

چکیده

سرمایه فکری، مدیریت دانش و دارایی های نامشهود سه عامل مهم در تعیین ارزش یک سازمان هستند. سرمایه فکری موضوعی است که در سایه پیشرفت های اقتصادی، مدیریتی و اجتماعی اخیر شکل گرفته است و در محیط امروز توجه زیادی را به خود جلب کرده است. با ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش و اطلاعات سرمایه فکری اهمیت فزاینده ای پیدا کرده است. این مقاله به دنبال بررسی بعضی از مهمترین ادبیات در بحث سرمایه معنوی است. تأکید اصلی آن روی مدل های تئوریک و تجربی مرتبط با سرمایه فکری است. ما به دنبال بررسی و بازنگری مدل های مطرح شده هستیم. در ابتدا موضوع سرمایه فکری تبیین و توضیح داده می شود و سپس جایگاه سرمایه فکری در میان دارایی های شرکت بررسی می شود بعد از آن مدل های مربوط در این زمینه مطرح و بررسی می شود.

کلید واژه:

سرمایه فکری، مدل، مقاله مروری، مدیریت منابع انسانی

مقدمه

طی دهه اخیر، تجارت اهمیت مدیریت دارایی های نامشهود را تشخیص داده است. توسعه نام های تجاری، روابط با ذینفعان، شهرت و فرهنگ سازمانی به عنوان منابع پایدار ارائه فرمت تجاری بیان می شوند. توانایی ایجاد و بکارگیری این دارایی های نامشهود، هسته رقابت را برای شرکت ها در بر می گیرد (Kanan, 2004). میزان اهمیت دارایی های نامشهود برای فرآیند خلق ارزش در تمام شرکت ها رو به افزایش است. در ۱۹۷۸ دارایی های نامشهود تنها ۵٪ کل دارایی های شرکت را به طور متوسط تشکیل می داد. در حالیکه اکنون ۷۸٪ دارایی های شرکت را در بر می گیرد. امروز تقریباً ۵۰ تا ۹۰٪ ارزش ایجاد شده توسط شرکت در اقتصاد جاری ناشی از مدیریت سرمایه فکری شرکت است بجای استفاده و تولید محصولات مادی (Chareonsuk and Chansa, 2008). در این مقاله به دنبال تبیین سرمایه فکری هستیم. زوایای مختلف آن بررسی میشود. پس مروری بر مهمترین مدل های مربوط به آن داریم و معیارهای اندازه گیری آن از طریق مدل های مختلف مطرح می شود. در ابتدا لازم است سرمایه فکری را تعریف کنیم.

۱. سرمایه فکری

مشکل است که تعریف دقیقی از سرمایه فکری داشته باشیم. استوارت (۱۹۹۴) سرمایه فکری را دانش بسته بندی شده مفیدی می نامد که شامل فرآیند های سازمانی، تکنولوژی ها، حق اختراع ها، مهارت های کارکنان، اطلاعات مربوط به مشتریان و عرضه کنندگان و ذینفعان است. بروکینگ تعریف جامع دیگری مطرح می کند سرمایه فکری ترکیبی از دارایی های نامشهود است که شرکت را قادر می سازد به وظایف خود عمل کند. این تعریف مباحث مهم پایه ای برای درک سرمایه فکری ارائه می کند (Luthy, 2002).

سرمایه فکری می تواند به عنوان منبعی تعریف شود که رسمیت می یابد، کسب می شود و بر آن تکیه می شود که دارایی هایی با ارزش بالاتر ایجاد کند. سرمایه فکری به مواد فکری مثل دانش، اطلاعات، دارایی های معنوی و تجربه که می تواند برای خلق ارزش استفاده شود دلالت دارد. (Kanan, 2004)

در جای دیگر سرمایه فکری به این صورت تعریف شده است " گروهی از دارایی های دانشی است که به یک سازمان منتسب می شود و بیشترین تأثیر را برای ایجاد یک موقعیت رقابتی بهبود یافته در سازمان دارد (Abdolmohammadi, 2005).

OCED (۱۹۹۹) سرمایه فکری را به عنوان ارزش اقتصادی دو گروه از دارایی های نامشهود که سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی است تعریف می کند. سرمایه انسانی، منابع انسانی درون سازمان (مثل کارکنان) و منابع خارج از سازمان (مشتریان و عرضه کنندگان) را شامل می شود و سرمایه سازمانی به نرم افزارهای مربوط به سیستم شبکه توزیع و زنجیره ارزش سازمان دلالت دارد (EFAS, 2008).

مروری بر مدل های اندازه گیری سرمایه فکری

دکتر علی عطا فر
عضو هیئت علمی دانشگاه
اصفهان
نسرین علی نقیان
دانشجوی کارشناسی ارشد
مدیریت مالی

سرمایه فکری جزء منابع کمیاب سازمان محسوب می شود. بارانی (۱۹۹۱) بیان می کند هنگامی که دارایی ها، ظرفیت ها یا فرآیندهای سازمان دارای ویژگی های خاصی باشند سازمان دارای مزیت رقابتی خواهد بود. برای افراد، سرمایه فکری به عنوان مجموعه تصورات، استعداد ها و ایده هایشان باشد. اما در مورد سازمان این تعریف به گونه ای دیگر است. استوارت در کتاب خود شرح می دهد که سرمایه فکری مجموعه هر چیز و هر کسی در یک سازمان است که به آن مزیت رقابتی می دهد (Nerdrum and Ericson, ۲۰۰۱).

