



## مولفه های فرهنگ ملی و سرمایه فکری ملی : یک مطالعه بین المللی

میثم معمر<sup>۱</sup>

بهمن بنی مهد<sup>۲\*</sup>

اعظم شکری چشمه سبزی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۷

### چکیده

در یک اقتصاد دانش بنیان ، سرمایه فکری منبع ای مهم برای ایجاد مزیت رقابتی و محرکی اثر گذار در ایجاد ارزش است. سرمایه فکری در سطح ملی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است و این موضوع می تواند ناشی از تفاوت های فرهنگی کشورها باشد. بنابراین ، هدف اصلی پژوهش حاضر ، مطالعه رابطه میان فرهنگ ملی بر سرمایه فکری ملی در ۱۱۴ کشور از کشورهای جهان است. در این پژوهش برای جمع آوری مبانی نظری و داده های تحقیق ، از روش کتابخانه ای استفاده شده است. هم چنین، آزمون فرضیه ها بر اساس روش همبستگی با استفاده رگرسیون چند متغیره انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد مشخصه های فرهنگی فاصله قدرت رابطه معنی دار و منفی ، و فردگرایی و دید بلندمدت رابطه معنی دار و مثبت با سرمایه فکری ملی کشورها دارند. اما متغیرهای مردگرایی و اجتناب از عدم اطمینان رابطه ای معنی دار با سرمایه فکری ملی ندارند. یافته های این مقاله می تواند شناخت بهتری درباره اثرات فرهنگ بر سرمایه فکری در اختیار سیاست گذاران و مدیران اقتصادی قرار دهد.

**واژه های کلیدی :** فرهنگ ملی ، سرمایه فکری ملی ، دانش بنیان و مزیت رقابتی

---

<sup>۱</sup> دانشجوی دوره دکتری، گروه حسابداری ، واحد کرج ، دانشگاه آزاد اسلامی ، کرج ، ایران [meshkat.8912@gmail.com](mailto:meshkat.8912@gmail.com)

<sup>۲\*</sup> استاد، گروه حسابداری ، واحد کرج ، دانشگاه آزاد اسلامی ، کرج ، ایران (نویسنده مسئول) [dr.banimahd@gmail.com](mailto:dr.banimahd@gmail.com)

<sup>۳</sup> استادیار ، گروه حسابداری ، واحد کرج ، دانشگاه آزاد اسلامی ، کرج ، ایران [azam\\_shokri@yahoo.com](mailto:azam_shokri@yahoo.com)

۱- مقدمه

در اقتصاد دانش محور، نقش سرمایه فکری در ایجاد ارزش برای سازمان ها بیشتر از نقشی است که سرمایه های مالی و فیزیکی ایفا می کنند. سرمایه فکری به عنوان یکی از دارایی های نامشهود، منبع ای مهم برای ایجاد مزیت رقابتی و محرکی اثر گذار در ایجاد ارزش برای یک بنگاه اقتصادی است. منظور از سرمایه فکری، دانش کارکنان، مهارت ها، آموزش یا هر گونه اطلاعات اختصاصی دیگری است که ممکن است برای اهداف تجاری از جمله جذب مشتری، کسب سود، ایجاد محصول جدید و بهبود کسب و کار به کار گرفته شود. در محیط کسب و کار امروز، سرمایه فکری یکی از حیاتی ترین عواملی است که باعث توسعه و رقابت در سازمان ها می شود (لین و ادوینسن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). در اقتصادهای مبتنی بر دانش، سهم سرمایه نامشهود بیشتر از سرمایه مشهود در افزایش تولید است. در اقتصاد دانش، ارزش کشورها، مناطق، سازمانها و افراد، به طور مستقیم با دانش و سرمایه فکری ارتباط دارد (ادوینسن و بنفور<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). هم چنین مطالعات نشان می دهند کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی در تمام زمینه های سرمایه فکری بهتر از کشورهای آمریکای جنوبی و آسیایی عمل نموده اند. این موضوع نشان می دهد که سرمایه فکری و دارایی های دانش بنیان نه تنها از سوی مدیران کسب و کار، بلکه از سوی سیاست گذاران و رهبران در سطح ملی نیز مورد توجه قرار گرفته است (لی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین حدس زده می شود که فرهنگ ملی بر سطوح سرمایه فکری ملی تأثیر داشته باشد. تاکنون در حوزه سرمایه فکری، اکثر پژوهش های انجام شده تأثیر

سرمایه فکری بر عملکرد مالی و بازار شرکت ها را مورد بررسی قرار داده اند (به عنوان نمونه کیفیلی و همکاران، ۱۴۰۱؛ پور زمانی و همکاران، ۱۳۹۱). برخی از مطالعات نیز اثر فرهنگ سازمانی بر سرمایه فکری سازمان ها را بررسی نموده اند (نصیری پور و همکاران، ۱۳۹۲). آن چه که از بررسی متون و مقالات منتشر شده در حوزه سرمایه فکری می توان استنباط نمود آن است که موضوع سرمایه فکری تنها از دیدگاه خرد و در سطح بنگاه ها و سازمان ها مورد مطالعه قرار گرفته است. اما این پژوهش، سعی دارد تا از دیدگاه کلان و در سطح کشورهای مختلف اثرات مولفه های فرهنگی هر کشور بر سرمایه فکری ملی آن را بررسی نماید. بر این اساس هدف این مقاله آن است تا ضمن بسط مبانی نظری درباره سرمایه فکری، تأثیر فرهنگ ملی کشورها بر سرمایه فکری ملی را مورد مطالعه قرار دهد. از این رو، پرسش این پژوهش آن است که تا چه اندازه مولفه های فرهنگی هر کشور با سرمایه فکری ملی آن کشور ارتباط معنی دار دارد؟ به نظر می رسد که این پژوهش بتواند دستاوردهای علمی به شرح زیر داشته باشد:

اول آن که این پژوهش موجب بسط مبانی نظری در حوزه فرهنگ و سرمایه فکری در متون حسابداری در سطح کلان و بین المللی شود. این موضوع آگاهی و دانش پژوهشگران، دانشجویان و استادان رشته حسابداری را درباره نقش فرهنگ ملی در تصمیم گیری های کلان ارتقاء می دهد. دوم آن که یافته های این مقاله می تواند اطلاعات سودمندی درباره رابطه میان فرهنگ ملی و سرمایه فکری ملی به قانون گذاران و سیاست گذاران اقتصادی کشور قرار دهد. این مهم کمک می نماید تا در سطح کلان، سیاست

<sup>1</sup> Lin and Edvinsson

<sup>2</sup> Bounfour & Edvinsson

<sup>3</sup> Lee

گذاران اقتصادی درک و شناخت بهتری از مشکلات مربوط به بهبود سرمایه فکری داشته باشند. در نهایت این مقاله می تواند پیشنهادهایی را به منظور انجام پژوهش های آتی در اختیار پژوهشگران قرار دهد. ادامه مقاله به ترتیب به مبانی نظری، روش شناسی، یافته های پژوهش و نتیجه گیری و بحث اختصاص دارد.

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۲-۱- سرمایه فکری ملی

سرمایه فکری شامل دانش، اطلاعات، مالکیت فکری و تجربه تعریف می شود. نه تنها می توان از آن برای ایجاد ثروت استفاده نمود، بلکه این مفهوم منشاء سودآوری نیز است. سرمایه فکری تفاوت بین ارزش بازار و ارزش دفتری شرکت را نشان می دهد و روشی برای ایجاد ارزش شرکت از طریق دانش، تجربه و منابع نامشهود می باشد. به طور خلاصه، نقش اساسی سرمایه فکری افزایش رقابت پذیری یک سازمان است. هم چنین سرمایه فکری، یک سیستم فکری مهم در ایجاد ارزش های چندگانه و بهبود عملکرد مانند سودآوری، استراتژی، خلاقیت و نوآوری، وفاداری مشتری، کاهش هزینه ها و افزایش بهره وری آینده سازمان است. مفهوم سرمایه فکری نه تنها برای سازمان ها قابل استفاده است، بلکه برای ایجاد بهره وری ملی و رقابت پذیری نیز اهمیت دارد. به دلیل اهمیت آن، رهبران ملی، سیاست گذاران و سازمان های جهانی در تلاش هستند تا ثروت ملی، رقابت ملی یا توسعه اقتصادی خود را از منظر سرمایه فکری ملی ارزیابی و بهبود بخشند. توجه به سرمایه فکری ملی به یک ملت کمک می کند تا ثروت ناملموس خود را کشف و مدیریت کند (ادوینسون و بنفور، ۲۰۰۴).

سرمایه فکری ملی به پنج زیرمجموعه تقسیم می شود که عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه بازار، سرمایه فرایند،

سرمایه قابل تجدید و سرمایه مالی. سرمایه انسانی به دانش، آموزش و شایستگی افراد برای دستیابی به وظایف و اهداف ملی اشاره دارد (بونتیس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). این سرمایه شامل دانش، تخصص، مهارت ها، تجربه، خرد و توانایی افراد یک ملت است. سرمایه انسانی معمولاً به عنوان با ارزش ترین دارایی شناخته می شود، زیرا زیربنای توانایی کشور برای تصمیم گیری و تخصیص منابع است و منبعی برای نوآوری و خلق ارزش است (لین و ادوینسون<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱).

سرمایه بازار دارایی های عمومی است که رابطه یک کشور را با بازارهای بین المللی نشان می دهد (لین و ادوینسون، ۲۰۱۱)، همچنین توانایی و موفقیت آن کشور در ارائه راه حلی جذاب و رقابتی برای نیازهای مشتریان بین المللی خود. این یک نوع هوش اجتماعی است که در روابط داخلی ملی تعبیه شده است و از مقررات قانونی، مکانیسم های بازار و شبکه های اجتماعی تشکیل شده است. روابط بین الملل مستلزم سرمایه گذاری و نتیجه خارجی، محصولات صادراتی و کیفیت خدمات است که همگی از عناصر مهم سرمایه بازار هستند (بونتیس، ۲۰۰۴). سرمایه فرایند نشان دهنده توانایی های یک کشور در علم و فناوری، سیستم های اطلاعاتی و ارتباطات است، مانند نرم افزار، پایگاه های اطلاعاتی، آزمایشگاه ها و سیستم هایی با حافظه کافی (بونتیس، ۲۰۰۴).

سرمایه قابل تجدید، ثروت فکری آینده یک کشور را نشان می دهد. این به توانایی و سرمایه گذاری واقعی یک کشور برای افزایش قدرت رقابتی خود در بازارهای آینده اشاره دارد که به نوبه خود رشد آینده را تشویق می کند. سرمایه قابل تجدید شامل سرمایه گذاری و استفاده از فعالیت های جدید، تعداد حق اختراع، هزینه های تحقیق و توسعه و تعداد انتشارات علمی است (لین و ادوینسون، ۲۰۱۱).

