

ارائه مدلی برای بررسی اثر سرمایه فکری بر توانمندی‌های رقابتی شرکت‌ها (رهیافت الگوی معادلات ساختاری)

مهدی گودرزی

دانشجوی دکتری حسابداری، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

mg1669@gmail.com

علی اکبر چهارمحالی

استادیار، حسابداری، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

A.chaharmahali@yahoo.com

احسان رحمانی نیا

استادیار، حسابداری، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

e.rahmaninia@ntb.iau.ir

هاشم نیکومرام

استاد تمام، حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

nikoomaram@srbiau.ac.ir

محسن امینی خوزانی

استادیار، مهندسی مالی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Amini_k_m@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۴

چکیده

امروزه، سازمان‌های تجاری در سراسر جهان برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار در حال رقابت هستند. در این راستا، سرمایه فکری به عنوان یکی از ارزشمندترین منابع سازمانی تلقی می‌شود که توسعه پایدار را ممکن می‌سازد. پژوهش حاضر به ارائه الگوی جهت بررسی رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی شرکت‌ها و آکاوای نقش میانجی‌گری هوشمندی رقابتی و نقش تعدیل‌گری دو عامل حسابداری مدیریت استراتژیک و ارتباطات سیاسی می‌پردازد. این پژوهش از حیث جهت‌گیری پژوهشی کاربردی و در قالب مطالعات میدانی بوده و جامعه آماری آن متشکل از مدیران عامل و اعضای هیات‌مدیره شرکت‌های بورسی و اعضای هیات‌علمی رشته‌های حسابداری، اقتصاد و مالی می‌باشد. همچنین حجم نمونه بر اساس روش محاسبه نمونه گیری کوهن و تکمیل پرسشنامه، با انتخاب ۲۰۲ نفر از اعضای جامعه انجام شده و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از الگوی معادلات ساختاری نسبت به برآزش مدل از طریق نرم‌افزار PLS-Smart اقدام گردید. نتایج حاکی از آن است که سرمایه فکری بر توان رقابتی تأثیر معنادار داشته و هوشمندی رقابتی به‌طور معنادار نقش میانجی را در این رابطه ایفا می‌کند. هرچند نقش تعدیل‌گری حسابداری مدیریت استراتژیک در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی تبیین نگردیده، لیکن ارتباطات سیاسی دارای نقش تعدیل‌گری در رابطه مذکور می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری، توان رقابتی، حسابداری مدیریت استراتژیک، هوشمندی رقابتی و ارتباطات سیاسی.

۱- مقدمه

یکی از ویژگی‌های شرکت‌های موفق امروز، برخورداری از قدرت رقابت‌پذیری است و در عین حال، ویژگی بارز شرکت‌های ناموفق، عدم برخورداری از این ویژگی است. قدرت رقابت‌پذیری یا توان رقابتی^۱ بیش از هر چیز، از داشتن دیدگاه‌های جدید در مورد آن نشات می‌گیرد؛ همچنان که محیط و زمان، تغییرات چشمگیری در شاخص‌های رقابت‌پذیری ایجاد کرده است. از طرفی تمامی مؤلفه‌های سرمایه فکری واسطه‌ای برای توسعه قابلیت‌های نوآوری در سازمان‌ها هستند و تصمیم‌گیرندگان باید اهمیت این نقش را درک کنند زیرا عناصر سرمایه فکری قابلیت‌های نوآوری را توسعه داده و با ایجاد مزیت رقابتی عملکرد سازمانی را افزایش می‌دهد (حافظ علی جاود، ۲۰۲۳). در کنار این موضوع نقش مهم منابع نامشهود توسط بسیاری از محققان مورد تاکید قرار گرفته است. از این رو، چالش مدیران، آماده کردن محیط مناسب برای رشد و پرورش ذهن انسان‌ها در سازمان‌های دانش‌محور است (خو و ژانگ^۲، ۲۰۲۰). رقابت‌پذیری معادل قدرت اقتصادی یک واحد در مقابل رقبایش در بازاری است که به راحتی کالاها، خدمات، مهارت‌ها و ایده‌ها فراتر از مرزهای جغرافیایی عرضه می‌شود (مارتز^۳، ۲۰۱۹).

۲- چارچوب نظری و پیشینه تجربی پژوهش

۲-۱- مبانی نظری

سرمایه فکری، تمام دانشی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت و ارزش افزوده به عنوان مزیت رقابتی در رسیدن به هدف شرکت استفاده قرار گیرد سرمایه فکری، سهم دارایی‌های داخلی (شایستگی‌ها، مهارت‌ها، رهبری، رویه‌ها، دانش و ...) و خارجی (تصویر، مارک‌ها، اتحادها، رضایت، مشتری و ...) نامشهود سازمان است که ارتباط تنگاتنگ با هم دارند و در دسترس هستند و به سازمان این امکان را می‌دهند که مجموع‌های از منابع ملموس مالی و انسانی را به سیستمی تبدیل کند که قادر به ایجاد ارزش پایدار باشد (عرب‌نژاد و خوزین، ۲۰۲۲). علاوه بر این، در یک بازار متلاطم تجاری، موقعیت رقابتی پایدار سازمان‌های تجاری به شدت تحت تأثیر سرمایه فکری آنها است. به طور خاص، سرمایه فکری، پویایی خلق ارزش را حفظ و هدایت می‌کند و طبق نظر دومای، ارزش‌های سرمایه فکری نه تنها شامل ارزش پولی، بلکه ارزش ایجادشده از نظر سودمندی کالاها و خدماتی است که سازمان‌ها تولید می‌کنند؛ مفهوم ارزش

توجه به ابعاد مختلف مربوط به سرمایه فکری^۱ و تأثیر انکارنکردنی آن در موفقیت بنگاه‌ها، اهمیت شناسایی و افشای را دوچندان می‌کند. نگاهی مختصر به تعاریف سرمایه فکری نشان‌دهنده آن است که نویسندگان هنوز بر سرتعریفی واحد، توافق نظر ندارند. ولی از جهات زیادی شباهت‌هایی بین تعاریف مختلف مشاهده می‌شود. به طور کلی، تمامی این تعاریف بر این اصل استوار است که سرمایه فکری شامل مجموع دارایی‌های نامشهود سازمان اعم از سرمایه انسانی^۲، سرمایه ساختاری^۳ و سرمایه ارتباطی^۴ می‌شود (نورطاها و همکاران، ۲۰۲۲). موفقیت یا شکست هر سازمانی در گرو منابع انسانی است که با فراگیری دانش و مهارت‌های جدید و بهبود عملکردشان، سطح سرمایه فکری سازمان را نیز ارتقا می‌بخشد. در واقع چگونگی عملکرد کارکنان، عاملی تعیین کننده در بقا و تداوم فعالیت سازمان‌ها است (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۵). سرمایه فکری به عنوان یک ارزش آفرین مرکب از سرمایه انسانی شرکت (مهارت‌ها، تجربه، کارایی و توانایی نوآوری کارکنان)، سرمایه ساختاری (سیستم‌ها و فرآیندهای سازمانی، نرم‌افزار و پایگاه‌های اطلاعات و فرآیندهای تجارت) و سرمایه ارتباطی (تمامی منابع مرتبط با ارتباطات خارجی شرکت با سهام‌داران، مشتریان، اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران، عرضه‌کنندگان و ...) قلمداد می‌شود.

سرمایه فکری منبعی است که انگیزه کارکنان را بهبود بخشیده و بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد (لی و همکاران، ۲۰۲۱). زیرا زمانی که کارکنان احساس انگیزش داشته باشند، عملکرد کاری آنها بهبود می‌یابد (ویلیام و پلتو^۵، ۲۰۲۱). اخیراً سرمایه فکری به عنوان مواد فکری، دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و تجرب‌های تعریف شده است که می‌تواند برای ایجاد ارزش در سازمان‌ها مورد استفاده قرار گیرد (ساردو و سراسکویرو^۶، ۲۰۱۸). سرمایه فکری را می‌توان مجموعه‌ای از مهارت‌ها و تجربیات اعضای یک سازمان تعریف کرد که در ترکیب با اطلاعات و سایر منابع می‌تواند رشد آن را هدایت کند (جوشی و همکاران^۷، ۲۰۱۳). سرمایه فکری با توانایی شرکت برای تولید، اجرا و تعیین کمیت سرمایه نامشهود به منظور افزایش ارزش مرتبط است. در واقع، این موضوع کارایی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد.

6 Sardo, Filipe & Serrasqueiro, Zelia & Alves, Helena.

7 Joshi, M. et al.

8 Competitive power

9 Xu, Jian and Zhang, Yi

10 Martz, B.

1 Intellectual Capital

2 Human Capital

3 Structural capital

4 Communication capital

5 William Y. and Degbey, Elina Pelto

فرآیند رقابت به هدف برسد و در این فرآیند نسبت به رقیب خود برتری داشته باشد.

قدرت رقابت‌پذیری یا توان رقابتی بیش از هر چیز، از داشتن دیدگاه‌های جدید در مورد آن نشات می‌گیرد؛ همچنان که بستر محیط و زمان، تغییرات چشمگیری در شاخص‌های رقابت‌پذیری ایجاد کرده است. طبق تعریف مارتز، رقابت‌پذیری معادل قدرت اقتصادی یک واحد در مقابل رقبایش در بازاری است که کالاها، خدمات، مهارت‌ها و ایده‌ها فراتر از مرزهای جغرافیایی در آن به راحتی عرضه می‌شود. در این میان، مؤسسات و سازمان‌های ایرانی نیز از این امر مستثنی نبوده و هر سازمانی برای همسویی با سایر سازمان‌ها و افزایش قدرت رقابت‌پذیری در عرصه داخلی و جهانی نیازمند استفاده از سرمایه فکری سازمان خود هست. از این رو، برای ایران که در برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت خود قصد دارد گوی رقابت در اقتصاد و تجارت را از همسایگان خود برآید، مطالعات و تحقیقات علمی مبتنی بر سرمایه فکری باید منتج به مدل‌های راهبردی در تبیین اثرات آن بر توان رقابتی و در نتیجه کارایی شرکت‌ها شود. مبانی نظری و مطالعات شکل گرفته بر اساس این چنین واقعیتی، نشان می‌دهد که روش جامعی برای اندازه‌گیری اثر سرمایه فکری بر روند رقابت‌پذیری یک شرکت یا بنگاه اقتصادی به صورت آشکار وجود ندارد.

