



موضوع مهم
ارتباطات
سازمان است.
ارتباطات ارزش
دارد. سازمانی
که ارتباطات
بین‌المللی خوبی
دارد به خاطر این
ویژگی از ارزش
بیشتری برخوردار
است

گزارش اصلی
پرتال جامع علوم

گفت‌وگو با دکتر جلیل خاوندکار

ثروت‌هایی که در حسابداری‌های مرسوم به چشم نمی‌آید



ایران در زمینه توسعه مدیریت سرمایه فکری در میان کشورهای منطقه نقش پیشتازی داشته است. اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری در پانیز سال ۱۳۸۸ برگزار و دومین کنفرانس در مهرماه امسال برگزار می‌شود. در زمینه تحولات مدیریت سرمایه فکری در کشورمان با دکتر جلیل خاوندکار، دبیر دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت سرمایه فکری، پژوهشگر برتر ملی و رئیس مرکز رشد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات زنجان گفت‌وگو کرده‌ایم.



ارزش دارد.

ما از ارزش کارگران ماهر موسسه آگاه نیستیم، به همین خاطر عده‌ای را آموزش داده و سرمایه‌گذاری می‌کنیم اما حسابدارها این کار را به حساب هزینه می‌گذارند. باید حسابداری سرمایه‌های انسانی را به عنوان بخشی از سرمایه‌های فکری راه بیندازیم. در غیر این صورت حسابدارها آموزش را به عنوان سرمایه‌گذاری نخواهند دید و نتایج آموزش را هم به حساب سود سازمان نخواهند گذاشت.

در زمینه سرمایه‌های فکری برند یک موضوع قابل توجه است. اگر موضوع برند را در عرصه دانشگاه‌ها بررسی کنیم به این نتایج دست خواهیم یافت. در صورت مقایسه دانشگاه‌ها متوجه می‌شویم که یک دانشگاه معتبر بوده و دانشجویان تمایل دارند در آن تحصیل کنند. همچنین اساتید نیز مایل به تدریس در آن دانشگاه هستند. دانشگاه مزبور دارای برند است. این برند یک ارزش است. اما حسابدارهای ما این ارزش را در جایی ثبت نمی‌کنند.

موضوع بعدی ارتباطات سازمان است. ارتباطات ارزش دارد. سازمانی که ارتباطات بین‌المللی خوبی دارد به خاطر این ویژگی از ارزش بیشتری برخوردار است.

عامل دیگری مشتری است. شرکتی که مشتریان پروپا قرص دارد. این مشتریان جامعه شرکت مزبور را در بیرون تشکیل می‌دهند. این امر بر ارزش شرکت خواهد افزود. بحث شهرت نیز دارای اهمیت است. شهرت در زمینه‌های گوناگون مطرح است. گاهی شهرت یک شرکت نسبت به یک شرکت دیگر است. گاهی محبوبیت یکی از

مفهوم سرمایه فکری در ایران جدید بوده و تازه وارد عرصه ادبیات مدیریتی کشور شده است. در جهان نیز سرمایه فکری مفهومی خیلی قدیمی نبوده و جدید است. سرمایه فکری مفهوم هزاره جدید بوده و براساس آن شرکت‌ها عمدتاً با سرمایه فکری خود کار خواهند کرد. ما هنگامی که می‌خواهیم شرکت مخابرات و فولاد مبارکه را بفروشیم قادر به قیمت‌گذاری نیستیم. زیرا قیمت‌گذاری حسابدارها، براساس حسابداری منابع فیزیکی یا منابع مشهود است.

حسابدارها با اصول خودشان تجهیزات، ماشین‌آلات، محصولات موجود در انبار و استهلاك سالیانه را حساب می‌کنند. آنها با اصول و قواعدی که دارند ارزش دفتری را مشخص می‌سازند. پس از انجام عملیات حسابداری موسسه برای فروش به بازار می‌رود اما با قیمتی فروخته می‌شود که با ارزش دفتری متفاوت است. در بسیاری موارد خیلی بالاتر از ارزش دفتری و در موارد کمی پایین‌تر از ارزش دفتری است. این امر نشان می‌دهد که سرمایه فکری چیزی بر آن افزوده یا کم کرده است. حسابدارهای فیزیکی منابع و سرمایه فکری را نادیده می‌گیرند.

سرمایه‌های فکری شامل تعداد زیادی از سرمایه‌های شرکت‌ها بوده که دیده نمی‌شوند. به طور مثال یک شرکت اعتبار ملی و منطقه‌ای دارد که دیده نشده و در دفاتر ثبت نمی‌شود. شرکت دیگری از منابع انسانی قابل توجهی برخوردار بوده اما هنوز حسابداری منابع سرمایه‌های انسانی راه نیفتاده است. بنابراین سازوکاری برای حساب و کتاب سرمایه انسانی وجود ندارد تا مشخص کند موسسه چقدر

سلسله

کنفرانس‌های

بین‌المللی در

مورد سرمایه

فکری که در

ایران برگزار

می‌شود جزو

نمونه‌های نادر

است. نمونه‌های

دیگر آن فقط

در کانادا و اروپا

بوده است

سال گذشته اولین کنفرانس سرمایه فکری برگزار شد و برگزارکنندگان با شرکت‌ها، دانشگاه‌ها، موسسات دولتی ارتباطات گسترده‌ای برقرار کردند. تعدادی از کارشناسان، مشاوران و مدیران دانشگاه‌ها و موسسات دولتی علاقمند شدند که تجربیات عملی در این زمینه در موسسه خودشان داشته باشند. تعدادی از مقالات ارسالی به کنفرانس در سال گذشته اختصاص به همین موارد داشت.

