

سرمایه‌ی فکری

نویسنده: کی. کی. چونگ

ترجمه: حمید نصر اصفهانی

مقدمه

با پیشرفت سریع اقتصاد جهانی، سرمایه‌ی فکری^۱ (که می‌توان آن را دارایی اساسی هر شرکت نامید) به یک محرک حیاتی و مهم برای شرکت‌های درگیر با این موضوع، تبدیل شده است (Bontis, 2001). تأکید بر سرمایه‌ی فکری یک تفاوت اساسی میان عملیات شرکت‌ها در اقتصاد قدیم و اقتصاد نوین را نشان می‌دهد. که ارزش در اقتصاد قدیم ناشی از دارایی‌های فیزیکی بود، در حالی که در اقتصاد نوین، ارزش با بکارگیری علم و سرمایه‌ی فکری خلق می‌شود (Edvinsson, 1997). نیاز امروز جامعه به کار گرفتن یک سیستم توانا برای تسهیل تعاریف و ضوابط مختلف به شکل طبقه‌ها و گروه‌های قابل مدیریت در موضوع سرمایه‌ی فکری است. ارزش این طبقه‌بندی در این است که می‌توان آن را به عنوان یک ابزار ابتکاری برای تفسیر مفاهیم به کار برد. همچنین، مدل‌های مختلفی برای گزارشگری سرمایه‌ی فکری توسط محققان ارائه شده است که توافق عمده‌ای در مورد هیچ یک از آنها وجود ندارد. شاید دلیل، این باشد که مدل‌های ارائه شده بیش از حد کیفی هستند و ابهام در مورد اهداف مورد نظر هم‌چنان باقی می‌ماند.

تعاریف سرمایه‌ی فکری

امروزه سرمایه‌ی فکری، به عنوان حیاتی‌ترین منبع بنگاه‌های اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. اما، بسیاری از بنگاه‌ها با مورد این که چه چیزی سرمایه‌ی فکری را به وجود می‌آورد، با مشکل روبه‌رو هستند. استیوارت، و موریتسن و همکاران (Stewart, 1997; Mouritsen et. al, 2001)، معتقدند که سرمایه‌ی فکری، تفاوت میان ارزش بازار و ارزش دفتری شرکت است. اما تفاوت میان ارزش‌های بازار و ارزش دفتری به طور دقیق و کامل تعریف نشده است و توضیح آن در گرو شناسایی اجزای ایجادکننده این تفاوت است.

هیأت استانداردهای حسابداری بین‌المللی (IASB, 2004) بیان می‌کند که سرقفلی هم در درون و هم از بیرون شرکت ایجاد می‌شود و تنها سرقفلی ایجاد شده از خارج شرکت (سرقفلی خریداری شده) باید گزارش شود. تعاریف مختلفی برای سرمایه‌ی فکری ارائه شده است که بیشتر آنها بیان می‌کنند سرمایه‌ی فکری یک دارایی غیر پولی و با ماهیت غیر فیزیکی است که برای شرکت ارزش آفرین است (دارایی منافع آینده است). دارایی‌های نامشهود، دارایی‌های غیر قابل رؤیتی هستند که شامل دامنه‌ی وسیعی از اقلام مانند فناوری، اعتماد مشتری، علامت تجاری، فرهنگ سازمانی و مهارت‌های مدیریتی هستند (Itami, 1991).

دارایی‌های نامشهود، محرک‌های ارزش ۲ برای شرکت هستند که منابع تولیدی را به دارایی‌های واجد ارزش افزوده تبدیل می‌کند. دارایی‌های نامشهود را می‌توان به دو دسته دارایی‌های فکری و علم و دانش تقسیم کرد (Hall, 1992).

بروکینگ (Brooking, 1997)، سرمایه‌ی فکری را به عنوان دارایی‌های بازاری، دارایی‌های بشر محور^۳، دارایی‌های فکری و دارایی‌های زیر ساختی^۴ تعریف می‌کند و معتقد است هنگامی که این دارایی‌ها با سایر منابع تولیدی شرکت ترکیب شوند، منجر به خلق ارزش می‌شود.



