

بررسی تاثیر سرمایه فکری در حسابداری و ورزش

آرش محمدی نافچی^۱

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۹/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۵

چکیده

در دنیای دانش محور امروز موفقیت و پیشبرد هر شرکت و سازمان به توانایی و سازمان‌دهی مدیریت دارایی‌ها از جمله دارایی ناملموس «نامشهود» غیرمالی سرمایه فکری دارد که از دیدگاه رقابتی و سودآوری نقش کلیدی و برجسته‌ای را در پایداری و ایجاد ثروت شرکت‌ها و سازمان‌ها از خود نشان داده است. لذا، شناخت سرمایه فکری امری بسیار ضروری و حیاتی به شمار می‌آید. بنابراین هدف از پژوهش حاضر شناخت تاثیر سرمایه فکری در حسابداری و ورزش می‌باشد. سرمایه فکری یک مدل جدید کاملی را برای مشاهده ارزش واقعی سازمان‌ها و شرکت‌ها فراهم می‌آورد و با استفاده از آن می‌توان ارزش آتی شرکت‌ها و سازمان‌ها را محاسبه و اندازه‌گیری نمود. شایان ذکر است بکارگیری سرمایه فکری زمینه رشد و شکوفایی، نوآوری، کارآفرینی و نهایتاً توسعه اقتصادی را در کشور پایه‌ریزی می‌نماید.

کلمات کلیدی: سرمایه فکری، حسابداری، ورزش

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد حسابداری، دانشکده علوم انسانی، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چهار محال و بختیاری (فارسان)، چهار محال و بختیاری، ایران

۱- مقدمه

سرمایه فکری زاده عرصه علم و دانش است که در این باره (جورزاک^۱، ۲۰۰۸) بیان می‌کند، از آنجا که تاکنون تعریف جامع و همه جانبه‌ای برای سرمایه فکری ارائه نشده، اگر چه روش‌های مختلفی برای اندازه‌گیری سرمایه فکری در سازمان‌ها معرفی شده، اما هیچکدام اجزای سرمایه فکری را به طور دقیق اندازه‌گیری نمی‌کند. برخی از نویسندگان نیز به تعریف چارچوب‌هایی برای سنجش سرمایه فکری اکتفا نموده‌اند. (بروکینگ^۲، ۱۹۹۷) در دهه جدید یکی از کلیدی‌ترین، بزرگ‌ترین و ارزشمندترین دارایی ناملموس شرکت‌ها و سازمان‌ها و عامل بهبود فردی و سازمانی، توسعه و تقویت سرمایه فکری^۳ «سرمایه معنوی» است که از مفاهیم اساسی و مهم در حوزه مدیریت مالی برخوردار است. توجه به نقش سرمایه فکری بر بهبود عملکرد شرکت‌ها، شناسایی و تقویت و توسعه آن از اهمیت و ضرورت ویژه‌ای برخوردار است. بتیس^۴ (۱۹۹۹) در مورد اهمیت و ارزش این مفهوم معتقد است که سرمایه فکری یک موجودیت پیچیده و گریزان است اما زمانی که کشف شود و مورد استفاده قرار گیرد سازمان را قادر می‌سازد تا با یک منبع جدید در محیط رقابت کند. سرمایه فکری به مجموعه منحصر به فردی از منابع مشهود و نامشهود شرکت اطلاق می‌شود که مهم‌ترین منبع برای مزیت‌های رقابتی پایدار سازمان‌ها است و امروزه یکی از مسئولیت‌های مهم مدیران، مدیریت بهتر این امر مهم است (روس و روس^۵، ۱۹۹۷). سرمایه فکری، ماهیت فرار^۶ و سیال دارد و زمانی که کشف شود و توسط سازمان استفاده شود، سازمان را در ورود به محیط رقابتی یاری می‌رساند، سرمایه فکری، در برگیرنده همه فرآیندها و دارایی‌هایی است که به طور معمول و سنتی در ترازنامه منعکس نمی‌شود. همچنین شامل آن گروه از دارایی‌های نامشهود همچون علائم تجاری و حق امتیازها و ... است که روش‌های حسابداری مدرن آنها را مدنظر قرار می‌دهد. سرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی ساختاری

¹ Jurczak

² Brooking

³ Intellectual Capital

⁴ Bontis

⁵ Ross & Ross

⁶ Elusive

است که سازمان را برای انجام فعالیت‌های خود توانمند می‌سازد، سرمایه فکری جمع همه مواردی است که افراد سازمان می‌دانند و برای سازمان در بازار ایجاد مزیت رقابتی می‌کند. سرمایه فکری دانشی است که قابل تبدیل شدن به ارزش باشد. سرمایه فکری مجموعه‌ای از اطلاعات و دانش کاربردی برای خلق یک ارزش در سازمان است سرمایه فکری دانش سازمانی وسیع و گسترده‌ای است که برای هر شرکت منحصر به فرد است و به شرکت اجازه می‌دهد تا به طور پیوسته خود را با شرایط در حال تغییر و تحول انطباق دهد.

سومیتا^۱ (۲۰۰۵) در رابطه بین مسئولیت پذیری اجتماعی در هیات‌های ورزشی و سرمایه فکری اذعان می‌دارد که هر دو مسائل مهمی در زمینه مدیریت نوین شرکت‌ها هستند و به علت نزدیکی و هم‌پوشانی حوزه‌های تمرکز اصلی این دو مفهوم، به نظر می‌آید همگرایی آنها بسیار مهم باشد و از جهتی هر دو در واقع شبیه دو روی متفاوت یک سکه هستند که رابطه جامعه و شرکت و ... را توصیف می‌کنند. لذا، توجه به ریشه‌های مفهومی مشترک و مبنای نظری این دو رویکرد هم مهم است. هم سرمایه فکری و هم مسئولیت پذیری اجتماعی در هیات‌های ورزشی بر مبنای تئوری منابع^۲ می‌باشد که این تئوری اظهار می‌دارد که شرکت مجموعه‌ای از منابع ناهمگون و مهارت‌هایی است که متنوع هستند و به طور کامل بین سازمان‌های تجاری قابل انتقال و تغییر نیستند و به طور گسترده به تفاوت‌های این دو اشاره می‌نماید. بر اساس دیدگاه (ریاحی‌بلکویی^۳، ۲۰۰۳) وجود سرمایه فکری و مسئولیت پذیری اجتماعی در هیات‌های ورزشی که هر دو دارای مزیت رقابتی هستند باعث کارایی و اثربخشی یک شرکت و هیات‌های ورزشی می‌شوند، اگر چه منابع شرکت‌ها متنوع به نظر می‌رسند اما تاکید این تئوری بر سرمایه فکری و استعداد مدیریتی است و در جایی دیگر معتقد است که وجود سرمایه فکری، مسئولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی و ... در کنار هم شرکت را به سوی موفقیت روز افزون و مزیت رقابتی مطلوب‌تر و مناسب‌تر سوق می‌دهد. از دیدگاه عثمان و برکات^۴، (۲۰۱۶) با توجه به این که امروزه ورزش به عنوان یک صنعت مهم در

¹ Sumita

² Resource_based view (RBV)

³ Riahi-Belkaoui

⁴ Othman & Barkat

عرصه سلامتی، تندرستی و رقابت جهان مطرح شده است و برای این که سازمان‌های ورزشی بتوانند در عرصه رقابت جهانی از رقبای خود پیشی بگیرند، نیازمند مدیران توانا و با تجربه در عرصه مدیریت ورزشی می‌باشند تا بتوانند کارکنان خود را در زمینه دانش، توانمند سازند. لذا، لازمه این توانمندسازی را می‌توان در سرمایه‌های فکری این مدیران دانست. به طوری که اگر مدیران سازمان‌های ورزشی به سرمایه‌های فکری مسلح شوند و بتوانند آگاهی و زمینه لازم را برای توانمندسازی در این زمینه‌ها در کارکنان خود ایجاد کنند، خواهند توانست در طراحی، برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری اهداف سازمان‌های ورزشی و پیاده‌سازی آن‌ها موفق باشند. بنابراین مساله اصلی پژوهش این است که سرمایه فکری چه تاثیری بر حسابداری و ورزش دارد؟

