

روش‌های اندازه‌گیری و گزارشگری خارجی سرمایه فکری



دکتر محمدحسین ستایش
مصطفی کاظم نژاد

با سیر جوامع از عصر صنعتی به عصر اطلاعات، اهمیت سرمایه فکری (IC) افزایش یافته است. این اهمیت را می‌توان برخاسته از عواملی چون انقلاب فناوری اطلاعات، اهمیت فزاینده دانش و اقتصاددانی محور و تاثیر ابداع و خلاقیت به‌عنوان عنصر تعیین‌کننده رقابت دانست (Guthrie, 2001). در دوره صنعتی، بهای اموال، ماشین‌آلات، تجهیزات و مواد خام به‌عنوان عناصر کارآمد واحد تجاری محسوب می‌شدند، در حالی که در عصر اطلاعات استفاده کارا از سرمایه فکری است که موفقیت یا شکست واحد تجاری را تعیین می‌کند. به‌رغم اهمیت دارایی‌های مشهود در تولید کالا و خدمات، در اقتصاد جدید، ارزش اقتصادی و ثروت اغلب از ایجاد و کاربرد سرمایه فکری و نه از مدیریت دارایی‌های مشهود ناشی می‌شود. شدت این موضوع به‌اندازه‌ای است که برآورد شده در حدود ۵۰ تا ۹۰ درصد ارزش ایجادشده به‌وسیله شرکت‌های موجود در اقتصاد امروزی، از مدیریت سرمایه فکری حاصل می‌شود. بنابراین، برای رقابت در اقتصاد به‌شدت مبتنی بر دانش و فناوری، اختصاص قسمت اعظم رشد به منابع تحقیق و توسعه، آموزش کارکنان و فناوری جدید، الزامی به‌نظر می‌رسد (Sonnier et. al, 2007).

بالو و همکاران (Ballow et. al, 2004) به این نتیجه رسیدند که به‌طور کلی نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت‌ها از سال ۱۹۸۰ کاهش یافته است. در سال ۱۹۸۰، ارزش دفتری شرکت‌ها ۸۰ درصد بازار بود. در سال ۱۹۹۰ این نسبت ۵۵، در سال ۲۰۰۰ حدود ۱۵ و در اوت ۲۰۰۲ به‌رغم شکست بازار در سال ۲۰۰۱، حدود ۲۵ بوده است. این اختلاف روبه افزایش گویای این است که چارچوب حسابداری مالی، تصویر ناقصی از ارزش شرکت ارائه می‌کند. به‌رغم این‌که تمام این اختلاف به سرمایه فکری یا دارایی‌های نامشهود تخصیص‌پذیر نیست، به‌طور قطع بخش عظیمی از آن به چنین منابع یا دارایی‌هایی تخصیص‌پذیر است. این موضوع بر اهمیت بیش از حد سرمایه فکری دلالت دارد (Sonnier et. al, 2007).

ارائه تعریف دقیقی از دارایی‌های نامشهود و سرمایه فکری مشکل است. بنابراین، تعریف‌های ارائه‌شده در ادبیات حسابداری، گسترده و متنوع است و هر یک از این تعریف‌ها، بر ویژگی‌های متفاوتی از سرمایه فکری تأکید دارد (Abdolmohammadi, 2005). **استوارت** (Stewart, 1997) سرمایه فکری را چنین تعریف می‌کند: «جزای فکری - دانش، اطلاعات، دارایی فکری، تجربه - که استفاده از آن می‌تواند باعث ایجاد ثروت شود.» (نقل از Holmen, 2005). **بورگمن و همکاران** (Burgman et al, 2005) این نوع سرمایه را به‌عنوان «دارایی متعلق به سازمان که برای آن ارزش آفرینی می‌کند و در ترازنامه سستی به‌عنوان یک دارایی فیزیکی و پولی ارائه نمی‌شود» تعریف می‌کنند. زبان‌های وارد به بازار سرمایه در صورت افشا نشدن اطلاعات این نوع سرمایه، نیز گویای اهمیت سرمایه فکری است. نمونه‌ای از این زبان‌ها عبارت است از:

- 1- **سهامداران خرد**^۱ ممکن است از دسترسی به اطلاعات مربوط به دارایی‌های نامشهود که در جلسه‌های خصوصی با **سهامداران کلان**^۲ تشکیل می‌شود، محروم بمانند،
- 2- اگر مدیران از اطلاعات به‌دست آمده از تصمیم‌های داخلی در رابطه با دارایی‌های نامشهود بدون اطلاع سایر سرمایه‌گذاران استفاده کنند، احتمال وقوع معامله براساس **اطلاعات محرمانه**^۳ افزایش می‌یابد،
- 3- خطر ارزش‌یابی نادرست شرکت‌ها افزایش می‌یابد و این امر باعث می‌شود بانکداران و سرمایه‌گذاران سطح ریسک بیشتری را برای سازمان در نظر بگیرند، و
- 4- هزینه سرمایه افزایش می‌یابد. در صورت افشای چنین اطلاعاتی، به دلیل کاهش عدم قطعیت در رابطه با دورنمای آینده سازمان، ارزشیابی دقیقتری از شرکت به‌عمل می‌آید و هزینه سرمایه کاهش پیدا می‌کند (Mouritsen et al, 2004).

اجزای سرمایه فکری

در پذیرفته‌شده‌ترین طرح طبقه‌بندی، سرمایه فکری به سه جزء **سرمایه انسانی**^۴، **سرمایه ساختاری**^۵ و **سرمایه مشتری**^۶ تقسیم می‌شود. سرمایه انسانی، پایه سرمایه فکری و عنصر اساسی در اجرای وظایف آن محسوب می‌شود (Chen et al, 2004). این سرمایه می‌تواند همچون زاینده نوآوری قلمداد شود، چه این نوآوری مربوط به محصول یا خدمت جدید باشد و چه در زمینه بهبود فرایندهای تجاری (Riahi-Belkaoui, 2003). سرمایه انسانی شامل دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان سازمان است. این نوع سرمایه، توانایی و صلاحیت نیروی انسانی برای حل مسائل و مشکلات سازمان است. سرمایه انسانی جزء جدایی‌ناپذیری از کارکنان است و نمی‌تواند به‌وسیله سازمان تملک شود. بنابراین، زمانی که کارکنان سازمان را ترک می‌کنند، از بین می‌رود (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005).

سرمایه ساختاری به سازوکار و ساختار یک واحد تجاری مرتبط است و می‌تواند کارکنان را در عملکرد بهینه فکری یاری کند و بدین ترتیب سازمان قادر خواهد بود عملکردش را بهتر کند (Chen et al, 2004). سرمایه

ساختاری را می‌توان به هر چیزی که در سازمان وجود دارد و از کارکنان (سرمایه انسانی) در کارشان حمایت می‌کند، اطلاق کرد. این نوع سرمایه به‌عنوان زیربنایی حمایت‌کننده، سرمایه انسانی را قادر می‌سازد به وظایف عمل کند. سرمایه ساختاری تحت تملک سازمان است و حتی زمانی که کارکنان، سازمان را ترک می‌کنند در سازمان وجود دارد. به دلیل تنوع اجزای سرمایه ساختاری، معمولاً آن را به **سرمایه سازمانی**^۸، **فرایند**^۹ و **ابداعی**^{۱۰} تفکیک می‌کنند (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005).

