

حسابداری و سرمایه‌فکری

چالش‌های ارزشیابی در هزاره جدید

قدرت اله برزگر^۱

مقدمه

در دو سه دهه اخیر بسیاری از پژوهشگران و محققان، سرمایه‌فکری را بعنوان منبع اصلی مزیت رقابتی^۴ که ناشی از منابع نامشهود سازمانی است، مورد بحث قرار داده و در حوزه مدیریت و بازار سرمایه تحقیقات تجربی زیادی برای بررسی ارتباط بین سرمایه‌فکری و عملکرد و بازده مالی در کشورهای مختلف جهان صورت گرفته است و تلاش‌های قابل توجهی در جهت شناسایی، اندازه‌گیری و گزارشگری آن انجام شده است. مروری بر ادبیات سرمایه‌فکری موید توجه قابل ملاحظه به سنجش، ارزشگذاری و گزارشگری آن می‌باشد. شرکتها برای بقاء استراتژیکی

باید مزیت رقابتی را مد نظر قرار دهند و از آنجاییکه بازارها، تولیدات، تکنولوژی، رقبا و مقررات به طور سریع در جامعه در حال تغییر هستند، بهبود دانش و نوآوری مستمر، آنها را قادر به حفظ مزیت رقابتی پایدار خواهد نمود. (nonaka, 1995). از این رو، امروزه مدیران، دانش و توانایی ایجاد و بکارگیری دانش را به عنوان

چکیده

این مقاله به ظهور مقوله سرمایه‌فکری^۱ و اثرات آن بر روشهای حسابداری و چالشهای ارزشیابی، تصمیمات سرمایه‌گذاری و گزارشگری مالی^۲ شرکتها در هزاره جدید می‌پردازد. ابتدا، نقش و اهمیت منابع نامشهود^۳ در اقتصاد نوین مطرح و سپس تعریف و طبقه‌بندی عناصر سرمایه‌فکری تشریح گردیده است. همچنین، چالشها و مشکلات حسابداری و گزارشگری مالی برای مواجهه با ابعاد سرمایه‌فکری با تاکید بر اقلام نامشهود مورد بحث قرار گرفته است. ضمناً توجه به ابعاد سرمایه‌فکری از منظر استانداردهای حسابداری و نقش نهادهای حرفه‌ای بین‌المللی در این زمینه اشاره شده و اثرات آن بر سرمایه‌گذاران و ذینفعان در بازار سرمایه بیان گردید و نهایتاً ضرورت توجه به این مقوله در ایران توسط نهادهای حرفه‌ای حسابداری، تدوین کنندگان استانداردها و نهادهای مقرراتی بازار سرمایه تاکید شده است.

مهمترین منبع مزیت رقابتی پایدار به شمار می‌آوردند. چراکه دانش به عنوان یک دارایی تلقی شده و تلاش در جهت مدیریت دانش و بکارگیری داراییهای فکری با موفقیت قابل ملاحظه‌ای در راستای هدایت سازمان‌ها همراه بوده است.

در عصر حاضر با رشد اقتصاد مبتنی بر دانش یا دانش محور، داراییهای نامشهود شرکتها و سرمایه‌فکری آنها کلیدی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار هستند. (Teece, 2000). و به همین دلیل توجه به اقلام نامشهود در زمینه‌های متعددی از جمله اقتصاد، حسابداری و مدیریت استراتژیک به طور سریعی رشد یافته است. دانش

یک مزیت رقابتی است که در استراتژی تجاری سازمانها مورد توجه قرار می‌گیرد (krgh and roos, 1996) به گونه‌ای که ایجاد دانش موجب نوآوری مستمر و نوآوری مستمر منجر به ایجاد مزیت رقابتی خواهد شد. (Nonaka, 1995). امروزه سازمانها به منظور بهبود عملکرد و اطمینان از موفقیت و پایداری تجاری به ناچار باید مدیریت دانش را مورد توجه قرار دهند. (sveiby 1997). و این امر

۱- عضو هیأت علمی گروه حسابداری دانشگاه مازندران



مستلزم تقویت و توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های منابع انسانی است تا سازمانها بتوانند برای دستیابی به مزیت رقابتی از طریق عملکرد و بهبود مستمر، عکس العمل سریع به تغییرات محیط تجاری و شرایط اقتصادی نشان دهند. (Macdonald, 2000). یکی از چالش‌های اساسی مدیران، بکارگیری پتانسیل دانش و سرمایه فکری شرکت برای ایجاد ارزش است و از این جهت، مدیران باید وظایفی را طراحی کنند که نیروی انسانی از دانش خویش برای ایجاد ارزش استفاده نماید.