اگر چه برخی مطالعات، روندهای تحلیلی مشخصی برای اندازه‌گیری اثرات سرمایه فکری بر برخی مؤلفه‌های رقابتی ارائه کرده اند، لیکن معیار جامعی برای کنترل و ارزیابی میزان اثرات سرمایه فکری بر مجموع مؤلفه‌های مؤثر بر توان رقابتی شرکت به صورت همه جانبه وجود ندارد. لذا کسب شناخت زمینه‌های مشترکی که به تبیین ارتباط بین سرمایه فکری با روند رقابت‌پذیری شرکت‌ها، از جمله ابعاد توان رقابتی بپردازد، اجتناب ناپذیر است. در شرایط اقتصادی نوین، سازمان‌ها دریافته‌اند که مزیت‌های رقابتی تکنولوژیک، پای‌های بوده و مزیت‌های رقابتی پایدار، تنها مبتنی بر مدیریت سرمایه‌های فکری است. از این رو، سرمایه فکری، سرمایه‌ای فراتر از دارایی‌های فیزیکی و دارایی‌های مشهود است و به دلیل تولید اطلاعات و در نتیجه تولید ثروت در اقتصاد مبتنی بر دانش می‌تواند نقش مهمی در خلق ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی داشته باشد.

در عصر اطلاعات، سرمایه فکری به طور گسترده‌ای به عنوان عامل تعیین‌کننده موفقیت شرکت‌ها شناخته شده است. اهمیت روزافزون دارایی‌های نامشهود و تلاش در جهت افشای اختیاری اطلاعات مربوط به آن‌ها، بر محدودیت‌های سیستم گزارشگری

شامل سود اقتصادی، ارزش اجتماعی و ارزش زیست محیطی است (سکاندو و همکاران، ۲۰۲۰). به طور کلی، بهره‌وری در سازمان‌ها به وجود سرمایه فکری و نحوه‌ی به‌کارگیری سازمان از آن‌ها وابسته است که این موضوع نوعی دارایی برای سازمان محسوب می‌شود. بر خلاف دارایی‌های فیزیکی که می‌توانند در یک مورد خاص به کار بروند، دارایی‌های فکری یا در واقع سرمایه فکری را می‌توان در تمامی زمینه‌ها به کار گرفت. از سویی دیگر، سرمایه فکری تنها با اتصال همه ابعادش به یکدیگر، مهم خواهد بود و این ابعاد ذاتاً به یکدیگر مرتبط هستند. این ابعاد شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی می‌باشد که همگی منبع نوآوری هستند. پژوهش‌های گذشته بر این باورند که سرمایه فکری قابلیت افزایش بهره‌وری را دارد. در سال‌های اخیر، توجه بسیاری از مدیران شرکت‌ها به اطلاعات سرمایه فکری جلب شده است، به گونه‌ای که سرمایه فکری همچون بخش تفکیک‌ناپذیر فراگرد ارزش شرکت شناخته می‌شود. پژوهش‌های صورت‌گرفته در این راستا نیز، نقش سرمایه فکری در جهت بهبود مزیت رقابتی را مورد تأیید قرار داده‌اند (پورمحمدیان و بحری، ۱۴۰۱). تئوری رشد درون‌زا، حاکی از آن است که عوامل داخلی، تعیین‌کننده‌ی توسعه شرکت‌ها هستند. نیروی محرکه رشد شرکت از منابع، دانش و توانایی درون یک سازمان ناشی می‌شود. همچنین دیدگاه مبتنی بر منبع (RBV) پیشنهاد می‌کند که منابع منحصربه‌فرد شامل موارد ملموس و ناملموس می‌توانند عملکرد شرکت را هدایت کنند. با این حال، نقش مهم منابع نامشهود توسط بسیاری از محققان در عصر اقتصاد چند وجهی مورد تأکید قرار گرفته است. منابع تولید ثروت از عوامل تولید سنتی مانند زمین، سرمایه و نیروی کار به دارایی‌های نامشهود تغییر کرده است. از این رو، شرکت‌ها باید منابع داخلی خود را که کمیاب، تکرارنشدنی و غیرقابل تعویض هستند به درستی مدیریت کنند که به آن‌ها کمک می‌کند تا رقابت را حفظ کنند (خو و ژانگ^۱، ۲۰۲۰).

مزیت رقابتی میزانی است که یک سازمان می‌تواند موقعیت قابل دفاعی نسبت به رقبای خود ایجاد کند (پوترو و همکاران، ۲۰۲۲) این شامل قابلیت‌هایی است که سازمان را قادر می‌سازد خود را از رقبا متمایز کند و این نتیجه تصمیمات حیاتی مدیریت است (ریکاردیانتو و همکاران، ۲۰۲۲). ادبیات تجربی تا حدود زیادی شامل شناسایی قیمت و هزینه، کیفیت، تحویل و انعطاف‌پذیری به عنوان قابلیت‌های رقابتی مهم می‌باشد (شریفانی و امینی، ۲۰۲۲). توان رقابتی به این معناست که یکی از رقبای

^۱ Xu, Jian and Zhang, Yi

ضعف در کیفیت گزارشگری مالی، با کاهش قیمت سهام در دوره‌های آتی مواجه خواهند شد (جمال بحری ثالث و محمدرضا عبرتی، ۱۳۹۸). این شناخت ضمن مطالعه ادبیات تحقیق و شناسایی ساختارهای مرتبط، مجموع‌های از روابط قابل اندازه‌گیری بین متغیرها را شکل می‌دهد که تحلیل آن‌ها به تاثیرگذاری و پیامدهای ناشی از سرمایه فکری و ابعاد آن کمک می‌نماید. بر این اساس فرضیه‌ها و سوال‌های پژوهش که از یک سو بر ارتباط بین سرمایه فکری با توان رقابتی شرکت‌ها اشاره دارند و از سوی دیگر اثرات تعدیل کننده دو عامل ارتباطات سیاسی و حسابداری مدیریت استراتژیک و همچنین اثرات میانجی عامل هوشمندی رقابتی بر این روابط را مورد ملاحظه قرار می‌دهند، تدوین و مورد آزمون قرار گرفته‌اند.

همچنین، هوشمندی رقابتی^۳ را می‌توان از دیدگاه سازمانی به عنوان جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل، تفسیر و انتشار اطلاعات استراتژیک در زمان مناسب برای استفاده در فرآیند تصمیم‌گیری در نظر گرفت. اگرچه ریشه‌های عملی آن به چندین دهه قبل برمی‌گردد، منشاء فکری آن را می‌توان به مایکل پورتر نسبت داد که در سال ۱۹۸۰ از تکنیک هوش رقابتی برای تجزیه و تحلیل صنایع و رقبا استفاده کرد. از سوی دیگر، هوش رقابتی رویکردهای اطلاعاتی باقی مانده و استراتژی سازمان را به هوش تجاری مرتبط می‌کند. این امر هوش رقابتی را به خودی خود به یک مدل اصلی در حوزه مدیریت استراتژیک، رقابت‌پذیری و اقتصاد دانش تبدیل می‌کند. سازمان‌ها از هوش رقابتی برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات در مورد رقبا استفاده می‌کنند تا در بازار برتری پیدا کنند (رانجان و فروپون^۴، ۲۰۲۱). در سال‌های اخیر یکی از مفاهیم مطرح، «هوشمندی رقابتی» است که با فرهنگ شرکت‌های پیشرو عجین شده است. هوشمندی رقابتی امکان تفکر خلاقانه‌تر را برای مدیران فراهم می‌کند تا با ارائه اطلاعات محیط کسب و کار و تحلیل رقبا، در تصمیم‌گیری‌های سازمانی بهتر عمل کنند. در واقع در هر صنعتی، شرکت‌ها باید اطلاعات را از محیط خارجی جمع‌آوری کنند و به دانش سازمان بیفزایند. فقدان اطلاعات از محیط خارجی می‌تواند منجر به ضعیف شدن عملکرد کسب و کار شود (فلاح‌تکار و اسکندرپور ۱۴۰۰). در یک نگاه کلی، هوشمندی رقابتی مفهومی چندوجهی است که می‌توان آن را به عنوان یک فرایند یا یک کارکرد یا یک محصول و یا ترکیبی از هر سه آن‌ها دانست. به طور کلی هدف از اجرای فرایند هوشمندی رقابتی عبارت است از: شناسایی فرصت‌ها، نیروها و خطرات موجود در

مالی تأکید نموده است. در فرآیند حسابداری مدیریت استراتژیک^۱، استفاده از ابزارهای خاصی که هدف اصلی آن‌ها انعکاس دقیق و منصفانه‌ی ماهیت اقتصادی شرکت‌ها و در نتیجه تسهیل در امر تصمیم‌گیری‌های منطقی مربوط به مدیریت می‌باشد امری ضروری است. یکی از این ابزارهای ضروری نیز توسط حسابداری مدیریت استراتژیک تعیین می‌شود. در عصر پسا صنعتی توسعه حسابداری و به دنبال آن مدیریت، تا حد زیادی به وسیله سرمایه فکری شکل گرفته است و موفقیت شرکت‌ها را تعیین می‌کنند (یعقوبی و اسماعیلی، ۱۴۰۰).