سرمایه سازمانی شامل سیستم‌هایی برای نیروبخشی و اهرم کردن توانایی‌های سازمان است. سرمایه فرایندی در بردارنده تکنیک‌ها، رویه‌ها و برنامه‌هایی برای انجام و بهبود حمل کالاها و خدمات است. سرمایه ابداعی هم حاوی دارایی‌های فکری و دارایی‌های نامشهود است. دارایی‌های فکری، حقوق تجاری حمایت شده از قبیل حق تالیف و علائم تجاری است. دارایی‌های نامشهود، سایر استعدادهایی است که سازمان بدان وسیله فعالیت می‌کند (همان مأخذ).

سرمایه مشتری به‌عنوان یک پل و سازماندهنده عملیات سرمایه فکری تلقی می‌شود و یک عامل تعیین‌کننده در تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است (Chen et al, 2004). این سرمایه شامل استحکام و وفاداری مناسبات و روابط مشتری است. رضایت مشتری، سلامت مالی و حساسیت قیمت ممکن است به‌عنوان شاخص‌های این نوع سرمایه به کار رود. تفکیک سرمایه مشتری از سرمایه ساختاری و انسانی گویای اهمیت اصلی آن در ارزش سازمان است (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005).

اندازه‌گیری سرمایه فکری

بررسی انجام‌شده به‌وسیله **مار و همکاران** (Marr et al, 2003) پنج دلیل عمده برای اندازه‌گیری سرمایه فکری بیان می‌کند:

- 1- اندازه‌گیری سرمایه فکری، در تدوین راهبرد تجاری به سازمان کمک می‌کند. با شناسایی و گسترش این سرمایه، واحد تجاری می‌تواند از یک **مزیت رقابتی**^{۱۱} برخوردار شود،

- 2- اندازه‌گیری سرمایه فکری به توسعه و گسترش شاخص‌های **عملکردی**^{۱۲} مؤثر بر ارزیابی راهبردها کمک خواهد کرد. سرمایه فکری حتی در صورت

پذیرفته‌شده‌ترین طرح طبقه‌بندی
سرمایه فکری را به سه جزء
سرمایه انسانی
سرمایه ساختاری و
سرمایه مشتری
تقسیم می‌کند



اندازه‌گیری صحیح، ارزش ناچیزی دارد، مگر این که بتوان آن را به راهبرد شرکت ربط داد.

۳- سرمایه فکری ممکن است برای ارزیابی ترکیب و تحصیل بویژه برای تعیین میزان مبالغ پرداختی به‌وسیله شرکت سرمایه‌گذار، اندازه‌گیری شود.

۴- اندازه‌گیری غیرمالی سرمایه فکری را می‌توان به طرح‌های پاداش و تشویق سازمان ربط داد، و

۵- جهت ابلاغ میزان دارایی‌های فکری در تملک واحد تجاری به سهامداران است. چهار دلیل اول، دلایل درون‌سازمانی و دلیل پنجم، برون‌سازمانی محسوب می‌شود.

آندریسن (Andriessen, 2004). نیز اعتلای مدیریت داخلی، بهبود گزارشگری خارجی و انگیزه‌های قانونی و معاملاتی را از جمله دلایل اندازه‌گیری سرمایه فکری برمی‌شمارد.

اندازه‌گیری سرمایه فکری به‌عنوان مسئله‌ای مشکل و مبهم شناخته شده است. **دراکر** (Drucker, 1998) در این زمینه می‌گوید: "قدم بعدی تهیه صورت مقایسه‌ای جریان سرمایه‌گذاری و بهره‌وری دانش است ... مشکلات بسیاری در ارزش‌گذاری ریالی این مقوله وجود دارد. به نظر می‌رسد که این اولین صورت‌حسابی است که از محدوده‌ای از ارقام و نه از ارقام دقیق استفاده می‌کند" (نقل از Bernan, 2001).

