

بررسی نقش واسط سرمایه فکری در ارتباط بین رهبری تحول‌گرا و ادراک کارکنان از عملکرد کسب و کار

ایمان حکیمی*

استادیار، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری،
دانشگاه پیام نور

DOI: 10.22067/pmt.v11i1.65779

چکیده

مدیریت محیط پویای اقتصادی مستلزم توجه سازمان‌ها به اهمیت توسعه رهبری تحول‌گراست؛ زیرا این رهبران نقش فوق‌العاده‌ای در فرآیند ایجاد سرمایه انسانی و سایر ابعاد سرمایه فکری برای مدیریت و اعمال تغییرات و به تبع آن، بهبود عملکرد سازمانی دارند. با این وجود، مطالعات اندکی برای ایجاد یک چارچوب مفهومی برای درک روابط فوق ایجاد شده است. بدین منظور، ما یک الگوی نظری را برای تبیین چگونگی ارتباط ابعاد سرمایه فکری و نقش میانجی آن‌ها در ارتباط بین رهبری تحولی و عملکرد را توسعه می‌دهیم. در این مطالعه، دامنه سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه اطلاعاتی، ساختاری و ارتباطی است. برای این منظور، ۳۶۸ نفر از مدیران میانی و ارشد کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی واقع در شهرک‌های صنعتی سراسر کشور با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب و پرسشنامه‌های استاندارد بین آن‌ها توزیع گردید. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار لیزرل ۸.۵ به منظور سنجش تأثیر متغیرها استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد سبک رهبری تحول‌گرا، پتانسیل قابل ملاحظه‌ای در درک مزایای سرمایه انسانی در بین کارکنان دارد، و مهم‌تر این که سرمایه انسانی به واسطه تأثیر بر سایر اجزای سرمایه فکری، پیشران و مهم‌ترین عنصر این سازه محسوب می‌گردد. در نهایت شواهد حاکی از آن است که تنها متغیر سرمایه ارتباطی است که تأثیر مستقیم و معناداری بر عملکرد کسب و کارهای فعال در صنعت غذایی کشور دارد.

کلیدواژه‌ها: رهبری تحول‌گرا، سرمایه فکری، عملکرد، کسب و کارهای کوچک و متوسط.

hakimi_iman@pnu.ac.ir

* نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۹/۱۲

مقدمه

ظهور اقتصاد دانش محور منجر به وابستگی فزاینده به سرمایه‌های فکری به‌عنوان منابع جدید رقابت برای شرکت‌ها و کشورها شده است (De Pablos & Edvinsson, 2014). از آنجا که دارایی‌های فیزیکی به‌طور فزاینده‌ای به‌راحتی قابل تقلید، جایگزینی و خرید و فروش در بازار هستند، تنها منبعی که به نظر می‌رسد می‌تواند زمینه مزیت رقابتی پایدار و عملکرد مالی برتر را فراهم نماید، دارایی‌های نامشهود (مبتنی بر دانش) است (Riahi- Belkaoui, 2003). این مفهوم نوظهور به‌عنوان زیر مجموعه‌ای از منابع یک شرکت، مزایای رقابتی را به شیوه‌ای پایدار برای سازمان‌های نوین ایجاد می‌نماید. علاوه بر این، ظهور منابع سرمایه فکری به سازمان‌های کنونی اجازه می‌دهد تا استراتژی‌های خود را در یک بازار بسیار رقابتی حفظ کنند، هرچند که با سطوح رو به افول منابع فیزیکی کمیاب مواجه باشند. با این وجود، مفهوم سرمایه فکری با موضوعات مختلف نادیده گرفته شده و پیچیده‌ای در ارتباط با مفهوم‌سازی، اندازه‌گیری و مدل‌سازی تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌ها دست‌به‌گریبان است که می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های تجربی باشد (Kehelwalatenna, 2016). چالش سنجش آثار سرمایه فکری بر عملکرد مالی پایدار، یک مسئله پژوهشی است که بایستی عمیق‌تر مورد بررسی قرار گیرد، زیرا طبق شواهد، دانش موجود در این حوزه بسیار محدود است (Novas, Alves & Sousa, 2015; Jordão & Almeida, 2017). همچنین، اگرچه نقش استراتژیک این دارایی‌ها به‌خوبی پذیرفته شده است (Cater & Cater, 2009; Tovstiga & Cohen & Kaimenakis, 2007; Tulugurova, 2009)، دانش کمی در زمینه این که چگونه کسب و کارها، بالأخص شرکت‌های کوچک و متوسط^۱ (SME)، آن‌ها را سازماندهی و مورد استفاده قرار می‌دهند، یا در مورد این که چگونه تعامل آن‌ها، سازمان و عملکرد آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد، وجود دارد. این شکاف دانش منجر به مدیریت ناکارآمد این دارایی‌ها و دشواری درک چگونگی توسعه آن‌ها توسط شرکت می‌شود (St-Pierre & Audet, 2011). کسب و کارهای کوچک و متوسط اغلب دسترسی محدودی به منابع دارند، لذا حائز اهمیت است که دریابند چگونه به بهترین وجه سرمایه فکری را جذب و از آن برای بهبود عملکرد شرکت استفاده نمایند. در این راستا، شناسایی سرمایه انسانی و ایجاد فرآیندهای داخلی که سایر سرمایه‌های فکری را توسعه می‌دهد، کلید موفقیت محسوب می‌گردد (McDowell, Peake, Coder & Harris, 2018). این مقاله ادبیات مرتبط با سرمایه فکری را با غنی‌سازی پژوهش در

¹ Small & Medium Sized Enterprises

مورد روابط متقابل بین ابعاد سرمایه فکری توسعه می‌دهد. مطالعات محدودی، سرمایه انسانی را به‌عنوان پیشران سایر سرمایه‌های فکری مد نظر قرار داده‌اند (Kianto, Sáenz & Aramburu I, 2017). برخلاف مطالعات قبلی ما سرمایه فکری را بر حسب سرمایه‌های اطلاعاتی، ساختاری، ارتباطی و سرمایه انسانی، عملیاتی می‌کنیم و روابط میانجی بین این چهار نوع سرمایه فکری را مورد بررسی قرار می‌دهیم. از سوی دیگر، یکی از عواملی که به‌شدت شرکت‌ها را در ایجاد سرمایه فکری و به‌تبع آن دستیابی به مزیت رقابتی یاری می‌رساند، سبک رهبری تحول‌گرای مدیران است (Abdollahi, Safari & Sabouri, 2016; Esmaili & Shariat Nejad, 2015). رهبران تحول‌گرا با توانمندسازی کارکنان و حمایت از آن‌ها، اعتماد را در میان کارکنان تقویت می‌کنند. در نتیجه، کارآمدی و رفتار نوآورانه آن‌ها بهبود می‌یابد و این امر پتانسیل کافی را برای تأثیر بر سرمایه انسانی کارکنان و به‌تبع آن بهبود عملکرد به همراه دارد. بنابراین، بنگاه‌هایی که در هدف ایجاد سرمایه فکری و سرمایه انسانی هستند، باید برنامه‌های آموزشی را در راستای تمرکز بر سبک رهبری تحول‌گرا در میان مدیرانشان سازماندهی کنند (Birasnav, Rangnekar & Dalpati, 2010). وجود رهبری تحول‌گرا می‌تواند عاملی کلیدی برای ایجاد و توسعه سرمایه فکری جهت نیل به موفقیت بلندمدت یک سازمان باشد (Hadijah, Sule & Mulyana, 2015). از این‌رو، هدف از این مطالعه اکتشافی تبیین ماهیت مؤلفه‌های سرمایه فکری^۱ در شرکت‌های کوچک و متوسط و تبیین نقش میانجی آن‌ها در ارتباط بین سبک رهبری تحول‌گرا و عملکرد می‌باشد. این مطالعه بر روی نمونه‌ای از شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی در صنعت غذایی کشور و نه لزوماً فعالیت‌های نیازمند سطح بالایی از دانش صورت گرفته است.

