

سایت مرجع دانلود پایان نامه های کارشناسی ارشد با فرمت ورد  
قابل ویرایش و کپی کردن

کار ما کمک به صرفه جویی در وقت شماست  
این فایل صرفاً به عنوان دمو و پیش نمایش ارائه می شود  
و فقط شامل فقط ده صفحه از پایان نامه است  
شما می توانید برای دیدن جزئیات بیشتر این فایل  
و خرید آنلاین متن کامل آن به سایت  
[www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

مراجعه نمایید

برای پیدا کردن صفحه خرید این فایل از منوی جستجو عنوان فایل را سرچ کنید  
فایل تحویلی بعد از خرید شما

بدون آرم سایت، با فرمت ورد، قابل ویرایش و کپی کردن می باشد  
امکان معاوضه با فایل شما

شما می توانید این پایان نامه را رایگان دریافت کنید  
با ارسال یک پایان نامه ارشد جدید که در سایت ما موجود نباشد  
می توانید این پایان نامه را رایگان دریافت کنید

برای این منظور با این ایمیل مکاتبه نمایید

[info@arshadha.ir](mailto:info@arshadha.ir)

به علت نامشهود بودن و ماهیت پویایی که سرمایه فکری دارد معنی کردن این واژه دشوار است. بیشتر اوقات آنرا مترادف اصطلاحاتی چون دارایی های فکری، دارایی های نامشهود و دارایی های دانشی به کار برده اند (گوثری و همکاران<sup>1</sup>، 1999).

سرمایه فکری، دربرگیرنده همه فرآیندها و دارایی هایی است که به طور معمول و سنتی در ترازنامه منعکس نمی شود. همچنین شامل آن گروه از دارایی های نامشهود مانند: علائم تجاری و حق امتیازها و ... است که روش های حسابداری مدرن آنها را مد نظر قرار می دهد (روس<sup>2</sup>، 1997).

<sup>1</sup> Guthrie et al

<sup>2</sup> Roos

# مراجعه کنید [www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

به ادوینسون و سالوین (2005) سرمایه فکری به ارزش ذاتی داشته باشد و بکارگیری جنبه تکنولوژی سازمانها، ایجاد با مشتری و عرضه کننده و نیز توانایی های حرفه ای که یک مزیت رقابتی در بازار را از آن شرکت می کند.

استیوارت<sup>4</sup> (1997) سرمایه فکری، مواد فکری از قبیل: دانش و اطلاعات و مالکیت (دارایی) معنوی و تجربه است که موجب ایجاد ثروت می شود و در حال حاضر تعریف جامعی برای آن وجود ندارد.

سرمایه فکری، جستجو و پیگیری استفاده مؤثر از دانش، در مقایسه با اطلاعات است (بونتیس<sup>5</sup>، 1998).

سرمایه فکری، از تفاوت بین ارزش بازاری یک واحد تجاری و هزینه جایگزینی دارایی های آن به دست می آید (ستارمان<sup>6</sup>، 2002).

ماوریدس<sup>7</sup> (2005) سرمایه فکری را یک دارایی ناملموس با پتانسیل خلق ارزش برای سازمان و کل جامعه می داند.

مارتینز و گارسیا<sup>8</sup> (2005) سرمایه فکری را دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه ای که می تواند در خلق ثروت مورد استفاده قرار گیرد، تعریف می کنند.

ادوینسون و سالوین<sup>9</sup> سرمایه فکری را دانشی می دانند که می تواند به ارزش تبدیل شود (زاهدی و همکاران، 1386).

مار و اسکیمو سرمایه فکری را بصورت یک گروهی از دارایی های دانشی که به یک سازمان وابسته هستند و با افزودن بر ارزش سازمان از طریق تعیین ذی نفعان کلیدی، بطور چشمگیری در بهبود موقعیت رقابتی سازمان مشارکت می کنند، تعریف کرده اند (زاهدی و همکاران، 1386).

به اعتقاد لیو<sup>10</sup> سرمایه فکری عبارتست از، منابع سودهای آینده (ارزش)، که توسط نوآوری، طراحی های منحصر بفرد سازمان یا تجربیات نیروی انسانی تولید می شود (جعفری و همکاران، 1385).

