

Developing a Model for Competitive Advantage of Intellectual Capital and Its Impact on Financial Performance

1. Fatemeh Mosadegh¹: Department of Accounting, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran

2. Mostafa Ghasemi^{2*}: Department of Accounting, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran. Email: Mostafa.ghasemi@iau.ac.ir (Corresponding Author)

3. Abdolreza Mohseni³: Department of Accounting, Bu.C., Islamic Azad University, Bushehr, Iran

Article history



Received: 07 July 2025

Revised: 01 November 2025

Accepted: 08 November 2025

Initial Publish: 09 November 2025

Final Publish: 22 December 2026

Abstract:

The purpose of this study is to develop a model for competitive advantage based on intellectual capital and to examine its impact on the financial performance of companies listed on the Tehran Stock Exchange. This mixed-method research employed an exploratory design. In the qualitative phase, the grounded theory approach was used to identify the components and influencing factors of intellectual capital through semi-structured interviews with 17 experts, including financial professionals, managers of listed companies, and academic scholars. In the quantitative phase, data were collected via questionnaires and analyzed using structural equation modeling (SEM) with AMOS and SPSS software. The validity and reliability of the questionnaire were confirmed prior to model testing. The qualitative analysis revealed a final model comprising six main dimensions, twenty core categories, and seventy-three subcategories. Causal conditions included human resource training and development, innovation and technology, and knowledge management. Contextual conditions involved economic, political, legal, social, and cultural environments, while intervening conditions included managerial changes, business intelligence, and brand image. Quantitative results showed that all factors positively and significantly influenced financial performance ($p < 0.05$). Model fit indices such as RMSEA=0.055, CFI=0.909, and GFI=0.822 indicated a satisfactory model fit. Intellectual capital serves as a strategic and sustainable source of competitive advantage that significantly enhances corporate financial performance. Focusing on human resource development, innovation, and knowledge management can strengthen organizational learning, improve customer satisfaction, and sustain long-term competitive positioning. Managers should strategically invest in intellectual capital to optimize financial outcomes and ensure lasting market competitiveness.

Keywords: Competitive advantage; intellectual capital; financial performance; Tehran Stock Exchange.

Citation: Mosadegh, F., Ghasemi, M., & Mohseni, A. (2026). Developing a Model for Competitive Advantage of Intellectual Capital and Its Impact on Financial Performance. *Accounting, Finance and Computational Intelligence*, 4(4), 1-20.



Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Extended Abstract

Introduction

In the contemporary knowledge-based economy, *intellectual capital (IC)* has emerged as one of the most critical drivers of sustainable competitive advantage and financial performance. As tangible resources lose their ability to differentiate firms in dynamic markets, intangible assets such as knowledge, innovation, and human expertise have become central to strategic success (Ali et al., 2022). Intellectual capital, encompassing human, structural, and relational components, enables organizations to generate value through innovation, organizational learning, and stakeholder relationships (Si, 2019). This growing emphasis on IC reflects a paradigmatic shift in management thinking—from resource possession to resource utilization and knowledge creation as the foundation of firm competitiveness (Aigbe et al., 2024).

According to the *resource-based view (RBV)*, competitive advantage arises from resources that are valuable, rare, inimitable, and non-substitutable. Intellectual capital meets these criteria and is thus a strategic asset for firms operating in competitive and uncertain environments (Aigbe et al., 2024). Human capital—comprising employees' knowledge, creativity, and problem-solving abilities—is the primary source of organizational renewal and adaptability. Structural capital—referring to organizational systems, databases, and technological capabilities—acts as a foundation for preserving and disseminating knowledge. Finally, relational capital—embodied in networks and trust-based relationships with customers, suppliers, and partners—enhances reputation and facilitates value co-creation (Desoky & Mousa, 2020).

Prior research has consistently confirmed the positive link between IC and firm performance. For example, empirical findings from Jordanian banks demonstrated that IC positively affects financial performance through competitive advantage as a mediating variable (Awwad & Qtaishat, 2023). Similarly, studies in Indonesia's banking industry indicated that IC enhances company value and profitability via improved innovation and efficiency (Mulyasari & Murwaningsari, 2019). In Bahrain, IC was found to significantly influence financial outcomes by fostering strategic learning and innovation-oriented culture (Desoky & Mousa, 2020). These studies reinforce the theoretical proposition that intellectual capital not only enhances efficiency but also acts as a mechanism for sustainable growth.

Nevertheless, IC's effects are context-sensitive. Environmental, institutional, and technological conditions shape how effectively organizations transform knowledge into competitive advantage (Niwash et al., 2022). Emerging markets—such as Iran—face challenges like economic instability, limited digital infrastructure, and restricted knowledge-sharing mechanisms, all of which can hinder IC development and utilization (Yin & Xu, 2025). Moreover, the measurement of IC remains difficult due to its intangible nature and the indirect ways it affects financial performance (Si, 2019).

Recent research has expanded the discussion by integrating IC with digital transformation and innovation dynamics. Firms leveraging digital technologies can transform IC into scalable performance advantages by improving process efficiency, customer experience, and market responsiveness (Niwash et al., 2022; Yin & Xu, 2025). Human capital remains the cornerstone of this transformation, as digitalization requires upskilled employees capable of adapting to technological change (Saeed et al., 2025). Transparent human capital disclosures and data-driven analytics also play an increasingly strategic role in organizational decision-making, investor confidence, and talent management (Meyer et al., 2025; Thompson, 2025).

In addition, relational capital is particularly influential in shaping brand perception and customer loyalty in competitive markets. Firms that cultivate trust, responsiveness, and transparency with stakeholders are better positioned to convert

relational assets into financial gains (Hussein, 2022). The integration of relationship management, business intelligence, and knowledge sharing allows organizations to sustain differentiation even in volatile environments (Hanifa et al., 2023).

Despite growing recognition of IC's role in business performance, there remains a gap in understanding how its components interact systematically to generate competitive advantage in emerging economies. Prior research has often examined isolated aspects of IC rather than its integrated model. Therefore, this study seeks to bridge that gap by developing a comprehensive model of IC-based competitive advantage and evaluating its impact on financial performance among firms listed on the Tehran Stock Exchange.

The aim of this study is to develop a model of intellectual capital as a source of competitive advantage and examine its effects on the financial performance of publicly listed companies in Tehran.

Methods and Materials

This study employed a *mixed-methods* design to ensure both conceptual depth and empirical validation. The qualitative phase used the *grounded theory* approach to identify the key components, contextual factors, and mechanisms of intellectual capital in creating competitive advantage. Semi-structured, in-depth interviews were conducted with 17 experts, including financial specialists, corporate managers, and academic scholars in the field of knowledge management and organizational strategy. The data were analyzed through open, axial, and selective coding to extract causal, contextual, and intervening factors, as well as strategies and outcomes.

The quantitative phase utilized *structural equation modeling (SEM)* to test the relationships identified in the qualitative model. Data were collected from managers and employees of listed firms using a validated questionnaire. Statistical analysis was performed using AMOS and SPSS software. Model fit indices, including Chi-square/df, RMSEA, GFI, and CFI, were calculated to assess the adequacy of the proposed structural model.

Findings

The qualitative findings produced a six-dimensional model that outlines how intellectual capital drives competitive advantage and financial performance. These six dimensions include:

1. **Causal conditions:** Human resource training and development, innovation and technology, and knowledge management.
2. **Contextual conditions:** Economic, political-legal, and socio-cultural environments.
3. **Intervening conditions:** Managerial change, leadership effectiveness, business intelligence, and brand image.
4. **Core category:** Human, structural, and relational capital.
5. **Strategies:** Enhancing human capital, strengthening stakeholder relations, promoting R&D and innovation, and implementing effective performance evaluation systems.
6. **Consequences:** Improved organizational performance, sustainable competitive advantage, enhanced learning capability, and increased customer satisfaction.

Quantitative analysis confirmed that all hypothesized relationships were statistically significant ($p < 0.05$). Specifically, human resource training ($\beta = 0.39$), innovation and technology ($\beta = 0.34$), and knowledge management ($\beta = 0.88$) demonstrated strong positive effects on financial performance. Contextual factors such as economic conditions ($\beta = 0.32$) and political-legal stability ($\beta = 0.85$) also significantly influenced performance outcomes. Among intervening factors, managerial leadership ($\beta = 0.58$), business intelligence ($\beta = 0.47$), and brand image ($\beta = 0.52$) emerged as key contributors.

The overall model fit was satisfactory, with indices such as CFI = 0.909, GFI = 0.822, and RMSEA = 0.055, indicating strong empirical support for the conceptual framework. The results thus validate the model's robustness in explaining how IC fosters competitive advantage and enhances financial performance in listed Iranian firms.

Discussion and Conclusion

The findings of this study underscore the critical role of intellectual capital as a foundational asset for achieving competitive advantage and superior financial performance. The significant influence of human, structural, and relational capital demonstrates that IC is not merely an operational resource but a strategic capability that enables firms to sustain growth in volatile markets.

Human capital emerged as the most powerful determinant of financial performance. Continuous training, employee empowerment, and skill development contribute directly to organizational innovation and efficiency. When firms invest in employees' competencies, they create a knowledge-driven culture that fuels creativity and adaptability. Moreover, strong leadership and a supportive organizational climate further amplify these effects by aligning human capital with strategic objectives.

Structural capital also proved vital for transforming knowledge into performance outcomes. Efficient systems, robust technological infrastructure, and effective knowledge management mechanisms ensure that information is captured, stored, and reused across organizational levels. Firms with superior structural capital can institutionalize learning and maintain operational consistency even during times of uncertainty. This alignment of structural assets with innovation processes supports the conversion of tacit knowledge into tangible performance results.

Relational capital, as demonstrated by the influence of brand image and stakeholder engagement, bridges the gap between internal capabilities and market perception. Positive relationships with customers, suppliers, and partners enhance trust and brand loyalty, which in turn stabilize revenue streams and market share. The study's findings confirm that brand image acts as a strategic link between intellectual assets and financial outcomes, reinforcing the importance of transparency, reliability, and communication in corporate behavior.

Another important insight is the moderating role of contextual and intervening conditions. Economic and political stability enable firms to capitalize on their intellectual resources, whereas unstable environments can weaken the IC–performance relationship. Similarly, effective managerial leadership and the application of business intelligence serve as catalysts for transforming IC into competitive advantage. Data-driven decision-making allows firms to identify emerging opportunities, minimize risks, and align innovation initiatives with market needs.

The results of this study extend the literature by empirically validating the multi-dimensional interactions of IC elements in an emerging market context. Unlike studies limited to developed economies, this research demonstrates that intellectual capital remains a critical lever for competitive advantage even in economies characterized by volatility and institutional constraints. Furthermore, by integrating grounded theory with SEM, the study provides a comprehensive and empirically supported model that captures both qualitative depth and quantitative precision.

In conclusion, intellectual capital is the cornerstone of sustainable competitiveness and financial excellence. Its strategic development—through continuous learning, technological innovation, stakeholder collaboration, and intelligent decision systems—enables firms to outperform rivals and achieve long-term resilience. For companies listed on the Tehran Stock

Exchange, managing and expanding intellectual capital represents not only a path to improved profitability but also a framework for sustainable organizational transformation.