رویکردهای پیشنهادی جهت اندازه‌گیری سرمایه فکری حداقل به سه دسته **غیرمستقیم**^{۱۲} (شامل روش نرخ بازده دارایی‌ها^{۱۴} و روش تشکیل سرمایه بازار^{۱۵})، **مستقیم**^{۱۶} و **روش ارزیابی متوازن**^{۱۷} تقسیم می‌شود (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). در برخی متون، روش **اسکاندیا**^{۱۸} به‌عنوان یکی از روش‌های مستقیم طبقه‌بندی شده است ولی به‌دلیل اهمیت، در این مقاله جداگانه بحث خواهد شد.



عواملی از قبیل

توسعه اقتصاد جدید

سیر جوامع از عصر صنعتی به

عصر اطلاعات و

همچنین اختلاف در حال افزایش

بین ارزش دفتری و

ارزش بازار شرکت‌ها

بویژه در شرکت‌های دانش‌محور

باعث افزایش اهمیت سرمایه فکری

شده است

روش جهت‌یابی تجاری اسکاندیا

اسکاندیا، شرکت بیمه اسکاندیناویایی، در اندازه‌گیری و گزارشگری سرمایه فکری پیشرو بوده است. این شرکت، اطلاعات مربوط به سرمایه فکری را از سال ۱۹۹۴ به‌صورت مکمل به گزارش‌های سالانه اضافه کرده است (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). در این روش، کل ارزش بازار را می‌توان متشکل از دو جزء سرمایه مالی (که در گزارش‌های مالی ثبت شده است) و سرمایه فکری دانست. با این حال، این دو نوع سرمایه را نمی‌توان برای به‌دست آوردن ارزش بازار با هم جمع کرد. همچنین نمی‌توان ادعا کرد که اختلاف بین سرمایه مالی و ارزش بازار، به اندازه سرمایه فکری شرکت، در یک مقطع زمانی مشخص است. بلکه از دیدگاه مفهومی، به سرمایه مالی که در گزارش‌های مالی افشا می‌شود و سرمایه فکری که فاقد این ویژگی است، به عنوان دو محرک اصلی ارزش سازمان نگریسته می‌شود (Ashton, 2005).

ابزار اندازه‌گیری جهت‌یابی تجاری اسکاندیا پنج جزء اصلی شامل مالی، مشتری، فرایند، منابع انسانی و توسعه و بازاریابی^{۱۹} دارد. تمرکز مشتری شامل مجموعه گسترده‌ای از روابط مشتریان است که به‌طور عمده‌ای بر ابعاد انسانی و فرایند مبتنی است. تمرکز فرایند، مربوط به کارایی و اثربخشی فرایندهای داخلی است که از نیازهای مشتریان حمایت می‌کند. تمرکز انسانی بر دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان که آن‌ها را قادر به برآورده کردن نیازهای مشتریان یا ارائه خدمات دارای ارزش افزوده به سازمان می‌کند، استوار است و در نهایت تمرکز توسعه و بازاریابی مربوط به سرمایه‌گذاری انجام شده در راستای حمایت از تمرکزهای انسانی، فرایند و مشتری برای زمان حال و بهبود آن‌ها در آینده است (همان مأخذ).

اسکاندیا ابزار مهمی در زمینه سرمایه فکری به‌شمار می‌رود و به‌شکل گسترده‌ای توسط شرکت‌ها به‌کار می‌رود. ولی به دلیل این که به‌منظور انعکاس سرمایه فکری تنها بر ترازنامه تکیه می‌کند، بسیاری از محتوای اطلاعاتی از قبیل فرهنگ شرکت، آموزش سازمان و خلاقیت کارکنان را به‌رغم مؤثر بودن در ایجاد ارزش، نادیده می‌گیرد (Chen et. al, 2004). همچنین، به‌رغم نقش عمده این روش در شناخت سرمایه فکری، این رویکرد تنها برای یک شرکت خاص طراحی و ایجاد شده بود. به‌علاوه، تمام اندازه‌گیری‌های آن در قالب پول بیان شده است، در حالی که توانایی ارائه دارایی‌های مبتنی بر دانش در قالب پول بحث‌انگیز است (Marr et. al., 2004).