مبانی نظری تحقیق

سرمایه فکری (دارایی نامشهود^۲)

سرمایه فکری را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از دانش، تجربه، مالکیت معنوی و قابلیت‌های دانشی خاصی که شرکت می‌تواند از آن‌ها برای خلق ثروت یا کسب مزایای رقابتی استفاده کند، تعریف نمود (Scafarto, Ricci & Scafarto, 2016). سرمایه فکری، به‌عنوان یک ابزار تحلیلی برای کمک به برنامه‌ریزی استراتژیک در راستای مدیریت بهتر دارایی‌های نامشهود به کار گرفته می‌شود (Whyte &

¹ Intellectual Capital

² Intangible Asset

Zyngier, 2014). با این حال، نیاز به دستورالعمل‌های کاربردی به گونه‌ای که مدیران دریابند چگونه از سرمایه فکری استفاده کنند وجود دارد (Massingham & Tam, 2015). در دهه گذشته، محققان تلاش فراوانی در زمینه ارائه سنجه‌هایی قابل اعتماد از سرمایه فکری و آزمون ارتباط آن‌ها با عملکرد کسب و کار انجام داده‌اند (Abdullah & Sofian, 2012; Kalkan, Bozkurt & Arman, 2014; Örnek & Ayas, 2015; Mahmudi Meymand & Kiarazm, 2016; Haji Karimi, Khorshidi & Mohammadian, 2016). با توجه به نظریه منبع-مزیت^۱، گریفیث و همکاران (۲۰۱۰) ادعا کردند که مزیت رقابتی بر منابع نامشهود بنیان نهاده شده است، و به طور خاص، مشتمل بر سرمایه انسانی، رابطه‌ای، سازمانی و اطلاعاتی است (Griffith, Yalcinkaya & Calantone, 2010). این طبقه‌بندی از سرمایه‌های فکری، در این مطالعه به کار گرفته شده و تعریف آن‌ها به شرح زیر است:

سرمایه انسانی: سرمایه انسانی عنصر مرکزی سرمایه فکری است و متشکل از دانش، مهارت، تجربه، تخصص، خلاقیت و توانایی افراد (Mention & Bontis, 2013) و همچنین تمایل آن‌ها در به اشتراک‌گذاری این ویژگی‌ها با سازمان به منظور خلق ارزش است (Baron, 2011). به عبارتی، سرمایه انسانی نه تنها مشتمل بر دانش، مهارت‌ها و قابلیت‌های افراد، بلکه دربرگیرنده ظرفیت آن افراد برای ایجاد تمامی آن منابع است (Claver-Cortés et al., 2015). این بدان معنی آن است که خروج کارکنان کلیدی ممکن است به کاهش توانمندی فکری و نشت دانش شرکت منجر شود، که در نتیجه خطرات قابل ملاحظه‌ای را برای رقابت‌پذیری شرکت ایجاد می‌نماید (Olander, Hurmelinna-Laukkanen & Heilmann, 2015). بستر مدیریت سرمایه انسانی اعتقاد به این نکته است که سهم افراد در عملکرد سازمانی بسیار مهم است و مدیریت این سرمایه می‌تواند پیامدهای ارزشی مثبت‌تر و یا بالاتری را به ارمغان بیاورد (Baron, 2011). بررسی فراتحلیل‌های اخیر نشان می‌دهد که سازه سرمایه انسانی به طور گسترده‌ای در تحقیقات کارآفرینی استفاده شده است (Unger, Rauch, Frese & Rosenbusch, 2011; Martin, 2016; McNally & Kay, 2013; Dimov, 2016).

سرمایه رابطه‌ای: ماهیت سرمایه رابطه‌ای، دانش محصورشده در روابط خارجی شرکت با مشتریان، تأمین‌کنندگان، سهام‌داران، دولت و یا انجمن‌های صنعتی مرتبط است (Griffith, Yalcinkaya & Calantone, 2010; Benevene & Cortini, 2010). کیانتو و همکاران (۲۰۱۳) سرمایه رابطه‌ای را توانایی یک سازمان در ایجاد روابط مثبت با ذینفعان خارجی و در نتیجه تسهیل امکان خلق ثروت از سایر

¹ Resource – Advantage Theory

دارایی‌های نامشهود تعریف کرده‌اند (Kianto, Andreeva & Pavlov, 2013). از طرفی سرمایه ارتباطی دربرگیرنده مباحثی همچون اعتماد، دوستی و احترام است و به‌عنوان درجه‌ای که طرفین احساس راحتی می‌کنند و خواهان اعتماد به طرف مقابل هستند در نظر گرفته می‌شود (Arino et al., 2001). در مقایسه با سایر اجزای سرمایه فکری، سرمایه رابطه‌ای بی‌واسطه‌تر بر سودآوری شرکت تأثیر می‌گذارد، زیرا این سرمایه همانند پلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار و پس از آن عملکرد کسب‌وکار شرکت عمل می‌کند (Chen, Zhu & Yuan Xie, 2004). در این مطالعه، سرمایه ارتباطی نشان‌دهنده ظرفیت شرکت برای خلق و حفظ روابط بین کسب‌وکارهای صنعتی مرتبط، روابط سیاسی، و تعامل با مؤسسات تحقیقاتی و دانشگاهی است.

سرمایه سازمانی (ساختاری): سرمایه ساختاری زیرساخت پشتیبان منابع انسانی و متشکل از فرهنگ، فلسفه‌های مدیریت، فرآیندها، سیستم‌ها و منابع اطلاعاتی سازمانی است (Benevene & Cortini, 2010). سرمایه ساختاری دانشی است که در شرکت باقی می‌ماند هنگامی که کارمندان سازمان را ترک می‌کنند (Roos, Roos, Dragonetti & Edvinsson, 1997). به عبارتی سرمایه ساختاری شامل تمام دانش ذخیره شده در زیرساخت‌های سازمانی (به‌عنوان مثال، پایگاه داده، روش‌های سازمانی، اختراعات و علائم تجاری) و هر چیز دیگری در ارتباط با قابلیت‌های سازمانی است که از بهره‌وری کارکنان پشتیبانی می‌کند (Bontis, 2001). این قابلیت‌ها، تمایل به کارآفرینی و یادگیری سازمانی را در بر دارند و می‌توانند باعث ایجاد مزایایی از جمله افزایش کارایی و رقابت در شرکت‌ها شوند. دانستن فعالیت‌ها و رویه‌های سازمانی از سوی کارکنان، دانستن شیوه‌ای که سازمان کارها را انجام می‌دهد و فهم سیاست‌های سازمانی از سوی کارکنان (Hunt, 2000) از جمله مواردی است که در این بعد مورد مطالعه قرار گرفته است.

سرمایه اطلاعاتی: سرمایه اطلاعاتی، دانش شرکت در ارتباط با محصولات، فرآیندها، مشتریان، و منابع خود و رقباست (Hunt, 2000) و از سرمایه‌گذاری در تحقیقات فنی، بازاریابی و هوش رقابتی نشئت می‌گیرد (Griffith, Yalcinkaya & Calantone, 2010). سرمایه اطلاعاتی، قابلیت سازمان در زمینه نوآوری و توسعه محصولات، خدمات و راه‌حل‌های جدید است. بنابراین، سرمایه اطلاعاتی یک جزء کلیدی از سرمایه فکری به‌ویژه در سازمان‌های دانش‌محور است (Scafarto, Ricci & Scafarto, 2016). با ترکیب سرمایه‌های اطلاعاتی شرکت و رقبا، شرکت قادر به توسعه محصولات جدید، ارائه آن‌ها از طریق کانال توزیع مناسب، و ارائه ارزش برتر به بخش‌های بازار می‌شود. همچنین، شرکت قادر به توسعه سرمایه رابطه‌ای خود با مشتریان، تأمین‌کنندگان، و غیره جهت فعالیت در کمپین‌های بازاریابی و فروش

مناسب، و عرضه کارآمدتر محصولات شرکت به بازار جهت ارائه ارزشی بیش از رقبا می‌گردد (Griffith, Yalcinkaya & Calantone, 2010). داشتن فهم صحیح از رقبا و مشتریان (Hunt, 2000) و همچنین درک مطلوب از شرایط صنعت (Griffith, Yalcinkaya & Calantone, 2010)، از جمله مواردی است که در این بعد مورد مطالعه قرار گرفته است.

رابطه بین اجزای سرمایه فکری و عملکرد کسب و کار

اگرچه تأثیر قابل توجه سرمایه فکری بر عملکرد تا حد زیادی مورد تأیید است، مطالعات بسیار کمی، چگونگی تأثیر مؤلفه‌های مختلف سرمایه فکری بر عملکرد را مورد بررسی قرار داده‌اند. در ضمن، هیچ‌یک از مؤلفه‌های سرمایه فکری نمی‌توانند به تنهایی ارزش آفرین باشند، به عبارتی تعامل بین اجزای سرمایه فکری لازم است (Cohen & Kaimenakis, 2007). برای درک بهتر این تعامل، چندی از محققان اقدام به شناسایی ماهیت روابطی کرده‌اند که بین اجزای سرمایه فکری وجود دارد. آن‌ها دریافته‌اند که سرمایه انسانی ممکن است تأثیر مثبتی بر سرمایه رابطه‌ای و این دو مؤلفه به نوبه خود تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر سرمایه ساختاری داشته باشند (Chen, Zhu & YuanXie, 2004). نظری و هرمانز (۲۰۰۷) نیز با انجام مطالعه‌ای دریافته‌اند که سرمایه ساختاری وابسته به سرمایه انسانی است. آن‌ها نشان دادند که سرمایه انسانی، عامل اصلی توسعه سرمایه ساختاری محسوب می‌گردد (Nazari & Herremans, 2007). همچنین، نشان داده می‌شود که سرمایه اطلاعاتی به‌طور غیر مستقیم از طریق تأثیر بر سرمایه ساختاری، بر سرمایه رابطه‌ای و در نهایت بر عملکرد کسب و کار تأثیر می‌گذارد (Scafarto et al., 2016). با نگاهی بنیادی‌تر، بهبود سرمایه ساختاری منجر به رضایت مشتری و افزایش روابط با مشتری می‌گردد (Wang & Chang, 2005). بنابراین، تا حدودی، سرمایه ساختاری به‌عنوان یک مؤلفه پیش‌ران برای سرمایه فکری در نظر گرفته می‌شود، که ممکن است بر عملکرد کسب و کار شرکت از طریق بهبود عملکرد مشتری تأثیرگذار باشد (Cheng, Lin & Hsiao, 2010). با تعمق بیشتر بر سایر مطالعات تحقیقاتی (Veltri & Silvestri, 2011; Kim et al., 2012; Costa, Fernández & Dorrego, 2014, Scafarto et al., 2016) می‌توان دریافت که به‌منظور بکارگیری تمام‌عیار ارزش حاصل از دارایی‌های نامشهود، سرمایه انسانی باید به‌طور مداوم با سایر اجزاء سرمایه فکری یک سازمان هماهنگ و همسو باشد.

