



The mediating role of auditors' intellectual capital in the effect of business intelligence on the commercialization of auditing firms

Alireza Shahvaroughi Farahani¹, Babak pourbahrami²

Received: 2024/10/19

Approved: 2024/10/29

Research Paper

Abstract:

The purpose of this research is to investigate the mediating role of auditors' intellectual capital in the impact of business intelligence on the commercialization of auditing firms. This research is applied in terms of its purpose and descriptive-survey according to the method of data collection. The statistical population is official auditors working and active in audit institutions, members of the Iranian official accountants' society, numbering 1879. The sample size was determined and analyzed using Cochran's formula of 319 people. To measure intellectual capital (human capital, communication capital and structural capital) from the questionnaire of Bontis (1998) and Al-Sharnoubi and Albana (2021) and to measure business intelligence from the questionnaire of Huang et al. (2022) and to measure commercialization (customer commercialization questionnaire of Broberg et al. (2018) was used. Also, the software used for data analysis is SPSS22 and Smart PLS4. The results of the hypothesis test indicate that auditors' business intelligence has a positive and significant effect on the intellectual capital of auditors and the commercialization of audit institutions. And the intellectual capital of auditors also has a positive and significant effect on the commercialization of audit institutions. Finally, the auditors' intellectual capital plays a mediating role in the impact of business intelligence on the commercialization of auditing firms.

Key Words: intellectual capital of auditors, business intelligence, commercialization of audit institutions

 [10.22034/JPAR.2024.2043833.1359](https://doi.org/10.22034/JPAR.2024.2043833.1359)

1. Department of Accounting, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

farahani.a.acc@gmail.com

2. Department of Accounting, Parand Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(Corresponding Author) babakpourbahrami@gmail.com

<http://article.iacpa.ir>

نقش میانجی سرمایه فکری حساب‌رسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی

علیرضا شاهواروقی فراهانی^۱، بابک پوربهرامی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۸

مقاله‌ی پژوهشی

چکیده:

هدف از این پژوهش، بررسی نقش میانجی سرمایه فکری حساب‌رسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی است و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری، حساب‌رسان رسمی شاغل و فعال در موسسات حساب‌رسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران به تعداد ۱۸۷۹ می‌باشند. که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۹ نفر تعیین و مورد بررسی قرار گرفتند. برای اندازه‌گیری سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری) از پرسشنامه بونتیس (۱۹۹۸) و الشارنوبی و البانا (۲۰۲۱) و برای اندازه‌گیری هوش تجاری از پرسشنامه هوآنگ و همکاران (۲۰۲۲) و برای اندازه‌گیری تجاری‌سازی (مشتری محوری، بازارمحوری و فرایندمحوری) از پرسشنامه تجاری‌سازی بروبرگ و همکاران (۲۰۱۸) استفاده شد. همچنین، نرم افزار مورد استفاده برای انجام تحلیل داده‌ها SPSS22 و Smart PLS4 می‌باشد. نتایج حاصل از آزمون فرضیات حاکی از آنست که هوش تجاری حساب‌رسان بر سرمایه فکری حساب‌رسان و تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی تاثیر مثبت و معناداری دارد. و سرمایه فکری حساب‌رسان نیز بر تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی تاثیر مثبت و معناداری دارد. در نهایت، سرمایه فکری حساب‌رسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی نقش میانجی دارد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فکری حساب‌رسان، هوش تجاری، تجاری‌سازی موسسات حساب‌رسی

 [10.22034/JPAR.2024.2043833.1359](https://doi.org/10.22034/JPAR.2024.2043833.1359)

farahani.a.acc@gmail.com

babakpourbahrami@gmail.com

<http://article.iacpa.ir>

۱. گروه حسابداری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. گروه حسابداری، واحد پرند، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۱- مقدمه

هوش تجاری یک منبع داخلی ارزشمند و غیرقابل جایگزین است که به شرکت‌های استارت آپ کمک می‌کند مبنای دانش خود برای مدیران را توسعه و گسترش دهند. هدف هوش تجاری این است که تا حد ممکن بیشترین گام‌ها و وظایف تجاری را خودکار و یکپارچه سازد. اخیراً اجرا و آرایش سیستم‌های هوش تجاری به یکی از اولویت‌های اصلی مدیران اطلاعات ارشد سازمان‌ها تبدیل شده است. هوش تجاری می‌تواند تأثیر معناداری بر روی عملکرد یک شرکت داشته باشد و بنابراین برای بسیاری از شرکت‌ها یک اولویت مهم به شمار می‌آید. (هوآنگ و دیگران، ۲۰۲۲). هوش تجاری، به عنوان یک مجموعه از تکنیک‌ها، به صورت یک فرآیند تعریف می‌شود که به موجب آن یک شرکت می‌تواند اطلاعات را از یک محیط متلاطم، پایش و جذب کند تا یک فرصت را شناسایی کند، و تهدیدات مربوط به ریسک را به حداقل می‌رساند (تارک و همکاران، ۲۰۱۹). در تحلیل عملکرد هوش تجاری، برخی اقدامات کلیدی مانند جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها و به اشتراک‌گذاری و انتشار اطلاعات، شناسایی شده‌اند. طی بین‌المللی شدن، کاربرد هوش تجاری، به شدت تحت تأثیر این امر قرار می‌گیرد که کدام اطلاعات انتخاب می‌شود، و چگونه به دانش تصمیم‌گیری تبدیل می‌شود. از اینرو، تحقیقات اخیر مربوط به هوش تجاری و بین‌المللی شدن شرکت بر ادغام داده‌ها و قابلیت تحلیلی تمرکز داشته است. هدف ادغام داده‌ها، ترکیب داده‌های قابل مشاهده باقی مانده در منابع مختلف، جهت ایجاد اطلاعات توصیفی می‌باشد، مانند، چه کسی، چه چیزی، چه زمانی و چه مقدار داده مرتبط تأثیر می‌گذارد (فراریس، و همکاران، ۲۰۱۹). قابلیت تحلیلی، با تصمیم‌گیری شرکت ارتباط نزدیک دارد و می‌تواند با مشارکت کارکنان به انتقال دانش سودمند به دانش صریح کمک کند، که برای تصمیم‌گیری مفید است (کاسیرو، ۲۰۱۹). بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که ادغام داده‌ها و قابلیت تحلیلی دو ویژگی مهم هوش تجاری هستند که می‌توانند به یک شرکت کمک کنند تا داده‌های تجاری را بدست آورند، اطلاعات ارزشمند را گردآوری کنند و در آخر، دانش جدیدی برای شرکت در فرآیند بین‌المللی شدن ایجاد کنند.

از سوی دیگر، قابلیت تحلیلی هوش تجاری، به بهینه‌سازی دانش تصمیم‌گیری درباره تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی کمک می‌کند. نقش قابلیت تحلیلی، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا اطلاعات توصیفی را به دانش تبدیل کنند و گزینه‌هایی را برای تصمیم‌گیری در اختیار آنها قرار می‌دهد (گادفینسون و همکاران، ۲۰۱۵). از اینرو، قابلیت تحلیلی مبتنی بر هوش تجاری می‌تواند منجر به ایجاد ارتباط قابل اعتماد و آسان برای بهبود اثر بخشی تصمیم‌گیری از طریق دانش صریح، شود که تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی را تسریع می‌کند. عملکرد هوش تجاری برای شرکت‌های حسابرسی اهمیت خاصی دارد (دنگ و یانگ، ۲۰۱۸).