۲- مبانی نظری

۲-۱- سرمایه فکری

بسیاری تمایل دارند از اصطلاحاتی مانند دارایی‌ها، منابع یا محرک‌های عملکرد به جای کلمه سرمایه استفاده کنند. آنها واژه فکری را با کلماتی مانند نامشهود، بر مبنای دانش یا غیرمالی جایگزین می‌کنند. برخی از حرفه‌ها «حسابداری مالی و حرفه‌های قانونی» نیز تعاریف کاملاً متفاوتی مانند دارایی‌های ثابت غیرمالی^۱ که موجودیت عینی و فیزیکی ندارند ارائه کرده‌اند. به علاوه اینکه سرمایه فکری یا سرمایه معنوی یک دارایی نامشهود^۲ است که از طریق به کارگیری دارایی‌های مرتبط با منابع انسانی، عملکرد سازمانی و روابط خارج از سازمان به دست آمده است. به اعتقاد ادوینسون و مالون سرمایه فکری عبارت است از داشتن دانش، به کارگیری تجربه، تکنولوژی سازمانی، ارتباط با مشتری و عرضه کننده و نیز توانایی‌های حرفه‌ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می‌کند و یا به اعتقاد لیو، سرمایه فکری عبارت است از منابع سودهای آینده «ارزش» که توسط نوآوری، طراحی‌های منحصر به فرد سازمان یا تجربیات نیروی انسانی تولید می‌شود. همه این ویژگی‌ها باعث ایجاد ارزش می‌شود و به این دلیل که یک پدیده کاملاً داخلی است قابلیت خرید و فروش ندارد (همتی و مهرابی، ۱۳۹۰). بر

^۱ Fixed Assets Non-Financial

^۲ Intangible asse

اساس دیدگاه (استیوارت^۱، ۱۹۹۷) سرمایه فکری عبارت است از مواد فکری^۲ از قبیل دانش، اطلاعات و مالکیت «دارایی» معنوی^۳ و تجربه که باعث ایجاد ثروت می‌شوند. کلری و اوین^۴ (۲۰۱۶) معتقد بود که سرمایه فکری، فرایندی ایدئولوژیک، شامل جریان فکری است. با توجه به این که پژوهشگران و صاحب نظران تعاریف متعددی از این واژه داشته‌اند اما همه آنها در یک تعریف اتفاق نظر داشتند که سرمایه فکری یک ساختار تک بعدی نمی‌باشد بلکه شامل ساختاری چند وجهی است که سطوح فردی، سازمانی، داخلی و خارجی را در بر می‌گیرد که این امر بدان معنا است که سرمایه فکری تنها مربوط به دانش فرد نمی‌شود، بلکه شامل دانش ذخیره شده در سازمان، فرایندهای تجاری، سیستم‌ها و ارتباطات سازمان‌ها نیز است.

سرمایه فکری عبارت از مجموعه‌ای از توانایی‌های ذهنی جمعی یا دانش کلیدی است (بختیاریان شهری و فرجی، ۱۳۹۳). سرمایه فکری شامل دانش، اطلاعات، دارایی فکری^۵ و تجربه است که برای ثروت آفرینی به کار می‌رود (سمیعی زفرقندی و آفاکثیری، ۱۳۹۶). سرمایه فکری مجموعه‌ای از دارایی‌های دانش محور است که به یک سازمان اختصاص دارند و در زمره ویژگی‌های آن به شمار می‌روند و از طریق افزودن ارزش به ذی‌نفعان کلیدی سازمان، به طور قابل ملاحظه‌ای به بهبود وضعیت رقابتی سازمان منجر می‌شود (مر و اسپندر^۶، ۲۰۰۴).

به اعتقاد ادوینسون و مالون^۷ (۱۹۹۷) سرمایه فکری عبارت است از داشتن دانش، به کارگیری تجربه، تکنولوژی سازمانی، ارتباط با مشتری و عرضه کننده و نیز توانایی‌های حرفه‌ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می‌کند و یا به اعتقاد لیو، سرمایه فکری عبارت است از منابع سودهای آینده (ارزش) که توسط نوآوری، طراحی‌های منحصر به فرد سازمان یا تجربیات نیروی انسانی تولید می‌شود (همتی و مهربانی، ۱۳۹۰).

¹ Stewart

² Intellectual Material

³ Intellectual Property

⁴ Cleary & Quinn

⁵ Intellectual Property

⁶ Marr & Spender

⁷ Edvinson and Malon

در باب اهمیت و ارزش سرمایه فکری (بنی مهد و همکاران^۱، ۲۰۱۲) اذعان می‌دارد با گذشت زمان، همچنان سرمایه فکری از اهمیت و ارجحیت بالایی در تمامی سازمان‌ها برخوردار است. به طوری که در اقتصاد امروز به عنوان اصلی‌ترین و مهم‌ترین عامل تولید به حساب می‌آید و به عنوان اساسی‌ترین مزیت رقابتی شرکت‌ها و سازمان‌ها یاد شده است (سی سارمان و همکاران^۲، ۲۰۰۲). سرمایه فکری در اقتصاد دانش محور امروزی که به شدت به تکنولوژی وابسته است یک دارایی ناملموس با ارزش محسوب می‌شود. این سرمایه جهت برانگیختن خلاقیت، نوآوری، تمایل به رقابت، ایجاد ارزش و ارتقای عملکرد سازمانی و مدیریت به کار می‌رود. امروزه سرمایه فکری و فرهنگ سازمانی، در کنار یکدیگر از عوامل سودآوری پایدار و مستمر شرکت‌ها به حساب می‌آیند. بر اساس دیدگاه کاویدا و سیواکوما ادبیات موجود در اقتصاد دانشی و سرمایه فکری نشان‌گر این مطلب است که سرمایه فکری منبع اصلی اقتصاد دانش محور به حساب می‌آید و سازمان‌ها روز به روز بیشتر بر این موضوع واقف هستند که برای رویارویی با پیچیدگی و عدم قطعیت موجود در کسب و کار امروز، باید سرمایه فکری خود را به طور کامل مورد تلفیق و استفاده قرار دهند و آن را دائماً توسعه دهند. لذا، تمرکز بر روی سرمایه فکری ابزاری مؤثر برای مدیریت و توسعه سازمان است. همچنین رابرت^۳ (۲۰۱۷) در مقاله خود مطرح می‌نماید که سرمایه فکری یکی از منابع ارزشمند سازمان‌ها است که در خط مقدم استراتژیک قرار دارد با این وجود مهم‌ترین و اساسی‌ترین مفاهیم سرمایه فکری منجر به ایجاد نوآوری در سازمان‌ها است که انقلابی در فعالیت‌های سازمان ایجاد خواهد کرد. دیگر اینکه از طریق شایستگی برای کارکنان مزیت رقابتی به وجود می‌آید و منجر به ارتباطات مؤثر و مطلوب با مشتریان می‌شود چرا که امروزه سرمایه فکری همچون دانش، مهارت و روابط به منبعی حیاتی برای رقابت تبدیل شده است. سرمایه فکری با نقش‌های کلیدی در حوزه مدیریت استراتژی، مدیریت رفتاری و اعتبارات و ارتباطات داخلی و خارجی، به توسعه و رشد و گسترش شرکت‌ها کمک می‌کند (مصطفی و همکاران^۴، ۲۰۱۰). به عقیده (روس و روس،