همین‌طور در رابطه با عملکرد کسب و کار، یک مطالعه اولیه نشان داد که پیوند مثبتی بین عملکرد و سرمایه‌های ساختاری و رابطه‌ای وجود دارد (Bontis, 1998). یافته‌های مطالعه بعدی، حاکی از آن است که تنها سرمایه ساختاری ارتباط مستقیمی با عملکرد کسب و کار دارد (Bontis, Chua & Richardson, 2000). مطالعات جدیدتر حاکی از وجود همبستگی مثبت بین مؤلفه‌های خاصی از سرمایه فکری و

عملکرد کسب‌وکار می‌باشد. به‌عنوان مثال، کاماث (۲۰۰۸)، ارتباط مستقیمی را بین سرمایه انسانی و بهره‌وری کسب‌وکار کشف کرد (Kamath, 2008). فرارو و ولتری (۲۰۱۱) نیز گزارش کردند که سرمایه رابطه‌ای بطور مثبتی با ارزش بازار شرکت‌های منتخب ایتالیایی در ارتباط است (Ferraro & Veltri, 2011). به‌طور کلی، شواهد حاکی از آن است که شیوه تعامل مؤلفه‌های سرمایه فکری در شرکت‌های کوچک و متوسط، متفاوت از شرکت‌های بزرگ است (Cohen & Kaimenakis, 2007). شرکت‌های کوچک و متوسط ارزش بیشتری به سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای نسبت به سرمایه سازمانی قائلند. به عبارتی، این کسب‌وکارها احساس می‌کنند که توسعه آن‌ها در اصل به دلیل کیفیت کارکنان خود و روابط آن‌ها با مشتریان و شرکاست (Sulistyo, 2016).

رهبری تحول‌گرا و ادراک مزایای سرمایه انسانی

مطالعات پژوهشی در زمینه ارتباط بین رهبری، به‌ویژه، رهبری تحول‌گرا، و سرمایه انسانی محدود است (Birasnav et al., 2010; 2011). رهبران تحول‌گرا هوشمندی کارکنان را تحریک، چشم‌انداز روشنی را خلق، و تک‌تک کارکنان را به صورت جداگانه مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌دهند (Rafferty & Griffin, 2004). رهبرانی که تصور می‌شود دارای مشخصه نفوذ آرمانی هستند، تمایل بیشتری به فعالیت‌های شغلی ریسک‌پذیر دارند و در نتیجه، آن‌ها از نفوذ، و اثربخشی بالاتری برخوردارند و بیشتر به کارکنان خود اعتماد می‌کنند (Bass & Riggio, 2006). به عبارتی، این رهبران با فراهم ساختن زمینه استقلال و مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها، زمینه ترویج رفتارهای نوآورانه را در آن‌ها ایجاد می‌کنند. در این راستا، فیلیپس (۲۰۰۵)، معتقد است این رفتارهای نوآورانه؛ همچون توسعه محصولات یا فرآیندهای جدید، ثبت اختراعات جدید، و حق انتشار، اثربخشی سرمایه انسانی را در قالب نرخ بازگشت سرمایه افزایش می‌دهد (Phillips, 2005). از سوی دیگر، رهبران تحول‌گرا به‌واسطه برخورداری از خصیصه انگیزش الهام‌بخش با ایجاد شور و شوق و خوش‌بینی در کارکنان، از طریق مربی‌گری، تشویق، و حمایت؛ زمینه ایجاد روحیه کار تیمی و فردی و در نتیجه، دستیابی به نرخ بازده سرمایه‌گذاری بالایی را از جانب آن‌ها فراهم می‌آورند (Boerner, Eisenbeiss & Griesser, 2007). از این‌رو، این رهبران، از پیشرفت حرفه‌ای کارکنان خود در راستای دستیابی به مزایای سرمایه انسانی حمایت می‌کنند (Turner, Barling & Zacharatos, 2002). ملاحظه فردی، یکی دیگر از خصوصیات رهبران تحول‌گرا، از دستیابی کارکنان به خود شکوفایی از طریق برآورده ساختن انتظارات آن‌ها پشتیبانی می‌کند (Rowe & Guerrero, 2012). به واسطه این

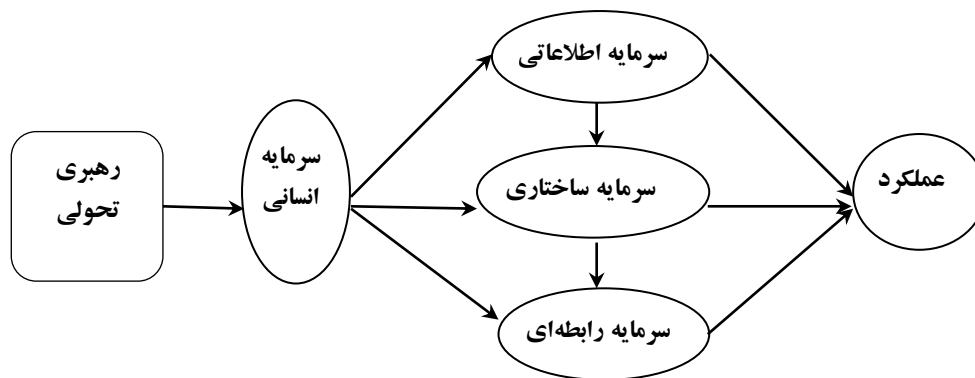
خصیصه، رهبران ارتباطات میان فردی بالایی را در بین کارکنان برای جلوگیری از هر گونه تعارض، و اطمینان از افزایش بهره‌وری آن‌ها در سازمان توسعه می‌دهند (Nemanich & Keller, 2007). علاوه بر این، رهبران تحول‌گرا، فرصت مشارکت سرمایه انسانی ارزشمند را در پروژه‌هایی که موجب دستیابی سازمان به مزیت رقابتی می‌شود را فراهم می‌سازند (Schepers, Wetzels & de Ruyter, 2005). بنابراین با توجه به مطالب گفته‌شده، ارتباط بین متغیرهای پژوهش در جدول ۱ نشان داده شده است. مدل مفهومی تحقیق نیز در شکل ۱ و بر اساس آن فرضیه‌های تحقیق در کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی کشور ارائه شده است.

جدول (۱): ارتباط بین متغیرهای پژوهش

ارتباط بین متغیرها	منابع
سرمایه انسانی → رهبری تحول‌گرا	(Hadijah et al., 2015), (Abdollahi et al., 2016)
سرمایه اطلاعاتی → سرمایه انسانی	(Mention & Bontis, 2013)
سرمایه ساختاری → سرمایه انسانی	(Kim et al., 2012), (Kianto et al., 2017)
سرمایه رابطه‌ای → سرمایه انسانی	(Kianto et al., 2017), (Jardon, 2018)
سرمایه ساختاری → سرمایه اطلاعاتی	(Kim et al., 2012), (Scafarto et al., 2016)
سرمایه رابطه‌ای → سرمایه ساختاری	(Kim et al., 2012), (Scafarto et al., 2016)
عملکرد → سرمایه اطلاعاتی	(Griffith et al., 2010), (Scafarto et al., 2016)
عملکرد → سرمایه ساختاری	(Jardon, 2018), (McDowell et al., 2018)
عملکرد → سرمایه رابطه‌ای	(Ferraro & Veltri, 2011), (Örnek & Ayas, 2015)

مدل مفهومی پژوهش

مدل این پژوهش برابر نمودار شماره ۱، تأثیر سبک رهبری تحولی بر عملکرد سازمانی را با میانجی ابعاد سرمایه فکری نشان می‌دهد. سبک رهبری تحولی از چهار بعد ملاحظه فردی، جذبه، انگیزش الهام‌بخش و تظاهر عقلایی؛ سرمایه فکری از چهار بعد سرمایه انسانی، اطلاعاتی، ساختاری و رابطه‌ای تشکیل شده است. برای سنجش عملکرد نیز از شاخص‌های مالی و مبتنی بر بازار استفاده شده است.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