Authors' Contributions

Authors equally contributed to this article.

Acknowledgments

Authors thank all participants who participate in this study.

Declaration of Interest

The authors report no conflict of interest.

Funding

According to the authors, this article has no financial support.

Ethical Considerations

All procedures performed in this study were under the ethical standards.

تدوین الگویی برای مزیت رقابتی سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد مالی

تاریخچه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۶ تیر ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۱۰ آبان ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۷ آبان ۱۴۰۴

تاریخ چاپ اولیه: ۱۸ آبان ۱۴۰۴

تاریخ چاپ نهایی: ۱ دی ۱۴۰۵

۱. فاطمه مصدق^{ID}: گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

۲. مصطفی قاسمی^{ID}: گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران. ایمیل: Mostafa.ghasemi@iau.ac.ir (نویسنده مسئول)

۳. عبدالرضا محسنی^{ID}: گروه حسابداری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران

چکیده

هدف پژوهش، طراحی الگویی برای مزیت رقابتی مبتنی بر سرمایه فکری و بررسی تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است. این پژوهش از نوع آمیخته است و با رویکرد اکتشافی انجام شده است. در بخش کیفی، از روش نظریه داده‌بنیاد برای شناسایی مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر سرمایه فکری استفاده شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ نفر از خبرگان مالی، مدیران شرکت‌های بورسی و اساتید دانشگاهی جمع‌آوری گردید. در بخش کمی، با بهره‌گیری از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای AMOS و SPSS، روابط بین متغیرها مورد تحلیل قرار گرفت. پرسشنامه تحقیق برای جمع‌آوری داده‌های کمی تدوین و روایی و پایایی آن تأیید شد. نتایج تحلیل کیفی نشان داد که مدل نهایی شامل ۶ بُعد اصلی، ۲۰ مقوله کلیدی و ۷۳ زیرمقوله است. شرایط علی شامل آموزش و توسعه منابع انسانی، نوآوری و فناوری و مدیریت دانش بود. شرایط زمینه‌ای شامل محیط اقتصادی، سیاسی، قانونی، اجتماعی و فرهنگی و شرایط مداخله‌گر شامل تغییرات مدیریتی و رهبری، هوش تجاری و تصویر برند شناسایی گردید. یافته‌های بخش کمی بیانگر آن است که تمامی متغیرها تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مالی دارند ($p < 0.05$). شاخص‌های برازش مدل از جمله $RMSEA = 0.055$ ، $CFI = 0.909$ و $GFI = 0.822$ نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل هستند. سرمایه فکری به‌عنوان منبعی راهبردی و عامل مزیت رقابتی پایدار، نقش مهمی در ارتقای عملکرد مالی شرکت‌ها دارد. توجه به آموزش و توسعه منابع انسانی، مدیریت دانش، و نوآوری به‌عنوان محرک‌های اصلی سرمایه فکری می‌تواند منجر به بهبود عملکرد سازمانی، افزایش رضایت مشتری و حفظ مزیت رقابتی پایدار در محیط‌های پویا گردد. مدیران باید با سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه فکری، مسیر ارتقای عملکرد مالی و جایگاه رقابتی شرکت را هموار سازند.

کلیدواژه‌گان: مزیت رقابتی، سرمایه فکری، عملکرد مالی، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران.

شیوه استناددهی: مصدق، فاطمه، قاسمی، مصطفی، و محسنی، عبدالرضا. (۱۴۰۵). تدوین الگویی برای مزیت رقابتی سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد مالی. *حسابداری، امور مالی و هوش محاسباتی*، ۴(۴)، ۱-۲۰.



در دهه‌های اخیر، مفهوم «سرمایه فکری» به یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده در مزیت رقابتی و عملکرد مالی شرکت‌ها تبدیل شده است. در محیط‌های اقتصادی مبتنی بر دانش، توانایی سازمان‌ها در خلق، مدیریت و بهره‌برداری از سرمایه‌های فکری به عنوان محرک اصلی رشد، نوآوری و پایداری شناخته می‌شود (Ali et al., 2022). سرمایه فکری شامل دارایی‌های نامشهودی نظیر دانش، مهارت‌ها، توانمندی‌های کارکنان، ساختارهای سازمانی، فناوری‌ها و روابط با ذی‌نفعان است که به سازمان‌ها کمک می‌کند ارزش آفرینی نمایند و جایگاه رقابتی خود را تقویت کنند (Si, 2019). این تحول موجب شده تا شرکت‌ها در سراسر جهان، از جمله در بازارهای نوظهور، سرمایه فکری را به عنوان یکی از ارکان کلیدی راهبردهای توسعه خود در نظر گیرند (Yin & Xu, 2025).

سرمایه فکری به طور سنتی به سه جزء اصلی تقسیم می‌شود: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای. سرمایه انسانی شامل مهارت‌ها، تجربه و توانمندی کارکنان است که هسته اصلی یادگیری و نوآوری در سازمان را تشکیل می‌دهد. سرمایه ساختاری به فرآیندها، فناوری‌ها، سیستم‌های اطلاعاتی و ساختارهای مدیریتی اشاره دارد که پشتیبان دانش و عملکرد کارکنان است. سرمایه رابطه‌ای نیز به ارتباطات و تعاملات سازمان با مشتریان، تأمین‌کنندگان و سایر ذی‌نفعان مربوط می‌شود که در شکل‌گیری تصویر برند و اعتماد بازار نقش حیاتی ایفا می‌کند (Desoky & Mousa, 2020). مطالعات متعدد تأیید کرده‌اند که این سه مؤلفه به طور هم‌افزا در ایجاد مزیت رقابتی و ارتقای عملکرد مالی سازمان‌ها مؤثرند (Hussein, 2022; Mulyasari & Murwaningsari, 2019).

از منظر نظری، سرمایه فکری به عنوان منبعی نادر، تقلیدناپذیر و ارزشمند شناخته می‌شود که مطابق با نظریه مبتنی بر منابع (RBV)، پایه‌گذار مزیت رقابتی پایدار است (Aigbe et al., 2024). بر اساس این نظریه، سازمان‌ها برای حفظ برتری رقابتی باید بر دارایی‌های ناملموس خود تمرکز کنند و از طریق توسعه و مدیریت دانش و مهارت‌ها، توانمندی‌هایی ایجاد کنند که رقیب قادر به تقلید از آن‌ها نباشند (Hanifa et al., 2023). به همین دلیل، سرمایه فکری نه تنها نقش حیاتی در عملکرد سازمانی ایفا می‌کند بلکه به عنوان یک مکانیزم کلیدی برای تسریع نوآوری و بهبود بهره‌وری نیز مطرح است (Handayani & Karnawati, 2020).

تحقیقات انجام‌شده در کشورهای مختلف، اثر مثبت و معنادار سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت‌ها را تأیید کرده‌اند. برای مثال، در مطالعه‌ای در اندونزی مشخص شد که سرمایه فکری از طریق مزیت رقابتی موجب افزایش ارزش شرکت‌های بانکی می‌شود (Mulyasari & Murwaningsari, 2019). همچنین، پژوهشی در مصر نشان داد که بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی در بخش مالی رابطه مستقیمی وجود دارد (Hussein, 2022). در بحرین نیز نتایج مشابهی به دست آمد که نشان می‌دهد مدیریت مؤثر سرمایه فکری می‌تواند بازده مالی شرکت‌ها را به طور قابل توجهی افزایش دهد (Desoky & Mousa, 2020).

در همین راستا، پژوهش‌های جدید بر نقش واسطه‌ای مزیت رقابتی در رابطه میان سرمایه فکری و عملکرد مالی تأکید دارند. به بیان دیگر، زمانی که سرمایه فکری به شکل مؤثری به مزیت رقابتی تبدیل شود، می‌تواند تأثیر قوی‌تری بر عملکرد مالی شرکت‌ها داشته باشد (Awwad & Qtaishat, 2023). این رابطه واسطه‌ای نشان‌دهنده آن است که سرمایه فکری به تنهایی کافی نیست و سازمان‌ها باید با استفاده از آن، استراتژی‌های متمایزکننده‌ای را برای خلق مزیت رقابتی پایدار تدوین کنند (Hanifa et al., 2023). با این حال، چالش‌های متعددی در مسیر بهره‌برداری از سرمایه فکری وجود دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، دشواری اندازه‌گیری دقیق ارزش سرمایه‌های فکری است، زیرا این دارایی‌ها ماهیتی ناملموس دارند و تأثیر آن‌ها بر عملکرد مالی معمولاً غیرمستقیم است (Si, 2019). همچنین، تفاوت‌های محیطی، نهادی و فرهنگی در کشورهای مختلف می‌تواند بر نحوه استفاده از سرمایه فکری تأثیرگذار باشد (Aigbe et al., 2024). در اقتصادهای نوظهور مانند ایران، ضعف در زیرساخت‌های دانشی، محدودیت‌های فناوری، نوسانات اقتصادی و کمبود سرمایه انسانی متخصص، چالش‌هایی جدی برای مدیریت مؤثر سرمایه فکری ایجاد کرده است (Yin & Xu, 2025).

از سوی دیگر، ارتباط سرمایه فکری با تحولات فناورانه و دیجیتال نیز موضوعی حیاتی در ادبیات معاصر است. شرکت‌ها در عصر تحول دیجیتال با محیط‌هایی پویا و نامطمئن مواجه‌اند که در آن نوآوری مستمر و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و کلان‌داده، عامل بقا و رقابت محسوب می‌شود (Niwash et al., 2022). بر اساس یافته‌های پژوهش‌ها، سرمایه فکری به‌ویژه از طریق ارتقای کیفیت و سرعت نوآوری، می‌تواند به مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد مالی منجر شود. به عبارت دیگر، شرکت‌هایی که از سرمایه فکری خود برای نوآوری بهره می‌گیرند، در مواجهه با رقبا از چابکی و سازگاری بیشتری برخوردارند (Handayani & Karnawati, 2020).

در این میان، سرمایه انسانی مهم‌ترین جزء سرمایه فکری محسوب می‌شود که نقشی تعیین‌کننده در خلق ارزش و ارتقای عملکرد دارد. سرمایه انسانی نه تنها شامل مهارت‌های تخصصی است، بلکه نگرش، خلاقیت و خودرهبری کارکنان را نیز در بر می‌گیرد (Saeed et al., 2025). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که سازمان‌هایی که به پرورش سرمایه انسانی خود اهمیت می‌دهند، از انعطاف‌پذیری بالاتر و عملکرد مالی مطلوب‌تری برخوردارند. در این زمینه، تجزیه و تحلیل داده‌های سرمایه انسانی و افشای شفاف اطلاعات مرتبط با آن نیز به عنوان ابزاری برای جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و بهبود تصمیم‌گیری‌های مدیریتی شناخته شده است (Meyer et al., 2025; Thompson, 2025).