سرمایه فکری به دلایل زیر دارای اهمیت است و باید به آن توجه شود:

- تحول در تکنولوژی اطلاعات و ظهور اجتماع اطلاعاتی
- اهمیت فرآیند دانش در اقتصاد مبتنی بر دانش
- تغییر در الگوهای فعالیت میان افراد و شبکه اجتماعی
- ظهور نوآوری به عنوان حوزه اصلی رقابت

به هر حال چه این توجه از دیدگاه اجتماع اطلاعاتی و اقتصاد دانش محور باشد و چه بر اساس نوآوری، تأکید زیادی وجود دارد که سرمایه فکری ابزاری برای تعیین ارزش شرکت و عملکرد اقتصاد ملی است (Richard and Guthrie, ۲۰۰۰).

۲. جایگاه سرمایه فکری در دارایی های نامشهود

در خیلی مواقع دارایی های نامشهود را با سرمایه فکری به یک معنی تلقی می کنند، در حالی که این دو موضوع با هم متفاوت اند. دارایی های نامشهود مفهوم جامعی است که دو موضوع سرمایه فکری و دارایی های معنوی را نیز در بر می گیرد و مواردی مثل سرقتی، دانش و مهارت مدیریت را نیز در بر می گیرد. اما سرمایه فکری مفهومی است که زیر مجموعه دارایی های نامشهود است و اقلام ذکر شده را در بر نمی گیرد.

موارد دیگری نیز وجود دارد که دارای ماهیت نامشهود هستند اما بطور منطقی نمی توانند جزئی از IC باشند. شهرت شرکت یکی از چنین موضوعات است. تمایز میان دارایی های نامشهود و سرمایه معنوی موضوع مهمی است. دارایی های نامشهود به مواردی مثل سرقتی دلالت دارد و سرمایه معنوی بخشی از سرقتی است (پتی و گوتریه، ۲۰۰۰).

سرمایه فکری به عنوان مفهومی است که نه تنها دارایی های معنوی را در بر می گیرد بلکه شامل سایر دارایی های نامشهود مثل دانش، مهارت، اطلاعات و سازمانی نیز می شود (Robinson and Kleiner, ۱۹۹۶). در حقیقت دارایی های معنوی مفهوم جدایی از سرمایه فکری نیست. بلکه آن زیر مجموعه ای از سرمایه فکری محسوب می شود و می تواند با وضع قوانین خاص مورد حمایت قرار گیرد. دارایی های معنوی مواردی مانند قانون کپی رایت یا نام تجاری، روشهای تجارت، فرآیندهای صنعتی، فرمول های شیمیایی، برنامه کامپیوتری، ارائه ها یا کتاب ها را شامل می شود. (شکل ۱)

دارایی های معنوی به لحاظ کاربردی، اهمیت کمتری در سازمان دارد. به عبارتی سازمان ها برای چیره شدن بر پدیده های شناخته نشده به سرمایه فکری نیاز بیشتری دارند (Kiping, ۲۰۰۳)



شکل (۱) جایگاه سرمایه فکری (Smith and Hansen, ۲۰۰۲)

سرمایه فکری بحث مهمی برای تنظیم اهداف و استراتژی های سازمان است بدون تعیین و ارزیابی مناسب سرمایه معنوی، موسسه نمی تواند به طور مناسب ارزیابی شود و مدیریت نمی تواند قادر به تنظیم استراتژی باشد (Robinson and Kleiner, ۱۹۹۶)



۳. مدل های سرمایه معنوی

محققان متعددی تلاش کرده اند سرمایه فکری را طبقه بندی کنند و مدل هایی برای آن تعیین کنند. در اینجا چهارچوبی برای مقایسه الگوهای مختلف طبقه بندی سرمایه فکری ارائه می شود. در ادامه مدل های مطرح در زمینه سرمایه فکری ارائه می شود و جنبه های مختلف هر یک توضیح داده می شود.

