

چارچوب نظری جامع برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری

دکتر ناصر ایزدی نیا¹، کریم ایمانی²، وحید روح الهی³

چکیده

هدف از این مطالعه، ایجاد یک چارچوب نظری جامع برای تفسیر روش های افشای سرمایه فکری توسط سازمان ها می باشد. چهار مورد از عمومی ترین تئوری های مورد استفاده در این مطالعه شامل تئوری نمایندگی، ذینفعان، علامت دهی و مشروعیت در اصطلاحی تحت عنوان "مفاهیم به هم پیوسته برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری"، یکپارچه شده اند. چارچوب نظری ایجاد شده شامل سه مفهوم در جهت کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، ادای مسئولیت پاسخگویی به ذینفعان مختلف و علامت دهی مشروعیت و برتری (برتری کیفیت) سازمان به جامعه می باشد که به عنوان انگیزه های سازمان برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری در نظر گرفته می شود.

واژه های کلیدی: سرمایه فکری، افشای اختیاری، انواع تئوری ها، یکپارچه سازی

1- مقدمه

سرمایه فکری⁴ (IC) اغلب به عنوان دارایی های نامشهود یا منابع دانش تعریف می شود که قادر به ایجاد ارزش برای شرکت ها و همچنین دستیابی و حفظ مزیت رقابتی برای آنها می باشد. اعتقاد بسیاری از پژوهشگران در این زمینه این است که سرمایه فکری به سه جزء تجزیه می شود: (1) سرمایه داخلی⁵ (2) سرمایه خارجی⁶ (3) سرمایه انسانی⁷

سرمایه داخلی به دانش تعبیه شده در ساختار، فرآیند ها، روش ها، برنامه های روزانه، سیستم ها و فرهنگ سازمان اشاره دارد که توسط کارکنان به وجود می آید یا آورده می شود، اما هنگامی که کارکنان سازمان را ترک می کنند این سرمایه همچنان در سازمان باقی می ماند. سرمایه خارجی به سرمایه تعبیه شده در روابط خارجی سازمان مانند فروشندگان کالا و مواد، مشتریان، شرکای تجاری و ... اشاره دارد. سرمایه انسانی به دانش انفرادی مانند معلومات، مهارت ها، ارزش ها و تجربیات درون یک سازمان اشاره دارد که همراه با ترک کارکنان از سازمان

¹ استادیار گروه حسابداری دانشگاه اصفهان

² دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه اصفهان (imani_isfahanuni@yahoo.com)

³ دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه اصفهان

⁴ Intellectual Capital

⁵ Internal Capital

⁶ External Capital

⁷ Human Capital

خارج می شود. در عصر فعلی اطلاعات، سرمایه فکری به عنوان مهمترین محرک ایجاد ارزش برای شرکت ها، جایگزین دارایی های ثابت شده است. تحقیقات علمی و ادبیات منتشر شده در خصوص سرمایه فکری، متناسب با این روند در حال رشد می باشد. تعدادی از مطالعات بر افشای داوطلبانه سرمایه فکری توسط شرکت ها تمرکز دارند. این مطالعات معمولاً وضعیت های روش های افشای سرمایه فکری را در کشورهای خاص بررسی کرده اند یا رابطه بین حدود افشای سرمایه فکری و انواعی از عوامل موثر مربوطه مانند صنعت، اندازه، عملکرد و... را بررسی کرده اند.

