

## سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی در راستای نام گذاری مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) برای سال ۱۴۰۰

آذر مسلمی<sup>۱</sup>

فاطمه احمدی نظام آبادی\*<sup>۲</sup>

سیده زهرا میراشرفی<sup>۳</sup>

سید فخرالدین میرسمیعی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۷/۲۸

### چکیده

امروزه اهمیت قدرت اقتصادی و نقش بارز تولید ملی در توسعه اقتصادی جوامع بشری بر هیچ کس پوشیده نیست. از طرفی اهمیت این موضوع برای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران که همواره از بدو پیروزی انقلاب تا به امروز مورد توجه‌های متنوع سخت و نرم نظام سلطه قرار داشته و در حال حاضر با جنگ تمام عیار اقتصادی روبرو است، مضاعف می‌نماید. بدین ترتیب مقام معظم رهبری، در مقابل همه‌ها علیه ایران، بحث تولید، مانع‌زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها را برای سال ۱۴۰۰ مطرح کرد چرا که بنیه تولیدی در هر کشور، وجوه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و امنیت ملی را تحت تاثیر قرار می‌دهد که در این راستا سرمایه فکری، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمانها در کشور قلمداد می‌شود و راه کامیابی شغلی و سازمانی خود، تولید، شناخت موانع تولید، مانع‌زدایی‌ها و پشتیبانی از تولید را هموار می‌سازند. از طرفی با وجود اینکه مدیر تصمیم‌گیرنده نهایی سازمانی است، اما تمامی اقدامات وی در سازمان به فرهنگ سازمانی برمی‌گردد که به سازمان هویت می‌دهد و به عنوان نظام باورها و ارزشهای مشترک می‌تواند بر تصمیم‌گیری مدیران تاثیر داشته باشد. محققین در مقاله حاضر به بیانات مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) و نام گذاری ایشان برای سال ۱۴۰۰ به عنوان تولید، مانع‌زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها پرداخته و با به کارگیری سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی راهکارهایی برای مانع‌زدایی‌ها از تولید و پشتیبانی از آن ارائه داده‌اند.

### واژگان کلیدی

سرمایه فکری، فرهنگ سازمانی، تولید، مانع‌زدایی‌ها، پشتیبانی‌ها

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین، خمین، ایران. (Azar.moslemi.kh@gmail.com)
۲. دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین، خمین، ایران. (نویسنده مسئول: ac.ahmady@gmail.com)
۳. مربی حسابداری دانشگاه پیام نور و دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین، خمین، ایران. (Z\_mirashrafi@pnu.ac.ir)
۴. دانشجوی دکتری حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمین، خمین، ایران. (seyedfakhroldinmirsamiee@gmail.com)

## ۱. مقدمه

در قرن بیستم، اقتصاد مبتنی بر صنعت بود. در این قرن هر شرکتی در هر کشوری که دارایی‌های فیزیکی و سرمایه‌های مادی و مشهود بیشتری داشت ثروت بیشتری تولید می‌کرد؛ اما قرن بیست و یکم اقتصاد مبتنی بر دانش است (نخعی و انصاری، ۱۳۹۹). در جهان پیچیده امروز، دانش و اطلاعات در فرایندهای مختلف درون، برون و بین سازمانی، از ارزش و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است (امانی و همکاران، ۱۳۹۹) و در حال حاضر عنصر دانایی به عنوان رکن اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی نه تنها در برنامه چهارم توسعه کشور ما بلکه در سرتاسر جهان، شناخته شده است به طوری که اقتصاد امروز را اقتصاد دانش بنیان می‌نامند (خلیلی، ۱۳۹۸). به این دلیل می‌توان گفت منابع انسانی با ارزش ترین عامل تولید و مهم ترین سرمایه و منبع اصلی ایجادکننده قابلیت های اساسی هر سازمان و هر کشوری است. سازمان ها برای بقا و برای اینکه بتوانند فعالیت خود را اثربخش و کارآمد تداوم بخشند ناچارند در برابر تغییرات محیط، پویا و نوآورانه عمل کنند (مالیک و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). در محیط اقتصاد دانش بنیان، سرمایه‌های فکری از ارزش و اهمیت بیشتری نسبت به سرمایه‌های فیزیکی برخوردارند و به تعبیری از ضرورت‌های توسعه علمی، تکنولوژیکی و اقتصادی کشورها به حساب می‌آیند (خلیلی، ۱۳۹۸). سرمایه فکری می‌تواند به عنوان منبعی اساسی در تحقق نوآوری عمل کند، زیرا نه فقط در انجام فعالیتهای سازمان نقش مهمی دارد، بلکه به توسعه محصولات و خدمات و فرایندهای تولید بسیار جدید و بدیع و شایستگی های سازمانی مرتبط با آنها دلالت دارد (دلگادو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). لازمه بقاء و ادامه زیست سازمان‌ها در محیط پر از چالش و تحول، همگامی با تحولات محیط و پاسخ درست و به موقع به آنهاست. پاسخگویی درست مستلزم تصمیم‌گیری درست است و تصمیم‌گیری محور کلیه فعالیت‌هایی است که مدیران برای اداره سازمان خود و تحقق اهداف آن انجام می‌دهند (مرادی، ۱۳۹۷). از طرفی تصمیم‌گیری در هر شرایطی مستلزم درک فرهنگ سازمانی و تعامل بالقوه آن با تصمیمات مدیریت می‌باشد، به این دلیل که فرهنگ سازمانی، نظام باورها و ارزش‌های مشترکی است که در یک سازمان به وجود می‌آید و رفتار افراد آن سازمان را هدایت می‌کند و می‌تواند نقش بسیار مهمی در انتخاب استراتژی‌های مالی داشته باشد (نخعی، ۱۳۹۹). برخی از کشورهای در حال توسعه‌ای که از منابع طبیعی فراوانی برخوردارند، با چالش‌های متعددی در تبدیل ثروت حاصل از این منابع، به سایر اشکال دارایی که بتواند توسعه پایدار را به همراه داشته باشند مواجهه هستند (صیادی و همکاران، ۱۳۹۷). از جمله مسائل اساسی حال حاضر کشور، وابستگی اقتصاد ایران به استخراج و صادرات نفت و مواد خام معدنی است که حاصل آن محصولاتی با ضریب ارزش افزوده اندک، غیر اشتغال‌زا و دارای نوسان پی در پی درآمدی بوده و این امر در هم ریختگی مداوم اقتصاد کشور را به دنبال داشته است (رجب پور، ۱۳۹۶). از آنجا که هر اقتصادی با هر پایه ایدئولوژیکی و در هر چارچوب فکری، فلسفی و اجتماعی اهدافی دارد و البته در مسیر تحقق اهداف دشواری‌ها، تهدیدها و موانعی وجود دارد، سردمداران آن جامعه تلاش می‌کنند نظام اقتصادی خود را به نحوی سامان دهند که با وجود همه این دشواری‌های محتمل، اهداف اقتصادی جامعه محقق شود که در ایران از طریق ایجاد اقتصاد مقاومتی، ایجاد تولید و رونق آن، این مهم اتفاق می‌افتد (مومنی، ۱۳۹۶). اقتصاد مقاومتی واژه‌ای است که برای اولین بار توسط مقام معظم رهبری انقلاب اسلامی وارد ادبیات اقتصادی شد و آنچه عموماً از مقاومت اقتصادی برداشت می‌شود، مواجهه

<sup>1</sup> Malik et al

<sup>2</sup> Delgado et al

با تحریم‌های اقتصادی و رونق تولید داخلی است. به این معنا که اولاً راه‌هایی برای دور زدن تحریم‌ها جستجو شود و ثانیاً ظرفیت تحمل سختی و فشار در درون اقتصاد ملی، ارتقا یابد و از تولید ملی برای رونق آن حمایت صورت گیرد. بر این مبنا، می‌بایست در هر مقطع، حوزه‌های تحریم شده رصد و برای جایگزین کردن آنها اقداماتی صورت گیرد (دویستی، ۱۳۹۹). امروزه در جوامع دانش محور کنونی، بازده سرمایه‌های فکری به کار گرفته شده، بسیار بیشتر از بازده سرمایه مالی به کار گرفته شده، اهمیت یافته است. این بدان معنی است که در مقایسه با سرمایه فکری، نقش و اهمیت سرمایه‌های مالی در تعیین قابلیت سودآوری پایدار کاهش چشمگیری یافته است و از طرفی فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از مؤثرترین عوامل پیشرفت و توسعه کشورها شناخته شده است به طوری که بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که موفقیت کشورهای چون ژاپن در صنعت و مدیریت توجه آنها به فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری است (نخعی و انصاری، ۱۳۹۹)؛ بنابراین با استفاده از سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی می‌توان کشور را در پیشبرد اقتصاد مقاومتی و پیشرفت هر چه بیشتر تولید یاری کرد چرا که اقتصاد مقاومتی می‌تواند در رویایی و تقابل با اقتصاد وابسته و مصرف کننده یک کشور قرار گیرد که منفعل نیست و در مقابل اهداف اقتصادی سلطه، ایستادگی نموده و سعی در تغییر ساختارهای اقتصادی موجود و بومی‌سازی آن بر اساس جهان بینی و اهداف داشته باشد و با استفاده از سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی بتوان موانع تولید را شناخت و آنها را کاهش داد یا حذف کرد و از طرفی با استفاده از سرمایه انسانی و فرهنگ سازمانی مناسب از تولید داخلی پشتیبانی کرد و با سر لوحه قرار دادن شعار مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) در زمینه تولید، مانع زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها را برده‌ها و رهنمودها را عملی نمود.