تان و همکاران<sup>11</sup> (2007) سرمایه فکری را به صورت شایستگی های یک شرکت در نظر گرفته اند که این شایستگی ها عمدتاً با تجربه و تخصص افراد داخل یک سازمان مرتبط است. دانش و تجربه افراد داخل شرکت است که می تواند ارزش ایجاد کند. که این کار از طریق فرآیندهای مبادله دانش و خلق دانش جدید انجام می شود. باید توجه داشت که این شایستگی ها فقط به وسیله افراد و در داخل سازمان ایجاد نمی شود؛ بلکه گاهی اوقات به واسطه محیطی که سازمان در آن قرار دارد؛ خلق می شود. به عنوان نمونه، می توان به شبکه همکاری بین شرکت ها در یک منطقه خاص اشاره داشت.

سرمایه فکری در برگرفته همه فرآیندها و دارایی هایی است که به طور معمول و سنتی در ترازنامه منعکس نمی شوند. همچنین شامل آن گروه از دارایی های نامشهود مانند علائم تجاری و حق امتیازها و می باشد که روش های حسابداری مدرن آن ها را مد نظر قرار می دهند (اسمعیل زاده مقری و همکاران، 1389).

## 3-2- سیر تاریخی توسعه مفهوم و کاربرد سرمایه فکری

جان گالبریت اولین کسی بود که از اصطلاح سرمایه فکری استفاده کرد. اما در اواسط دهه 1980 حرکت از عصر صنعت به سمت عصر اطلاعات آغاز شد و شکاف عمیق بین ارزش دفتری و ارزش بازار

شرکت ها بوجود آمد و در اواخر دهه 1980 اولین تلاش ها برای تدوین صورت های مالی حساب هایی که سرمایه فکری را اندازه گیری کنند صورت گرفت و کتاب هایی در این موضوع از قبیل مدیریت دارایی های دانش توسط آمیدن تألیف شد. در اوایل 1990، اولین بار نقش مدیریت سرمایه های فکری با تخصیص یک پست رسمی، در سازمان مشروعیت یافت و آقای ادوینسون بعنوان مدیر سرمایه های فکری شرکت اسکاندا معرفی شد همچنین در این دوره، مفهوم رویکرد ارزیابی متوازن توسط کاپلان و نورتن مطرح گردید و در مجله فورچون مقالاتی در این زمینه منتشر گردید. اما در اواسط دهه 1990، شرکت اسکاندا اولین گزارش سرمایه های فکری را منتشر کرد و همایشی در سال 1996 توسط SEC<sup>12</sup> با موضوع سرمایه فکری ترتیب داده شد. در اوایل دهه 2000، اولین مجله معتبر با محوریت سرمایه های فکری و اولین استانداردهای حسابداری سرمایه فکری توسط دولت دانمارک منتشر گردید. امروزه پروژه های مختلفی از قبیل انتشار کتب و برگزاری سمینارها و تهیه و تدوین مقالات متعددی در

<sup>3</sup> Edvinsson, L, M.S. Malone.

<sup>4</sup> Stivart

<sup>5</sup> Bountis

<sup>6</sup> Seetharaman

<sup>7</sup> Mavridis, D

<sup>8</sup> Martinez, I, Garcia, M.E

<sup>9</sup> Edvinsson, L, Salivan

<sup>10</sup> Lio

<sup>11</sup> Tan, H. P; Plowman, D; Hancock, PH

<sup>12</sup> Securities and Exchange Commission

# مراجعه کنید [www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

این ژورنال در حال انجام پروژه همکاری با همکاران (1388) در نشر کتاب و نشر مقاله است. جهت تازیبی بر رویه همکاری با اختصار بیان شده است:

دوره زمانی	پیشرفت
قبل از دهه 1980	جان گالبریت اولین کسی بود که از اصطلاح سرمایه فکری استفاده کرد.
اوایل دهه 1980	ایده عمومی ارزش ناملموس (که اغلب سرقلی نامیده می‌شد) را ایتامی مطرح کرد.
اواسط دهه 1980	انقلاب اطلاعات شکل گرفته و شکاف بین ارزش دفتری و ارزش بازار به‌طور چشمگیری برای بسیاری از شرکت‌ها افزایش می‌یابد. در همین حین، کتابی پیرامون استخراج ارزش از نوآوری توسط آقای تیس انتشار می‌یابد.
اوایل دهه 1990	در سال 1990 اسکاندیا آقای ادوینسون را به عنوان مدیر سرمایه‌های فکری خود منصوب می‌کند. اولین باری است که نقش مدیریت سرمایه‌های فکری با تخصیص یک پست رسمی، در سازمان مشروعیت می‌یابد. کاپلان و نورتون (1992) مفهوم و رویکرد کارت امتیازی متوازن را معرفی می‌کنند. این رویکرد مبتنی بر این فرض است که آنچه را که شما اندازه‌گیری می‌کنید همان چیزی است که شما به دست می‌آورید.
اواسط دهه 1990	نونوکا و تاکیشی <sup>13</sup> (1995) کار بسیار با ارزش‌شان را درباره سازمان دانش آفرین معرفی می‌کنند. اگرچه تمرکز این کتاب بر دانش است، با وجود این، تمایز بین دانش و سرمایه فکری در آن بسیار ظریف است. در سال 1994 بازار شبیه‌سازی سلمی <sup>14</sup> به نام تانگو <sup>15</sup> روانه بازار شد. تانگو اولین محصول پرفروش است که در آموزش مدیران درباره اهمیت عوامل ناملموس، به کار می‌آید. همچنین در سال (1994) ضمیمه‌ای برای گزارش سالانه شرکت اسکاندیا تهیه می‌شود که موجودی سرمایه‌های فکری آن را نشان می‌داد. گزارش سرمایه‌های فکری، علاقه زیادی ایجاد می‌کند در شرکت‌هایی که به دنبال پیروی از پیش‌گامی اسکاندیا هستند. رویداد قابل توجه دیگری که در سال (1995) اتفاق افتاد، زمانی است که سلمی از ممیزی دانش برای ارزیابی جامع از وضعیت سرمایه‌های فکری شرکت استفاده کرد. صاحب نظران نهضت سرمایه فکری، کتاب‌های پرفروشی را درباره موضوع منتشر می‌کنند. (کاپلان و نورتون، 1996؛ ادوینسون و مالون، 1997؛ اسویبی، 1997). با این حال، کار ادوینسون و مالون بویژه درباره فرآیند و چگونگی اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری به مراتب بیشتر استفاده شد.
اواخر دهه 1990	در اواخر دهه 1990 سرمایه‌های فکری، موضوع مورد پسند بسیاری از محققان و کنفرانس‌های علمی، مقاله‌ها و نشریه‌های مختلف قرار می‌گیرد. تعداد زیادی پروژه از جمله پروژه‌های مرتیوم، دانمارک و استکهلم، در سطح وسیع انجام می‌گیرد. در سال 1991 سازمان همکاری‌های توسعه اقتصادی سمپوزیوم بین‌المللی پیرامون سرمایه‌های فکری در آمستردام برگزار می‌کند.
دهه 2000	اولین مجله معتبر علمی با عنوان سرمایه فکری انتشار می‌یابد. اولین استانداردهای حسابداری را دولت دانمارک منتشر می‌کند. چشم‌انداز سرمایه‌های فکری به همراه کمیته سرمایه‌های فکری در شرکت اسکاندیا تعیین و تشکیل می‌شود. اتحادیه اروپا، اولین گزارش سرمایه‌های فکری خود را منتشر می‌کند، کتاب ثروت نامشهود را موسسه بروکینگ منتشر می‌کند. گزارش سرمایه‌های فکری مراکز تحقیقاتی اتریش منتشر می‌شود. کتاب مدیریت، اندازه‌گیری و گزارش‌دهی دارایی‌های نامشهود را لو <sup>16</sup> به همراه حجم گسترده‌ای کتب و مقاله‌ها، پیرامون مدیریت سرمایه‌های فکری به چاپ می‌رساند. تعداد بسیاری پروژه در راستای مدیریت و اندازه‌گیری سرمایه‌های فکری در سازمان‌های مختلف، تعریف و انجام شده و در حال حاضر نیز در حال پیگیری است. (رضایی و همکاران، 1388)