اهمیت اقلام نامشهود و سرمایه فکری در اقتصاد نوین

تغییر جهت اقتصاد در سطح جهانی از بخش تولید به بخش خدمات و اقتصاد مبتنی بر منابع نامشهود، سبب افزایش چشمگیر توجه به دانش و سرمایه فکری و توانایی آن در عملکرد شرکت‌ها شده و ارتباط بین بازده مالی و عملکرد شرکتها در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه بسیار مورد توجه قرار گرفته است. ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد شرکتها بطور تجربی در کشورهای زیادی از جمله آمریکا، کانادا، چین، مالزی، آلمان و... مورد بررسی قرار گرفته است. وازه‌های نامشهودها، دارایی دانش و سرمایه فکری بطور وسیعی در ادبیات حسابداری، اقتصاد و مدیریت مورد استفاده می‌باشد ولی ارزش بالقوه و منافع آتی آنان بطور قابل اتکاء قابل اندازه گیری و سنجش نمی‌باشد. بطور کلی، بهره‌وری در شرکتها وابسته به سرمایه فکری و قابلیت‌های سازمان در بکارگیری آن بعنوان یک دارایی است. (Patton, 2007). استوارت (Stewart, 1991) اشاره

می‌نماید که در عصر اطلاعات و اقتصاد دانش محور یک انقلاب اساسی رخ داده است. بطوری که اطلاعات جایگزین سرمایه در گردش و داراییهای فکری جایگزین داراییهای فیزیکی گردیده است. در واقع، منابع فیزیکی و مادی تا حد زیادی توسط دانش و ارتباطات بعنوان منابع اصلی ارزش و ثروت جایگزین شده‌اند و در عصر جدید اقتصاد نوین در قالب اقتصاد نامشهود ظهور یافته است. (Sveiby, 1998). انقلاب دیجیتال، در اقتصاد باعث پیدایش مفاهیم نوین از جمله اقتصاد فرا - ماده و اقتصاد بی وزن و اقتصاد نرم‌افزاری شده و این مفاهیم به نوعی حکایت از آن دارد که عامل محرک اقتصاد دیگر ماده نیست، بلکه چیزی است بی وزن و غیر مادی مانند اطلاعات و دانایی.

در ادبیات مدیریت استراتژیک، تحقیقات بسیاری در خصوص منابع شرکت و مزیت رقابتی پایدار صورت گرفته است. سرمایه فکری شامل منابع غیر فیزیکی، ارزشهای مرتبط با قابلیت‌های نیروی انسانی، منابع سازمانی، فرآیند عملیات و ارتباطات با ذینفعان است. (Lonnqvist, 2004). در شرایط سازمانی امروز، توجه به دانش و مهارت نیروی انسانی، ارتباطات و فرهنگ سازمانی از جمله مهمترین عوامل برای مزیت رقابتی و عملکرد شرکت هاست. (Kaplan, 1987). مدیریت کارا و اثر بخش شرکتها همواره مستلزم ابزارها و تکنیک‌های مناسب برای درک مسائل مدیریتی معاصر می‌باشد. امروزه، جریان اقتصاد و معیارهای ایجاد ارزش تغییر یافته است و منابع نامشهود و سرمایه فکری اهرم‌های جدید برای مواجهه

با این تغییرات محیطی و ساختاری است. عملکرد تجاری به طور فزاینده‌ای نیازمند مدیریت فعال در حوزه سرمایه فکری و منابع نامشهود برای دستیابی به بازده پایدار سهامداران است. (Ballou, 2004) اگرچه، از ویژگی‌های اقتصاد دانش محور سرمایه گذاری قابل توجه در زمینه‌های سرمایه انسانی و تکنولوژی اطلاعات است. اما، در سیستم گزارشگری جاری سرمایه گذاران درک و تصویردرستی از ارزش واقعی شرکت و آینده آن ندارند.

تعریف سرمایه فکری، اجزاء و مدل‌های سنجش آن

در خصوص سرمایه فکری تعاریف متعددی تاکنون ارائه شده ولی هنوز تعریف جامع و کامل مورد پذیرش عموم وجود ندارد. در ذیل برخی تعاریف رایج آن بیان شده و به مثلث مفهومی سرمایه فکری و اجزاء آن اشاره گردیده است:

◀ سرمایه فکری یعنی اطلاعات ذهنی، دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه است که برای ایجاد ارزش به کار می‌رود (Stewart, 1997)

◀ سرمایه فکری عبارت است از ارزش اقتصادی دو طبقه از

داراییهای نامشهود سازمان یعنی سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی. سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی^۵، سرمایه اجتماعی^۶ و سرمایه سازمانی^۷ است (Wright, 2001).

◀ یکی از کارآمدترین تعاریف به وسیله^۸ سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۹ (۱۹۹۹) ارائه شده است که سرمایه فکری را به عنوان ارزش اقتصادی دو بخش از دارایی‌های ناملموس یک شرکت یعنی سرمایه سازمانی (ساختاری) و سرمایه انسانی شرح می‌دهد. (GUTYRIE, 2001).