بررسی دامنه اجرایی تحریم‌های اعمال شده از سوی دولت امریکا نشان می‌دهد که این تحریمها در گستره وسیعی از امور اقتصادی، سیاسی، تکنولوژیکی، مدنی، بهداشت و درمان و ... وضع شده اند. اتحادیه اروپا نیز در سالهای اخیر و به منظور جلوگیری از ادامه فعالیت‌های هسته ای ایران، تحریم‌های متعددی را در حوزه های تجارت خارجی، خدمات مالی، انرژی، فناوری، تکنولوژی و بیمه وضع نموده است (باقری نژاد، ۱۳۹۶). چرا که در ایران با ظهور انقلاب اسلامی، شکل جدیدی از حکومت در دنیا پدیدار شد که بنای سازگاری با قطب قدرت استکبار را نداشته و به مبارزه با استکبار پرداخت. ظهور چنین حکومتی آن هم در منطقه خاور میانه که از لحاظ اقتصادی و ژئوپلیتیکی دارای اهمیت بسیار است، باعث شد که نظام استکبار جهانی با تمام قوا به مبارزه با انقلاب برخیزد. با پایان یافتن جنگ و عدم پیروزی استکبار در زمینه‌های نظامی، تهاجمات به عرصه های دیگر کشیده شد. یکی از این عرصه‌ها که خصوصاً در سالهای اخیر با تهاجمات گسترده همراه بوده است، عرصه اقتصادی است. در چنین شرایطی انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و نظریه پردازی و الگوسازی در عرصه های جدید اقتصادی است. هر کشوری که علم استکبار ستیزی را بر پا کند، نیازمند چنین الگویی است. یکی از این مفاهیم "اقتصاد مقاومتی" است (دویستی، ۱۳۹۹). بیشتر مدیران معتقدند که سرمایه های فکری مهمترین محرک خلق ارزش است در کنار آن نیروی انسانی کارآمد به عنوان اصلی ترین سرمایه رویکرد مدیریت جهادی در اقتصاد مقاومتی برای تولید ملی و پشتیبانی از آن و رفع موانع به کار می رود که تکلیف مداری، توانمندی، هوشمندی، دانش محوری و خدمت گذاری از مختصات آن است (باقری نژاد، ۱۳۹۶). فرهنگ یک سازمان با عملکرد آن مرتبط است و از ابعاد مختلفی عملکرد و کارآیی سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با وجود اینکه مدیر به عنوان یک نفر تصمیم گیرنده نهایی سازمانی است، اما تمامی اقدامات وی در سازمان به فرهنگ سازمانی برمی‌گردد، در نتیجه می‌توان گفت فرهنگ سازمانی به سازمان هویت می‌دهد لذا در شرایطی که شرکتهای ضعیف از

بازار خارج می‌شوند و شرکتهای قوی به فکر استفاده از فرصت‌ها می‌باشند، مدیران برای بدست آوردن مزیت رقابتی باید به سرعت استراتژی‌های خود را به سرعت و دقت انتخاب نمایند ولی در شرایط رقابتی انتخاب استراتژی‌ها معمولاً کار دشواری است زیرا آنها فاقد پیش‌بینی کامل هستند و مدیران باید استراتژی‌هایی را انتخاب کنند که موفقیت آن بستگی به شرایط آینده دارد و آینده هم مشخص نمی‌باشد؛ بنابراین می‌توان در راستای تحقق نام گذاری مقام معظم رهبری برای سال ۱۴۰۰ با به کارگیری سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی برای تولید؛ مانع زدایی‌ها؛ پشتیبانی‌ها، راه چاره‌ای اندیشید و سازمان‌ها را در کشور ایران به سمت اقتصاد مقاومتی و خودکفایی سوق داد.

## ۲. مبانی نظری و ادبیات پژوهش

### ۲-۱. پیشینه پژوهش

تاج‌الدینی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در پژوهش خود تاثیر متغیرهای مربوط به نیروی انسانی را بر نوآوری خدمات و عملکرد در صنعت توریسم بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که تعهد کارکنان و مدیریت دانش در کنار متغیرهایی همچون رهبری و خلاقیت الهام بخش از مهمترین عوامل موثر بر نوآوری خدمات محسوب می‌شوند.

مارتینز و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی یک مدل نظری را ارائه داد که به طور کلی نحوه همپوشانی سرمایه فکری و پارادایم نوآوری باز را نشان می‌دهد و مدل نظری را با تجزیه و تحلیل نحوه تأثیر سرمایه فکری شرکت‌ها بر عملکرد مربوط به پارادایم نوآوری باز آزمایش می‌کند و نمونه‌ای از ۳۷۴۴ شرکت اسپانیایی، تجزیه و تحلیل کردند و دریافتند که سه سازه سرمایه فکری بر عملکرد پارادایم نوآوری باز تأثیر مثبت می‌گذارد، با سرمایه انسانی و رابطه ای که بازدهی آن کاهش می‌یابد.

ژانگ و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی تأثیر یکپارچگی تامین کننده سبز بر سه بعد انباشت سرمایه اجتماعی را بررسی کردند که بیشتر بر عملکرد اقتصادی و محیطی تأثیر می‌گذارد. تجمع سرمایه رابطه ای و ساختاری تأثیرات مثبتی بر عملکرد اقتصادی و محیطی دارد، در حالی که انباشت سرمایه شناختی فقط بر عملکرد محیطی تأثیر مثبت دارد. علاوه بر این، انباشت سرمایه رابطه ای و ساختاری تا حدی واسطه تأثیر ادغام تامین کننده سبز بر عملکردهای اقتصادی و محیطی است، در حالی که انباشت سرمایه شناختی فقط تا حدی تأثیر ادغام تامین کننده سبز بر عملکرد محیطی را واسطه می‌کند.

کیانتو و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی روابط بین اقدامات مدیریت منابع انسانی، سرمایه فکری و نوآوری پرداختند. آنان در پژوهش خود نشان دادند سرمایه فکری به طور مثبت رابطه بین اقدامات مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآوری را میانجیگری می‌کند و سرمایه انسانی نیز در این رابطه نقش اساسی ایفا می‌کند.

لطیف و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) در تحقیقی، کارایی سرمایه فکری و عملکرد شرکتها در کشورهای در حال توسعه (مقایسه بانک‌های اسلامی و معمولی) را در پاکستان انجام دادند. نتایج حاصل از این تحقیق، حاکی از ارتباط معنی داری بین

<sup>1</sup> Tajeddini et al

<sup>2</sup> Martinez et al

<sup>3</sup> Zhang et al

<sup>4</sup> Kianto et al

<sup>5</sup> Latif et al

بازده سرمایه انسانی و تقریباً همه متغیرهای عملکرد بانک‌های اسلامی و ارتباط معنی داری میان سرمایه بهره‌وری و متغیرهای عملکرد در مورد بانک‌های معمولی بود.

کیونگ تینگ و لین<sup>۱</sup> (۲۰۱۷) در تحقیقی به بررسی عملکرد سرمایه فکری و رابطه آن با عملکرد مالی در شرکتهای مالزیایی پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از اثر مثبت و معنادار سرمایه فکری بر سودآوری شرکتهای بود.

داست و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در پژوهش خود از شرکتهای محصولات شیمیایی در تایلند دریافتند که سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه ارتباطی تأثیر مثبتی بر روی خلق نوآوری و به کارگیری آن دارند. با این حال، هنگامی که آثار این متغیرها همزمان بررسی می‌شد، فقط عوامل ساختاری و ارتباطی تأثیر معناداری بر عملکرد نوآوری داشتند.

نخعی و انصاری (۱۳۹۹)، در تحقیقی به بررسی رابطه سرمایه فکری با فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی: ادارات شهرستان فردوس) پرداختند و در آن از سه پرسشنامه استاندارد استفاده کردند و به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه انسانی و ساختاری و ارتباطی با فرهنگ سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد بنابراین بین سرمایه فکری با فرهنگ سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد.

امانی و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به طراحی مدل ارتقای سرمایه فکری در نظام دولتی ایران پرداختند و به این یافته‌ها رسیدند که به منظور توسعه و ارتقاء سرمایه فکری در نظام دولتی ایران و به طور خاص صنعت نفت کشور مقاومتی بایست به دنبال توسعه این ابعاد و شاخص‌ها و مؤلفه‌های مرتبط با آن‌ها بود.

خوش‌چهره و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با بررسی جامع ادبیات نظری و تدابیر و بیانات مقام معظم رهبری و اسناد بالا دستی و عوامل تأثیرگذار بر مقوله تولید ملی از یک سو و نیز مراجعه به خبرگان میرز اقتصادی و مصاحبه با صاحب نظران حوزه تولید ملی کشور از سوی دیگر و همچنین مطالعه تطبیقی پنج کشور ممتاز اقتصادی و انجام تحلیل‌های آماری به طراحی الگوی راهبردی تولید ملی با رویکرد اقتصاد مقاومتی اقدام نمودند.

