

## مدیریت و گزارش‌گری سرمایه‌های فکری در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی

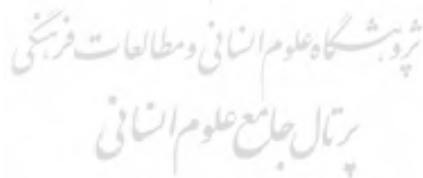
دکتر محمد عقیقی<sup>۱</sup>

فاطمه نظری<sup>۲</sup>

### چکیده

ارایه مدل سرمایه‌ی فکری در حال حاضر که سازمان‌های امروزی کشور تلاش خود را تنها در حفظ نگهداری دارایی‌های فیزیکی معمول دارند، می‌تواند نگرش مدیران سازمان‌ها را به سوی ارزشیابی دارایی‌های غیر ملموس هدایت نموده و توجه آن‌ها را به نگهداری و حفظ این گونه منابع فکری جلب کند و علاوه بر این که موجب شناسایی ترکیب این دارایی‌ها گردد، ارزش‌های هر یک از آن‌ها را در مقایسه با یکدیگر تعیین کرده و به‌ترهای لازم برای موفقیت سازمان‌ها در آینده تعیین نماید؛ از این رو پژوهش حاضر در ابتدا به تعریف سرمایه فکری و عناصر آن می‌پردازد، سپس نحوه‌ی افشا، گزارش‌گری و مدیریت سرمایه‌های فکری را مورد بررسی قرار داده و در بخش پایانی به معرفی مدلی برای سنجش، گزارش‌گری و مدیریت سرمایه‌ی فکری در دانشگاه‌ها می‌پردازد.

**واژگان کلیدی:** مزیت رقابتی - آموزش عالی - سرمایه ساختاری - سرمایه رابطه‌ای - سرمایه انسانی.



---

۱ دکترای رشته مدیریت بازرگانی و استاد موسسه آموزش عالی علامه فیض کاشانی

۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی موسسه آموزش عالی علامه فیض کاشانی ، [smbblue07@yahoo.com](mailto:smbblue07@yahoo.com)

## مقدمه

طی دو دهه اخیر، حرکت به سمت جامعه‌ای با اقتصاد دانش بنیان بسیار چشمگیر بوده است. در این اقتصاد، سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و تحقیق و توسعه از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بوده و موفقیت بالقوه‌ی سازمان‌ها ریشه در قابلیت فکری آنها دارد، بنابراین نحوه‌ی مدیریت و گزارشگری سرمایه‌ی فکری در موسسات و نقش آن‌ها در کسب مزیت رقابتی می‌تواند در پیشبرد اهداف سازمانی نقش بسزایی را ایفا کند. آموزش عالی - دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی - به عنوان موتور محرکه‌ی توسعه اقتصادی و مظهر اصلی سازمان‌های تولید دانش می‌باشند. این موسسات در برگیرنده‌ی مراکز تولید دانش، کسب دانش، به اشتراک گذاشتن دانش و نهایتاً به کارگیری آن برای نوآوری می‌باشند (جونز و همکاران، ۲۰۰۹). براین اساس، دستیابی به پیشرفت‌های سریع علمی کشور، هم‌افزایی در تحقیقات و فعالیت‌های دانشگاهی و کم کردن شکاف علمی کشور با کشور‌های پیشرفته، با توجه به مدیریت دانش و مدیریت سرمایه‌ی فکری امکانپذیر خواهد شد. بنابراین شناسایی شاخص‌ها و معیارهای سنجش سرمایه‌ی فکری در نظام آموزش عالی و بررسی وضعیت موجود دانشگاه‌ها از لحاظ برخورداری از سرمایه‌ی فکری، یک فعالیت در راستای دستیابی به سند چشم‌انداز خواهد بود.

## تعریف سرمایه فکری

مفهوم سرمایه فکری اغلب مورد بحث بوده اما همیشه به خوبی تعریف نشده است و کلمات مختلفی برای تفسیر این مفهوم مورد استفاده قرار گرفته است. مردم تمایل دارند از اصطلاحاتی مانند دارایی‌ها، منابع یا محرک‌های عملکرد به جای کلمه‌ی "سرمایه" استفاده کنند. آنان "واژه‌ی فکری" را با کلماتی مانند نامشهود، بر مبنای دانش مالی یا غیرمالی جایگزین می‌کنند. بعضی از حرفه‌ها (مانند حسابداری مالی، حسابرسی و...) نیز تعاریف کاملاً متفاوتی مانند دارایی‌های ثابت غیرمالی<sup>۱</sup> که موجودیت عینی و فیزیکی ندارند اما، توسط بنگاه اقتصادی نگهداری و از طریق حقوق قانونی قابل شناسایی و کنترل هستند، ارائه کرده‌اند (مار، ۲۰۰۸).