<sup>2</sup> Lin & Edvinsson

<sup>1</sup> Bontis

سرمایه مالی به معنای توانایی های مالی یک ملت است، این شاخص برای ارزیابی و مقایسه سرمایه مالی یک کشور با سایر کشورها استفاده می شود. تولید ناخالص داخلی سرانه، نمونه ای از سرمایه مالی یک کشور است (هونتیس، ۲۰۰۴؛ لین و ادوینسون، ۲۰۱۱).

## ۲-۲- نظریه ابعاد فرهنگی هافستد

این نظریه توسط هافستد (۱۹۸۳) ارائه شد. او تفاوت های فرهنگی کشورها را در ابتدا در چهار بعد شامل ابعاد فاصله ی قدرت، اجتناب از عدم اطمینان، فردگرایی و مردگرایی معرفی می نماید. او در سال ۱۹۹۳ بعد دیگری به نام دید بلند مدت را به چهار بعد قبلی اضافه نمود. هافستد مجدداً در سال ۲۰۱۰ بعد ششم را با عنوان بعد لذت جویی ارائه نمود.

به عقیده هافستد کشورها به دلیل تفاوت در هویت، ارزش ها و عرف جامعه با هم تفاوت فرهنگی دارند. او فرهنگ را به عنوان برنامه ریزی ذهنی جمعی تعریف می کند که یک گروه یا گروهی از افراد را از یک دیگر جدا می کند.

ابعاد فرهنگی هافستد را می توان به صورت خلاصه به شرح زیر تشریح نمود:

فاصله ی قدرت: این بعد از ابعاد فرهنگی هافستد بیانگر آن است که تا چه اندازه افراد یک جامعه که قدرت کمتری دارند، توزیع نابرابر قدرت را پذیرفته اند.

اجتناب از عدم اطمینان: اجتناب از عدم اطمینان نشان دهنده میزان احساس خطر افراد در مقابل ابهام و عدم اطمینان را نشان می دهد. در جوامع ای که عدم اطمینان در آن ها بالا است ریسک گریزی در میان مردم افزایش می یابد، آن ها به دنبال پیش بینی وقایع هستند تا از موقعیت های نامطمئن اجتناب کنند.

فردگرایی: فردگرایی به این نکته تاکید دارد که آیا مردم ترجیح می دهند به حال خود رها شوند یا درون شبکه ای با ارتباطات نزدیک قرار بگیرند. در چنین جوامع ای دستاوردهای فردی، خودمختاری و خودگرایی تأکید بیشتری می شود (هافستد ۲۰۰۱).

مرد گرایی: در فرهنگ های مرد سالار، پول و مادیات مهم هستند. در چنین جوامعی مردم استقلال را ترجیح می دهند، افراد دارای اعتماد به نفس و جاه طلب بوده، موفقیت ها مورد تحسین قرار می گیرند و و اشتباهات قابل تحمل نیست. با توجه به این ویژگی ها، انتظار می رود که افراد با خصوصیات مردانه بتوانند انتخاب های پرخطرهای را برای ثروت آفرینی و خودنمایی داشته باشند (هافستد ۲۰۰۱).

دید بلندمدت: در کشورهایی که فرهنگ دید بلندمدت وجود دارد، آینده نگری مردم بالا است. اما در کشورهایی که جهت گیری دید کوتاه مدت است، مردم کمتر به فکر آینده هستند بلکه بیشتر به اتفاق های گذشته و حال فکر می اندیشند. بنابراین افرادی که در جوامع با جهت گیری دید بلندمدت زندگی می کنند معمولاً ریسک گریز هستند.

لذت جویی: این مشخصه فرهنگی میزان آزادی افراد در یک جامعه برای ارضای تکانه ها و امیال افراد و انجام امور مورد علاقه آنها مانند بودن با دوستان و خانواده وجود دارد مربوط است.

## ۲-۳- پیشینه پژوهش

ویلیامز و مک گوایر<sup>۲</sup> (۲۰۱۰)، با استفاده از مدل معادلات ساختاری در نمونه ای از ۶۳ کشور، دریافتند که فرهنگ بر خلاقیت اقتصادی کشورها تأثیر می گذارد. پینیلوس و

<sup>2</sup> Williams & McGuire

<sup>1</sup>. Hofstede

فرهنگی مرتبط با کار و اخلاق اجتماعی از طریق کارآفرینی و اثربخشی سازمانی موجب رشد اقتصادی می شوند.