بنابراین، موضوع تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی و تغییر نوع رویکردهای عملکردی مؤسسات جزء موضوعات استراتژیک در حیطه‌های کلان مؤسسات حسابرسی محسوب می‌شود که نیازمند تغییر و تحول در برنامه‌ها و سیاست‌های آتی مؤسسات دارد. نکته حایز اهمیت این است که این

موضوع با توجه به توضیحات داده شده، کمتر مورد توجه قرار گرفته است (بروبرگ و همکاران، ۲۰۱۸). پژوهش‌های انجام گرفته پس از رسوایی انرون نیز نشان می‌دهند که تجاری‌سازی حرفه حسابرسی یکی از عوامل تسهیل کننده بروز رفتار غیراخلاقی و کاهش کیفیت و استقلال حسابرس است (سودابی و همکاران، ۲۰۰۹؛ سوری و همکاران، ۲۰۱۰؛ کارتر و همکاران، ۲۰۱۵). آنها معتقدند که نتیجه این کار منجر به تخریب حسابرسی به عنوان یک حرفه می‌گردد. ورود به یک حرفه تخصصی که نیازمند تصمیم‌گیری است، مستلزم مشخصه‌ها و ویژگی‌های متمایزی است که مهمترین آن توانایی تجاری‌سازی موسسات حسابرسی است. با این حال، مطالعات اخیر نشان می‌دهد که حسابرسان امروزه با چالش‌هایی در انجام تجاری‌سازی موسسات حسابرسی در محیط حسابداری و حسابرسی، مواجه هستند (گلور و دیگران، ۲۰۱۴).

از طرف دیگر، در اقتصاد دانایی محور، فعالیت‌های سازمان بر اساس دانش روز سازمان شکل می‌گیرند و توجه بیشتر به مدیریت دارایی‌های نامشهود و انواع سرمایه‌های ناملموس در سازمان معطوف می‌شود. در این میان سازمان‌هایی موفق ترند که از این دارایی‌های با ارزش به نحو مطلوبتری استفاده کنند. در اقتصاد دانش محور، از سرمایه فکری به منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و در دنیای امروز، موفقیت هر سازمان به توانایی مدیریت این دارایی‌ها بستگی دارد. مدیریت سرمایه فکری به مانند مدیریت هر منبعی دارای فرصت‌های بی نظیر و در عین حال به دنبال خود، چالش‌های خاص خود را دارد. امروزه نگاه مدیران از دارایی‌های مشهود به دارایی‌های نامشهود معطوف شده است (رزمان و دیگران، ۱۴۰۱). سرمایه فکری را می‌توان اساسی‌ترین دارایی یک سازمان دانست که شرکت را در مسیر رشد و پیشرفت قرار می‌دهد. سرمایه فکری یکی از دارایی‌های نامشهود و ارزشی سازمان‌ها برای رسیدن به نوآوری و پاسخگویی به تحولات امروزی می‌باشد. بهره‌برداری از انواع مختلف دانش در سازمان یا سرمایه فکری می‌تواند منجر به افزایش مزیت رقابتی سازمان‌ها شود (دالوند و دیگران، ۱۴۰۰).

مالیک^۱ (۲۰۱۹) پیشنهاد کردند که وقتی سازمان حسابرسی بخواهد در صنعت رقابتی باقی بماند، در کنار تجاری‌سازی نقش‌های سرمایه فکری نیز حایز اهمیت فراوانی است. در ادبیات تحقیق، رابطه مثبتی بین هوش تجاری و سرمایه فکری حسابرسان نشان داده شده است. سطح بالاتر هوش تجاری، مهارت‌ها و پتانسیل یادگیری کارکنان را افزایش می‌دهد. این مساله، محیط نوآوری را ایجاد کرده، خلاقیت را القا می‌کند و در نهایت به سرمایه فکری منجر می‌گردد (تان و نوردین^۲، ۲۰۱۱). کیسینگو و همکاران (۲۰۱۶)، در زمینه نقش هوش تجاری و سرمایه فکری در نمونه مورد مطالعه، شواهد تجربی ارایه کرده‌اند. با این حال، یافته‌های مرتبط با هوش تجاری، سرمایه فکری و تجاری‌سازی در سازمان‌های حسابرسی، محدود باقی مانده است. لذا ما به بررسی نقش هوش تجاری و سرمایه فکری در تجاری‌سازی در موسسات حسابرسی خواهیم پرداخت.

۲- مبانی نظری و توسعه فرضیه‌ها

منگ^۳ و همکاران (۲۰۲۴) در تحقیقی تحت عنوان ارزیابی تاثیر سرمایه فکری بر کیفیت

حسابرسی در پویایی بازار حسابرسی بیان کردند که این مطالعه ارتباط معنادار بین سرمایه فکری و کیفیت حسابرسی را برجسته می‌کند و بر ارزش استراتژیک دارایی‌های فکری در بهبود اثربخشی و قابل اعتماد بودن خدمات حسابرسی در شرکت‌های حسابرسی رقابتی تأکید می‌کند. الخطیب و دیگران^۴ (۲۰۲۲) در تحقیقی تحت عنوان آیا سرمایه فکری می‌تواند مزیت رقابتی را ارتقا دهد؟ نقش قابلیت‌های نوآوری خدمات بیان کردند که رابطه مثبت بین سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای و مزیت رقابتی و همچنین اثر میانجی نوآوری خدمات وجود دارد. یافته‌ها تأیید کردند که یک رابطه تعدیل‌کننده برای قابلیت‌های تجزیه و تحلیل بین نوآوری خدمات و مزیت رقابتی وجود دارد. هوآنگ و دیگران^۵ (۲۰۲۲) در تحقیقی تحت عنوان تأثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی استارت‌آپ‌ها بیان کردند که تأثیر هوش تجاری بر روی عملکرد مالی به صورت غیرمستقیم و از طریق نقش واسطه‌ای ابتکار و یادگیری شبکه در استارت‌آپ‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است. جالب این است که این دو عامل برای بهبود عملکرد مالی ضروری هستند. چنگ و همکاران^۶ (۲۰۲۰) در تحقیقی تحت عنوان تسهیل سرعت بین‌المللی‌سازی: نقش هوش تجاری و چابکی سازمانی بیان کردند که (۱) هوش تجاری تأثیر معناداری در سرعت بین‌المللی‌سازی دارد و چابکی سازمانی به طور مثبت این رابطه را میانجی‌گری می‌کند. (۲) فاصله فرهنگی به طور منفی رابطه بین چابکی سازمانی و سرعت بین‌المللی‌سازی را تعدیل می‌کند. پوپویوچ^۷ و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان هوش تجاری: تأثیر سیستم‌ها بر بهره‌وری شرکت بیان کردند که چگونه استفاده از هوش تجاری بر بهره‌وری تأثیر می‌گذارد. نتایج به دست آمده بینش‌های سودمندی را برای مدیران و آرایه‌دهندگان راه حل برای کمک به درک تأثیر عوامل تعیین‌کننده مختلف در اثربخشی بیشتر فرآیندهای پس از اتخاذ هوش کسب و کار در شرکت‌های کوچک و متوسط ارائه می‌دهد.