استوارت معتقد است سرمایه فکری مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات، اموال فکری<sup>۲</sup>، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می‌تواند برای ایجاد ثروت به کار گرفته شود. در واقع، سرمایه فکری کلیه کارکنان، دانش سازمانی و توانایی‌های آنان را برای ایجاد ارزش افزوده دربر می‌گیرد و باعث ایجاد منافع رقابتی مستمر می‌شود (قلیچ لی و مشبکی، ۱۳۸۶). به اعتقاد بنتیس<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) سرمایه فکری می‌تواند به

<sup>۱</sup>- Non financial fixed assets

<sup>۲</sup>- Marr

<sup>۳</sup>- Intellectual Property

<sup>۴</sup>- Bonties

عنوان مجموعه‌ای از دارایی‌های نامشهود (منابع، توانایی‌ها، رقابت) تعریف شود که از عملکرد سازمانی و ایجاد ارزش به دست می‌آیند. ادوینسون و مالون<sup>۱</sup> می‌گویند سرمایه فکری اطلاعات و دانش مورد استفاده برای کارکردن، برای ایجاد ارزش است (واسیل<sup>۲</sup> ۲۰۰۸).

محققان مختلف، این مفهوم را به اشکال گوناگون تعریف کرده‌اند. برخی تعاریف مفهوم سرمایه فکری عبارتند از:

۱. پابلوس (۲۰۰۴) سرمایه فکری را شامل تمام منابع دانش محوری می‌داند که برای سازمان ارزش تولید می‌کنند ولی در صورتهای مالی وارد نمی‌شوند.
۲. ماوریدس (۲۰۰۵) سرمایه فکری را یک دارایی ناملموس با پتانسیل خلق ارزش برای سازمان و کل جامعه می‌داند.
۳. مارتینز (۲۰۰۵) سرمایه فکری را دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه‌ای که می‌تواند در خلق ثروت مورد استفاده قرار گیرد، تعریف می‌کند.
۴. به اعتقاد ادوینسون و مالون (۱۹۹۷) سرمایه فکری عبارتست از: داشتن دانش، بکارگیری تجربه، تکنولوژی سازمانی، ارتباط با مشتری و عرضه‌کننده و نیز توانایی‌های حرفه‌ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می‌کند.
۵. ادوینسون و سالیوان سرمایه فکری را دانشی می‌دانند که می‌تواند به ارزش تبدیل شود (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).
۶. مار و اسکیمو سرمایه فکری را بصورت یک گروهی از داراییهای دانشی که به یک سازمان وابسته هستند و با افزودن بر ارزش سازمان از طریق تعیین ذینفعان کلیدی، بطور چشمگیری در بهبود موقعیت رقابتی سازمان مشارکت می‌کنند، تعریف کرده‌اند (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).
۷. به اعتقاد لیو سرمایه فکری عبارتست از، منابع سودهای آینده (ارزش)، که توسط نوآوری، طراحی‌های منحصر بفرد سازمان یا تجربیات نیروی انسانی تولید می‌شود (جعفری و همکاران، ۱۳۸۵).
۸. بنتیس و هالند (۲۰۰۲) اعتقاد دارند سرمایه فکری ذخیره‌ای از دانش است که در نقطه خاصی از زمان در یک سازمان یا بنگاه اقتصادی وجود دارد. در این تعریف ارتباط بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی مورد توجه قرار گرفته است (واسیل، ۲۰۰۸).

<sup>۱</sup>- Edvinson&Malon

<sup>۲</sup>- Vasile

به تازگی، محققان تعریف جامعی درباره‌ی سرمایه فکری ارائه کرده اند در این تعریف شرایط لازم برای شناسایی این دارایی نیز بیان شده است. "سرمایه فکری یک نوع دارایی است که، توانایی بنگاه اقتصادی را برای ایجاد ثروت اندازه گیری می کند. این دارایی ماهیت عینی و فیزیکی ندارد و یک دارایی نامرئی<sup>۱</sup> است که از طریق به کارگیری دارایی های مرتبط با منابع انسانی، عملکرد سازمانی و روابط خارج از بنگاه اقتصادی به دست می آید. همه این ویژگی ها باعث ایجاد ارزش در درون سازمان می شود و ارزش به دست آمده به دلیل این که یک پدیده کاملاً درون سازمانی است، قابلیت خرید و فروش ندارد" (رس و بارونس، ۲۰۰۵).

### عناصر سرمایه فکری

به طور کلی، محققان و دست اندرکاران رشته سرمایه فکری، بر روی این موضوع اتفاق نظر دارند که سرمایه فکری از سه سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای تشکیل شده است که به شرح زیر توضیح داده می شوند:

**الف ( سرمایه انسانی):** رس و همکارانش (۱۹۹۷) معتقدند کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و چالاک‌ی فکری خود ایجاد می کنند. مهم ترین عناصر تشکیل دهنده سرمایه انسانی بنگاه اقتصادی مجموعه‌ی مهارت های نیروی کار، عمق و وسعت تجربه‌ی آنان است. منابع انسانی می تواند به منزله روح و فکر منابع سرمایه فکری باشد. این سرمایه در شب با ترک سازمان از سوی کارکنان از شرکت خارج می شود اما، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای حتی با ترک سازمان در شب هم، بدون تغییر باقی می ماند. سرمایه انسانی شامل: الف) مهارت ها و شایستگی های نیروی کار ب) دانش آنان در زمینه هایی که برای موفقیت بنگاه اقتصادی مهم و ضروری هستند و ج) استعدادها، اخلاق و رفتار آنان است (مار، ۲۰۰۸).