حیدری و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش خود به شناسایی عوامل حمایت‌کننده تولید داخلی که در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری موثر است پرداخته‌اند. در نهایت چهار بعد نقش مردمی، بنگاه‌های اقتصادی، دستگاه‌های اجرایی و دستگاه‌های نظارتی به عنوان عوامل اصلی در حمایت از تولید داخلی جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری شناسایی شدند.

محمدی حسینی، امین بیدختی و کهیاری حقیقت (۱۳۹۵) در پژوهش خود که تأثیرگذاری فرهنگ سازمانی بر عملکرد شغلی را مورد بررسی قرار داده‌اند، در نهایت به این نتیجه دست یافته‌اند که فرهنگ سازمانی بر عملکرد شغلی تأثیر معناداری دارد.

زارع، ملک‌پور، مسعودی و قایمی (۱۳۹۴) در پژوهشی نیز رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران را مورد بررسی قرار داده‌اند و در نهایت نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی بر اثربخشی مدیران تأثیر معناداری دارد.

حاجیها و سلطانی (۱۳۹۳) در مطالعه خود فرهنگ را به عنوان ویژگی یک ملت و نه افراد می‌دانند و جنبه مهم آن را اندازه‌گیری با رفتارهای کلامی و غیر کلامی افراد می‌دانند و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ سازمانی به عنوان عاملی

<sup>1</sup> KiongTing& Lean

<sup>2</sup> Dost et al

تاثیرگذار بر رویه‌های حسابداری می‌باشد و فرصت برای انجام پژوهش‌های بیشتر در زمینه کاربرد ارزش‌های انگیزه‌ای حسابداری وجود دارد.

## ۲-۲. مبانی نظری

### ۲-۲-۱. سرمایه فکری

سرمایه فکری به رویکرد جدیدی از اهمیت قابلیت‌ها و دانش شرکت در اقتصاد مربوط می‌شود و به دیدگاه و نگرش راهبردی جدید مدیریتی منجر می‌شود (پدرو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). این مفهوم برای چندین دهه مورد بحث قرار گرفته است اما در مورد تعریف آن هیچ توافقی وجود ندارد. سرمایه فکری به عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود، یک منبع حیاتی برای عملکرد و توانایی شرکت برای ایجاد نوآوری، ایجاد و حفظ مزیت رقابتی محسوب می‌شود و مدیریت دانش باید از سرمایه فکری به عنوان منبعی برای تولید ارزش و اولویت عملکرد سازمان‌ها استفاده کند (کابریلو و دهمس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸). سرمایه‌های فکری به صورت گروهی از دارایی‌های دانش محور تعریف می‌شوند که به یک سازمان اختصاص دارند و جزء ویژگی‌های آن سازمان محسوب می‌شوند و به طور قابل ملاحظه‌ای از طریق افزایش سطح افزوده برای ذی‌نفعان کلیدی، به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شوند (ونگ و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). به طور کلی اگرچه تعاریف ارائه شده درباره سرمایه فکری کاملاً یکسان نیستند و نظریه عمومی یا طبقه‌بندی پذیرفته شده‌ای برای سرمایه فکری وجود ندارد؛ اما برای مطالعه سرمایه فکری می‌توان از مدل بنتیس (۲۰۰۱) استفاده کرد که آن را شامل مولفه‌های سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای می‌داند و مرتبط با دانش موجود در افراد، ساختارها، فرایندها و سیستم‌های سازمانی و شبکه‌ها و روابط درون آنهاست. سرمایه انسانی شامل کارکنان سازمان و ویژگی‌های آنها مانند دانش، تجربه، تعهد و انگیزه آنها است (پینار و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). مارتینز و همکاران (۲۰۲۰) معتقدند سرمایه انسانی به عنوان زیربنای سرمایه فکری تلقی می‌شود و عواملی نظیر دانش، مهارت، قابلیت و طرز تلقی کارکنان را در بر می‌گیرد که منتج به بهبود عملکرد، جذب مشتریان و افزایش سود شرکت می‌شود. این نوع سرمایه سبب شده است که سازمان‌ها تا حد زیادی به دانش و مهارت‌های کارکنان خود برای ایجاد درآمد، رشد و همچنین بهبود کارایی و بهره‌وری متکی شوند.

سرمایه ساختاری، دومین جزء سرمایه فکری است که به یادگیری و دانش مقرر در فعالیت‌های روزمره گفته می‌شود. مجموعه دانشی که در یک سازمان در پایان روز و بعد از اینکه افراد سازمان را ترک کردند، باقی می‌ماند. سرمایه ساختاری، زیرساخت حمایتی سرمایه انسانی است و شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان‌ها مانند پایگاه داده‌ها، راهبردها، رویه‌ها و فرهنگ سازمانی می‌شود که برای سازمان‌ها ایجاد ارزش می‌کنند و بنابراین، به ارزش مادی سازمان‌ها می‌افزایند (مک دوئل و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۸). سرمایه رابطه‌ای نیز شامل همه روابطی است که سازمان با مشتریان، واسطه‌ها، کارکنان، تأمین‌کنندگان مواد اولیه، مقامات قانونی، اعتباردهندگان و سرمایه‌گذاران است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹) البته سرمایه ارتباطی می‌تواند به شکل‌گیری و توسعه نوآوری در سازمان کمک کند، زیرا تمام دانش لازم برای نوآوری درون یک سازمان قرار ندارد (مارتینز و همکاران، ۲۰۲۰). رشد سرمایه رابطه‌ای به حمایت از

<sup>1</sup> Pedro et al

<sup>2</sup> Cabrilo & Dahms

<sup>3</sup> Wang et al

<sup>4</sup> Pinar et al

<sup>5</sup> McDowell et al

سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری بستگی دارد. به طور کلی، سرمایه رابطه‌ای که به عنوان یک پل و واسطه در فرایند سرمایه فکری عمل می‌کند، عامل تعیین کننده اصلی در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازاری و در نتیجه عملکرد کسب و کار سازمان است (استوارت<sup>۱</sup>، ۱۹۹۷). ضمن اینکه باید متذکر شد مفهوم سرمایه فکری برای شناخت و مدیریت منابع دانش محور و به منظور ایجاد ارزش معرفی شده است به طوری که بیشتر درباره سرمایه فکری بر موضوع دانش متمرکز بوده‌اند (کیانتو و همکاران، ۲۰۱۸). تمرکز بر رشد و توسعه کارکنان و نیز ارائه بازخور به ایشان نقش تعیین کننده‌ای در این زمینه ایفا می‌کند؛ بنابراین، نظام‌های ارزیابی عملکرد مبتنی بر دانش، عملکرد کارکنان را براساس سهمی که در فرایندهای دانشی سازمان از جمله ایجاد، به کارگیری و تسهیم دانش دارند، ارزیابی می‌کنند (بودن و ساندلاند<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹).

### ۲-۲-۲. فرهنگ سازمانی

مفهوم فرهنگ سازمانی با وجود اهمیت و نقش کاربردی آن در سازمان‌ها، موضوعی است که در دهه‌های اخیر وارد ادبیات مدیریت و رفتار سازمانی شده است و به عنوان مهم ترین عامل محرک در پس همه تحولات سازمانی قرار دارد. امروزه مدیران سازمان‌های بزرگ به این نتیجه رسیده‌اند که فرهنگ سازمانی به عنوان سرچشمه همه سازمان محسوب می‌شود (فرهی، سنجقی و سلطانی، ۲۰۱۳). با بررسی که توسط گروهی از اندیشمندان علم مدیریت به عمل آمده است. فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه‌ای از باورها و ارزشهای مشترک بر رفتار و اندیشه اعضای سازمان اثر می‌گذارد و می‌توان نقطه شروعی برای حرکت و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به شمار آید و یکی از مهمترین عوامل تاثیر گذار بر سرنوشت سازمان، است به طوری که در دنیای پیچیده و در حال تغییر امروزی، بقای سازمان‌ها در گرو فرهنگ سازمانی قوی است (نخعی، ۱۳۹۹). فرهنگ در سازمان نقش‌های متفاوتی دارد، از جمله فرهنگ سازمانی تعیین کننده مرز سازمانی است، یعنی سازمان‌ها را از هم تفکیک می‌کند، نوعی احساس هویت در وجود اعضای سازمان تزریق می‌کند، باعث می‌شود در افراد نوعی تعهد نسبت به چیزی به وجود آید که بیش از منافع شخصی فرد است، عدم تعیین را کاهش می‌دهد و ثبات می‌آفریند. در نهایت، فرهنگ به عنوان ساز و کار کنترل عمل می‌کند که نگرش و رفتار کارکنان را هدایت می‌کند و شکل می‌بخشد. اهمیت فرهنگ سازمانی به حدی است که به عنوان یکی از عوامل مهم و اساسی موفقیت در تصمیم‌گیری مدیران ارشد به شمار می‌آید و در راستای فرهنگ سازمانی، استراتژی را انتخاب کنند که تصویری از آنچه که واحد تجاری می‌خواهد در آینده به آن برسد را فراهم کند (قاسمی، جواد زاده و بیگی راد، ۱۳۹۴).