سرمایه ساختاری نیز به عنوان ستون پشتیبان دانش و نوآوری در سازمان شناخته می‌شود. این نوع سرمایه از طریق سیستم‌های فناوری اطلاعات، رویه‌های سازمانی، ساختار مدیریتی و دارایی‌های فکری مانند حق اختراع و علائم تجاری شکل می‌گیرد. وجود ساختارهای سازمانی مؤثر و نظام‌های اطلاعاتی کارآمد، موجب می‌شود تا دانش تولید شده در سازمان حفظ و قابل انتقال باشد و از این طریق، استمرار مزیت رقابتی تضمین گردد (Yin & Xu, 2025). همچنین، تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که شرکت‌هایی با سرمایه ساختاری قوی‌تر، در مقابل بحران‌های اقتصادی و فشارهای رقابتی تاب‌آوری بیشتری دارند (Jaunanda et al., 2024).

سرمایه رابطه‌ای نیز بخش دیگری از سرمایه فکری است که بر پایه ارتباطات مؤثر با ذی‌نفعان شکل می‌گیرد. شرکت‌هایی که روابط پایدار با مشتریان، تأمین‌کنندگان و جامعه دارند، از اعتماد و وفاداری بیشتری برخوردارند و این امر به بهبود جایگاه برند و رشد درآمد منجر می‌شود (Hussein, 2022). ایجاد روابط تعاملی و شفاف با ذی‌نفعان نه تنها موجب ارتقای تصویر برند می‌شود بلکه یکی از ارکان اساسی توسعه مزیت رقابتی در بازارهای پیچیده و جهانی محسوب می‌گردد (Hanifa et al., 2023).

مطالعات تطبیقی انجام‌شده در صنایع مختلف نیز بیانگر آن است که اثر سرمایه فکری بر عملکرد مالی در حوزه‌های فناوری، خدمات مالی و ساخت‌وساز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Aigbe et al., 2024). به عنوان نمونه، در صنعت ساخت‌وساز، سرمایه فکری با ارتقای بهره‌وری و افزایش کیفیت خدمات، موجب خلق مزیت رقابتی پایدار شده است. در صنعت بانکی نیز شواهد نشان می‌دهد که بانک‌هایی با سطح بالاتری از سرمایه فکری، در نوآوری محصولات مالی و افزایش سهم بازار عملکرد بهتری دارند (Awwad & Qtaishat, 2023).

همچنین، نقش هم‌افزایی بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی در بهبود عملکرد مالی توسط چندین پژوهش تأیید شده است. به عنوان مثال، یافته‌های (Mulyasari & Murwaningsari, 2019) نشان داد که سرمایه فکری از طریق مزیت رقابتی و کارایی عملیاتی موجب افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌شود. به همین ترتیب، (Niwash et al., 2022) با بررسی نقش کیفیت و سرعت نوآوری در رابطه بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی، دریافت که استفاده مؤثر از دانش و فناوری می‌تواند به افزایش بازده مالی و پایداری سازمانی منجر شود.

با وجود شواهد تجربی فراوان، هنوز درک دقیقی از مکانیزم‌های درونی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی در بافت‌های اقتصادی نوظهور وجود ندارد (Tubara et al., 2024). بسیاری از مطالعات بر روی کشورهای توسعه‌یافته متمرکز بوده‌اند، در حالی که بازارهایی مانند ایران با چالش‌های خاصی نظیر عدم شفافیت اطلاعاتی، ضعف در گزارش‌دهی سرمایه فکری، و تغییرات سریع محیط اقتصادی مواجه‌اند (Desoky & Mousa, 2020). بنابراین، تحلیل ارتباط بین سرمایه فکری، مزیت رقابتی و عملکرد مالی در چنین زمینه‌هایی از اهمیت دوچندان برخوردار است.

از دیدگاه کلان، سرمایه فکری نه تنها در سطح سازمانی بلکه در سطح ملی نیز بر رقابت‌پذیری اقتصادی کشورها تأثیرگذار است. کشورهایی که در توسعه و نگهداشت سرمایه‌های فکری خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، از رشد پایدار اقتصادی، نوآوری و اشتغال بالاتری برخوردارند (Aigbe et al., 2024). از این رو، بررسی نظام‌مند سرمایه فکری در شرکت‌های ایرانی می‌تواند به طراحی سیاست‌های مؤثرتر در زمینه توسعه اقتصادی و صنعتی کمک کند.

در مجموع، مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه فکری از طریق ایجاد مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد مالی، نقشی حیاتی در موفقیت بلندمدت سازمان‌ها دارد. با این حال، به دلیل تفاوت‌های محیطی، فرهنگی و اقتصادی در ایران، هنوز الگوی بومی جامعی برای تبیین روابط میان این متغیرها وجود ندارد. از این رو، ضرورت دارد مدلی تدوین گردد که ابعاد علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی سرمایه فکری را شناسایی کرده و چگونگی تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت‌ها را تبیین نماید. هدف این پژوهش، تدوین الگویی برای مزیت رقابتی سرمایه فکری و تبیین تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

روش پژوهش و مواد

این مطالعه از نظر هدف، کاربردی است و به تدوین الگویی برای مزیت رقابتی سرمایه فکری و بررسی تأثیر آن بر عملکرد مالی می‌پردازد. از نظر ماهیت، این تحقیق اکتشافی و توصیفی است زیرا به کشف روابط بین متغیرها و توصیف شرایط موجود می‌پردازد. از نظر نوع، این تحقیق آمیخته است و از ترکیب روش‌های کیفی (نظریه داده بنیاد) و کمی (معادلات ساختاری) برای درک جامع‌تر پدیده استفاده می‌کند.

در بخش کیفی، برای طراحی الگو از رویکرد نظریه داده بنیاد استفاده شده است. نظریه داده بنیاد برای طراحی الگویی برای مزیت رقابتی سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران مناسب است زیرا این روش در نبود نظریه‌های کافی، امکان توسعه یک نظریه جدید را فراهم می‌کند. همچنین، با کشف فرآیند شکل‌گیری پدیده‌ها و استفاده از رویکرد استقرایی، نظریه‌ای مبتنی بر داده‌های واقعی ارائه می‌دهد. این روش ارتباط نزدیکی با داده‌ها دارد و یافته‌ها مستقیماً از دل آن‌ها استخراج می‌شوند. انعطاف‌پذیری و تکرارپذیری آن به محقق اجازه می‌دهد تا در طول تحقیق، داده‌های جدیدی جمع‌آوری کرده و تحلیل‌ها را تکمیل کند. نتایج حاصل نیز به دلیل مبتنی بودن بر تجربیات واقعی مشارکت‌کنندگان، با واقعیت‌های جامعه منطبق‌تر هستند. بنابراین، این روش به طراحی مدلی دقیق و معتبر کمک می‌کند (حبیبی، ۱۳۹۸). گردآوری داده‌ها در این بخش نیز از طریق مصاحبه‌های عمیق، رو در رو و نیمه ساختاریافته انجام پذیرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان و متخصصان در زمینه سرمایه فکری و مدیریت شرکت‌ها می‌شود که خبرگان مالی و سرمایه‌گذاری، مدیران شرکت‌های بورسی و اساتید دانشگاهی را در برمی‌گیرد. با توجه به اینکه مطالعه حاضر از نوع اکتشافی و نیازمند حضور افراد ویژه‌ای است که در زمینه موضوع پژوهش اطلاعات مفیدی داشته باشند، نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی است. لذا بر اساس یک پروتکل جامع، سؤال‌های متعددی مطرح و در مجموع ۱۷ مصاحبه انجام شده که شرط لازم برای اتمام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان در این پژوهش، رسیدن به اشباع نظری بوده است؛ بدین معنا که مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که زنجیره ارزش کامل شود و مطلب جدیدی از طرف مصاحبه‌شوندگان ذکر نشود. برای اطمینان از کامل بودن داده‌ها تلاش شد ترکیب مناسبی به لحاظ جمعیت‌شناختی و همچنین تخصصی در بین افراد نمونه رعایت شد. معیارهای انتخاب خبرگان در این پژوهش، تسلط نظری، تجربه عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترس بودن است.

در راستای تعیین روایی و پایایی کدگذاری مصاحبه‌ها نیز روش‌های زیر صورت گرفت:

شیوه بررسی به وسیله اعضای پژوهش: ۲ نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه با تخصص مدیریت و سرمایه فکری و یک نفر دانشجوی دکترای مدیریت به عنوان اعضای پژوهش، کل فرآیند کدگذاری را بازبینی کرده، نظرات ایشان در فرآیند کدگذاری اعمال شد.

مشارکتی بودن پژوهش: به این منظور، از رویکرد رفت و برگشتی استفاده و نظرات مشارکت‌کنندگان در مراحل مختلف تجزیه و تحلیل، اعمال شد.

بخش کمی این مطالعه با استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها از مدیران و کارکنان شرکت‌ها انجام شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد که روابط علی بین متغیرهای پنهان و مشاهده‌پذیر را بررسی می‌کند. از نرم‌افزارهای آماری مانند AMOS و SPSS برای مدل‌سازی استفاده شد و روایی و پایایی پرسشنامه قبل از مدل‌سازی تأیید و در نهایت، شاخص‌های برازش مدل برای اطمینان از برازش مدل با داده‌ها بررسی شدند.

یافته‌ها

در این بخش مصاحبه‌های انجام شده مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته شده است. تحلیل مصاحبه با الگوی نظریه داده بنیاد انجام شده است.

کدگذاری باز^۱: عبارت است از روند خردکردن، مقایسه‌کردن، مفهوم‌پردازی و مقوله‌بندی داده‌ها. روش کدگذاری باز، نه تنها به کشف مقوله‌ها می‌انجامد بلکه خصوصیات و ابعاد آن‌ها را نیز روشن می‌سازد. در این مرحله محقق تلاش داشته تا با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود. بنابراین بعد از انجام هر مصاحبه و ضبط گفتگوها متن مصاحبه‌ها پیاده

و بازخوانی مکرر داده‌ها و مصاحبه‌ها بصورت فعال برای جست وجوی معانی و الگوها انجام شد. در این مرحله بعد از خواندن مصاحبه‌ها و آشنایی دقیق با آن‌ها استخراج و ایجاد کدهای اولیه از مصاحبه‌ها انجام شد.

کُدگذاری محوری: کُدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها را با توجه به ابعاد و مشخصات آن‌ها با یکدیگر مرتبط می‌سازد. برای کشف نحوه ارتباط مقوله‌ها با همدیگر، از ابزار تحلیلی استراوس و کوربین استفاده گردید. ابزار اصلی این ابزار تحلیلی، شامل شرایط، عمل‌ها، عکس‌العمل‌ها و پیامدها می‌شود. این تحقیق به طراحی مدل مزیت رقابتی سرمایه فکری پرداخته است که روابط مؤلفه‌ها با داده‌های فرآیند تحقیق در آن به تصویر کشیده می‌شود.

کُدگذاری انتخابی: کُدگذاری انتخابی نتایج گام‌های قبلی کُدگذاری را بکار برده، مقوله‌های اصلی را انتخاب می‌کند و آن را به شکل نظام‌مند به سایر مقوله‌ها ارتباط داده و ارتباطات را اعتبار می‌بخشد و مقوله‌هایی را که نیاز به بست و توسعه بیشتری دارند را توسعه می‌دهد (استراوس و کوربین، ۱۹۹۰). در کُدگذاری باز و محوری مدل پارادایمی مزیت رقابتی سرمایه فکری داده شده است، مدلی که شرایط علی مقوله محوری و شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و در نهایت پیامدها را در بر می‌گیرد.