شایان ذکر است، در نظام‌های اقتصادی مبتنی بر روابط، ارتباط سیاسی یک منبع مهم ارزش برای شرکت‌های دارای این روابط است. شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی^۲ از منافع بودجه نرم بهره‌مند می‌گردند. بودجه نرم اشاره به جلب حمایت سیاسی و بهره‌مندی از مزایای این حمایت‌ها دارد. به نظر می‌رسد شرکت‌هایی که موفق می‌شوند حمایت‌های سیاسی را جلب نمایند، وجوه نقد کمتری نگهداری می‌کنند. زیرا مدیران این گونه شرکت‌ها یا می‌توانند نیازهای خود را با سطح اعتباری بالاتری که نیاز به پرداخت سریع وجه نقد ندارد، تهیه نمایند و یا در صورت نیاز به منابع مالی، در زمان کوتاه‌تری به این منابع دسترسی خواهند داشت. از این رو، جلب حمایت سیاسی مانع نگهداشت وجه نقد زیاد در شرکت می‌شود و انتظار می‌رود که مسئولیت اجتماعی را در شرکت‌های ایرانی تحت تأثیر قرار دهد (رسول برادران و همکاران، ۱۳۹۸).

ارتباطات سیاسی نیز از عواملی است که بر دسترسی مدیران به بدهی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت تأثیر دارد. ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد ارتباطات سیاسی با وجود منافع و زیان‌های احتمالی، می‌تواند به شرکت‌ها در دسترسی آسان‌تر به اعتبارات مالی کمک کند. در واقع، شرکت‌های دارای ارتباطات سیاسی به دلیل داشتن روابط با سیاستمداران دولتی، در حمایت آن‌ها قرار می‌گیرند و در مواجهه با بحران‌های مالی پیش رو، از این ارتباطات و نیز از اعتبارات مالی بلندمدت یا کوتاه مدت به تناسب نیاز استفاده می‌کنند (محسن صالحی نیا و تامرادی علی، ۱۳۹۸). با این وجود، از دیدگاه برخی از محققان، ارتباطات سیاسی تأثیر منفی بر روابط شرکت دارد. چرا که برخی از آنان معتقدند به دلیل حمایت دولت در ارتباطات سیاسی، شرکت‌هایی که دارای روابط سیاسی هستند، محیط عملیاتی غیرشفافی دارند. در نتیجه کیفیت اطلاعات در شرکت‌های دارای اطلاعات سیاسی، پایین‌تر از سایر شرکت‌ها است. در نتیجه، این شرکت‌ها به دلیل

3 Competitive intelligence
4 Ranjan, Jayanthi, et al.

1 Strategic management accounting
2 Political communication

عملی خرده فروشان جهانی تأثیر می‌گذارند، بنگاه‌های موجود در محیطی با غلظت بالاتر بازار، هزینه‌های مصرف کننده بیشتر و سرانه‌های کوچکتر. جمعیت به احتمال زیاد در زمینه خرده فروشی دستیابی به یک مهارت عملیاتی بالاتر دارند. یکی دیگر از یافته‌های جالب با پیامدهای عملی این است: ورودی‌های مربوط به محیط خارج (به عنوان مثال، تأمین کنندگان در بالادست و رسانه‌های زنجیره تامین پایین دست) می‌توانند بیش از ورودی‌های موجود در زنجیره تأمین داخلی (مثلاً انبارها) روی بهره‌وری عملیاتی تأثیر بگذارند.

اندو و همکاران (۲۰۱۸)، در تحقیقی به بررسی چگونگی تولید داده از طریق رسانه‌های آنلاین مانند وب سایت‌ها و صفحات مجازی نظیر فیس بوک به عنوان منبع غنی از داده‌ها و کانال‌ها برای افشای سرمایه فکری در کشورهای شرقی اروپا پرداختند. ابزار رسانه‌های آنلاین و ظهور آن فرصت‌های جدیدی برای شرکت‌ها ایجاد کرده‌اند تا اطلاعات سرمایه فکری خود را به موقع به سهامداران افشا کنند و اطلاعات مربوط به تأثیر آن‌ها بر جامعه را به دست بیاورند. داف^۳ (۲۰۱۸)، نشان می‌دهد افشای داوطلبانه سرمایه فکری در انواع مختلف گزارش‌ها در شرکت‌های انگلستانی متفاوت است. سرمایه انسانی در رتبه اول از نظر سطح افشا قرار دارد، در حالی که کمترین میزان گزارش شده مربوط به سرمایه ساختاری است. تریودی و همکاران (۲۰۱۵)، عملکرد بانک‌های دولتی و خصوصی هندوستان را با استفاده از سیستم رتبه بندی کامل ارزیابی و آن‌ها را رتبه بندی نموده است، نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد بانک‌های خصوصی نسبت به بانک‌های دولتی از رتبه عملکرد بهتری برخوردار می‌باشند.

تقوایی و همکاران (۱۳۹۹)، به مطالعه تأثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمان‌ها پرداختند. نتایج نشان داد که سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی در پارک علم و فن آوری مازندران تأثیر مثبت دارد. همچنین نتایج نشان داد از بین ابعاد سرمایه فکری هر سه بعد انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌های بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنا دار دارد. بر این اساس، در حیطه مطالعات داخلی نتایج تحقیق با تحقیقات داخلی و همچنین در حیطه مطالعات خارجی نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات خارجی، همسو و هم جهت بودند. مقدم و نبوی چاشمی (۱۳۹۹)، با مطالعه بر روی تأثیر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر بهبود عملکرد سازمانی با نقش میانجی توسعه سرمایه فکری، به این نتیجه رسیدند که بین میانگین نمرات مولفه‌های

بازار. به کارگیری هوشمندی رقابتی می‌تواند منجر به افزایش مهارت‌های تحلیلی برای مدیران شده و توانایی آنان را در پیش‌بینی حرکات رقبا در محیط کسب و کار بالا ببرد. همچنین قادر است با به اشتراک‌گذاری ایده‌ها و دانش در سازمان، به کشف رقبا و مشتریان بالقوه جدید و حمایت از شروع کسب و کارهای جدید کمک کند. علاوه بر آن، هوشمندی رقابتی با شناسایی و تحلیل فناوری‌های جدید، امکان ارائه بنیان‌هایی برای بهبود مستمر و مشخص کردن استراتژی رقابتی برای مدیران فراهم می‌کند.

۲-۲- پیشینه پژوهش

آمانو^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی به بررسی تأثیر کارایی سرمایه فکری بر ساختار سرمایه با نقش تعدیلی ریسک و سودآوری شرکت‌های ایتالیایی در دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۷ با استفاده از رگرسیون خطی چندمتغیره انجام داد و نشان داد که بین کارایی سرمایه فکری و ساختار سرمایه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین در دیگر یافته‌ها مشاهده شد که ریسک و سودآوری شرکت رابطه بین کارایی سرمایه فکری و ساختار سرمایه را تعدیل می‌کند.

آدسینا^۲ (۲۰۱۹)، به بررسی اثرات سرمایه‌های فکری (IC) بر کارایی فنی، تخصیصی و هزینه‌های برای یک هیئت مدیره از ۳۳۹ بانک تجاری که در ۳۱ کشور آفریقایی فعالیت می‌کنند، در دوره ۲۰۰۵-۲۰۱۵ پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که IC اثرات مثبتی بر کارایی فنی، تخصیصی و هزینه بانکی دارد. همچنین، با نمونه تقسیم شده در پانل‌های مختلف منطبق‌های آفریقای شرقی، آفریقای شمالی، آفریقای جنوبی و آفریقای غربی یکسان است. با این حال، هنگامی که اندازه‌گیری IC ما به سه مؤلفه آن یعنی سرمایه انسانی، سرمایه فیزیکی و سرمایه ساختاری تقسیم می‌شود، فقط سرمایه انسانی با هر سه اقدامات کارایی در پانل‌ها ارتباط مثبت دارد. نتایج پژوهش حاکی از نیاز بانک‌های آفریقایی برای تأکید بر توسعه سرمایه انسانی است.

لیون و همکاران (۲۰۱۸)، با هدف ارائه یک رویکرد جدید برای انجام تجزیه و تحلیل محیط رقابتی برای یک استراتژی عملیاتی جهانی در خرده‌فروشی، با بررسی روابط بین ورودی‌های اختیاری زنجیره تأمین، ورودی‌های غیرتفاوتی محیط و عملکرد خرده فروشی برای ارزیابی عملکرد در خرده فروشی ویکپاچه سازی آن، تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی، یک مدل آنالیز پوششی داده‌های غیررقابتی انجام دادند. نتایج این پژوهش نشان داد در حالی که فاکتورهای غیرقابل انکار به طور قابل توجهی بر عملکرد

³ Duff, A.

1 D'Amato, A.

2 Adesina, Kolade Sunday

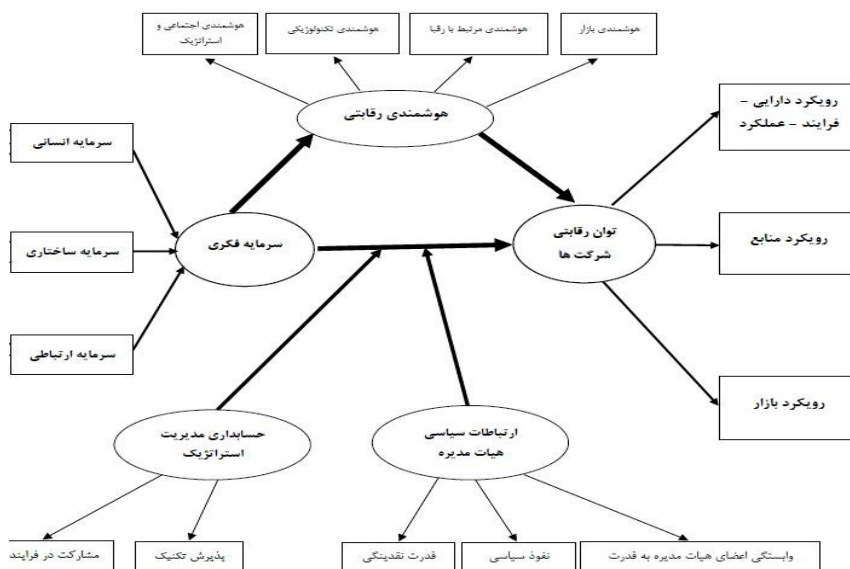
ساختاری و سرمایه انسانی، رضایی و عباسی (۱۳۹۴)، با پژوهش بر روی روش‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری و ارزش افزوده اقتصادی به این نتیجه رسیدند که گرفت. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش حاکی از رابطه معنا دار و مثبت IC با ارزش افزوده اقتصادی بود. ولی رابطه IC و قیمت به درآمد هر سهم رد شد. فرضیه دوم، فقط در رابطه با تاثیر CVI و ارزش افزوده اقتصادی تایید شد و پذیرش فرضیه سوم (رابطه ضریب ارزش افزوده سرمایه فکری (AVIC) و ضریب ارزش افزوده سرمایه مادی و فیزیکی با ارزش افزوده اقتصادی)، و همچنین تاثیر معنا دار و مثبتی بین ضریب ارزش افزوده سرمایه ساختاری و شاخص نسبت قیمت به سود هر سهم وجود دارد.

