



## تأثیر سرمایه فکری در ارزش افزوده ایجاد شده برای سهامداران

مصطفی پور خدایی<sup>۱</sup> و عادل سرابی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> پرسنل واحد حسابداری پروژه ایران مال، کارشناس حسابداری، mtz.prog@chmail.ir

<sup>۲</sup> پرسنل دفتر قائم مقام پروژه ایران مال، کارشناس ارشد آموزش زبان انگلیسی، Adel.sarabi@yahoo.com

چکیده- حداکثر ساختن ثروت سهامداران، ایفای وظایف اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند از اهداف بسیار مهم شرکت‌ها به شمار آید. یکی از عواملی که می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تحقق این اهداف داشته باشد، سرمایه فکری شرکت‌هاست. از طرفی تغییرات نوآورانه‌ای که ارزش افزوده اقتصادی در دو حوزه مدیریت مالی و سرمایه گذاری بوجود آورده است، یک نیروی محرکه درونی برای حداکثر کردن اثر بخشی و کارایی فعالیتها می‌باشد. با توجه به مطالب ذکر شده، هدف اصلی مقاله حاضر بررسی تأثیر سرمایه فکری بر شاخصهای عملکرد مبتنی بر ارزش می‌باشد. دوره زمانی مورد مطالعه، سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ (۱۰ نمونه آماری شامل ۱۲۱ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق تأیید کننده تأثیر مثبت ضریب ارزش افزوده اقتصادی سرمایه فکری بر معیارهای ایجادکننده ارزش افزوده در شرکتها می‌باشد.

کلید واژه ها: ارزش ایجاد شده برای سهامداران، ارزش افزوده اقتصادی، الگوی پالیک، کارایی سرمایه فکری

### مقدمه

در نیمه دوم قرن بیستم مفهوم، نقش و اهمیت دانش در اقتصاد و تجارت، تغییرات زیادی یافته است. تا جاییکه که اتحادیه اروپا در نشست سال ۲۰۰۰ خود در لیسبون پرتغال، هدف مهم خود را رسیدن به بزرگترین قطب اقتصادی جهان بر مبنای دانش معرفی می‌نماید. از طرفی در سی سال اخیر همزمان با شکل‌گیری شرکتهای بزرگ و چند ملیتی اخیر ایده ارزش و ثروت ایجاد شده برای سهامداران در سراسر جهان مطرح شده است. حداکثر ساختن ثروت سهامداران، ایفای وظایف اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی می‌تواند از اهداف بسیار مهم شرکت‌ها به شمار آید. و یکی از عواملی که می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تحقق این اهداف داشته باشد کارایی سرمایه فکری شرکتها می‌باشد.

اهمیت سرمایه فکری تا به آنجا پیش رفته است که بحاردواج<sup>۱</sup> (۲۰۰۲) معتقد است یکی از مهمترین منابع شرکت سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود آن می‌باشد. به نظر او دارایی‌های مشهود به راحتی کپی برداری می‌شوند و یا در یک بازار آزاد خریداری می‌گردند، بنابراین آنها نمی‌توانند دارایی‌های استراتژیک یک شرکت نمی‌باشند و نمی‌توانند مزیت‌های رقابتی برای آن شرکت ایجاد کنند (رضایی و همکاران، ۱۳۸۹).

بدین ترتیب و برای نایل شدن به این شایستگی‌ها، امروزه سازمان‌ها باید دارایی‌های خود را از نو و دوباره طبقه‌بندی نموده و این موضوع را درک کنند که چگونه این دارایی‌ها اهداف استراتژیک آنها را می‌توانند حمایت کنند و سهم آنها را در ارزش برای سازمان و سهامداران بصورت کمی در آورده و بتوانند مقایسه درستی از دارایی‌های خود با دارایی‌های سایر سازمانها، داشته باشند.

<sup>1</sup> Bhardwaj