جدول ۱. مفاهیم و مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

شرایط	مقوله کلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم اصلی
شرایط علی	آموزش و توسعه منابع انسانی	برنامه‌های آموزشی کارکنان	آموزش مهارت‌های فنی (مهارت در نرم‌افزارها یا تجهیزات)، آموزش مهارت‌های نرم (توانایی‌های بین فردی مانند ارتباطات، کار تیمی و هوش هیجانی)؛ آموزش مقررات، برنامه‌های معارفه و آشنایی؛ برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازهای شغلی
		آموزش و توسعه توسعه حرفه‌ای	دوره‌های الکترونیکی و آنلاین؛ کارگاه‌ها و سمینارها؛ سیستم‌های مدیریت آموزش
			آموزش و برنامه‌های گواهی‌نامه پیوسته؛ مشاوره و مربی‌گری؛ مسیر شغلی و برنامه‌ریزی جانشینان
نوآوری و فناوری	تحقیق و توسعه زیرساخت‌های فناوری	تحقیق و توسعه نوآوری در محصول و فرآیند	سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه؛ همکاری با مؤسسات تحقیقاتی؛ پتنت‌ها و مالکیت فکری
			سیستم‌ها و نرم‌افزارهای فناوری اطلاعات؛ سخت‌افزار و تجهیزات؛ شبکه‌های ارتباطی؛ استفاده از ابزارهای ارتباطی مدرن برای بهبود تعامل با مشتریان و شرکای تجاری؛ استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی برای مدیریت و تحلیل داده‌ها
			توسعه محصولات جدید یا بهبود محصولات موجود، بهبود فرآیندها، و استفاده از فناوری‌های نوین؛ بهینه‌سازی روش‌های تولید و ارائه خدمات؛ بهره‌گیری از تکنیک‌ها و ماشین‌آلات پیشرفته برای افزایش کیفیت و سرعت تولید
		تحول دیجیتال	استراتژی و اجرای دیجیتال؛ تجارت الکترونیکی و حضور آنلاین؛ اقدامات امنیت سایبری؛ کلان‌داده و هوش مصنوعی
مدیریت دانش	سیستم‌های مدیریت دانش	خلق دانش، فرآیند انتقال دانش؛ کسب دانش، تسهیم دانش، استفاده از دانش، و ذخیره دانش	
		یادگیری سازمانی	توانایی انطباق با تغییرات، یادگیری از تجربیات، و استفاده از دانش برای بهبود فرآیندها
شرایط زمینه‌ای اقتصادی	شرایط اقتصادی و نوسانات آن	رشد و توسعه بازارها	نرخ رشد اقتصادی؛ تغییرات نرخ ارز؛ نرخ تورم؛ سیاست‌های صادرات و واردات
			رشد بازار؛ نوسانات بازار و تغییرات در تقاضای مشتریان؛ گسترش بازارهای جدید؛ افزایش تقاضا؛ رقابت شدیدتر؛ رقابت در بازار
		دسترسی به منابع مالی و سرمایه‌گذاری	دسترسی به منابع مالی؛ منابع مالی داخلی و خارجی؛ هزینه نیروی کار؛ سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه؛ جذب سرمایه‌گذاران؛ دسترسی به وام‌ها و اعتبارات؛ میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی
		رقابت	تحلیل رقبا، نقاط قوت، ضعف‌ها و موقعیت بازار رقبا؛ تغییر در رفتار رقبا شدت رقابت در بازار
محیط سیاسی و قانونی	سیاست‌های دولتی	مشوق‌های مالیاتی؛ سیاست‌های دولتی در حمایت از نوآوری و تحقیق و توسعه؛ برنامه‌های حمایتی دولتی؛ مقررات کسب و کار	
		چارچوب قانونی	قوانین ثبت اختراع؛ قوانین کپی‌رایت؛ مقررات حفاظت از داده‌ها؛ تغییرات قوانین و مقررات
		ثبات سیاسی و امنیت اجتماعی	تاریخچه تغییرات دولت؛ پیش‌بینی‌های سیاسی؛ تأثیرات سیاسی داخلی و خارجی؛ امنیت اقتصادی و اجتماعی

مصدق و همکاران

محیط اجتماعی و فرهنگی	فرهنگ سازمانی	ارزش‌ها و باورهای سازمانی؛ فرهنگ نوآوری و خلاقیت؛ اخلاقیات سازمانی؛ پشتیبانی از ایده‌های جدید؛ همسویی ارزش‌ها با اهداف استراتژیک؛ تنوع فرهنگی
	ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی	همبستگی اجتماعی؛ مشارکت و همکاری؛ روابط بین فردی؛ حس تعلق و وفاداری
	سطح تحصیلات	تحصیلات و مهارت‌ها؛ تجربه کاری؛ پتانسیل رشد و توسعه
	مسئولیت شرکتی	فعالیت‌های خیریه؛ پایداری زیست محیطی؛ تعهدات اجتماعی و اخلاقی
شرایط مداخله و مدیریت رهبری	رهبری استراتژیک	تعیین چشم‌انداز و مأموریت سازمان؛ تدوین برنامه‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت؛ تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی؛ تعریف و ارتباط استراتژی‌ها به تمامی اعضای سازمان؛ پایش و به‌روزرسانی استراتژی‌ها به صورت منظم
	مدیریت تغییر	ارزیابی نیاز به تغییرات و تحولات؛ برنامه‌ریزی و اجرای فرآیندهای تغییر؛ مدیریت مقاومت‌ها و پشتیبانی از کارکنان در طول تغییرات؛ ارزیابی آمادگی سازمان برای تغییر؛ طراحی ساختارهای حمایتی برای کارکنان در طول تغییر؛ اندازه‌گیری و ارزیابی نتایج تغییرات
	مدیریت استعدادها	جذب و استخدام نیروهای با استعداد؛ توسعه مهارت‌ها و آموزش کارکنان؛ برنامه‌های نگهداری و حفظ استعدادها؛ استراتژی‌های حفظ استعدادها؛ برنامه‌های مشارکت کارکنان؛ ایجاد برنامه‌های جانشینی و توسعه مسیرهای شغلی؛ مدیریت تنوع و فراگیری در استخدام و حفظ کارکنان؛ طراحی برنامه‌های انگیزشی و پاداش‌دهی موثر
	توسعه رهبری	شناسایی و پرورش رهبران آتی؛ ارائه برنامه‌های آموزش و توسعه رهبری؛ ارزیابی و بازخورد مستمر به رهبران فعلی و آتی؛ ارائه برنامه‌های منتورینگ و کوچینگ؛ طراحی برنامه‌های یادگیری مداوم و آموزش‌های تعاملی؛ ارزیابی مهارت‌های رهبری و تدوین برنامه‌های توسعه فردی
	مدیریت عملکرد	تعیین اهداف و انتظارات کاری؛ ارزیابی و پایش عملکرد کارکنان؛ ارائه بازخورد و پاداش بهبود عملکرد؛ استفاده از ابزارها و فناوری‌های نوین برای ارزیابی عملکرد؛ تدوین شاخص‌های کلیدی عملکرد مشخص و قابل اندازه‌گیری؛ ارائه بازخورد سازنده و مداوم به کارکنان
	مدیریت نوآوری	تشویق به خلاقیت و نوآوری در تمام سطوح سازمان؛ ایجاد فرآیندها و ساختارهای حمایتی برای نوآوری؛ پیگیری و بهره‌برداری از ایده‌های نوآورانه؛ ایجاد محیط‌های کاری انعطاف‌پذیر و خلاقانه؛ تشویق به پیشنهاد ایده‌ها و اجرای پروژه‌های نوآورانه؛ اندازه‌گیری و ارزیابی نتایج نوآوری‌ها و بهبود مستمر
هوش تجاری	تحلیل داده‌ها	دقت و صحت تحلیل‌ها؛ ابزارها و تکنیک‌های مورد استفاده
	سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری	کارایی سیستم‌ها؛ قابلیت استفاده
	مدیریت اطلاعات	امنیت اطلاعات؛ دسترسی‌پذیری اطلاعات
تصویر برند	تبلیغات و بازاریابی	میزان تأثیرگذاری کمپین‌ها؛ نرخ بازدهی تبلیغات
	آگاهی از برند	سطح آشنایی افراد با نام برند؛ توانایی افراد در به یاد آوردن برند در موقعیت‌های مختلف
	تصور برند	تصورات افراد نسبت به ویژگی‌های ظاهری و کیفیت محصولات برند؛ احساسات و عواطف افراد نسبت به برند، مانند اعتماد، محبت یا حس همدلی؛ ارزیابی افراد از قابلیت اطمینان و کیفیت محصولات برند؛ درک افراد از شفافیت و صراحت برند در ارتباطات و اطلاعات
	وفاداری به برند	تمایل افراد به خرید مکرر محصولات برند؛ تعهد و وفاداری افراد به برند و استفاده از محصولات آن
	ارزش برند	ارزش مالی برند در بازار و توانایی آن در جذب سرمایه؛ ارزش‌هایی که برند برای مشتریان ایجاد می‌کند، مانند حس اعتماد یا تعلق
مقوله محوری سرمایه انسانی	تجربه‌ها و تخصص‌ها	مهارت‌های فنی، حرفه‌ای و تخصصی کارکنان؛ دانش تجربی و تخصصی حاصل از تجربه‌های کاری؛ مدت زمان تجربه؛ تنوع تجربیات شغلی
	انگیزش و رضایت	میزان رضایت و انگیزه کارکنان برای بهبود عملکرد؛ سطح انگیزش کارکنان؛ سطح تعادل کار و زندگی؛ سطح انگیزه و تعهد کارکنان به اهداف سازمان
سرمایه ساختاری	فرآیندها و سیستم‌های کاری	کارآمدی و اثربخشی فرآیندها و روش‌های اجرایی در شرکت؛