لازم به ذکر است که بیشتر مطالعات قبلی در راستای افشای داوطلبانه سرمایه فکری موفق به ارائه مبانی نظری برای تفسیر یافته های خود نشده اند. با اینکه مطالعات محدودی برخی از نظریه ها را برای تفسیر یافته های خودشان به کار بردند (تئوری نمایندگی و علامت دهی¹، تئوری ذینفعان و مشروعیت²، اقتصاد سیاسی حسابداری³، تئوری بر مبنای منابع⁴، تئوری سودمندی در تصمیم گیری⁵، تئوری بنگاه⁶ و تئوری تنظیم دستور کار رسانه⁷)، این اعتقاد وجود دارد که در نظر گرفتن این تئوری ها به صورت جداگانه برای تهیه چارچوب نظری مناسب، ناکافی است. در این مطالعه یک چارچوب نظری جامع برای توضیح افشای داوطلبانه سرمایه فکری از طریق تلفیق چهار تئوری پرکاربرد در این حوزه ایجاد می شود یعنی تئوری نمایندگی، تئوری ذینفعان، تئوری علامت دهی و تئوری مشروعیت. این پژوهش مشارکتی در توسعه ادبیات های موجود در رابطه با سرمایه فکری است. ابتدا اینکه، این مطالعه اولین تلاش در جهت ایجاد چارچوب نظری جامع برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری است و بنابراین اکتشافی در ماهیت موضوع است. دوم اینکه، چارچوب ایجاد شده می تواند به عنوان مبانی نظری برای مطالعات تجربی آتی در رابطه با افشای داوطلبانه سرمایه فکری به کار گرفته شود. ساختار این پژوهش به شرح زیر می باشد: بخش دوم، چهار عقیده نظری را بررسی و رابطه بین آن ها را با افشای داوطلبانه سرمایه فکری بررسی می کند. در بخش سوم، فرآیندی را برای ایجاد چارچوب نظری جامع ارائه می کند که شامل مراحل الف) تعیین روابط بین تئوری ها و ب) تلفیق این تئوری ها بر حسب مفاهیم وابسته به همدیگر می باشد. پس از آن کاربردها و محدودیت های چارچوب نظری نشان داده می شود و در بخش آخر خلاصه مقاله و دستورالعمل هایی برای پژوهش های آتی ارائه می گردد.

-
- 1 Signaling and Agency theory
 - 2 Stakeholder and Legitimacy
 - 3 Political Economy of Accounting
 - 4 Resourced-based theory
 - 5 Decision Usefulness theory
 - 6 Institutional theory
 - 7 Media Agenda Setting theory

2- عقاید نظری برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری

2-1- تئوری نمایندگی

تئوری نمایندگی اصولاً با رابطه موجود بین مالک و مدیر (که رابطه نمایندگی نام دارد) در تفکیک مالکیت و مدیریت یا تفکیک تحمل ریسک، تصمیم‌گیری و وظایف مدیریت سر و کار دارد. رابطه بین مالک و مدیر توسط جنسن و مک‌لین¹ (1976، ص 308) به شرح زیر بیان شده است:

...یک قراردادی است که یک یا چند نفر (کارفرما یا مالک)، افرادی (نماینده یا کارگزار) را برای انجام برخی از خدمات از طرف خودشان به کار می‌گیرند که مستلزم تفویض اختیارات برخی از تصمیم‌گیری‌ها به نماینده یا کارگزار می‌شود.

شایع‌ترین رابطه ملاحظه شده بین مالک و مدیر، رابطه‌ی بین سهامداران (کارفرما) و مدیران (کارگزاران) یک سازمان است. نمونه‌های دیگر از رابطه نمایندگی، رابطه بین اعتباردهندگان و سهامداران (یا مدیران) و همچنین رابطه بین مدیران و کارکنان می‌باشد.

بر اساس پژوهش دیگان و سامکین² (2009، ص 71)، تئوری نمایندگی بر مبنای فرض مرکزی علم اقتصاد³ است که در آن همه اقدامات فردی توسط نفع شخصی برانگیخته می‌شود و اینکه افراد در یک حالت فرصت طلبانه اقدام به افزایش ثروت خود می‌کنند. دو فرض فرعی برای توصیف تئوری نمایندگی در فرضیه مرکزی وجود دارد:

1- هم کارفرما و هم کارگزار حداکثر کننده مطلوبیت هستند که تمایل به حداکثرسازی منابع خودشان به هر قیمتی دارند.

2- منافع هر دو طرف رابطه (کارفرما و کارگزار) ممکن است هم سو نباشد.

هر دو فرض نشان می‌دهند که هر دو طرف رابطه یعنی هم کارفرما و هم کارگزار منافع شخصی خودشان را دارند و آنها به دنبال حداکثرسازی مطلوبیت شخصی خود هستند که ممکن است منجر به تعارض بین آنها شود که اصطلاحاً به آن مسئله نمایندگی⁴ می‌گویند. مسئله نمایندگی نمی‌تواند حذف شود مگر اینکه ذینفعان از منافع منافع کاملاً مشابهی سهم ببرند.