۱. رهبران تحول‌گرا به‌طور قابل توجهی بر کارکنان در درک مزایای سرمایه انسانی تأثیر می‌گذارند.
۲. بین سرمایه انسانی و سرمایه اطلاعاتی ارتباط معناداری وجود دارد.
۳. بین سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۴. بین سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای ارتباط معناداری وجود دارد.
۵. بین سرمایه اطلاعاتی و سرمایه ساختاری ارتباط معناداری وجود دارد.
۶. بین سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای ارتباط معناداری وجود دارد.
۷. بین سرمایه اطلاعاتی و عملکرد ارتباط معناداری وجود دارد.
۸. بین سرمایه ساختاری و عملکرد ارتباط معناداری وجود دارد.
۹. بین سرمایه رابطه‌ای و عملکرد ارتباط معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از حیث گردآوری اطلاعات، توصیفی-همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. این پژوهش در سطح تحلیل فردی صورت گرفته و جامعه آماری آن متشکل از مدیران ارشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در صنایع غذایی سراسر کشور در شش ماهه اول سال ۱۳۹۵ می‌باشد. نمونه مورد نظر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شده است، بدین صورت که ابتدا از بین خوشه‌ها که شامل شهرک‌های صنعتی واقع در مراکز استان‌های سراسر کشور بودند به تصادف خوشه‌هایی انتخاب شد، سپس درون خوشه‌های انتخابی، برخی از

کسب و کارهای فعال در صنعت غذایی به تصادف انتخاب و درنهایت پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی بین مدیران ارشد آن‌ها توزیع شد. براساس جدول تعیین حجم کرجسی و مورگان، ۴۰۰ نفر از مدیران ارشد کسب و کارهای فعال در صنایع غذایی واقع در شهرک‌های صنعتی سراسر کشور انتخاب گردید. به منظور دریافت پاسخ‌های معتبر از افراد شرکت‌کننده، اطلاعات کامل در مورد اهداف تحقیق و اینکه تحقیق کاملاً علمی و محرمانه است، و اینکه ناشناس بودن آن‌ها تضمین می‌شود، به شرکت‌ها و افراد ارائه شد. از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا میزان موافقت خود را با هر عبارت بر اساس مقیاس پنج امتیازی لیکرت از ۱ (به شدت مخالف) تا ۵ (به شدت موافق) تعیین کنند. درنهایت از مجموع ۴۵۰ پرسشنامه توزیع شده برای شرکت کنندگان، ۳۶۸ پرسشنامه (۸۱/۷ درصد) برگشت داده شد. همچنین در صورت لحاظ قاعده ده نمونه به ازای هر گویه، از آنجایی که در این تحقیق ۲۳ گویه داریم، با توجه به ملاحظات مربوط به نرم‌افزار لیزرل، حداقل نمونه مناسب ۲۳۰ تعریف می‌شود. لذا توزیع ۳۶۸ پرسشنامه، حکایت از کفایت نمونه‌گیری در پژوهش حاضر دارد.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده در این پژوهش، پرسشنامه با طیف لیکرت است، که برای سنجش رهبری تحول‌گرا از مقیاس کارلس، ویرینگ و مانن (۲۰۰۰)، استفاده شد. همچنین برای سنجش مؤلفه‌های سرمایه فکری از مقیاس طرح شده توسط گریفیث و همکاران (۲۰۱۰) و درنهایت برای سنجش ادراک کارکنان از عملکرد کسب و کار از مقیاس وورهیس و مورگان (۲۰۰۵) استفاده گردید. رویی صوری پرسشنامه توسط متخصصان مورد بازنگری و تأیید قرار گرفت و برای تعیین قابلیت اعتماد پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. همچنین برای هر سازه دو شاخص میانگین واریانس استخراج شده^۱ (AVE) و پایایی ترکیبی^۲ (CR) به ترتیب برای اندازه‌گیری رویی و پایایی سازه‌ها محاسبه گردید. سازه‌هایی که پایایی ترکیبی آن‌ها بالاتر از مقدار ۰,۷ باشد از پایایی قابل قبولی برخوردارند. شاخص AVE نیز نشان می‌دهد چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تأثیر نشان‌گرهای آن سازه بوده است و از آن تحت عنوان رویی همگرا نیز یاد می‌شود. محققان مقدار ۰,۵ به بالا را برای مناسب بودن این شاخص تعیین نموده‌اند. بنابراین، با توجه به نتایج جدول ۲ می‌توان گفت سنجش‌های پژوهش از رویی و پایایی قابل قبولی

^۱ Average Variance Extracted

^۲ Composite Reliability

برخوردارند. در نهایت، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۹ و همچنین نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۵ انجام شد.

جدول (۲): بررسی روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

نتیجه	AVE	CR	آلفای کرونباخ	تعداد	متغیرهای اصلی
قابل قبول	۰/۵۰	۰/۸۸۵	۰/۸۳۷	۷	رهبری تحول‌گرا
قابل قبول	۰/۶۰۶	۰/۸۷۴	۰/۹۱۵	۳	سرمایه انسانی
قابل قبول	۰/۷۷۸	۰/۹۱۳	۰/۹۴۱	۳	سرمایه ساختاری
قابل قبول	۰/۵۲۳	۰/۹۲۳	۰/۸۰۱	۴	سرمایه رابطه‌ای
قابل قبول	۰/۶۵۰	۰/۹۲۱	۰/۹۴۳	۳	سرمایه اطلاعاتی
قابل قبول	۰/۵۹۰	۰/۸۴۹	۰/۷۵۸	۵	عملکرد

یافته‌های پژوهش

توصیف داده‌های گردآوری شده نشان داد از بین ۳۶۸ نفر از پاسخگویان، ۷۰/۱ درصد مرد و ۲۹/۹ درصد زن بودند. ۱۶۶ نفر زیر ۱۰ سال، ۱۶۰ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۴۲ نفر بالای ۲۰ سال سابقه کاری داشتند. سایر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه پژوهش در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول (۳): اطلاعات توصیفی پاسخگویان

رده سنی				جنسیت	
بالای ۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۵	کمتر از ۳۵	زن	مرد
۹/۲ درصد	۱۲/۰ درصد	۲۴/۵ درصد	۵۴/۳ درصد	۱۱۰ نفر (۲۹/۹)	۲۵۸ نفر (۷۰/۱)
تحصیلات					
دکتری	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	
۵/۴ درصد	۳۱/۵ درصد	۴۸/۹ درصد	۴/۹ درصد	۹/۲ درصد	
واحد سازمانی پاسخگویان					
غیره	اداری و مالی	روابط عمومی	بازاریابی و فروش	تولید	مدیر عامل
۲۶	۱۰ نفر (۲/۷ درصد)	۱۲ نفر (۳/۳ درصد)	۱۹۲ نفر (۵۲/۲ درصد)	۱۱۰	۴/۹ نفر (۱۸)

همچنین مقادیر میانگین، انحراف معیار و ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول‌های ۴ و ۵ نشان داده شده است. نتایج تحلیل همبستگی در جدول شماره ۵، نیز نشان می‌دهد که در سطح ۰/۰۱ بیشترین میزان همبستگی بین سرمایه ساختاری با سرمایه اطلاعاتی (۰/۵۵۹) و سرمایه انسانی با سرمایه ساختاری (۰/۵۰۱) و کمترین میزان همبستگی بین سرمایه رابطه‌ای و ساختاری با عملکرد (به ترتیب با ۰/۱۹۹ و ۰/۲۰۴) وجود دارد.