روش‌های غیرمستقیم

روش نرخ بازده دارایی‌ها

روش نرخ بازده دارایی‌ها، بر ترازنامه و صورت سود و زیان سنتی مبتنی است. این روش، بازده مازاد بر بازده دارایی‌های مشهود را محاسبه و آن بازده اضافی را به دارایی‌های نامشهود، نسبت می‌دهد (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). در راستای اجرای این روش، از تقسیم میانگین سود قبل از مالیات چند سال بر میانگین دارایی‌های مشهود در آن سال‌ها، نرخ بازده دارایی‌های شرکت محاسبه می‌شود. این نرخ با متوسط صنعت مقایسه و در صورت وجود مازاد نسبت به متوسط صنعت، تفاوت حاصل در میانگین دارایی‌های مشهود شرکت ضرب می‌شود

تا میانگین سود سالانه حاصل از دارایی‌های نامشهود محاسبه شود. با تقسیم این سود مازاد بر میانگین هزینه سرمایه یا نرخ بهره شرکت، می‌توان ارزش سرمایه فکری را برآورد کرد (Pike & Roos, 2004). به‌رغم محدودیت‌ها، سادگی و بی‌واسطه بودن این روش در اجرای اندازه‌گیری و گزارشگری، باعث قابلیت اجرای آن در کوتاه‌مدت شده است.

روش تشکیل سرمایه بازار

این روش اختلاف بین ارزش بازار شرکت (بر مبنای قیمت بازار سهام) و حقوق صاحبان سهام تعدیل شده از بابت تورم یا بهای جایگزینی را به سرمایه فکری نسبت می‌دهد. یکی از روش‌های شناخته شده در ادبیات حسابداری، «**Q** **توین**»^{۲۰} است که سرمایه فکری را با محاسبه اختلاف بین ارزش بازار شرکت و ارزش جایگزینی دارایی‌های فیزیکی آن اندازه‌گیری می‌کند. این روش به‌رغم سادگی، با چندین چالش روبه‌روست. اول این که روش تشکیل

سرمایه بازار، تنها بازار را به‌عنوان سازوکاری برای ارزیابی مازاد ارزش یک شرکت نسبت به بهای جایگزینی ترازنامه تعدیل شده در نظر می‌گیرد، در حالی که در بازارهای سرمایه ناکارا، ارزش نسبت‌داده شده به سرمایه فکری ممکن است جانبدارانه و همراه با پیشداوری باشد. دوم، در حال حاضر تهیه صورت‌های مالی تعدیل شده بابت تورم، اجباری نیست و افشای ارقام تعدیل شده از بابت تورم، موضوعی اختیاری با هزینه‌های با اهمیت برای این امر محسوب می‌شود (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005).

روش مستقیم

روش‌هایی که به‌طور مستقیم ارزش اجزای سرمایه فکری را ارزیابی می‌کنند، متعدد و گوناگونند. به‌طور کلی این متغیرها در ابتدا به چندین طبقه تقسیم می‌شوند که هر طبقه، تعدادی از متغیرها یا اجزای سرمایه فکری را در بر دارد. این اجزا برای هر طبقه به‌طور مجزا شناسایی و اندازه‌گیری و در نهایت برای اندازه‌گیری سرمایه فکری ترکیب می‌شوند. کمی کردن اجزای سرمایه فکری نیازمند مقیاس‌های گوناگونی از قبیل شمارش تعداد، ارزش ریالی و نسبت‌هاست. این تنوع مقیاس، استفاده از اندازه‌گیری ترکیبی آن را دشوار کرده است (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). این روش پیچیده‌ترین اما دقیقترین ابزار اندازه‌گیری سرمایه فکری است. عیب اصلی این روش در ضرورت شناسایی تعداد زیادی از اجزا و اندازه‌گیری و یا ارزشگذاری هر یک از آن‌هاست که موجب پرهزینه و پیچیده شدن این روش می‌گردد (انواری رستمی و رستمی، ۱۳۸۲).