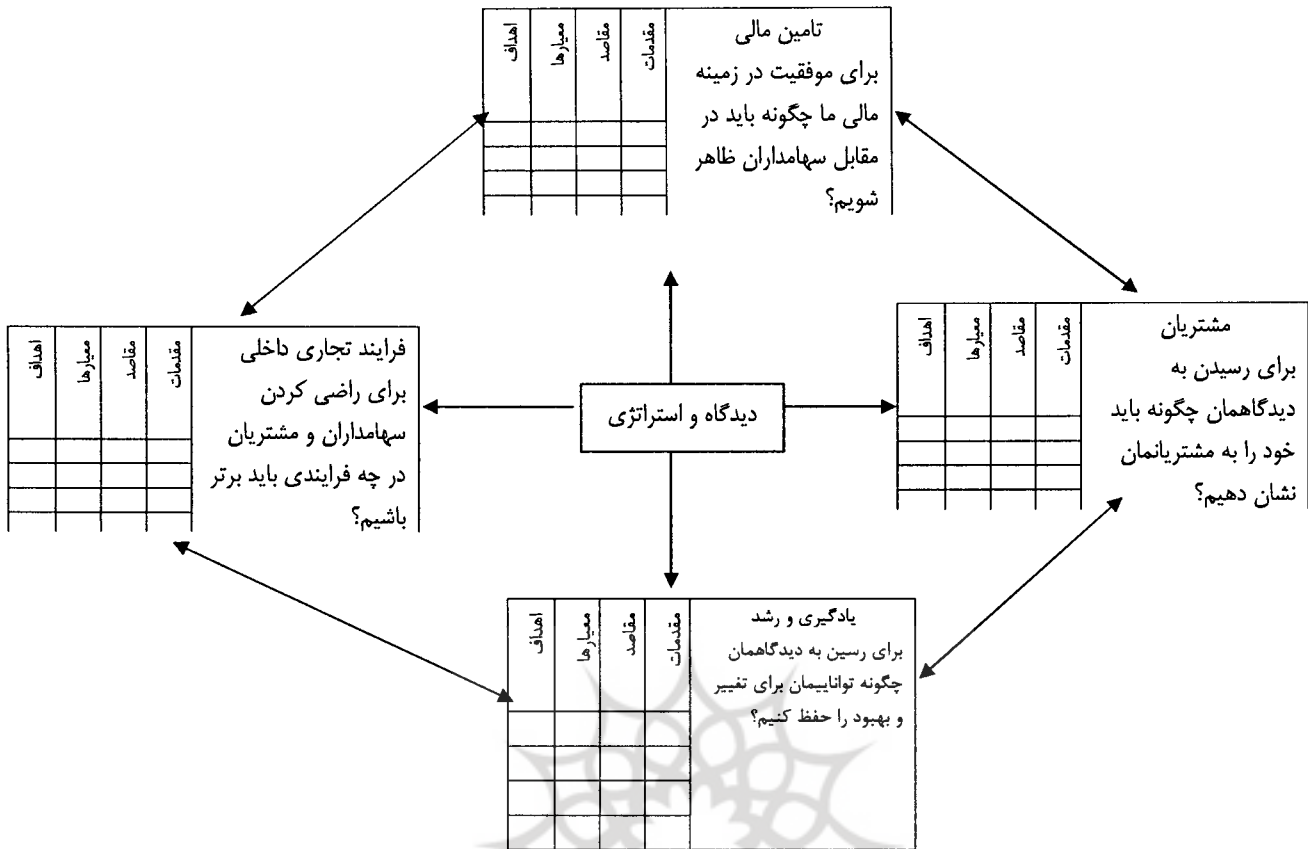
جدول (۱) نمایی از مهمترین مدل های سرمایه فکری

Kaplan & Norton (۱۹۹۲)	Edvinsson & (۱۹۹۲)	Brooking (۱۹۹۶)	Herbert Saint-Onge (۱۹۹۶)	Nick Bontis (۱۹۹۸)	the Intellectus Knowledge Forum (۲۰۰۲)
کارت امتیاز متوازن	مدل جستجوگر اسکاندیا	مدل تکنولوژی بروکر	مدل بانک امپراتوری کانادا	مدل دانشگاه ونسترن اونتاریو	مدل عقلانی
تامین مالی					سرمایه انسانی
مشتری	سرمایه مشتری		سرمایه مشتری	سرمایه انسانی	سرمایه تکنولوژی
فرایند های داخلی	سرمایه سازمانی	سرمایه انسانی	سرمایه سازمانی	سرمایه مشتری	سرمایه سازمانی
یادگیری و رشد	سرمایه انسانی	سرمایه ساختاری	سرمایه انسانی	سرمایه ساختاری	سرمایه ساختاری

۳. ۱. مدل کارت امتیاز متوازن:

این مدل مشهورتر از سایر مدل هاست. هرچند گرایش اصلی آن بررسی سرمایه فکری نبوده است. این مدل بین سال های ۹۶-۱۹۹۲ توسط کاپلان و نوترون توسعه یافت. آنها BSC را به عنوان ابزاری برای ارتباط عملکرد مالی با ابعاد عملکرد غیر مالی مثل یادگیری و رشد و فرآیند تجاری داخلی و دیدگاه های مشتری استفاده می کنند (Chareonsuk and Chansa, ۲۰۰۸).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل (۲) نمایی از کارت امتیاز متوازن

BSC به گونه ای است که سه گروه استراتژیک را در نظر می گیرد و هر یک اهداف مختلفی دارند، شامل مشتریان که خواستار کیفیت در محصولات و خدمات ارائه شده هستند. سرمایه گذاران که می خواهند ارزش شرکت افزایش یابد و کارکنان شرکت که به دنبال پرداختی جذاب و امنیت شغلی هستند (Sa´nchez and A´ngel and Lo´pez, 2007). در این مدل گروهی از شاخص ها را که با دیدگاه و استراتژی شرکت ادغام شده اند، در نظر می گیریم. هر یک از شاخص ها روابط علی و معلولی را ایجاد می کنند و دو نوع شاخص یعنی شاخص های عامل و شاخص نتیجه را در نظر دارند. مدل چهار جانبه را در هر شاخص در نظر دارد:

۳ . ۱ . ۱ . جنبه مالی

شاخص های مالی نتایج مدیریتی را نشان می دهد و باید با معیارهایی مثل جریانات نقد، سودآوری خدمات و محصولات، سودآوری سرمایه و غیره همراه باشد.