مومنی و پورزمانی (۱۴۰۳) در تحقیقی تحت عنوان نقش ابعاد مختلف نظریه سرمایه فکری در تبیین نگرش حسابرسان نسبت به ایفای مسیولیت‌پذیری اجتماعی بیان کردند که سرمایه فکری و ابعاد آن (انسانی، ساختاری و ارتباطی)، تأثیر مثبت و معناداری در تبیین نگرش حسابرسان نسبت به ایفای مسیولیت‌پذیری اجتماعی در حرفه حسابرسی دارد. اعرابی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی تحت عنوان ارتباط بین ارزش‌افزوده سرمایه فکری، کارایی سرمایه انسانی با تأکید بر رشد و تأثیر آنها بر رشد درآمد سرانه صادرات کارکنان در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بیان کردند که بین سرمایه فکری، کارایی سرمایه انسانی بر درآمد صادراتی رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین بین رشد سرمایه انسانی بر رشد درآمد صادراتی رابطه مثبتی وجود دارد. شهرکی و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی تحت عنوان تأثیر هوش تجاری و مؤلفه‌های آن بر ایجاد و توسعه یک سازمان چابک نشان دادند که متغیر هوش تجاری بر چابکی سازمانی و ابعاد آن تأثیر معناداری دارد. همچنین بیشترین تأثیر هوش تجاری بر بعد شایستگی در چابکی سازمانی است. دالوند و دیگران (۱۴۰۰) در تحقیقی تحت عنوان اثر سرمایه فکری روی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی بیان کردند که سرمایه فکری بر مزیت رقابتی و عملکرد

سازمانی از طریق نوآوری و فرهنگ یادگیری اثر مستقیم دارد. ملکیان و همکاران (۱۳۹۷)، به بررسی و رتبه‌بندی افشای ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه فکری به روش سلسله مراتبی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. از نظر خبرگان در سطح ابعاد، سرمایه انسانی دارای رتبه یک اهمیت افشا و سرمایه رابطه‌ای و ساختاری در رتبه‌های بعدی هستند. در رتبه‌بندی نهایی بین شاخص‌ها، اطلاعات بهره‌وری کارکنان و اطلاعات قومیتی و جنسیتی کارکنان به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین درجه اهمیت افشا را دارند.

در پژوهش حاضر برای شناسایی مکانیزمی که از طریق آن نقش هوش تجاری را در تجاری‌سازی موسسات حسابرسی را مورد سنجش قرار می‌دهد. در این پژوهش متغیر وابسته، «تجاری‌سازی موسسات حسابرسی» و متغیر مستقل «هوش تجاری» بودند. همچنین متغیر «سرمایه فکری حسابرسان» بعنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شدند.

هوش‌های چندگانه بدون شک یک ترند خوب برای ارتقای صنعت خدمات گرای حسابرسی است (احمدی و پورزمانی، ۱۴۰۲). در جوامعی که افراد با هوش تجاری بالا وجود دارند، نوآوری و سرمایه فکری بیشتری مشاهده می‌شود. افراد باهوش دارای افق فکری و درک بالایی هستند که آن‌ها را قادر می‌سازد با رفتارهای نوآورانه و اتخاذ تصمیمات مناسب، سرمایه فکری را در جامعه توسعه دهند. این افراد حاضرند چالش‌های عقلانی بیشتری را در ارتباط با سرمایه فکری بپذیرند. فعالیت حسابرسان باهوش در حرفه حسابرسی موجب استفاده بیشتر از ایده‌ها و فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بهتر با محیط پیرامون خود می‌شود و زمینه را برای توسعه بستر سرمایه فکری فراهم می‌آورد. ارتقاء مهارت‌های هوش معنوی می‌تواند به افزایش و در نهایت بسط سرمایه فکری در ابعاد مختلف و ایجاد توسعه کمک نماید (مومنی و پورزمانی، ۱۴۰۱).

تجاری‌سازی می‌تواند برای شرکتها مفید باشد تا در تغییر سریع چرخه عمر فناوری و وضعیت چابک، فعالیت‌های تجاری را به آرامی آغاز کنند. از این رو رهبری دانش‌گرا، سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا به مزایای بلندمدت دست یابد (بانمارووی^۱ و همکاران، ۲۰۲۲). مقالات فراوانی گردآوری شده و مرتبط با این موضوع است. از جمله، شمیم و همکاران (۲۰۱۷) دریافتند که کلیدهای اساسی برای موفقیت موسسات حسابرسی، افزایش قابلیت نوآوری، آموزش و دانش در یک سازمان است. باید اهمیت نوآوری را در هنگام مواجهه با تغییر سریع در زمینه کسب و کار ناشی از نوآوری و فناوری درک کرد. بنابراین، دانستن نحوه ایجاد تجاری‌سازی پایدار در موسسات حسابرسی ضروری است. لذا فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه اصلی: سرمایه فکری حسابرسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی موسسات حسابرسی نقش میانجی دارد.

هوش تجاری عبارت است از استفاده بهینه از تکنولوژی و ابزارهای تحلیلی فناوری اطلاعات در راستای جمع‌آوری داده و تبدیل آن به اطلاعات و پالایش آن به دانش مورد نیاز کسب و کار که در نهایت منجر به اتخاذ تصمیمات صحیح مدیریت آن تجارت شود. این تصمیمات باید دقیق

و هوشمندانه اتخاذ شوند و در راستای اهداف تعریف شده آن تجارت باشد. (پوپوویچ و همکاران، ۲۰۱۹). در تعاریف ارایه شده از تجاری‌سازی می‌توان سه دیدگاه کاملاً متمایز را از یکدیگر تمیز داد؛ دیدگاه اول نظر متخصصانی است که تجاری‌سازی فناوری را به صورت یک زنجیره متصل به هم از خلق ایده تا فروش و به کاری‌گیری فناوری توسط مشتری نهایی در نظر می‌گیرند (ملک عسگر و پورزمانی، ۱۴۰۲). لذا فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه اول: هوش تجاری حسابرسان بر تجاری‌سازی موسسات حسابرسانی تاثیر دارد.