بروکینگ (۱۹۹۶) معتقد است دارایی انسانی یک بنگاه اقتصادی شامل مهارت ها، تخصص ها، توانایی حل مساله و سبک های رهبری است. اگر در یک بنگاه اقتصادی سطح گردش کارکنان بالا باشد، این موضوع ممکن است به این معنی باشد که سازمان این جزء مهم از سرمایه فکری خود را از دست داده است.

**ب) سرمایه رابطه ای:** سرمایه رابطه ای شامل همه روابطی است که بین بنگاه اقتصادی با هر فرد یا بنگاه اقتصادی دیگری وجود دارد. این روابط شامل مشتریان، واسطه ها، کارکنان، تامین کنندگان مواد اولیه، مقامات قانونی، اعتباردهندگان و سرمایه گذاران است. روابط مزبور به دو گروه کلی تقسیم می شوند: گروه اول روابطی هستند که از طریق قرارداد با مشتریان و تامین کنندگان مواد اولیه یا شرکای اصلی، رسمیت می یابند. گروه دوم بیشتر شامل روابط غیررسمی هستند. سرمایه رابطه ای به عنوان یک پل و

<sup>۱</sup> - Invisible asset

سازمان دهنده عملیات سرمایه فکری تلقی و عامل تعیین‌کننده درتبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار است. این سرمایه شامل استحکام و وفاداری مناسبات و روابط با مشتری است. رضایت مشتری، سلامت مالی و حساسیت قیمت ممکن است، به عنوان شاخص‌های این نوع سرمایه به کار روند. تفکیک سرمایه رابطه‌ای از سرمایه انسانی و ساختاری گویای اهمیت آن درارزش‌بنگاه اقتصادی است. علائم تجاری، شهرت و آوازه شرکت یا کالاها و خدمات آن، که منعکس‌کننده‌ی روابط بین شرکت‌ها و مشتریان (بالقوه یا بالفعل) آنها هستند، نیزدراین گروه از دارایی‌ها قرار می‌گیرند (مار، ۲۰۰۸).

**ج) سرمایه ساختاری:** رس و همکاران (۲۰۰۵) معتقدند سرمایه ساختاری شامل ذخایر غیرانسانی دانش از جمله، پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرای فرآیندها، استراتژی‌ها و برنامه‌های اجرایی است. سرمایه ساختاری دامنه‌ی گسترده‌ای از عناصرضروری را پوشش می‌دهد. مهم‌ترین آنها معمولاً شامل: (۱) فرآیندهای مهم اجرایی (بنگاه اقتصادی ۲) چگونگی ساختاربندهی آنها (۳) سیاست‌ها، جریان‌های اطلاعاتی و عناصرپایگاه‌های داده (۴) رهبری و سبک مدیریت (۵) فرهنگ سازمان و (۶) طرح‌های پاداش کارکنان است.

سبای<sup>۱</sup> (۱۹۹۷) نیز سرمایه فکری را سه جزء **سرمایه انسانی** (ظرفیتی برای انجام امور در موقعیت‌های مختلف، برای ایجاد دارایی‌های مشهود و دارایی‌های نامشهود، **سرمایه ساختاری** (حق الاختراع، مفاهیم، مدل‌ها و سیستم‌های اداری و کامپیوتری) و **سرمایه رابطه‌ای** (روابط با تامین‌کنندگان مواد اولیه و مشتریان) تعریف کرده است. واسیل معتقد است دانش یک ارزش اقتصادی است و این ارزش به طور فزاینده درحال افزایش است و بیشتر در شرکت‌هایی قابل رویت است که، ارزش‌های مشهود کمتری داشته باشند (رس و بارونس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵).

بنابراین در جمع‌بندی تعاریف متعدد سرمایه فکری و اجزای آن می‌توان اظهار داشت که، سرمایه فکری به سه دسته سرمایه انسانی<sup>۳</sup>، سرمایه ساختاری (سازمانی)<sup>۴</sup> و سرمایه مشتری<sup>۵</sup> قابل تقسیم است (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).

<sup>۱</sup>- Sibay

<sup>۲</sup>- Rose & Barrons

<sup>۳</sup>- Human Capital (HC)

<sup>۴</sup>- Structural (Organisational) Capital (SC)

<sup>۵</sup>- Customer Capital

سرمایه انسانی مهمترین دارایی یک سازمان و منبع خلاقیت و نوآوری است. در یک سازمان دارایی‌های دانشی ضمنی کارکنان یکی از حیاتی‌ترین اجزایی است که بر عملکرد سازمان تاثیر بسزایی دارد (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶). همچنین سرمایه انسانی ترکیبی از دانش، مهارت، قدرت نوآوری و توانایی افراد شرکت برای انجام وظایفشان و در بر دارنده ارزش‌ها، فرهنگ و فلسفه شرکت است.

