



«سرمایه فکری»
 آرام آرام دوران
 ناشناختگی
 را پشت سر
 گذاشته و اکنون
 مفهومی شناخته
 شده در گستره
 جهانی است

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

سرمایه فکری به بلندای حیات بشر

کاوشگری و پدیداری ذهن‌های فراسونگر

پی‌گیری ردپای مقوله «سرمایه فکری» در تاریخ تحولات اقتصادی و مدیریتی ما را به تاریخ مشخصی نخواهد رساند. زیرا از آن هنگام که در جوامع بشری نهادهای اولیه اقتصادی شکل گرفت؛ «سرمایه فکری» بخش مهمی از فعالیت را تشکیل می‌داده است. بنابراین موضوع بررسی تاریخی «سرمایه فکری» مربوط به پیدایش و نقطه شروع این مقوله نیست بلکه ناظر بر توجه، تأکید و برجسته‌سازی نقش «سرمایه فکری» در فرآیندهای اقتصادی است. در این بررسی‌ها کاوشگری برای یافتن نقطه پدیداری و زمان پیدایش «سرمایه فکری» تلاشی بیهوده است. زیرا «سرمایه فکری» تاریخی به بلندای حیات بشر دارد. مراد پژوهشگران یافتن مراحل توجه و نگاه استراتژیک به «سرمایه فکری» است. براساس یک تفکر نظام‌مند و فراسونگر گام به گام نقش «سرمایه فکری» در فرآیندهای اقتصادی آشکار می‌شود. در امتداد این مرحله پدیداری؛ هنگام سنجش و میزان نقش‌آفرینی «سرمایه فکری» در فرآیندها و بنگاه‌های اقتصادی فرامی‌رسد.

فکری از بنگاه‌های مستقل آغاز و سپس در گستره کشوری به یک باور و عزم ملی بدل گشت و امروز در سطح بین‌المللی سرمایه فکری به یک عامل برای بالا بردن توان رقابتی در اقتصاد در هم تنیده جهانی تبدیل شده است.

پیش شرطی برای بازار جهانی



نقطه آغاز شناسایی نظام‌مند «سرمایه فکری» در فرآیندها و بنگاه‌های اقتصادی را باید در اواخر دهه ۶۰ قرن بیستم جستجو کرد. در اواخر دهه ۶۰ در یک نامه‌نگاری دوستانه بین دو اقتصاددان اروپایی برای نخستین بار واژه ترکیبی «سرمایه فکری» به کار گرفته شد.

اقتصاددانی موسوم به «گالبریس» در نامه‌ای به اقتصاددان دیگری به نام «کالسکی» تلاش‌های وی را در زمینه ایجاد «سرمایه فکری» ستود. این اولین باری بود که عبارت «سرمایه فکری» به کار گرفته شد و در تاریخ ادبیات اقتصادی تا پیش از آن هیچ اثری از این واژه ترکیبی وجود نداشت.

این آغازی بر پیدایش یک واژه و اطلاق آن بر مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود و پنهان بود. اما هنوز فاصله زیادی تا مداخله دادن این دارایی‌ها در امر ارزش‌گذاری بنگاه‌ها و نهادها باقی مانده بود.

فرآیند شناسایی و سنجش «سرمایه فکری» خاستگاه اروپایی دارد. هرچند در دهه ۸۰ قرن بیستم یک اقتصاددان ژاپنی موسوم به «ایتامی» فراتر از دارایی‌های فیزیکی مشهود به توصیف و بررسی دارایی‌های ناپیدای انسانی پرداخت. اما عمده‌ترین تحلیل‌های نظری پیرامون «سرمایه فکری» و سپس اقدام به مداخله این عوامل پنهان در ارزش‌گذاری بنگاه‌ها در قاره اروپا به وقوع پیوسته است. شرکت‌های بزرگ صنعتی نسبت به شرکت‌های کوچک و متوسط در یافتن اهمیت «سرمایه فکری» و کاربردی کردن مفاهیم موفق‌تر بوده‌اند. دو دهه پیش شرکت اسکانیا اقدام گسترده‌ای را برای شناسایی دارایی‌های ناپیدای خود آغاز کرد. این شرکت سوندی برای نخستین بار در تاریخ فعالیت بنگاه‌های اقتصادی دارایی‌های نامشهود خود در کنار دارایی‌های مشهود و فیزیکی در امر ارزش‌گذاری بنگاه به کار گرفت.

«سرمایه فکری» آرام‌آرام دوران ناشناختگی را پشت سر گذاشته و اکنون مفهومی شناخته شده در گستره جهانی است. در آغاز فرآیند شناسایی و درک اهمیت «سرمایه فکری» در شرکت‌های بزرگ و متوسط شکل گرفت و امروز اهمیت این مفهوم در سطح ملی برای ارزش‌گذاری و بالا بردن ارزش دارایی‌های ملی مطرح است. به طوری که اکنون توسعه مدیریت سرمایه فکری به عزمی ملی در برخی کشورها تبدیل شده است. در واقع سرمایه فکری در سطح بنگاه‌ها به عنوان ضرورتی در مدیریت شرکت‌ها و در سطح ملی به راهبردی برای توسعه کشورها مطرح است.

امروزه بازارهای مالی و سرمایه‌ای جهان حساسیت فوق‌العاده‌ای نسبت به سرمایه فکری پیدا کرده‌اند. این گونه بازارها وجود گزارش‌های مالی را برای شفاف‌سازی وضعیت شرکت‌های فعال در بازار کافی ندانسته و بر ارائه گزارش سرمایه فکری نیز اصرار دارند.