<sup>13</sup> Nonako & Takeuchi

<sup>14</sup> Selemi

<sup>15</sup> Tango

<sup>16</sup> Lev

# مراجعه کنید [www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

## 2-4- دلایل اندازه‌گیری سرمایه فکری

موفقیت در دنیای پیچیده، با رقابت روز افزون، تنها با برخورداری از دارایی‌های دانشی میسر نیست. بلکه شناسایی این دارایی‌ها نیز امری لازم است، اما کافی نیست. بلکه مهمترین و اثر بخش‌ترین کار این است که شرکت‌ها بتوانند علاوه بر شناسایی این دارایی‌ها، آنها را به خوبی مدیریت کنند. جهت مدیریت این دارایی‌ها، لازم است شرکت‌ها از وضعیت کنونی آنها مطلع شده و جهت رفع نقص و کمبودهای آنان اقدامات لازمه را به عمل آورند. برای آگاهی از وضع کنونی دارایی‌های دانشی در شرکت‌ها، باید آنها را اندازه‌گیری کرد (زاهدی و لطفی زاده، 1388). اگر چه متون مدیریتی، دیدگاه‌های فراوانی در باب فعالیت‌های مدیریت دانش ایجاد می‌کنند، اما تنها تعداد کمی معیار اندازه‌گیری درباره دارایی‌های دانشی سازمان بطور مستند وجود دارد. با توجه به این امر که مدیریت عواملی که قابل اندازه‌گیری نیستند مشکل است، سازمان‌ها به چارچوبی جهت اندازه‌گیری دارایی‌های دانشی نیاز دارند (مار و اسپوما، 2004). رویکرد سنتی حسابداری اجازه و امکان تعریف دارایی‌های نامشهود جدید را نمی‌دهد، دارایی‌هایی مانند شایستگی کارکنان، ارتباطات مشتریان، سیستم‌های اداری، سیستم‌های پشتیبان تصمیم‌گیری و پایگاه‌های داده‌ها و مانند آنها. این دارایی‌های نامشهود اهرم‌های جدید تولید ارزش در سازمان‌های دانشی هستند (پتی و گوئیتره، 2000). از این رو لازم است برای اندازه‌گیری سرمایه فکری از مدل‌های متناسب با اجزاء آن استفاده شود.

همچنین، بررسی‌های انجام شده به وسیله مار و همکاران (2003) پنج دلیل عمده برای اندازه‌گیری سرمایه فکری بیان می‌شود:

1. اندازه‌گیری سرمایه فکری به سازمان در تدوین راهبرد تجاری کمک می‌کند. با شناسایی و گسترش این سرمایه، واحد تجاری می‌تواند از یک مزیت رقابتی برخوردار شود.
2. اندازه‌گیری سرمایه فکری به توسعه و گسترش شاخص‌های عملکردی مؤثر بر ارزیابی راهبردها کمک خواهد کرد. سرمایه فکری حتی در صورت اندازه‌گیری صحیح، ارزشی ناچیز دارد؛ مگر اینکه که بتوان آن را به راهبرد شرکت ربط داد.
3. سرمایه فکری ممکن است برای ارزیابی ترکیب و تحصیل به ویژه به منظور تعیین میزان مبالغ پرداختی از سوی شرکت سرمایه‌گذار اندازه‌گیری شود.
4. اندازه‌گیری غیر مالی سرمایه فکری را می‌توان به طرح‌های پاداش و تشویق سازمان ارتباط داد.
5. ابلاغ به سهامداران خارجی در رابطه با میزان دارایی‌های فکری که در تملک واحد تجاری است. چهار دلیل اول درون سازمانی و دلیل پنجم برون سازمانی می‌باشد (ستایش و کاظم‌نژاد، 1388).