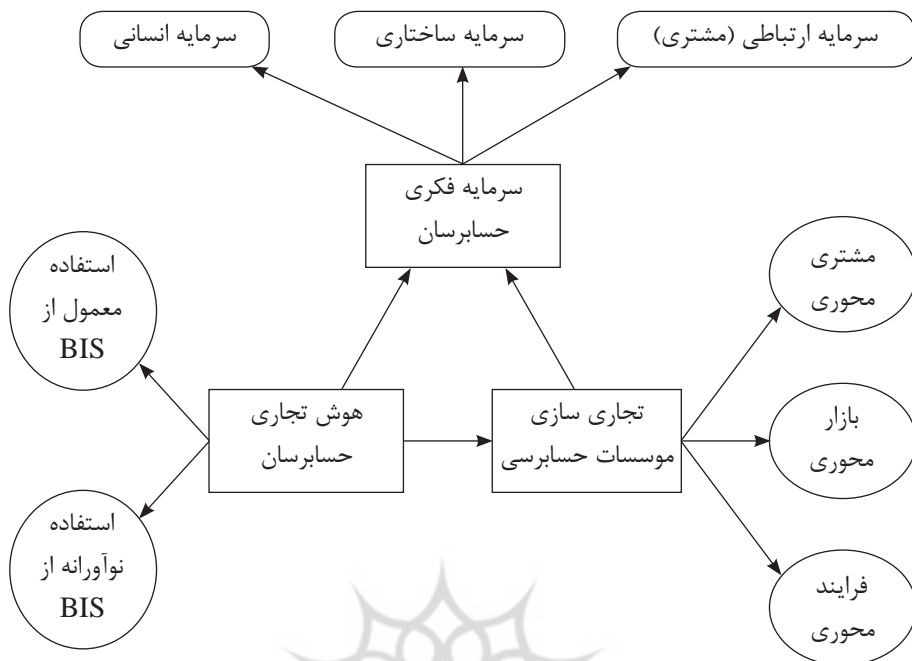
هیچ محصول نرم‌افزاری به تنهایی نمی‌تواند ادعای هوش کسب و کار داشته باشد، بلکه مجموعه‌ای از عملکردها و ابزارهای نوین به استناد پایگاه‌های داده‌ای موجود در هر کسب و کار می‌تواند رویکرد تولید تصمیمات مورد نیاز هر کسب و کار را فراهم نماید و در نهایت این مدیران و صاحبان حرف و مشاغلند که با در اختیار داشتن تصویر صحیحی از تجارت خود تصمیمات حیاتی و هوشمندانه‌ای اتخاذ می‌نمایند که شامل استفاده معمول از BIS و استفاده نوآورانه از BIS می‌باشد (پوپوویچ و همکاران، ۲۰۱۹). سرمایه فکری^۱، تجربه و اطلاعاتی است که در سازمان زمینه خلق ارزش را فراهم می‌کند. این سرمایه به عنوان دارایی‌های ناملموس و منابع موجود در یک سازمان تعریف می‌شود که به محصولات، خدمات و فرایندها انتقال یافته، بهره‌وری را بهبود بخشیده، ارزش خلق می‌کند (غیائی و دیگران، ۱۴۰۰). لذا فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه دوم: هوش تجاری حسابرسان بر سرمایه فکری حسابرسان تاثیر دارد.

سرمایه فکری، شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری یا سازمانی و سرمایه ارتباطی یا مشتری می‌باشد. سرمایه انسانی یک سازمان، شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسأله و سبک‌های رهبری می‌شود (مندعلی زاده، ۱۴۰۰). سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان می‌شود که دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و هرآنچه که ارزش‌اش برای سازمان بالاتر از ارزش مادی اش است (دهقانی سلطانی و آذر، ۱۳۹۹) و سرمایه ارتباطی یا مشتری، عبارت از اطلاعات بازار و ارتباط با مشتریان برای استفاده در جذب و حفظ مشتریان است (غیائی و دیگران، ۱۴۰۰). متخصصان طرفدار دیدگاه تجاری‌سازی، آن را مترادف با انتقال فناوری قلمداد کرده‌اند. دیدگاه سوم به متخصصان حوزه بازاریابی و یا توسعه محصول جدید در شرکت‌ها اختصاص دارد این متخصصان تجاری‌سازی فناوری و آخرین فعالیت چرخه توسعه محصول جدید قلمداد می‌کنند (ملک عسگر و پورزمانی، ۱۴۰۲). لذا فرضیه زیر مطرح می‌شود:

فرضیه سوم: سرمایه فکری حسابرسان بر تجاری‌سازی موسسات حسابرسانی تاثیر دارد.

براساس اهداف پژوهش و با توجه به مبانی نظری مربوطه مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ در نظر گرفته شد. بنابراین فرضیات بصورت زیر مطرح می‌شوند:



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

۳. روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف، از نوع کاربردی است و بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری در این مطالعه، شامل حسابداران رسمی شاغل در موسسات حسابرسی عضو جامعه حسابداران رسمی ایران می‌باشند. که کل اعضای جامعه حسابداران رسمی ایران برابر ۲۹۹۰ نفر می‌باشند. که اعضای غیر شاغل برابر ۱۱۱۱ نفر بوده که از مجموع جامعه کسر خواهد شد. بنابراین، اعضای شاغل و فعال عضو جامعه حسابداران رسمی ایران به تعداد ۱۸۷۹ نفر می‌باشند که در این تحقیق، این تعداد مدنظر خواهد بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۹ نفر تعیین شده و نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. بدین منظور در حدود ۳۳۰ پرسشنامه توزیع شده و سپس ۳۱۹ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفتند. همچنین در پژوهش حاضر، بر اساس اهداف تحقیق، برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استاندارد، استفاده شده است. برای اندازه‌گیری سرمایه فکری (سرمایه انسانی، سرمایه ارتباطی و سرمایه ساختاری) از پرسشنامه سرمایه فکری بونتیس (۱۹۹۸) و الشارنوبی و البانا (۲۰۲۱) و برای اندازه‌گیری هوش تجاری از پرسشنامه ۷ سوالی هوآنگ و دیگران (۲۰۲۲) و برای اندازه‌گیری تجاری‌سازی (مشتری محوری، بازارمحوری و فرایندمحوری) از پرسشنامه تجاری‌سازی بروبرگ و دیگران (۲۰۱۸) استفاده شد. در بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش، با تحلیل عاملی تأییدی، ساختار کلی پرسش نامه‌های تحقیق

مورد روایی سنجی سازه محتوایی قرار گرفت. بار عاملی بین ۰/۴ تا ۰/۶ قابل قبول و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد، خیلی مطلوب است که بار عاملی تمامی گویه‌ها بزرگتر از ۰/۴ می‌باشد لذا روایی پرسشنامه تأیید می‌گردد. همچنین در مورد سنجش پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. که چون این ضرایب بزرگتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است. جهت بررسی روابط بین متغیرها با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری، از نرم افزارهای SPSS و Smart PLS4 استفاده شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

به منظور شناخت بهتر جامعه‌ای که در پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری لازم است این داده‌ها توصیف شوند. با توجه به جدول ۱ نتایج حاصل از یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد که اکثر افراد نمونه دارای جنسیت مرد، دارای سن ۳۱ تا ۴۰ سال، دارای سطح تحصیلات فوق لیسانس و دارای سابقه ۱۱ تا ۱۵ سال می‌باشند.

جدول ۱. یافته‌های توصیفی

تعداد نفرات نمونه در طیف مورد استفاده				متغیر جمعیت شناختی	
زن		مرد		جنسیت	
۶۵		۲۵۴			
۶۱ سال به بالا	۵۱ تا ۶۰ سال	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۱ تا ۴۰ سال	۲۰ تا ۳۰ سال	سن
۱۹	۴۱	۱۱۹	۱۲۷	۳	
دکتری		کارشناسی ارشد	کارشناسی		سطح تحصیلات
۶۶		۲۰۹	۴۴		
بیشتر از ۱۵ سال		۱۱ تا ۱۵ سال	۶ تا ۱۰ سال	کمتر از ۵ سال	سابقه کاری
۱۶		۱۴۹	۱۲۹	۲۵	

جهت بررسی برازش مدل، از برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش کلی مدل استفاده می‌کنیم. به منظور بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری تحقیق، به بررسی ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^{۱۰} می‌پردازیم. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۴ می‌باشد. در شکل شماره ۲ تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در SmartPLS4، بعد از سنجش بارهای عاملی سؤالات، نوبت به محاسبه و گزارش ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی می‌رسد. معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی همگرا^{۱۱} است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد. که نتایج آن در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرهای پنهان تحقیق

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha > ۰.۷)	ضریب پایایی ترکیبی (CR > ۰.۷)	میانگین واریانس استخراجی (AVE > ۰.۵)
تجاری سازی موسسات حسابرسی	۰.۸۵۹	۰.۹۱۴	۰.۷۸۱
سرمایه فکری حسابرسان	۰.۷۲۶	۰.۸۳۷	۰.۶۳۱
هوش تجاری حسابرسان	۰.۷۷۹	۰.۹۰۱	۰.۸۱۹

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰,۷ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیارها در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE¹²، ۰,۵ است و مطابق با یافته‌های جدول فوق این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرای پژوهش تأیید می‌شود. جهت سنجش روایی واگرا از معیار فورنل-لارکر استفاده کرده‌ایم. که نتایج بصورت جدول ۳ می‌باشد. چون مقادیر قطر اصلی (جذر AVE) برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرهای پنهان موجود در مدل بیشتر می‌باشد روایی واگرای مدل نیز تأیید می‌شود.