جدول (۴): میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار
رهبری تحول‌گرا	۳/۵۹۰	۰/۷۵۰
سرمایه انسانی	۳/۴۰۴	۰/۸۹۶
سرمایه ساختاری	۳/۳۲۱	۰/۹۴۳
سرمایه رابطه‌ای	۲/۸۳۸	۰/۸۹۲
سرمایه اطلاعاتی	۳/۴۵۳	۰/۹۴۶
عملکرد	۳/۴۵۴	۰/۵۹۱

جدول (۵): آزمون ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهش

عملکرد	سرمایه اطلاعاتی	سرمایه رابطه‌ای	سرمایه ساختاری	سرمایه انسانی	رهبری تحول‌گرا
۰/۴۱۸**	۰/۳۲۸**	۰/۲۶۸**	۰/۳۹۱**	۰/۴۷۳**	۱
۰/۳۲۲**	۰/۲۰۴**	۰/۴۱۰**	۰/۵۰۱**	۱	--
۰/۲۰۴**	۰/۵۵۹**	۰/۳۴۴**	۱	--	--
۰/۱۹۹**	۰/۲۸۲**	۱	--	--	--
۰/۲۰۷**	۱	--	--	--	--

**ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱ (دو طرفه) معنادار است.

آزمون برازش مدل

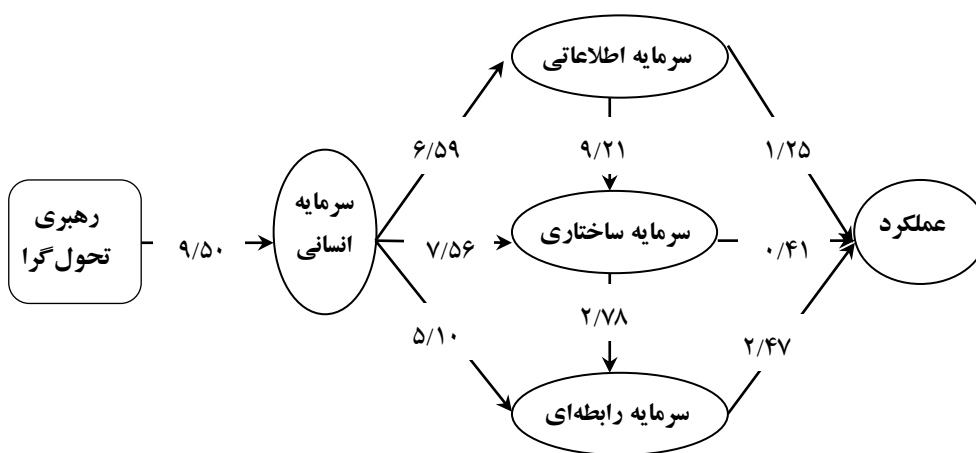
معیارهای برازش برای پاسخ به این سؤال است که آیا مدل بازنمایی شده به وسیله داده‌ها، مدل مفهومی پژوهش را تأیید می‌کند یا خیر؟. همان طور که شاخص‌های برازندگی در جدول ۶ نشان می‌دهند، مدل ساختاری پژوهش، از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول (۶): شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری پژوهش

شاخص	Chi-Square/Df	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	≤ ۳	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	۰/۹۰ ≤	≤ ۰/۱۰
مقدار گزارش شده	۳	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۷۶

آزمون فرضیه‌های پژوهش

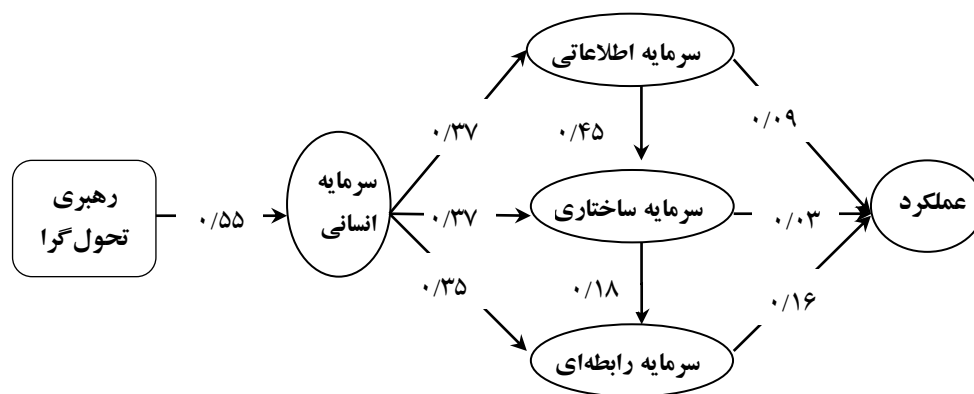
مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری در شکل ۲ نشان داده شده است. با توجه به آزمون معناداری ضرائب مسیر، یافته‌ها نشان می‌دهند که به جز ارتباط بین سرمایه‌های اطلاعاتی و ساختاری با عملکرد، روابط بین سایر متغیرهای پژوهش در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تأیید می‌شود.



شکل (۲): مدل اندازه‌گیری برازش‌یافته پژوهش (در حالت معناداری)

همچنین در شکل ۳، ضرائب مسیر استاندارد شده نشان داده شده است. این ضرائب نشان‌دهنده قوت روابط بین متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی در مدل است. در واقع در این بخش به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از روش تحلیل مسیر در قالب مدل معادلات ساختاری استفاده شده است.

در ادامه با توجه به اینکه الگوی ساختاری پژوهش تأیید شده است، به بررسی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از ضرائب تأیید، مقادیر بحرانی و سطح معناداری هر یک از ضرائب تأیید پرداخته می‌شود. نتیجه کلی آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول ۷ نمایش داده شده است.



شکل (۳): مدل اندازه‌گیری برآزش‌یافته پژوهش (در حالت تخمین استاندارد)

جدول (۷): نتایج آزمون فرضیه‌ها مطابق با الگوی ساختاری پژوهش

شماره فرضیه	ادعای فرضیه‌های پژوهش	نوع رابطه	ضریب مسیر	آماره t	تأثیر غیر مستقیم	تأثیر کل	نتیجه
۱	سرمایه انسانی → رهبری تحول‌گرا	مثبت	۰/۵۵۰	۹/۵۰	-	۰/۵۵۰	تأیید
۲	سرمایه اطلاعاتی → سرمایه انسانی	مثبت	۰/۳۷	۶/۵۹	-	۰/۳۷	تأیید
۳	سرمایه ساختاری → سرمایه انسانی	مثبت	۰/۳۷	۷/۵۶	-	۰/۳۷	تأیید
۴	سرمایه رابط‌های → سرمایه انسانی	مثبت	۰/۳۵	۵/۱۰	-	۰/۳۵	تأیید
۵	سرمایه ساختاری → سرمایه اطلاعاتی	مثبت	۰/۴۵	۹/۲۱	-	۰/۴۵	تأیید
۶	سرمایه رابط‌های → سرمایه ساختاری	مثبت	۰/۱۸	۲/۷۸	-	۰/۱۸	تأیید
۷	عملکرد → سرمایه اطلاعاتی	مثبت	۰/۰۹	۱/۲۵	-	۰/۰۹	عدم تأیید
۸	عملکرد → سرمایه ساختاری	مثبت	۰/۰۳	۰/۴۱	-	۰/۰۳	عدم تأیید
۹	عملکرد → سرمایه رابط‌های	مثبت	۰/۱۶	۲/۴۷	-	۰/۱۶	تأیید
بررسی سایر روابط بین متغیرها							
-	سرمایه اطلاعاتی → رهبری تحولی	مثبت	-	-	۰/۲۰	۰/۲۰	تأیید
-	سرمایه ساختاری → رهبری تحولی	مثبت	-	-	۰/۲۹۲	۰/۲۹۲	تأیید
-	سرمایه رابط‌های → رهبری تحولی	مثبت	-	-	۰/۲۳۳	۰/۲۳۳	تأیید
-	عملکرد → سرمایه انسانی	مثبت	-	-	۰/۲۱	۰/۲۱	تأیید

براساس جدول ۷ می‌توان نتیجه گرفت، ارتباط مستقیم بین تمامی متغیرهای پژوهش به جز روابط بین سرمایه‌های اطلاعاتی و ساختاری با عملکرد معنادار است. به عبارت دیگر، شواهد حاکی از آن است که سرمایه انسانی به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه از سرمایه فکری نقش میانجی را بین رهبری تحولی و سایر

سرمایه‌های فکری از جمله سرمایه اطلاعاتی، ساختاری و رابطه‌ای به‌خوبی ایفا نموده است. اما از بین تمامی سرمایه‌های فکری، تنها سرمایه رابطه‌ای، ارتباط مستقیم معناداری با عملکرد داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق حاکی از برآزش مناسب مدل مفهومی تحقیق حاضر بود. تحلیل‌های آماری نشان داد که سبک رهبری تحول‌گرا، تأثیر مستقیم معناداری بر سرمایه انسانی (با شدت اثر ۰/۵۵) داشته است. این یافته همسو با مطالعات بیراسناو و همکاران (۲۰۱۱) می‌باشد (Birasnav et al., 2011). از طرفی طبق جدول ۴، رهبری تحول‌گرا بالاترین مقدار میانگین را در بین سایر متغیرهای پژوهش به خود اختصاص داده است؛ لذا می‌توان گفت که مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی کشور به‌خوبی بر اهمیت این سبک رهبری واقف بوده‌اند. فارغ از مدل مفهومی پژوهش، محقق به‌منظور بررسی ارتباط مستقیم بین رهبری تحولی با تمامی مؤلفه‌های سرمایه فکری دریافت که هیچ ارتباط مستقیمی بین رهبری تحولی با سرمایه ارتباطی وجود ندارد و همچنین شدت تأثیر رهبری تحولی بر سرمایه انسانی تقریباً سه برابر بزرگتر از شدت تأثیر رهبری تحولی بر سرمایه‌های اطلاعاتی و ساختاری است. این امر مؤید آن است که سرمایه انسانی پیش‌آیند سایر مؤلفه‌های سرمایه فکری و مهم‌ترین عنصر این سازه محسوب می‌گردد (Mention & Bontis, 2013) و همچنین رهبری تحول‌گرا با تأثیر بر جو سازمان و تسهیل زمینه تسهیم دانش (لی و همکاران، ۲۰۱۴) به‌واسطه ارتقاء سرمایه انسانی زمینه بهبود سایر سرمایه‌های فکری و درنهایت عملکرد برتر سازمان را فراهم می‌آورد (Baron, 2011).