استراتژی مالی چارچوبی برای هدایت تصمیماتی است که ماهیت و جهت امور مالی سازمان را تعیین می‌کنند؛ بنابراین استراتژی مالی یک مجموعه پویا و مرتبط با هم از واکنش‌ها و پاسخ‌هایی است که براساس شرایط مختلف محیطی و عکس‌العمل‌های سایر سازمان‌های موجود در آن محیط‌ها اتخاذ می‌شوند. تصمیمات مختلف مالی را باید با لحاظ نمودن استراتژی‌های مالی اتخاذ نمود. این استراتژی‌ها، استراتژی سرمایه‌گذاری، استراتژی‌های تامین مالی، استراتژی سرمایه در گردش و استراتژی تقسیم سود می‌باشند که مدیران مالی بایستی با توجه به استراتژی‌های سازمان در مورد آنها تصمیم‌گیری نمایند به نحوی که بیشترین همسویی را با استراتژی سازمان بوجود آورند و در عین حال سود بیشتری

<sup>1</sup> Stewart

<sup>2</sup> Bowden & Sandlund

را هم نصیب ذینفعان کنند (عبدی و همکاران، ۲۰۱۲). مدیران برخی شرکت‌ها برای اجرای پروژه‌های خود از تکنیک‌های ساده و غیر تنزیلی مثل دوره بازگشت سرمایه و یا حتی قضاوت فردی استفاده می‌کنند و برخی دیگر از معیارهای دقیق مانند NPV استفاده می‌نمایند در حالی که تصمیم‌مدیران می‌توانند باعث افزایش یا کاهش ارزش سرمایه‌گذاری‌ها و ارزش سهام شرکت‌ها و نیز مطابق تئوری نمایندگی می‌توانند بر هزینه‌های نمایندگی شرکت تاثیر بگذارد (سعدی و همکاران، ۱۳۹۴). هدف از سرمایه‌گذاری، ایجاد رشد، افزایش در فروش‌ها، دارایی‌ها، سودها یا ترکیبی از برخی یا همه آنها می‌شود. دو استراتژی رشد اصلی وجود دارد که عبارتند از استراتژی تمرکز روی یک خط تولید یا صنعت و استراتژی تنوع در تولید محصولات دیگر یا ورود به صنایع دیگر. این استراتژی‌ها را می‌توان به دو صورت اجرا کرد: الف) داخلی: از طریق سرمایه‌گذاری در طراحی و توسعه محصول جدید یا ب) خارجی: از طریق ادغام، خریداری سازمانهای دیگر یا برقراری ائتلاف‌های استراتژیک با آنها (مرادی، ۱۳۹۷). در زمان حاضر محیطی که شرکتها در آن فعالیت می‌کنند، محیطی در حال رشد و رقابتی است و شرکتها نیز برای پیشرفت، به توسعه فعالیت‌های خود با سرمایه‌گذاری جدید نیاز دارند که سرمایه‌گذاری‌های جدید به تامین مالی و وجوه نقد لازم نیاز دارد که شرکتها ناگزیر می‌شوند از ساز و کارهای تامین مالی استفاده کنند و از طرفی انتخاب ساختار سرمایه برای به حداکثر رساندن ارزش بازار شرکت به یکی از مهم‌ترین چالش‌های فرا روی شرکت‌ها تبدیل شده است و تصمیم‌گیری‌های مربوط به تامین مالی شرکت‌ها و در نتیجه ساختار سرمایه شرکت به شرایط بازار به ویژه ارزش بازار و نواسانات آن و همچنین چگونگی تامین سرمایه‌گذاری شرکت‌ها بستگی دارد. در این راستا وجود استراتژی متناسب می‌تواند شرکت‌ها را در جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و تشویق آن‌ها به سرمایه‌گذاری کمک کند استراتژی مدیریت سرمایه در گردش استراتژی‌ای است که مدیران شرکتها با دانستن نقش و کاربرد مهم آن می‌توانند نقشی در تامین بهبود عملکرد تولید ایجاد کند و به عنوان عاملی مثبت و تاثیر گذار و عملکرد شرکت و تولید باشد (لاری دشت بیاض و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸).

استراتژی شرکت‌ها در تقسیم سود (D/E) متفاوت است. برخی شرکت‌ها روند تقریباً ثابتی در تقسیم سود دارند و برخی دیگر، بسته به شرایط اقتصادی شرکت این نسبت را تعیین می‌کنند. سود تقسیمی نیز می‌تواند به صورت‌های متعددی مثل نقدی و یا اعطای سهام به جای وجه نقد صورت گیرد. اتخاذ هر کدام از این سیاست‌ها در تعیین نسبت تقسیم سود و یا شیوه اعطای سود، بر روی هزینه‌های تامین مالی شرکت، مالیات شرکت و ثروت سهامداران اثر گذار است. تصمیم‌گیری در مورد سود تقسیمی مکمل تامین مالی است. شرکت‌هایی که جریان‌های نقدی دائمی تولید می‌کنند، سیاست رشد ثابت سود تقسیمی را دنبال می‌کنند. سایر شرکت‌ها هم بسته به مطلوبیت سرمایه‌گذاران خود سیاست سود تقسیمی بالا یا پایین را اتخاذ می‌کنند. (عبدی و همکاران، ۲۰۱۲).

### ۲-۲-۳. اقتصاد مقاومتی در راستای تولید؛ مانع زدایی‌ها؛ پشتیبانی‌ها

با توجه به اهمیت روز افزون میزان تولید و رشد اقتصادی در هر جامعه، دستیابی به تولید بیشتر و نرخ رشد بالاتر، همواره دغدغه دولت‌ها و ملت‌ها بوده است. از این رو یکی از مهم‌ترین اهداف اقتصاد کلان (مورد تاکید تمامی دولت‌ها و برنامه‌ریزان اقتصادی در کشورهای جهان) دستیابی به رشد اقتصادی مداوم و پایدار است (استادی، ۱۳۹۵). با توجه به جنگ اقتصادی دشمن و تشدید فشارها و تحریم‌های دشمنان علیه ایران، آنچه بیش از پیش در سخنان مقام معظم رهبری بر آن تاکید شده، بحث الگوی اقتصاد مقاومتی و رونق تولید و پشتیبانی از آن و رفع موانع از سر راه است که

<sup>1</sup> Lari Dashtbayaz et al



ایشان از آن به عنوان یکی از راه‌های عبور از مقطع حساس و سرنوشت ساز کنونی یاد کرده اند. الگوی اقتصاد مقاومتی یک الگوی اسلامی است که کیفیت تعامل و ارتباط اقتصادی با کشورهای خارجی را تعیین می‌کند به گونه‌ای که از سویی ناظر به اوضاع داخلی اقتصاد کشور و پوشش نقاط ضعف است و از سوی دیگر با اتکا بر نقاط قوت اقتصاد داخلی و پشتیبانی تولید، حقوق پایمال شده ملت را از کشورهای متجاوز استیفا کرده و زمینه ساز هدایت بشر است (دویستی، ۱۳۹۹). اقتصاد مقاومتی مختص زمان تحریم و جنگ نیست، بلکه یک چشم انداز بلند مدت پیش روی اقتصاد ایران است؛ زیرا اقتصاد ایران در سایه تفکر جمهوری اسلامی همیشه آماج حملات دشمنان خواهد بود. اقتصاد مقاومتی به معنای ریاضت اقتصادی نیست، بلکه مفهوم شکوفایی اقتصاد و رفع مشکلات موجود در زیر بخش های اقتصادی و تولید داخلی برای جلوگیری از امتیازدهی به دشمنان و بهبود سطح رفاه عموم مردم است (تراب زاده، ۱۳۹۲). برای تداوم این نوع از اقتصاد، باید هر چه بیشتر به سمت محدود کردن استفاده از منابع نفتی و رهایی از اتکای اقتصاد کشور به این منابع حرکت کرد و توجه داشت که اقتصاد مقاومتی در شرایطی معنا پیدا می‌کند که جنگی وجود داشته باشد و در برابر جنگ اقتصادی و همچنین جنگ نرم دشمن است که اقتصاد مقاومتی معنا پیدا می‌کند. اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار یا در شرایط کنونی تحریم و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت که قطعاً باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلانی. مدیرانه پیش شرط و الزام چنین موضوعی است (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹).