¹ Banimahd et al

² Seetharaman et al

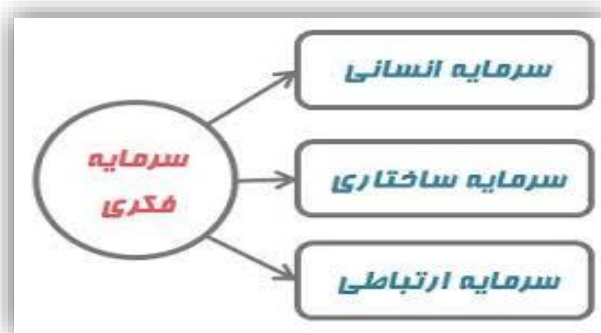
³ Robert

⁴ Mostafa et al

۱۹۹۷) سرمایه فکری به عنوان زیربنای اصلی برای پویایی و موفقیت آتی در اقتصاد دانش محور است، لازم است منابع اصلی و محرک‌های عملکرد و ارزش سازمان به وسیله مدیران تعیین شوند تا کاراتر، اثربخش‌تر، نوآورانه‌تر باشند. بنابراین، شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت سرمایه فکری، امری کاملاً ضروری است برای رسیدن به اهداف سازمان یا شرکت در جهت ایجاد ثروت چرا که ارزشمندترین و با صرفه‌ترین ابزار جهت پیشی گرفتن از رقبا است. همچنین لی و وایتینگ^۱ (۲۰۱۱) معتقدند، سازمان‌ها به منظور حفظ وضعیت رقابتی خود، باید سرمایه‌گذاری‌های خود را به سمت اجزای سرمایه فکری مثل منابع انسانی، تحقیق، توسعه و فناوری اطلاعات سوق دهند.

۲-۲- اجزای مختلف سرمایه فکری

سرمایه فکری در قالب سه طبقه قابل تقسیم است که اکثر محققان با این الگوی سه بعدی موافقت نموده‌اند (برایشین^۲، ۲۰۱۸).



شکل ۱؛ سرمایه فکری

الف: سرمایه انسانی^۳

(چانگ^۴، ۲۰۰۷) سرمایه انسانی در حوزه شایستگی فردی شامل دانش فنی، مهارت‌ها، ویژگی‌های رهبری مدیران ارشد، نوآوری‌ها، انگیزش «بعد مالی و بعد غیرمالی» و قابلیت

¹ Lee & Whiting

² Bratianu

³ Human capital (HU)

⁴ Change

سازگاری است. سرمایه انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان و منبع خلاقیت و نوآوری است. این سرمایه که از نبوغ و استعداد کارکنان نشأت می‌گیرد همراه کارکنان از شرکت خارج می‌شود و توسط شرکت قابل تملک نیست. در معنای لغوی سرمایه انسانی دارای اجزایی از قبیل دانش، تجربه، مهارت، تخصص، خلاقیت، توانایی کار تیمی، قدرت پذیرش اطرافیان، انتقادپذیری، توانایی حل مشکلات و نگرش مثبت نسبت به دیگران می‌باشد. بنابراین، سرمایه انسانی شامل همه دارایی‌های دانشی ضمنی کارکنان یک شرکت است که بر عملکرد سازمان تأثیر بسزایی دارد (برایشین، ۲۰۱۸). سرمایه انسانی با سنجش نیازها و با توجه به زمان، به تغییرات محیطی پاسخ می‌دهد (کانگ و رامیا^۱، ۲۰۱۰). این نکته در تمام تعاریف سرمایه سازمانی مورد تأکید واقع شده که سازمان‌ها و شرکت‌ها صاحب سرمایه انسانی نیستند، بلکه دانش، مهارت و تجربه آنها را بر اساس قراردادهای استخدامی به دست می‌آورند و هر گاه کارکنان سازمان را ترک کنند این سرمایه را نیز به خود خواهند برد (گیلبرت و همکاران^۲، ۲۰۱۷). (هانگ و همکاران^۳، ۲۰۰۷) معتقدند که سرمایه فکری نمایان‌گر ذخیره دانش یک سازمان است که توسط کارکنان آن تجلی می‌یابد و به صورت پتانسیل بالقوه و اساسی سازمان نیز تعریف شده است. به بیان دیگر، سرمایه فکری بیانگر ارزش افزوده ایجاد شده توسط کارکنان سازمان در هنگام به کارگیری دانش و دارایی‌های شخصی در تولید کالاها و خدمات است. به طوری که برای سازمان ثروت تولید نماید. (ین و همکاران^۴، ۲۰۱۹) اذعان می‌نماید که سرمایه انسانی، انباشت توانمندی‌های افراد مسئول به منظور ایجاد راه‌حل‌های مناسب برای مشتریان می‌باشد و در اقتصاد امروز سرمایه فکری به خصوص سرمایه انسانی جزء مهم‌ترین دارایی‌های سازمان محسوب می‌شود، موقعیت بالقوه سازمان‌ها ریشه در قابلیت‌های فکری آنها دارد تا دارایی‌های مشهود. (ارگانلی و همکاران^۵، ۲۰۰۷) بیان می‌دارند که از جمله مهم‌ترین عامل کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها، منابع انسانی هستند. سازمان‌ها در جوامع مختلف باید اساسی‌ترین منبع و عامل رقابتی خود، یعنی نیروی انسانی را توانمند نمایند، از جمله توانمندی‌های نیروی انسانی

¹ Kong & Ramia

² Gilbert et al

³ Hong et al

⁴ Yen et al

⁵ Ergenli et al

در یک سازمان سرمایه فکری آن سازمان می‌باشد. (نرما^۱، ۲۰۰۵) ابعاد سرمایه فکری عبارتند از سرمایه‌های انسانی که تحت عنوان دانش فردی، مهارت‌ها، توانایی‌ها و تجارب موجود در کارکنان یک سازمان برای خلق ارزش و حل کردن مسائل سازمان تعریف شده است. براساس دیدگاه (تسون و همکاران^۲، ۲۰۱۱) سرمایه انسانی عامل مهمی در توانایی سازمانی است چراکه اجراهای موفق در مدیریت ورزشی به دستاوردهای سرمایه انسانی بر می‌گردد که می‌تواند بر موانع و چالش‌های سازمانی غلبه کند. توسعه سرمایه انسانی به عنوان یکی از عوامل موفقیت برای سازمان‌های ورزشی عنوان شده است از دیدگاه مگی^۳ (۲۰۱۱) موفقیت و توسعه ورزشی وابسته به چندین عامل است که شامل: وجود و شناسایی منابع انسانی، رویکرد مربیگری و تمرین، کارایی سازمان‌های ورزشی و عمق دانش علوم ورزشی و پزشکی ورزشی است. در واقع ورزش و علوم ورزشی، تحقیق و آموزش را به منظور کارایی سازماندهی می‌کند و در نتیجه سرمایه انسانی به گونه‌ای جدی برای توسعه از طریق ورزش مشارکت می‌کند. سرمایه انسانی به عنوان یک منبع نوآوری و بازسازی استراتژیک، برای سازمان‌ها مهم می‌باشد و سرمایه انسانی که سطح بالاتری دارد، اغلب با بهره‌وری بیشتر و درآمد یا حقوق و مزایای بالاتری تداعی می‌شود (کانیبانو و همکاران^۴، ۲۰۰۰).