¹ Jensen And Meckling

² Deegan And Samkin

³ The Central Assumption of Economics

⁴ Agency Problem

عدم تقارن اطلاعات¹ یکی دیگر از مفاهیم اساسی در تئوری نمایندگی است. عدم تقارن اطلاعات هنگامی به وجود می آید کارگزار یا کارفرما در یک محیط نمایندگی خاص، دارای مزیت اطلاعاتی نسبت به طرف دیگر می باشد که به اصطلاح به آن اطلاعات محرمانه می گویند. فرض شده است که عدم تقارن اطلاعاتی بیشتر در محیط های تجاری در جایی که مدیران دارای مزیت اطلاعاتی بر مالک (کارفرما) هستند وجود دارند زیرا مدیران بیشتر درگیر عملیات روزانه شرکت می باشند. عدم تقارن اطلاعاتی باعث تشدید مسئله نمایندگی می شود.

تئوری نمایندگی و افشای داوطلبانه سرمایه فکری: بر اساس تئوری نمایندگی، وقتی هم کارفرما و هم کارگزار به دنبال حداکثرسازی منافع شخصی خودشان هستند که هم سو نیستند مسئله نمایندگی به وجود می آید. عدم تقارن اطلاعاتی یکی از عوامل کلیدی عمده در مسئله نمایندگی است. از سوی دیگر، سرمایه فکری به عنوان محرک اصلی ارزش آفرینی برای سازمان در اقتصاد فعلی بر مبنای دانش لحاظ می شود. از این رو، اطلاعات درباره سرمایه فکری، توسط سهامداران یا سرمایه گذاران برای تصمیم گیری مورد تقاضا قرار گرفته می شود. اگرچه افشای اطلاعات سرمایه فکری با توجه به استاندارد ها و قوانین حسابداری الزامی نیست اما اصولاً به صورت داوطلبانه افشا شده می شود. با توجه به رابطه بین تئوری نمایندگی و افشای داوطلبانه سرمایه فکری، ادعا شده است که افشای اختیاری سرمایه فکری می تواند عدم تقارن اطلاعاتی بین کارفرما و کارگزار (یا سهامداران و مدیران در یک محیط تجاری) را کاهش دهد و در نتیجه باعث از بین رفتن هزینه و مسائل مربوط به نمایندگی می شود. لی و همکاران² (2008) معتقدند که افشای داوطلبانه می تواند منجر به کاهش رفتار فرصت طلبانه (مانند بازرگانی داخلی) شود، چون یک بسته ی نظارتی فشرده تر برای شرکت فراهم می آورد، همچنین سینگ و وندر ژان³ (2008) نشان دادند که افشای داوطلبانه سرمایه فکری می تواند هزینه سرمایه را کاهش دهد زیرا قابلیت اعتماد سرمایه گذاران و اعتباردهندگان را نسبت به اثر سرمایه فکری در خلق ارزش شرکت بالا می برد. در سایر مطالعات گذشته مانند گارسیا-مکا و همکاران⁴ (2005)، اولیویرا و همکاران⁵ (2006) و وایت و همکاران⁶ (2007)، همکاران⁶ (2007)، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه های مربوطه، به عنوان یکی از انگیزه های شرکت ها برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری مود توجه قرار گرفته شده است.

2-2- تئوری ذینفعان

تئوری ذینفعان مربوط به روابط یک سازمان با انواع مختلف ذینفعان در جامعه است. این تئوری، تئوری های سهامداران سنتی (مثلاً تئوری نمایندگی) را توسعه می دهد که بر حداکثرسازی ثروت سهامداران تمرکز دارند. بر

¹ Information Asymmetry

² Li et al.

³ Singh and Van der Zahn

⁴ Garcia-Meca et al.

⁵ Oliviera et al.

⁶ White et al.