گوپتا<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۶) تأثیر فرهنگ سازمانی بر سرمایه فکری را مورد بررسی قرار دادند. آن ها استدلال می کنند که هر چه صنعت بی ثبات تر باشد، نیاز به ایمن سازی و سرمایه گذاری روی سرمایه فکری بیشتر است، و برای شرکت ها ضروری تر است که فرهنگ ارگانیک انعطاف پذیر و سازگاری را اتخاذ کنند که ایجاد و استفاده از سرمایه فکری را تشویق می کند. لی<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۷) بر اساس داده های ۲۶ کشور، دریافتند کشورهایی با فرهنگ ملی خاص دارای سرمایه فکری کمتری هستند. آن ها هم چنین نشان دادند که سرمایه فکری در کشورهایی بالا است که در آن فاصله قدرت پایین، اجتناب از عدم اطمینان ضعیف و فردگرایی بالا باشد. دابیچ<sup>۸</sup> و همکاران (۲۰۱۹) بر اساس یک نظرسنجی بر روی ۲۵۳ شرکت کوچک و متوسط در کرواسی، دریافتند که سرمایه فکری، فرهنگ و جو سازمانی برای موفقیت یک شرکت، متغیرهایی مهم و حیاتی هستند و به شدت ارتباط معنی داری با هم دارند. به عقیده آن ها با ارتقاء مولفه های فرهنگی، سرمایه فکری نیز ارتقاء یافته و این موضوع منجر به بهبود نوآوری و در نهایت عملکرد اقتصادی خواهد شد.

گالیگو-آلوارز و پوچتا-مارتینز<sup>۹</sup> (۲۰۲۰) رابطه بین فرهنگ ملی و سرمایه گذاری در نوآوری را مورد بررسی قرار دادند. آن ها در این بررسی نشان دادند شرکت ها در جوامع مردگرا، با اجتناب از عدم اطمینان کم و جهت گیری دید بلندمدت، بیشتر در نوآوری سرمایه گذاری می کنند. نتایج

ریس<sup>۱</sup> (۲۰۱۱)، با استفاده از داده های ۵۲ کشور، شواهدی ارائه نمودند که نشان می دهد فردگرایی در کشورها با سطوح مختلف توسعه، ارتباط معنی داری با کارآفرینی ندارد. به طور مشابه، عوامل اجتماعی بر میزان و جهت تغییرات فنی تأثیر می گذارند. به دنبال این مطالعات مشخص می شود که ارزش های فرهنگی و سایر عوامل اجتماعی بر فعالیت کارآفرینی و فرآیند نوآوری تأثیر می گذارد. تیلور و ویلسون<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) با تجزیه و تحلیل مجموعه داده ای از ۶۲ کشور به شواهدی دست یافتند که ارزش های فرهنگی در جوامع تأثیر مثبت قوی بر نوآوری دارند. علاوه بر این، انواع خاصی از جمع گرایی (مانند میهن پرستی و ناسیونالیسم) نیز می تواند نوآوری را در سطح ملی تقویت کند. هالکوس و تزرمس<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) بر استفاده از تحلیل پوششی داده ها تأثیر ارزش های فرهنگی بر سطح کارایی نوآوری ۲۵ کشور اروپایی را مدل سازی و اندازه گیری می کند. نتایج تجربی نشان می دهد که فرهنگ ملی می تواند بر عملکرد نوآوری کشورها تأثیر بگذارد. به طور خاص، ما اثرات منفی قابل توجهی بر سطوح کارایی نوآوری کشورها برای کشورهایی با فاصله قدرت و مقادیر اجتناب از عدم قطعیت بالاتر پیدا کردیم. لو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در یک بررسی از ۳۰ کشور، اثر سرمایه فکری ملی بر کارایی اقتصادی سیستم ملی نوآوری را مورد مطالعه قرار دادند. آن ها دریافتند که سرمایه فکری ملی نقش مهمی در تأثیرگذاری بر کارایی اقتصادی سیستم ملی نوآوری بازی می کند. چاندان<sup>۵</sup> (۲۰۱۵) در مطالعه ای از اقتصادهای نوظهور با نرخ رشد بالا نشان داد که باورها و ارزش های

<sup>6</sup> Gupta

<sup>7</sup> Lee

<sup>8</sup> Dabić

<sup>9</sup> Gallego-Alvarez & Pucheta-Martínez

<sup>1</sup> Pinillos & Reyes

<sup>2</sup> Taylor & Wilson

<sup>3</sup> Halkos & Tzeremes

<sup>4</sup> Lu

<sup>5</sup> Chandan

پژوهش علی و همکاران (۲۰۲۱) در بانک های عراقی حاکی از تأثیر معنادار فرهنگ بر مؤلفه های مختلف سرمایه فکری یعنی سرمایه های انسانی، ساختاری و مشتری است. جالب توجه است که مؤلفه های سرمایه فکری به طور قابل توجهی عملکرد نوآوری بانکها را افزایش می دهد که منجر به مزیت های رقابتی بهتر بانک های تجاری می شود.

آندو<sup>۱</sup> (۲۰۲۱) در تجزیه و تحلیل ارتباط میان فاصله فرهنگی میان شرکت اصلی و شرکت های تابعه خارجی و ارتباط آن با عملکرد سرمایه انسانی در شرکت های تابعه دریافت که با پذیرش فرهنگ ملی در انتخاب مدیران بومی می توان عملکرد شرکت های تابعه را بهبود بخشید. از این رو، تفاوت فرهنگ های ملی میان شرکت اصلی و تابعه، نمی تواند بر عملکرد سرمایه انسانی تأثیر معنی داری داشته باشد. لویز-زاپاتا و رامیرز-گومز (۲۰۲۲) طی پژوهشی نشان دادند سرمایه فکری با نحوه دستیابی به مزیت رقابتی پایدار، بقای سازمانی و عملکرد شرکت رابطه مثبت دارد و فرهنگ بازار به عنوان یک متغیر واسطه ای رابطه ای معنی دار و مثبت در رابطه مذکور دارد. این در حالی است که تأثیر واسطه ای فرهنگ انعطاف پذیر، فرهنگ طایفه ای و فرهنگ سلسله مراتبی معنادار نیست.