۲-۳- مدل مفهومی تحقیق

مدل‌های مفهومی مجموعه‌های از روابط نظام‌مند هستند که توصیفی جامع و سازگار از روابط میان چند پدیده را ارائه می‌نمایند. در این پژوهش بر اساس مبانی نظری و پیشینه‌های تحقیق نسبت به توسعه فرضیات اقدام و مدل مفهومی اولیه به صورت زیر ارائه گردید.

مدیریت منابع انسانی، عملکرد سازمانی و سرمایه فکری همبستگی معناداری وجود داشت. ملکیان و همکاران (۱۳۹۷)، به بررسی و رتبه بندی افشای ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه فکری به روش سلسله مراتبی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. از نظر خبرگان در سطح ابعاد، سرمایه انسانی دارای رتبه یک اهمیت افشا و سرمایه رابط‌های و ساختاری در رتبه‌های بعدی هستند. در رتبه بندی ن‌هایی بین شاخص‌ها، اطلاعات بهره‌وری کارکنان و اطلاعات قومیتی و جنسیتی کارکنان به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین درجه اهمیت افشا را دارند. هدف دوم پژوهش به بررسی وضعیت افشای سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از روش تحلیل محتوا می‌پردازد.

رحیمی‌ریگی و همکاران (۱۳۹۵)، در مطالعاتی تأثیر اجزای سرمایه فکری موجود در شرکت‌ها، سرمایه ارتباطی، سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی بر کارایی شرکت‌ها مورد ارزیابی قرار دادند. یافته‌های تحقیق بیانگر تأثیر مثبت و معنادار سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی بر کارایی شرکت‌ها بوده است. به علاوه نتایج پژوهش نیز نشان داد که تأثیر عناصر سرمایه فکری بر کارایی شرکت‌های بورس و اوراق بهادار تهران به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: سرمایه ارتباطی، سرمایه



نمودار ۱- ارتباط متغیرهای تحقیق بر اساس مدل معادلات ساختاری

می‌باشد. همچنین از بعد زمان، داده‌های مقطعی را مورد استفاده قرار داده و تلاش دارد تصویری از یک الگوی جامع پیرامون اثر سرمایه فکری بر روی توان رقابتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را ارائه نماید. در این پژوهش تأثیر

۳- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث جهت‌گیری پژوهشی کاربردی، در قالب مطالعات میدانی، از حیث روش گردآوری داده‌ها اسنادی و پرسشنامه‌های و از جنبه نوع پژوهش کمی و کیفی (ترکیبی)

صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردند. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالاتر از ۰/۷ شود، نشان از پایایی درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (نونالی^۴، ۱۹۸۷). ذکر این نکته ضروری است که پایایی ترکیبی در مدل‌سازی ساختاری معیار بهتری از آلفای کرونباخ به شمار می‌رود، به دلیل این‌که در محاسبه ضریب آلفای کرونباخ در مورد هر سازه، تمامی شاخص‌ها با اهمیت مساوی در محاسبات وارد می‌شوند. در حالی که برای محاسبه پایایی ترکیبی، شاخص‌ها با بار عاملی بیشتر، از اهمیت بیشتری برخوردارند و مقدار پایایی ترکیبی گزارش شده برای هر یک از سازه‌های پنهان مدل در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۲- مقادیر پایایی ترکیبی

پایایی ترکیبی	متغیر
۰/۸۵۴	سرمایه فکری
۰/۸۸۰	توان رقابتی
۰/۸۵۸	هوشمندی رقابتی
۰/۸۳۴	حسابداری مدیریت استراتژیک
۰/۹۰۱	ارتباطات سیاسی

ضریب آلفای کرونباخ

ضریب آلفای کرونباخ عاملی است که مقدار آن از ۰ تا ۱ متغیر بوده و مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ نشان‌گر پایایی قابل قبول است (کرونباخ^۴، ۱۹۵۱). البته موس و همکاران^۵ (۱۹۹۸) در مورد متغیرهایی با تعداد سؤالات اندک، مقدار ۰/۶ را به عنوان سر حد ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده‌اند. در جدول ذیل مقدار این ضریب برای هر یک از عوامل برآورد شده است.

جدول ۳- مقادیر آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۸۰۷	سرمایه فکری
۰/۸۵۵	توان رقابتی
۰/۷۷۸	هوشمندی رقابتی
۰/۷۶۳	حسابداری مدیریت استراتژیک
۰/۸۶۳	ارتباطات سیاسی

عوامل تعیین کننده سرمایه فکری بر توان رقابتی شرکت‌ها مانند رویکرد عملکرد، رویکرد منابع، رویکرد بازار مورد بررسی قرار گرفت همچنین در این الگو تأثیر دو دسته متغیرهای تعدیل‌گر و میانجی از جمله حسابداری مدیریت استراتژیک، ارتباطات سیاسی و هوشمندی رقابتی بر رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی تحلیل گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر متشکل از مدیران عامل و اعضای هیات مدیره شرکت‌های بورسی و اعضای هیات علمی رشته‌های حسابداری، اقتصاد و مالی می‌باشد. همچنین حجم نمونه بر اساس روش نمونه‌گیری کوهن، تعداد ۲۰۲ نفر از اعضای جامعه در دسترس انتخاب و پرسشنامه‌ها تکمیل گردید. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه بوده که داده‌های استخراج شده با استفاده از الگوی معادلات ساختاری^۱ (SEM) از طریق نرم‌افزار PLS-Smart برازش گردید.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- تحلیل توصیفی

با توجه به داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌ها جدول آمار توصیفی متغیرها ارائه گردید. همان‌طور که در جدول زیر مشاهده می‌شود، از منظر نمونه‌های پژوهش، سرمایه فکری بیشترین میانگین را در میان متغیرهای پژوهش با مقدار (۳/۶۱۱) و کمترین میانگین هم مربوط به حسابداری مدیریت استراتژیک با مقدار (۳/۱۵۹) می‌باشد.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرها

متغیر	میانگین	چارک اول	چارک میانه	چارک سوم	انحراف معیار
سرمایه فکری	۳/۶۱۱	۰/۵۰۱	۳/۳۳۰	۳/۶۳۰	۳/۹۵۰
توان رقابتی	۳/۴۷۴	۰/۵۴۳	۳/۱۷۰	۳/۵۰۰	۳/۷۹۰
هوشمندی رقابتی	۳/۴۸۰	۰/۵۶۷	۳/۱۷۰	۳/۵۰۰	۳/۸۸۰
حسابداری مدیریت استراتژیک	۳/۱۵۹	۰/۹۱۵	۲/۳۳۰	۳/۰۰۰	۴/۰۰۰
ارتباطات سیاسی	۳/۴۴۰	۰/۸۰۲	۳/۱۰۰	۳/۵۰۰	۴/۰۰۰

۴-۲- پایایی و روایی

در این مرحله از دو شاخص جهت بررسی پایایی مدل استفاده می‌شود: معیار پایایی ترکیبی (CR) و معیار ضریب آلفای کرونباخ.

پایایی ترکیبی (CR)

این معیار توسط ورتس و همکاران^۲ (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به

4. Cronbach
5. Moss et all

1 Structural equation model (SEM)
2. Werts et all
3. Nunnally

۲) مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

روش فورنل و لارکر

معیار مهم دیگری که با روایی واگرا مشخص می‌گردد، میزان رابطه سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است. به‌گونه‌ای که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در دل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان AVE برای هر سازه بیشتر از واریانس اشتراکی آن سازه و سازه‌های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل باشد. بررسی این امر به وسیله یک ماتریس صورت می‌پذیرد که خانه‌های این ماتریس حاوی مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است. این مدل در صورتی روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). ویژگی بارز این ماتریس آن است که قطر اصلی آن بزرگ‌ترین عدد در همان ستون می‌باشد. سپس مقادیر موجود روی قطر اصلی ماتریس را با ریشه دوم مقادیر واریانس شرح داده شده در AVE جایگزین می‌کنیم و در نهایت جدول ذیل ارائه می‌گردند.

جدول ۵- فورنل و لارکر پس از جای‌گذاری مقادیر ریشه دوم AVE

متغیر	سرمایه فکری	توان رقابتی	هوشمندی رقابتی	حسابداری مدیریت استراتژیک	ارتباطات سیاسی
سرمایه فکری	۰/۷۶۰				
توان رقابتی	۰/۵۴۰	۰/۷۶۵			
هوشمندی رقابتی	۰/۵۶۵	۰/۴۳۲	۰/۶۵۰		
حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۲۹۰	۰/۳۴۲	۰/۷۷۶	۰/۷۷۶	
ارتباطات سیاسی	۰/۳۴۱	۰/۲۸۷			۰/۵۸۰

مطابق با جدول بالا ضریب آلفای کرونباخ برای تمام سازه‌های مورد نظر به جز تصویر بازاریابی بالاتر از ۰/۷ است که حاکی از پایایی مناسب مدل هست. تصویر بازاریابی نیز بالاتر از ۰/۶ است که باتوجه به گفته موس و همکاران (۱۹۹۸) قابل قبول می‌باشد.