سرمایه ساختاری را ادوینسون و مالون به عنوان سخت افزار، نرم افزار، پایگاه داده‌ها، ساختار سازمانی، حقوق انحصاری سازمان، علایم تجاری و تمام توانایی‌های سازمان که حامی بهره‌وری کارکنان است، تعریف می‌کنند. سرمایه ساختاری چیزی است که، هنگامی که کارکنان شب‌به‌خانه می‌روند در شرکت باقی می‌ماند. سرمایه ساختاری به چند دسته تقسیم می‌شود: فرهنگ شرکت، ساختار سازمانی، یادگیری سازمانی، فرآیند عملیاتی و سیستم اطلاعاتی (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).

سرمایه مشتری که بعنوان پل و کاتالیزوری در فعالیتهای سرمایه فکری محسوب می‌شود، از ملزومات اصلی و تعیین کننده تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار و در نتیجه عملکرد تجاری شرکت است. سرمایه مشتری یک جزء اصلی و اساسی سرمایه فکری به شمار می‌رود که ارزش را در کانال‌های بازاریابی و ارتباطاتی که شرکت با رهبران آن صنعت و تجارت دارد، جای داده است (زاهدی و همکاران، ۱۳۸۶).

### گزارش‌گری سرمایه فکری<sup>۱</sup> (ICR)

افشا<sup>۲</sup> و گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری می‌تواند کارایی بازار سرمایه را بهبود بخشیده و باعث تقویت نظام راهبری در سازمان گردد. گزارش‌گری سرمایه فکری برای شناسایی و آرایه اطلاعات مربوط به اهداف، استراتژی‌ها، دیدگاه‌ها، فعالیت‌ها و منابع سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد که مبتنی بر شاخص‌های مالی و غیر مالی می‌باشد. گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری مزایایی را به شرح زیر برای مدیریت و سرمایه‌گذاران به همراه خواهد داشت:

- ۱- به روش‌های زیر می‌تواند به مدیریت کمک کننده باشد:
  - ارزش سرمایه فکری را به سرمایه‌گذاران آرایه می‌کند.
  - دارایی‌های فکری تحت تملک شرکت را نشان می‌دهد.
  - ارزشی را برای دارایی‌های فکری معین می‌کند.
  - چگونگی ارتباط بین دارایی‌های فکری و بخش‌های مختلف واحد تجاری را تشریح می‌کند.
- ۲- به روش‌های زیر می‌تواند به سرمایه‌گذاران کمک کند:
  - توان پیش‌بینی آنان را افزایش می‌دهد.
  - می‌تواند به درک بهتر آنان از ماهیت عملیات واحد تجاری منجر گردد.

<sup>۱</sup>- Intellectual Capital Reporting

<sup>۲</sup>- disclosure

• اطلاعاتی را درباره نقش دارایی‌های فکری در ایجاد رشد شرکت را برای آنان فراهم می‌نماید. هم‌چنین مزایای گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری را می‌توان براساس دو دیدگاه عملکرد درونی (درون‌سازمانی) گزارش‌گری<sup>۱</sup> و عملکرد برون‌سازمانی<sup>۲</sup> آن بیان نمود:

۱- این نوع گزارش‌گری به‌طور بالقوه می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مدیریتی موثر عمل نماید که نتیجه‌ی آن توسعه‌گسترش و تخصیص منابع، ایجاد استراتژی، توسعه‌ی شرکت، نظارت بر نتایج توسعه‌ی شرکت و بنابراین تسهیل تصمیم‌گیری می‌باشد (عملکرد درون‌سازمانی گزارش‌گری). گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری هم‌چنین می‌تواند مستنداتی از سرمایه‌ی فکری سازمان را برای مدیریت فراهم سازد. از دیدگاه درون‌سازمانی، این نوع گزارش‌ها می‌تواند باعث بهبود و افزایش درک مدیریت از فعالیت‌ها و اهداف شرکت گشته و بنابراین فرایند تصمیم‌گیری مدیریت را تسهیل نماید. این کار از طریق تشخیص و شناسایی منابع نامشهود و قابلیت‌های آن‌ها به‌وسیله‌ی سرمایه‌گذاری‌ها و تخصیص سرمایه‌ی صورت می‌پذیرد.

۲- گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری به‌عنوان یک وسیله‌ی ارتباطی با محیط خارج از شرکت عمل می‌کند که می‌تواند باعث جذب منابع مالی، انسانی و ساختاری از شرکا و مشتریان شرکت گردد یعنی همان عملکرد برون‌سازمانی گزارش‌گری. از دیدگاه برون‌سازمانی این گزارش‌ها می‌تواند شفافیت فعالیت‌های شرکت را از دید جامعه بهبود بخشیده و باعث جذب کارکنان و شرکای جدیدی گردد.