پریم<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۳) رابطه بین ابعاد فرهنگی و میزان نوآوری در سطح ملی را در ۷۲ کشور مورد مطالعه قرار دادند. یافته های تحقیق آن ها نشان می دهد فردگرایی، جهت گیری بلندمدت و لذت جویی رابطه ای معنی دار و مثبت با سطح خلاقیت و فن آوری کشورها دارد. اما ابعاد فرهنگی فاصله قدرت، اجتناب از عدم اطمینان و مردگرایی رابطه ای ضعیف و معنی دار با سطح

نوآوری کشورهای مورد بررسی دارند. هم چنین آن ها دریافتند کشورهایی مولفه های فرهنگی رقابت، برنامه ریزی، سلسله مراتبی یا خیرخواهانه موجب افزایش نوآوری می شود.

حیدری و محمدجانی (۱۳۹۳) طی پژوهشی هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری را مورد ارزیابی قرار دادند. یافته های این پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین هوش فرهنگی و سرمایه فکری وجود دارد.

با توجه به مبانی نظری و اهداف پژوهش، سؤال این پژوهش آن است که تا چه اندازه مولفه های فرهنگی فردگرایی، مردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان، دید بلند مدت و فاصله قدرت با سرمایه فکری ملی کشورها رابطه معنی دار دارد.

### ۳- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، از نوع پژوهش های کاربردی است. پژوهش حاضر، از نظر روش و ماهیت از نوع پژوهش همبستگی است. روش پژوهش از لحاظ نوع استدلال، قیاسی- استقرایی است. برای گردآوری اطلاعات در مورد ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش کتابخانه ای استفاده شده است. داده های آماری مرتبط با فرضیه های پژوهش با استفاده از روش اسنادی از داده های بانک جهانی استخراج و با توجه به فرضیه های پژوهش، متغیرها از اطلاعات بدست آمده محاسبه شده است. با توجه به این که اطلاعات و داده های گردآوری از اطلاعات شاخص رقابت پایدار جهانی<sup>۳</sup> و هم چنین از متغیرهای

<sup>1</sup> Ando

<sup>2</sup> Prim

<sup>3</sup> The Global Sustainable Competitiveness Index

مولفه های فرهنگی هافستد شامل فردگرایی ، مردگرایی ، اجتناب از عدم اطمینان ، دید بلند مدت و فاصله قدرت است. این متغیرها از سایت هافستد استخراج می شود. در این سایت برای هر کشور امتیازی از صفر تا صد برای هریک از مولفه های فرهنگی اختصاص داده شده است.

#### ۴- یافته های پژوهش

جدول شماره ۱ نتایج مربوط به آمار توصیفی را ارائه می نماید. این جدول میانگین سرمایه فکری ملی را در سطح کشورهای مورد مطالعه ۴۴/۲۴ از ۱۰۰ نشان می دهد. میانگین مولفه های فرهنگی هافستد شامل فاصله قدرت برابر ۶۶/۳۲، فردگرایی برابر ۳۸، مردگرایی برابر ۴۶/۷۷، اجتناب از عدم اطمینان برابر ۲۰/۹۶ و دید بلند مدت برابر ۴۴/۴۴ می باشد.

مربوط به مولفه های فرهنگی از سایت هافستد<sup>۱</sup> استخراج شده اند. جامعه آماری این پژوهش کلیه کشورهای جهان است. از آنجایی که تنها امتیاز مشخصه های فرهنگی ۱۱۴ کشور در سایت هافستد وجود داشت ، لذا نمونه آماری در برگزیده ۱۱۴ کشور می باشد. قلمرو زمانی پژوهش نیز سال ۲۰۲۲ است. جمع آوری و وارد نرم افزار اکسل گردید و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. روش مورد استفاده برای تحلیل داده شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی یعنی رگرسیون چند متغیره می باشد. متغیر وابسته در تحقیق حاضر شاخص سرمایه فکری ملی در هر کشور است. این متغیر برای هر کشور از گزارش شاخص پایدار رقابت جهانی استخراج گردیده است<sup>۲</sup>. در این گزارش امتیاز هر کشور از سرمایه فکری از صفر تا صد نمره گذاری شده است. هم چنین متغیرهای مستقل نیز

جدول شماره ۱: آمار توصیفی

میانگین	سرمایه فکری	فاصله قدرت	فردگرایی	مردگرایی	اجتناب از عدم اطمینان	دید بلند مدت
۴۴/۲۴	۶۶/۳۲	۳۸/۰۷	۴۶/۷۷	۶۶/۸۵	۴۴/۴۴	
میان	۴۳/۱۰	۷۰	۴۶	۶۷	۴۱/۵۰	
انحراف معیار	۱۲/۷۲	۲۰/۷۲	۲۱/۲۴	۱۷/۵۷	۲۰/۹۶	۲۳/۳۶
حد اقل	۱۷/۷۰	۱۱	۶	۸	۰	۰
حداکثر	۷۷/۸۰	۱۰۰	۹۱	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

می باشد. لذا می توان گفت که میان متغیرهای مستقل رگرسیون ، خود همبستگی شدید وجود ندارد. هم چنین در جدول شماره ۳ نیز آماره هم خطی نشان می دهد که

جدول شماره ۲ همبستگی میان متغیرهای مستقل تحقیق را نشان می دهد. همان گونه که مشاهده می شود بیشترین همبستگی معنی دار بین فاصله قدرت و فردگرایی برابر ۴۶ درصد است. این مقدار زیر ۵۰ درصد

<sup>2</sup> <https://solability.com/the-global-sustainable-competitiveness-index/the-index/intellectual-capital>

<sup>1</sup> [www.hofstede-insights.com/country-comparison/](http://www.hofstede-insights.com/country-comparison/)

هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود ندارد زیرا مقدار این آماره زیر عدد ۵ است.