در ادامه، شواهد حاکی از آن است که ارزش سرمایه فکری را می‌توان به‌عنوان عاملی مهم جهت خلق مزیت رقابتی تلقی نمود. این مطالعه روابط متقابل بین ابعاد سرمایه فکری را از دیدگاه علی و معلولی و آثار آن‌ها را بر عملکرد کسب‌وکارهای منتخب مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان داد که سرمایه فکری بخشی از دارایی‌های سازمان است، هرچند که در صورت‌های مالی متعارف قابل مشاهده نیست. نتایج بیانگر آن است که روابط علت و معلولی قوی بین ابعاد سرمایه فکری وجود دارد، که این امر در هدایت مدیریت برای بکارگیری و اتخاذ سرمایه فکری قابل توجه است. در این راستا، بررسی مجدد مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین استاندارد (شکل ۳) بیانگر آن است که سرمایه انسانی تأثیر تقریباً متعادلی بر سایر سرمایه‌های فکری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی کشور داشته است. در این مطالعه، عناصر سرمایه فکری، ۵۵٫۶ درصد از واریانس متغیر سرمایه فکری را به خود اختصاص داده‌اند. با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه انسانی نسبت به دیگر سرمایه‌های فکری بیشترین درصد را دارد.

در این راستا، شواهد حاکی از آن است که سرمایه انسانی تأثیر قابل توجهی بر سرمایه اطلاعاتی دارد. این یافته همسو با مطالعاتی است که معتقدند سرمایه انسانی می‌تواند بطور غیر مستقیم و از طریق سایر ابعاد سرمایه فکری از جمله سرمایه اطلاعاتی بر عملکرد تأثیرگذار باشند (Scafarto et al., 2016). این امر مؤید آن است که دانش، مهارت، تجربه، تخصص، خلاقیت و توانایی کارکنان، نقش کلیدی در بهبود هوش رقابتی و ادراک آن‌ها از پویایی‌های بازار و صنعت دارد. همچنین، یافته‌ها بیانگر پیوند عمیق بین سرمایه انسانی و سازمانی است. لذا می‌توان استدلال نمود که این ارتباط، با بهبود شایستگی، استخدام و آموزش، نگرش و انگیزش کاری، و خلاقیت و نوآوری پرسنل، پشتیبانی می‌شود. پرسنل مجرب، با استعداد و آموزش‌یافته و کارکنان خلاق که سعی در یافتن راهکارهایی برای فراتر رفتن از سطوح انتظارات مشتریان خود دارند، کارآمدی عملیات، ترویج فرهنگ مطلوب، افزایش کیفیت محصول و توسعه خدمات جدید را در پی خواهند داشت (Kim et al., 2012). از این رو، کسب و کارهای مورد مطالعه بایستی دانش فردی کارکنان خود را به دانش جامع سازمانی تبدیل کنند. بنابراین، مدیران باید کارکنان خود را تشویق کنند تا اطلاعات ضمنی خود را با کدگذاری و برون‌سپاری جهت اشتراک در سرمایه انسانی تشویق نمایند. از طرفی تأثیر قابل توجه و مثبت سرمایه انسانی بر سرمایه رابطه‌ای، که مطابق با یافته‌های قبلی (Kianto et al., 2017, Jardon, 2018) است، نتیجه‌ای دلگرم‌کننده است، زیرا بدان معنی است که مدیران کسب و کارهای فعال در صنعت غذایی باید از قابلیت‌های بالقوه سرمایه انسانی خود برای ایجاد مشتری‌مداری، رضایت و وفاداری قوی و همچنین سهم بازار بالا و خلق تصویری خوب از شرکت استفاده کنند. به این ترتیب، کارکنان مجرب‌تر، بهتر قادرند نیازهای مشتریان خود را درک و به نوبه خود سرمایه رابطه‌ای را برای برآورده شدن آن‌ها و افزایش وفاداری مشتریان و حفظ تصویری خوب از شرکت، توسعه دهند.

بعلاوه شواهد حاکی از تأثیر قابل ملاحظه سرمایه اطلاعاتی بر سرمایه ساختاری (با شدت اثر ۰/۴۵)، و تأثیر ضعیف‌تر سرمایه ساختاری بر سرمایه رابطه‌ای با شدت اثر (۰/۱۸) است که با نتایج برخی از مطالعات قبلی از جمله (هسو و فنگ^۱، ۲۰۰۸) مغایرت دارد. فناوری‌ها به‌عنوان یکی از اجزای مهم سرمایه سازمانی، محرک مهم سرمایه ارتباطی محسوب می‌شوند، که کارکنان را در ارائه خدمات به مشتریان کارآمدتر می‌سازند. در این راستا، شواهد مؤید نقش کلیدی فناوری اطلاعات در احیای خدمت به مشتری و بهبود

¹ Hsu & Fang

اثربخشی عملیات می‌باشد (Kim et al., 2012). این نتیجه نشان می‌دهد که کسب‌وکارهایی که سرمایه‌گذاری قابل توجهی در توسعه فرهنگ سازمانی و فناوری اطلاعات خود دارند، در نهایت فرایندها و ابزارهای کارآمدتری برای خدمت به مشتریان خود ایجاد خواهند نمود.

با تحلیل دقیق روابط بین مؤلفه‌های سرمایه فکری، می‌توان دریافت هیچ کدام از عناصر سرمایه فکری به تنهایی قابلیت بهبود عملکرد و خلق ارزش برتر را ندارد (Kim et al., 2012; Costa et al., 2014).

در نهایت، یافته‌ها در رابطه با چگونگی تأثیر سرمایه‌های فکری بر عملکرد کسب‌وکار بیانگر آن است که سرمایه رابطه‌ای تنها مؤلفه‌ای است که قابلیت تأثیر مستقیم بر عملکرد را داشته است. به عبارتی، سرمایه رابطه‌ای را می‌توان حلقه اتصال بین سایر ابعاد سرمایه‌های فکری و عملکرد در نظر گرفت (Örnek & Ayas, 2015) که قوی‌ترین تأثیر را بر عملکرد داشته است (Abdullah & Sofian, 2012). این در حالی است که طبق جدول ۴، وضعیت سرمایه رابطه‌ای در کسب‌وکارهای منتخب نامطلوب گزارش شده است. این یافته نشان می‌دهد که سرمایه ارتباطی برای دستیابی به عملکرد برتر حائز اهمیت است. تأثیر قابل توجه سرمایه رابطه‌ای بر عملکرد کسب‌وکار مؤید آن است که توجه به مشتریان به‌عنوان مهم‌ترین دارایی شرکت‌ها، همواره پیامدهای مثبتی به دنبال خواهد داشت. این در حالی است که بر خلاف تحقیقات قبلی (به‌عنوان مثال، Kim et al., 2012; Enz et al., 2006)، نتایج این مطالعه نشان داد که سرمایه ساختاری رابطه معناداری با عملکرد ندارد. این یافته نشان می‌دهد که تلاش‌های شرکت‌های منتخب (به‌عنوان مثال، توانمندسازی بیشتر کارکنان خط مقدم، ارتقاء و حفظ کیفیت بالای خدمات، توسعه خدمات و محصولات جدید و اتخاذ فناوری اطلاعات برتر)، در سطحی نبوده است که مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر را به ارمغان بیاورد.

در ادامه، محقق با بررسی تأثیر مستقیم تمامی ابعاد سرمایه‌های فکری بر عملکرد شرکت، دریافت تنها سرمایه انسانی است که تأثیر مستقیم معناداری با عملکرد برقرار کرده است اما در صورتی که طبق مدل، سرمایه انسانی به‌عنوان پیش‌آیند سایر سرمایه‌های فکری در نظر گرفته شود، این سرمایه رابطه‌ای است که قابلیت ایجاد ارتباط مستقیم و معناداری را با عملکرد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی کشور دارد. لذا می‌توان نتیجه گرفت هرچند که سرمایه انسانی، به‌طور مستقل ارتباط مثبت و معناداری با عملکرد دارد، اما زمانی که آثار همزمان این چهار متغیر مورد مطالعه قرار گیرند، فقط سرمایه ارتباطی است که عاملی تأثیرگذار بر عملکرد محسوب می‌گردد. این امر بیانگر آن است که سرمایه انسانی را بایستی به‌عنوان پیش‌ران سایر سرمایه‌های فکری در کسب‌وکارهای مورد مطالعه قلمداد نمود. از

طرفی می‌توان استدلال نمود که سرمایه ارتباطی نقش میانجی را در راستای تأثیر سایر مؤلفه‌های سرمایه فکری بر عملکرد ایفا می‌نماید. این یافته، همسو با برخی از مطالعات صورت گرفته در این زمینه است (Abdullah & Sofian, 2012).