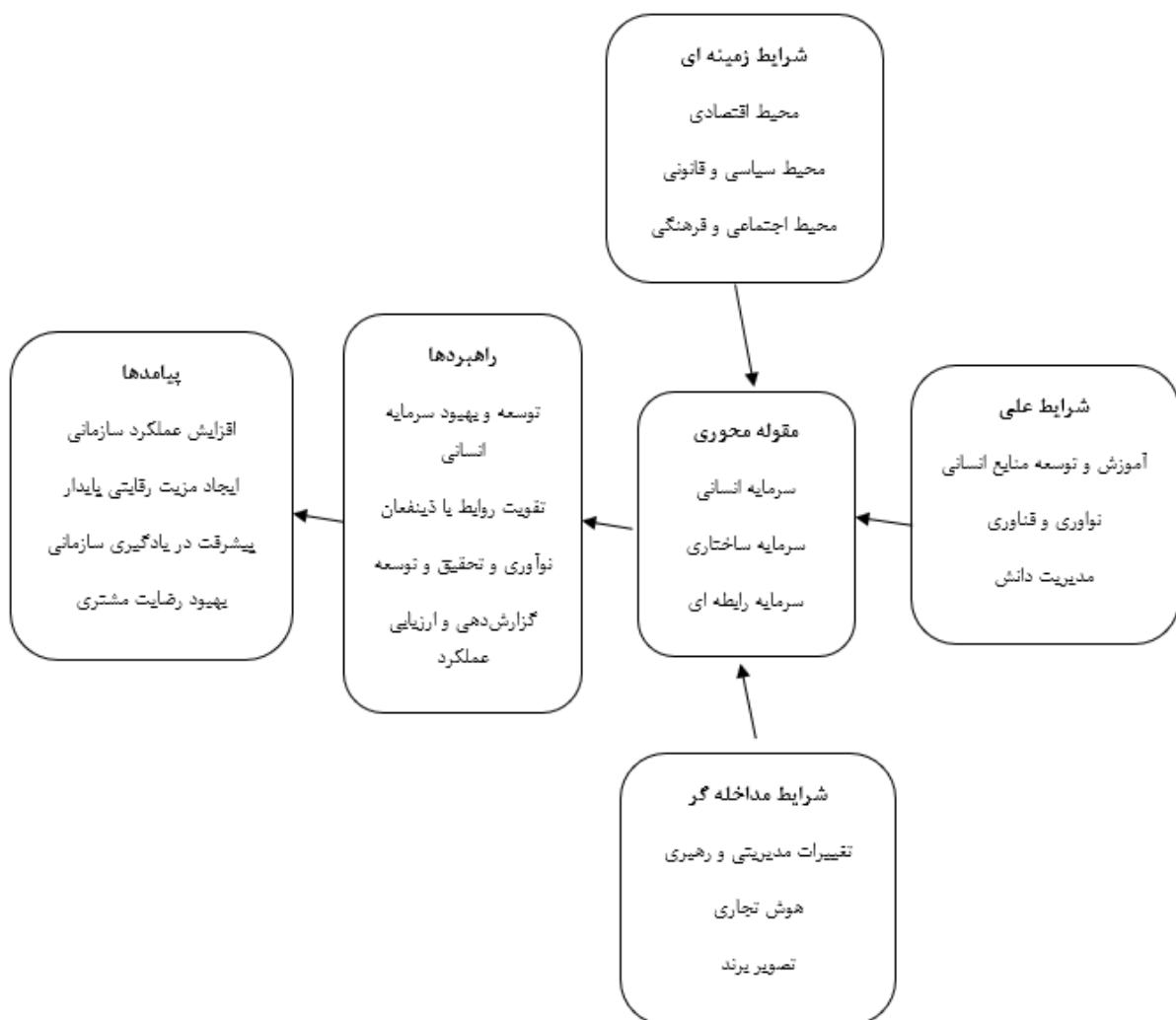
حسابداری، امور مالی و هوش محاسباتی

حق اختراع و نشان تجاری		تعداد و نوع اختراعات؛ نرخ بهره‌برداری از علائم تجاری
فناوری‌های مورد استفاده در سازمان	فناوری‌ها و سیستم‌های اطلاعاتی مورد استفاده در شرکت؛ استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای جمع‌آوری، ذخیره و تحلیل داده‌ها	سرمايه رابطه‌ای
روابط با مشتریان	قدرت و کیفیت روابط با مشتریان و رضایت آنان	
همکاری با تأمین‌کنندگان و شرکا	همکاری‌ها و مشارکت‌ها با تأمین‌کنندگان و توانایی‌های همکاری؛ تعداد و نوع شراکت‌ها؛ نتایج حاصل از شراکت‌ها	
شبکه‌های اجتماعی و تجاری	شبکه‌ها و ارتباطات تجاری با دیگر شرکت‌ها و سازمان‌ها؛ تعداد و کیفیت ارتباطات؛ بهره‌برداری از شبکه‌ها؛ ارتباطات و تعاملات با ذینفعان و سایر سازمان‌ها	
توسعه و بهبود سرمایه انسانی	آموزش و توسعه مهارت‌ها	راهبردها
ارائه دوره‌های آموزشی مداوم برای به‌روزرسانی مهارت‌ها؛ برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی کارکنان؛ استفاده از روش‌های حضوری و آنلاین برای افزایش اثربخشی آموزش؛ فرصت‌های عملی برای توسعه مهارت‌های حرفه‌ای؛ تشویق به یادگیری مداوم و به‌روزرسانی دانش و مهارت‌ها؛ ایجاد مسیرهای شغلی و فرصت‌های پیشرفت حرفه‌ای		
استخدام و گزینش	ایجاد تصویر مثبت از سازمان برای جذب استعدادها؛ تشویق کارکنان به معرفی نامزدهای شایسته؛ بررسی روندها و نیازهای بازار کار برای تنظیم استراتژی‌های استخدام	
جبران خسارت و مزایا	برنامه‌های پاداش برای عملکرد برتر؛ ارائه فرصت‌های رشد حرفه‌ای، فرهنگ سازمانی مثبت و محیط کاری جذاب؛ ارائه بسته‌های متنوع برای پاسخگویی به نیازهای مختلف کارکنان	
محیط کار و فرهنگ	پشتیبانی از سلامتی و رفاه؛ ارائه برنامه‌های سلامت جسمی و روانی؛ فضای کاری الهام‌بخش؛ ارتباطات شفاف؛ ایجاد فرهنگ ارتباطات باز و صادقانه در سازمان؛ تشویق به خلاقیت و ایده‌پردازی در سازمان	
مدیریت دانش	انجمن‌های دانش؛ ایجاد گروه‌ها و انجمن‌ها برای تبادل دانش و تجربیات؛ پایگاه‌های داده دانش؛ ایجاد سیستم‌های مدیریت دانش برای جمع‌آوری و اشتراک‌گذاری اطلاعات؛ ذخیره و دسترسی به دانش سازمانی به صورت دیجیتال؛ ترویج فرهنگ یادگیری؛ استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی برای دسترسی سریع به دانش	
تقویت روابط با ذینفعان	برقراری ارتباط مستمر با مشتریان؛ گوش دادن به نیازها و بازخوردهای مشتریان؛ ایجاد برنامه‌های وفاداری مشتری	
روابط با تأمین‌کنندگان	توسعه همکاری‌های استراتژیک با تأمین‌کنندگان؛ ایجاد شفافیت و اعتماد متقابل؛ ارزیابی کیفیت و عملکرد تأمین‌کنندگان	
ایجاد شبکه‌های ارتباطی قوی	شناسایی و ایجاد همکاری با شرکای تجاری؛ توسعه شبکه‌های تجاری مشترک؛ بهره‌برداری از منابع و توانمندی‌های مشترک	
ارتباطات داخلی	تقویت همکاری و همدلی بین کارکنان؛ ترویج فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد و احترام؛ ایجاد سیستم‌های بازخورد داخلی	
روابط با جامعه و محیط زیست	مشارکت در پروژه‌های اجتماعی و محیط زیستی؛ افزایش آگاهی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی؛ توسعه برنامه‌های مسئولیت اجتماعی شرکت	
نوآوری و تحقیق و توسعه	کشف اصول علمی و فناوری‌های جدید؛ تحقیقات کاربردی؛ توسعه فناوری‌ها و راه‌حل‌های عملی برای مسائل موجود؛ طراحی و تولید محصولات جدید و بهبود یافته؛ اشتراک دانش و فناوری بین بخش‌های مختلف صنعت؛ همکاری‌های بین‌المللی؛ انتقال دانش و فناوری از طریق همکاری‌های جهانی؛ آموزش و مشاوره؛ برگزاری دوره‌های آموزشی و ارائه مشاوره‌های تخصصی	
مدیریت تحقیق و توسعه	تعیین اهداف و برنامه‌های تحقیق و توسعه؛ تخصیص منابع مالی، انسانی و زمانی؛ سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه؛ همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی؛ ارزیابی عملکرد پروژه‌ها و نظارت بر پیشرفت آن‌ها	
تحقیقات بازار	شناسایی رقبا و تحلیل نقاط قوت و ضعف آن‌ها؛ تحلیل سهم بازار رقبا؛ شناسایی نیازها و خواسته‌های مصرف‌کنندگان؛ پیش‌بینی تغییرات بازار؛ ارزیابی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از تغییرات بازار؛ شناسایی نیازهای بهبود و توسعه محصولات و خدمات	