روایی

برای بررسی روایی از دو معیار استفاده شده است. معیار اول روایی همگرا و معیار دوم روایی واگرا می‌باشد.

بررسی روایی همگرا

معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱) معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده و اظهار داشتند که مقدار عدد بحرانی ۰/۵ است. مگنر و همکاران^۲ (۱۹۹۶) مقدار ۰/۴ به بالا را برای میانگین واریانس استخراج شده (AVE) کافی دانسته‌اند. در جدول زیر مقدار این ضریب برای هر یک از سازه‌ها ارائه شده است. مقدار این شاخص از ۰ تا ۱ متغیر است که مقادیر بالاتر از ۰/۴ پذیرفته شده است (گیفن و استراب^۳، ۲۰۰۵).

جدول ۴- مقادیر متوسط واریانس استخراج شده

متغیر	متوسط واریانس استخراج شده
سرمایه فکری	۰/۵۲۴
توان رقابتی	۰/۵۲۵
هوشمندی رقابتی	۰/۶۰۴
حسابداری مدیریت استراتژیک	۰/۵۰۴
ارتباطات سیاسی	۰/۶۴۵

روایی واگرا

روایی واگرا سومین معیار بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است که دو موضوع را پوشش می‌دهد:

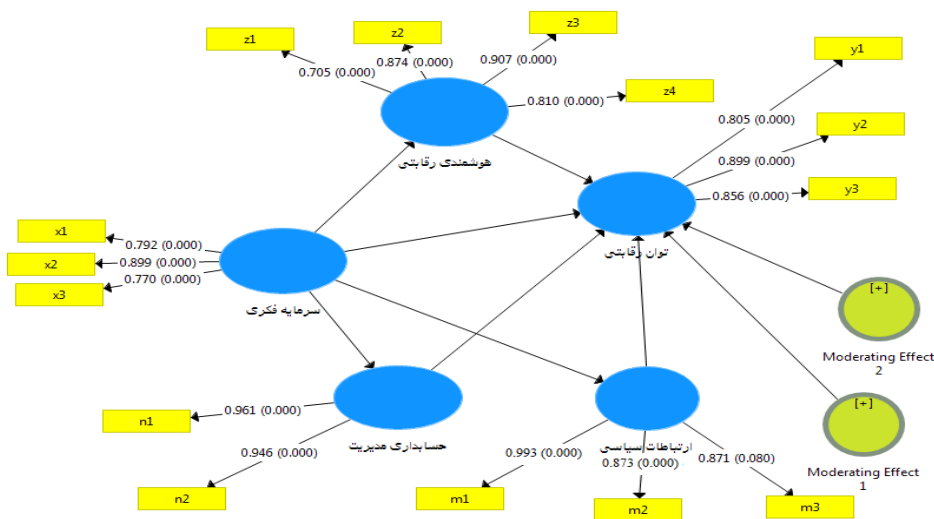
۱) مقایسه میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با آن سازه در مقابل همبستگی آن شاخص‌ها با سازه‌های دیگر.

۳-۴- تحلیل استنباطی

مدل‌های مرسوم در مدل‌سازی ساختاری در واقع متشکل از دو بخش هستند. مدل‌های اندازه‌گیری که چگونگی توضیح و تبیین متغیرهای پنهان را نشان می‌دهند و مدل ساختاری که نشان می‌دهد چگونه متغیرهای پنهان در پیوند با یکدیگر قرار گرفته‌اند. در واقع مدل‌های اندازه‌گیری روابط بین شاخص‌های (متغیرهای مشاهده شده) یک سازه (متغیر پنهان) و آن سازه را مشخص می‌سازند. بررسی مدل پژوهش طی سه مرحله انجام می‌شود. در مرحله اول، مدل بیرونی پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در مرحله دوم نوبت به بررسی مدل درونی می‌رسد و مرحله سوم نیز به بررسی مدل کلی پژوهش اختصاص دارد.

ارزیابی مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

برای ارزیابی برازش مدل‌های معادلات ساختاری ابتدا به ارزیابی مدل بیرونی پرداخته می‌شود در این ارزیابی رابطه بین نشان‌گرها (متغیرهای آشکار) و متغیرهای مکنون (پنهان) از طریق بارهای عاملی محاسبه شده مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در این مرحله بار عاملی مربوط به شاخص‌های سنجیده شده هر متغیر مورد بررسی قرار می‌گیرد. بارهای عاملی بالاتر از ۰/۴ مطلوب هستند و کمتر از آن باید حذف شوند. با توجه به مقادیری که برای بارهای عاملی در نظر گرفته شده است، مقادیر ۰/۷ تا ۰/۴ باید بیشتر از ۰/۷ باشند ولی مقادیر موجود در بازه ۰/۴ تا ۰/۷ نیز مورد تأیید هستند و مقادیر کمتر از ۰/۴ باید حذف شوند (حاتمی‌نسب، ۱۳۹۶). مدل اولیه بار عاملی به صورت زیر است:

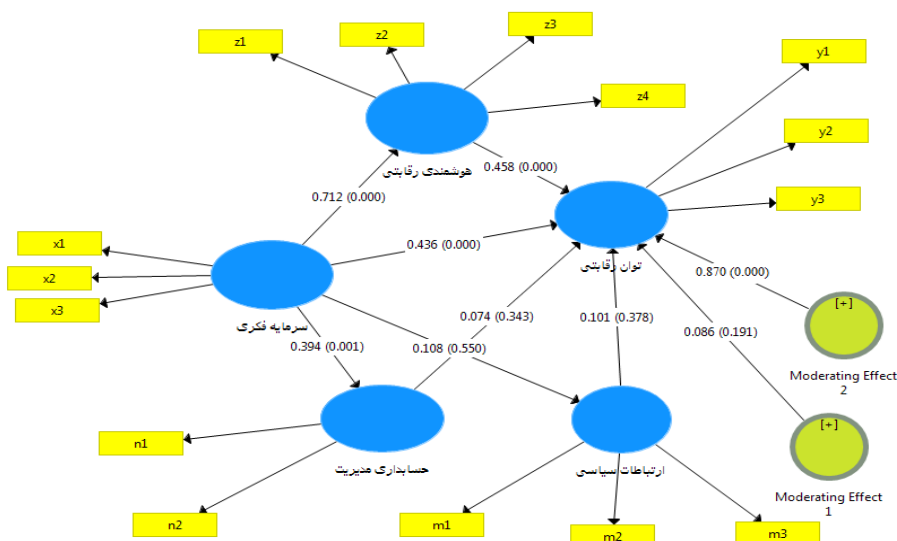


نمودار ۲- مدل اولیه بار عاملی

ارزیابی مدل ساختاری (مدل درونی):

در این ارزیابی به بررسی رابطه بین متغیرهای مکنون (پنهان) از طریق ضرایب مسیر (ضرایب علی) محاسبه شده پرداخته می‌شود. ضرایب مدل ساختاری را می‌توان نسبت به یکدیگر مقایسه کرد. اگر ضریب مسیر یک سازه نسبت به ضریب مسیر دیگر بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده اثرگذاری بیشتر بر سازه‌ی درون‌زاست. ضرایب مسیر دارای مقادیر استاندارد شده‌ی بین -۱ و +۱ است؛ چنانچه ضرایب مسیر برآورده شده به +۱ نزدیک باشد، نشان‌دهنده رابطه مثبت بین دو سازه است و اگر این ضرایب به -۱ نزدیک باشد، از رابطه منفی بین دو سازه حکایت می‌کند. همچنین می‌توان

اثرات مستقیم و اثرات غیرمستقیم را که به وسیله سازه‌های میانجی اعمال می‌شود ارزیابی کرد. در شکل ۳ سرمایه فکری و توان رقابتی دارای یک رابطه مستقیم با شدت اثر ۰/۴۳۶ هستند؛ اما یک رابطه غیرمستقیم دیگر به واسطه هوشمندی رقابتی وجود دارد که این اثر غیرمستقیم از حاصل ضرب دو اثر ۰/۷۱۲ و ۰/۴۵۸ یعنی ۰/۳۲۶ محاسبه می‌شود. برای محاسبه اثر کل سرمایه فکری بر توان رقابتی باید مجموع دو اثر مستقیم و غیرمستقیم یعنی ۰/۷۶۲=۰/۳۲۶+۰/۴۳۶ را در نظر گرفت. اگرچه اثر مستقیم سرمایه فکری بر توان رقابتی شدت زیادی ندارد، ولی اثر کل آن با توجه به متغیر میانجی نسبتاً قابل توجه است.



نمودار ۳- نمودار مدل نهایی جهت بررسی و آزمون فرضیه‌ها

قوی سازه یا سازه‌های درون‌زا مدل که شاخص‌های آن‌ها از نوع انعکاسی است، محاسبه می‌گردد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲).

ضریب تعیین^۱

ضریب تعیین معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. نکته ضروری این است که مقدار ضریب تعیین تنها برای سازه‌های وابسته (درون‌زا) مدل محاسبه می‌گردد و در مورد سازه‌های برون‌زا، مقدار این معیار صفر است. هر چه مقدار ضریب تعیین مربوط به سازه‌های درون‌زا یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. چین^۲ (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی بودن برازش بخش ساختاری مدل به وسیله معیار ضریب تعیین در نظر می‌گیرد.

جدول ۷- کیفیت پیش‌بینی کنندگی مدل

سازه	Q2
مدل پژوهش	۰/۱۶

بررسی برازش مدل کلی تحقیق

بررسی مدل کلی تحقیق با استفاده از معیار GOF انجام می‌شود. این معیار عبارت است از میانگین هندسی متوسط ضریب تعیین چندگانه^۴ در متوسط مشترکات. وتزلز و همکاران^۵ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند.