۳ . ۱ . ۲ . جنبه مشتری

این حوزه در بر گیرنده تلاش هایی است که برای تعیین ارزشهای مرتبط با مشتریان ایجاد می شود. شاخص های عامل، کیفیت، ارتباط با مشتری و شهرت شرکت در میان رقبا است و شاخص های خروجی نتایجی که از جنبه های مالی مثل سهم بازار، وفاداری مشتری و امثال اینها است.

۳ . ۱ . ۳ . جنبه فرآیند تجاری داخلی

این مورد تجزیه تحلیلی از فرآیند های داخلی را در روشی که آنها را در زنجیره ارزش ضروری می سازد فرض می کنند.

۳ . ۱ . ۴ . جنبه یادگیری و رشد

این جنبه به عنوان گروهی از ارزشهایی که قادر به توسعه و آموزش مستمر درون سازمان است شناخته می شود (Chareonsuk and Chansa, 2008).



۳ . ۲ . مدل جستجوگر اسکاندا

این مدل اولین مدل پویایی سرمایه فکری است که توسط لیف ادونسیون (۱۹۹۲) مطرح شد. این مدل به صورتی است که لایه های یک ساختار را مشخص می کند. در آن ارزش بازار را در نظر قرار می دهد و آن را به دو بخش سرمایه مالی و سرمایه فکری تقسیم می کند.

سرمایه فکری + سرمایه مالی = ارزش بازار

ارزش بازاری تاریخ شرکت یا ملت و دستیابی های گذشته را منعکس می کند. سرمایه فکری پتانسیل ملی برای رشد در آینده را منعکس می کند. زنجیره ارزش بر طبق نظر ادونسیون، اجزای مختلف ارزش بازار را مطابق شکل ۳ نشان می دهد.

در سطح بعد، سرمایه فکری را به دو دسته سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری تقسیم می کند. روابط دو طرفه ای بین این دو مورد وجود دارد.

سرمایه انسانی + سرمایه ساختاری = سرمایه فکری

۳ . ۲ . ۱ . سرمایه انسانی

دانش ترکیب شده، مهارت ها، نوآوری ها، توانایی ذاتی افراد، انجام وظایف، دانش، خرد، تخصص، ادراک مستقیم و توانایی افراد برای درک وظایف علمی و اهداف را شامل می شود (Malhotra, 2000).

۳ . ۲ . ۲ . سرمایه ساختاری

این سرمایه در حقیقت ظرفیت سازمان برای انتقال و ذخیره اقلام فکری است که در سازمان و از طریق سازمان جریان می یابد (Sa'nchez and Lo'pez, 2007)

سرمایه ساختاری دارایی های دانشی است که در شرکت باقی می ماند اما سرمایه انسانی دارایی اعضای سازمان به صورت فردی است. بر خلاف سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری می تواند تحت تملک باشد و مبادله شود. سرمایه ساختاری، ساختار زیر بنایی سرمایه انسانی است و در عوض سرمایه انسانی به توسعه سرمایه ساختاری کمک می کند. سرمایه ساختاری خود از دو جزء تشکیل شده است:

سرمایه سازمانی + سرمایه مشتری = سرمایه ساختاری

۳ . ۲ . ۳ . سرمایه مشتری

این سرمایه بر بازارهای مربوط به مشتریان و عرضه کنندگان و روابطی که در بازار و مبادلات وجود دارد دلالت می کند.

۳ . ۲ . ۴ . سرمایه سازمانی

ظرفیت درونی سازمان در غالب سخت افزار، نرم افزار، پایگاه اطلاعات، ساختار سازمانی و هر چیزی که ظرفیت درونی بهره وری افراد را حمایت کند و به تسهیم و انتقال دانش در سازمان کمک کند می باشد. سرمایه سازمان خود از دو جزء تشکیل شده است.

سرمایه نوآوری + سرمایه فرایند = سرمایه سازمانی

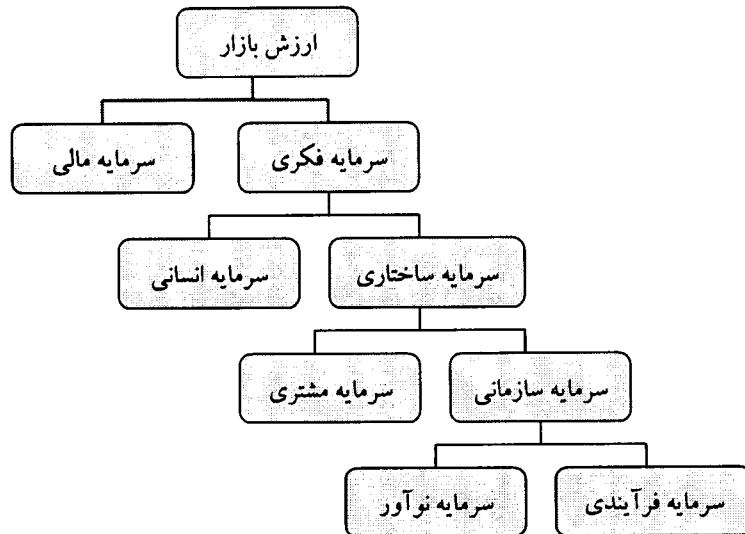
۳ . ۲ . ۵ . سرمایه فرایند

در حقیقت فرایند ها و فعالیت های درونی برای خلق و تسهیم ارزش را در بر می گیرد.