## ۲-۲-۴. بیانات رهبر معظم انقلاب آیت الله خامنه‌ای (مد ظله العالی)

رهبر معظم انقلاب حضرت آیت الله خامنه‌ای (مد ظله العالی) در نوروز ۱۴۰۰ بیان داشتند: «شعار سال ۹۹ شعار «جهش تولید» بود. من اگر بخواهم بر اساس گزارشهای متعدد مردمی و دولتی و دستگاه‌های مختلف و جهات مختلف یک ارزیابی‌ای بکنم، باید بگویم این شعار تا حدی تا حد قابل قبولی تحقق پیدا کرد، یعنی جهش تولید در بخشهایی از کشور و بخشهایی از مسائل گوناگون کشور تحقق پیدا کرد، اگر چه در حد انتظار نه؛ یعنی در آن جاهایی هم که این شعار تحقق پیدا کرد که غالباً در کارهای زیربنایی و سازندگی و امثال اینها بود، نتیجه آن در اقتصاد عمومی کشور و در معیشت مردم مشهود نشد، یعنی این حرکت احساس نشد، در حالی که انتظار ما این بود که جهش تولید بتواند گشایشی در وضع مردم به وجود بیاورد. البته شعار جهش تولید به معنای واقعی کلمه یک شعار به تمام معنا انقلابی است، شعار مهمی است. جهش تولید اگر بدرستی در کشور اتفاق بیفتد هم تأثیرات عمیق اقتصادی در کشور می‌گذارد -در مورد ارزش پول و بقیه مسائل عمده اقتصادی تأثیر می‌گذارد- و هم علاوه بر آنها موجب اعتماد به نفس ملی می‌شود، موجب رضایتمندی عمومی مردم می‌شود، تضمین‌کننده امنیت ملی می‌شود؛ یعنی اگر تولید جهش یافته در کشور ان شاء الله اتفاق بیفتد که امیدواریم اتفاق بیفتد، این عوارض مهم و این منافع بزرگ بر آن متحقق می‌شود. خوب حالا چرا در سال ۹۹ به طور کامل این اتفاق نیفتاد؟ به خاطر وجود موانع از طرفی و حمایت نشدن تولید در همه بخشها از طرف دیگر؛ یعنی تولید، هم احتیاج دارد به حمایت‌های لازم قانونی و حکومتی و هم احتیاج دارد به اینکه موانع سر راه تولید برداشته بشود. حالا مثلاً از باب مثال فرض کنید وقتی که یک کارگاه نیمه کاره‌ای، یعنی کارگاهی که مثلاً با سی درصد، چهل درصد ظرفیت کار می‌کند یا به کلی از کار افتاده است، با همت چند جوان این کارگاه به راه می‌افتد، با تشویقها و مانند اینها این کارگاه مشغول حرکت می‌شود و بعد از آنکه به تولید رسید، ناگهان انسان مشاهده می‌کند که رقیب این محصول به نحوی از خارج وارد کشور می‌شود؛ یا به وسیله دستهای خیانتکار قاچاقچی یا متأسفانه از طرق قانونی و به خاطر ضعف

رعایت‌های قانونی. این تولید طبعاً تشویق نمی شود؛ این مانع بر سر تولید است، یعنی آن کاری که انجام گرفته، در واقع شکست می خورد. یا همچنین [به خاطر] نبود مشوقها، مثل نبود مشوق سرمایه گذاری. سرمایه گذاری در امر تولید احتیاج دارد به مشوق. بایستی کسانی که می توانند سرمایه گذاری کنند تشویق بشوند به این کار و اوضاع کسب و کار در کشور به نحوی باشد که برای اینها تشویق کننده بشود که وارد این کار بشوند، یا هزینه تولید برایشان افزایش پیدا نکند که متأسفانه اینها اتفاق نیفتاده؛ یعنی ملاحظات لازم انجام نگرفته؛ نه آنچنان مشوقی وجود داشته و نه در مورد هزینه‌های تولید فکری شده. در یکی از سالها -حالا شاید سال ۹۹ نبود، شاید سال ۹۸- هزینه تولید کننده از هزینه مصرف کننده بالاتر بوده. خب اینها یک چیزهایی است که مانع پیشرفت تولید است. ایشان در ادامه فرمودند: امسال -سال ۱۴۰۰- یک زمینه خوبی برای شکوفایی جهش تولید وجود دارد که از این بایستی حداکثر استفاده را کرد. باید این حرکت با جدیت دنبال بشود و به طور عمده حمایت‌های قانونی و دولتی و حکومتی از همه سو نسبت به جهش تولید انجام بگیرد. چه این دولت تا وقتی که بر سر کار است، چه دولت آینده از اول استقرار بایستی همت خودش را بر این قرار بدهد که موانع را برطرف کند و حمایت‌های لازم را انجام بدهد و ان شاء الله جهش تولید به معنای واقعی کلمه در امسال انجام بگیرد. لذا من شعار امسال را این جور تنظیم کردم: «تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها»؛ یعنی شعار این است: تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها. ما بایستی تولید را محور کار قرار بدهیم و حمایت‌های لازم را انجام بدهیم و مانعها را از سر راه تولید برداریم. امیدواریم ان شاء الله به لطف الهی این شعار تحقق لازم را پیدا کند» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۴۰۰/۱/۱).

## ۲-۲-۵. تولید، مانع‌زدایی‌ها، پشتیبانی‌ها

نام گذاری سال‌های اخیر از سوی مقام معظم رهبری نشان از این دارد که عرصه اقتصادی ضرورت و اولویت اصلی است و همچنان که شاهد گسترش تحریم‌های اقتصادی کشورهای استعمارگر غربی هستیم، محوریت مباحث کشور نیز حول مقابله با این تهدیدها و تحریمهاست که همه در خصوص لزوم تحقق و تبیین تولید ملی در راستای اعتلای نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران است و حاکی از نوعی مقدمه چینی و ایجاد بستر مناسب در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی و رونق تولید ملی است.

منظور از مفهوم تولید ملی، صرف تعریف علمی آن مبنی بر مجموعه کالاها و خدمات نهایی تولید شده از سوی عوامل مولد مربوط به یک کشور در طی دوره زمانی خاص نیست؛ بلکه به مجموعه امکانات تولیدی جمهوری اسلامی ایران در شرایط خاص اقتصادی موجود بر گرفته از ادبیات حاکم بر نظام سلطه و بهره مندی از تمهیدات ممکن در مقابله و رویارویی با این هجمه‌های متنوع اقتصادی که به تعبیر رهبر فرزانه انقلاب (مد ظله العالی)، «جنگ اقتصادی» خوانده شده و با هیچ یک از شرایط اقتصادی متعارف موجود در عرصه‌های اقتصادی دنیا همخوانی معناداری ندارد، اطلاق می شود (خوش چهره و همکاران، ۱۳۹۸).

از این رو می توان گفت دغدغه اصلی این روزهای سیاستگذاران و قانونگذاران کشور و در راس مقام معظم رهبری، حمایت از تولید ملی است؛ لذا با تقویت تولید رقابت پذیر و دانش بنیان، می توان شاخص‌های اقتصادی به ویژه اشتغال را بهبود بخشید و اقتصاد کشور را در مقابل شوک‌های داخلی و خارجی، مصون داشت. اقتصاد مقاومتی بدون رونق تولید ملی، غنیمت دانستن سرمایه انسانی و فکری، استفاده از فرهنگ سازمانی و فرهنگ استفاده از تولیدات داخلی، توفیق چندانی نخواهد داشت. تولید ملی بیش از هر موقعیت دیگری برای تحقق اقتصاد مقاومتی یک ضرورت است؛ به دلیل

این که می‌تواند نقش اساسی در این مقاومت بازی کند. اقتصادی که یکی از بنیان‌های ایستادگی و مقاومت آن مقوله تولید ملی است، نباید از مسیر خودکفایی منحرف شود (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹).

تأکید سند چشم‌انداز بیست ساله و برنامه‌های پنج ساله توسعه بر اهمیت دادن به تولید ملی نشان از شناخت راه حل بیماری اقتصاد تک محصولی کشور است. انجام این مهم بدون برنامه ریزی و شناخت نقاط قوت و ضعف و شناخت فرصت‌ها و تهدیدها امکان‌پذیر نخواهد بود. از جمله عوامل لازم برای تولید سرمایه مادی، سرمایه انسانی اعم از نیروی کار ساده تا نیروی فکری وجود بازار وسیع برای محصولات تولیدی است که ایران جزء معدود کشورهای غنی در هر سه زمینه است (حیدری و همکاران، ۱۳۹۷). ولی موانعی در مسیر استفاده از این نیروها و توانایی‌ها وجود دارد که اهم آن‌ها عبارتند از؛ وابستگی اقتصاد کشور در زمینه‌های مختلف، وابستگی به دانش و فناوری کشورهای غربی، وابستگی درآمد کشور به صادرات نفت، عملکرد بانکها در اعطای تسهیلات، قاچاق و واردات بی‌رویه، خطای مدیریتی در فضای اقتصاد سیاسی کشور، فقدان شفافیت، پایین بودن سطح بهره‌وری (خلیلیان اشکذری، ۱۳۹۸)، عدم دسترسی به موقع و آسان به منابع مالی، بی‌ثباتی در عرصه سیاست‌گذاری و فقدان قوانین حمایتی از تولید ملی به همراه ضعف نظارتی بر اجرای قوانین موجود، فقدان زیرساخت‌های مناسب، بوروکراسی شدید اداری، نگرش فرهنگی غلط در گرایش به محصولات ملی به همراه عدم همراهی صنایع موجود در ارتقاء کیفیت محصولات و استفاده از روش‌های نوین هزینه‌یابی برای رقابت‌پذیر کردن این محصولات و بی‌ثباتی در قیمت این محصولات که ورود کالاهای مشابه خارجی را جذاب نشان می‌دهد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۷).