اساس دیدگاه ذینفعان، یک سازمان باید در جهت برآورده کردن اهداف چندگانه دامنه وسیعی از ذینفعان و نه فقط سهامداران تلاش کند. همانطور که گوتری و همکاران¹ (2006، ص 256) بیان می کنند:

مطابق با تئوری ذینفعان، از مدیریت سازمان انتظار می رود فعالیت های مهمی که توسط ذینفعان بر عهده آنها واگذار شده به خوبی انجام دهد و گزارش این فعالیت ها را به ذینفعان بدهند. تئوری ذینفعان، پاسخگویی سازمانی را فراتر از عملکرد اقتصادی و مالی ساده نشان می دهد.

تئوری ذینفعان اغلب اوقات واژه «پاسخگویی»² را بازگو می کند که توسط مولگان³ (1997) به این صورت تعریف شده است: مسئولیت یک طرف به طرف دیگر در یک رابطه که در آن یک طرف به طرف دیگری در ازای ادای حقوق معینی این مسئولیت را واگذار می کند. از نقطه نظر حسابداری، پاسخگویی به مسئولیت یک سازمان به افشای اطلاعات در خصوص عملکرد، موقعیت مالی، تامین مالی و سرمایه گذاری به منظور کمک به استفاده کنندگان برای تصمیم گیری های مناسب اشاره دارد. بر اساس دیدگاه سنتی، سازمان فقط ملزم به ادای پاسخگویی به سهامداران می باشد. با این وجود، مطابق با تئوری ذینفعان، یک سازمان نه تنها به سهامداران بلکه به همان اندازه باید به سایر ذینفعان پاسخگو باشد. دو شاخه در تئوری ذینفعان به منظور چگونگی ادای مسئولیت پاسخگویی به ذینفعان مختلف وجود دارد: 1) شاخه اخلاقی⁴ (2) شاخه اثباتی (مدیریتی)⁵

شاخه اخلاقی به این معناست که ذینفعان دارای حقوق ذاتی معینی هستند (مانند رفتار منصفانه) که باید توسط سازمان حمایت شود و مدیریت باید متعهد به انجام فعالیت هایی برای سودآوری تمام ذینفعان شود (یا در تلاش برای ایفای تقاضاها، نیازها و انتظارات تمام ذینفعان باشد). بر اساس پژوهش دیگان و سامکین (2009)، در شاخه اخلاقی تئوری ذینفعان، سازمان باید تمامی اطلاعات همه ذینفعان را در خصوص اینکه چگونه فعالیت هایش، آن ها را تحت تاثیر قرار می دهد ارائه کند، هرچند ممکن است آنها از این اطلاعات استفاده نکنند یا اینکه قادر به تغییر در وضعیت سازمان به صورت مستقیم نباشند.

شاخه اثباتی تئوری ذینفعان در تلاش برای توضیح و پیش بینی نحوه ارتباط سازمان با تقاضاهای ذینفعان مختلف می باشد. در این شاخه، سازمان نیاز به شناسایی گروهی از سهامداران دارد که مهم هستند و دارای قدرت در جهت تداوم فعالیت و موفقیت مستمر واحد تجاری می باشند. به طور کلی توانایی و اهمیت ذینفعان به وسیله میزان وابستگی سازمان به ذینفعان تعریف شده است که می تواند به صورت کنترل بر منابع حیاتی مورد نیاز سازمان (مانند منابع مالی، مواد اولیه، نیروی انسانی)، دسترسی به رسانه های موثر، توانایی تاثیر مشتریان بر محصولات یا خدمات سازمان، یا قابلیت وضع کردن قانون بر علیه سازمان و ... باشد.

¹ Guthrie et al.

² Accountability

³ Mulgan

⁴ Ethical (moral) Branch

⁵ Positive (managerial) branch

تئوری ذینفعان و افشای داوطلبانه سرمایه فکری: مفاهیم اساسی تئوری ذینفعان این است که سازمان بخشی از نظام اجتماعی است که در آن فعالیت می کند و باید به طور مطلق پاسخگویی گروه های مختلف ذینفعان با دیدگاه استراتژیک باشد. فرض می شود که افشای اطلاعات حسابداری مهمترین ابزار برای سازمان ها در ایفای مسئولیت پاسخگویی است.