روش ارزیابی متوازن

روش ارزیابی متوازن به‌دلیل استفاده از ابعاد چندگانه، مشابه روش اسکاندیاست (Bhartesh & Bandyopadhyay, 2005). ارزیابی متوازن از چهار سازه برای اندازه‌گیری استفاده می‌کند: امور مالی (در نظر سهامداران، شرکت چگونه جلوه می‌کند؟)، مشتری (در نظر مشتریان، شرکت چگونه جلوه می‌کند؟)، فرایندهای تجاری داخلی^{۲۱} (از چه فرایندهای تجاری

داخلی در سازمان استفاده شود؟) و یادگیری و رشد (چگونه توانایی‌های شرکت برای تغییر و بهبود تقویت شود؟). جنبه یادگیری و رشد^{۲۲} شامل زیر مجموعه‌های: قابلیت و صلاحیت کارکنان (سرمایه انسانی)، قابلیت سیستم‌های اطلاعاتی (سرمایه اطلاعاتی) و انگیزش، اختیار و مسیریابی (سرمایه سازمانی) است (Holmen, 2005).

گزارشگری خارجی سرمایه فکری

هیئت تدوین استانداردهای حسابداری مالی (FASB) در استاندارد شماره ۱۴۲ تحت عنوان «سرقفلی و سایر دارایی‌های نامشهود»، مبنای حسابداری و اندازه‌گیری دارایی‌های نامشهود را تعیین کرده است. دارایی‌های نامشهود که از منبعی در خارج از شرکت تحصیل شده باشد، در ابتدا به ارزش متعارف شناسایی می‌شود. اگر یک دارایی نامشهود به‌طور داخلی ایجاد شده باشد در زمان تحمل به‌عنوان هزینه شناسایی می‌شود (Holmen, 2005). در تکامل بیانیه یادشده، هیئت بر ۴ ضابطه شناسایی که در بیانیه مفاهیم شماره ۵ تحت عنوان «شناسایی و اندازه‌گیری در صورت‌های مالی واحدهای تجاری» اشاره شده است نیز تاکید دارد. این ضابطه‌ها عبارتند از:

- ۱- قلم مورد نظر، تعریف یک دارایی را در برداشته باشد،
- ۲- به شکل اتکاپذیری بتوان آن را اندازه‌گیری کرد،
- ۳- اطلاعات توان ایجاد تفاوت در تصمیم‌گیری را داشته باشد، و
- ۴- اطلاعات حاصل از آن قلم باید صادقانه ارائه شده باشد، قابل رسیدگی بوده و همچنین فاقد جهت‌گیری باشد.

به دلیل جدید بودن مفاهیم و نبود توافق کلی در مورد چگونگی اندازه‌گیری سرمایه فکری، بیشتر اقلام آن ضابطه دوم (اتکاپذیری در اندازه‌گیری) و ضابطه چهارم (قابلیت رسیدگی یا عینیت) را احراز نمی‌کند. تا زمانی که این دو ضابطه احراز نشود، شناسایی بسیاری از دارایی‌های فکری در صورت‌های مالی با تردید همراه خواهد بود (همان مأخذ).



نتیجه‌گیری

عواملی از قبیل توسعه اقتصاد جدید، سیر جوامع از عصر صنعتی به عصر اطلاعات و همچنین اختلاف در حال افزایش بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت‌ها (به‌ویژه در شرکت‌های دانش‌محور) باعث افزایش اهمیت سرمایه فکری شده است. مطالعات انجام گرفته گویای این است که اندازه‌گیری سرمایه فکری چندان هم آسان نیست، به‌نحوی که در حال پیمودن گام‌های اولیه توسعه است. هر چند مدل‌های اندازه‌گیری به‌واسطه تجربه‌ها و مطالعات متعدد در حال توسعه است، ولی هیچ یک از مدل‌ها نمی‌تواند تمام هدفهای موردنظر را برآورده سازد و هر روشی به هدف و موقعیت موجود بستگی دارد. همچنین به‌رغم اهمیت ویژه دارایی‌های نامشهود در اقتصاد مبتنی بر اطلاعات، این دارایی‌ها در مدل حسابداری سنتی شناسایی نمی‌شوند. این امر بر نابسندگی بودن ترازنامه متداول در حسابداری اجزای این نوع سرمایه، دلالت دارد.