## 2-5- اجزای سرمایه فکری

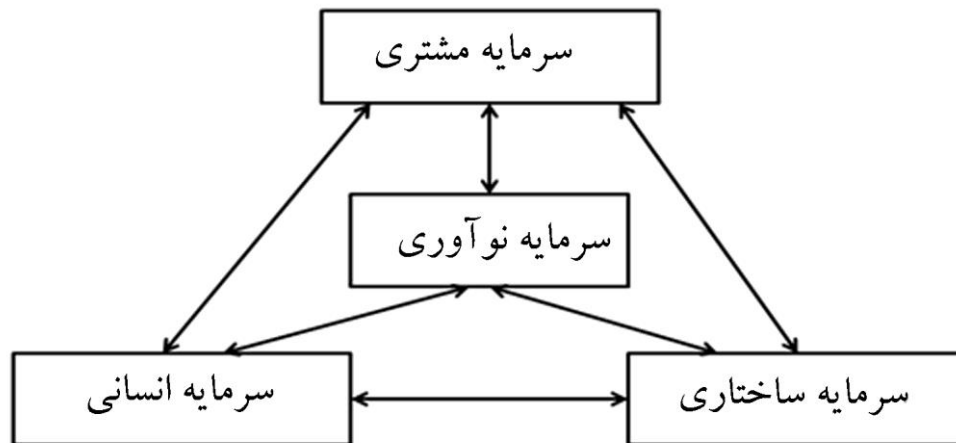
در جمع‌بندی تعاریف متعدد سرمایه فکری و اجزای آن می‌توان اظهار داشت که، سرمایه فکری به چهار دسته سرمایه انسانی<sup>17</sup>، سرمایه ساختاری (سازمانی)<sup>18</sup> سرمایه نوآوری<sup>19</sup> و سرمایه مشتری<sup>20</sup> قابل تقسیم است (رضایی، 1389).

<sup>17</sup> Human Capital (HC)

<sup>18</sup> Structural (Organizational) Capital (SC)

<sup>19</sup> Innovation Capital (IC)

<sup>20</sup> Customer Capital (CC)



نگاره شماره ۱: طبقه بندی و ارتباط اجزاء سرمایه فکری

## 1-5-2- سرمایه انسانی

سرمایه انسانی مهمترین دارایی بک سازمان و منبع خلاقیت و نوآوری است. در یک سازمان دارایی‌های دانشی ضمنی کارکنان یکی از حیاتی‌ترین اجزایی است که بر عملکرد سازمان تأثیر بسزایی دارد (زاهدی و همکاران، 1386). سرمایه انسانی به عواملی نظیر: دانش کارکنان، توانایی و مهارت آن‌ها مربوط می‌شود و همچنین رفتارشان در رابطه با عملکردهای تشویقی که مشتریان حاضرند بابت آن پول بدهند و سود شرکت از آنجا ناشی می‌شود. علاوه بر این، کارمند با چنین مهارت و دانش در رأس همه کارکنان قرار می‌گیرد. رأس کارکنان در برگزیده دانش و مهارت است، اگر یک کارمند روشن فکر، نتواند به شرکت خدمت کند مهارت و دانش او فعال نمی‌شود. همچنین بروکینگ<sup>21</sup> (1996) نیز معتقد است که دارایی انسانی یک سازمان شامل مهارت‌ها، تخصص، توانایی حل مسأله و شبکه‌های رهبری است.

سرمایه ساختاری، سرمایه نوآوری و سرمایه مشتری به سرمایه انسانی وابسته هستند، به طوری که سرمایه انسانی به وسیله تغییر این سه سرمایه، دانش را به ارزش بازار تبدیل می‌کند و از این طریق دانش و اطلاعات غیرمادی را به خروجی‌های مادی، سودمند و حتی اشکال مناسبی از این سه سرمایه تبدیل می‌کند (ژو و ژو<sup>22</sup>، 2004)

در شرکت‌ها و سازمان‌های مهندسی مشاور نیز که به سبب نوع خدماتشان در همین گروه قرار می‌گیرند، سرمایه انسانی دارای جایگاه ویژه و منحصر به فردی است و دارایی اصلی هر یک از این سازمان‌ها، دانش، تخصص، توان فنی و نوآوری‌های کارشناسان آن‌هاست. لذا مدیریت و بهره‌گیری اثربخش از این سرمایه‌ها، می‌تواند ضامن موفقیت این سازمان‌ها در محیط متلاطم کاری ایشان باشد (دانشی‌فرد و ذاکری، 1388).