### رویکردهای گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری

به‌طور کلی دو رویکرد برای گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری در سازمان‌ها وجود دارد: رویکرد اول، این رویکرد گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری را به‌صورت محدودی امکان‌پذیر ساخته بدین معنی که سرمایه‌ی فکری را به‌عنوان قسمتی از سیستم حسابداری مالی تعریف می‌نماید. در ایالات متحده و سایر اقتصادهای توسعه‌یافته، انواع خاصی از سرمایه‌ی فکری را در صورت‌های گنجانده‌اند. امروزه در ایالات متحده، شرکت‌ها نه تنها سرمایه‌ی فکری و اطلاعات مربوط به دارایی‌های نامشهود خود را گزارش می‌کنند بلکه به‌طور ادواری آن‌ها را تجدید ارزیابی نیز می‌نمایند.

<sup>۱</sup>- Internal Reporting

<sup>۲</sup>- Internal Reporting

رویکرد دوم. در این رویکرد، سرمایه‌ی فکری به طور جداگانه و مستقل از صورت‌های مالی گزارش می‌گردد. این رویکرد فراتر از سیستم سنتی حسابداری حرکت کرده و زبان جدیدی را برای گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری ارائه نموده است. مدل‌های شرکت اسکاندیا، کارت ارزیابی متوازن و مدل‌های نامشهود سوئیسی مدل‌هایی هستند که در آن‌ها گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری به صورت کاملاً مستقل از سایر گزارش‌های مالی انجام می‌شود. این رویکرد نسبت به رویکرد اول، اطلاعات شفاف‌تر و بیشتری را در مورد سرمایه‌ی فکری فراهم می‌کنند.

عدم گزارش‌گری سرمایه‌ی فکری تبعات منفی را به شرح زیر برای شرکت به همراه خواهد داشت

- سهام‌داران اقلیت نسبت به سهام‌داران نهادی دسترسی کمتری به اطلاعات دارند.
- ممکن است مدیران با دستیابی به اطلاعات درون‌سازمانی درباره‌ی دارایی‌های نامشهود، ممکن است از این وضعیت به نفع خود استفاده کنند.
- عدم ارائه چنین اطلاعاتی منجر به عدم ارزشیابی صحیح از شرکت و در نتیجه افزایش ریسک می‌شود که این امر به نوبه خود باعث افزایش هزینه‌ی سرمایه‌ی شرکت خواهد گردید.

### مدیریت سرمایه فکری

برای تاثیرگذاری مثبت بر ارزش آینده بنگاه، لازم است درک بهتری از سرمایه‌ی فکری و آخرین ابزار موجود برای شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت این عامل مهم ایجاد ارزش را داشت. رهنمود حسابداری مدیریت منتشر شده به وسیله انجمن حسابداران رسمی آمریکا (AICPA)، پنج گام اساسی را برای مدیریت موفق سرمایه فکری تعیین می‌کند:

۱. شناسایی سرمایه فکری بنگاه
۲. ترسیم عوامل کلیدی ارزش
۳. اندازه‌گیری سرمایه فکری
۴. مدیریت سرمایه فکری و
۵. گزارشگری سرمایه فکری

اولین گام، شناسایی سرمایه‌های فکری بنگاه است. این مرحله، شامل اندازه‌گیری ارزش آن می‌باشد. همه سرمایه‌های فکری بطور خودکار برای یک بنگاه ارزشمند نیستند. این سرمایه‌ها زمانی ارزشمند هستند که به پیشبرد اهداف بنگاه کمک کنند. سرمایه فکری را می‌توان از طریق انجام مصاحبه، کارگاه‌های آموزشی یا از طریق نظرسنجی‌های اینترنتی شناسایی کرد. زمانی که سرمایه فکری شناسایی شد، می‌توان ارزش آن را سنجید. هنگام ارزشگذاری سرمایه فکری باید به خاطر داشته باشیم که ارزش سرمایه فکری به راهبرد بنگاه بستگی دارد و بطور پویا با سایر منابع در تعامل و به آنها وابسته است.



گام بعدی، ترسیم نقشه ارزش‌زایی است. این تمثال دیدنی، دو کارکرد اولیه دارد: ایجاد اطمینان از این‌که راهبرد با همه عوامل ارزش‌سرمایه‌فکری منسجم و پیوسته است، و ایجاد امکان ارتباط دهی آسان راهبرد و نقش و اهمیت سرمایه‌فکری در پیشبرد راهبرد.

بعد از شناسایی و ترسیم عوامل ارزش‌سرمایه‌فکری، بنگاه می‌تواند سنجش آنها را شروع کند. ابزار و فنون زیادی برای سنجش سرمایه‌فکری موجود است.

زمانی‌که سرمایه‌فکری اندازه‌گیری شد، می‌توان آن را مدیریت کرد. به کمک ارزشیابی‌های مربوط می‌توانیم سطوح فعلی عملکرد را بشناسیم، بفهمیم که آیا سرمایه‌فکری بهتر شده یا رو به زوال رفته است و پی‌ببریم چه فعالیت‌ها یا برنامه‌هایی بر عملکرد اثر داشته‌اند. از این اطلاعات می‌توان در تصمیم‌گیری، بررسی و آزمون راهبرد و مدیریت مخاطرات مرتبط با سرمایه‌فکری استفاده کرد.