اطلاعات در خصوص سرمایه فکری، که به عنوان منابع حیاتی برای موفقیت سازمان در نظر گرفته می شود، در سال های اخیر به صورت فزاینده ای مورد تقاضای ذینفعان مختلف قرار گرفته است. از این رو، انتظار می رود که افشای داوطلبانه سرمایه فکری بتواند عدم تقارن اطلاعاتی بین سازمان و افراد را کاهش دهد و در نتیجه روابط بین آن ها را بهبود بخشد. طبق پژوهش دیگان و سامکین (2009)، رابطه ی مناسب با ذینفعان مختلف می تواند حمایت و تایید آن را به دست آورد (مانند وفاداری مشتری) یا مخالفت و عدم رضایت آن ها را از بین ببرد که برای بقا و موفقیت سازمان در یک حالت پایدار در جامعه مفید است.

برخی از پژوهشگران مانند ورگاون و آلم¹ (2005) گاتری و همکاران (2006)، اشنایندر² و سامکین (2008)، و وایتینگ و میلر³ (2008)، از تئوری ذینفعان یا از بعضی مفاهیم این تئوری برای تفسیر روش افشای سرمایه فکری استفاده کرده اند. با این حال شواهد تجربی در این مطالعات نشان می دهد که سازمان ها به اندازه کافی انتظارات ذینفعان مختلف را برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری برآورده نمی کنند.

2-3- تئوری علامت دهی

تئوری علامت دهی مربوط به نحوه رسیدگی به مشکلات پدید آمده از عدم تقارن اطلاعاتی در هر محیط اجتماعی است. این تئوری نشان می دهد که اگر طرفی که دارای اطلاعات بیشتری است بتواند به سایر ذینفعان علامت ارسال کند، عدم تقارن اطلاعاتی می تواند کاهش یابد. علامت می تواند یک اقدام قابل مشاهده یا یک ساختار باشد که برای نشان دادن ویژگی های باکیفیت علامت دهنده به کار برده می شود. فرض بر این است که ارسال علامت برای علامت دهنده مطلوب می باشد (برای مثال نشان دادن کیفیت بالاتر محصولاتش در مقایسه با رقبای خود).

مدل علامت دهی مدرن در محیط بازار بین فروشنده و خریدار اتفاق می افتد. فروشنده معمولاً دارای مزیت اطلاعاتی بر خریدار نسبت به محصولات و خدماتش است. هرچند خریدار دارای اطلاعات زیادی نسبت به کالای خاص نیست اما آن ها دارای مقداری درک عمومی در خرید هستند (برای مثال؛ درصد خاصی (P%) از محصولات پیشنهادی معیوب خواهد بود و آن محصولات معیوب باید به قیمت X به فروش برسد در حالیکه محصولات عادی باید به قیمت Y به فروش برسد). بنابراین خریدار بر اساس درک عمومی، محصولات را با

¹ Vergauwen and Alem

² Schneider

³ Whiting and Miller

قیمتی مشابه ارزشگذاری خواهد کرد. در نتیجه، فروشنده دارای محصولات با میانگین کیفی بالا، متحمل زیان ناشی از فرصت از دست رفته می شود زیرا اگر خریدار در مورد کیفیت برتر محصولات آگاه شود، فروشنده باید محصولات خود را به قیمت بالاتر به فروش برساند در حالیکه فروشنده دارای محصولاتی با میانگین کیفی پایین سود ناشی از فرصت طلبی به دست خواهد آورد. بنابراین، فروشنده محصولات با کیفیت بالا دارای انگیزه ای برای علامت دهی کیفیت محصولاتش به خریدار است تا قیمت بالای محصولاتش را توجیه کند. برای اثربخش بودن، علامت دهی به وسیله فروشندهگان با کیفیت پایین مشکل باشد تا زمانیکه منافع بدست آمده از هزینه های علامت دهی تجاوز نکند فرآیند علامت دهی تکرار می شود.