پیشنهادها

با توجه به نتایج فوق، می‌توان این گونه استدلال نمود که رهبری تحول‌گرا نقش قابل ملاحظه‌ای در توسعه سرمایه‌های فکری و بالأخص سرمایه انسانی دارد و بطور غیر مستقیم و با میانجی‌گری سرمایه انسانی، قابلیت بهبود سرمایه‌های مشتری، ساختاری (سازمانی) و اطلاعاتی را دارد و در نهایت به واسطه توسعه سرمایه رابطه‌ای و ارتباط با مشتریان و ذینفعان، توانایی افزایش شاخص‌های مالی و بازاری عملکرد را داراست. بر این اساس، پیشنهادهای زیر به مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بالأخص واحدهای فعال در صنعت مواد غذایی کشور ارائه می‌گردد:

با توجه به یافته‌های این مطالعه، می‌توان نتیجه گرفت که عملکرد کسب‌وکارهای فعال در صنعت غذایی با سبک رهبری تحول‌گرا و به تبع آن توسعه ابعاد سرمایه فکری بهبود می‌یابد. بنابراین، مدیران شرکت‌های منتخب بایستی اتخاذ سبک رهبری تحول‌آفرین را در اولویت رویکرد مدیریتی خود قرار دهند. در این راستا آن‌ها بایستی به مؤلفه‌های نفوذ آرمانی، ترغیب ذهنی، انگیزش الهام‌بخش و ملاحظات فردی توجه کنند.

همچنین رهبران تحول‌گرای این کسب‌وکارها بایستی، توسعه هماهنگ و متوازن ابعاد سرمایه فکری را تحقق بخشند تا سازمان‌هایشان بتوانند کل پایگاه دانش خود را به کار گیرند. کارکنانی که بینش و اطلاعات خود را با دانش سازمانی یکپارچه نسازند، هرگز نمی‌توانند تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب‌وکار داشته باشند. در این راستا، مدیران می‌توانند با القای افتخار و احترام، برانگیختن شایستگی، نگرش و چالاکی فکری در کارکنان در کنار به کارگیری مهارت و تجربه آن‌ها، همچنین تعریف مأموریت مشخص، ارائه الگوی مناسب به آن‌ها در کنار ارتقاء فرهنگ خطر پذیری، و با تأکید بر احساسات و توجه به خواست و نیاز آن‌ها زمینه را برای بهبود سرمایه فکری سازمان فراهم سازند. به این ترتیب، یک کسب‌وکار باید کارکنان خود را تشویق کند تا با اشاعه دانش در دانش و سرمایه انسانی سازمان سهیم شوند. تقویت سرمایه انسانی با جذب کارکنان هوشمند، تشویق یادگیری در سازمان، اندازه‌گیری‌های مستمر از سطح شایستگی کارکنان، تهیه برنامه‌های غنی‌سازی و توسعه شغلی، در جهت حفظ و پایداری کارکنان، استفاده از اطلاعات عملکردی افراد به هنگام ارتقای آن‌ها؛ ارائه آموزش‌ها، مشاوره‌ها و فرصت‌های سازمانی برای کمک به بهبود وضع آتی کارکنان، امکان‌پذیر است.

هرچند سرمایه‌های اطلاعاتی و ساختاری ارتباط مستقیم و معناداری با عملکرد کسب‌وکارهای منتخب نداشتند، اما تقویت این ابعاد از سرمایه‌های فکری می‌تواند نقش مهمی در دوری شرکت‌های منتخب از اقیانوس قرمز رقابت ایفا نماید. در این راستا، سرمایه ساختاری را می‌توان با شناسایی فعالیت‌های ارزش‌افزا برای افراد، ایجاد فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم‌های انگیزشی برای تقویت خلاقیت و نوآوری افراد، ایجاد زمینه‌ای مناسب برای درک فعالیت‌ها، رویه‌ها و همچنین فهم سیاست‌های سازمانی توسط کارکنان، توسعه زیرساخت‌های الکترونیکی در سازمان جهت دسترسی آسان همه کارکنان به اطلاعات سازمان تقویت نمود. احیای سرمایه اطلاعاتی سازمان نیز با افزایش دانش کارکنان از محصولات، فرآیندها، منابع، مشتریان و رقبای سازمان، و همچنین سرمایه‌گذاری در تحقیقات بازاریابی و هوش رقابتی دست‌یافتنی است.

- از آنجا که سرمایه ارتباطی تنها مؤلفه تعیین‌کننده عملکرد کسب‌وکارهای مورد مطالعه می‌باشد، مدیران این شرکت‌ها بایستی بر تخصیص منابع برای ارتقای این سرمایه تمرکز ویژه‌ای داشته باشند. برای بهبود سرمایه ارتباطی در مقایسه با سایر شرکت‌های واقع در یک محیط رقابتی، مدیران باید خود را به مشتری‌مداری متعهد کنند، کانال‌های توزیع سودآور بیشتری را ایجاد، سهم بازار خود را افزایش و تصویر برند خود را بهبود ببخشند. در این راستا، آموزش رفتارهای مشتری‌مداری مناسب به کارکنانی که ارتباط مستقیمی با مشتریان دارند؛ شناسایی بازارهای هدف؛ شناسایی نیازهای مشتریان؛ توزیع بازخوردهای مشتری در سراسر سازمان؛ ایجاد سیستمی برای پاسخگویی به موقع و سریع در جهت انتظارات و شکایات مشتریان؛ مشارکت تمامی بخش‌های سازمان در فرآیند بازاریابی خدمات؛ وارد کردن نظرات مشتریان در نحوه طراحی و ارائه خدمات، توسعه شبکه‌های اجتماعی و اندازه‌گیری وفاداری مشتریان لازم و ضروری است.

یک دلیل کلیدی برای سنجش سرمایه فکری، شناسایی دارایی‌های نامشهود پنهان و توسعه استراتژیک آن‌ها برای نیل به اهداف سازمانی است. از منظر رقابتی، اندازه‌گیری سرمایه فکری و شیوه‌های مدیریت دانش، منافع قابل توجهی همچون کمک به تبیین استراتژی و طراحی فرایند و همچنین نیل به مزیت رقابتی در کسب‌وکارهای مورد مطالعه را در پی خواهد داشت. ابعاد سرمایه فکری مطرح در این مطالعه، می‌تواند به مدیران شرکت‌های منتخب کمک کند تا درک بهتری از این دارایی ناملموس خود داشته باشند. مدیران می‌توانند از سنجش‌هایی برای ارزیابی سرمایه فکری کسب‌وکار خود استفاده کنند و اقدامات مناسب را برای مدیریت آن آغاز کنند. بطور خاص، برخی از مزایای مدیریت سرمایه فکری را می‌توان شناسایی

دارایی‌های نامشهود؛ شناخت الگوهای جریان دانش؛ تسریع الگوهای یادگیری؛ نظارت مستمر بر ارزش دارایی‌ها و یافتن راه‌هایی برای افزایش ارزش آن‌ها؛ درک شبکه‌های اجتماعی؛ افزایش نوآوری؛ افزایش فعالیت‌های همکاری و فرهنگ اشاعه دانش؛ افزایش خود ادراکی و انگیزه کارکنان در سازمان دانست.

سپاسگزاری

لازم به ذکر است که این پژوهش با حمایت مالی سازمان صنایع کوچک و شرکت شهرک‌های صنعتی کشور اجرا شده است. نویسنده مقاله بر خود واجب می‌داند از همکاری و مساعدت این سازمان و تمامی عزیزانی که در این طرح وی را یاری نموده‌اند، سپاسگزاری نماید.

References

- Abdollahi, B.; Safari, A., & Sabouri, R. (2016). The Transformational leadership style and intellectual capital management at the immigration and the passport police of the iri, quarterly. *Journal of Police Management Studies*, 10(3), 484-503. (in Persian)
- Abdullah, D. F., & Sofian, S. (2012). The relationship between intellectual capital and corporate performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 537-541.
- Ariño, A.; De la Torre, J., & Ring, P. S. (2001). Relational quality: Managing trust in corporate alliances. *California Management Review*, 44(1), 109-131.
- Baron, A. (2011). Measuring human capital. *Strategic HR Review*, 10(2), 30-35.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational Leadership, Lawrence Erlbaum Associates. *Mahwah, NJ*.
- Benevene, P., & Cortini, M. (2010). Interaction between structural capital and human capital in Italian NPOs: Leadership, organizational culture and human resource management. *Journal of Intellectual Capital*, 11(2), 123-139.
- Birasnav, M.; Rangnekar, S., & Dalpati, A. (2010). Transformational leadership, interim leadership, and employee human capital benefits: an empirical study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 5, 1037-1042.
- Birasnav, M.; Rangnekar, S., & Dalpati, A. (2011). Transformational leadership and human capital benefits: The role of knowledge management. *Leadership & Organization Development Journal*, 32(2), 106-126.
- Boerner, S.; Eisenbeiss, S. A., & Griesser, D. (2007). Follower behavior and organizational performance: The impact of transformational leaders. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(3), 15-26.

Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management decision*, 36(2), 63-76.

Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. *International journal of management reviews*, 3(1), 41-60.

Bontis, N.; Chua Chong Keow, W., & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of intellectual capital*, 1(1), 85-100.

Carless, S. A.; Wearing, A. J., & Mann, L. (2000). A short measure of transformational leadership. *Journal of business and psychology*, 14(3), 389-405.

Čater, T., & Čater, B. (2009). (In) Tangible resources as antecedents of a company's competitive advantage and performance. *Journal for East European Management Studies*, 186-209.

Chen, J.; Zhu, Z., & Yuan Xie, H. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual capital*, 5(1), 195-212.

Cheng, M. Y.; Lin, J. Y.; Hsiao, T. Y., & Lin, T. W. (2010). Invested resource, competitive intellectual capital, and corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), 433-450.

Claver-Cortés, E.; Zaragoza-Sáez, P. C.; Molina-Manchón, H., & Úbeda-García, M. (2015). Intellectual capital in family firms: human capital identification and measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 16(1), 199-223.

Cohen, S., & Kaimenakis, N. (2007). Intellectual capital and corporate performance in knowledge-intensive SMEs. *The Learning Organization*, 14(3), 241-262.

Costa, R. V.; Fernández, C. F. J., & Dorrego, P. F. (2014). Critical elements for product innovation at Portuguese innovative SMEs: an intellectual capital perspective. *Knowledge Management Research & Practice*, 12(3), 322-338.

De Pablos, P. O., & Edvinsson, L. (2014). *Intellectual Capital in Organizations: Non-Financial Reports and Accounts* (Vol. 1). Routledge.

Dimov, D. (2016). Towards a qualitative understanding of human capital in entrepreneurship research.

Engelen, A.; Gupta, V.; Strenger, L., & Brettel, M. (2015). Entrepreneurial orientation, firm performance, and the moderating role of transformational leadership behaviors. *Journal of Management*, 41(4), 1069-1097.

Esmaili, M. R., & Shariat Nejad, A. (2015). *The Study of the relationship of transformational leadership with intellectual capital and psychological capital with the intermediary effect of transformational management*, management studies (improvement and evolution), 23(7), 77-97. (in Persian)

Ferraro, O., & Veltri, S. (2011). The value relevance of intellectual capital on the firm's market value: an empirical survey on the Italian listed firms. *International Journal of Knowledge-Based Development*, 2(1), 66-84.

Griffith, D. A.; Yalcinkaya, G., & Calantone, R. J. (2010). Do marketing capabilities consistently mediate effects of firm intangible capital on performance across institutional environments? *Journal of World Business*, 45(3), 217-227.

Hadijah, H. S.; Sule, E. T., & Mulyana, A. (2015). The Effect of transformational leadership and knowledge management on intellectual capital and its implication on the performance of state owned bank branch offices in West Java. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5 S5), 97.

Haji Karimi, A. A.; Khorshidi, G. H., & Mohammadian, B. (2016). Influence of intellectual capital dimensions on performance of new product development with moderating role of knowledge depression, business management perspective, 15(26), 13-31. (in Persian)

Hsu, Y. H., & Fang, W. (2009). Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(5), 664-677.

Hunt, S. D. (2000). A general theory of competition. Thousands Oaks. *Cal. (Sage)*.

Jardon, C. M. (2018). Moderating effect of intellectual capital on innovativeness in Latin American subsistence small businesses. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(1), 134-143.

Jordão, R. V. D., & Almeida, V. R. D. (2017). Performance measurement, intellectual capital and financial sustainability. *Journal of Intellectual Capital*, 18(3), 643-666.

Kalkan, A.; Bozkurt, Ö. Ç., & Arman, M. (2014). The impacts of intellectual capital, innovation and organizational strategy on firm performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 700-707.

Kamath, G. (2008). Intellectual capital and corporate performance in Indian pharmaceutical industry. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 684-704.

Kehelwalatenna, S. (2016). Intellectual capital performance during financial crises. *Measuring Business Excellence*, 20(3), 55-78.

Kianto, A.; Andreeva, T., & Pavlov, Y. (2013). The impact of intellectual capital management on company competitiveness and financial performance. *Knowledge Management Research & Practice*, 11(2), 112-122.

Kianto, A.; Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11-20.

Kim, T. T.; Kim, W. G.; Park, S. S. S.; Lee, G., & Jee, B. (2012). Intellectual capital and business performance: what structural relationships do they have in upper-upscale hotels? *International Journal of Tourism Research*, 14(4), 391-408.

Li, G.; Shang, Y.; Liu, H., & Xi, Y. (2014). Differentiated transformational leadership and knowledge sharing: a cross-level investigation. *European Management Journal*, 32(4), 554-563.

Mahmudi Meymand, M., & Kiarazm, A. (2016). Investigating the relationship between intellectual capital components and organizational innovation drivers. *Transformational Management Research Journal*, 7(14), 57-74.

Martin, B. C.; McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.

Massingham, P. R., & Tam, L. (2015). The relationship between human capital, value creation and employee reward. *Journal of Intellectual Capital*, 16(2), 390-418.

McDowell, W. C.; Peake, W. O.; Coder, L., & Harris, M. L. (2018). Building small firm performance through intellectual capital development: exploring innovation as the "black box". *Journal of Business Research*, 88, 321-327.

Mention, A. L., & Bontis, N. (2013). Intellectual capital and performance within the banking sector of Luxembourg and Belgium. *Journal of Intellectual Capital*, 14(2), 286-309.

Nazari, J. A., & Herremans, I. M. (2007). Extended VAIC model: measuring intellectual capital components. *Journal of Intellectual Capital*, 8(4), 595-609.

Nemanich, L. A., & Keller, R. T. (2007). Transformational leadership in an acquisition: a field study of employees. *The Leadership Quarterly*, 18(1), 49-68.

Novas, J.; Alves, M. D. C., & Sousa, A. (2015). Management accounting systems, intellectual capital and performance: an integrated approach.

Olander, H.; Hurmelinna-Laukkanen, P., & Heilmann, P. (2015). Human resources—strength and weakness in protection of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 16(4), 742-762.

Örnek, A. Ş., & Ayas, S. (2015). The relationship between intellectual capital, innovative work behavior and business performance reflection. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1387-1395.

Phillips, J. J. (2005). *Investing in your company's human capital: Strategies to avoid spending too little--or too much*. AMACOM Div American Mgmt Assn.

Rafferty, A. E., & Griffin, M. A. (2004). Dimensions of transformational leadership: Conceptual and empirical extensions. *The leadership quarterly*, 15(3), 329-354.

Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: a study of the resource-based and stakeholder views. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215-226.

Roos, J.; Roos, G.; Dragonetti, N. C., & Edvinsson, L. (1997). Intellectual capital: navigating the new business landscape.

Rowe, W. G., & Guerrero, L. (2012). *Cases in leadership*. Sage.

Scafarto, V.; Ricci, F., & Scafarto, F. (2016). Intellectual capital and firm performance in the global agribusiness industry: the moderating role of human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 17(3), 530-552.

Schepers, J.; Wetzels, M., & de Ruyter, K. (2005). Leadership styles in technology acceptance: do followers practice what leaders preach?. *Managing Service Quality: an International Journal*, 15(6), 496-508.

St-Pierre, J., & Audet, J. (2011). Intangible assets and performance: analysis on manufacturing SMEs. *Journal of Intellectual Capital*, 12(2), 202-223.

Sulistyo, H. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia Pacific Management Review*, 21(4), 196-203.

Tovstiga, G., & Tulugurova, E. (2009). Intellectual capital practices: a four-region comparative study. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 70-80.

Turner, N.; Barling, J., & Zacharatos, A. (2002). Positive psychology at work. *Handbook of positive psychology*, 52, 715-728.

Unger, J. M.; Rauch, A.; Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358.

Veltri, S., & Silvestri, A. (2011). Direct and indirect effects of human capital on firm value: evidence from Italian companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(3), 232-254.

Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage. *Journal of Marketing*, 69(1), 80-94.

Wang, W. Y., & Chang, C. (2005). Intellectual capital and performance in causal models: Evidence from the information technology industry in Taiwan. *Journal of intellectual capital*, 6(2), 222-236.

Whyte, M., & Zyngier, S. (2014). Applied intellectual capital management: experiences from an Australian public sector trial of the Danish intellectual capital statement. *Journal of Intellectual Capital*, 15(2), 227-248.