گام نهایی، گزارش‌گری سرمایه‌فکری است. هدف گزارش‌گری سرمایه‌فکری، ارائه اطلاعاتی درباره سرمایه‌فکری یک سازمان به ذی‌نفعان آن است. گزارش‌گری سنتی نمی‌تواند ارزش سرمایه‌فکری را توصیف کند. راه‌های مختلفی برای توجه به محدودیت‌های گزارش‌گری مالی سنتی در افشای اطلاعات درباره سرمایه‌فکری ایجاد شده، اما هنوز نسبت به هیچ استاندارد توافقی نشده است. در نتیجه، سازمان‌های مختلف گزارش‌های داوطلبانه‌ای را ارائه کرده و به مزایای واضح آن از قبیل بهبود شناخت ذی‌نفعان از راهبرد بنگاه و بهبود تصویر از بنگاه و شهرت آن، پی‌برده‌اند.

### مدل مدیریت و گزارش‌دهی سرمایه‌های فکری در دانشگاه‌ها

دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی برای دستیابی به اهداف خود دارای برنامه‌ها و استراتژی‌هایی می‌باشند. اجرای این استراتژی‌ها و دستیابی به اهداف و مستلزم منابع و دارایی‌های غیر از منابع ملموس می‌باشد که مهم‌ترین آن‌ها در هر موسسه‌ای، دانش، خبرگی، مهارت‌ها و توانمندی‌های کادر اداری و به‌ویژه کادر علمی و دانشجویان می‌باشد. اگر دانشگاه قادر باشد به شیوه‌ای اثر بخش، این منابع با ارزش را مورد سنجش قرار داده و مدیریت نمایند، به‌طور موثرتری قادر خواهد بود استراتژی‌های لازم برای دستیابی به این اهداف را طراحی و اجرا نماید (عباسپور و همکاران، ۱۳۹۲). نظام‌های آموزش عالی امروزه با چالش‌های زیادی مواجهند و دانشگاه‌ها نیاز به انعطاف‌پذیری بیشتر و شفافیت و رقابت دارند. برای مواجهه با این چالش‌هایی، موسسات آموزش عالی می‌بایست به‌طور جدی فرایند‌های خلق دارایی دانشی خود را مدیریت نمایند و ارزش سرمایه‌های فکری خود را بشناسند (راولی،

مطالعات انجام شده نشان می دهد توجه بیشتر به سرمایه های فکری سازمان به ویژه دانشگاه ها می تواند زمینه ی بهره گیری بیشتر از پتانسیل های بالقوه ی موجود در آن را فراهم ساخته و از هدر رفتن بیشتر این نیروها جلوگیری کند . دانشی شدن دانشگاه ها و مشخص شدن ارزش سرمایه ی فکری آن ها می تواند تاثیر شگرفی بر افزایش کارایی این مجموعه داشته و عملکرد آموزشی و پژوهشی آن ها را ارتقا بخشد (صبوری مطلق ، ۱۳۸۶ به نقل از زنده بودی) ارایه مدل سرمایه فکری در حال حاضر که سازمان های امروزی کشور تلاش خود را تنها در حفظ نگهداری دارایی های فیزیکی معمول دارند ، می تواند نگرش مدیران سازمان ها را به سوی ارزشیابی دارایی های غیر ملموس هدایت نموده و توجه آن ها را به نگهداری و حفظ این گونه منابع فکری جلب کند و علاوه بر این که موجب شناسایی ترکیب این دارایی ها گردد ، ارزش های هر یک از آن ها را در مقایسه با یکدیگر تعیین کرده و بهترهای لازم برای موفقیت سازمان ها در آینده تعیین نماید (رفیعی ، ۱۳۸۶ به نقل از زنده بودی)

یکی از مدل های مشهور برای گزارشگری و افشای سرمایه های فکری در دانشگاه ها مدل مرکز تحقیقاتی اتریش (مدل ARC)<sup>۱</sup> می باشد. این سازمان تحقیقاتی، یکی از بزرگترین موسسات دانش بنیان کشور اتریش می باشد که در زمینه های مختلف علمی و تحقیقاتی فعالیت می نماید و از سال ۱۹۹۵ اقدام به اندازه گیری و گزارش دهی سرمایه های فکری خود نموده است. در این سازمان، یک الگوی پایه برای مدیریت سرمایه های فکری با توجه به مشخصات و مقتضیات سازمانهای دانشی توسعه و پیاده سازی شده است که بر همین اساس نیز تحت عنوان الگوی ARC شهرت یافته است. این مدل چارچوبی اولیه را برای گزارش سرمایه های فکری در سازمانها و مؤسسات تحقیقاتی فراهم می کند که از چهار عنصر به صورت شکل زیر تشکیل شده است:



<sup>۱</sup> - AustrianResearchCenter (ARC)