دارایی‌های نامشهود، علم قابل تبدیل به سود تعریف می‌شود. شرکت‌ها علاوه بر ایجاد ارزش از طریق فروش کالاها و خدمات، به دارایی‌های نامشهودی نظیر حسن شهرت، وفاداری مشتری و ... نیازمند هستند. بهره بردن از این دارایی‌های نامشهود به سرمایه‌ی فکری بستگی دارد (Sullivan, 2000). این دارایی‌ها به سه دسته‌ی کلی (۱) دارایی‌های فکری، (۲) دارایی‌هایی که جداگانه قابل شناسایی هستند و (۳) دارایی‌هایی که جداگانه قابل شناسایی نیستند، تقسیم می‌شوند (Lev, 2001). با توجه به تعاریف مختلفی که به آنها اشاره شد، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه‌ی فکری از منابع مهم و حیاتی در خلق ارزش است و مدیریت آن نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

طبقه‌بندی‌های کنونی سرمایه‌ی فکری

تا امروز هیچ تلاش جدی برای تعریف و شناسایی اصولی منابع نامشهود بنگاه‌های اقتصادی صورت نگرفته است. احتمالاً دلیل آن، مشکل تشخیص سرمایه‌ی فکری است. به دلیل این که طبقه‌بندی از تعریف سخت‌تر است، برای طبقه‌بندی سرمایه‌ی فکری به بررسی‌های بیشتری نیاز است.

اسویبی (Svieby, 1997) اولین کسی بود که از دید غیرحسابداری به طبقه‌بندی سرمایه‌ی فکری پرداخت. او سرمایه‌ی فکری را به سه گروه (۱) روح تلاش و رقابت در کارکنان، (۲) ساختار درونی سازمان، و (۳) ساختار بیرونی سازمان تقسیم کرد.

جو و لو (Ju and Lev, 1998) با طبقه‌بندی دارایی‌های نامشهود به پنج طبقه: (۱) تحقیق و توسعه، (۲) تبلیغات، (۳) مخارج سرمایه‌ی، (۴) سیستم‌های اطلاعاتی و (۵) فناوری، سعی کردند مطالعه‌ی آن را ساده‌تر کنند. آنان بر مفاهیم ارزیابی و چگونگی تأثیر دارایی‌های نامشهود بر بازار سرمایه و سرمایه‌گذاران تمرکز داشتند. مارر (Marr, 2004) با مروری بر تحقیقات انجام شده در موضوع ارزیابی دارایی‌های نامشهود، آنها را به سه گروه (۱) خط مشی سازمان، (۲) رفتار تأثیرگذار، و (۳) اعتبار برون سازمانی طبقه‌بندی کرد. وی همچنین، در

تقسیم‌بندی دیگری، سه گروه دارایی‌های نامشهود را این‌گونه تعیین کردند: (۱) سرمایه‌ی اطلاعاتی (سیستم‌های اطلاعاتی، پایگاه‌های داده‌ای)، (۲) سرمایه‌ی سازمانی یا ساختاری^۵ (فرهنگ سازمانی، مدیریت و روح همکاری در سازمان) و (۳) سرمایه‌ی انسانی (مهارت کارکنان، هوش و استعداد آنان، دانش).

همان‌طور که مشاهده می‌شود، بیشتر محققان سه طبقه‌ی اصلی (انسان، سازمان و مشتری) را برای دارایی‌های نامشهود در نظر گرفته‌اند. سرمایه‌ی انسانی به مهارت‌ها، استعدادها و رفتار کارکنان آن مرتبط می‌شود. سرمایه‌ی سازمانی (ساختاری) بسیار پیچیده است، اما به تازگی بسیاری از محققان آن را شامل فرهنگ سازمانی، فرآیندها و نوآوری بیان کرده‌اند. سرمایه‌ی ساختاری به ارتباط بین شرکت و سهامداران مربوط می‌شود. (Stewart, 1998)

به دو دلیل، دیدگاه طبقه‌بندی سرمایه‌ی فکری در مقایسه با دیدگاه تعریف آن، توصیف بهتری از هویت سرمایه‌ی فکری برای توجیه عقلانی آن ارائه می‌کند: (۱) سرمایه‌ی فکری عینی نیست، در نتیجه تعریف آن مشکل‌تر از سایر اقلام است و (۲) موضوع سرمایه‌ی فکری جدید و در حال رشد است.

تعیین دامنه‌ی اقلامی که در تعریف سرمایه‌ی فکری قرار گیرد، بسیار مشکل است. بنابراین، حتی با انتخاب دیدگاه طبقه‌بندی سرمایه‌ی فکری باز هم این مباحث به قوت خود باقی هستند. برای ساده و مؤثرکردن گروه‌ها و اقلام مختلف به طبقات قابل مدیریت، به یک سیستم طبقه‌بندی توانا نیاز است (Choong, 2008).

مدل‌های گزارشگری سرمایه‌ی فکری

مدل پیشنهادی برای گزارشگری سرمایه‌ی فکری مبتنی بر مدل‌های موجود است. بنابراین، برای ارائه‌ی مدل، لازم است مدل‌های پیشین بررسی شود. کوفمن و اشنایدنر (Kaufmann and Schneider, 2004) معتقدند که محققان مدل‌های مختلفی برای اندازه‌گیری و مدیریت سرمایه‌ی فکری ارائه کرده‌اند. هر یک از این مدل‌ها برای اهداف



مختلفی بنا شده‌اند. برخی از آن‌ها برای گزارشگری برون‌سازمانی و برخی دیگر برای مدیریت منابع نامشهود ارائه شده‌اند. آن‌ها نتیجه می‌گیرند که ارائه‌دهندگان این مدل‌ها، به چهار گروه فکری قابل تقسیم هستند.