جدول ۳. محاسبه روایی واگرا

متغیرها	تجاری سازی موسسات حسابرسی	سرمایه فکری حسابرسان	هوش تجاری حسابرسان
تجاری سازی موسسات حسابرسی	۰.۶۱۹	۰.۲۸۱	۰.۸۷۹
سرمایه فکری حسابرسان	۰.۶۹۱	۰.۲۲۱	۰.۳۳۳
هوش تجاری حسابرسان	۰.۶۹۶	۰.۲۰۴	۰.۳۲۵

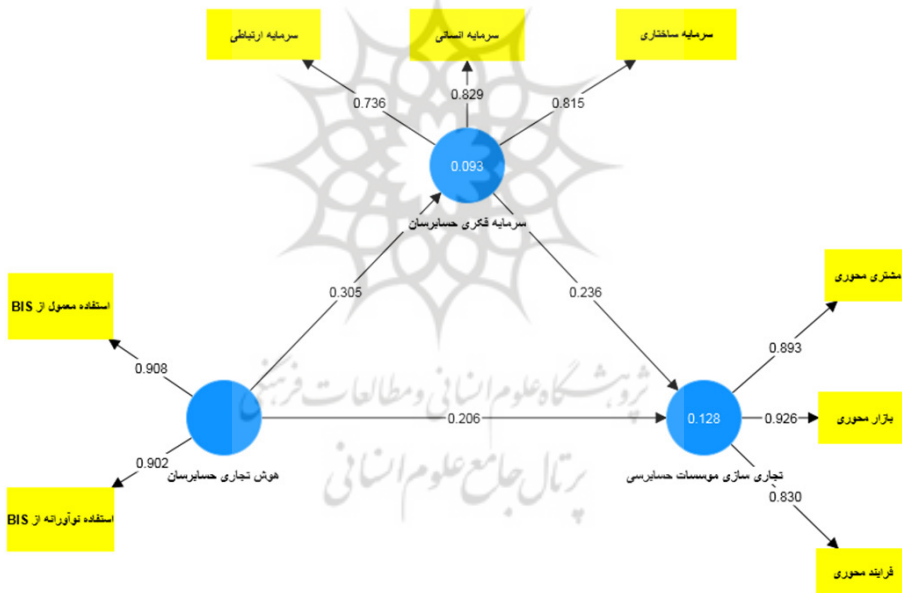
با توجه به شکل شماره ۲ و ۳، فرضیه‌های تحقیق چون ضرایب t بیشتر از ۱,۹۶ بدست آمده‌اند، لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن آنها تأیید می‌شود. دومین معیار برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش ضرایب R2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است. R2 معیاری است که نشان از تأثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا دارد و سه مقدار ۰,۱۹، ۰,۳۳ و ۰,۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R2 در نظر گرفته می‌شود. مطابق با شکل ۳، مقدار R2 برای سازه‌های درون‌زای پژوهش محاسبه شده است که با توجه به سه مقدار ملاک، می‌توان مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید ساخت. برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰,۰۱، ۰,۲۵ و ۰,۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. این معیار از طریق فرمول زیر محاسبه می‌گردد:

Communalities از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان پژوهش به دست می‌آید.

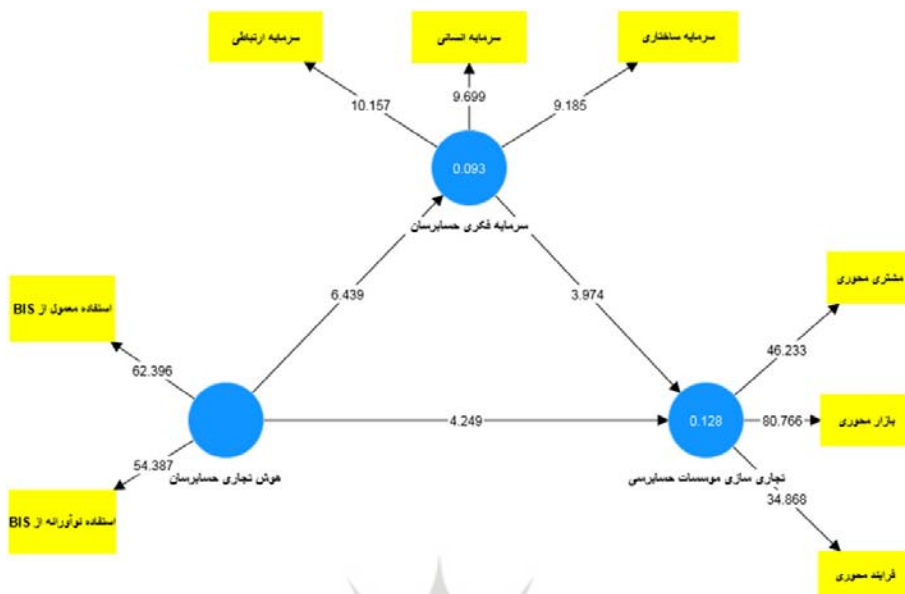
جدول ۴- میزان Community و R^2 متغیرهای تحقیق

Community	R^2	متغیرهای مکنون
۰,۵۲۹	۰,۱۲۸	تجاری سازی موسسات حسابداری
۰,۴۸۷	۰,۰۹۳	سرمایه فکری حسابرسان
۰,۶۲۰		هوش تجاری حسابرسان
GOF	$\overline{R^2}$	$\overline{Community}$
۰,۲۴۶	۰,۱۱۰۵	۰,۵۴۵

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰,۲۴۶، برازش متوسط مدل کلی تأیید می‌شود. در این قسمت به بررسی آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از نرم افزار PLS4 می‌پردازیم.



شکل ۲. مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب بارهای عاملی و ضرایب معناداری همانطور که مشاهده می‌کنید، مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب بارهای عاملی در شکل ۲ نمایش داده شده است.



شکل ۳. مدل ساختاری تحقیق همراه با ضرایب معناداری

همانطور که در شکل ۳ و جدول ۴ نیز مشاهده می‌کنید، مدل ساختاری پژوهش همراه با ضرایب معناداری نمایش داده شده است.