متغیرهای مستقل	۱	۲	۳	۴	۵
۱-فاصله قدرت	۱	-۰/۴۶۰**	۰/۰۵۲	۰/۲۴۲**	۰/۰۰۶
۲-فردگرایی		۱	۰/۰۶۶	-۰/۲۰۸**	۰/۱۳۰
۳-مردگرایی			۱	-۰/۰۱۶	۰/۰۳۷
۴-اجتناب از عدم اطمینان				۱	۰/۲۲۲**
۵-دید بلندمدت					۱

\*\* معنی دار در سطح اطمینان ۹۵ درصد

به منظور تجزیه و تحلیل بیشتر، کشورها به دو گروه با سرمایه فکری بالا و سرمایه فکری پایین طبقه بندی شدند. برای این منظور ابتدا میانه سرمایه فکری کشورهای مورد تحقیق، محاسبه و مقادیر بالای میانه به عنوان کشورها با سرمایه فکری بالا با مقدار یک و بقیه کشورها به عنوان سرمایه فکری پایین با صفر نشان داده شدند. تعداد ۷۲ کشور در گروه سرمایه فکری بالا و بقیه کشورها نیز در گروه سرمایه فکری پایین طبقه بندی شدند. بعد از این طبقه بندی بر اساس رگرسیون لاجستیک باینری چند متغیره، ارتباط میان مولفه های فرهنگی هافستد و سرمایه فکری مورد بررسی مجدد قرار گرفت. نتایج این بررسی در جدول شماره ۴ آورده شده است.

برای پاسخ به سئوال پژوهش، ارتباط میان متغیرهای مستقل فردگرایی، مردگرایی، اجتناب از عدم اطمینان، دید بلند مدت و فاصله قدرت با سرمایه فکری بر اساس رگرسیون چند متغیره مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی در جدول شماره ۳ گزارش شده است. شواهد این جدول، بیانگر آن است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد مولفه های فرهنگی فاصله قدرت رابطه معنی دار و منفی، و متغیرهای فردگرایی و دید بلندمدت رابطه معنی دار و مثبت با سرمایه فکری دارند. اما متغیرهای مردگرایی و اجتناب از عدم اطمینان رابطه ای معنی دار با سرمایه فکری ندارند. هم چنین آماره دوربین واتسن برابر ۱/۹۳۷ و نزدیک عدد ۲ می باشد، این موضوع نشان می دهد که میان مقادیر باقی مانده رگرسیون، خود همبستگی وجود ندارد.

شرح	ضرایب	آماره t	سطح معنی داری	آماره هم خطی
عرض از مبدأ	۴۱/۷۵	۶/۱۹	۰/۰۰۰	-
فاصله قدرت	-۰/۱۷۷	-۲/۹۰۹	۰/۰۰۵	۱/۹۳۵
فردگرایی	۰/۱۵۱	۲/۴۶۱	۰/۰۱۶	۲/۰۲۸
مردگرایی	-۰/۰۱۰	-۰/۱۸۹	۰/۸۵۰	۱/۰۲۶
اجتناب از عدم اطمینان	-۰/۰۳۱	-۰/۶۴۰	۰/۵۲۴	۱/۱۴۴
دید بلندمدت	۰/۲۶۸	۶/۴۳۶	۰/۰۰۰	۱/۱۰۷



آماره F	۲۰/۰۸۷	۰/۰۰۰
Ajd. R <sup>2</sup> = ۰/۴۹۶		D.W = ۱/۹۳۷
سطح معنی داری آماره کلموگروف - اسمیرنوف برای مقادیر باقی مانده برابر ۱۴/۴ درصد و بیش از ۵ درصد است.		

فکری بالا دارند ، تنها دو متغیر فرهنگی فردگرایی و دید بلندمدت بر ایجاد سرمایه فکری آن ها موثر بوده است و بقیه متغیرهای فرهنگی تاثیر و رابطه معنی داری با سرمایه فکری ندارند.

جدول شماره ۴ نشان می دهد که از میان پنج مولفه فرهنگی هافستد یعنی فردگرایی ، مردگرایی ، اجتناب از عدم اطمینان ، دید بلند مدت و فاصله قدرت ؛ تنها فردگرایی و دید بلندمدت با احتمال وقوع سرمایه فکری بالا ، رابطه معنی دار دارد. یعنی در کشورهایی که سرمایه

جدول شماره ۴ : نتایج رگرسیون لاجستیک باینری

شرح	ضرایب	آماره والد	سطح معنی داری
عرض از مبدأ	-۲/۶۴۳	۱/۳۵۲	۰/۲۴۵
فاصله قدرت	-۰/۰۱۰	۰/۲۵۴	۰/۶۱۵
فردگرایی	۰/۰۶۳	۷/۹۳۰	۰/۰۰۵
مردگرایی	-۰/۰۰۸	۰/۱۷۰	۰/۶۸۰
اجتناب از عدم اطمینان	۰/۰۰۷	۰/۳۰۳	۰/۵۸۲
دید بلندمدت	۰/۰۴۸	۱۱/۴۶۳	۰/۰۰۱
آماره کای دو	۳۷/۳۹۱		۰/۰۰۰
درصد پیش بینی مدل = ۷۸/۶ درصد		R <sup>2</sup> = ۰/۴۵۱	

