellectual Capital*, 10(1): 53- 69.
26. Calza, F., Dezi, L. & Simoni, M. (2017). "The intellectual capital of business incubators", *Journal of Intellectual Capital*, 15(4): 597-610.
27. Chen, C. J., Liu, T. C., Chu, M. A. & Hsiao, Y. C. (2014). "Intellectual capital and new product development", *Journal of Engineering and Technology Management*, 33: 154- 173.
28. Chen, Jiun-Shiu., Lovvorn, Al S. (2016). The speed of knowledge transfer within multinational enterprises: the role of social capital. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 46-62.
29. Czarnitzki, D., Rammer, C. & Toole, A. A. (2016). "University فناوری، سال نهم، شماره ۲، تابستان، صص ۴۹-۶۵.
۱۴. کمالی، یحیی (۱۳۹۳). بررسی نقش ارزیابی عملکرد کارکنان در تحقق شایسته سالاری در سازمان، نشریه علمی ترویجی منابع انسانی ناجا، سال ۹، شماره ۳۷، صص ۴۹-۷۵.
۱۵. گواهی، عبدالرحیم (۱۳۹۵). آینده نگری در آینده پژوهی: تحلیل علی لایه ای چالش های آینده پژوهی در ایران، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال بیستم و هشتم، شماره ۱۰۹.
۱۶. منصوری، سمیه، وظیفه، زهرا و حلیمه یوسفی طبس (۱۳۹۵)، «اولویت بندی پیشران های عوامل اثرگذار در راستای توسعه شرکت های دانش بنیان در استان کرمان» فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰ شماره ۲، صص ۳۳۸-۳۱۹.
۱۷. میرغفوری، سید حبیب الله، مروتی شریف آبادی، علی، زاهدی، امیر احسان (۱۳۹۷). طراحی مدل یکپارچه توسعه سطح نوآوری و تجاری سازی شرکت های دانش بنیان ایران، فصلنامه علمی پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۱۴۲-۱۰۷.
۱۸. هوشمندی نیا، شهرزاد، نجفی زاده، ناداره سادات (۱۳۹۶). فرآیند تجاری سازی فناوری و روش های آن در فن بازار بستر مبادلات نوآورانه فناوری، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال ۲۸، شماره ۱۱۰، صص ۴۲-۱۹.
19. Auerbach, C.F. & Silverstein, L.B. (2003). Qualitative data: an introduction to coding and analysis. New York University Press.
21. Aldrich, H. E. (2015). «The emergence of entrepreneurship as an academic field: A personal essay on institutional entrepreneurship», *Research Policy*, 41(7): 1240- 1248.

37. Johnson, Scott G., Schnatterly, Karen., Hill, Aaron D. (2015). Board Composition. Beyond Independence: Social Capital, Human Capital, and Demographics. *Journal of Management*, 39(1), 232-262.
38. Kameoka, A. (2013). A challenge of integrating technology foresight and assessment in industrial strategy development and policymaking. *Technological foresight and social change*, 71(6).
39. Kidalov, M. V. & Snider, K. F. (2011). «US and European public procurement policies for small and medium-sized enterprises (SME)»: A comparative perspective, *Business and Politics*, 13(4): 1- 41.
40. Knight, J. (2015). International universities: Misunderstandings and emerging models. *Journal of Studies in International Education*. 19(2), 107-121.
41. 107-121.
42. Löfsten, H. (2016). New Technology-Based Firms and Their Survival: The Importance of Business Networks, and Entrepreneurial Business Behaviour and Competition, *Local Economy*, 31(3), 393- 409.
43. MontriWiboonrat, Natphasuth Patthirasinsiri(2017). Measuring intellectual capital of science park performance for newly established science parks in Thailand, *Kasetsart Journal of Social Sciences* 1e9.
44. Nasif Ozkan, Sinan Cakan, Murad Kayacan(2017).« Intellectual capital and financial performance»: A study of the Turkish Banking Sector, *Borsa Istanbul Review* 17-3 (2017) 190 \_ e198.
- spin-offs and the performance premium”, *Small Business Economics*, 43(2): 309- 326.
30. Dennis, Charles. Papagiannidis, Savvas. Alamanos, Eleftherios. Bourlakis, Michael. (2016). The role of brand attachment strength in higher education, *Journal of Business Research*.
31. Article in press. Published by Elsevier Inc.
32. Fan, Y. (2015). “The research of the relationship between intellectual capital in technical entrepreneurial enterprises and its growth”, *International Conference on Environmental Sciences*, 583-589.
33. Fan, Y. & Xue, M. (2012). “A study on intellectual capital-driven mechanism of growth in technology-based new ventures”, *Advances in Computer Science and Engineering*, Springer Berlin Heidelberg. No 141, pp: 731-736.
34. Gilsing V., Van Burg E., Romme A., George L.( 2010); "Policy principles for the creation and success of corporate and academic spin-offs"; *Technovation*, Vol. 30, No. 1., pp. 12-23.
35. Gibcus, Petra. (2013). Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*, 31(2), 192-216.
36. Gunawan, T., Jacob, J. & Duysters, G. (2015). Entrepreneurial orientation and network ties: innovative performance of SMEs in an emerging-economy manufacturing cluster. *Working Paper*, No. 2013/28.

- stages in the innovation process. Technological Forecasting and Social Change.
54. Svetlicic M. & et al(2010).;"Internationalization of small and medium – size enterprises from selected central European economies"; Eastern European Economics, Vol. 45, No. 4,, pp.36-65.
  55. Zhang, J. (2009). “The performance of university spin-offs: An exploratory analysis using venture capital data”, The Journal of Technology Transfer, 34(3): 255- 285.
  45. Puhakka, V. (2017). “Versatile and flexible use of intellectual capital in entrepreneurial opportunity discovery”, Journal of Management Research, 2(1).
  46. Rannikko, H. (2016). «Early development of new technology based firms: a longitudinal analysis on new technology based firms» development from population level and firm level perspective. Hanken School of Economics.
  47. Robert latas.(2017). Intellectual capital within the project management, ScienceDirect Procedia Engineering 153. 384 – 391 .
  48. Sarri, K. K., Bakouros, I. L., & Petridou, E. (2010). Entrepreneur training for creativity and innovation. Journal of European Industrial Training, 34(3), 270-288.
  49. Scholten, V,(2016), «The Early Growth of Academic Spin-offs, Factors Influencing the Early Growth of Dutch Spin-offs in the Life Sciences», Phd Thesis, Wageningen University and Researchcentrum, the Netherlands.
  50. Short, J. C., Ketchen J. r, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. Journal of Management, 36(1), 40-65.
  51. Siren, C. A. (2012). Unmasking the capability of strategic learning: a validation study. The Learning Organization, 19(6), 497-517.
  52. Stefan, I., & Bengtsson, L. (2017). Unravelling appropriability mechanisms and openness depth effects on firm performance across