سرمایه سازمانی

نقش اصلی سرمایه سازمانی، وصل کردن منابع سازمان به درون فرایندهایی است که برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند و مزیت رقابتی شرکت را حفظ می‌کند. سرمایه سازمانی شامل:

ساختار سازمانی و گزارشگری، سیستمهای عملیاتی، فرایندها، رویه‌ها و طرحهای طبقه‌بندی مشاغل، زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعات، سیستم‌های تحویل، توسعه و تخصیص منابع، فرایندهای تصمیمگیری و جریان اطلاعات، سیستم‌های انگیزشی، کنترلی و ارزیابی عملکرد، و فرهنگ سازمانی، ارزشهای سازمانی و رهبری است.

سرمایه انسانی

سرمایه انسانی شامل قابلیت‌های فردی، دانش، مهارت‌ها و تجربیات کارکنان و مدیران سازمان است که با وظایف پیش روی آنها مرتبط می‌شود و هم به ظرفیت افزایش و ذخیره دانش، مهارت و تجربیات از طریق یادگیری افراد اشاره دارد. با این تعریف واضح است که سرمایه انسانی محدوده وسیعتری از منابع انسانی را در بر می‌گیرد.

سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و وجود روابط خوب میان اعضای یک شبکه (سازمان) به عنوان منبعی با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق هدفهای اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی کارایی اقدامات را افزایش می‌دهد و همکاری بین افراد را بهبود می‌بخشد. سرمایه اجتماعی سازمان و روابط اجتماعی مساعد بین کارکنان، باعث توسعه سرمایه انسانی و هم سرمایه فکری می‌شود.

اسکاندیا (Skandia) در زمینه مدیریت دانش، سرمایه فکری را بعنوان یک بخش جدایی ناپذیر از ارزش بازار شرکت توصیف نمود که مدل موسوم به Skandia از سرمایه فکری در زیر آمده است:

در دو سه دهه اخیر بسیاری از پژوهشگران و محققان، سرمایه فکری را بعنوان منبع اصلی مزیت رقابتی که ناشی از منابع نامشهود سازمانی است، مورد بحث قرار داده و در حوزه مدیریت و بازار سرمایه تحقیقات تجربی زیادی برای بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد و بازده مالی در کشورهای مختلف جهان صورت گرفته است.

حالیکه منابع سرمایه فکری روی ارزش آتی اثرگذار خواهند بود.

سرمایه فکری	حسابداری سنتی	
ارزش آتی	ارزش جاری	حسابداری سنتی: - منابع پولی - منابع فیزیکی سرمایه فکری: - منابع انسانی - منابع سازمانی - منابع ارتباطی



سرمایه فکری و چالشهای حسابداری مالی

چارچوب حسابداری مالی فعلی در اوایل قرن بیستم تدوین شده است. و طبعاً حسابداری در حوزه فعالیتهای تجاری یعنی صنایع تولیدی که حجم قابل ملاحظه‌ای از اموال، ماشین آلات و نیروهای کاری را بکار می‌گیرند، به خوبی قابل استفاده است. در اواخر قرن بیستم، ساختار اقتصادهای بزرگ از صنایع تولیدی به صنایع خدماتی تغییر جهت داده و در حال حاضر، شرکتها و واحدهای تجاری روی کیفیت خدمات، نو آوری، رضایت مشتریان، مطلوبیت سرمایه‌گذاران و طیف وسیعی از ذینفعان تمرکز و توجه دارند. در قرن جدید، شکاف بین ارزش بازار شرکت و ارزش خالص دارائی‌ها بیشتر شده است. تفاوت بین ارزش‌های بازار و ارزش دفتری جنبه‌هایی از عملکرد شرکت را نشان می‌دهد که از خارج از حیطه و مرزهای روشهای حسابداری متداول است. این تفاوت اغلب به دارائی‌های نامشهود نسبت داده می‌شود که نشان دهنده انتظارات سرمایه‌گذاران در توانایی شرکت برای ایجاد سود اقتصادی خالص در بلند مدت است. حرفه حسابداری هنوز با چگونگی ارائه یک مدل ارزش‌گذاری مالی برای دارائی‌های نامشهود دست و پنجه نرم میکند. تحلیل‌گران و سرمایه‌گذاران بطور فرآیندهای در حال استفاده و بکارگیری از داده‌هایی هستند که خارج از حیطه چارچوب حسابداری متداول است و عمدتاً از شاخص‌های غیر مالی^۴ برای ارزش‌گذاری یک شرکت استفاده می‌کنند.