برای مانع‌زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها از تولید ملی و رونق آن راهبردهایی پیشنهاد می‌شود که عبارت‌اند از؛ نظام آموزش مناسب با رشد و رونق تولید، دانش‌بنیانی و اجرای نسخه‌های بومی، کنترل بازار پول و سرمایه، هزینه‌دار کردن فعالیت‌های اقتصادی زائد و غیر مفید، مدیریت اقتصاد کشور بر اساس اصول اقتصاد مقاومتی، تغییر نگرش از خارج به داخل، ایجاد شفافیت کامل اقتصادی، افزایش بهره‌وری و جلوگیری از تضييع منابع تولید منابع تولید (خلیلیان اشکذری، ۱۳۹۸).

البته راهبردهای موثر دیگری نیز در جهت رونق تولید و پشتیبانی از آن با توجه و کاربرد سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی وجود دارد از جمله؛ مبارزه با قاچاق و فساد، دنبال کردن کالای قاچاق از لب مرز تا داخل مغازه، اصلاح ساختار و اقتصاد و تا نظام بانکی، تقویت زیرساخت‌های لازم، رقابت‌پذیری تولید داخلی، نوآوری و ابتکار در تولیدات کشور و توسعه تولید ملی، اصلاح چرخه تولید و مصرف، جلوگیری از آسیب دیدن تولید داخلی بر اثر واردات با نظارت بر آن، برنامه‌ریزی دولت برای تامین نیازهای خود در داخل کشور (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹)، صرف نشدن ارز کشور برای کالاهای مصرفی، به کار افتادن پس‌اندازهای پراکنده، جذب سرمایه‌های خارجی، هدایت سرمایه‌ها به سمت تولید صنعتی و کشاورزی، هدایت نقدینگی‌ها به سمت تولید گردش صحیح ثروت، گردش دارایی‌های راکد، رونق صنعت و اعتلای آن، تکمیل چرخه صنعتی، توجه ویژه به بخش کشاورزی و صنایع تبدیلی در روستاها، برنامه‌ریزی همه‌جانبه برای بهبود شرایط کسب و کار، ثبات در قوانین، برقراری نظام صحیح میان صنعت و دانشگاه، تجاری‌سازی علوم و فناوری‌ها، افزایش چشمگیر شرکتهای دانش‌بنیان، توجه به نیروی انسانی، به کارگیری مدیریت متعهد و کارآمد، ایجاد بنگاه‌های کاری و تشویق کارآفرینان، آموزش نیروی انسانی متناسب با نیازهای فعلی و آینده بازار کار، گسترش صنایع فناوری ارتباطات، توجه به بخش خصوصی، حمایت از بنگاه‌های کوچک تولیدی و دانش

بنیان، حمایت از شرکتهای تعاونی، اجرای سیاستهای اصل ۴۴، پرهیز از دلالتی و کارهای مضر برای کشور، جلوگیری از رکود واحدهای تولیدی، اصلاح چرخه معیوب تولید، تقویت چرخه تولید و ... .

## ۲-۲-۶. سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی در راستای تولید؛ پشتیبانیها، مانع‌زدایی‌ها

در اقتصاد دانش محور امروز، سرمایه فکری نماینده این دانش در سازمان است و سرمایه فکری نشان دهنده دانش تجمیع شده در کارکنان، جریان‌ها و فرایندهای کاری سازمان و روابط درون و بین سازمانی است و می‌تواند نقش مهمی در توسعه عملکردهای سازمانی چه در ابعاد مالی و چه در ابعاد غیرمالی آن داشته باشد. سرمایه فکری با وجود این که در گذشته شناخته نشده و پیش بینی نشده بود ولی امروزه به تنهایی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و مدیریتی پذیرفته شده است. این سرمایه سازمانی به عنوان عاملی اساسی در زمینه توسعه مزیت‌های رقابتی سازمانی ناشی از منابع انسانی و روابط و تعاملات اجتماعی در کنار ساختارهای سازمانی بوده و قادر خواهد بود تا توانمندی‌های فردی و سازمانی را در جهت اهداف و عملکردهای سازمانی توسعه بخشد (لثو، ۲۰۱۷).

سرمایه انسانی، اولین و مهم‌ترین جزء سرمایه فکری است و شامل دانش، مهارت و تجربه‌های مدیران و کارکنان و پاسخ مؤثر آن‌ها به آیندگان است. این سرمایه عناصر مختلف منابع انسانی مانند نگرش، شایستگی‌ها، تجربه‌ها و مهارت‌ها، دانش ضمنی و نو آور بودن، استعداد و دانش ضمنی موجود در ذهن افراد در سازمان‌ها را در بر می‌گیرد (مارتینز و مکاران، ۲۰۲۰). سرمایه ساختاری دومین جزء سرمایه فکری است. سرمایه ساختاری، زمینه نهادینه کردن دانش و طبقه بندی و ذخیره آن را در سازمان فراهم می‌آورد. دانش نهادینه شده و طبقه بندی شده از عوامل مهم در تسهیل فرایند نوآوری محسوب می‌شود، زیرا ارائه محصولات، خدمات، فرایندها و روشهای جدید و نوآورانه معمولاً نیازمند به کارگیری و ترکیب دانش موجود است (مک دوئل و همکاران، ۲۰۱۸). سرمایه رابطه‌ای؛ سومین جزء سرمایه فکری است. در این رابطه استوارت اظهار می‌دارد موضوع اصلی این سرمایه، دانش موجود در کانال‌های بازاریابی و روابط بامشتریان است سرمایه مشتری نشان دهنده توانایی بالقوه یک سازمان به خاطر عوامل نامشهود بیرونی آن است (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹).

تصمیم‌های مربوط به منابع و مصارف وجوه کوتاه مدت را تصمیم‌های سرمایه در گردش می‌نامند. مدیریت سرمایه در گردش، تعیین حجم و ترکیب منابع و مصارف سرمایه در گردش به نحوی که ثروت سهامداران افزایش یابد را تعیین می‌کند. مدیران سازمان‌ها می‌توانند با به کارگیری استراتژی‌های گوناگون، در رابطه با سرمایه در گردش، میزان نقدینگی سازمان را تحت تاثیر قرار دهند (عبدی و همکاران، ۲۰۱۲).

فرهنگ یک سازمان با عملکرد آن مرتبط است و از ابعاد مختلفی عملکرد و کارآیی سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. با وجود اینکه مدیر به عنوان یک نفر تصمیم گیرنده نهایی سازمانی است، اما تمامی اقدامات وی در سازمان به فرهنگ سازمانی برمی‌گردد، در نتیجه می‌توان گفت فرهنگ سازمانی به سازمان هویت می‌دهد؛ و با ایجاد محدودیت‌هایی برای مدیریت، بیان می‌کند که مدیر چه کاری را می‌تواند انجام دهد و چه کاری را نمی‌تواند. عمل مدیر باید مورد تائید فرهنگ سازمان قرار گیرد، در غیر این صورت مطابق با ارزشها نخواهد بود و از سوی اکثریت اعضای سازمان مورد تائید قرار نمی‌گیرد. هم چنین انتخاب استراتژی‌های مالی توسط مدیران به عنوان عامل دیگر، نقش مهمی در عملکرد مدیران ایفا می‌کند به گونه‌ای که انتخاب استراتژی‌های محافظه کارانه یا استراتژی‌های جسورانه توسط مدیران می‌تواند اثرات کاملاً متفاوتی بر عملکرد کل سازمان داشته باشد (مرادی، ۱۳۹۷). به عبارتی انتخاب

استراتژی‌های مالی توسط مدیران مالی به عنوان عامل درونی و فرهنگ سازمانی به عنوان عامل بیرونی می‌باشد اگر فرهنگ سازمانی یک شرکت، ایستا باشد ولی مدیران استراتژی‌های مالی که انتخاب می‌کنند استراتژی‌های جسورانه باشد و یا بالعکس، فرهنگ سازمانی یک شرکت پویا باشد ولی مدیران استراتژی‌های مالی، محافظه کارانه انتخاب نمایند، این نوع انتخاب استراتژی‌های مالی بدون در نظر گرفتن فرهنگ سازمانی منجر به شکست خواهد شد. به همین دلیل مدیران باید در انتخاب استراتژی‌های مالی به ارزشها و معیارهای فرهنگ سازمانی توجه کنند؛ بنابراین مدیریت سازمان هنگامی می‌تواند موفق و کارآمد باشد که به حیات سازمان خود آگاه باشد، تحولات، پویایی و مقاومت آن را درک کند و فرهنگ سازمانی محیط خود را بشناسد و سعی در تبدیل نقاط ضعف به نقاط قوت کند (زارع و همکاران، ۱۳۹۴).

به تعبیر رهبر انقلاب (۱۳۹۲) نخستین ویژگی اقتصاد مقاومتی استفاده از فرصتها برای تولید و مقابله با تهدیدهای خارجی است. اقتصاد مقاومتی، اقتصادی مبتنی بر برنامه ریزی راهبردی است که بر اساس ارزیابی محیط بیرونی و داخلی به تغییر ناگهانی وضعیت خود می‌پردازد (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۲). ستون فقرات اقتصاد مقاومتی تولید داخلی است. تولید داخلی اگر بخواهد رونق پیدا کند، یقیناً باید هم به آن کمک تزریق شود، هم از چیزهایی که مانع رشد آن است جلوگیری شود، هم برای محصولات بازار به وجود بیاید، هم واردات محصولات مشابه به نحوی کنترل شود (بیانات در دیدار کارگران، ۱۳۹۳). اقتصاد مقاومتی بدون رونق تولید ملی و فرهنگ استفاده از تولیدات داخلی، توفیق چندانی نخواهد داشت. تولید ملی بیش از هر موقعیت دیگری برای تحقق اقتصاد مقاومتی یک ضرورت است؛ به دلیل این که می‌تواند نقش اساسی در این مقاومت بازی کند. اقتصادی که یکی از بنیان‌های ایستادگی و مقاومت آن مقوله تولید ملی است، نباید از مسیر خوداتکایی منحرف شود (غفاری و همکاران، ۱۳۹۹).