جدول ۴- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری مدل پژوهش

نتیجه	سطح معناداری	ضریب مسیر (β)	T Statistics ضرایب آماره	مسیر
تایید	۰.۰۰۰	۰.۲۳۶	۳.۹۷۴	سرمایه فکری حسابرسان -> تجاری سازی موسسات حسابرسی
تایید	۰.۰۰۰	۰.۲۰۶	۴.۲۴۹	هوش تجاری حسابرسان -> تجاری سازی موسسات حسابرسی
تایید	۰.۰۰۰	۰.۳۰۵	۶.۴۳۹	هوش تجاری حسابرسان -> سرمایه فکری حسابرسان
تایید	۰.۰۰۲	۰.۰۷۲	۳.۱۶۳	هوش تجاری حسابرسان -> سرمایه فکری حسابرسان حسابرسان -> تجاری سازی موسسات حسابرسی

با توجه به جدول ۴، نتایج روابط مستقیم و ضرایب معناداری مسیرها در مدل پژوهش نمایش داده شده است.

تحلیل فرضیات:

فرضیه اصلی: سرمایه فکری حسابرسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی موسسات حسابرسی نقش میانجی دارد.

با توجه به شکل ۲ و ۳ و جدول ۴ می‌توان گفت ضریب استاندارد شده بین متغیرها (هوش تجاری حسابرسان $-$ سرمایه فکری حسابرسان $-$ تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی) برابر $\beta = 0,072$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t = 3,163$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $(1,96)$) که نشان می‌دهد نقش میانجی سرمایه فکری حسابرسان در این تاثیر، معنادار است. و می‌توان نتیجه گرفت، سرمایه فکری حسابرسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی نقش میانجی دارد. و لذا فرضیه اصلی تأیید خواهد شد.

فرضیه اول: هوش تجاری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی تاثیر دارد. با توجه به شکل ۲ و ۳ و جدول ۴ می‌توان گفت ضریب استاندارد شده بین متغیرها (هوش تجاری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی) برابر $\beta = 0,206$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t = 4,249$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $(1,96)$) که نشان می‌دهد این تاثیر، معنادار است. و می‌توان نتیجه گرفت، هوش تجاری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: هوش تجاری حسابرسان بر سرمایه فکری حسابرسان تاثیر دارد. با توجه به شکل ۲ و ۳ و جدول ۴ می‌توان گفت ضریب استاندارد شده بین متغیرها (هوش تجاری حسابرسان بر سرمایه فکری حسابرسان) برابر $\beta = 0,305$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t = 6,439$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $(1,96)$) که نشان می‌دهد این تاثیر، معنادار است. و می‌توان نتیجه گرفت، هوش تجاری حسابرسان بر سرمایه فکری حسابرسان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه سوم: سرمایه فکری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی تاثیر دارد. با توجه به شکل ۲ و ۳ و جدول ۴ می‌توان گفت ضریب استاندارد شده بین متغیرها (سرمایه فکری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی) برابر $\beta = 0,236$ می‌باشد. و ضریب معناداری (آماره تی) نیز برابر $t = 3,974$ بوده (بیشتر از قدرمطلق $(1,96)$) که نشان می‌دهد این تاثیر، معنادار است. و می‌توان نتیجه گرفت، سرمایه فکری حسابرسان بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

با بررسی مطالعات صورت گرفته در حوزه حسابرسی مشخص شد که مطالعات اندکی به موضوع تاثیر نقش میانجی سرمایه فکری حسابرسان در تاثیر هوش تجاری بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی توجه داشته‌اند. و تاثیر همزمان آنها تاکنون در هیچ تحقیقی مورد بررسی قرار نگرفته است. با عنایت به برآیند حاصله از آزمون‌های مختلف آماری و تجزیه و تحلیل فرضیه‌های پژوهش حاضر، می‌توان گفت که هوش تجاری و سرمایه فکری در حرفه حسابرسی تأثیر مثبت و معناداری بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی دارد. انتظار می‌رود با افزایش سطح هوش تجاری و سرمایه فکری در حرفه حسابرسی، تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی نیز افزایش قابل ملاحظه‌ای یابد. در نتیجه، جستجوی مقالات و پژوهش‌های مرتبط، موارد دقیقاً مشابهی با

جامعه آماری و متغیرهای مورد استفاده در پژوهش حاضر یافت نشد. ولیکن می‌توان گفت نتایج حاصل از پژوهش حاضر با کلیات یافته‌های نسبتاً مرتبط پژوهش‌های پیشین شامل منگ^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۴)، الخطیب و دیگران^{۱۴} (۲۰۲۲)، هوانگ و دیگران^{۱۵} (۲۰۲۲)، چنگ و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۰)، پوپویچ^{۱۷} و همکاران (۲۰۱۹)، مومنی و پورزمانی (۱۴۰۳)، اعرابی و همکاران (۱۴۰۲)، دالوند و دیگران (۱۴۰۰)، ملکیان و همکاران (۱۳۹۷)، همسو و در یک راستا بوده و همخوانی دارد. لذا اینگونه می‌توان تبیین نمود که با توجه به دنیای پیچیده و رقابتی امروز که اطلاعات به سرعت در حال تغییرات وجود بینش صحیح و بهنگام از فعالیت‌ها و شرایط تجارت برای کنترل سازمان ضرورت دارد که با پیشرفت فناوری اطلاعات، هوش تجاری توسعه داده شده است. در مجموع می‌توان گفت که هوش تجاری بخش مهمی از راه حل ارائه دهنده اطلاعات حیاتی تصمیم‌گیری به تجاری‌ها جهت اطمینان بخشی از پایداری (تجاری) و خلق ارزش برای سهامداران شده است. عوامل تعیین‌کننده موفقیت اشاره به آندسته از عواملی دارد که سازمان برای افزایش شانس‌های موفقیت تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی نیاز دارد مورد توجه قرار دهد. همچنین، مبتنی بر نظریه بکر و شولتز در خصوص سرمایه فکری، معتقدیم که در حرفه حسابرسی نیز سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر تبیین نگرش حسابرسان دارد و انتظار داریم با افزایش سرمایه در حرفه حسابرسی، تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی نیز ارتقاء یابد. به دیگر سخن، جوانب متعدد سرمایه فکری، از جمله کنترل مدیریت و حفظ و ارتقای آن در مؤسسات و سازمان‌های حسابرسی، می‌بایست منطبق و همسو با تعریف اقدامات تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی باشد. این عوامل نه تنها می‌توانند به بهبود عملکرد حرفه کمک شایانی نمایند، بلکه در پیشرفت‌های اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی حرفه حسابرسی، از جمله ارتقای جایگاه و منزلت حسابداران و حسابرسان مؤثر خواهند بود. به طور خلاصه، می‌توان چنین نتیجه‌گیری نمود که تقویت و توسعه روزافزون نقش ابعاد مختلف سرمایه فکری در حرفه حسابرسی، موجب تقویت هر چه بهتر و بیشتر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی خواهد شد. از سوی دیگر، تمایل روزافزون نهادهای مختلف حرفه‌ای و تجاری در سراسر جهان، به‌ویژه کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته، به تعهد نسبت به ابعاد مختلف سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و ارتباطی)، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی خواهد داشت. بنابراین، تقویت سرمایه فکری توسط حسابرسان، منجر به تضمین موفقیت حرفه حسابرسی در بلندمدت و نیز رشد اقتصادی و بهبود تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی خواهد شد. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود که مدل مفهومی این پژوهش به‌عنوان مبنایی در حرفه حسابرسی برای افزایش تأثیرگذاری هوش تجاری و سرمایه فکری در تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی مورد استفاده قرار گیرد. توجه به جنبه‌های هوش تجاری و سرمایه فکری می‌تواند موجب افزایش کیفیت حسابرسی، عدم تسلیم در برابر خواسته‌های صاحبکاران، ارتقای سطح پاسخگویی و اطمینان بخشی و اعتمادسازی در برابر ذی‌نفعان و جامعه و فعالان و متولیان بازار سرمایه و در نهایت جلوگیری از ناهنجاری‌های شناختی و اخلاقی در حرفه حسابرسی و بهبود تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی شود.