۳ . ۲ . ۶ . سرمایه نوآوری

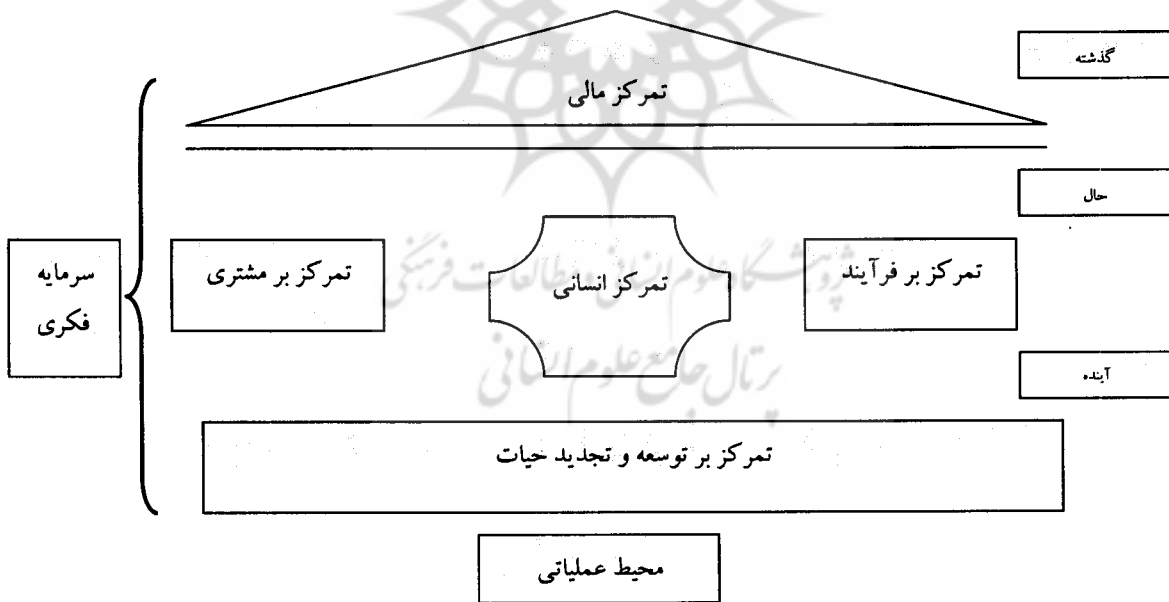
شامل سرمایه گذاری واقعی برای ایجاد ظرفیت در جهت رشد آینده مثل تحقیق و توسعه اقتصادی، سرمایه گذاری برای اختراع، شهرت و نام تجاری می شود (Malhotra, 2000).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی



شکل (۳). ارزش بازار در مدل جستجوگر اسکاندیا

ادونیسون و مالون با تکیه بر استعاره خانه، جایگاه سرمایه فکری را تعیین می کنند. سرمایه فکری را می توان به صورت خانه ای در نظر گرفت که تمرکز مالی سقف آن است و با معیارهای مبتنی بر گذشته سنجیده می شود. تمرکز بر مشتری و فرآیند دیوارهای خانه را تشکیل می دهد و به دنبال تامین موقعیت فعلی شرکت است. تمرکز روی توسعه و بازسازی کف آن محسوب می شود و بیانگر این است که پایه ساختار رویکرد آینده نگر دارد. این معیار با درک شرکت برای آینده، توسعه محصولات جدید، فعالیت های استراتژیک و غیره همراه است. در نهایت در مرکز خانه تمرکز بر نیروی انسانی وجود دارد که اهمیت آن را نشان می دهد. در حقیقت بیانگر این است که کارکنان به عنوان قلب و روح مدل شناخته می شود و بدون وجود این جزء اجازه حرکت به دیگر نواحی وجود ندارد (Cima, ۲۰۰۳). شکل ۴ بیانگر این استعاره است.



شکل (۴) مدل جستجوگر اسکاندیا

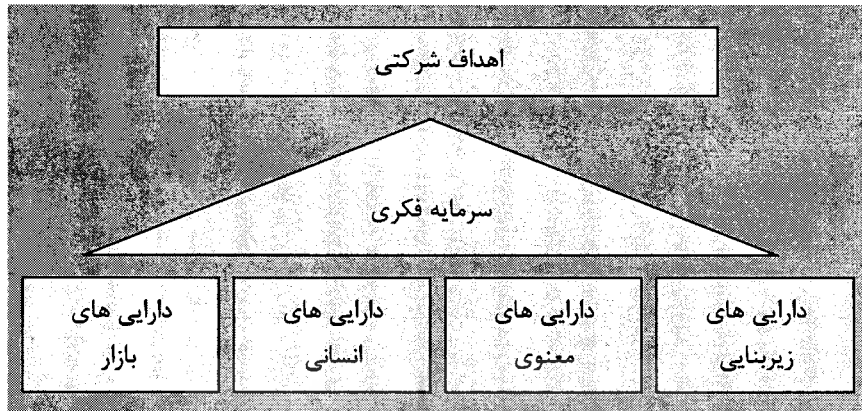
۳. مدل تکنولوژی بروکر

این مدل توسط بروکینگ (۱۹۹۶) مطرح شد. در این مدل نیز مانند مدل اسکاندیا، ارزش بازار شرکت را در نظر می گیرد و آن را برابر جمع ارزش دارایی های مشهود و سرمایه معنوی شرکت می داند:

سرمایه معنوی + ارزش دارایی های مشهود = ارزش شرکت

این مدل سرمایه فکری را به چهار طبقه تقسیم می کند. (شکل ۵)

۳. ۳. ۱. دارایی های بازار
پتانسیل بازار یا توجه به دارایی های نامشهود مرتبط با بازاریابی مثل وفاداری مشتری، کانال های توزیع، حق فروش ها، نام شرکت و غیره.
۳. ۳. ۲. دارایی های انسانی
شامل تجربیات، خلاقیت، ظرفیت حل مسائل، توانایی مدیریتی و غیره می شود.
۳. ۳. ۳. دارایی های معنوی
شامل رموز شرکت، حق مولف، دانش فنی، حق اختراع و مسائلی از این دست است.
۳. ۳. ۴. دارایی های زیر بنایی
تکنولوژی ها و روش ها و فرآیندهایی که به سازمان اجازه می دهد فعالیت کند (Sa'ñchez and A'ngel and Lo'pez, ۲۰۰۷)



شکل (۵). مدل تکنولوژی پروکر

۳. ۴. ۴. مدل بانک امپراتوری کانادا
هربرت سینت (۱۹۹۶) این مدل را ارائه داد. در آن به دو بعد دانش و تاکتیک اهمیت زیادی می دهد و دانش تاکتیکی را با توجه به سرمایه فکری تعریف می کند و به آن به عنوان اولین عامل ایجاد کننده ارزش در سازمان توجه می کند. در این مدل سرمایه فکری متشکل از سه عنصر است:
۳. ۴. ۱. سرمایه انسانی (ظرفیت افراد)
شامل اعتقادات، ارزشها و توجهات افراد است.
۳. ۴. ۲. سرمایه مشتری
ادراکات جمعی مشتریان درباره ارزش محصولات و خدمات ارائه شده است.
۳. ۴. ۳. سرمایه ساختاری
روش تفکر سازمان و روشی که فرهنگ تجسم می شود را در بر می گیرد.
در هر یک از این عناصر دو سطح دانشی وجود دارد:
- ✓ دانش ضمنی که بصورت جدا و بند بند است.
 - ✓ دانش تاکتیکی که شامل بینش، دیدگاه ها، اعتقادات و ارزش های فردی است که از تجربیاتشان حاصل می شود.

۳. ۵. ۵. مدل دانشگاه وسترن اونتاریو
این مدل توسط نیک بانتیس (۱۹۹۸) برای تشریح اثر سرمایه فکری روی مسئولیت مدیریت مطرح شد. این مدل پیشنهاد می کند که روابط علی و معلولی میان ابعاد سرمایه فکری و نتایج سازمانی وجود دارد. در آن سرمایه فکری را سیستمی از بلوک هایی به هم پیوسته در نظر می گیرد که شامل عناصر زیر است (شکل ۶):

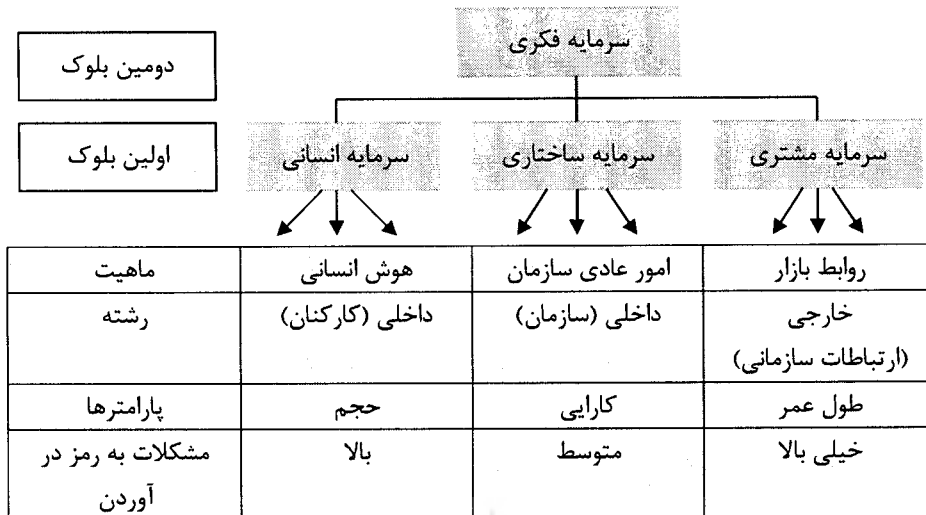
۳. ۵. ۱. سرمایه انسانی
دانش تاکتیکی فردی که اعضای سازمان دارا می باشند و ترکیبی از آموزش، ژنتیک و تجربه است.

۳ . ۵ . ۲ . سرمایه ساختاری

دانش تاکتیکی سازمان را در بر می گیرد.