## ۵- خلاصه و نتیجه گیری

مثبت با سرمایه فکری دارند. اما متغیرهای مردگرایی و اجتناب از عدم اطمینان رابطه ای معنی دار با سرمایه فکری ندارند. به منظور تجزیه و تحلیل بیشتر نتایج ؛ کشورها به دو گروه با سرمایه فکری بالا و پایین تفکیک گردیدند و سپس ارتباط میان متغیرهای فرهنگی هافستد یعنی فردگرایی ، مردگرایی ، اجتناب از عدم اطمینان ، دید بلند مدت و فاصله قدرت ؛ با احتمال وقوع سرمایه

این مقاله به بررسی رابطه میان فرهنگ ملی و سرمایه فکری ملی در سطح ۱۱۴ کشور از کشورهای دنیا می پردازد. شواهد این پژوهش بر اساس رگرسیون چند متغیره خطی نشان می دهد در سطح اطمینان ۹۵ درصد مولفه های فرهنگی فاصله قدرت رابطه معنی دار و منفی ، و متغیرهای فردگرایی و دید بلندمدت رابطه معنی دار و

فکری بالا مورد بررسی قرار گرفت. نتایج مجدداً بیانگر آن بود که فردگرایی و دید بلندمدت با احتمال وقوع سرمایه فکری بالا، رابطه معنی دار و مثبت دارند. به بیان دیگر، دو عامل فرهنگی فردگرایی و دید بلندمدت در ایجاد سرمایه فکری بالا، متغیرهای فرهنگی تاثیرگذاری هستند. نتایج پژوهش حاضر با یافته های لی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) و پریم<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۳) مطابقت دارد و آن ها را تایید می نماید. آن ها در پژوهش خود نشان دادند که فردگرایی بالا و دید بلندمدت از جمله متغیرهای فرهنگی اثرگذار بر توسعه سرمایه فکری، خلاقیت و نوآوری است.

به عقیده نویسندگان مقاله حاضر یافته های این پژوهش می تواند موجب بسط پژوهش های انجام شده در حوزه های فرهنگ و سرمایه فکری گردد. بیشتر پژوهش های انجام شده در حوزه سرمایه فکری، اثر فرهنگ سازمانی بر سرمایه فکری سازمان ها و یا تاثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی و عملکرد بازار سرمایه شرکت ها را مورد مطالعه قرار داده اند. به عبارت دیگر، بیشتر پژوهش های انجام شده درباره سرمایه فکری، این موضوع را در سطح خرد و در سطح بنگاه ها و سازمان ها مورد بررسی قرار داده اند. اما این پژوهش، برای نخستین بار، بر اساس مولفه های فرهنگی به عنوان متغیرهای کلان، رابطه فرهنگ ملی و سرمایه فکری ملی را در سطح کشورهای مختلف مورد مطالعه قرار داد. از این رو این مقاله می تواند موجب بهبود دانش دانشجویان، استادان و پژوهشگران، رشته های مدیریت و حسابداری گردد. هم چنین نتایج این مطالعه م تواند اطلاعات سودمندی درباره تاثیر مولفه های فرهنگی کشورها و توسعه سرمایه انسانی و فکری در راستای بهبود بهره وری، خلاقیت و نوآوری به قانون گذاران و سیاست گذاران اقتصادی کشور قرار دهد. این مهم کمک می نماید

تا در سطح کلان، سیاست گذاران اقتصادی درک و شناخت بهتری از مشکلات مربوط به بهبود سرمایه فکری داشته باشند. از این رو به قانون گذاران و سیاست گذاران اقتصاد و مدیریت پیشنهاد می گردد که با برنامه ریزی و دید بلند مدت و هم چنین توسعه فرهنگ فردگرایی یعنی قرار دادن افراد در درون شبکه های از ارتباطات نزدیک، دستاوردهای فردی، خودمختاری و خودگرایی را به منظور توسعه سرمایه فکری و خلاقیت و نوآوری گسترش دهند.

### منابع

پورزمانی، زهرا؛ جهانشاد آریتا، محمود آبادی علی (۱۳۹۱) تأثیر سرمایه فکری بر ارزش بازار و عملکرد مالی، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۹، شماره ۲، صص ۱۷-۳۰

حیدری، مرضیه و محمدجانی، صدیقه (۱۳۹۳) رابطه هوش فرهنگی با سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری اعضای هیأت علمی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ش ۵۹: ۵۵۱-۵۱۱.

کفیلی وحید، میرزایی نظام آباد مهدی، حسینلو حسین (۱۴۰۱) سرمایه فکری و تأثیر آن بر عملکرد مالی شرکت های دارویی، مجله سرمایه و توسعه، شماره ۱۳، صص ۱۵۷ الی ۱۷۲

نصیری پور، امیراشکان، ریسی، پوران، مسعودی اصل، ایروان، و نظری، اصلان. (۱۳۹۲). رابطه فرهنگ سازمانی و سرمایه فکری در ستاد معاونت سلامت کمیته امداد امام خمینی (ره). پیاورد سلامت، (۱)۷، ۸۰-۹۰.