از این رو، روشهای جاری حسابداری مالی باید تغییر یابد و ظهور اقتصاد نامشهود مستلزم انواع جدیدی از گزارشات سالانه شرکت هاست. توجه هر چه بیشتر به ارزش‌گذاری و انعکاس دارایی نامشهود سبب بهبود و افزایش کیفیت اطلاعات در ترازنامه خواهد شد و حتی اثرات آن سبب شفافیت اندازه‌گیری سود خواهد گردید. لذا حسابداری برای داراییهای نامشهود یکی از بزرگترین چالشهای پیش روی حسابداری و حسابداران می‌باشد که باید به گونه‌ای

بطور کلی، دو روش اصلی برای تعیین ارزش یک شرکت بر اساس صورتهای مالی شرکت (ترازنامه) یا بر مبنای ارزش بازار آن وجود دارد. امروزه، شکاف بین این دو ارزش بسیار زیاد شده و اغلب ارزش بازار بسیار بالاتر از ارزش دفتری شرکتهاست (Andriessen, 2004). یکی از دلایل اصلی این شکاف، سرمایه فکری شرکتهاست که در صورت مالی شرکتی لحاظ نمی‌شود. به خاطر درک و تعیین ارزش پولی واقعی شرکت، ارزش سود و عوامل مرتبط مالی و سرمایه فکری باید برآورد گردد. در واقع، این ارزیابی باید در برگیرنده سه جزء تجزیه و تحلیل استراتژیک، تجزیه و تحلیل صورتهای مالی، و پیش بینی توسعه آتی باشد. اساساً در سازمانهای دانش محور، ارزش دفتری شاید فقط یک بخش کوچکی از ارزش واقعی آتی را ارائه نماید. این شرکتها اغلب از داراییهای فیزیکی کمی برخوردار هستند. در حالیکه، رقابت پذیری آنها بطور قابل توجهی مبتنی بر سرمایه فکری شان است. بنابراین، ارزش این شرکتها در بازار کمتر از واقع برآورد می‌گردد، مگر اینکه آنها بتوانند ارزش واقعی شان را اثبات نمایند و حتی توانایی شان در انعکاس ارزش پولی سرمایه فکری می‌تواند به آنان در تامین منابع مالی خارجی کمک نماید. از این رو، با نگرش سرمایه فکری ارزشیابی یک شرکت وظیفه‌ای فراتر از محدوده حسابداری مالی متداول است

به طور کلی نگرشهای سنجش سرمایه فکری در چهار گروه اصلی قابل طبقه بندی است. (Luthy, 1998 and Williams, 2000)

۱- مدل‌های سرمایه فکری مستقیم (DIC)^۵

۲- مدل‌های بازار سرمایه (MCM)^۶

۳- مدل بازده دارایی (ROA)^{۱۰}

۴- مدل متوازن (SC)^{۱۱}

در هر حال منابع حسابداری متداول شامل منابع فیزیکی* (اموال و ماشین آلات) و منابع پولی** (وجه نقد و سرمایه گذاری‌ها) هستند. در حالیکه منابع سازمانی با رویکرد سرمایه فکری شامل سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی و سرمایه ارتباطی است. منابع فیزیکی و منابع پولی روی ارزش جاری تاثیرگذار هستند، در

درست و منصفانه، اندازه گیری و گزارشگری همه داراییهای نامشهود در عملکرد اجتماعی شرکت ها صورت پذیرد. از آنجائیکه هنوز بهای تمام شده تاریخی شالوده سنجش و اندازه گیری در سیستم حسابداری باقی مانده است، حرکت در راستای دستیابی به این هدف مهم و رفع چالشهای آن نمی تواند به سادگی عملی و ممکن گردد. از این رو ایجاد چارچوب همگون و سیستماتیک برای گزارشگری داراییهای نامشهود به منظور افشاء اطلاعات قابل مقایسه و افزایش قابلیت اعتماد ذینفعان ضرورت دارد.

یکی از جنبه های مورد توجه در گزارشگری پایداری، ارزشگذاری و افشاء داراییهای نامشهود باشد. این وظیفه در گزارشگری از آن جهت حائز اهمیت است که در ایجاد ارزش آتی برای یک سازمان در اقتصاد دانش محور، داراییهای نامشهود از جایگاه ویژه ای برخوردار هستند و قابلیت ها و پتانسیل های سازمان در آینده وابسته به این نوع داراییهاست. در دو دهه اخیر، منابع

غیر فیزیکی بعنوان داراییهای نامشهود در مقایسه با دارایی فیزیکی و مشهود یک واحد تجاری در حال رشد روز افزون هستند. از دیدگاه اقتصادی یک دارایی منبع تحت کنترل واحد تجاری است که منافع اقتصادی آتی در جریان عملیات داشته باشد و یک دارایی زمانی نامشهود تلقی می شود که دارایی غیر پولی قابل شناسایی فاقد وجود فیزیکی و قابل رویت باشد. از این رو بسیاری از داراییهای نامشهود در مفهوم حسابداری سنتی دارایی تلقی نمی شود. در واقع یک سازمان دارای داراییهای نامشهود با اهمیتی است که مالک آن نمی باشد. از جمله می توان به سرمایه انسانی (دانش)، سرمایه سازمانی، خلاقیت و