گروه اول، معتقدند که مدیریت مسئولیت اصلی تبدیل سرمایه‌ی فکری به سرمایه‌ی ساختاری (سازمانی) را بر عهده دارد. این گروه از به‌کارگیری اطلاعات مکمل برای گزارشگری مالی سالانه حمایت می‌کنند. گروه دوم مبتنی بر مدل اسویی (۱۹۹۷) است. این مدل به عنوان نمایش‌دهنده‌ی دارایی‌هایی نامشهود که شامل اطلاعات در مورد رشد، نوآوری، کارایی و ریسک مرتبط با هر یک از اقلام نامشهود (روح رقابت در کارکنان، ساختار داخلی و خارجی) است، شناخته می‌شود. سومین گروه فکری بر مدل ارائه شده توسط استوارت (۱۹۹۷) تأکید می‌کند. این مدل بر اندازه‌گیری هر یک از منابع نامشهود (سرمایه‌ی انسانی، ساختاری و مشتری) تمرکز دارد و موجب قابلیت مقایسه‌ی منابع نامشهود گزارش شده توسط شرکت با سایر شرکت‌ها می‌شود. گروه فکری چهارم با مدل ارزیابی متوازن ۶ که توسط کاپلان و نورتون (۱۹۹۶) ارائه شده است، ارتباط دارد.

اگرچه، چهار دیدگاه مربوط به ارزیابی متوازن (مالی، مشتری، فرآیند داخلی و رشد و یادگیری)، به طور مستقیم با دارایی‌های نامشهود در ارتباط نیست، اما ارزیابی عملکرد شرکت را با نگرشی کلی‌تر و فراتر از دیدگاه مالی ارائه می‌کند.

چونگ (Choong, 2008) علاوه بر چهار گروه فکری مزبور، سه دیدگاه دیگر را در قالب گروه‌های پنجم تا هفتم مطرح می‌کند. گروه پنجم فکری، چهار گروه اصلی را برای دارایی‌های نامشهود بیان می‌کند: الف) دارایی‌های بازاری، ب) دارایی‌های بشر محور، ج) دارایی‌های فکری و د) دارایی‌های زیرساختی. هر یک از این چهار طبقه‌ی اصلی بخشی از سرمایه‌ی فکری است و فصل مشترک آن‌ها، ایجاد ارزش است.

گروه ششم به محاسبه و تخصیص ارزش به پنج طبقه از دارایی‌های نامشهود می‌پردازد. این پنج طبقه عبارتند از: ۱) استعدادهای و دارایی‌ها، ۲) مهارت‌ها و دانش بالقوه، ۳) قواعد و ارزش‌های جمعی، ۴) فناوری و دانش بالفعل، و ۵) فرآیندهای مدیریتی.

هفتمین گروه فکری از نظر چونگ، مبتنی بر دیدگاه زنجیره‌ی ارزش ۷ است. این دیدگاه به شناسایی، اندازه‌گیری و تعیین ارزش ایجاد شده توسط منابع نامشهود می‌پردازد. زنجیره‌ی ارزش به عنوان جریان اقتصادی نوآوری شناخته شده است و فاکتورهای نوآوری را در سه بخش مختلف (۱) کشف و یادگیری، (۲) به‌کارگیری و (۳) تجاری

کردن^۸ آن ارائه می‌کند.

تا امروز، هیچ توافق گسترده‌ای در مورد مدل‌های مزبور به جز ارزیابی متوازن، وجود نداشته است. دلیل، این است که این مدل‌ها بیش از حد کیفی هستند و اهداف مورد نظر هم‌چنان مبهم باقی می‌مانند. حتی ارزیابی متوازن نیز بسیار گسترده است و دربرگیرنده‌ی ویژگی‌های کیفی بسیاری است، در نتیجه پیاده‌سازی آن از دیدگاه سرمایه‌ی فکری بسیار مشکل و پرزحمت است (Andreou et. al, 2007).