ب: سرمایه ساختاری^۵ (سازمانی)

(چانگ، ۲۰۰۷) سرمایه ساختاری در حوزه ساختار داخلی شامل فرهنگ شرکت، ساختار، فرایندها و رویه‌های کاری است. این نوع سرمایه به اعتقاد ادوینسون و مالون سرمایه ساختاری به عنوان سختافزار، نرم‌افزار، پایگاه داده‌ها، ساختار سازمانی، حقوق انحصاری، علایم تجاری و تمام توانایی‌های سازمان که حامی بهره‌وری کارکنان است تعریف شده است. سرمایه ساختاری آن دسته از دارایی‌های فکری هستند که هنگام ترک شرکت توسط کارکنان در شرکت باقی می‌مانند. بنابراین، سرمایه ساختاری مستقل از اشخاص و عموماً آشکار است. زمانی که دانش ضمنی به سطح سازمانی می‌رسد، سرمایه ساختاری از حرکت مارپیچی دانش منتج می‌شود

¹ Norma

² Tesone et al

³ Maguire

⁴ Canibano et al

⁵ Structural capital (SC)

سرمایه ساختاری از طریق شمول و آموزش دانش خلق می‌شود تا جایی که تبدیل به دارایی شرکت شود. سرمایه ساختاری به عنوان یک کلیت متعلق به سازمان بوده و قابل گزارش و تسهیم است و شامل دارایی‌های فکری از قبیل حق ثبت‌ها، حق امتیازها، مارک‌های تجاری و غیره می‌باشد (برایشین، ۲۰۱۸). همچنین (سالیوان^۱، ۲۰۰۰) معتقد است که سرمایه ساختاری را می‌توان به عنوان زیر ساخت‌هایی در نظر گرفت که سازمان برای سرمایه انسانی خود تامین می‌کند. (سیدلر و همکاران^۲، ۲۰۱۳) سرمایه ساختاری را دانشی می‌داند که در پایان یک روز کاری در سازمان باقی می‌ماند. (هانگ و همکاران، ۲۰۰۷) معتقدند سرمایه ساختاری در برگیرنده سیستم‌های ارتباطی، پایگاه داده‌ها، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها و راه کارها، سیستم‌های تکنولوژیکی و دیگر ابزارها است که کارکنان را در ایجاد درآمد برای شرکت یاری می‌رساند. (ادوینسون و مالون^۳، ۱۹۹۷) نیز اعتقاد دارند که سرمایه ساختاری همه آن چیزی است که در شب هنگام، که کارکنان به خانه خود می‌روند در سازمان باقی می‌ماند و از فرایندها و رویه‌های سازمانی بر می‌خیزد. (وانگ و چانگ^۴، ۲۰۱۵) اذعان می‌نماید که سرمایه ساختاری، به توانمندی سازمان به منظور بر طرف نمودن نیازهای بازار اطلاق می‌شود و برخلاف سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری می‌تواند تحصیل شود. ایشان معتقد است که سرمایه ساختاری اشاره دارد به ساختارها و فرایندهای موجود در درون یک سازمان، که کارکنان از آنها استفاده می‌نمایند. (دونالدسون و پرستون^۵، ۱۹۹۵) سرمایه ساختاری متعلق به کل سازمان است و شامل سرمایه نوآوری، سرمایه روابط، شالوده سازمانی و می‌شود. سرمایه ساختاری (سهرابی و دارمی^۶، ۲۰۱۱) در ورزش ایران، از جمله سازمان‌های متولی امر ورزش، سازمان ورزش و جوانان، کمیته ملی المپیک و پارالمپیک، فدراسیون‌ها، هیئت‌های ورزشی و در بخش کارآفرینی ورزشی نیز اتحادیه اصناف و تولیدکنندگان لوازم ورزشی است. از این رو، این سازمان‌ها به عنوان مراجع رسیدگی به ورزش و تندرستی و همین طور توجه به اهداف توسعه ورزش، نقش

¹ Sullivan

² Sydler et al

³ Edvinsson & Malone

⁴ Wang & Chang

⁵ Donalson & Preston

⁶ Sohrabi & Darmi

اساسی در هدایت ورزش کشور به عهده دارند، به گونه‌ای که توجه به ساختار و فرایندهای سازمانی آنها می‌توان نقشی در توسعه و پیشبرد اهداف ورزش کشور داشته باشد.

پ: سرمایه رابطه‌ای (مشتری)^۱

(چانگ، ۲۰۰۷) سرمایه رابطه‌ای در حوزه ساختار خارجی شامل مشتریان «میزان رضایت آنها از محصولات و خدمات»، مشتریان «تعداد آنها»، ارتباط با تامین‌کنندگان «آگاهی داشتن از این ارتباطات» است. سرمایه مشتری که به عنوان پل و کاتالیزوری در فعالیت‌های سرمایه فکری محسوب می‌شود از ملزومات اصلی و تعیین‌کننده تبدیل سرمایه فکری به ارزش بازار و در نتیجه عملکرد تجاری شرکت است. سرمایه رابطه‌ای، ارزش روابط شرکت با مردم و سازمان‌هایی است که با آنها قراردادهای کاری دارند. این سرمایه شامل روابط با سهامداران برون سازمانی، شبکه‌های عرضه و توزیع خدمات، شرکاء، روابط مشتریان «وفاداری و ارتباط بین شرکاء و سرمایه‌گذاران» و برندسازی «فلسفه، عملکرد، شهرت و اعتبار و شناخت برند» می‌باشد. هم‌افزایی تمام دارایی‌های نامشهود نه تنها دارایی‌های نامشهود تحت مالکیت شرکت، ارزش و تداوم یک مزیت رقابتی را در پی دارد. مسئله عمده‌ای که شرکت‌ها با آن مواجه هستند تبدیل دارایی‌های نامشهود «مانند دانش افراد» به دارایی‌های مشهود «مانند حق امتیاز و اختراع» یا به عبارت دیگر تبدیل سرمایه انسانی به سرمایه ساختاری است (برایشین، ۲۰۱۸). این نوع سرمایه در واقع ارزشی و دانشی است که در ارتباط با مشتریان، تامین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و سایر ذی‌نفعان که سازمان به آن‌ها در ارتباط است، به دست می‌آید. (گارسیا و همکاران^۲، ۲۰۱۶) بر این باور است که سرمایه ارتباطی به طور مستقل وجود ندارد، بلکه در رابطه با سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری به عنوان جزئی از سرمایه فکری معنی پیدا می‌کند. بر اساس دیدگاه (سکاندو و همکاران^۳، ۲۰۱۸) سرمایه فکری تنها در صورت اتصال همه ابعاد به یکدیگر مفید خواهد بود و این ابعاد ذاتاً نیز به هم مرتبط هستند. سرمایه ارتباطی به عنوان سومین جزء سرمایه فکری است که به عنوان توانایی یک سازمان در روابط متقابل و مثبت با فعالان دنیای

¹ Relational capital

² García et al

³ Secundo et al

کسب و کار برای برانگیختن پتانسیل خلق ارزش شرکت‌ها از طریق به کارگیری سرمایه انسانی و ساختاری تعریف می‌شود. سرمایه ارتباطی به طور کلی شامل همه روابطی است که بین سازمان با هر فرد یا سازمان دیگری وجود دارد که با ارتباط‌دهی سرمایه انسانی و ساختاری با ذی‌نفعان خارجی، همچون یک عنصر افزایش دهنده ارزش برای یک سازمان عمل می‌کند. (بونفر^۱، ۲۰۰۳) اذعان می‌نماید که سرمایه ارتباطی، شامل وابستگی‌های برون سازمانی مانند وفاداری مشتریان، حسن شهرت و روابط شرکت با تامین کنندگان منابع آن می‌باشد. ایشان همچنین خواستگاه سرمایه رابطه‌ای را ارتباط میان افراد موجود در یک گروه یا سازمان خاص می‌داند. (جنکینز^۲، ۲۰۰۶) سرمایه رابطه‌ای در ورزش می‌تواند روابط با سازمان‌های ورزشی بین‌المللی و نیز نهادهای داخلی را شامل شود. در کسب و کارهای ورزشی رابطه با مشتریان و نیز دیگر کارآفرینان از اهمیت زیادی در دوام کسب و کارها برخوردار است. چنانکه وقتی کسب و کارهای ورزشی با یکدیگر در ارتباط هستند در فرایندهای اجتماعی و اقتصادی بیشتر درگیر می‌شوند که خود می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی ورزشی شود. این نوع سرمایه را مهم‌ترین سرمایه سازمان‌های ورزشی معرفی کرده است.