مصدق و همکاران

گزارش‌دهی و	شاخص‌های	عملکرد	شناسایی و تعریف شاخص‌های عملکرد کلیدی برای ارزیابی پیشرفت و عملکرد سازمان؛ جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها برای ارزیابی عملکرد و شناسایی نقاط قوت و ضعف؛ بازنگری و تنظیم شاخص‌های عملکرد کلیدی بر اساس تغییرات در استراتژی و محیط کاری
سیستم‌های گزارش‌دهی	ارزیابی	ارزش	توسعه سیستم‌های گزارش‌دهی؛ ایجاد و پیاده‌سازی سیستم‌های گزارش‌دهی موثر برای اطلاع‌رسانی و ارزیابی عملکرد؛ تکرارپذیری و دقت گزارش‌ها؛ اطمینان از دقت و تکرارپذیری داده‌ها و گزارش‌ها؛ تضمین شفافیت و دسترسی آسان به گزارش‌های عملکرد برای تمامی ذینفعان
ارزیابی سرمایه‌های فکری	ارزیابی	ارزش	ارزیابی مهارت‌ها، تخصص‌ها و توانایی‌های کارکنان؛ تحلیل فرآیندها، روش‌ها و پایگاه‌های داده‌ی سازمانی؛ ارزیابی روابط با مشتریان، تامین‌کنندگان و شرکا؛ شناسایی و ارزیابی دارایی‌های دانش درون سازمان؛ ارزیابی ارزش حق اختراع‌ها، علائم تجاری و کپی‌رایت‌ها؛ مقایسه استعدادهای کارکنان با استانداردهای صنعتی؛ ارزیابی توانایی سازمان در نوآوری و تطبیق با تغییرات
تحلیل و ارزیابی عملکرد	تحلیل و ارزیابی عملکرد	تحلیل و ارزیابی عملکرد	مقایسه عملکرد سازمان با اهداف تعیین شده و تحلیل انحرافات؛ بررسی و ارزیابی تاثیر اقدامات انجام شده بر عملکرد سازمان؛ گزارش نتایج؛ تهیه و ارائه گزارش‌های دقیق و کامل از نتایج ارزیابی‌ها؛ جمع‌آوری بازخورد از کارکنان برای ارزیابی عملکرد و شناسایی نقاط بهبود؛ استفاده از بازخوردهای دریافت شده برای بهبود مستمر عملکرد و ارتقاء کیفیت
پایامدها	افزایش عملکرد	افزایش بهره‌وری و کارایی	بهبود فرآیندهای کاری؛ کاهش هدررفت منابع؛ افزایش کیفیت محصولات و خدمات؛ بهبود کارایی و اثربخشی فرآیندها؛ کاهش هدررفت منابع و زمان؛ بهبود کیفیت محصولات و خدمات
سازمانی	بهبود عملکرد مالی	افزایش درآمد و سودآوری	افزایش درآمد و سودآوری؛ کاهش هزینه‌ها؛ بهبود مدیریت مالی؛ ایجاد منابع درآمدی جدید؛ میزان کاهش هزینه‌های عملیاتی و بهینه‌سازی منابع
تقویت فرهنگ سازمانی	تقویت فرهنگ سازمانی	ایجاد فرهنگ همکاری و تیم کاری	ایجاد فرهنگ همکاری و تیم کاری؛ تقویت اعتماد و ارتباطات درون سازمان؛ بهبود رضایت و انگیزه کارکنان
ایجاد مزیت رقابتی پایدار	پایداری سازمان	بلندمدت	کاهش وابستگی به منابع محدود؛ توسعه و تقویت نوآوری‌های پایدار؛ ایجاد و حفظ روابط پایدار با مشتریان و شرکای کسب‌وکار
افزایش قدرت برند	افزایش قدرت برند	ارتقاء شناخت و تصویر برند	ارتقاء شناخت و تصویر برند؛ تقویت اعتبار و اعتماد به برند؛ افزایش وفاداری مشتریان به برند؛ توانایی در تمایز از رقبا و جذب مشتریان؛ ایجاد تصویر مثبت از برند در ذهن مشتریان؛ تقویت ارتباطات عمومی و روابط با رسانه‌ها
توسعه مهارت‌ها و توانمندی‌های کارکنان	توسعه مهارت‌ها و توانمندی‌های کارکنان	آموزش مداوم و ارتقاء مهارت‌های کارکنان	آموزش مداوم و ارتقاء مهارت‌های کارکنان؛ ایجاد فرهنگ یادگیری و نوآوری؛ افزایش رضایت و انگیزه کارکنان
پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی	پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی	اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان	اجرای برنامه‌های مسئولیت اجتماعی سازمان؛ کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی فعالیت‌های سازمان؛ تعامل و مشارکت فعال با جامعه محلی
پیشرفت یادگیری	تقویت یادگیری مستمر در سازمان	توانایی یک شرکت در یادگیری از تجربیات و استفاده از آن دانش برای بهبود عملیات	توانایی یک شرکت در یادگیری از تجربیات و استفاده از آن دانش برای بهبود عملیات
سازمانی	توسعه نوآوری و خلاقیت	ایجاد محصولات و خدمات جدید	ایجاد محصولات و خدمات جدید؛ بهبود محصولات و خدمات موجود؛ توسعه بازارهای جدید؛ تقویت فرهنگ نوآوری و خلاقیت در سازمان؛ ایجاد و توسعه ایده‌ها و محصولات جدید؛ افزایش توانمندی‌های نوآوران کارکنان
تصمیم‌گیری بهتر	تصمیم‌گیری بهتر	استفاده بهینه از داده‌ها و اطلاعات برای تصمیم‌گیری	استفاده بهینه از داده‌ها و اطلاعات برای تصمیم‌گیری؛ کاهش ریسک‌ها و اشتباهات در تصمیم‌گیری؛ افزایش دقت و کیفیت تصمیمات
بهبود رضایت مشتری	افزایش وفاداری مشتریان	تعداد و نرخ حفظ مشتریان بلندمدت	تعداد و نرخ حفظ مشتریان بلندمدت؛ تکرار خریدها و افزایش میانگین ارزش خرید؛ کاهش نرخ ریزش مشتریان؛ ترویج برند توسط مشتریان راضی
بهبود تجربه مشتری	بهبود تجربه مشتری	افزایش رضایت از محصولات و خدمات	افزایش رضایت از محصولات و خدمات؛ کاهش نارضایتی و شکایات مشتریان؛ تقویت ارتباطات موثر با مشتریان
افزایش سهم بازار	افزایش سهم بازار	جذب مشتریان جدید از طریق تبلیغات مثبت مشتریان راضی	جذب مشتریان جدید از طریق تبلیغات مثبت مشتریان راضی؛ افزایش نفوذ در بازارهای جدید؛ بهبود جایگاه رقابتی در صنعت

مدل پارادایمی این تحقیق بر اساس الگوی پارادایمی استراوس و کوربین مطابق با شکل (۱) طراحی گردید.



شکل ۱. الگوی مزیت رقابتی سرمایه فکری در شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران

مطابق با روش نظریه داده بنیاد، نظریه پردازی از طریق مراحل مختلفی مانند کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. در کدگذاری باز، داده ها به بخش های کوچکتر تقسیم شدند و مفاهیم اصلی شناسایی شدند. سپس در کدگذاری محوری، روابط بین این مقولات بررسی و یک مقوله محوری انتخاب شد که سایر مقولات حول آن سازمان دهی شدند. در نهایت، در کدگذاری انتخابی، پژوهشگر نظریه ای را از روابط بین مقولات استخراج کرد و آن را به نگارش درآورد. نتایج نشان می دهد که مدل نهایی از ۶ مرحله، ۲۰ مقوله اصلی و ۷۳ مقوله فرعی تشکیل شده است.

این فرآیند رفت و برگشتی و تعاملی است و به پژوهشگران اجازه داد تا با جمع آوری و تحلیل مداوم داده ها، نظریه ای جامع و مستند بسازند. هدف نهایی این است که یک تبیین دقیق از پدیده مورد مطالعه ارائه شد که بر پایه داده های واقعی و تجربیات افراد شکل گرفته است.

برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، آمار تحلیلی به دو صورت آمار توصیفی و استنباطی مطرح می گردد.

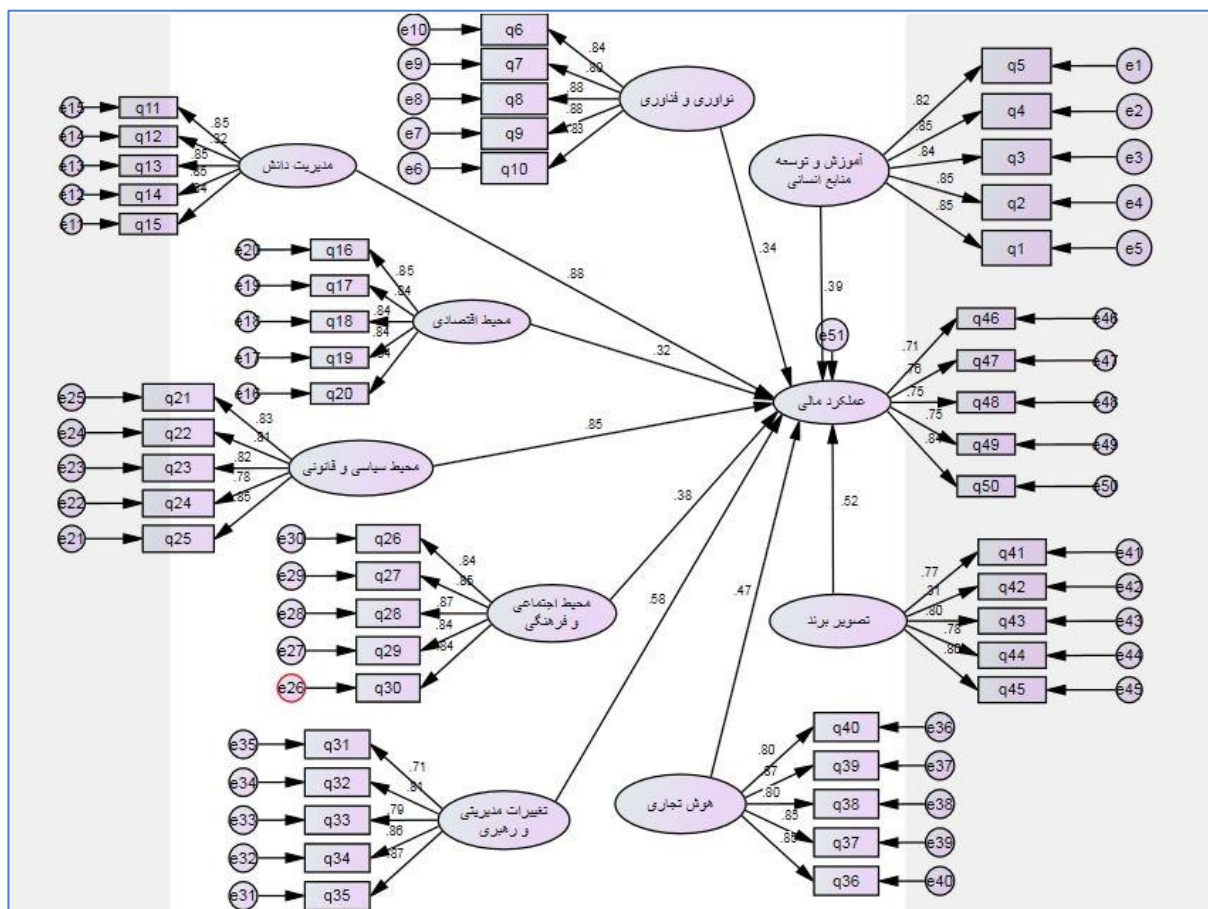
آمارهای جمعیت شناختی مرتبط با این پژوهش به اختصار در جدول ۲، نشان داده شده است:

جدول ۲. متغیرهای جمعیت شناختی

متغیرهای جمعیت شناختی		فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۳۴۸	۹۰.۶
	زن	۳۶	۹.۴
سن	کمتر از ۳۰ سال	۹۵	۲۴.۷
	۳۱ تا ۴۰	۱۰۲	۲۶.۶
	۴۱ تا ۵۰	۵۱	۱۳.۳
	۵۱ سال بیشتر	۱۳۶	۳۵.۴
	لیسانس	۱۶۴	۴۲.۷
	فوق لیسانس	۱۹۴	۵۰.۵
سطح تحصیلات	دکتری	۲۶	۶.۸

آمار استنباطی هنگامی موضوعیت پیدا می‌کند که نمونه‌گیری وجود داشته باشد. پس از بررسی آمار توصیفی در ادامه با استفاده از آمار استنباطی و جهت تبیین روابط میان مدل از تحلیل عاملی تأییدی و آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس استفاده شد.

برای رد یا تایید فرضیه‌های پژوهش حاضر از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری آزمونی است که روابط بین متغیرهای پنهان را با هم و همچنین روابط متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر خروجی نرم افزار آموس برای فرضیه‌ها مشاهده می‌شود.