نوآوری اشاره نمود. در واقع داراییهای نامشهود ذخایر یک سازمان می باشند و درجه ریسک تجاری یک سازمان کاملاً وابسته به این گونه داراییهاست. سرمایه نامشهود می تواند بدون افزایش سرمایه فیزیکی افزایش یابد و از طرف دیگر بدون صرف منابع پولی امکان ایجاد ارزش در سازمان خواهد داشت. سرمایه گذاری در دارایی نامشهود می تواند به معنای دستیابی به مزیت رقابتی باشد که بدست آوردن آن بعنوان یک فرصت در محیط تجاری رقابتی امروزی به سادگی امکان پذیر نیست. بنابراین سرمایه گذاری در داراییهای نامشهود دارای منافع بیشتری از سرمایه گذاری در دارایی مشهود به دنبال دارد. لذا، اثرات این نوع داراییها و سرمایه گذاری در آنها باید شناسائی، تجزیه و تحلیل، ارزشگذاری و در فرآیند گزارشگری گنجانده شود. یکی از مهمترین داراییهای نامشهود که منجر به ایجاد ارزش میگردد دارایی انسانی است که تاکنون روشها و مدل های مختلفی برای اندازه گیری و سنجش

آن ارائه شده است.

در حسابداری داراییهای نامشهود، داراییهایی هستند که فاقد خاصیت فیزیکی هستند، اما اساساً این داراییها، منافع قابل توجهی برای جریان نقدی آتی شرکتها دارند. ناتوانی در گزارشگری نامشهودها، نشان دهنده ضعف حسابداری متداول یا سنتی است. البته، ارزشگذاری آنها در معاملات تجاری مشکل بوده و با روشهای موجود به سادگی امکان پذیر نیست. همچنین هیچ تئوری یا مدل اقتصادی واقعی برای داراییهای نامشهود وجود ندارد. تفاوت و شکاف بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکتها و افزایش و شدت این شکاف در دهه های اخیر بیانگر نقش قابل توجه اقلام نامشهود در واحدهای اقتصادی است که در حسابداری مالی متداول گزارش نمی شود، چرا که فراسوی حدود و دامنه شناسایی و اندازه گیری در حسابداری است و ارزش یا قیمت سهام شرکت به نوعی وابسته به درک و شناخت از آینده است که در حسابداری مالی رایج قابل شناسایی و گزارشگری نمی باشد. شرکتها بدرستی آگاه هستند که منابع نامشهودشان تنها مزیت رقابتی آنها می باشد. اما گزارشات مالی فاقد اطلاعات مرتبط با منابع نامشهود می باشد (Reslender and Fincham, 2001). یکی از چالشها و دغدغه های اصلی پژوهشگران و محققان آکادمیک در رویه های حسابداری در این جهت است که چگونه داراییهای نامشهود در عملکرد شرکتها انعکاس یابند و میزان تاثیر آن به چه روش یا مدلی اندازه گیری و شناسایی گردد. (Bontis, 2000)

در ادبیات مدیریت استراتژیک، تحقیقات بسیاری در خصوص منابع شرکت و مزیت رقابتی پایدار صورت گرفته است. سرمایه فکری شامل منابع غیر فیزیکی، ارزشهای مرتبط با قابلیت های نیروی انسانی، منابع سازمانی، فرآیند عملیات و ارتباطات با ذینفعان است.

استانداردهای حسابداری و گزارشگری سرمایه فکری

افشاء اطلاعات نامشهودها و سرمایه فکری در سالهای اخیر اهمیت پیدا کرده است و سرمایه فکری یک بخش جدائی ناپذیر از فرآیند ایجاد ارزش شرکت در نظر گرفته می شود. بسیاری از شرکتها سهامی بزرگ در کشورهای توسعه یافته گزارشات سرمایه فکری را بصورت مکمل گزارشات سالانه متداول توسعه داده اند. این گزارشات روی نقش سرمایه فکری در ارتباط با ایجاد ارزش و ارتباط آن با منابع دانش در شرکتها با یک چارچوب استراتژیک تاکید دارند. یک بحث اساسی در افشاء اینگونه اطلاعات در شرکتها این است که آیا بازارهای سرمایه برای تجزیه و تحلیل و انتشار گزارش سرمایه فکری عکس العمل نشان میدهند؟ و اینکه آیا اطلاعات مکمل ارائه شده همراه صورتهای مالی نیازهای اطلاعاتی آنان را برآورده می سازد؟ از نقطه نظر بازار سرمایه، اطلاعات سرمایه فکری باید بعنوان یک بخش جداگانه از چارچوب فرآیند ایجاد ارزش شرکت افشاء شود.