بنابراین در راستای اقتصاد مقاومتی و تولید ملی، با استفاده از سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی می‌توان اقدامات مفید و موثری انجام داد از جمله؛ الف) حمایت از کار و کارآفرینان، سرمایه و سرمایه گذاران و تولید ملی؛ که در این صورت تولید ملی می‌تواند به صورت مستقیم یا غیر مستقیم پاسخگوی نیازهای مردم و کشور باشد. محصول‌هایی تولید شود که در وضعیت امروز دنیا قابل رقابت در بازارهای خارجی و قابل مبادله با محصولات مورد نیاز کشور باشد و همچنین با کار و سرمایه ایرانی، تولید شود زیرا در غیر این صورت بدترین شکل وابستگی یعنی وابستگی در تامین عوامل تولید رخ خواهد داد. ب) مدیریت مصرف؛ به طوری که اسراف و تبذیر که در اسلام به شدت نهی شده از الگوی مصرف حذف شود و فرهنگ مصرف از کالای خارجی به کالای داخلی تغییر کند. ج) مدیریت بهینه منابع طبیعی در جهت نیازهای کشور؛ د) مدیریت بهینه منابع ارزی؛ ه) مدیریت بهینه واردات؛ و) مدیریت بهینه منابع مالی؛ کاهش وابستگی به نفت؛ ز) مبارزه با فساد اقتصادی و ...

### ۳. نتیجه گیری

تنها راه برون رفت از شرایط موجود و حرکت در مسیر صحیح، دقیق و کوتاهتر با سرعتی مضاعف در جهت دستیابی به اهداف اقتصادی توجه واقعی، ویژه و عملی به ظرفیت‌های درون کشور است تا جایی که تبلور این مهم را باید در ارتقاء تولید ملی جمهوری اسلامی ایران در پرتو سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی جستجو کرد و اثبات این مدعا در توصیه‌های مؤکد، تدابیر و بیانات رهبر فرزانه انقلاب (مدظله العالی) بویژه در فرمایشات اخیر معظم له مبنی بر نام گذاری سال ۱۴۰۰ به عنوان سال «تولید؛ مانع زدایی‌ها و پشتیبانی‌ها»، کاملاً آشکار است؛ بنابراین، نظر به ضرورت پرداختن به این مهم، از

سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی در راستای شعار رهبری به عنوان نقشه راه منتج به ارتقاء تولید ملی جمهوری اسلامی ایران می‌توان استفاده کرد. سازمان‌ها برای اینکه بتوانند در محیط رقابتی و متغیر امروزی قادر به عمل بوده و اثربخش باشند، لازم است سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی خود را شناسایی نمایند چرا که سرمایه فکری زاده عرصه علم و دانش است و می‌تواند نقش بسیار مؤثری را در راستای فرهنگ سازمانی ایفا نماید و به عنوان یک فاکتور مهم در موفقیت کسب و کارها می‌باشد. بیشتر مدیران معتقدند که سرمایه‌های فکری مهمترین محرک خلق ارزش است در کنار آن نیروی انسانی کارآمد به عنوان اصلی‌ترین سرمایه رویکرد اقتصاد مقاومتی به کار می‌رود که تکلیف مداری، توانمندی، هوشمندی، دانش محوری و خدمت‌گذاری از مختصات آن است و بهترین راه برای مقاوم کردن اقتصاد در مقابل تحریم‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی است و از طرفی فرهنگ سازمانی به عنوان نظام باورها و ارزشهای مشترک در یک سازمان می‌تواند بر تصمیم‌گیری مدیران تاثیر داشته باشد و با ایجاد محدودیت‌هایی برای مدیریت، بیان می‌کند که مدیر چه کاری را می‌تواند انجام دهد و چه کاری را نمی‌تواند. عمل مدیر باید مورد تأیید فرهنگ سازمان قرار گیرد، در غیر این صورت مطابق با ارزشها نخواهد بود. همچنین انتخاب استراتژی‌های مالی توسط مدیران به عنوان عامل دیگر نقش مهمی در عملکرد مدیران ایفا می‌کند. راهبردهای مؤثری در جهت رونق تولید، مانع زدایی‌ها و پشتیبانی از آن با توجه و کاربرد سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی وجود دارد از جمله؛ مبارزه با قاچاق و فساد، اصلاح ساختار اقتصاد و نظام بانکی، تقویت زیرساخت‌های لازم، رقابت‌پذیری تولید داخلی، نوآوری و ابتکار در تولیدات کشور و توسعه تولید ملی، جلوگیری از واردات بی‌رویه، صرف‌نشدن ارز کشور برای کالاهای مصرفی، جذب سرمایه‌های خارجی، هدایت سرمایه‌ها به سمت تولید صنعتی و کشاورزی، هدایت نقدینگی‌ها به سمت تولید گردش صحیح ثروت، گردش دارایی‌های راکد، برنامه‌ریزی همه‌جانبه برای بهبود شرایط کسب و کار، تجاری‌سازی علوم و فناوری‌ها، افزایش چشمگیر شرکتهای دانش‌بنیان، ایجاد بنگاه‌های کاری و تشویق کارآفرینان، اجرای سیاستهای اصل ۴۴، پرهیز از دلالتی و کارهای مضر برای کشور، اصلاح چرخه معیوب تولید و ...

#### ۴. منابع و مآخذ

۱. استادی، حسین. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی ایران و اثر افزایش قیمت حامل‌های انرژی، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال ۸، شماره ۲۴، ۱۳۳-۱۴۴.
۲. امام‌خامنه‌ای، سید علی (مد ظله العالی)، مجموعه بیانات-قابل دسترس در پایگاه اطلاع‌رسانی [www.khamenei.ir](http://www.khamenei.ir).
۳. امانی، تورج؛ سید نقوی، میرعلی و حمیدی، ناصر. (۱۳۹۹). طراحی مدل ارتقای سرمایه فکری در نظام دولتی ایران، فصلنامه علمی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال ۸، شماره ۳، ۲۲۱-۲۵۰.
۴. باقری نژاد، صادق. (۱۳۹۶). نقش سرمایه فکری در مدیریت جهادی و اقتصاد مقاومتی در بهبود شاخص‌های مصرف و توسعه پایدار، اولین همایش ملی مدیریت با رویکرد اقتصاد مقاومتی، دانشگاه آزاد اسلامی آباءه، [www.merconf.ir](http://www.merconf.ir).
۵. تراب‌زاده جهرمی، محمد صادق؛ سجادی، سید علیرضا؛ سمیعی‌نسب، مصطفی. (۱۳۹۲). بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی، سال ۱۰، شماره ۳۲، ۳۱-۴۶.

۶. حاجیها، زهره؛ خراط زاده، محدثه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و معیارهای خلق ارزش در شرکتهای پذیرفته شده د بورس اوراق بهادار تهران، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۲، شماره ۳، ۴۲۱-۴۳۸.
۷. حیدری، کیومرث؛ اسفندیاری صفا، خسرو؛ دهقان، حبیب اله. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل حمایت کننده تولید داخلی موثر در سیاست های اقتصاد مقاومتی از منظر مقام معظم رهبری، فصلنامه علوم و فنون نظامی، سال ۱۳، شماره ۴۰، ۲۷-۵.
۸. خلیلی، کرم. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر هوش سازمانی بر جامعه پذیری کارکنان با تبیین نقش میانجی فرهنگ سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال ۱۴، شماره ۵۳، ۱۲۱-۱۳۷.
۹. خلیلیان اشکذری، محمد جمال. (۱۳۹۸). چالشها، راهبردها و الزامات رونق تولید در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه معرفت اقتصاد اسلامی، سال ۱۱، شماره ۱، پایی ۲۱، ۱۱۱-۱۳۰.
۱۰. خوش چهره، محمد؛ ایروانی، محمد جواد؛ حسینی، سید شمس الدین؛ علوی، حمید. (۱۳۹۸). ارائه الگوی راهبردی تولید ملی با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال ۳، شماره ۱۱، ۳۲۵-۳۷۲.
۱۱. دویستی، سمیه. (۱۳۹۹). نقش اقتصاد مقاومتی در ارتقاء بهره وری و کارآفرینی، تولید داخلی و اشتغال، فصلنامه رهیافتی در مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۱، ۷-۲۲.
۱۲. رجب پور، حسین. (۱۳۹۶). الگوی راهبردی حمایت از تولید ۱۳، موازین انتخاب راهبرد مطلوب، دفتر مطالعات اقتصادی (گروه توسعه و برنامه ریزی) مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
۱۳. زارع، ذکریا؛ ملک پور، فاطمه؛ مسعودی، عباس؛ قائمی، مجتبی. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و اثربخشی مدیران پلیس از دیدگاه کارکنان، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال ۱۰، شماره ۳۸، ۲۳-۴۲.
۱۴. سعدی، عبدالرضا؛ زنده دل، احمد؛ آرش نیا، نگار. (۱۳۹۴). روشهای تصمیم گیری مدیران مبتنی بر بودجه بندی سرمایه ای و تاثیر آن بر عملکرد مالی شرکتهای خصوصی و عمومی، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، انجمن حسابداری ایران، سال ۷، شماره ۲۸، ۵۲-۷۲.
۱۵. صیادی، محمد؛ ناظمی، علی؛ رجب زاده، رسول. (۱۳۹۷). رابطه غیر خطی سطح وابستگی به درآمدهای نفتی و ناپایداری مالی در کشورهای منتخب صادر کننده نفت؛ رهیافت داده های ترکیبی آستانه ای، فصلنامه اقتصاد و الگوسازی، سال ۹، شماره ۲، ۱-۲۸.
۱۶. غفاری، رحمان؛ احمدیان دیوکتی، محمد مهدی؛ سواسری، علی. (۱۳۹۹). رونق تولید ملی، اقتصاد مقاومتی و همبستگی ملی با تکیه بر بیانات مقام معظم رهبری، فصلنامه مطالعات ملی، سال ۲۱، شماره ۲، ۸۹-۱۰۷.
۱۷. قاسمی، محمد؛ جواد زاده، مهتا؛ بیگی راد، الهام. (۱۳۹۴). تاثیر مدیریت استعداد بر قابلیت یادگیری سازمانی با نقش میانجی هوش سازمانی، پژوهش های مدیریت عمومی، سال ۸، شماره ۳۰، ۱۴۵-۱۶۴.
۱۸. محمدی حسینی، سید احمد؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ کهیاری حقیقت، امین. (۱۳۹۵). بررسی نقش واسطه ای سکوت سازمانی و بی تفاوتی کارکنان در تاثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد شغلی، توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال ۱۱، شماره ۴۰، ۱۰۹-۱۳۰.