شکل ۲. مدلسازی معادلات ساختاری

جدول ۳. نتایج آزمون تحلیل مسیر برای فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	اثر مستقیم	مقدار P	آماره آزمون	نتیجه آزمون
آموزش و توسعه منابع انسانی بر عملکرد مالی	(۰.۳۹)	۰.۰۰۰	(۳.۳۲۲)	تأیید فرضیه
نوآوری و فناوری بر عملکرد مالی	(۰.۳۴)	۰.۰۰۰	(۳.۷۷۳)	تأیید فرضیه
مدیریت دانش بر عملکرد مالی	(۰.۸۸)	۰.۰۰۰	(۷.۴۹۳)	تأیید فرضیه
محیط اقتصادی بر عملکرد مالی	(۰.۳۲)	۰.۰۰۰	(۳.۴۸۷)	تأیید فرضیه
محیط سیاسی و قانونی بر عملکرد مالی	(۰.۸۵)	۰.۰۰۰	(۵.۱۹۳)	تأیید فرضیه
محیط اجتماعی و فرهنگی بر عملکرد مالی	(۰.۳۸)	۰.۰۰۰	(۳.۴۳۲)	تأیید فرضیه
تغییرات مدیریتی و رهبری بر عملکرد مالی	(۰.۵۸)	۰.۰۰۰	(۵.۲۰۸)	تأیید فرضیه
هوش تجاری بر عملکرد مالی	(۰.۴۷)	۰.۰۰۰	(۴.۱۷۰)	تأیید فرضیه
تصویر برند بر عملکرد مالی	(۰.۵۲)	۰.۰۰۰	(۵.۷۲۲)	تأیید فرضیه

معیارهای نیکویی برازش در مفهوم خود نشان می‌دهند که آیا مدل مفهومی پژوهش توسط داده‌های تجربی مورد حمایت لازم قرار گرفته است یا خیر؟ با بیان تخصص تر معیارهای نیکویی برازش نشان می‌دهد که آیا مدل مفروض، قادر به باز تولید کوواریانس‌های مشاهده در میان متغیرهای قابل مشاهده می‌باشد، یا خیر (ابارشی و حسینی، ۱۳۹۱). جدول زیر شاخص‌های برازندگی مدل را متغیرهای وابسته، متغیرهای مستقل و کل مدل تحقیق نشان می‌دهد.

جدول ۴. شاخص‌های برازندگی برای متغیرهای پژوهش

شاخص	برازش مدل اندازه گیری	برازش مدل ساختاری
Chi-Square	۱۳۷۴	۲۰۶۴
df	۱۵۰۹	۱۰۲۶
GFI	۰.۸۲۲	۰.۸۵۱
AGFI	۰.۸۷۷	۰.۸۰۹
RMSEA	۰.۰۵۵	۰.۰۶۳
NFI	۰.۹۵۶	۰.۹۰۲
CFI	۰.۹۰۹	۰.۹۵۳
RFI	۰.۹۳۰	۰.۹۸۲

یکی از شاخص‌های عمومی شاخص کای اسکور بهنجار یا نسبی است که از تقسیم ساده مقدار کای اسکور به درجه‌ی آزادی مدل محاسبه می‌شود و اغلب مقادیر بین ۱ تا ۳ را برای این شاخص قابل قبول می‌دانند. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود این مقدار برای مدل اندازه گیری و ساختاری به ترتیب ۱.۳۷۴ و ۲.۰۶۴ است که مقداری مناسب و قابل قبول است. شاخص برازش تطبیقی یا CFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقادیر بین ۰/۷ تا ۰/۸ به عنوان قابل قبول بودن و مقادیر بالاتر از ۰/۹ برای این شاخص به عنوان برازش بسیار خوب داده‌ها به مدل تفسیر می‌شود. مقدار CFI برای مدل‌های مذکور ۰.۹۰۹ و ۰.۹۵۳ که با توجه به حد استاندارد می‌توان گفت که داده‌ها به طور خوبی برازش یافته اند یا به عبارت دیگر مدل از مدل استقلال، فاصله و یک مدل اشیاع نزدیک می‌شود. شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSEA نیز همانند شاخص RMR بر مبنای تحلیل ماتریس باقی مانده قرار دارد. مدل‌های قابل قبول دارای مقدار کوچک‌تر از ۰.۰۸ برای این شاخص هستند. برازش مدل‌هایی که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۱ هستند ضعیف برآورد می‌شود. مقدار RMSEA برای مدل‌های مورد نظر ۰.۰۵۵ و ۰.۰۶۳ به دست آمده که نشان گر قابل قبول بودن مدل اندازه گیری و ساختاری می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، تدوین الگویی برای مزیت رقابتی مبتنی بر سرمایه فکری و بررسی تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های مختلف سرمایه فکری - شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای - از طریق سازوکارهای میانجی مانند نوآوری، دانش‌مداری و بهبود روابط ذی‌نفعان، به شکل معناداری بر عملکرد مالی شرکت‌ها اثرگذار هستند. نتایج تحلیل کیفی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد بیانگر آن بود که مدل نهایی شامل شش مرحله اصلی (شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، مقوله محوری، راهبردها و پیامدها) است و نشان می‌دهد که توسعه و بهبود سرمایه فکری منجر به ایجاد مزیت رقابتی پایدار و افزایش عملکرد مالی سازمانی می‌شود. نتایج بخش کمی نیز این یافته‌ها را تأیید نمود؛ به گونه‌ای که اثر مستقیم مؤلفه‌هایی مانند آموزش و توسعه منابع انسانی، نوآوری و فناوری، مدیریت دانش، هوش تجاری و تصویر برند بر عملکرد مالی شرکت‌ها معنادار بود ($p < 0.05$).

از منظر تئوریک، این یافته‌ها با نظریه مبتنی بر منابع (RBV) همسو است که بر اهمیت دارایی‌های نامشهود در خلق مزیت رقابتی تأکید دارد. بر اساس این نظریه، سازمان‌ها زمانی می‌توانند عملکرد مالی خود را بهبود بخشند که از منابع نادر، باارزش و غیرقابل تقلید خود بهره‌برداری کنند (Aigbe et al., 2024). نتایج تحقیق حاضر نشان داد که سرمایه فکری دقیقاً همان ویژگی‌ها را دارد و می‌تواند به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین منابع مزیت رقابتی در شرکت‌ها عمل کند. یافته‌های این پژوهش هم‌راستا با مطالعه (Ali et al., 2022) است که نشان داد سرمایه فکری در مقایسه با سایر دارایی‌ها، تأثیر بیشتری بر ارزش‌افزوده و بازده مالی دارد.

در سطح سرمایه انسانی، نتایج تحقیق حاضر حاکی از آن است که آموزش مستمر کارکنان، توسعه مهارت‌های نوآورانه و افزایش رضایت شغلی آنان، تأثیر مستقیمی بر بهبود عملکرد مالی شرکت دارد. این یافته با نتایج پژوهش (Saeed et al., 2025) همخوانی دارد که نشان داد خودرهمبری و خودمدیریتی کارکنان از طریق تقویت سرمایه انسانی موجب افزایش بهره‌وری و رضایت سازمانی می‌شود. از دیدگاه (Meyer et al., 2025) نیز تحلیل داده‌های مرتبط با سرمایه انسانی و به‌کارگیری شاخص‌های تحلیلی آن، می‌تواند به شناسایی راهبردهای مؤثر برای حفظ و بهبود سرمایه انسانی و کاهش نرخ خروج کارکنان منجر شود. در همین راستا، (Thompson, 2025) بیان می‌کند که شفافیت در افشای اطلاعات سرمایه انسانی، اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش داده و موجب بهبود تصویر برند و عملکرد مالی می‌شود؛ یافته‌ای که در پژوهش حاضر نیز از طریق تأثیر مثبت تصویر برند بر عملکرد مالی تأیید گردید.

در بُعد سرمایه ساختاری، نتایج نشان داد که نوآوری، فناوری و مدیریت دانش از مؤثرترین عوامل در شکل‌گیری مزیت رقابتی محسوب می‌شوند. شرکت‌هایی که زیرساخت‌های فناوریانه و نظام‌های مدیریت دانش قوی‌تری دارند، قادرند سریع‌تر به تغییرات محیطی واکنش نشان دهند و عملکرد مالی بهتری داشته باشند. یافته‌های این بخش با مطالعه (Yin & Xu, 2025) هم‌راستا است که نشان داد سرمایه فکری از طریق تحول دیجیتال، بهبود فرآیندها و بهره‌وری عملیاتی، تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی دارد. علاوه بر آن، (Niwash et al., 2022) نیز تأکید می‌کند که کیفیت و سرعت نوآوری، نقش میانجی مهمی میان سرمایه فکری و مزیت رقابتی ایفا می‌کند و این مزیت نهایتاً موجب افزایش بازده مالی سازمان‌ها می‌شود. نتایج مطالعه (Desoky & Mousa, 2020) نیز در تأیید یافته‌های کنونی نشان داد که در شرکت‌های بحرینی، سرمایه فکری از طریق بهبود مدیریت فناوری و سیستم‌های دانشی، منجر به رشد مالی پایدار می‌گردد.

در حوزه سرمایه رابطه‌ای نیز، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که روابط مؤثر با مشتریان، تأمین‌کنندگان و سایر ذی‌نفعان، از مهم‌ترین عوامل در بهبود عملکرد مالی شرکت‌ها هستند. این نتیجه با دیدگاه (Hussein, 2022) منطبق است که در بخش عمومی مالی مصر، سرمایه رابطه‌ای را یکی از قوی‌ترین محرک‌های مزیت رقابتی معرفی کرد. وی استدلال می‌کند که شرکت‌هایی که با ذی‌نفعان خود روابط شفاف و مبتنی بر اعتماد برقرار می‌کنند، از سطح بالاتری از وفاداری مشتری و اعتبار برند برخوردار می‌شوند. این یافته با نتایج (Awwad & Qtaishat, 2023) نیز هم‌راستا است که بیان داشت مزیت رقابتی به‌عنوان متغیر میانجی، تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی بانک‌های تجاری اردن را تقویت می‌کند. بدین ترتیب، ارتباطات بیرونی قوی می‌تواند مسیر انتقال ارزش سرمایه فکری به نتایج مالی را تسهیل نماید.

همچنین، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که محیط‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و اثربخشی سرمایه فکری دارند. شرکت‌هایی که در محیط‌های با ثبات اقتصادی و حمایتی فعالیت می‌کنند، از فرصت بیشتری برای سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و نهادینه‌سازی نوآوری برخوردارند. این نتیجه با یافته‌های (Aigbe et al., 2024) مطابقت دارد که بر اهمیت بسترهای نهادی در استفاده مؤثر از سرمایه فکری در صنایع ساخت‌وساز تأکید کرده است.

نتایج این پژوهش همچنین نقش مدیریت دانش و نوآوری را در بهبود عملکرد مالی برجسته کرد. سازمان‌هایی که از نظام‌های یادگیری سازمانی و مدیریت دانش بهره می‌برند، می‌توانند تجربه‌ها و ایده‌های نو را به دارایی‌های دانشی تبدیل کنند و از طریق آن‌ها نوآوری‌های پایدار ایجاد نمایند. مطالعه (Handayani & Karnawati, 2020) نیز تأیید می‌کند که نوآوری مبتنی بر دانش، عامل کلیدی در دستیابی به مزیت رقابتی است و موجب تمایز پایدار شرکت‌ها در بازارهای رقابتی می‌شود. همچنین یافته‌های (Hanifa et al., 2023) نشان داد که کارایی عملیاتی و نوآوری، مزیت رقابتی را به سطح پایداری ارتقا می‌دهد و در نهایت عملکرد مالی را بهبود می‌بخشد.