اگر مدل کلاسیک در محیط تجاری عمومی قرار داده شود می تواند به شرح زیر تفسیر شود. در ابتدا، مدیریت شرکت معمولاً اطلاعات بیشتری نسبت به سرمایه گذاران در خصوص عملیات شرکت دارد (برای مثال؛ قابلیت سوددهی پروژه، منافع مورد انتظار یا قرار گرفتن در معرض ریسک). به علت عدم تقارن اطلاعاتی، سرمایه گذاران از وضعیت شرکت آگاه نیستند و بنابراین نمی توانند کیفیت شرکت های مختلف را تشخیص دهند. در نتیجه، شرکت با میانگین کیفی بالا هزینه فرصت از دست رفته را متحمل می شود زیرا کیفیت ممتاز آن توسط سرمایه گذاران مشاهده نشده است. حال آنکه، شرکتی با کیفیت پایین، سود ناشی از فرصت طلبی به دست می آورد. تحت این شرایط، شرکت های با کیفیت بالا دارای انگیزه ای برای نشان دادن کیفیت برتر خود به منظور جذب کردن سرمایه گذاران بیشتر هستند.

تئوری علامت دهی و افشای داوطلبانه سرمایه فکری: تئوری علامت دهی اشاره به این دارد شرکت های با کیفیت بالا، باید مزایای خودشان را به بازار نشان دهند. از یک طرف، علامت دهی باعث شود که سرمایه گذاران و سایر ذینفعان، ارزش شرکت را ارزیابی مجدد کنند و سپس تصمیم گیری های مطلوبی درباره شرکت انجام دهند. از طرف دیگر، توجه ذینفعان مختلف به شرکت موجب می شود که شرکت سرمایه گذاران بیشتری به دست آورد که در نتیجه آن، هزینه های سرمایه کاهش می یابد. روش های مختلفی برای شرکت ها به منظور علامت دهی اطلاعات وجود دارد. در میان آن ها، افشای داوطلبانه اطلاعات حسابداری مثل سرمایه فکری و گزارشگری اجتماعی شرکت¹ (CSR) به عنوان یکی از موثرترین روش ها در نظر گرفته می شود.

به هر حال به دلیل اهمیت سرمایه فکری برای ایجاد ثروت های آتی، افشای داوطلبانه سرمایه فکری می تواند موثرترین روش شرکت ها برای علامت دهی در مورد کیفیت برترشان باشد، بویژه برای آن شرکت هایی که دارای مبنای سرمایه فکری قدرتمندتری هستند، افشای سرمایه فکری می تواند آنها را از سایر شرکت های با کیفیت پایین متمایز کند. اغلب اوقات استدلال می شود که علامت دهی، ویژگی های سرمایه فکری را برای مثال افشای داوطلبانه در گزارش سالانه می تواند موجب کسب منافع بسیاری برای شرکت شود مانند بهبود وضعیت

¹ Corporate Social Reporting(CSR)

شرکت، جذب سرمایه گذاران بالقوه، کاهش هزینه سرمایه، کاهش نوسانات سهام، ایجاد فهم و اطلاعات درباره محصولات و خدمات و از همه مهم تر بهبود روابط بین ذینفعان مختلف.

برخی دیگر از مطالعات در این زمینه (مانند گارسیا-مکا و همکاران، 2005؛ اولیویرا و همکاران؛ 2008) به این مطلب اشاره دارند که مزیت علامت دهی به بازار می تواند موجب انگیزه ای قوی برای شرکت ها در گزارش اطلاعات مربوط به سرمایه فکری شود اگر چه کانون توجه و سبک گزارش دهی توسط شرکت های مختلف، متفاوت است.

2-4- تئوری مشروعیت

تئوری مشروعیت یکی دیگر از تئوری های وابسته به رابطه ی بین سازمان ها و کل جامعه است. آنچه از این تئوری برداشت می شود این است که سازمان باید دائما مراقب عملیات خود در جهت شکستن مرزها و هنجارهای جوامع خود باشند تا توسط گروه های مختلف ذینفعان در جامعه به عنوان مشروع مشاهده شوند. وضعیت مشروعیت برای بقای شرکت ها عامل تعیین کننده است. تئوری مشروعیت اشاره به این دارد که یک قرارداد اجتماعی در خصوص وضعیت مشروعیت سازمان، بین سازمان و جامعه ای که در آن عمل می کند وجود دارد. طبق مفهوم قرارداد اجتماعی، سازمان باید عملیات خود را مطابق با انتظارات و هنجارهای کل جامعه و نه فقط انتظارات و هنجارهای سرمایه گذاران هدایت کند. تنها زمانی جامعه به سازمان اجازه ادامه فعالیت را می دهد که سازمان مطابق با انتظارات و هنجارهای جامعه باشد.