پانوشته‌ها:

- 1- Intellectual Capital (IC)
- 2- Smaller Investor
- 3- Longer Investor
- 4- Insider Trading
- 5- Human Capital
- 6- Structural Capital
- 7- Customer Capital
- 8- Organizational Capital
- 9- Process
- 10- Innovation
- 11- Competitive Advantage
- 12- Performance Indicators
- 13- Indirect Method
- 14- Return On Assets
- 15- Market Capitalization
- 16- Direct Method
- 17- Balanced Scorecard
- 18- Skandia Navigator
- 19- Renewal and Development Focus
- 20- Tobin's "Q"
- 21- Internal Business Process
- 22- Learning and Growth

منابع:

- ✓ انواری رستمی، علی‌اصغر و محمدرضا رستمی، **ارزیابی مدل‌ها و روش‌های سنجش و ارزش‌گذاری سرمایه فکری شرکت‌ها**، مجله بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۴، ۷۵-۵۱، ۱۳۸۲
- ✓ کمیته فنی سازمان حسابرسی، **استانداردهای حسابداری**، مرکز تحقیقات تخصصی حسابداری و حسابرسی، سازمان حسابرسی، نشریه شماره ۱۶۰، ۱۳۸۷
- ✓ Abdolmohammadi, M. J., **Intellectual Capital Disclosure and Market Capitalization.**, Journal of Intellectual Capital, Vol.

استاندارد ملی شماره ۱۷ تحت عنوان «دارایی‌های نامشهود»، بیان می‌کند که یک قلم هنگامی به‌عنوان دارایی نامشهود شناسایی می‌شود که الف) با تعریف دارایی نامشهود مطابقت داشته باشد و ب) معیارهای شناخت در بندهای ۱۲ تا ۱۴ (شامل محتمل بودن جریان منافع اقتصادی آینده دارایی به درون واحد تجاری و قابلیت اندازه‌گیری بهای تمام شده دارایی به‌گونه‌ای اتکاپذیر) را احراز کرده باشد (بند ۱۱). به‌منظور ارزیابی این که یک دارایی نامشهود ایجاد شده داخلی حائز معیارهای شناخت است، واحد تجاری ایجاد دارایی را در دو گروه طبقه‌بندی می‌کند: الف) مرحله تحقیق و ب) مرحله توسعه (بند ۳۹). مخارج تحقیق یا مخارجی که در مرحله تحقیقاتی یک پروژه داخلی انجام می‌شود در هنگام وقوع باید به‌عنوان هزینه شناسایی شود (بند ۴۱) و مخارج توسعه یا مخارجی که در مرحله توسعه یک پروژه داخلی صورت می‌گیرد، تنها در صورت اثبات تمام شرایط زیر به‌عنوان دارایی نامشهود شناسایی می‌شود (بند ۴۴):