شکل ۲: ارزش پویای سرمایه فکری بونفر

۲-۳- پنج گام اساسی رهنمودهای حسابداری برای مدیریت موفق سرمایه فکری

از دیدگاه (هلمن^۳، ۲۰۰۵) پنج گام اساسی رهنمودهای حسابداری برای مدیریت موفق

سرمایه فکری وجود دارد که شامل مراحل زیر است:

¹ Bounfour

² Jenkins

³ Holmen

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

گام اول، شناسایی سرمایه‌های فکری بنگاه است. این مرحله، شامل اندازه‌گیری ارزش آن می‌باشد. همه سرمایه‌های فکری به طور 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 به طور پویا با سایر منابع در تعامل و به آنها وابسته است.

گام دوم، ترسیم نقشه ارزش‌زایی است. این تمثال دیدنی، دو کارکرد اولیه دارد ایجاد اطمینان از این که راهبرد با همه عوامل ارزش سرمایه فکری منسجم و پیوسته است و ایجاد امکان ارتباط‌دهی آسان راهبرد و نقش و اهمیت سرمایه فکری در پیشبرد راهبرد. گام سوم، بعد از شناسایی و ترسیم عوامل ارزش سرمایه فکری، بنگاه می‌تواند سنجش آنها را شروع کند ابزار و فنون زیادی برای سنجش سرمایه فکری موجود است.

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

گام نهایی، گزارشگری سرمایه فکری است. هدف گزارشگری سرمایه فکری، ارائه اطلاعاتی درباره سرمایه فکری یک سازمان به ذی‌نفعان آن است. گزارشگری سنتی نمی‌تواند ارزش سرمایه فکری را توصیف کند. راه‌های مختلفی برای توجه به محدودیت‌های

گزارشگری مالی سنتی در افشای اطلاعات درباره سرمایه فکری 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، پی برده‌اند.

۲-۴- مدل‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری

طی پژوهش‌های صورت گرفته در ارتباط با سرمایه فکری، جهت اندازه‌گیری سرمایه فکری تاکنون مدل‌های توصیفی و روش‌های کمی ریاضی مختلفی پیشنهاد شده است. بعضی از این مدل‌ها خاص و منحصر به فردی هستند که در یک شرکت خاص طراحی و اجرا شده‌اند. برخی دیگر مدل‌های نظری هستند که بیشتر آنها به عنوان یک مدل اندازه‌گیری سرمایه فکری پذیرفته شده و معتبر مطرح نیستند.

ترازنامه نامرئی (ملموس)

ترازنامه نامرئی به عنوان یکی از روش‌های پیشتاز و مشهور در حوزه دارایی‌های نامشهود توسط اسویبی (۱۹۹۷) در سوئد مطرح گردید. اسویبی در آن زمان نسبت به ناتوانی سیستم‌های حسابداری سنتی که در جهت تدارک اطلاعات مناسب برای ارزش‌گذاری دانش فنی واکنش نشان داد و چارچوبی را جهت گزارش‌دهی دارایی نامشهود توسعه داد که ترازنامه نامرئی نام گرفت.

۲- کارت امتیازدهی متوازن^۱

در چارچوبی که نخستین بار در سال ۱۹۹۶ توسط کاپلان و نوترون گسترش داده شد، سعی دارد اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت اندازه‌های غیرمالی، شاخص‌های پیشرو و پسرو و نیز جنبه‌های داخلی و خارجی سازمان را متعادل نماید. به طور کلی چهار دیدگاه مشتری، مالی، فرایندهای داخلی و نیز یادگیری و رشد، وجود دارد که ارتباط ما بین هر یک از این جنبه‌های چهارگانه می‌بایست بررسی گردد. در مقایسه با اندازه‌های حسابداری سنتی، کارت امتیاز متوازن مرکز توجه را از شاخص‌های مالی خاص به نحوی تغییر داده سه بعد کلیدی موفقیت

^۱ Balance Score Card (BSC)

غیرملموس را شامل می‌شوند. این‌ها تقریباً برابر با سه بخش سرمایه فکری، که سرمایه انسانی (دانش و تجربه افراد) سرمایه ساختاری (دانش نهفته در سیستم‌ها و فرایندهای سازمان) و سرمایه مشتری (ارتباطات مشتری) نام دارند.

۳-جهت‌یابی اسکاندیا:

اسکاندیا^۱ یک شرکت خدمات سوئدی است که پیشرو در امر اندازه‌گیری دانش خود بود و در این راه به خوبی برجسته شد. اسکاندیا برای اولین بار به صورت داخلی گزارش سرمایه فکری خود را گسترش داد و در سال ۱۹۹۴ به عنوان اولین شرکت بزرگ، گزارش سرمایه فکری خود را به پیوست صورت‌های مالی سنتی به سهامداران ارائه کرد و سرانجام ابزار اندازه‌گیری خاص خود را با عنوان جهت‌یابی اسکاندیا به همراه مدل ایجاد ارزش مربوط گسترش داد. ادوینسون به عنوان معمار مباحث ابتکار ذکر شده در شرکت اسکاندیا نام داشت را با پنج حوزه مالی، مشتری، فرایندی.

۴-بازار سرمایه‌گذاری (روش تشکیل بازار سرمایه).

محاسبه اختلاف بین بازار شرکت (برمبنای قسمت بازار سهام) و حقوق صاحبان سهام تبدیل شده از بابت تورم یا بهای جایگزینی به عنوان ارزش سرمایه فکری یا دارایی نامشهود منظور می‌شود.

۵- بازده دارایی‌ها^۲ (ROA)

سود هر سهم معیار عملکرد هر سهم شرکت در طول دوره‌ای از زمان است. رشد سود هر سهم به تبع افزایش سود، مقادیر سرمایه به کار گرفته شده موثر در افزایش سود را نظر نمی‌گیرد در برخی موارد افزایش در سود ممکن است ناشی از افزایش سرمایه‌گذاری‌های غیراقتصادی باشد به گونه‌ای بازه حاصل شده از این سرمایه‌گذاری‌ها تکافوی پوشش هزینه سرمایه را نداشته باشد.

۹-حسابداری منابع انسانی:

^۱ Skandia

^۲ Return On Assets (ROA)

حسابداری منابع انسانی یکی از روش‌های مهم قدیمی است که به دهه ۹۱ و ۱۱ میلادی بر می‌گردد.

این روش برخی شباهت‌ها با مفاهیم سرمایه فکری و نیز اندازه‌گیری آن دارد حسابداری منابع انسانی از کارهای پیشگام در حوزه سرمایه فکری است که حاوی برخی روش‌ها جهت محاسبه ارزش منابع انسانی است. حسابداری منابع انسانی شامل اندازه‌گیری هزینه متامل شده توسط واحدهای کسب و کار سازمان‌ها است.

۱۰- جستجوگر ارزش:

جستجوگر ارزش یک روش حسابداری است که توسط کاپی.ام.جی برای محاسبه و تخصیص ارزش به پنج دسته از فرایندها نامشهود پیشنهاد گردید. این پنج دسته عبارتند از: دارایی‌ها و هدایا، مهارت و دانش منحنی، هنجارها و ارزش اجتماعی، فناوری و دانش آشکار، فرایندهای اصلی و مدیریتی، این روش بینشی نسبت به پتانسیل آینده.