بر اساس پژوهش دیگان (2006)، مشروعیت سازمان مفهوم ثابتی ندارد و این منوط به تغییر در زمان و مکان است که به علت تغییرات در نگرش جامعه است. همچنین سازمان ها برای بقای خود باید دائما فعالیت های خودشان را با تغییرات در الزامات قانونی (مشروعیت) وفق دهند. به همین دلیل، این موضوع می تواند برای دستیابی به تناسب بین انتظارات و هنجارهای مختلف جامعه و نیازهای سازمان مشکل ایجاد کند. اغلب اوقات یک شکافی بین درک جامعه در خصوص اینکه چگونه یک سازمان باید عمل کند و اقداماتی که سازمان انجام می دهد به وجود می آید که شکاف مشروعیت¹ نامیده می شود. وجود شکاف های مشروعیت، مشروعیت یک سازمان را تهدید خواهد کرد. برای کاهش این تهدیدها، لیندبلوم² (1994) تعدادی استراتژی پیشنهاد کرد که یک سازمان می تواند انجام دهد. اول؛ سازمان می تواند درباره تغییرات (واقعی) در عملکرد و فعالیت هایی که متناسب با نظام ارزش های اجتماعی است که در آن فعالیت می کند، در تلاش برای تربیت کردن و آگاهی دادن عموم وابسته به خودشان (یا ذینفعان) باشد. دوم؛ سازمان می تواند نسبت به عملکرد و فعالیت هایش، بدون تغییرات در رفتارهای واقعی اش، برای تغییر درک و تفسیر عموم تلاش کند. به علاوه برای اینکه سازمان بتواند نشان دهد که چگونه انتظارات اجتماعی را در سایر حوزه های فعالیت هایش برآورده کرده است، می تواند در جستجوی

¹ Legitimacy Gap

² Lindblom

انحراف درک دینفعانش با استفاده از انتقال توجه از موضوع مورد نگرانی (معمولا یک بحران برای شرکت) به سایر موضوعات مورد علاقه مربوطه از طریق جذاب کردن علائم برانگیزنده باشد. سرانجام، سازمان می تواند برای تغییر و تحت تاثیر قرار دادن انتظارات خارجی نسبت به عملکرد خودش تلاش کند، برای مثال نشان دهد که برخی از انتظارات اجتماعی دست نیافتنی است.

تئوری مشروعیت و افشای داوطلبانه سرمایه فکری: مطابق با تئوری مشروعیت، قراردادی اجتماعی بین سازمان و جامعه ای که در آن فعالیت می کند وجود دارد. در این قرارداد، سازمان ها باید انتظارات و هنجارهای اجتماعی را هنگامی که در حال انجام فعالیت هایشان هستند رعایت کنند، هرچند برای آن ها مناسب نیست که فقط درون قرارداد اجتماعی فعالیت کنند. همچنین آنها باید تمامی پیش بینی های ضروری را برای اطمینان از اینکه فعالیت های آن ها متناسب با انتظارات اجتماعی گروه های مختلف در جامعه است در نظر بگیرند، یعنی آن ها باید مشروعیت خودشان را به گروه های مختلف از دینفعان علامت دهند (مطابق با دیدگاه تئوری علامت دهی). مدیران مختلف باید درک مشخصی راجع به مشروعیت داشته باشند و در نتیجه باید استراتژیهای مختلفی برای رسیدن به حالت مشروع اتخاذ کنند. اما همانطور که توسط لیندبلوم (1994) نشان داده شده است، افشای عمومی اطلاعات در هر صورت یک ابزار موثر برای اجرای استراتژی ها می باشد.