در سال جاری مقالات برابرت‌ر شده است و ما در دومین کنفرانس سرمایه فکری گزارش‌های مختلفی داریم. این گزارش‌ها شامل گزارش‌های ملی، وزارتخانه‌ای، دانشگاهی، استانی و شرکتی است. بنابراین در دومین کنفرانس سرمایه فکری ما گزارش‌های واقعی از کشورها، شرکت‌ها، موسسات دولتی و خصوصی و دانشگاه‌ها خواهیم داشت. با توجه به اهمیت این موضوع یک سالن ویژه به این کار اختصاص یافته است.

برگزاری اولین کنفرانس سرمایه فکری در ایران در سطح بین‌المللی بسیار تأثیرگذار بوده است. در اولین کنفرانس سرمایه فکری گزارش‌هایی از هند، بنگلادش و تاجیکستان داشتیم و امسال ارتباطات بین‌المللی بیشتر شده است. بنابراین گزارش‌های بین‌المللی بیشتری به دبیرخانه ارسال شده و در طول دومین کنفرانس ارایه خواهد شد.

منابع انسانی به صورت واضحی بخشی از سرمایه‌های فکری سازمان به شمار می‌روند، منتها این سرمایه‌های فکری ساعت ۴ زمان تعطیل شدن از شرکت می‌روند. ما در بحث توسعه سرمایه فکری با تأکید به دنبال این هستیم که سرمایه‌های فکری موجود در مغز این انسان‌ها را به سرمایه‌های شرکت تبدیل کنیم.

برای مثال در یک شرکت خودروسازی هنگام الگوبرداری از یک مدل قدیمی یا یک مشکل روبه‌رو شدند. آنها متوجه شدند تمام کسانی که این الگو را بلد بودند از شرکت رفته‌اند. بنابراین الگوبرداری با موفقیت صورت نگرفت.

ما در بحث سرمایه‌های انسانی به دنبال این هستیم که سرمایه‌های موجود در مغز انسان‌ها را به صورت سرمایه‌های ثابت فکری شرکت درآوریم. اصولاً یکی از بحث‌های مدیریت دانش این است که ما چگونه دانش ضمنی یا دانش پنهان را به دانش آشکار و دانش قابل بیان شدن و دفتری شدن تبدیل کنیم. باید بتوانیم دانش پنهان را تبدیل به نماد کرده و این نمادها قابل دیدن و ذخیره شدن باشد.

در زمینه تبدیل دانش پنهان به دانش آشکار و تبدیل دانش توزیع شده به دانش مجتمع؛ نرم‌افزارها و سخت‌افزارهایی طراحی شده است. البته بخش‌هایی از این بحث در حوزه مدیریت دانش جای می‌گیرد اما براساس تعداد قابل توجهی از نظریه‌ها مدیریت دانش نیز جزئی از مدیریت سرمایه فکری است.

کالاهای شرکت نسبت به سایر کالاهای همان شرکت یا شرکت‌های دیگر است. این مواردی بوده که حسابدارهای ما هیچگاه در دفترشان ثبت نمی‌کنند، به خاطر این است که مجموعه این عوامل به علاوه موارد دیگر تفاوت ارزش دفتری با ارزش بازار را پر می‌کند.

از این رو ابتدایی‌ترین تعریف سرمایه فکری این است: «تفاوت ارزش بازار و ارزش دفتری» سپس تعاریف توسعه‌یافته و این روند ادامه دارد. به دنبال آن روش‌های شناسایی، ارزیابی و سنجش سرمایه فکری به تبع این توسعه مفاهیم نظری در حال توسعه است.

شناسایی، ارزیابی و سنجش سرمایه فکری در جهان کمتر از ۲۰ سال سابقه دارد. هنوز استاندارد خیلی قابل قبولی برای این کار به وجود نیامده است. بیش از ۵۰ مدل برای شناسایی، ارزیابی و سنجش سرمایه فکری در شرکت‌ها و کشورهای مختلف طراحی شده است.

بعضی از آکادمیک در زمینه سرمایه فکری سابقه چندانی ندارد. به نحوی که سلسله کنفرانس‌های بین‌المللی در مورد سرمایه فکری که در ایران اتفاق می‌افتد جزو نمونه‌های نادر است. نمونه‌های دیگر آن فقط در کانادا و اروپا بوده است. به این خاطر برگزاری این کنفرانس‌ها نه تنها در ایران بلکه در سطح منطقه مورد استقبال قرار گرفته است. کشورهای آسیای میانه، خاورمیانه، خاور دور و شبه‌قاره از برگزاری سلسله کنفرانس‌های سرمایه فکری در کشورمان بسیار استقبال کرده‌اند. ایران در این زمینه پیشگام شده است.



**بیش از ۵۰ مدل
برای شناسایی،
ارزیابی و سنجش
سرمایه فکری
در شرکت‌ها و
کشورهای مختلف
طراحی شده
است**