شکل ۴؛ شمای ارزش سرمایه فکری درختواره اسکاندیا

۳- روش تحقیق

در این مقاله از روش کیفی بهره گرفته شده است روش‌های کیفی بسیار متنوع و پیچیده هستند و تفاوت‌های بسیار جزئی و مختصری با هم دارند. تحلیل مضمون را می‌توان یکی از

روش‌های بنیادین تحلیل کیفی در نظر گرفت که با سایر روش‌های تحلیل که به دنبال تشریح الگوهای داده‌های کیفی هستند مانند روش تحلیل پدیدار شناسی تفسیری، نظریه داده بنیاد، تحلیل گفتمان و تحلیل محتوا فرق دارد. به طور کلی، روش‌های تحلیل کیفی را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: یک دسته، روش‌هایی هستند که عمدتاً از جایگاه نظری یا معرفت شناسی خاصی نشئت می‌گیرند مانند تحلیل محاوره و روش تحقیق پدیدار شناسی تفسیری که به کارگیری آنها تنوع نسبتاً محدودی دارد؛ برخی از این روش‌ها نیز، مانند نظریه داده بنیاد از چارچوب نظری کلانی بهره می‌برد. دسته دوم، روش‌هایی است که اساساً مستقل از جایگاه نظری یا معرفت شناسی خاصی هستند و در طیف گسترده‌ای از روش‌های نظری و معرفت شناسی می‌توان از آنها استفاده کرد. تحلیل مضمون در این دسته جای می‌گیرد؛ از این رو، ابزار تحقیقاتی منعطف و مفیدی است که برای تحلیل حجم زیادی از داده‌های پیچیده و مفصل، می‌توان از آن استفاده کرد.

۴- نتیجه یافته‌ها

۴-۱- مقایسه مدل‌های متداول سنجش سرمایه فکری

امروزه مدل‌های متنوعی در سرمایه فکری ارائه گردیده است و لیکن هر یک ویژگی‌های مربوط به خود را دارد. از جمله مدل کارت امتیازی متوازن تاکید ویژه‌ای بر منطق استراتژیک، یعنی روابط علت و معلولی بین فعالیت‌های جاری و موفقیت بلندمدت سازمان دارد به طوری که تبدیل رسالت و استراتژی به معیارهای عملکرد، جهت سیستم مدیریت و اندازه‌گیری استراتژیک سازمان را الزامی می‌داند. بنابراین، این مدل برای استقرار به چهار جنبه مالی، مشتری، فرآیند درونی کسب و کار، رشد و یادگیری نیاز دارد. مدل حسابرسی بر نقش سرمایه فکری در ایجاد ارزش مالی سازمان تاکید داشته و از راه تحلیل عیب‌یابی به ارزیابی دارایی‌های بازار، انسان محور، مالکیت فکری و زیرساختاری می‌پردازد. از طرف دیگر، مفروضه اصلی مدل رهیاب اسکاندیا تفاوت موجود بین ارزش دفتری و ارزش بازاری سازمان بود و پنج عامل مالی، مشتری، فرآیند، نیروی انسانی و توسعه و نوسازی باعث ارائه تصویر جامع و متعادلی از فعالیت‌های سازمان می‌گردید. مدل شاخص سرمایه فکری بر گردآوری مؤلفه‌های سرمایه

فکری را در یک شاخص سازمانی تاکید داشته و با طبقه‌بندی سرمایه فکری به سرمایه نیروی انسانی، سرمایه سازمانی، سرمایه مشتری و ارتباطات، شاخص‌هایی به وجود می‌آید که منجر به ارائه تصویر جامع از فعالیت‌های سازمان و مبنایی برای مقایسه با معیارهای بیرونی ایجاد می‌گردد. سرانجام اینکه، مدل هدایتگر دارایی‌های نامشهود اسویبی، ارزش بازار کل یک سازمان را شامل ارزش خالص و مشهود سازمان همراه با سه نوع دارایی ناملموس معرفی می‌نماید. خلاصه ویژگی‌های پنج مدل فوق در جدول ارائه شده است:

جدول ۱؛ مقایسه مدل‌های متداول سنجش سرمایه فکری

صاحب‌نظر	مدل	مفهوم	جنبه	مزیت
کاپلان و نورتون	کارت امتیازی متوازن	تبدیل رسالت و استراتژی به معیارهای عملکرد، جهت سیستم مدیریت و اندازه‌گیری استراتژیک سازمان	مالی، مشتری، فرآیند درونی، رشد و یادگیری	کسب رضایت مشتریان
بروکینگ	حسابرسی سرمایه فکری	تعیین جایگاه سرمایه فکری سازمان در ایجاد ارزش مالی	دارایی‌های: بازاری، انسان محور، مالکیت فکری، زیرساختاری	ارزش سرمایه فکری سازمان را از راه تحلیل عیب‌یابی
ادوینسون و مالون	رهباب اسکاندیا	تقسیم ارزش بازار یک سازمان به دو دسته سرمایه مالی و سرمایه فکری	مالی، مشتری، فرآیند، نیروی انسانی، توسعه و نوسازی	ارائه تصویر جامع و متعادلی از فعالیت‌های سازمان
برادران روس	شاخص سرمایه فکری	گردآوری مؤلفه‌های سرمایه فکری را در یک شاخص سازمانی	نیروی انسانی، سازمانی، مشتری، ارتباطات	ارائه تصویر جامع از فعالیت‌های سازمان و مقایسه بیرونی
اسویبی	هدایتگر دارایی‌های نامشهود اسویبی	ارزش بازار کل یک سازمان شامل ارزش خالص و مشهود سازمان همراه با سه نوع دارایی ناملموس	دارایی‌های: مشهود و نامشهود	تفکیک دو نوع دارایی سازمان در ارزش بازاری آن

هریک از این مدل‌ها دارای مزایای منحصر به فردی هستند و موفقیت حال و آینده در رقابت بین سازمان‌ها، تا حد کمی مبتنی بر تخصیص راهبردی منابع فیزیکی و مالی و تا حد زیادی مبتنی بر مدیریت دانش و دارایی‌های دانشی خواهد بود. به بیان روشن‌تر، چالش مدیران آماده کردن محیط مناسب برای رشد و پرورش ذهن انسان در سازمان‌ها است. بنابراین، توانایی مدیریت دانش، مهارت اساسی مدیران در این سازمان‌ها محسوب می‌شود.

۲-۴- نقاط قوت و ضعف روش‌های اندازه‌گیری سرمایه فکری

روش‌هایی که به مقدار پولی منجر می‌شوند نظیر روش‌های سرمایه فکری مستقیم یا روش‌های بازگشت دارایی‌ها برای قیمت‌گذاری دارایی‌های ناملموس شرکت‌ها مفید هستند و مزیت دیگر این روش آن است که امکان مقایسه شرکت‌ها با یکدیگر در یک صنعت را فراهم می‌آورند. از معایب این روش‌ها این است که تبدیل هرچیز به مقادیر پولی می‌تواند کمی سطحی‌نگری قلمداد شود. روش‌های بازگشت دارایی‌ها به میزان زیادی نسبت به نرخ بهره حساس هستند. مزایای روش‌های مستقیم سرمایه فکری و روش‌های کارت امتیازی این است که آنها می‌توانند تصویر کامل‌تری از سلامت سازمانی نسبت به روش‌های پولی ارائه دهند. این روش‌ها این قابلیت را دارند که به آسانی به سطوح مختلف سازمانی تسری پیدا کنند. آنها می‌توانند با دقت خوبی نتیجه وقایع را اندازه‌گیری کرده است. از این رو، گزارش‌دهی آنها سریع‌تر و دقیق‌تر از اندازه‌گیری‌های مالی است. با توجه به اینکه این روش‌ها نیازی به اندازه‌گیری مالی ندارند برای سازمان‌های غیرانتفاعی، بخش‌های داخلی سازمان‌ها، سازمان‌های عمومی، اهداف اجتماعی و فرهنگی بسیار مناسب هستند. از معایب این روش‌ها این است که آنها شاخص‌هایی را مورد استفاده قرار می‌دهند که برای هدفی خاص یا سازمانی مشخص طراحی شده است. از این رو، امکان مقایسه نتایج بسیار مشکل است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