## 2-5-2- سرمایه ساختاری

سرمایه ساختاری را ادوینسون و مالون به عنوان سخت‌افزار، نرم‌افزار، پایگاه داده‌ها، ساختار سازمانی، حقوق انحصاری سازمان، علائم تجاری و تمام توانایی‌های سازمان که حامی بهره‌وری کارکنان است، تعریف می‌کنند. سرمایه ساختاری چیزی است که، هنگامی که کارکنان شب به خانه 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، 1386).

<sup>21</sup> Brooking

<sup>22</sup> Zhu, Z. Xie, H.Y

سرمایه انسانی سرمایه انسانی، و نسبتاً منظم انجام فعالیت های سرمایه و همچنین اختیار بودن نرم افزار و سخت افزار لازم برای انجام امور، می باشد. سرمایه ساختاری در اختیار داشتن حق امتیازها و تسهیلات زیرساختی برای انجام فعالیت ها نیز تعریف می شود. بدین جهت، تأثیر بسیار زیاد و اساسی در انجام کارآمد امور دارد و در نهایت، موجب بهبود عملکرد و ارزش شرکت را فراهم می آورد (رضایی، 1389).

### 3-5-2- سرمایه مشتری (سرمایه بازار)

سرمایه مشتری که بعنوان پل و کاتالیزوری در فعالیت های سرمایه فکری محسوب می شود، 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 می رود که ارزش را در کانال های بازاریابی و ارتباطاتی که شرکت با رهبران آن صنعت و تجارت دارد، جای داده است (زاهدی و همکاران، 1386). ارزش بازار یا عملکرد سازمانی را بدون سرمایه مشتری، نمی توانیم به دست آوریم. سرمایه مشتری، ارتباط مستقیمی با عملکرد تجاری شرکت دارد. برای جذب سرمایه مشتری باید تکیه و اعتماد کرد به حمایتی که از طرف سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه نوآوری می شود (رضایی، 1389).

### 4-5-2- سرمایه نوآوری

الگویی اسکاندیا به سرمایه نوآوری به عنوان قسمتی از سرمایه ساختاری توجه می کند که در عصر اقتصادی جدید، کمتر از واقع برآورده شده است. در این عصر، نوآوری به عنوان عاملی کلیدی برای مزیت رقابتی بلندمدت شرکت ها مطرح است. رشد اقتصادی در کشورهای اقتصادی بیشتر تحت تأثیر نوآوری قرار گرفته است تا سرمایه گذاری، بنابراین به عنوان عاملی مهم، نوآوری از موضوع های سرمایه ساختاری نیست، بلکه در حقیقت آن انشعابی اساسی از سرمایه فکری است. از طرف دیگر، سرمایه نوآوری به خودی خود به وجود نمی آید، زیرا مبدأ و توسعه آن بر اساس اثر مشترک سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری است. نوآوری، با ترکیبی از کارمندان برتر، ارتباط های منطقی، فرهنگ و تکنیک انجام می شود. از طرف دیگر، سرمایه نوآوری می تواند محرکی برای رشد سرمایه مشتری باشد. چرخه عمر تولیدات، کوتاه و کوتاه تر می شود، شرکت ها در صورتی در این رقابت های شدید، شکست ناپذیر می شوند که بتوانند پیوسته تولیدات جدید را برای برآورد تقاضای مشتریان توسعه دهند (رضایی، 1389).