### شکل ۱: مدل پایه ARC جهت مدیریت و گزارش‌دهی سرمایه‌های فکری

بر اساس مدل ARC، فرآیند مدیریت و گزارش‌دهی سرمایه‌های فکری شامل ۴ گام اساسی می‌باشد. هرچند که پیمودن این گام‌ها و در واقع پاسخگویی این مدل به نیازمندیهای خاص یک سازمان، مستلزم متناسب‌سازی این فرآیند با شرایط سازمانی از جمله تعیین شفاف استراتژی سازمانی و تعریف فرآیندهای کلیدی آن سازمان است و این امر، به عنوان چالشی اساسی برای سازمانهایی که قصد بکارگیری و تطابق این مدل را برای مدیریت سرمایه‌های فکری خود دارند، بشمار می‌آید. این گام‌ها به ترتیب عبارتند از:

- **تبیین اهداف و استراتژی‌ها و تعیین اهداف دانشی:** بر اساس این مدل، نقطه آغازین و اساسی، با بحث و بررسی پیرامون اهداف و استراتژی‌های سازمانی و تعریف اهداف ویژه سازمان آغاز می‌گردد. در سازمان‌های تحقیقاتی این اهداف تحت عنوان "اهداف دانشی" تلقی می‌گردند. این اهداف دانشی، تعریف‌کننده و تعیین‌کننده حوزه‌هایی است که می‌بایست در آنها مهارت‌های ویژه، ساختارها و روابط شکل گیرند یا افزایش یابند تا بدین ترتیب پیاده‌سازی استراتژی‌های سازمان تضمین شود. این اهداف، چارچوب و ساختاری را برای بکارگیری سرمایه‌های فکری سازمان فراهم می‌کنند.

- **شناسایی فرآیندهای کلیدی:** بر اساس مدل مذکور، دومین گام، شناسایی فرآیندهای کلیدی می‌باشد. در سازمانها و مراکز تحقیقاتی، فرآیندهای کلیدی، شامل فعالیت‌ها و پروژه‌های گوناگونی می‌گردد که در درون سازمان صورت پذیرفته و دارائی‌های نامشهود سازمان را ترکیب و مورد استفاده قرار می‌دهند و برای سازمان تحقیقاتی ارزش و مزیت رابتی خلق می‌نمایند.

- **تعیین شاخص‌ها:** پس از تعریف اهداف دانشی و فرآیندهای کلیدی، نوبت به تعیین و فرموله‌بندی شاخص‌های متناسب با اهداف و فرآیندهای کلیدی می‌رسد. اساساً هدف کلی از شناسایی این دسته از شاخص‌ها، تعیین سنجه‌هایی برای ارزیابی میزان تحقق اهداف دانشی و نیز مدیریت منابع و سرمایه‌های فکری مورد نیاز فعالیتها و فرآیندهای کلیدی سازمان می‌باشد.

- **تبیین نتایج در قالب گزارش سرمایه‌های فکری:** این مدل، همه انواع خروجی‌ها، مشهود و نامشهود را تجمیع می‌کند. معمولاً، خروجی‌های این نوع سازمانها، به شکل نتایج گوناگونی می‌باشد، سود مالی که می‌تواند بعنوان یکی از این نتایج محسوب شود، را می‌توان بعنوان شاخصی برای موفقیت این سازمانها بکار برد. اما نکته حایز اهمیت این است که حجم گسترده‌ای از نتایج این سازمان‌ها را نتایج نامشهود دانشی در بر می‌گیرند و این نتایج نامشهود بصورت نتایج مالی و اقتصادی، نتایج نامشهود دانشی و نتایج اجتماعی طبقه‌بندی می‌شوند.

### نتیجه گیری و جمع بندی

با توجه به مطالب ارایه شده در مورد لزوم اندازه گیری، افشا و مدیریت سرمایه های فکری در دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی، می بایستی نسبت به تقویت و گزارش گری این سرمایه ها در دانشگاه ها اهتمام ویژه ای ورزید. از این رو به دست اندرکاران امر پیشنهاد می گردد که جهت حفظ و تقویت سرمایه ی فکری در دانشگاه ها به موارد زیر توجه نمایند:

۱- ضرورت سنجش سرمایه های فکری در نظام های آموزش عالی و گزارش سرمایه های فکری در بسیاری از دانشگاه های معتبر دنیا از جمله انگلستان، اسپانیا، ایتالیا، استرالیا، فنلاند و... مورد توجه قرار گرفته و این امر منجر به بهبود مدیریت بر این سرمایه شده است؛ پس توجه به این مهم در دانشگاه های ایران از طریق تدریس آیین نامه ها و دستورالعمل های مرتبط، امری ضروری است.

۲- شناخت اجزای سرمایه ی فکری در دانشگاه و اندازه گیری آن به درک بهتر میزان سرمایه های هر یک از واحد های دانشگاهی کمک کرده و در نتیجه مدیریت سرمایه های فکری با کارایی بیشتری انجام خواهد گردید.