می‌توان نتیجه گرفت که پس از سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری بیشترین تأثیر را بر دوام کسب و کارهای ورزشی دارد. بنابراین، به نظر می‌رسد در محیط کسب و کار، توسعه منابع انسانی یکی از با اهمیت‌ترین فاکتورهای موفقیت‌های اقتصادی است. در واقع،

مهم‌ترین عامل مدیریت سرمایه، سرمایه ارتباطی است چراکه نقش سرمایه ارتباطی و به دنبال آن سرمایه انسانی عامل مهمی در توانایی و کارآفرینی سازمانی محسوب می‌شود به گونه‌ای که اجراهای موفق برای کسب و کارهای مدیریت ورزشی به دستاوردهای سرمایه انسانی و نقش آنان در ارتباط با ذینفعان برمی‌گردد. در واقع سرمایه رابطه‌ای، روابط کارآفرینان با ذینفعان

بیرونی شامل مشتریان، سرمایه‌گذاران و تأمین کنندگان را در برمی‌گیرد. در این رابطه، شاخص‌هایی مانند میزان استفاده از فناوری‌های نوین به منظور ارتباط با مشتریان و ذینفعان، میزان ارتباط مستقیم کارآفرینان ورزشی با مشتریان، میزان رسیدگی به شکایات مشتریان و میزان ارائه خدمات پس از فروش محصولات ورزشی عنوان شد. بر اساس پژوهش (اسماعیل‌زاده ۱۳۸۹، ایروانی ۱۳۸۹، خیرخواه ۱۳۹۰ و مهنام ۱۳۹۲ و عبدالملکی و نوری‌زاده، ۱۳۹۲) نقش و تاثیر سرمایه فکری «سرمایه انسانی، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری» در فدراسیون‌های ورزشی مثبت و معنادار است. (کیانتو و همکاران ۱، ۲۰۱۷) به نظر می‌رسد مراکز آموزشی با ایجاد تحول در نظام آموزشی خود، متناسب با نیازهای جامعه می‌توانند برنامه‌های آموزشی هدفمند در ورزش و کسب و کارهای ورزشی را در نظر بگیرند. سرمایه ساختاری از دیگر عوامل در نظر گرفته شده، شاخص‌هایی مانند میزان ارائه دوره‌های کاربردی کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی، ارائه آموزش و مهارت‌های کسب و کار ورزشی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول در ورزش، میزان اجرایی شدن قوانین حمایتی، میزان ارائه برنامه‌های مشاوره‌های کارآفرینی در مراکز آموزشی ورزشی و میزان ارزیابی کیفیت آموزشی دوره‌های کارآفرینی مربوط به ارائه برنامه‌های ورزشی و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه و ارزیابی اجرایی شدن آنها تبیین کننده سرمایه ساختاری است. در این راستا برنامه‌هایی که دانشی را برای کارآفرینان نوظهور جهت شروع و اجرای کسب و کار فراهم کند وجود نقش سرمایه ساختاری بسیار پررنگ است که به نظر می‌رسد که محیط مناسب می‌تواند بر استمرار کسب و کارهای ورزشی اثر داشته باشد. چراکه محیط ورزش و کسب و کار به شدت تحت تأثیر محیط

¹ Kianto et al

ساختاری و همچنین محیط کلان می‌باشد. در واقع سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری، به سرمایه انسانی وابسته هستند به طوری که سرمایه انسانی به وسیله تغییر این دو سرمایه دانش را به ارزش تبدیل می‌کند و از این طریق دانش و اطلاعات غیرمادی را به خروجی‌های مادی و سودمند برای کسب و کارها تبدیل می‌کند. در جمع‌بندی نهایی می‌توان افزود که سرمایه انسانی: شالوده سرمایه فکری را تشکیل می‌دهد و عنصر اصلی برای اجرای کارکردهای مربوط به سرمایه فکری است. این سرمایه نمایانگر یک منبع مستمر تجدید و نوآوری برای سازمان محسوب شده که توانایی درک موضوعات را داشته و قادر است از تجاربی که کسب می‌کند مزیت بیافرینند. سرمایه انسانی ۳ بعد دارد: الف: توانایی کارکنان شامل شایستگی‌های فردی، مهارت‌های افراد و سرمایه‌گذاری سازمان در سرمایه انسانی است. ب: پایداری کارکنان در درجه اول اشاره به نگهداری و حفظ کارکنان دارد. جابجایی داوطلبانه می‌تواند تهدیدی برای سازمان به عنوان از دست دادن دانش انباشته شده کارکنانی که سازمان را ترک می‌کنند، باشد. بر این اساس سازمان‌ها باید در حفظ کارکنان پیشگام باشند. پ: رضایت کارکنان مجموعه‌ای از احساسات و باورها است که افراد در مشاغل کنونی خود دارند. رضایت کلی کارکنان در ارتباط مثبتی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی است که منعکس کننده تفاوت بین آنچه که کارکنان از شغل خود می‌خواهند و آنچه که آنرا درک کرده‌اند می‌باشد.

سرمایه ساختاری اشاره به ساختارها و فرایندهای موجود در درون سازمان دارد که کارکنان از آنها استفاده کرده و از این طریق دانش و مهارت هایشان را به کار می‌گیرند. سرمایه ساختاری از ۴ جز تشکیل شده است:

الف: فرهنگ سازمانی همان ارزش‌های اساسی، باورها و اصول اخلاقی در یک سازمان است که نقش مهمی در نظام مدیریت سازمان ایفا می‌کند و فرهنگی است که در آن خلایقیت و نوآوری ارزش شمرده می‌شود، به کارکنان اجازه تلاش و خطا و یادگیری داده می‌شود، فضای حاکم بر سازمان به گونه‌ای است که تمام افراد با شور و شوق تمام در پی یادگیری و انتقال آموخته‌هایشان به دیگران هستند و بر اساس سهمی که در رشد دانش و سازمان داشته‌اند، مورد ارزیابی و تشویق قرار می‌گیرند. ب: سیستم‌های اطلاعاتی به فناوری اطلاعاتی یک سازمان اشاره دارد که برای مدیریت صحیح و کامل دانش در آن سازمان به کار می‌رود. پ: فرایندهای

سازمان اشاره به شیوه‌های انجام فعالیت‌های سازمانی دارد که در آنها افراد از منابع اطلاعاتی موجود در محیط کاری استفاده کرده و وظایف را به بهترین نحو انجام می‌دهند: مالکیت فکری مالکیت فکری نوعی دارایی می‌باشد که از طریق ثبت اختراعات و علائم تجاری در هر سازمان به دست می‌آید. به تازگی افزایش نرخ تجاری سازی، حقوق مالکیت فکری از سوی سازمان‌ها، اهمیت راهبردهای انتقال دانش و فناوری برای سرعت بخشیدن در کشف ایده‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه بیش از پیش برجسته شده است.