فرآیند شناخت، سنجش و توسعه مدیریت دانش

«سرمایه فکری» تنها یک عامل برای ارزش‌گذاری شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی نیست. بلکه در حال حاضر این مفهوم نشان‌دهنده و معیار میزان توسعه‌یافتگی به شمار می‌رود.

سرمایه فکری در برگرفته مجموعه‌ای ناپیدا و پنهان شامل قابلیت‌ها، ارتباطات، فرهنگ، الگوهای رفتاری و... است. عوامل موجود در این مجموعه یک بسته دانشی را تشکیل می‌دهند.

توسعه مدیریت سرمایه فکری و سنجش اصولی و به هنگام آن تا حد ۷۰ درصد ارزش حقیقی شرکت‌ها را به نمایش می‌گذارد. هرچند امروزه در بازارهای بین‌المللی هنوز ارائه گزارش سرمایه فکری شرکت‌ها به پذیرش و ورود به بازار سرمایه لزومی نیست. اما با توجه به اهمیت یافتن سرمایه فکری به نظر می‌رسد ارائه گزارش‌های سرمایه فکری در آینده یک پیش‌شرط و ضرورت برای ورود به بازارهای سرمایه جهانی باشد.

ادبیاتی برای دو دهه

«سرمایه فکری» و توسعه مدیریت آن مفاهیمی چندان قدیمی نبوده و کمتر از دو دهه مورد شناسایی و توجه قرار

توسعه مدیریت
سرمایه فکری
به عزمی ملی در
برخی کشورها
تبدیل شده است.
در واقع سرمایه
فکری در سطح
بنگاه‌ها به عنوان
ضرورتی در
مدیریت شرکت‌ها
و در سطح ملی
به راهبردی برای
توسعه کشورها
مطرح است



**بازارهای مالی
و سرمایه‌ای
جهان حساسیت
فوق‌العاده‌ای
نسبت به سرمایه
فکری پیدا
کرده‌اند. این گونه
بازارها وجود
گزارش‌های
مالی را برای
شفاف‌سازی
وضعیت
شرکت‌های
فعال در بازار
کافی ندانسته و
بر ارائه گزارش
سرمایه فکری
نیز اصرار دارند**

و توسعه مدیریت آن را به دنبال نخواهد داشت. «رز و بارونس» سرمایه فکری یک دارایی برای اندازه‌گیری ثروت سازمان می‌دانند. این دارایی ماهیت فیزیکی نداشته و ناپیدا بوده و نتیجه به‌کارگیری منابع انسانی، عملکرد سازمان و روابط خارجی سازمان است. «استوارت» سرمایه فکری را مجموعه‌ای شامل دانش، اطلاعات، دارایی‌های فکری، تجربه و رقابت می‌داند. این مجموعه عاملی برای ایجاد ثروت است. بر کنار از گوناگون بودن واژه‌هایی که مفهوم سرمایه فکری را توصیف می‌کند و تعاریف مختلفی که از این مفهوم ارائه شده است. سرمایه فکری مفهومی بنیادین بوده که دلالت بر اصلی‌ترین دارایی‌ها و توانایی‌های سازمان‌ها دارد، دارایی‌هایی که هرچند ناپیدا و پنهان بوده اما تأثیرات آن در ارزش‌گذاری شرکت‌ها روزبه‌روز آشکارتر می‌شود. بسیاری از تعاریف ارائه شده در مورد سرمایه فکری مفهوم یکسانی را به ذهن متبادر می‌سازد. مفهومی که ذهن‌های فراسونگر و آینده‌پژوه را به اهمیت توسعه مدیریت سرمایه فکری آگاه می‌سازد.

گرفته است. به همین علت ادبیات سرمایه فکری نوین و در برخی کشورها به طور کلی ناشناخته است. در ادبیات سرمایه فکری نخستین صفحات مربوط به تعاریف و مفهوم آن است. در مورد مفهوم سرمایه فکری تعاریف گوناگون و گاهی بسیار متفاوت ارائه شده است. تعاریفی که برخی روشنگر و تعدادی از آنها ابهام‌آمیز است. در مورد واژه ترکیبی «سرمایه فکری» نیز طیف وسیعی از تعبیر وجود دارد. واژه‌هایی همانند منابع پنهان، دارایی‌های پنهان، دارایی‌های نامشهود و... اما در واقع دارایی‌ها و منابع و هر واژه دیگری در زیرمجموعه مفهوم وسیع سرمایه جای می‌گیرد. در مورد واژه فکری نیز به کار بردن واژه‌های نامشهود و پنهان نیز چندان مناسب نیست. زیرا پنهان، ناپیدا و نامشهود از ویژگی‌های فکر و ذهن آدمی است. بنابراین واژه ترکیبی «سرمایه فکری» مناسب‌ترین واژه برای این مقوله مدیریتی است.

در مورد «سرمایه فکری» تعاریف گوناگونی وجود دارد. ادوینسون و مالون «سرمایه فکری را اطلاعات و دانشی جهت ایجاد ارزش توصیف کرده‌اند». این تعاریف بسیار ساده و ابتدایی بوده که در مورد تمام فعالیت‌های پژوهشی مصداق داشته و به هیچ‌وجه ارزش و منزلت سرمایه فکری را در سازمان و بنگاه‌ها نشان نمی‌دهد. این ارزش‌گذاری ناکافی کاربردی کردن مفهوم سرمایه فکری