جدول ۶- ضریب تعیین مدل

سازه	ضریب تعیین
مدل پژوهش	۰/۵۰۶

جدول ۸- میانگین هندسی متوسط ضریب تعیین چندگانه مدل

سازه	GOF
مدل پژوهش	۰/۲۸

کیفیت پیش‌بینی کنندگی (Q2)

این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. مدل‌هایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زا مدل را داشته باشند. هنسeler و همکاران^۳ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را برای نشان دادن قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی در نظر می‌گیرند.

۴-۴- برازش مدل‌های معادلات ساختاری پژوهش

در این پژوهش به تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آمار استنباطی با در نظر گرفتن سوال و فرضیه‌های زیر پرداخته می‌شود. فرضیه‌های این پژوهش برای تبیین سوال اصلی آن یعنی «چگونگی ارائه مدل جامع اثر سرمایه فکری بر توان رقابتی

4. Goodness of Fit
5. Wetzels at all

1. R Squares
2. Chin
3. Henseler at all

را در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی دارد. پذیرفته می‌شود.

جدول ۴-۵۴- نتیجه آزمون فرضیه دوم

نتیجه	P-value	آماره سوبل
متغیر میانجی تأثیر دارد	*** ۰.۰۰۰۱	۴/۷۶۹

*** معنی‌دار در سطح ۵ درصد
مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم

جدول زیر نتایج این آزمون را با استفاده از آزمون ضریب مسیر نشان می‌دهد:

جدول ۴-۵۵- نتیجه آزمون فرضیه سوم

نتیجه در سطح خطای ۵٪	P-value	ضریب مسیر	مسیر
رابطه معنی‌دار نمی‌باشد	۰/۱۹۱	۰/۰۸۶	سرمایه فکری ← توان رقابتی با نقش تعدیل حسابداری مدیریت استراتژیک

*** معنی‌دار در سطح ۵ درصد
مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول بالا مقدار ضریب مسیر برابر ۰.۰۸۶ است که این مقدار نشان دهنده رابطه معنی‌دار نمی‌باشد. زیرا با توجه به مقدار P-value داده شده و مقایسه با سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ بنابراین این رابطه معنی‌دار نبوده که در مجموع می‌توان گفت فرضیه سوم در مدل ارائه شده مبنی بر اینکه «حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه سرمایه فکری و توان رقابتی را به طور معنادار تعدیل می‌کند.» پذیرفته نمی‌شود.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم

جدول زیر نتایج این آزمون را با استفاده از آزمون ضریب مسیر نشان می‌دهد:

جدول ۴-۵۶- نتیجه آزمون فرضیه چهارم

نتیجه در سطح خطای ۵٪	P-value	ضریب مسیر	مسیر
رابطه معنی‌دار است	*** ۰/۰۰۰۱	۰/۸۷۰	سرمایه فکری ← توان رقابتی با نقش تعدیل ارتباطات سیاسی

*** معنی‌دار در سطح ۵ درصد
مأخذ: یافته‌های تحقیق

و سایر متغیرهای مرتبط با آن در شرکت‌های پذیرفته شده بورسی» به صورت زیر می‌باشند:

- فرضیه اول: سرمایه فکری بر توان رقابتی تأثیر معنادار دارد.
- فرضیه دوم: هوشمندی رقابتی به طور معنادار نقش میانجی را در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی دارد.
- فرضیه سوم: حسابداری مدیریت استراتژیک رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی را به طور معنادار تعدیل می‌کند.
- فرضیه چهارم: ارتباطات سیاسی رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی را به طور معنادار تعدیل می‌کند.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول

جدول زیر نتایج این آزمون را با استفاده از آزمون ضریب مسیر نشان می‌دهد:

جدول ۴-۵۳- نتیجه آزمون فرضیه اول

نتیجه در سطح خطای ۵٪	P-value	ضریب مسیر	مسیر
رابطه معنی‌دار است	*** ۰.۰۰۰۱	۰/۴۳۶	سرمایه فکری ← توان رقابتی

*** معنی‌دار در سطح ۵ درصد
مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به جدول بالا مقدار ضریب مسیر برابر ۰/۴۳۶ است که این مقدار نشان دهنده رابطه معنی‌دار می‌باشد. زیرا با توجه به مقدار P-value داده شده و مقایسه با سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ بنابراین این رابطه معنی‌دار بوده که در مجموع می‌توان گفت فرضیه اول در مدل ارائه شده مبنی بر اینکه «سرمایه فکری بر توان رقابتی تأثیر معنادار دارد» پذیرفته می‌شود.

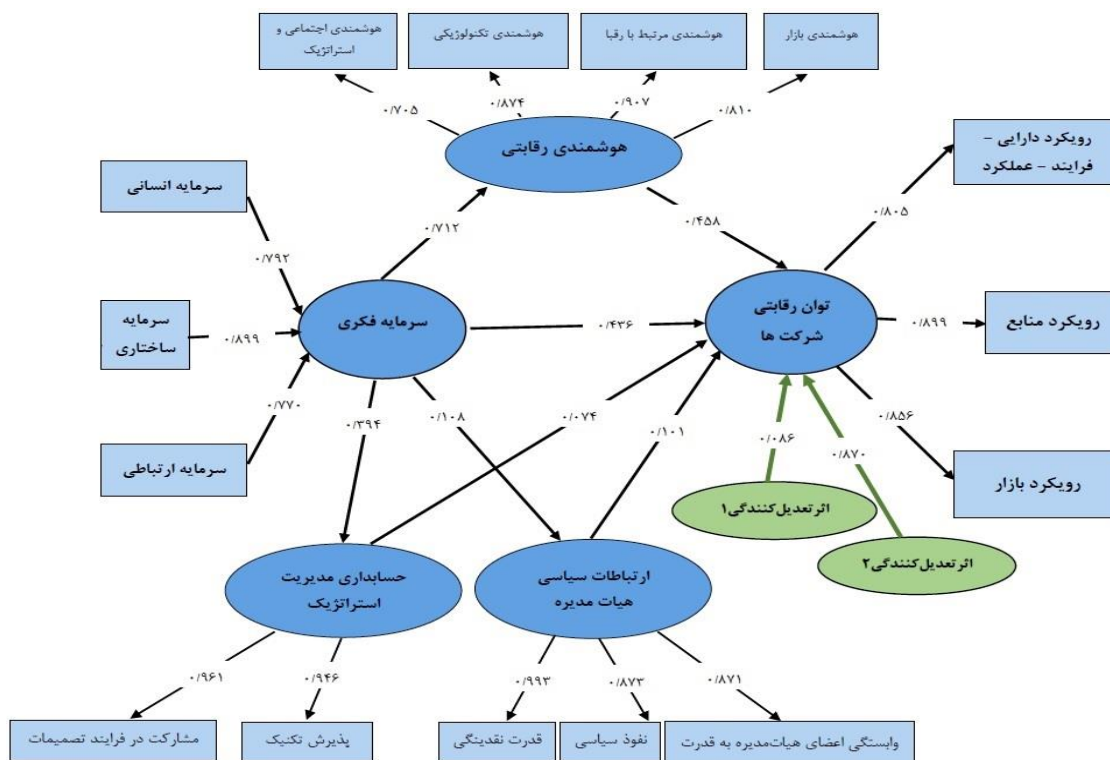
نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم

جدول زیر نتایج این آزمون را با استفاده از آزمون ضریب مسیر یا آزمون سوبل^۱ نشان می‌دهد:
با توجه به جدول و طبق آزمون سوبل، متغیر میانجی تأثیرگذار است و در مجموع می‌توان گفت فرضیه دوم در مدل ارائه شده مبنی بر اینکه «هوشمندی رقابتی به طور معنادار نقش میانجی

^۱ Sobel test

فرضیه چهارم ارائه شده در مدل مبنی بر اینکه «ارتباطات سیاسی رابطه سرمایه فکری و توان رقابتی را به طور معنادار تعدیل می‌کند» نیز پذیرفته می‌شود. بنابراین مدل نهایی به صورت زیر است:

با توجه به جدول بالا مقدار ضریب مسیر برابر $0/870$ است که این مقدار نشان دهنده رابطه معنی‌دار می‌باشد. زیرا با توجه به مقدار P-value داده شده و مقایسه با سطح معنی‌داری $0/05 = \alpha$ بنابراین این رابطه معنی‌دار بوده که در مجموع می‌توان گفت



نمودار ۴- نمودار مدل نهایی جهت بررسی و آزمون فرضیه‌ها

شده در مدل معادلات ساختاری نشان دهنده تأثیر معنادار سرمایه فکری بر توان رقابتی با ضریب مسیر مستقیم معادل $0/426$ می‌باشد. همچنین نتیجه مبتنی بر فرضیه دوم ارائه شده در مدل معادلات ساختاری نشان دهنده نقش میانجی هوشمندی رقابتی به طور معنادار در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی است با ورود متغیر میانجی اعتماد رابطه تبیین بهتری داشته و از ضریب به دست آمده در رابطه مستقیم بیشتر بوده و آماره سوپل به صورت معنی‌دار و معادل $4/769$ نقش میانجی را تایید مینماید. در ادامه نتایج مبتنی بر فرضیه سوم در مدل معادلات ساختاری نشان دهنده عدم معنادار بودن نقش تعدیل‌گر حسابداری مدیریت استراتژیک در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی می‌باشد در پایان بر اساس نتایج آزمون فرضیه چهارم می‌توان عنوان نمود نقش تعدیل‌گر ارتباطات سیاسی در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی با ضریب معنی‌دار معادل $0/870$ می‌باشد.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

با عنایت به عنوان این پژوهش که سؤال اصلی آن «چگونگی ارائه مدل جامع اثر سرمایه فکری بر توان رقابتی و سایر متغیرهای مرتبط با آن در شرکت‌های پذیرفته شده بورسی» می‌باشد به تحلیل مدل ارائه شده در دو بخش تحلیل آماری فرضیه‌های جزئی مبتنی بر سؤال اصلی پژوهش و تفسیر علمی نتایج حاصل شده پرداخته می‌شود.