چارچوب حسابداری مالی فعلی در اوایل قرن بیستم تدوین شده است. و طبعاً "حسابداری در حوزه فعالیتهای تجاری یعنی صنایع تولیدی که حجم قابل ملاحظه‌ای از اموال، ماشین آلات و نیروهای کاری را بکار می‌گیرند، به خوبی قابل استفاده است.

در ربع قرن اخیر داراییهای نامشهود به تدریج در صورتهای مالی شرکتها از اهمیت بیشتری برخوردار شده است. در واقع رشد و ارزش شرکت از طریق توسعه داراییهای نامشهود دست یافتنی است. اما، مدل‌های سنجش و ارزشگذاری این نوع داراییها بعنوان یک بخش اساسی از توسعه استراتژی مدیریت و ابزار مدیریت استراتژیک چندان مورد توجه قرار نگرفته است. درباره نیاز به گزارشگری سرمایه فکری و توانایی صورتهای مالی برای توصیف آن، بحث‌ها و نقطه نظرات بسیاری وجود دارد. گزارشگری و افشاء

اطلاعات سرمایه فکری اثرات قابل توجه و زیادی روی تصمیمات ذینفعان مختلف درون سازمانی و برون سازمانی خواهد داشت. در واقع افشای این نوع اطلاعات اثرات دو طرفه دارد. اثرات اطلاعات روی درک استفاده کنندگان برون سازمانی از ارزش بازار و از طرف دیگر، درک استفاده کنندگان روی تصمیمات مدیران نیز اثر گذار است. به دلیل اهمیت سرمایه فکری برای بسیاری از شرکتها، افشا و گزارشگری اطلاعات مالی و غیر مالی در این خصوص بسیار مورد توجه استفاده کنندگان اطلاعات شرکت هاست. همچنین مدیرانی که در حوزه دانش و سرمایه فکری سرمایه گذاری‌های قابل توجهی مینمایند و سرمایه گذاران از آن آگاه نیستند، شاید به خاطر کاهش تقارن اطلاعات^{۵۱} بین مدیریت و سرمایه گذاران گزارشگری سرمایه فکری ضرورت داشته باشد (Abernethy, 2003). در سالهای اخیر، مدیران گزارش این اطلاعات را در صورتهای مالی بسیار مورد توجه قرار می‌دهند. انگیزه اصلی برای این اطلاعات

داوطلبانه فرصت ارتباط هر چه بیشتر با سایر ذینفعان شرکتها و درک آنها از استراتژی و جهت گیری آتی آنهاست. (Gray, 1997) بطور مثال، بسیاری از شرکتها اطلاعات مربوطی در خصوص ارزیابی منابع انسانی، نگرش مدیریت، ساختار سازمانی، مسئولیت اجتماعی، رفاه اجتماعی، امنیت عمومی و محیطی و فعالیتهای تحقیق و توسعه ارائه می‌نمایند. (Gray, 1997). ارزشهای بازار سهام برای شرکتها شاید بسیار فراتر از خالص ارزش داراییهای شرکت با توجه به ارزش دفتری آنان است. چرا که صورتهای مالی، ارزش همه داراییهای نامشهود را منعکس نمی‌کند. تلاشهای بسیاری برای گزارشگری داراییهای نامشهود انجام شده. بسیاری از شرکتها دریافتند که صورتهای مالی به طور فزاینده‌ای فاقد محتوای اطلاعاتی بعنوان ابزار حمایت تصمیمات مدیریتی و سرمایه گذاری بوده و در واقع نامربوط تلقی می‌شوند. (Petty and Gattrie 1999). از این رو، سرمایه گذاران و تحلیل گران مالی بیشتر تمایل و گرایش

عات نامشهود و غیر مالی دارند، چرا که گزارشگری خارجی حسابداری صرفاً مبتنی بر معیارهای سنجش و اندازه گیری درون سازمانی است.

به فکری واحدهای تجاری بطور فزاینده‌ای در حال تبدیل شدن به یک شاخص اصلی و اولیه عملکرد آتی شرکتها و بهبود توانایی مدیریت برای منابع سازمانی است. شرکت‌های سهامی بزرگ در بسیاری از اقتصادهای توسعه یافته بطور قابل توجه در حال گزارشگری سرمایه فکری شان بر اساس رهنمودهای افشاء داوطلبانه هستند. و تلاش می‌نمایند استراتژی مدیریت دانش^{۶۱} یا سرمایه فکری را در فرآیند گزارشگری خویش وارد نمایند و به ذینفعان ارائه نمایند. برای شناسایی حداکثر ارزش از سرمایه فکری واحدهای تجاری، توسعه مدل گزارشگری خارجی قابل اتکاء و قابل مقایسه، ضرورت دارد. هیأت استانداردهای حسابداری مالی^{۶۱} و SEC^{۱۸} به دنبال فشار برای نیاز به گزارشگری سرمایه