۱۹. مرادی، مجید. (۱۳۹۷). نقش فرهنگ سازمانی در انتخاب استراتژی های مالی توسط مدیران مالی، مطالعات حسابداری و حسابرسی، شماره ۲۶، ۷۷-۹۲.
۲۰. مومنی، هانیه سادات. (۱۳۹۶). اقتصاد مقاومتی در کشورهای پیشرفته با تاکید بر تولید ملی، چاپ ۱، انتشارات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق (ع).
۲۱. نخعی، کریم. (۱۳۹۹). تاثیر نوآوری های حسابداری مدیریت بر فرهنگ سازمانی، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۴، شماره ۴۵، جلد ۶، ۱۱۰-۱۲۰.
۲۲. نخعی، کریم؛ انصاری، سیده بنت الهدی. (۱۳۹۹). بررسی رابطه سرمایه فکری با فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی: ادارات شهرستان فردوس)، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۴، شماره ۴۷، جلد ۲، ۱۱۱-۱۲۰.
23. Abdi, M., & Faghih, A.R. (2012). Applying Fuzzy Analytic Hierarchy Process for Ranking of Financial Strategies. *New York ScienceJournal*, 5(6), 46-51.
24. Bowden, H., & Sandlund, E. (2019). Knowledge talk in performance appraisal interviews. *Learning, Culture and Social Interaction*. 21, 278-292.
25. Cabrilo, S., & Dahms, S. (2018). How strategic knowledge management drives intellectual capital to superior innovation and market performance. *Journal of knowledge management*, Retrieved from: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JKM-07-2017-0309/full/html>.
26. Delgado-Verde, M., & Martin-de Castro, G., & Amores-Salvado, J. (2016). Intellectual capital and radical innovation: Exploring the quadratic effects in technology-based manufacturing firms. *Technovation*, 54, 35-47.
27. Dost, M., & Badir, Y. F., & Ali, Z., & Tariq, A. (2016). The impact of intellectual capital on innovation generation and adoption. *Journal of Intellectual Capital*, 17(4), 675-695.
28. Farahi, B., & Sanjaghi, M. E., & Soltani, M. R. (2013). Define and design a cognitive model, measure and manage organizational. *Culture, Journal of strategy, Culture*, 21, 113-138.
29. Kianto, A., & Ritala, P., & Vanhala, M., & Hussinki, H. (2018). Reflections on the criteria for the sound measurement of intellectual capital: A knowledge-based perspective. *Critical Perspectives on Accounting*, 57, 1-15.
30. Kiong, Ting, I.W., & Lean, H.H. (2017). Intellectual capital performance of financial institutions in Malaysia. *Journal of intellectual capital*. 10(4), 588-599.
31. Lari Dashtbayaz, M., & Salehi, M., & Sekhavatpoor, M. (2018). The relationship between financial constraints, the structure of assets and financing in companies listed in Tehran Stock Exchange. *Asset Management and Financing*, 6(1), 181-196. (in Persian). Doi: 10.22108/AMF.2017.1332.
32. Latif, M., & Shoukat Malik, M., & Aslam, S. (2018). Intellectual Capital efficiency and corporate performance in developing countries: A Comparison between Islamic and conventional banks of Pakistan. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*. 4. (1), 405-420.
33. Liu, C. H. (2017). The relationships among intellectual capital, social capital, and performance-The Moderating role of business ties and environmental uncertainty. *Tourism Management*, 61, 553-561. Retrieved from: <https://ideas.repec.org/a/eee/touman/v61y2017icp553-561.html>.
34. Malik, A., & Froese, F. J., & Sharma, P. (2020). Role of HRM in knowledge integration: Towards a conceptual framework. *Journal of Business Research*, 109, 524-535.
35. Martinez, J., & Livio, C., & Ferrandiz, E., Greco, M., & Grimaldi, M. (2020). Joint forces: Towards an integration of intellectual capital theory and the open innovation paradigm. *Journal of Business Research*, 112, 261-270.
36. 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.



37. Pedro, E., & Leitao, J., & Alves, H. (2018). Back to the future of intellectual capital research: A systematic Literature review. *Management decision*, Retrieved from: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-0820170807/full/html>.
38. Pinar, S., & Findiki, M. A., & kose, A. M. (2019). The Mediating Roles of Solidarity and Intellectual Capital on the Relationship between Resource Dependency Sub dimensions and Innovation Performance. *Procedia Computer Science*, 158, 557-564.
39. Stewart, T.A. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Nations*, Doubledary, New York, NY. Retrieved from:
40. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/pfi.4140370713>.
41. Tajeddini, K., & Martin, E., & Altinay, L. (2020). The importance of human-related factors on service innovation and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102-116.
42. Wang, Z., & Wang, N., & Cao, J., & Ye, X. (2016). The impact of intellectual capital, knowledge management strategy fit on firm performance. *Management decision*, 54(8), 1861-1885, Retrieved from:
43. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-06-2015-031/full/html>.
44. Zhang, Q., & Pan, J., & Jiang, Y., & Feng, T. (2019). The impact of green supplier integration on firm performance: The mediating role of social capital accumulation. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(2), 50-79.



## Intellectual capital and organizational culture in line with the naming of the Supreme Leader for the year 1400

Azar Moslemi<sup>1</sup>

Fatemeh Ahmadi Nezam Abadi<sup>2</sup>

Seyede Zahra Mirashrafi<sup>3</sup>

Syed Fakhroddin Mirsamiee<sup>4</sup>

Date of Receipt: 2021/09/23 Date of Issue: 2021/10/18

### Abstract

Today, the importance of economic power and the prominent role of national production in the economic development of human societies is not hidden from anyone. On the other hand, the importance of this issue for the holy system of the Islamic Republic of Iran, which has always been under various hard and soft attacks of the domination system since the victory of the revolution and is currently facing a full-scale economic war, is doubling. Thus, in the face of the attacks on Iran, the Supreme Leader raised the issue of production, disincentives, and support for the year 1400. Because the productive strength in any country affects the social, political, cultural and national security aspects, in this regard, intellectual capital, a good platform for the productivity of human and physical capital and a way to achieve success and improve the performance of organizations in the country, is considered. And they pave the way for their professional and organizational success, production, recognizing production barriers, dismantling and supporting production. On the other hand, despite the fact that the manager is the final decision maker of the organization, but all his actions in the organization go back to the organizational culture that gives the organization its identity. And as a system of shared beliefs and values can influence managers' decisions. In the present article, the researchers have dealt with the statements of the Supreme Leader and named him for the year 1400 as production, disincentives and support, and by using intellectual capital and organizational culture, strategies for dismantling production and supporting it. Have provided.

### Keywords

Intellectual capital, organizational culture, production, disincentives, support.

1. Assistant Professor of Accounting, School of Management, Islamic Azad University, Khomein Khomeini Branch, Iran
2. PhD Student, Accounting, Faculty of Management, Islamic Azad University, Khomein Branch, Khomein, Iran. ac.ahmady@gmail.com, 09186240160.
3. Accounting Instructor, Payame Noor University and PhD Student in Accounting, Faculty of Management, Islamic Azad University, Khomein Branch, Khomein, Iran.
4. PhD Student, Accounting, Faculty of Management, Islamic Azad University, Khomein Branch, Khomein, Iran.