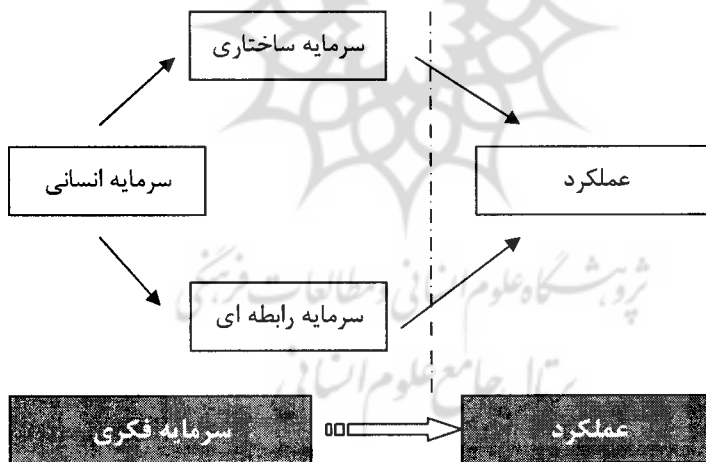
۳ . ۵ . ۳ . سرمایه مشتری

دانش جامع در نواحی بازار یابی و روابط با مشتری است (Sa' nchez and A' ngel and Lo'pez, ۲۰۰۷)



شکل (۶) مفهوم سازی سرمایه فکری در مدل دانشگاه ونسترن اونتاریو

فرض اصلی مدل این است که سرمایه انسانی روی سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری (ارتباطی) اثر دارد. اما این دو از یکدیگر مستقل اند. تقویت این دو عامل باعث بهبود عملکرد می گردد. این مدل سرمایه انسانی را مهمترین عامل در نظر می گیرد. (شکل ۷)



شکل (۷) مدل دانشگاه ونسترن اونتاریو

۳ . ۶ . ۱ . مدل عقلانی

این مدل توسط مجمع تحقیق دانش هوشمند در سال ۲۰۰۲ ارائه شد که با مدل های قبلی تفاوت عمده ای دارد. این مدل سرمایه فکری را در پنج بلوک قرار می دهد. پنج جزء سرمایه فکری به صورت زیر تعریف می شود:

۳ . ۶ . ۱ . سرمایه انسانی

دانشی که افراد و گروه ها دارا هستند.

۳ . ۶ . ۲ . سرمایه سازمانی

از دارایی های نامشهود رسمی و غیر رسمی تشکیل شده و فعالیت هایی اثر بخش و کارا را در سازمان تشکیل می دهد.

۳ . ۶ . ۳ . سرمایه تکنولوژی

دارایی های نامشهودی را در بر می گیرد که با توسعه فعالیت ها و وظایف سیستم های فنی و عملیاتی در ارتباط است .

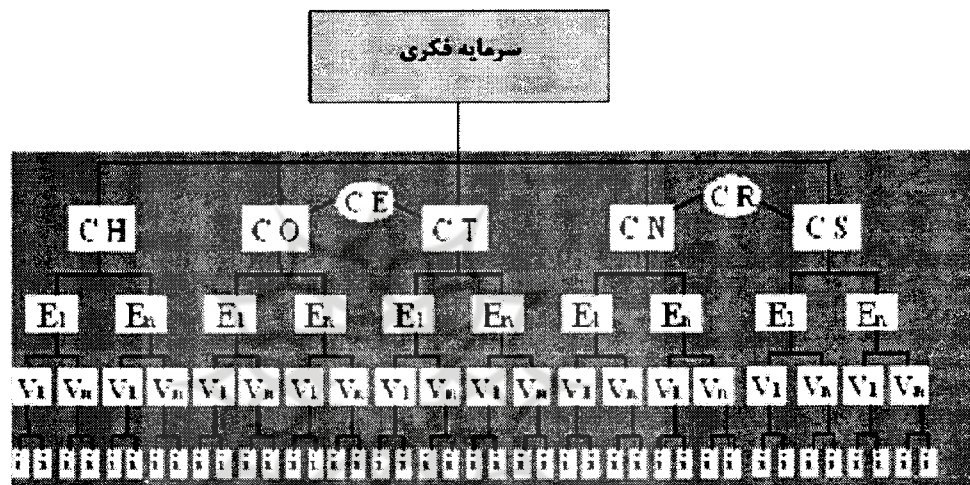
۳ . ۶ . ۴ . سرمایه تجاری

ارزش روابط با نماینده های اصلی مرتبط در فرآیند تجارت است.

۳ . ۶ . ۵ . سرمایه اجتماعی

ارزش روابط با نماینده های باقیمانده در محیط سازمان را شامل می شود.