به منظور تقویت هر چه بیشتر سرمایه فکری، باید ارتباطات حرفه‌ای حسابرسی با ذی‌نفعان

و آحاد جامعه افزایش یابد. ابعاد انسانی، ساختاری و ارتباطی، اصلی‌ترین عناصر سرمایه فکری هستند که به جهت واکنش‌پذیری زیاد، همواره در معرض نابودی قرار دارند. مجموعه منسجم این عناصر، ارتباطات اجتماعی و سایر ابعاد مختلف سرمایه فکری را بنیان می‌نهند و بسترهای لازم برای ارتقای مسیولیت‌پذیری اجتماعی در میان حسابرسان را شکل می‌دهند.

از آنجا که حسابرسان بالقوه، دانشجویان رشته‌های مرتبط و حسابرسان بالفعل (شاغل در مؤسسات و سازمان‌های حسابرسی) جمعیت نسبتاً وسیعی را تشکیل می‌دهند، بسط و توسعه هوش تجاری می‌تواند منجر به ارتقای شرایط حرفه‌ای حسابرسی و در نتیجه، پیشرفت جامعه کمک فراوانی کند. در انتها به سازمان و مؤسسات حسابرسی پیشنهاد می‌شود برای تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی خود برنامه ریزی نموده و سیاست‌هایی را در این زمینه تدوین نمایند. از اینرو باید توجه زیادی را صرف افزایش هوش تجاری و سرمایه فکری خود نمایند. همچنین، پیشنهاد می‌شود با توجه به اینکه در بازارهای رقابتی، کلید موفقیت هر شرکتی، توسعه و ترویج مستمر سرمایه فکری است، و نیازمند این می‌باشند که شرکت، ساختار خود را به شکلی خلاقانه که به حفظ این مزیت رقابتی منجر شود، تنظیم و تدوین و ایجاد نماید.

همچنین، با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر برای انجام پژوهش‌های آتی ارائه می‌گردد:

- بررسی راهکارهای ارتقای سطح تجاری‌سازی مؤسسات حسابرسی توسط هوش‌های چندگانه.
- تأثیر ویژگی‌های مؤسسات حسابرسی مانند اندازه و محیط اخلاقی بر هوش‌های تجاری.
- تأثیر شهرت و تخصص حسابرس بر هوش تجاری وی.
- بررسی تجزیه و تحلیل چگونگی تأثیر هوش تجاری بر پیامدهای رفتاری مانند تصمیم‌گیری اخلاقی حسابرس و تغییر تصمیم یا رفتار ناکارآمد.

منابع

- احمدی، زانیار، پورزمانی، زهرا. (۱۴۰۲). تأثیر هوش‌های چندگانه بر قضاوت و تصمیم‌گیری حسابرسان در حسابرسی با توجه به نقش میانجی فرهنگ سازمانی حسابرسان. پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای، ۳(۱۲)، ۶۶-۸۷.
- اعرابی، علیرضا، پناهی درجه، مهرداد عرب صالحی، مهدی (۱۴۰۲). ارتباط بین ارزش‌افزوده سرمایه فکری، کارایی سرمایه انسانی با تأکید بر رشد و تأثیر آنها بر رشد درآمد سرانه صادرات کارکنان در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. قضاوت و تصمیم‌گیری در حسابداری، ۲(۸)، ۳۵-۶۰.
- دالوند، وحید، سپهوند، رضا، نظرپوری، امیرهوشنگ (۱۴۰۰). اثر سرمایه فکری روی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری و فرهنگ یادگیری اعضای هیأت علمی دانشگاه لرستان، فصلنامه رشد فناوری، ۹(۱۸)، ۳۴-۴۵.
- دهقانی سلطانی، مهدی، آذر، عادل. (۱۳۹۹). نقش مکان و سرمایه فکری در دستیابی به مزیت رقابتی

و ارتقاء عملکرد کسب و کارهای کوچک پوشاک. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۲(۲۴)، ۲۰۹-۲۳۹.
 رزمان، علی، گنجی نیا، حسین، رضوانی چمن زمین، موسی. (۱۴۰۱). شناسایی و بیان
 شاخص‌های موثر بر مدیریت سرمایه فکری با رویکرد الگوی دانشی در گمرکات کشور.
 خطمشی‌گذاری عمومی در مدیریت، ۱۳(۱).

شهرکی، علیرضا، پیران، فاطمه، بنی‌هاشمی، سید علی. (۱۴۰۱). تأثیر هوش تجاری و
 مؤلفه‌های آن بر ایجاد و توسعه یک سازمان چابک. بررسی‌های بازرگانی، ۴(۳)، ۲۴-۳۳.
 غیاثی، شهین، حسین پور، مهرعلیزاده، نصیری، ماریا، ۱۴۰۰. طراحی مدل ارزیابی وضعیت
 سرمایه فکری با رویکرد بهبود بهره‌وری (مورد مطالعه: دانشگاه‌های کشور). مدیریت بهره‌وری،
 ۱۵(۲) (۵۷)، ۱۵۷-۱۷۹.

مندعلی زاده، زینب (۱۴۰۰). رابطه سرمایه فکری و پایداری در کسب و کارهای ورزشی و ارایه
 مدل. پژوهشنامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۱۷(۳۳)، ۲۱۰-۱۹۳.
 ملک عسگر، حمیدرضا، پورزمانی، زهرا. (۱۴۰۲). تاثیر هویت حسابرسان بر تجاری‌سازی
 موسسات حسابرسی باتوجه به نقش میانجی قضاوت حسابرسان. تحقیقات حسابداری و حسابرسی،
 ۱۵(۵۸)، ۲۹-۴۶.

مومنی، سهیل، پورزمانی، زهرا، (۱۴۰۳). نقش ابعاد مختلف نظریه سرمایه فکری در تبیین نگرش
 حسابرسان نسبت به ایفای مسیولیت‌پذیری اجتماعی. حسابداری و منافع اجتماعی، ۱۳(۴)، ۲۵-۶۲.
 مومنی، سهیل، پورزمانی، زهرا. (۱۴۰۱). تاثیر تفکر انتقادی وجودی، تولید معنای شخصی،
 آگاهی متعالی و بسط خودآگاهی حسابرسان بر تکوین نظریه سرمایه فکری در حرفه حسابرسی.
 پژوهش‌های حسابرسی حرفه‌ای، ۳(۹)، ۱۲۰-۱۴۵.

Ahmadi, Z., Pourzamani, Z. (2013). The effect of multiple intelligences on auditors' judgment and decision-making in auditing with regard to the mediating role of auditors' organizational culture. *Professional Auditing Research*, 3(12), 66-87. (In Persian)

Alkhatib, A.W. and Valeri, M., (2024). Can intellectual capital promote the competitive advantage? Service innovation and big data analytics capabilities in a moderated mediation model. *European Journal of Innovation Management*, 27(1), 263-289.