مدل پیشنهادی برای گزارشگری سرمایه‌ی فکری

سیستم گزارشگری پیشنهادی برای سرمایه‌ی فکری بر ادبیات پیشین این موضوع مبتنی است که عبارتند از: ۱) گردآوری اقلامی که می‌توان آنها را به عنوان سرمایه‌ی فکری طبقه‌بندی کرد و ۲) زنجیره‌ی ارزش مورد نیاز برای اندازه‌گیری اجزای مختلف سرمایه‌ی فکری. برای طبقه‌بندی سرمایه‌ی فکری بر تقسیم‌بندی بروکینگ (۱۹۹۷) تأکید شده است. دلیل انتخاب این طبقه‌بندی این است که، سه طبقه از اجزای این تقسیم‌بندی (سرمایه‌ی بشری، ساختاری و مشتری)، توسط بیشتر محققان به عنوان محرک‌های اساسی و بنیادی در نظر گرفته شده‌اند. دارایی‌های فکری نیز بخش جدانشدنی فرآیند زنجیره‌ی ارزش است که برای پیاده‌سازی و تجاری کردن محصولات و خدمات، لازم است.

برای ارائه‌ی یک سیستم گزارشگری سرمایه‌ی فکری، به یک سیستم زنجیره‌ی ارزش نیاز است. زیرا (۱) صورت‌های مالی به دلیل مشکلات شناسایی و اندازه‌گیری سرمایه‌ی فکری، تصویر دقیق و کاملی از سرمایه‌ی فکری ندارند (Garcia-Meca, 2006).

(۲) به دلیل این که سرمایه‌ی فکری صرفاً مکانیزمی برای ایجاد هماهنگی و پیوند میان دارایی‌های مختلف شرکت را ارائه می‌کند، ایجاد ارزش به صورت یک فرآیند زنجیره‌ی ارزش بیان می‌شود (Lev, 2001).

و (۳) زنجیره‌ی ارزش، شرکت را در نمایش عملکرد و فرصت‌های سرمایه‌گذاری مرتبط با سیستم یکپارچه‌ی ایجاد ارزش خود، توانا می‌کند. بنابراین، سیستم‌های مدیریت داخلی و گزارشگری شرکت، دید باز و کلی‌تری ارائه می‌کنند و سرمایه‌گذاران و مدیران را قادر می‌سازند تا عملکرد و فرآیندهای شرکت را بهتر ارزیابی کنند. سیستم‌های جامع مالی و مدیریتی منابع نامشهود باید کارآمد و مؤثر باشند و منابع نامشهود را با تغییراتی (تغییرات فناوری، سرمایه‌ی بشری، مشتری و...) تطبیق دهند که مداوم صورت می‌گیرد (Diefenbach, 2006).

به طور خلاصه، سیستم‌های جامع منابع نامشهود شامل دو بخش است: (۱) سیستم مدیریت داخلی هماهنگ‌کننده‌ی ارتباط‌های میان منابع موجود و منابع سرمایه‌گذاری شده (فناوری، منابع انسانی و...)، و (۲) ایجاد ارزش برای سهامداران. سیستم جامع گزارشگری سرمایه‌ی فکری در نمایشگر ۲ نمایش داده شده است (Nielsen et. al, 2006).

ایجاد ارزش سوق یافته است. بنابراین، فقدان یک دیدگاه نظری برای عقلانی و منطقی کردن گروه‌ها، ویژگی‌ها، طبقه‌بندی و بسط مدل‌های گزارشگری سرمایه‌ی فکری به چشم می‌آید. این کاستی‌ها می‌تواند انگیزه‌ای برای مطالعات آینده در مورد تعریف، طبقه‌بندی و گزارشگری سرمایه‌ی فکری باشد.

نتیجه‌گیری

در اقتصاد امروز سرمایه‌ی فکری، به یک منبع کلیدی ایجاد ارزش تبدیل شده است. این مقاله نشان داد، اگرچه تعاریف مختلفی از سرمایه‌ی فکری ارائه شده است، اما هنوز فقدان یک تعریف استاندارد برای آن محسوس است. همچنین، مدل‌های مختلفی برای گزارشگری سرمایه‌ی فکری ارائه شده است که بسیاری از آن‌ها بیش از حد کیفی هستند و برای ارزیابی مفید نخواهند بود. در این مقاله نیز یک مدل قراردادی کاربردی برای هدف گزارشگری سرمایه‌ی فکری ارائه شده است. مقاله نتیجه می‌گیرد که تلاش‌های صورت گرفته برای تعریف بهتر سرمایه‌ی فکری، بیشتر به سمت

پی‌نوشت‌ها:

- 1-Intellectual Capital
- 2-Value Drivers
- 3-Human-Centered Assets
- 4-Infrastructure
- 5-Organizational (Structural) Capital
- 6-Balance Scorecard
- 7-Value Chain
- 8-Commercialization

منبع:

✓ Choong,K,K (2008), "Inttelecual Capital" Department of accounting, School of business, Melborn, Australia. Journal of IC.Vol 9,No 4.

نمایشگر ۲