بعضی از عناصر ذکر شده که با هم سنخیت دارند، در یک گروه قرار می گیرند. سرمایه ساختاری متشکل از سرمایه سازمانی و سرمایه تکنولوژیکی است. سرمایه ساختاری، دانش و دارایی های نامشهودی است که از فرایندها و ساختار ناشی می شود و شامل سرمایه سازمانی و سرمایه تکنولوژیکی است. به همین صورت سرمایه ارتباطی ای از دو بخش سرمایه تجاری و سرمایه اجتماعی تشکیل می شود. سرمایه ارتباطی، دانشی که سازمان و مردم را در بر می گیرد به عنوان پیامد ارزشی که از ارتباط شرکت با بازار و اجتماع بدست می آید. هر یک از این پنج جزء عناصر چند گانه ای دارند و این عناصر متغیرهای مختلفی را در بر می گیرند که هر یک از متغیرها با معیار های منحصر بفردی اندازه گیری می شود. (شکل ۸)



اجزاء

CH = سرمایه انسانی

CE = سرمایه ساختاری

CR = سرمایه ارتباطی

CO = سرمایه سازمانی

CT = سرمایه تکنولوژیکی

CN = سرمایه تجاری

CS = سرمایه اجتماعی

E = عنصر نامشهود هر جزء

V = متغیر عنصر

I = معیار هر متغیر

شکل (۸) مدل عقلانی عوامل سرمایه فکری

عناصری که هر یک از پنج جزء را ساختار می دهد در جدول ۲ آورده شده است (Sa' nchez and A' ngel and Lo'pez, ۲۰۰۷)



جدول (۲) عناصر سرمایه ها در مدل عقلانی

مؤلفه های اصلی	اجزای سرمایه فکری
فرهنگ	سرمایه سازمانی
ساختار	
یادگیری سازمانی	
فرآیندها	
تلاش در I+D+i	سرمایه تکنولوژیکی
بکار گیری تکنولوژی	
مالکیت صنعتی و معنوی	
نتایج نوآوری	
رابطه با مشتری	سرمایه تجاری
رابطه با عرضه کننده	
رابطه با سهامداران	
ذینفعان نهاد ها و سرمایه گذاران	
رابطه با رقبا	
رابطه با ارتقاء و کیفیت	
بهبود نهاد ها	سرمایه اجتماعی
رابطه با ادارات عمومی	
رابطه با ابزارهای ارتباط	
تصویر شرکتی	
رابطه با مراقبت محیطی	
روابط اجتماعی	
شهرت شرکتی	

نتیجه گیری

در این مقاله سرمایه فکری به عنوان دارایی برای خلق ارزش در شرکت معرفی می شود. سرمایه فکری ارزش اقتصادی دو گروه دارایی های شرکت است، سرمایه سازمانی و سرمایه انسانی. اکثر اوقات سرمایه فکری را با دارایی های نامشهود یکی در نظر می گیرند، در صورتی که سرمایه فکری زیر مجموعه دارایی های نامشهود است و خود مالکیت معنوی را در بر می گیرد. چهارچوب های مختلفی که برای تبیین و توضیح جایگاه سرمایه فکری ارائه شده است. شش مدل از مهمترین آن ها، در این مقاله ارائه شده است: مدل کارت امتیاز متوازن، مدل جستجوگر اسکانندیا، مدل تکنولوژی بروکر، مدل بانک امپراطوری کانادا و مدل هوشمند. هر یک از این مدل ها سرمایه فکری را از دیدگاهی مورد بررسی قرار داده است. مروری بر این مدل ها می تواند دید جامعی در مورد سرمایه فکری به ما بدهد و ما را در شناخت بهتر این سرمایه در سازمان کمک کند.

منابع

- Chareonsuk Chaichan, Chansa-ngavej Chuvej: "Intangible asset management framework for long-term financial performance", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 108 No. 7, 2008, pp. 812-828
- H. Luthy David: "INTELLECTUAL CAPITAL AND ITS MEASUREMENT", *College of Business Utah State University*, 2002
- J. Abdolmohammadi Mohammad: "Intellectual capital disclosure and market capitalization", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 7 No. 3, 2005, pp. 397-417
- Kanan Gopika, G.Aulbur Wilfried: "Intellectual Property Measurement Effectiveness", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9, No. 3, 2004, pp. 389-413
- M. Sa'nchez-Can'izares Sandra, A'ngel Ayuso Mun'oz Miguel, Lo'pez-Guzma'n Toma's: "Organizational culture and intellectual capital: a new model", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8 No. 3, 2007, pp. 409-430
- Malhotra Yogesh: "Knowledge Assets in the Global Economy: Assessment of National Intellectual Capital", *Journal of Global Information Management*, July-Sep, 2000, 8(3), 5-15
- Nerdrum Lars, Erikson Truls: "Intellectual capital: a human capital perspective" *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 2 No. 2, 2001, pp. 127-135
- Richard Petty and Guthrie James: "Intellectual capital literature review, Measurement, reporting and management" *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1 No. 2, 2000, pp. 100-117



Rebana Ludivine: "Reporting Intellectual Capital to Augment Research, Development and Innovation in SMEs", The European Commission, June ۲۰۰۶

Robinson George, H. Kleiner Brian: "How to measure an organization's intellectual capital", Managerial Auditing Journal, ۱۱/۸ [۱۹۹۶] ۳۶-۳۹

Kiping Rudyard: "Intellectual Capital and Intellectual Property", Auckland, New Zealand, March ۲۰۰۳

Smith Michel, Hansen Frederick: "Managing intellectual property: a strategic point of view", Journal of Intellectual Capital, Vol. ۲ No. ۴, ۲۰۰۲, pp. ۳۶۶-۳۷۴.

The Chartered Institute of Management Accountants (CIMA): "Understanding corporate value", ۲۰۰۲, Cranfield University

The European Federation of Financial Analysts Societies (EFAS): "Principles for Effective Communication of Intellectual Capital", COMMISSION ON INTELLECTUAL CAPITAL, ۲۰۰۸



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