- ۱- امکانپذیری تکمیل دارایی‌های نامشهود از نظر فنی، به‌گونه‌ای که برای استفاده یا فروش آماده شود،
 - ۲- قصد واحد تجاری برای تکمیل دارایی نامشهود و استفاده یا فروش آن،
 - ۳- توانایی واحد تجاری برای استفاده یا فروش دارایی نامشهود،
 - ۴- ایجاد منافع اقتصادی آینده در نتیجه دارایی نامشهود،
 - ۵- دسترسی به منابع کافی فنی، مالی و سایر منابع برای تکمیل، توسعه و استفاده یا فروش دارایی نامشهود، و
 - ۶- توانایی واحد تجاری برای اندازه‌گیری مخارج قابل انتساب به دارایی نامشهود به‌گونه‌ای اتکاپذیر طی دوره توسعه.
- با توجه به توضیحات و شرطهای بالا و ایده استاندارد مبنی بر هزینه کردن مخارج فعالیت‌های آموزشی، به‌نظر می‌رسد شناسایی بسیاری از دارایی‌های فکری در صورت‌های مالی با تردید همراه است.

6, No. 3, pp. 397-416, 2005

✓ Andriessen, D., **IC Valuation and Measurement: Classifying the State of the Art**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 2, pp. 230-242, 2004

✓ Ashton, R. H., **Intellectual Capital and Value Creation: A review**, Journal of Accounting Literature, Vol. 24, pp. 53-134, 2005

✓ Ballow, J., Burgman, R., and M. Molnar, **Managing for Shareholder Value: Intangibles, Future Value and Investment Decision**, Journal of Business Strategy, Vol. 25, No. 3, pp. 26-34, 2004

✓ Bhartesh, K. R., and A. K. Bandyopadhyay, **Intellectual Capital: Concept and its Measurement**, Finance India, Vol. 19, No. 4, pp. 1365-1374, 2005

✓ Burgman, R.J., Roos, J. and J. J. Ballow, **No Longer out of Sight, Out of Mind**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 6, No. 4, pp. 588-614, 2005

✓ Chen, J., Zhu, Z. and H. Y. Xie, **Measuring Intellectual Capital: A new Model and Empirical Study**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 1, pp. 195-212, 2004

✓ Guthrie, J., **The Management, Measurement, and the Reporting of Intellectual Capital**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 2, No. 1, pp. 27-41, 2001

✓ Holmen, J., **Intellectual Capital Reporting**, Management Accounting Quarterly, Vol. 6, No.4, pp.1-9, 2005

✓ Marr, B., Gray, D. and A. Neely, **Why Do Firms Measure Their Intellectual Capital?**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 4, No.4, pp. 441-464, 2003

✓ Marr, B., Schiuma, G. and A. Neely, **Intellectual Capital- Defining key Performance Indicators for Organization Knowledge Assets**, Business Process Management Journal, Vol. 10, No.5, pp. 551-569, 2004

✓ Mouritsen, J., Nikolaj, P. N. and B. Marr, **Reporting on Intellectual Capital: Why, What and How?**, Journal of Measuring Business Excellence, Vol. 8, No. 1, pp. 46-54, 2004

✓ Pike, S. and G. Roos., **Mathematics and Modern Business Management**, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5, No. 2, pp.243-256, 2004

✓ Riahi-Balkaoui, A., **Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms**, Journal of Intellectual Capital, Vol.4, No.2, pp. 215-226, 2003

✓ Sonnier, B. M., Carson, D. C. and P. P. Carson, **Accounting for Intellectual Capital: The Relationship Between Profitability and Disclosure**, Journal of Applied Management and Entrepreneurship, Vol. 12, No. 2, pp. 3-14, 2007

فصلنامه علمی دانش آسیا

ارائه دهنده نرم افزارهای مالی، اداری و بازرگانی

✓ نرم افزار بامداد

راهکار جامع مالی و اداری شرکتها

✓ نرم افزار آسیا

مناسب کسب و کارهای کوچک

• قابل تطبیق با گردش کار شرکتهاى مختلف

• کاربری آسان و راه اندازی سریع

• پویایی و قابلیت تغییر در جهت رفع نیاز مشتریان

www.fdasys.com

تهران: ۸۸۴۰۵۷۱۰-۸۸۴۴۵۶۶۴

نمایندگی اصفهان: ۰۲۱۴۶۱۰۹۱۳۳۰