فکری برای ذینفعان خارجی، مطالعاتی را در خصوص ضرورت گزارشگری سرمایه فکری^{۹۱} و چگونگی پاسخگویی به این نیاز انجام دادند. FASB, SEC بر نیاز گزارشگری سرمایه فکری تاکید دارند و هنوز در مراحل ابتدایی قرار دارند تا بتوانند استانداردهای گزارشگری آنرا توسعه دهند. برای پرداختن به مقوله حسابداری و گزارشگری سرمایه فکری باید تلاشهای مشترک و همسان توسط حرفه حسابداری، مدیران واحدهای تجاری، نهادهای مقرراتی و فعالان حوزه سرمایه فکری انجام شود تا مدل جامع برای گزارشگری سرمایه فکری توسعه یابد. در ضمن مدل مورد نظر باید به اهداف اصلی ذیل دست یابد:

- ◀ شناسایی سرمایه فکری بعنوان محرک اصلی ارزش و شاخص‌های آن.
 - ◀ ایجاد یک نگرش استاندارد برای گزارشگری سرمایه فکری با هدف نهائی ایجاد سیستم حسابداری جامع سرمایه فکری.
 - ◀ فراهم کردن معیارهای یکنواخت، قابل اتکاء، و قابل مقایسه جهت نظارت نهادهای مقرراتی
- بر این اساس، نقش جدید حسابداران در حوزه سرمایه فکری در قالب وظایف ذیل صورت خواهد یافت:

۱- طراحی:

بکارگیری مهارت و تجربه حسابداری برای طراحی سیستمها و برنامه‌های مناسب در شرکتها جهت مدیریت و نظارت بر سرمایه فکری

۲- استانداردها:

توسعه استانداردهای گزارشگری عمومی پذیرفته شده برای سرمایه فکری جهت شناسایی و اندازه گیری و گزارشگری آن.

۳- حسابرسی:

حسابرسی برای اطمینان بخشی از حوزه سرمایه فکری. به ذینفعان

۴- هدایت و جهت دهی:

کمک به صاحبکاران جهت شناسایی الگوها و سیستم‌های ایجاد ارزش و مدیریت آن. (Brinker, CPA, 2000)

نتیجه گیری و بحث نهائی

در شرایط امروزی به نظر میرسد مربوط بودن روشهای حسابداری برای مدیریت سرمایه فکری دارای مشکلاتی است. سوال این است که آیا حسابداری برای مواجه شدن با موارد مرتبط با سرمایه فکری تعامل کافی خواهد داشت یا نه؟ و اینکه آیا اساساً حسابداری در زمینه مدیریت دانش و مدیریت سرمایه فکری تمرکز خواهد نمود؟ چگونه حسابداری باید برای رفع چالشهای مرتبط با مقوله سرمایه فکری تکامل یابد؟ لذا، تحقیقات بیشتری ضرورت دارد تا حرفه حسابداری روی مشکلات مورد بحث در این زمینه متمرکز گردد و برخی ایده‌های جدید ارائه شود. حسابداری باید به یافتن راه حل‌هایی برای وظایف مدیریتی مرتبط با سرمایه فکری که بطور واقعی و در عمل قابل کاربرد باشد، بپردازد. (John Holland, 2003).

سرمایه فکری واحدهای تجاری بطور فزاینده‌ای در حال تبدیل شدن به یک شاخص اصلی و اولیه عملکرد آتی شرکتها و بهبود توانایی مدیریت برای منابع سازمانی است. شرکت‌های سهامی بزرگ در بسیاری از اقتصادهای توسعه یافته بطور قابل توجه در حال گزارشگری سرمایه فکری شان بر اساس رهنمودهای افشاء داوطلبانه هستند.

امروزه، یکی از دغدغه‌های اساسی مدیران درک نسبت به افق آینده شرکت و فرآیند ایجاد ارزش هست و در تلاش برای استفاده از اطلاعات درباره نامشهودها در فعالیتهای تصمیم گیری می‌باشند. در واقع، تکامل حسابداری برای سرمایه فکری یا داراییهای نامشهود یک ضرورت تلقی می‌شود. عواملی چون جهانی شدن، نوآوری و... در کشورها بویژه اقتصادهای در حال گذار و نوظهور توسعه یافته و این بدین معنی است که منابع نامشهود همچون تحقیق و توسعه، ارتباطات، مهارتها، ظرفیت نوآوری پایه اساسی مزیت رقابتی شرکتها و عملکرد تجاری برتر می‌باشد. این تحلیل یعنی اینکه سرمایه گذاران و سهامداران اطلاعاتی را درباره کلیه داراییهای مربوط و منابع مولد شرکت برای دستیابی به عملکرد بهتر در آینده نیاز دارند. اطلاعات حسابداری متداول نیازهای مرتبط با محرکهای ارزش نامشهود را ارائه نمی‌نمایند. از آنجاییکه اصول و استانداردهای حسابداری توسعه یافته در قرن اخیر برای گزارشگری اطلاعاتی است که از صحت و قابلیت اتکاء

و کار و ابزارهای مناسب برای ارزیابی و گزارشگری اطلاعات سرمایه فکری طراحی نموده و در استانداردهای حسابداری ملاحظات اندازه گیری و ارائه و گزارشگری ابعاد سرمایه فکری را مورد توجه قرار دهند و در بعد حسابرسی نیز چگونگی و کیفیت ارائه اطلاعات مرتبط با این حوزه را مورد بررسی قرار دهند.