به‌طور کلی، نتایج کمی پژوهش حاضر که نشان‌دهنده تأیید تمامی فرضیه‌ها بود، بیانگر آن است که سرمایه فکری نه تنها مستقیماً بر عملکرد مالی اثرگذار است، بلکه از طریق متغیرهای میانجی مانند نوآوری و تصویر برند نیز این تأثیر را تقویت می‌کند. این نتیجه با یافته‌های (Jaunanda et al., 2024) همخوانی دارد که نشان داد استراتژی‌های مرتبط با سرمایه فکری در شرکت‌های دچار بحران مالی، نقش حفاظتی ایفا کرده و ارزش شرکت را در شرایط نامطمئن حفظ می‌نمایند. به همین ترتیب، (Mulyasari & Murwaningsari, 2019) گزارش کرد که سرمایه فکری در صنایع بانکی اندونزی از طریق مزیت رقابتی و کارایی عملیاتی، موجب افزایش سودآوری شرکت‌ها می‌شود.

از سوی دیگر، تحلیل داده‌های پژوهش حاضر نشان داد که توسعه سرمایه انسانی و مدیریت دانش دو عامل حیاتی در افزایش عملکرد مالی هستند. شرکت‌هایی که بر آموزش مداوم، توانمندسازی کارکنان و توسعه حرفه‌ای آنان سرمایه‌گذاری می‌کنند، از بهره‌وری بالاتری برخوردارند. این امر با یافته‌های (Saeed et al., 2025) هم‌راستا است که بیان داشت خودمدیریتی و خودرهبری کارکنان نقش مؤثری در بهبود سرمایه انسانی و در نتیجه عملکرد سازمانی دارد. به علاوه، (Meyer et al., 2025) تأکید می‌کند که تحلیل داده‌های منابع انسانی در سطح سازمانی می‌تواند ابزار مؤثری برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در حوزه حفظ نیروهای کلیدی باشد.

از جنبه ساختاری، یافته‌های این مطالعه نقش هوش تجاری را نیز در تقویت تصمیم‌گیری‌های مالی شرکت‌ها نشان داد. بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌های بازار و مشتریان، باعث افزایش دقت تصمیمات و کاهش ریسک‌های مالی می‌شود. این نتیجه با پژوهش (Niwash et al., 2022) هم‌راستا است که بیان کرد ترکیب هوش تجاری و نوآوری می‌تواند به عنوان میانجی میان سرمایه فکری و مزیت رقابتی عمل کند و اثرات مثبتی بر عملکرد مالی داشته باشد.

در نهایت، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که تمامی عوامل مدل تدوین‌شده اعم از شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر و راهبردی به‌صورت هم‌افزا عمل می‌کنند و موجب ایجاد مزیت رقابتی پایدار در شرکت‌ها می‌شوند. این هم‌افزایی در بلندمدت به افزایش عملکرد مالی، رضایت مشتری و پایداری سازمانی منجر می‌شود. در واقع، سرمایه فکری نه تنها عامل تولید ارزش اقتصادی بلکه منبعی برای توسعه نوآوری، ارتقای یادگیری سازمانی و تحقق رشد پایدار محسوب می‌شود (Tubara et al., 2024). پژوهش حاضر در امتداد مطالعات بین‌المللی مانند (Yin & Xu, 2025) و (Aigbe et al., 2024) تأکید دارد که در عصر تحولات دیجیتال و رقابت جهانی، سرمایه فکری به‌عنوان هسته اصلی مزیت رقابتی و موتور محرک عملکرد مالی سازمان‌ها شناخته می‌شود.

بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، سرمایه فکری با تأثیرگذاری بر نوآوری، تصمیم‌گیری هوشمندانه، روابط ذی‌نفعان و تصویر برند، نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد مالی دارد. این یافته‌ها بیانگر آن است که شرکت‌ها باید به جای تمرکز صرف بر دارایی‌های فیزیکی و مالی، توجه بیشتری به دارایی‌های دانشی و انسانی خود داشته باشند تا بتوانند در بازارهای پویا و متغیر امروزی مزیت رقابتی خود را حفظ کنند.

این مطالعه مانند سایر پژوهش‌های آمیخته با چالش‌هایی همراه بوده است. نخست، نمونه پژوهش به شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران محدود شد که ممکن است الگوی سرمایه فکری و عملکرد مالی آن‌ها با سایر صنایع یا شرکت‌های غیربورسی تفاوت داشته باشد. دوم، بخش کیفی پژوهش بر اساس مصاحبه با ۱۷ خبره انجام شد؛ هرچند این تعداد برای رسیدن به اشباع نظری کافی بود، اما نمی‌تواند نماینده تمامی دیدگاه‌ها باشد. سوم، متغیرهای محیطی نظیر نوسانات اقتصادی، تحریم‌ها و تغییرات

سیاست‌گذاری ممکن است در نتایج تأثیرگذار بوده باشند. چهارم، دشواری در اندازه‌گیری دقیق مؤلفه‌های سرمایه فکری به دلیل ماهیت ناملموس آن‌ها از دیگر محدودیت‌هاست. همچنین، همبستگی‌های زمانی میان سرمایه فکری و عملکرد مالی در این مطالعه مورد بررسی طولی قرار نگرفت و تنها روابط مقطعی تحلیل شد.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با بهره‌گیری از رویکردهای کمی و داده‌های طولی، روند تغییرات سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد مالی را در بازه‌های زمانی بلندمدت بررسی کنند. همچنین، استفاده از روش‌های چندسطحی می‌تواند اثرات متقابل سرمایه فکری را در سطوح فردی، سازمانی و صنعتی آشکار سازد. پیشنهاد دیگر، مقایسه تطبیقی میان شرکت‌های ایرانی و بین‌المللی است تا تفاوت‌های ساختاری و فرهنگی در بهره‌برداری از سرمایه فکری مشخص شود. انجام مطالعات موردی در صنایع فناوری‌محور و دانش‌بنیان، می‌تواند به درک عمیق‌تر از سازوکارهای نوآوری و مزیت رقابتی منجر گردد. در نهایت، توسعه شاخص‌های بومی برای اندازه‌گیری سرمایه فکری در ایران ضروری است تا ارزیابی دقیق‌تری از تأثیر آن بر عملکرد سازمانی به دست آید.

مدیران شرکت‌ها باید سرمایه فکری را به‌عنوان منبع اصلی خلق ارزش و مزیت رقابتی تلقی کنند. سرمایه‌گذاری در آموزش، توسعه مهارت‌ها و ایجاد فرهنگ نوآوری از الزامات اساسی است. طراحی نظام‌های جامع مدیریت دانش و ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی به‌روزشونده می‌تواند موجب تسهیل جریان اطلاعات و ارتقای یادگیری سازمانی شود. استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده برای تصمیم‌گیری‌های مالی و بازاریابی نیز توصیه می‌گردد. علاوه بر آن، شرکت‌ها باید روابط خود با مشتریان و تأمین‌کنندگان را به‌صورت بلندمدت و مبتنی بر اعتماد تقویت کنند تا برند سازمان از اعتبار و وفاداری بیشتری برخوردار گردد. سرانجام، سیاست‌گذاران اقتصادی نیز می‌توانند با تدوین مشوق‌های قانونی و مالیاتی برای حمایت از فعالیتهای تحقیق و توسعه، مسیر رشد سرمایه فکری و ارتقای عملکرد مالی شرکت‌ها را هموار سازند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

References

- Aigbe, F., Aigbavboa, C., Aliu, J., & Amusan, L. (2024). Understanding the Future Competitive Advantages of the Construction Industry. *Buildings*, 14(6), 1616. <https://doi.org/10.3390/buildings14061616>
- Ali, S., Murtaza, G., Hedvicakova, M., Jiang, J., & Naem, M. (2022). Intellectual capital and financial performance: A comparative study. *Frontiers in psychology*, 13, 967820. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.967820>

- Awwad, M., & Qtaishat, A. (2023). The impact of intellectual capital on financial performance of commercial banks: the mediating role of competitive advantage. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2023.10049257>
- Desoky, A. M., & Mousa, G. A. (2020). The impact of intellectual capital on firm's financial performance: evidence from Bahrain. *Investment Management and Financial Innovations*, 17(4), 189-201. [https://doi.org/10.21511/imfi.17\(4\).2020.18](https://doi.org/10.21511/imfi.17(4).2020.18)
- Handayani, S., & Karnawati. (2020). *Achieving Competitive Advantage Through Intellectual Capital* Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2019), <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.013>
- Hanifa, R., Adam, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2023). Does Competitive Advantage, Operating Efficiency and Intellectual Capital Effect Sustainable Competitive Advantage (SCA)? *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(3), e463. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i3.463>
- Hussein, M. S. (2022). The Relationship between Intellectual Capital and Competitive Advantages in Financial Public Sector with Application at Banque Misr in Egypt. *Arab Journal of Administration*, 42(4). <https://doi.org/10.21608/aja.2022.273284>
- Jaunanda, M., Sembel, R., Hulu, E., & Ugut, G. S. S. (2024). The impact of intellectual capital strategy on firm value and financial distress. *Corporate & Business Strategy Review*, 5(3), 148-158. <https://doi.org/10.22495/cbsrv5i3art14>
- Meyer, R. H., Milanowski, A., Veiga, R., & Doherty, J. (2025). Creating Actionable Human Capital Analytics for Studying School-Level Teacher Retention. *Journal of Education Human Resources*, 43(2), 390-421. <https://doi.org/10.3138/jehr-2023-0063>
- Mulyasari, W., & Murwaningsari, E. (2019). Intellectual Capital, Competitive Advantage, Financial Performance and Company Value Among Banking Industries in Indonesia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(4), 78-89. <https://doi.org/10.14738/assrj.64.6419>
- Niwash, M. N. K., Cek, K., & Eyupoglu, S. Z. (2022). Intellectual Capital and Competitive Advantage and the Mediation Effect of Innovation Quality and Speed, and Business Intelligence. *Sustainability*, 14(6), 3497. <https://doi.org/10.3390/su14063497>
- Saeed, M., Izadabadi Pour, M., & Parsamehr, A. (2025). The Relationship Between Self-Leadership and Self-Management with Human Capital of Employees in Sports and Youth Offices of Kerman Province. *Quarterly Journal of Research and Islamic Studies*, 7(69), 43-52. <https://joisas.ir/showpaper/22758>
- Si, X. (2019). Literature Review on the Relationship between Intellectual Capital and Enterprise Performance. *Modern Economy*, 10, 386-398. <https://doi.org/10.4236/me.2019.102026>
- Thompson, L. (2025). Human capital disclosures and institutional ownership. *Finance Research Letters*, 1544-6123. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.106384>
- Tubara, S. P. Y., Rahayu, S. M., & Darmawan, A. (2024). *Understanding the Impact of Intellectual Capital on Financial Performance and Its Impact on Firm Value: A Literature Review* Brawijaya International Conference on Business Administration, Taxation, and Tourism, KnE Social Sciences, <https://doi.org/10.18502/kss.v9i11.15790>
- Yin, J., & Xu, J. (2025). Intellectual capital, digital transformation and firms' financial performance: Evidence from ecological protection and environmental governance industry in China. *PLoS One*, 20(1), e0316724. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0316724>