۵-۱- تحلیل آماری نتایج برازش مدل

برای تبیین و تحلیل سؤال اصلی پژوهش بر اساس تحلیل‌های انجام گرفته همه جانبه مبتنی بر متغیرهای تأثیرگذار در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی با یک رویکرد اکتشافی، مدل جامع در الگوی معادلات ساختاری ارائه و بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده برازش گردید. بدین منظور روند تحلیل در قالب مدل معادلات ساختاری ارائه شده و آزمون چهار فرضیه جزئی مبتنی بر آن، انجام پذیرفت. تحلیل مبتنی بر فرضیه اول ارائه

۵-۲- تفسیر علمی نتایج حاصل شده

موفقیت یا شکست هر سازمانی در گرو استفاده بهینه از ظرفیت منابع انسانی، ساختاری، ارتباطی و... است که با فراگیری دانش و مهارت‌های جدید و بهبود عملکردشان، سطح سرمایه فکری سازمان را در محیط‌های پویا و سراسر از تغییرات برنامه‌ریزی نشده کنونی در فضای کسب و کار ارتقا می‌بخشد. اقتصاد چند وجهی امروزی از جمله اقتصاد دیجیتال، شبکه‌ای و بخصوص اقتصاد دانش محور شامل دو جزء محصول دانش محور و نوآوری دانش محور می‌شود که در آن، مهمترین بخش منبع نوآوری، سرمایه فکری است و تمرکز شرکت‌ها برای توسعه این نوع دارایی کلید موفقیت‌های آینده خواهد بود. همان طور که از نتایج پژوهش استنباط می‌گردد راهبرد توسعه سرمایه فکری، عاملی تعیین کننده در بقا، تداوم فعالیت و ایجاد مزیت رقابتی سازمان‌ها است. از دیدگاه کارکنان شرکت‌ها، میل به تقویت مهارت‌ها، کسب دانش جدید، انتقال تجربیات گذشته در موقعیت شغلی کنونی، تلاش برای کارایی بیشتر و شاید مهمتر از همه وجود انرژی کافی برای نوآوری و خلاقیت در انجام کارها در محیط پر تلاطم تجاری، نتیجه‌ی درک درست نقش سرمایه فکری در مقایسه با سرمایه فیزیکی توسط مدیران شرکت‌ها می‌باشد. همچنین نوع نگاه سهامداران شرکت‌ها به مدیران نیز به همان اندازه‌ی نگاه مدیران به کارکنان و شاید بیش از آن اهمیت دارد زیرا رویکرد توجه به سرمایه فکری می‌بایست به مانند فرهنگ سازمانی از بالاترین رده‌های سازمان و مالکان شرکت‌ها به سمت کارکنان جریان داشته باشد تا بتوانند توسعه منابع انسانی، فراگیری مهارت‌های جدید، بهبود مهارت‌های موجود و رفتارها و روش‌های مؤثر انجام کار را در دستور کار قرار دهند. سرمایه فکری از آن حیث حائز اهمیت است که نوعی دارایی ناملموس است که در صورت توجه ویژه به آن می‌تواند بهبود مستمر در توان و ظرفیت انجام نوآوری کارکنان ایجاد کند و سازمان از این توسعه توانمندی بهره مند گردد. در کنار ظرفیت انجام نوآوری، استفاده از فناوری‌های جدید نیز منجر به افزایش توان رقابتی شرکت‌ها شده است. از طرفی سرمایه ساختاری نیز در این ارتباط دارای اهمیت ویژه می‌باشد، زیرا سرمایه‌های فکری می‌بایست به نظام مند کردن فرآیندهای سازمانی و افزایش انعطاف سازمانی در شرایط مملو از تغییرات کنونی به گونه‌ای فناورانه توجه کنند و دانش و تجربه و سایر دارایی‌های فرآیندی سازمان را ساختارمند محافظت کرده و در صورت لزوم تغییر داده و در راستای اهداف سازمانی بکار گیرند. همچنین سازوکار روابط کاری واحدهای مختلف با یکدیگر از کلیدی ترین عناصر سرمایه ساختاری است جایی که هم افزایی سازمانی ایجاد کرده، منجر به سرعت در تصمیم‌گیری و اجرا

شده و از اتلاف منابع سازمان در گیر و دار تعاملات کاری و دوباره کاری‌ها جلوگیری میکنند زیرا وجود سرمایه ساختاری هماهنگی بین واحدی را تقویت کرده، منجر به همراستا شدن اهداف سازمانی شده و ظرفیت‌های اطلاعاتی و توان مشورت و همفکری سازمانی را تقویت می‌نماید. بکارگیری پایگاه‌های داده و استفاده از ظرفیت‌های فناوری برای بهبود پیگیری موثر وظایف، ثبت و نگهداری رویه‌های کاری و تجارب گذشته در کنار مدیریت بهینه ارتباطات افراد و بخش‌ها و واحدهای مختلف سازمانی می‌تواند از مهمترین دارایی‌های یک شرکت باشد که منجر به بروز تمایز با سایر شرکت‌ها گردد. در تحلیل علمی نتایج مربوط به متغیرهای آشکار سرمایه ارتباطی نیز مبتنی بر برقراری روابط صحیح با خارج از شرکت می‌باشد. بر کسی پوشیده نیست که تشبیت و تقویت ارتباطات برون سازمانی منجر به استفاده از فرصت‌های گوناگون اطلاعاتی، انجام تغییرات در محصول، نوآوری در محصولات، تغییرات بموقع فناورانه، توسعه‌ی نیروی انسانی، تامین مالی بموقع، بهبود در خدمات، ادغام و تملیک و دریافت مجوزهای قانونی خواهد شد که مزیت رقابتی نتیجه‌ی ن‌هایی آن خواهد بود. وفاداری مشتریان، وجود مزیت‌های اعتباری شرکت، توان تامین مالی از بازارهای موجود و ظرفیت‌های بالای تامین موارد اولیه و ارتباطات پایدار و حسنه با سازمان‌های مقررات‌گذار و ایجاد خلاقیت در تمامی این نوع ارتباطات برای شرکت‌ها تمایز ایجاد خواهد نمود.

با نگاهی اجمالی به تحقیقات پیشین و بررسی مطالعات پیرامون موضوع سرمایه فکری از جمله نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان چارچوبی مبتنی بر مدلی پیوسته و یکپارچه را ترسیم نمود تا نقش همه عوامل مرتبط را مورد ملاحظه و تأثیر آن‌ها را مورد تحلیل قرار داد. لذا در این پژوهش همان‌گونه که از چارچوب مورد نظر استنباط می‌شود، مدل جامعی با در نظر گرفتن اثر عوامل عناصر سرمایه فکری بر توان رقابتی شرکت‌ها با در نظر داشتن نقش متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر مورد تحلیل قرار گرفت. همچنین از منظر همه‌جانبه‌نگر بودن تحلیل علمی می‌توان گفت ورود عواملی که به طرق مختلف بر رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی شرکت‌ها تأثیر مستقیم و غیرمستقیم دارند نیز به عنوان بخش مهمی از تحلیل کلی می‌باید در نظر گرفته شود که در این پژوهش نیز مؤلفه‌هایی مانند هوشمندی رقابتی، ارتباطات سیاسی و بکارگیری حسابداری مدیریت استراتژیک با نقش‌های میانجی و تعدیل‌گری که به خود گرفته‌اند که نظر به نقش اثرگذار هوشمندی رقابتی در فرهنگ سازمانی و اثرات آن در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در کنار اثرگذاری غیرمستقیم این متغیر در رابطه بین عناصر سرمایه فکری و توان رقابتی این عامل به عنوان متغیر میانجی در نظر

۳) پیشنهاد می‌گردد مدل جامع ارائه شده این پژوهش در صنعت‌های مختلف بازار سرمایه ایران آزمون گردیده و با نتایج این تحقیق مقایسه گردد.

فهرست منابع

- * بحری ثالث، جمال و عبرتی، محمدرضا (۱۳۹۸). اثر ارتباطات سیاسی بر خطر سقوط قیمت سهام با تاکید بر رقابت بازار محصول در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی-پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری*، دوره ۸، شماره ۲۹، فروردین، صفحه ۲۷۵-۲۹۶
- * برادران حسن زاده، رسول، ابیضی، عیسی و نامور، رامین (۱۳۹۸). تاثیر ارتباطات سیاسی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت با تاکید بر رقابت بازار محصول. *فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری*، دوره ۹، شماره ۳ - شماره پیاپی ۳۳، صفحه ۳۰۱-۳۲۵
- * پورمحمدیان، میترا و بحری، سجاد (۱۴۰۱). بررسی نقش تعدیلگر ریسک ورشکستگی شرکت بر ارتباط بین سرمایه فکری و ساختار سرمایه. *نشریه علمی‌رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری*، دوره ۶ شماره ۲۱، صفحه ۴۰۶-۴۱۸
- * تقوایی یزدی، مریم و همکاران (۱۳۹۹). تأثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: پارک علم و فناوری مازندران). *نواوری‌های مدیریت آموزشی*، شماره ۵۹، صفحه ۵۹-۴۵
- * رحیمی‌ریگی، قاسم و همکاران (۱۳۹۵). تأثیر اجزای سرمایه فکری بر کارایی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس و اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل تحلیل پوششی داده‌ها (DEA). *مجله دانش حسابداری*، سال شانزدهم شماره ۶۳
- * رضایی، عماد و عباسی، ابراهیم (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه فکری بر نسبت ارزش افزوده اقتصادی به سود حسابداری و نسبت ارزش افزوده بازار به سود حسابداری. *پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابداری*، سال ۸ / شماره ۱۳، صفحه ۱۴۴-۱۲۷
- * رضائی پیشه نوئی، یاسر، صفری گرایلی، مهدی، غلامرضا پور، محمد (۱۳۹۹). واکاوی نظریه مبتنی بر منابع در تبیین رابطه حمایت کارکنان و سرمایه‌گذاری در فعالیتهای نوآورانه شرکت با نقش تعدیلی ارتباطات سیاسی. *نشریه علمی‌حسابداری مدیریت*، سال سیزدهم، شماره ۴۷، زمستان ۱۳۹۹