*Ali, A.M., H. N., Haddad, H., Al-Araj, R., Abed, I, A., (2021) A Multidimensional View of Intellectual Capital: The Impact on Innovation Performance, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity Vol.7(4) : 216-*

<sup>2</sup> Prim

<sup>1</sup> Lee

*dimensions and R&D intensity as an innovation strategy: A view from different institutional contexts. Eurasian Business Review, 1–30.*

Halkos, J.E., Tzeremes, N. G., (2013) *Modelling the effect of national culture on countries' innovation performances: A conditional full frontier approach*, *International Review of Applied Economics*, Vol. 27, No. 5, 656–678, <http://dx.doi.org/10.1080/02692171.2013.778819>.

Lee, I.-C., Lin, C.Y.Y. and Lin, T.-Y. (2017), "The creation of national intellectual capital from the perspective of Hofstede's national culture", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 18 No. 4, pp. 807-831. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0117>.

López-Zapata, E. and Ramírez-Gómez, A.D.J. (2023), *Intellectual capital, organizational culture and ambidexterity in Colombian firms*, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 24 No. 2, pp. 375-398. <https://doi.org/10.1108/JIC-08-2020-0286>.

Lin, C.Y. and Edvinsson, L. (2011), *National Intellectual Capital: A Comparison of 40 Countries*, Springer-Verlag, New York, NY.

Lu, W., Kweh, L., Huang C.L., (2014) *Intellectual capital and national innovation systems performance*, *Knowledge-Based Systems*, Vol. 71(2): 201-215 <http://dx.doi.org/10.22103/JDC.2022.19019.1207>.

Prim. A.L., Filho, L.S., Cavallaro Zamur, G.A., Di Sero, L.C., (2023) *The Relationship Between National Culture*

235 <https://doi.org/10.3390/joitmc7040216>

Ando, N. (2021), *Human capital, cultural distance and staffing localization*, *Multinational Business Review*, Vol. 29 No. 3, pp. 420-439. <https://doi.org/10.1108/MBR-02-2020-0036>.

Bontis, N. (2004), "National intellectual capital index: A United Nations initiative for the Arab region", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, pp. 13-39.

Chandan, H. C. 2015. 'The Role of Religion and National Culture in Economic Growth of Emerging Markets.' In *Business Law and Ethics: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, edited by Management Association, 1506–26. Hershey, pa: igi Global.

Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D. and Švarc, J. (2019), *Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 26 No. 4, pp. 522-544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2018-0117>.

Edvinsson, L. Bounfour, A. (2004). 'Assessing national and regional value creation', *Measuring Business Excellence*, Vol. 8, No. 1, pp. 55–61.

Gupta, U.G., Massa, N.P. and Azzopardi, J. (2016), *Culture and intellectual capital: towards a conceptual framework*, *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 24 No. 3, pp. 438-453. <https://doi.org/10.1108/IJOA-06-2015-0871>.

Gallego-Álvarez, I., & Pucheta-Martínez, M. C. (2020). *Hofstede's cultural*

Taylor, M. Z., and S. Wilson. 2012. "Does culture still matter? The effects of individualism on national innovation rates." *Journal of Business Venturing* 27: 234–247.

Williams, L. K., and S. J. McGuire. 2010. "Economic creativity and innovation implementation: the entrepreneurial drivers of growth? Evidence from 63 countries." *Small Business Economics* 34: 391–412.

*Dimensions and Degree of Innovation* , *International Journal of Innovation Management* , VOL. 21(1): 23-58 , <https://doi.org/10.1142/S136391961730001X>.

Pinillos, M. J., and L. Reyes. 2011. "Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor data." *Small Business Economics* 37: 23–37.

Tian, M., Deng, P., Zhang, Y. and Salmador, M.P. (2018), "How does culture influence innovation? A systematic literature review," *Management Decision*, Vol. 56 No. 5, pp. 1088-1107. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0462>.

## **National Culture Components and National Intellectual Capital: An International Study**

*Meysam Moammar<sup>1</sup>*

*Bahman Banimahd<sup>\*2</sup>*

*Azam Shokri Cheshmeh Sabzi<sup>3</sup>*

### **Abstract**

*In a knowledge-based economy, intellectual capital is an important resource for creating competitive advantage and an effective driver in value creation. Intellectual capital at the national level varies from country to country and this issue can be caused by the cultural differences of countries. Therefore, the main goal of this research is to study the effects of national culture on national intellectual capital in 114 countries of the world. In this research, the library method has been used to collect theoretical foundations and research data. Also, hypothesis testing has been done based on correlation method using multivariate regression. The results of the research show that the cultural characteristics of power distance have a significant and negative relationship, and individualism and long-term orientation have a significant and positive relationship with the national intellectual capital of countries. But masculinity and uncertainty avoidance variables have no significant relationship with national intellectual capital. The findings of this article can provide policymakers and economic managers with a better understanding of the effects of culture on intellectual capital.*

**Keywords:** *National Culture, National Intellectual Capital, Knowledge Base and Competitive Advantage*

---

<sup>1</sup>Ph.D. student, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran  
meshkat.8912@gmail.com

<sup>2</sup> Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran (Corresponding Author)  
dr.banimahd@gmail.com

<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran,  
azam\_shokri@yahoo.com