۳- اندازه گیری میزان سرمایه فکری می تواند در ارزیابی عملکرد هر واحد دانشگاهی یاری رسان باشد.

۴- به مقامات قانون گذار در سطح دانشگاه ها پیشنهاد می گردد جهت هم افزایی فعالیت های دانشگاهی و بهبود کیفیت اطلاع رسانی، یک نظام ارزیابی مبتنی بر مدیریت سرمایه های فکری طراحی و اجرا گردد.

۵- جهت ایجاد شفافیت در سطح واحد ها و مراکز دانشگاهی، تدوین آیین نامه ای جهت تهیه گزارش های افشای سرمایه ی فکری ضروری به نظر می رسد.

۶- به کارگیری اثربخش نیروی انسانی به منظور توانمند سازی آنها

۷- ارزش گذاری دارایی های انسانی در رسیدن به بهره گیری مناسب از سرمایه های انسانی

۸- ایجاد انگیزه و توانمند سازی کارکنان به نحوی که بتوانند به طور کامل به دانشجویان و اعضای هیأت علمی خدمت ارائه کنند.

۹- استفاده از سیستم های اطلاعاتی که دستیابی به اطلاعات را ساده سازد.

۱۰- برگزاری کنفرانس ها و همایش ها به منظور برقراری ارتباط بین پژوهشگران و اعضای هیأت علمی با یکدیگر.

۱۱- انتشار مقالات و مجلات متنوع در گروه های آموزشی.

۱۲- برگزاری کارگاه های آموزشی و ارائه گواهینامه های پایان دوره.

۱۳- به کارگیری فناوری جدید و به روز در امر آموزش..

۱۴- پیگیری مستمر و پاسخگویی به موقع به انتظاراتها و شکایتهای دانشجویان

### منابع

- بابائی نیلولئی ف ، رحیمی غ ، بهلولی زیناب ن . ۱۳۹۰. بررسی تطبیقی مدیریت سرمایه فکری در دانشگاهها . مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی ، ۳ : ۹۶-۵۳
- دستگیر، محسن و محمدی، کامران. (1388). سرمایه فکری: گنج تمام نشدنی سازمان، ماهنامه تدبیر، شماره 214، صص 28-34.
- زنجیردار م ، کهن ع ، سلطان زاده ع . ۱۳۸۶ . مدیریت ، اندازه گیری و گزارشی از سرمایه فکری . ماهنامه اتاق بازرگانی ، ۱۱ و ۱۰
- زنده بودی ، نفیسه (۱۳۸۹) . انتخاب الگوی سرمایه ی فکری مناسب (مورد مطالعه :دانشگاه علامه طباطبایی). پایان نامه ی کارشناسی ارشد ، دانشگاه علامه طباطبایی .
- شهسواری، امید؛ یمنی دوزی سرخابی، محمد و ابوالقاسمی، محمود. (۱۳۹۲). مدیریت سرمایه های فکری دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه شریف. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، سال پانزدهم، شماره ۶۰، صص ۹۱-۱۱۶.
- عباسپور ، عباس ، شرفی ، محمد و مقدم ، مینا . (۱۳۹۲) . ضرورت طراحی یک مدل بهینه برای سنجش سرمایه ی فکری در نظام آموزش عالی . فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی ، دوره ی دوم ، شماره ۸ ، صص ۵۳-۲۷
- قلیچ لی ب ، خداداد حسینی ح ، مشبکی ا . ۱۳۸۷ . نقش سرمایه فکری در ایجاد مزیت رقابتی ( مطالعه موردی دو شرکت خودروسازی ایرانی ) . دو ماهنامه علمی - پژوهشی دانشور ، رفتار . ۳۲ : ۱۲۴-۱۰۹

Bontis, N., Crossan, M. AND Hulland, J, (2002) Managing an organizational learning system by aligning stocks and flows". Journal of Management Studies, 39(4), .pp.437-466.

Bontis, N. (1996) Theres a price on your head: managing intellectual capital strategically". Business Quarterly Summer, pp.41-47.

Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field, international journal of technology management, Vol. 18 No. 5/6.

Bontis, N. (2003). Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, Ontario: Me master university.

Brooking, A., (1996) Intellectual Capital, International Thompson Business Press, London.

Edvinson, L. and Malone, M. (1997) Intellectual capital: realizing your companys true value by finding its hidden brainpower. Harper Collins, New York, NY.

Marr, B. (2005). Measuring and Managing Intellectual Capital and Knowledge Assets in New Economy Organizations. Bourne(ed), Handbook of Performance Measurement .London: Gee publishing Ltd.

Martines, I. (2009), The Importance of Intellectual Capital in Organizatio, [Dissertation Abstract PH.D] university of Glomorgan Business School, Ponty pridd UK.

Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N.C. and Edvinsson, L. (1997) Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape, Macmillan, Houndmills,

Roos, G. and Roos, J. (1997) Measuring your companys intellectual performance. Long Range Planning 30(3), pp.413-426.

Rowley,j(2000).is higher education ready for knowledge management? The international journal of educational management, 14(7):325-333.