Arabi, A., Panahi-Darcheh, M. Arab Salehi, M. (2013). The relationship between intellectual capital value added, human capital efficiency with emphasis on growth and their impact on growth of per capita export income of employees in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Judgment and Decision Making in Accounting*, 2(8), 35-60. (In Persian)

Banmairuroy, Wisanut Taweesak Kritjaroen, Winai Homsombat, (2022) The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: Evidence from Thailand's new S- curve industries, *Asia Pacific Management Review*, 27(3), 200-209,

Broberg, P., Umans, T., Skog, P., Theodorsson, E. (2018). "Auditors' professional and organizational identities and commercialization in audit firms", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(2), 374-399, <https://doi.org/10.1108/AAAJ-02-2014-1607>.

Carter, C., Spence, C. and Muzio, D. (2015), "Scoping an agenda for future research into the professions", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(8), 1198- 1216.

Caseiro, N., & Coelho, A. (2019). The influence of Business Intelligence capacity, network

learning and innovativeness on startups performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 139–145. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>.

Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. *Journal of Business Research*, 110, 95-103.

Dalvand, V., Sepahvand, R., Nazarpouri, A. Amir Hooshang (2012). The effect of intellectual capital on competitive advantage and organizational performance with the mediating role of innovation and learning culture of Lorestan University faculty members, *Technology Development Journal*, 69(18), 34-45(In Persian). (In Persian)

Dehghani Soltani, M., Azar, A. (2019). The role of location and intellectual capital in achieving competitive advantage and improving the performance of small clothing businesses. *Journal of Executive Management*, 12(24), 209-239. (In Persian)

Deng, Z., & Sinkovics, R. (2018). Rapid expansion of international new ventures across institutional distance. *Journal of International Business Studies*, 49(8), 1010–1032. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0108-6>.

Elsharnouby, T.H. and Elbanna, S., 2021. Change or perish: Examining the role of human capital and dynamic marketing capabilities in the hospitality sector. *Tourism Management*, 82, 104184.

Ferraris, A., Mazzoleni, A., Devalle, A., & Couturier, J. (2019). Big data analytics capabilities and knowledge management: Impact on firm performance. *Management Decision*, 57(8), 1923–1936. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0825>.

Ghiyashi, S., Hossein Pour, M., Nasiri, M. (2019). Designing a model for assessing the status of intellectual capital with a productivity improvement approach (case study: universities in the country). *Productivity Management*, 15(2 (57)), 157-179. (In Persian)

Glover, S. M., & Prawitt, D. F. (2014). Practitioner summary: Enhancing auditor professional skepticism: The professional skepticism continuum. *Current Issues in Auditing*, 8(2), 1–10.

Gudfinnsson, K., Strand, M., & Berndtsson, M. (2015). Analyzing business intelligence maturity. *Journal of Decision Systems*, 24(1), 37–54. <https://doi.org/10.1080/12460125.2015.994287>.

Huang, Z., Savita, K.S., & Zhong-jie, J. (2022). The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups. *Inf. Process. Manage.* 59, 102761.

Malek Asgar, H., Pourzamani, Z. (2002). The effect of auditors' identity on the commercialization of audit firms with regard to the mediatory role of auditors' judgment. *Accounting and Auditing Research*, 15(58), 29-46. (In Persian)

Malik, O., Shahzad, A., Raziq, M.M., Khan, M.M., Yusuf, S., & Khan, A. (2019). Perceptions of organizational politics, knowledge hiding, and employee creativity: The moderating role of professional commitment. *Personality and Individual Differences*, 142, 232-237.

Mandalizadeh, Z. (2001). The relationship between intellectual capital and sustainability in sports businesses and the presentation of a model. *Journal of Sports Management and Movement Behavior*, 17(33), 210-193.(In Persian)

Meng, C., Abdullah, D.F., Khatib, S.F. and Idris, N., (2024). Assessing the impact of intellectual capital on audit quality within the audit market dynamics. *Environment and Social Psychology*, 9(5).

Momeni, S, Pourzamani, Z. (2003). The role of different dimensions of intellectual capital theory in explaining auditors' attitudes towards fulfilling social responsibility. *Accounting and Social Interests*, 13(4), 25-62. (In Persian)

Momeni, S., Pourzamani, Z. (2001). The impact of existential critical thinking, personal

meaning production, transcendental awareness, and the development of auditors' self-awareness on the development of intellectual capital theory in the auditing profession. *Professional Auditing Research*, 3(9), 120-145. (In Persian)

Popovič, A., Hackney, R., Coelho, P. S., & Jaklič, J. (2012). Towards business intelligence systems success: Effects of maturity and culture on analytical decision making. *Decision Support Systems*, 54(1), 729-739. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.08.017>.

Popovič, A., Puklavec, B., & Oliveira, T. (2019). Justifying business intelligence systems adoption in SMEs: Impact of systems use on firm performance. *Industrial Management and Data Systems*, 119(1), 210-228. <https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2018-0085>

Razman, A., Ganjinia, H., Rezvani Chaman Zamin, M. (2018). Identifying and expressing effective indicators on intellectual capital management with a knowledge model approach in the country's customs. *Public Policy in Management*, 13 (1). (In Persian)

Shahraki, A., Piran, F., Bani Hashemi, S. (2018). The effect of business intelligence and its components on the creation and development of an agile organization. *Commercial Surveys*, 4(3), 24-33. (In Persian)

Shamim, S., Cang, S., Yu, H., & Li, Y. (2017). Examining the feasibilities of Industry 4.0 for the hospitality sector with the lens of management practice. *Energies*, 10(4), 499.

Sori, Z.M., Karbhari, Y. and Mohamad, S. (2010), "Commercialization of accounting profession: the case of non-audit services", *International Journal of Economics and Management*, 4(2), 212-242.


Suddaby, R. Y. Gendron, and H. Lam. (2009). The Organizational Context of Professionalism in Accounting, *Accounting, Organizations and Society* 34 (3/4). 409-427.

Tan, C. L., & Nasurdin, A. M. (2011). Human resource management practices and organizational innovation: Assessing the mediating role of knowledge management effectiveness. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 9(2), 155

Tarek, B. H., Zouhayer, M., & Adel, G. (2019). Entrepreneurial competitive intelligence between uppsala model and born global theories in the case of north african smes. *Journal of the Knowledge Economy*, 10(2), 734-755. <https://doi.org/10.1007/s13132-017-0489-6>.

پی‌نویس:

- | | |
|--|---|
| 1. Malik | 10. Composite Reliability |
| 2. Tan & Nasurdin | 11. Convergent Validity |
| 3. Meng, C. | 12. Average Variance Extracted |
| 4. Alkhatib, A.W. and Valeri, M | 13. Meng, C. |
| 5. Zhi-xiong Huang a,*, K.S. Savita b, Jiang Zhong-jie a | 14. Alkhatib, A.W. and Valeri, M |
| 6. Cong Cheng, Huihui Zhong, Liebing Cao | 15. Zhi-xiong Huang a,*, K.S. Savita b, Jiang Zhong-jie a |
| 7. Popovič | 16. Cong Cheng, Huihui Zhong, Liebing Cao |
| 8. Banmairuoy | 17. Popovič |
| 9. Intellectual Capital | |

	COPYRIGHTS This is an open access article under the CC-BY 4.0 license.
---	--