گرفته و این نقش نیز تایید گردید. همچنین علی‌رغم انتظاری که در خصوص اثر تعدیل‌گری حسابداری مدیریت استراتژیک بر رابطه مذکور در نظر گرفته شده بود نتایج تحقیق منجر به تبیین اثر این متغیر در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی نگردید. لیکن این نتایج بیانگر تایید اثر تعدیل‌گری ارتباطات سیاسی است که با انتظار در نظر گرفته شده در خصوص اثر مستقیم این متغیر بر رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی همخوانی داشت. که برای بیان تبیین اثرات عوامل مذکور بر این ارتباط از میان اجزاء هوشمندی رقابتی، هوشمندی رقبا بالاترین ارتباط را در مدل نشان داده که نشان‌دهنده نقش موثر این عامل در رابطه سرمایه فکری در بهبود توان رقابتی شرکت‌هاست. از میان اجزاء ارتباطات سیاسی نیز قدرت نقدینگی تبیین بهتری در نقش این متغیر در ارتباط سرمایه فکری و توان رقابتی داشته و در میان اجزاء حسابداری مدیریت استراتژیک، نقش جلب مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری نسبت به سایر عوامل در رابطه بین سرمایه فکری و توان رقابتی موثرتر بوده است. در پژوهش حاضر تلاش گردید با یک رویکرد کلان به طور عملیاتی تأثیر عناصر سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی بر سه مؤلفه توان رقابتی شرکت‌ها شامل رویکرد بازار، رویکرد منابع و رویکرد دارایی با در نظر گرفتن نقش عوامل تعدیل‌گر و مداخله‌گر را مورد آزمون قرار دهد، لذا با توجه به یافته‌های مربوطه و تفسیر نتایج حاصل از مدل ارائه توصیه می‌شود شرکت‌ها توجه ویژه‌ای نسبت به نقش سرمایه فکری در بهبود توان رقابتی خود داشته و سرمایه‌های فکری خود را به عنوان دارایی‌های ناملموس که لزوماً در صورت‌های مالی نیز به عنوان دارایی گزارش نمی‌شوند مورد توجه ویژه قرار دهند. همچنین به مدیران عامل و اعضای هیأت‌مدیره شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت ارتباطات سیاسی و افزایش هوشمندی رقابتی به منظور بهبود توان رقابتی شرکت برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند.

۵-۳- پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی

- ۱) با عنایت به سه بعد اولویت داده شده سرمایه فکری در این پژوهش، برای تحقیقات آتی می‌تواند بررسی تأثیر ابعاد مختلف دیگری از سرمایه فکری بر توان رقابتی شرکت‌ها مورد توجه و مطالعه قرار گیرد.
- ۲) پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی به جز متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر در نظر گرفته شده در این پژوهش، بررسی گردد که آیا عوامل دیگری در این رابطه تاثیر دارد و این تاثیر چگونه می‌باشد.

- * Duff, A. (2018). Intellectual capital disclosure: evidence from UK accounting firms. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 19 No. 4, pp. 768-786.
- * Jahanbakhsh Javid, Negar and Amini, Mahyar (2023). Evaluating the effect of supply chain management practice on implementation of halal agroindustry and competitive advantage for small and medium enterprises. *International Journal of Computer Science and Information Technology* Volume 15, Issue 6
- * Javed, Hafiz Ali, et al. (2023). High-Performance Work System and Innovation Capabilities: The Mediating Role of Intellectual Capital. *Administrative Sciences* 13: 23.
- * Joshi, M., Cahill, D., Sidhu, J. and Kansal, M. (2013) Intellectual Capital and Financial Performance An Evaluation of the Australian Financial Sector
- * Interpreting, analyzing and distributing information: A big data framework for competitive intelligence Eduardo (2014). *Journal of Intelligence Studies in Business* Vol. 11, No. 1, 6-18.
- * Intellectual Capital: A Review and Bibliometric Analysis Quintero, Wilder, et al. (2021). Publications, 9, 46.
- * Martz, B. (2019). [Review of the book Robert Musil Handbuch hrsg. von Birgit Nübel und Norbert Christian Wolf]. *Monatshefte* 111(1), 158-160.
- * Ranjan, Jayanthi, et al. (2011). Corrigendum to "Big data analytics in building the competitive intelligence of organizations". *International Journal of Information Management* 56 (2021) 102231.
- * Sardo, Filipe & Serrasqueiro, Zelia & Alves, Helena. (2018). On the Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: A Panel Data Analysis on SME Hotels. *International Journal of Hospitality Management*. 75. 67-74. 10.1016/j.ijhm.2018.03.001.
- * Sharifani, Koosha, Amini, Mahyar, Akbari, Yaser and Aghajanzadeh Godarzi, Javad. Operating Machine Learning across Natural Language Processing Techniques for Improvement of Fabricated News Model. *International Journal of Science and Information System Research* 12.9 (2022): 20-44.
- * William Y. and Degbey, Elina Pelto, (2021). Customer knowledge sharing in cross-border mergers and acquisitions: The role of customer motivation and promise management, *Journal of International Management*, Volume 27, Issue 4.
- * Xu, Jian and Zhang, Yi (2020). Does Intellectual Capital Measurement Matter in Financial Performance? An Investigation of Chinese Agricultural Listed Companies. *Agronomy* 2021, 11, 1872.
- * صالحی نیا، محسن و تامرادی، علی (۱۳۹۸). تأثیر ارتباطات سیاسی بر سیاست‌های تأمین مالی. *پژوهش‌های حسابداری مالی* سال یازدهم، شماره ۲ (پیاپی ۴۰)
- * عرب‌نژاد، فائزه و خوزین، علی (۲۰۲۲). تأثیر خودتوسعه ای بر ارتقای مهارت حسابداران با نقش میانجی سرمایه فکری. *پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری*. دوره دوم، شماره اول، پیاپی ۴، بهار ۱۴۴۱، صفحه ۳۲
- * فلاحتکار، رضا و اسکندرپور، بهروز (۱۴۰۰). طراحی مدل مزیت رقابتی برای بازار برق ایران. *ماهنامه علمی، جامعه شناسی سیاسی/ایران*، سال پنجم، شماره اول، پیاپی ۱۷ صفحه ۸۰۸ - ۷۸۶
- * گودرزی، احمد و صفرزاده، محمدحسین (۱۳۹۵). بررسی تاثیر سرمایه فکری بر سودآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری*
- * گوگردچیان، احمد، حیدری سلطان آبادی، حسن و متفرس، زینب (۱۳۹۶). تحلیل نظری و تجربی تأثیر توان رقابتی بازار محصول بر بازده سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی*، سال پنجم، شماره اول، شماره پیاپی (۱۶)
- * نویسندگان: مقدم، علیرضا و نبوی‌چاشمی، سیدرضی (۱۳۹۹). اثر اقدامات مدیریت منابع انسانی بر بهبود عملکرد سازمانی با نقش میانجی توسعه سرمایه فکری (مطالعه موردی: بنیاد شهید و امور ایثارگران استان‌های سمنان و خراسان رضوی). *مطالعات فرهنگ/ایثار*، دوره یک، شماره ۴، صفحه ۱۷۸ - ۱۷۲
- * ملکیان کله بست، اسفندیار و همکاران (۱۳۹۷). بررسی و رتبه بندی افشای ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه فکری به روش سلسله مراتبی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *دو فصلنامه علمی حسابداری ارزشی رفتاری*، دوره ۳، شماره ۶، صفحه ۳۵-۱
- * یعقوبی، الهه و اسماعیلی، حلیمه (۱۴۰۰). تعامل بین سرمایه فکری و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها. *فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*. سال پنجم، شماره ۴۶، جلد سوم، ص ۱۲۹-۱۴۲
- * Adesina, Kolade Sunday (2019). Bank technical, allocative and cost efficiencies in Africa: The influence of intellectual capital, *The North American Journal of Economics and Finance*, Volume 48, Pages 419-433.
- * D'Amato, A. (2021). Does Intellectual Capital Impact Firms' Capital Structure? Exploring the Role of Firm Risk and Profitability. *Managerial Finance*.



Accounting Knowledge & Management Auditing

Vol. 13/ No. 52/ Winter 2024

Presenting a model to investigate the effect of intellectual capital on the competitive capabilities of companies

Mehdi Goodarzi

Ph.D Student in Accounting, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Ali Akbar Chahar Mahali

Assistant Professor, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.(Corresponding Author)

Ehsan Rahmaninia

Assistant Professor, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Hashem Nikoomaram

Professor, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Mohsen Amini Khozani

Assistant Professor, Shahr-e-Qods Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

Nowadays, business organizations around the world are competing to achieve a sustainable competitive advantage. In this regard, intellectual capital is considered as one of the most valuable organizational resources that make sustainable development possible. This study presents a model to examine the relationship between intellectual capital and the competitive capabilities of companies and to analyze the mediating role of competitive intelligence and the moderating role of the two factors of strategic management accounting and political relations. In respect to orientation, this study is an applied research in the form of field studies, and its statistical population consists of managing directors and board members of listed companies and faculty members of accounting, economics and finance majors. Also, the sample size was selected based on Cohen's sampling method and the questionnaire was completed by 202 selected people from the population, and in order to analyze the data using the structural equation model, the model was curve fitted through the Smart-PLS software. The results indicate that intellectual capital has a significant effect on competitive ability and competitive intelligence plays a significant mediating role in this relationship. Although the moderating role of strategic management accounting in the relationship between intellectual capital and competitive power has not been elucidated, political relations has a moderating role in the aforesaid relationship.

Keywords: intellectual capital, competitive power, strategic management accounting, competitive intelligence and political communication