همچنین، در راستای اجرای برنامه‌های خصوصی سازی و اصل ۴۴ قانون اساسی ضرورت دارد برای شفافیت هر چه بیشتر شرکت‌های IPO، در امید نامه پذیرش شرکتها و یادداشت‌های همراه صورتهای مالی و حتی گزارشات فعالیت هیأت مدیره الزامات لازم برای اطلاع رسانی درباره ارقام سرمایه فکری در نظر گرفته شود و با اعمال این نگرش در گزارشگری مالی، درحوزه بازار سرمایه جهت پذیرش شرکت‌های جدید و واگذاری سهام شرکت‌های دولتی، تاحدی شکاف و عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران و انتشاردهندگان یا عرضه کنندگان سهام عرضه اولیه رفع گردد و سرمایه گذاران بتوانند با تصویری درست تر و آگاهانه تر از آینده شرکت تصمیم گیری نمایند.

مناسب برخوردار باشند، انعکاس اطلاعات منابع نامشهود بر اساس این اصول به سادگی امکانپذیر نیست و با مشکلات زیادی مواجه است. به ویژه، ابهام در خصوص منافع اقتصادی، فقدان کنترل، فقدان ابزارها برای اندازه گیری و ارزشیابی نامشهودها، سبب شده است که نهادهای مقرراتی حسابداری، برای رفع این چالشها، تمایل چندانی نشان ندهند. استانداردهای حسابداری جاری منتشر شده توسط IASB و FASB از نقطه نظر ارزشیابی و گزارشگری منابع سرمایه فکری با محدودیتها ی بسیاری مواجه است. به گونه‌ای که برای غلبه بر مشکلات حسابداری برای منابع نامشهود، مدل و چهارچوب مفهومی خاص باید با رویکرد حسابداری طراحی و توسعه داده شود. از این رو، تحقیقات آکادمیک و تجربی بسیاری نیاز هست تا در نقطه نظرات و نگرشهای مختلف، مدل حسابداری برای سرمایه فکری دست یافتنی گردد.

در ایران، نهادها و انجمن‌های حرفه‌ای و علمی حسابداری و نهادهای حرفه‌ای بازار سرمایه باید همگام با سایر کشورها ساز

& Accounting, Auditing & Accountability Journal Vol. 16 No. 1 pp. 49 – 56		پانوشتها :
3. Core, J. E., Guay, W.R. and van Buskirk, A. (2003) Market valuation in the new economy: an investigation of what has changed. Journal of Accounting and Economics, vol. 34, pp. 43-67.	1 - intellectual capital(IC)	
4. Douglas J. Skinner (2007) Accounting for Intangibles – A Critical Review of Policy, The University of Chicago.	2 - financial reporting	
5. Healy, P.M. and K. G. Palelu (2001) Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital market: A review of the empirical disclosure literature. Journal of Accounting and Economics 31:405-440.	3 - intangible resource	
6. Mouritsen, J.; Bukh, P.N.; Marr, B. (2004) Reporting on Intellectual Capital – Why, what, and how? Measuring Business Excellence, Vol. 8, No. 1, pp. 46-54	4 -competitive advantage	
7. Marr, B; Gray, D. and Neely, A. (2003) Why do firms measure their Intellectual Capital. Journal of Intellectual Capital; 4, (4): 441-464.	5 - human capital	
8. Mouritsen, J.; (2002) Intellectual capital and the capital market:the circulability of intellectual capital, Accounting, auditing & accountability journal Vol. 16, No. 1, pp. 18-30	6 - social capital	
9. Starovic, D. and Marr, B. (2003) Understanding Corporate Value – Measuring and Reporting Intellectual Capital. London: CIMA.	7 - organization capital	
	8 - directing model	
	9 - capital market model	
	10 - return of asset model	
	11 - scorecard model	
	12 - fiscal resource	
	13 - money resource	
	14 - nonfinancial measures	
	15 - information asymmetry	
	16 - Knowledge Mangement	
	17 - financial accounting standards board	
	18 - stock exchange comission	
	19 - reporting intellectual capital	
		منابع :
		۱. زنجیردار، مجید و کهن، علی "مدیریت، اندازه گیری و گزارش سرمایه فکری" ماهنامه اتاق بازرگانی ایران، شماره ۱۱ و ۱۰، آذر ۱۳۸۶، صص ۱۲-۱۰.
		2. Bukh, P. N. (2003) The relevance of intellectual