سرمایه رابطه‌ای این سرمایه جزئی اساسی از سرمایه فکری محسوب شده و عبارت است از ارزش نهادینه شده و موجود در کانال‌های بازاریابی و ارتباطاتی که از آن طریق شرکت‌ها کسب و کارشان را به پیش می‌برند. این سرمایه در مقایسه با سرمایه انسانی و ساختاری در تحقق ارزش‌های شرکت اثری مستقیم‌تری داشته و عاملی بسیار حیاتی محسوب می‌شود. سرمایه رابطه‌ای دو بعد مهم دارد الف: مشتریان، مشتری شخص یا شرکتی است که کانال‌ها و خدمات را خریداری می‌کند. شاید مهم‌ترین جزء سرمایه رابطه‌ای، مشتری است به خاطر اینکه موفقیت یک سازمان در گرو سرمایه مشتری آن است. ب: جامعه شامل تامین‌کنندگان، سهامداران، دولت، مجامع علمی و اطلاع‌رسانی است.

۶- منابع

بختیاربان‌شهری، زهره، فرجی، مرتضی (۱۳۹۳) بررسی سرمایه فکری بر عملکرد مالی بانک، مطالعه موردی بانک مسکن، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه.

تحلیل اثر سرمایه فکری بر عملکرد سازمان، فصلنامه آموزش و توسعه منابع انسانی، ۱۳۹۶. سمیعی‌سمرقندی، مرتضی، آفاکتیری، ندا (۱۳۹۶) سهم سرمایه فکری و مدیریت دانش در یادگیری معلمان، فصلنامه خانه و پژوهش، شماره ۳۵، صص ۸۸-۱۰۳.

همتی، حسن، مهربانی، امین (۱۳۹۰) بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و بازده مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، سال سوم، شماره دهم.

Banimahd, B., Mohammadrezaei, F., & Mohammadrezaei, M. (2012). The impact of intellectual capital on profitability, productivity and market valuation: evidence from Iranian high knowledge-based industries, *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(5), 4477-4484.

- Bontis, N. (1999). "Managing Organizational Knowledge by Diagnosing Intellectual Capital: Framing and Advancing the State of the Field". *International Journal of Technology Managing*. Nos 5/6/7/8. 62-433.
- Brooking A.(1997).*Intellectual capital*, International Thompson business, press London,1.
- Bounfour, A. (2003). The Intellectual approach. *Journal of intellectual capital*, 4(3), 396 - 412 .
- Bratianu, C. (2018). Intellectual capital research and practice: 7 myths and one golden rule. *Management & Marketing*, 13(2), 859-879.
- Canibano, L., Garcí'a-Ayuso, M., & Sa'nchez, M. P. (2000). Accounting for intangibles: A literature review. *The Journal of Accounting Literature*, 19 (1): 102-30.
- Change, S. L. (2007), *Valuing Intellectual Capital and Firms Performance: Modifying Value Added Intellectual Coefficient (vaic) in Taiwan IT Industry*", Unpublished Doctoral Dissertation, Gate University.
- Cleary, P., & Quinn, M. (2016). Intellectual capital and business performance: An exploratory study of the impact of cloud-based accounting and finance infrastructure. *Journal of Intellectual Capital*, 17(2), 255-278.
- Donalson ,T., Preston, L.E. (1995). "The Stakeholders Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications". *Academy of Management Review*. No 1. 65-91.
- Edvinsson, L. and Malone, M., (1997), *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by finding its Hidden Brain Power*, Harper Collins Publisher Inc., New York, NY.
- Ergenli. Aziz, Saglam. Guler and Metin. Selin, (2007). "Psychological empowerment and its relationship to trust in immediate managers", *Journal of business research*, Vol.60, PP 41-49.
- García-Meca, Emma, and Isabel, Martínez (2016), the use of intellectual capital information in investment decisions an empirical study using analyst reports, *The International Journal of Accounting* 42, pp. 57–81.
- Holmen, J .(2005). *Intellectual Capital Reporting*, *Management Accounting Quarterly*, Vol.6, No.4.
- Hong, P. T., Plowman, D. & Hancock, P., (2007), "Intellectual Capital and Financial Returns of Companies", *Journal of Intellectual Capital*, No. 8, PP. 76-95.
- Jurczak J (2008) . Intellectual capital measurement methods. *Economics and Organization of Future Enterprise*.;1(1):37-45.
- Jenkins, H. (2006). Small Business Champions for Corporate Social Responsibility. *Journal of business Ethics* 67: 241-256.
- Kaplan ,R and Norton ,D (1996).Using the balance scoard card as a strategic management system ,*Harward business review* ,January & february.
- Kianto, A, Sáenz, J, Aramburu, N. (2017). "Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation". *Journal of Business Research*, 81:11-20.
- Kong, E., & Ramia, G. (2010). A qualitative analysis of intellectual capital in social service non-profit organisations: A theory-practice divide. *Journal of Management and Organization*, 16(5), 656 – 676 .
- Lee Yee Meei and Whiting H.Rosalind. (2011). *Technology, Intellectual Capital Disclosure and Cost of Capital*. Paper accepted for presentation at AFAANZ Conference, Darwin, Australia,1-33.
- Mostafa, A., Nazimah, A., Ibtihal, H., Abed, A., Rafidah, O., & Nazahan, Q. (2010). Systematic review of intellectual capital and firm performance. *Technology Reports of Kansai University*. 62(8).

- Marr, B., & Spender, J. C. (2004) . Measuring knowledge assets: Implications of the knowledge economy for performance measurement. *Measuring Business Excellence*, 1. pp. 57 – 67.
- Maguire J. A. (2011). Development through Sport and the Sports–Industrial Complex: The Case for Human Development in Sports and Exercise Sciences. *Sport in Society* 14(7/8): 937-949.
- Norma, P. M. (2005). Is Your Secrets Safe Knowledge Protection in strategic alliances. *Business Horizons*, 44(6), 51-60 .
- Othman A & Barkat A(2016). Psychological empowerment and its relationship to perceived academic self-efficacy among faculty of Najrn university. *Journal of Research Method in Education*; 1(3): 14-22.
- Riahi-Belkaoui A. (2003), "Intellectual capital and firm performance of US multinational firms"; *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215-226.
- Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N.C., Edvinsson, L. (1997), "Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape", Macmillan, Houndsmills, Basingtoke.
- Robert, L. (2017). Intellectual capital within the project management, *ScienceDirect Procedia Engineering* 153, 384 – 391.
- Sohrabi, B, Darmi, H (2011). Knowledge Management (by MBA approach). Tehran: Study and Development of Humanity Books in University (SAMT). [In Persian].
- Sumita T. (2005): *Intellectual Assets & Management Reporting, METI*.
- Sveiby K.E.(1997): *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets*. Berrett-Koehler, San Francisco.
- Sullivan, P. H., (2000), *Value-driven intellectual capital: How to convert intangible corporate assets into market value*, Toronto, Canada: Wiley.
- Stewart, T. (1997), *Intellectual capital: The New Wealth of Organization*, Doubleday / Currency, New York, NY.
- Secundo, G., Massaro, M., Dumay, J., & Bagnoli, C. (2018). Intellectual capital management in the fourth stage of IC research. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 19 Issue: 1, pp.157-177.
- Seetharaman, A., Sooria, H. H. B. Z. & A. S. Saravanan (2002), "Intellectual Capital Accounting and Reporting in the Knowledge Economy", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3, No. 2, PP. 128-148.
- Sydler, R. et al., (2013), "Measuring Intellectual Capital with Financial Figures: Can We Predict Firm Profitability?", *European Management Journal*, Vol.32(2), PP. 244-259
- Tesone, D. V., et al. (2011). The Human Capital Factor: Strategies for dealing with Performance Challenges in Business and Sport Management. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship* 9(3): 22-43.
- Wang, W. Y., & Chang, C. (2015). Intellectual Capital and Performance in Causal Models: Evidence from the Information Technology Industry in Taiwan. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 222–236.
- Yen Sia Beng; Chong Aik Lee; Arokiasamy, Lawrence, (2019), "Review of Empirical Research on Intellectual Capital and Financial Performance in the Banking Sector", *Global Business & Management Research*, Vol. 11, Issue 1, PP. 538-550.