### 3-6-2- روش های اندازه گیری سرمایه فکری

همانطور که اشاره شد حسابداری سنتی ارزش هایی مثل تجربه، مهارت، خوشنامی شرکا یا مالکان را نادیده می گیرد لذا میان ارزش بازار و ارزش دفتری واحدهای تجاری در عمل شکاف بزرگی وجود دارد. حال در جهت مرتفع نمودن و کم کردن این شکاف از بین بیش از 30 مدلی که برای شناخت و اندازه گیری سرمایه فکری شناسایی شده است به 14 مدل و روش مهم و ویژگی های هرکدام می پردازیم:

#### 1-6-2- کیوی توبین<sup>23</sup>

روش کیوی توبین، توسط جیمز توبین (1978)، برنده نوبل اقتصاد توسعه داده شد. این نسبت، ارتباط بین ارزش بازار یک شرکت و ارزش جایگزینی آن شرکت (هزینه جایگزینی داراییهای آن شرکت) را اندازه گیری می کند. بصورت تئوری در بلند مدت این نسبت به سمت واحد میل می کند، اما شواهدی تجربی نشان می دهد که در همین زمان این نسبت می تواند بطور معناداری با عدد یک متفاوت باشد. برای مثال شرکت های نرم افزاری که به میزان زیادی از سرمایه فکری بهره می جویند، نسبتی در حدود هفت یا بالاتر دارند در حالیکه شرکت های با سرمایه فیزیکی زیاد نسبتی در حدود یک دارند. نسبت کیوی توبین در اصل بسیار شبیه به نسبت بازار به دفتر می باشد با این تفاوت که توبین در هنگام محاسبه، هزینه جایگزینی دارایی های فیزیکی را به جای ارزش دفتری دارایی های فیزیکی بکار می گیرد. نسبت حاصله به این شکل بکار می رود که چنانچه نسبت کیوی یک شرکت، بزرگتر از مقدار واحد و نیز بزرگتر از مقدار کیوی رقابتی باشد، شرکت مزبور توانایی کسب سود بیشتر از شرکت های مشابه را داراست.

# مراجعه کنید [www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

حسابداری منابع انسانی یکی از روش‌های مهم قدیمی است که به دهه 60 و 70 میلادی بر می‌گردد. این روش برخی شباهت‌ها با مفهوم 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. ولی به نظر می‌رسد که این روش‌ها هیچ اثری بر عملکرد شرکت ندارند و این یکی از نقاط منفی این روش‌ها است. بنابر تعریف فلیم هولتز (1985)، حسابداری منابع انسانی شامل اندازه‌گیری هزینه‌های متحمل شده توسط واحدهای کسب و کار و سازمان‌هاست وقتی که در خصوص دارایی‌های انسانی کارمندیابی، گزینش، آموزش و توسعه را به انجام می‌رسانند. همچنین شامل اندازه‌گیری ارزش اقتصادی افراد برای سازمان‌هاست.

ترازنامه نامرئی

3-6-2- ترازنامه نامرئی<sup>25</sup>

بعنوان یکی از روش‌های پیش‌تاز در حوزه دارایی‌های نامشهود، توسط اسویبی در سوئد مطرح گردید. اسویبی در آن زمان نسبت به ناتوانی سیستم‌های حسابداری سنتی در جهت تدارک اطلاعات مناسب

---

<sup>24</sup> -Human Resource Accounting (HRA)

<sup>25</sup> -Invisible Balance Sheet



سایت مرجع دانلود پایان نامه های کارشناسی ارشد با فرمت ورد  
قابل ویرایش و کپی کردن

کار ما کمک به صرفه جویی در وقت شماست  
این فایل صرفاً به عنوان دمو و پیش نمایش ارائه می شود  
و فقط شامل فقط ده صفحه از پایان نامه است  
شما می توانید برای دیدن جزئیات بیشتر این فایل  
و خرید آنلاین متن کامل آن به سایت  
[www.arshadha.ir](http://www.arshadha.ir)

مراجعه نمایید

برای پیدا کردن صفحه خرید این فایل از منوی جستجو عنوان فایل را سرچ کنید  
فایل تحویلی بعد از خرید شما

بدون آرم سایت، با فرمت ورد، قابل ویرایش و کپی کردن می باشد  
امکان معاوضه با فایل شما

شما می توانید این پایان نامه را رایگان دریافت کنید  
با ارسال یک پایان نامه ارشد جدید که در سایت ما موجود نباشد  
می توانید این پایان نامه را رایگان دریافت کنید

برای این منظور با این ایمیل مکاتبه نمایید

[info@arshadha.ir](mailto:info@arshadha.ir)