به سبب اهمیت سرمایه فکری برای توسعه پایدار و موفقیت یک سازمان، اطلاعات راجع به سرمایه فکری به صورت فزاینده توسط گروه دینفعان مختلف درخواست شده است (مانند سرمایه گذاران، وام دهندگان، آژانس های مباشرتی). بر اساس دیدگاه تئوری مشروعیت، سازمان باید به صورت داوطلبانه اطلاعاتی را گزارش کند که مورد انتظار جامعه است زیرا قبول انتظارات اجتماعی می تواند منجر به جریان های ورودی پیوسته ی سرمایه، نیروی انسانی و مشتریان شود. مطابق با این دیدگاه ضروری است که سازمان ها سرمایه فکری را به صورت داوطلبانه افشا کنند برای اینکه نشان دهند آن ها مطابق با انتظارات اجتماعی هستند یا اینکه توجه جامعه نسبت به اثر منفی متداول فعالیت های سازمان را منحرف کنند. برای آن دسته از سازمان هایی که دارای سطح بالایی از سرمایه فکری هستند نیاز است که بیشتر سرمایه فکری را افشا کنند زیرا آن ها در مشروعیت بخشیدن به وضعیت خودشان بر مبنای دارایی های ثابت که به صورت سنتی به صورت نماد های موفقیت شرکت شناسایی شده است ناتوان هستند.

3- ایجاد یک چارچوب نظری جامع

برای ایجاد یک چارچوب نظری جامع بر اساس چهار تئوری فوق، ضروری است که مفاهیم میان تئوری ها که در توضیح افشای داوطلبانه سرمایه فکری یکنواخت هستند جمع آوری شود. برای این هدف، نیاز به درک رابطه های میان چهار تئوری به عنوان مبنایی برای توضیح افشای داوطلبانه سرمایه فکری می باشد. در بخش زیر این رابطه ها بررسی شده اند:

3-1- رابطه ی بین تئوری ها

تئوری نمایندگی و تئوری ذینفعان: تئوری نمایندگی اساسا مربوط به رابطه میان کارفرما و کارگزار می باشد. (عموما به رابطه میان مالک و مدیر در محیط تجاری اشاره دارد). این تئوری بر اساس فرض مرکزی منفعت شخصی افراد است و استدلال می کند که هم کارفرما و هم کارگزار به هر قیمتی که شده است تمایل به حداکثر سازی منافع شخصی خویش دارند که این مسئله می تواند منجر به تعارض بین هر دو طرف شود (مسئله نمایندگی). عدم تقارن اطلاعاتی به عنوان یکی دیگر از عوامل کلیدی در هدایت مسئله نمایندگی می باشد. این موضوع (عدم تقارن) هم چنین به عنوان مناسب ترین (مربوط ترین) مفهوم در تئوری های نمایندگی برای افشای اختیاری سرمایه فکری مطرح شده است، زیرا به طور گسترده ای پذیرفته شده است که افشای اختیاری سرمایه فکری می تواند عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیر یک شرکت و ذینفعانش را کاهش دهد و در نتیجه رابطه بین آنها را بهبود بخشد.

تئوری ذینفعان با روابط یک سازمان با گروه های مختلف در جامع سروکار دارد. در این تئوری، سازمان قسمتی از نظام اجتماعی در سطح گسترده می باشد. مطابق با دیدگاه ذینفعان، سازمان باید مسئولیت پاسخگویی را نه تنها به سهامداران بلکه باید به سایر ذینفعان نیز ادا کند. تئوری ذینفعان، تئوری نمایندگی را که اصولا بر رابطه میان سهامداران و مدیران تمرکز دارد، بسط می دهد. این موضوع را می توان به عنوان پیشرفتی در تئوری ذینفعان مشاهده کرد، اگر چه این تئوری مفهوم عدم تقارن اطلاعاتی را مورد استفاده قرار نمی دهد. بنابراین در توضیح روش های افشای داوطلبانه سرمایه فکری، هر دو تئوری نیاز به یکپارچه سازی دارند. در نتیجه می توان استدلال نمود که افشای داوطلبانه سرمایه فکری می تواند عدم تقارن اطلاعاتی بین سازمان و ذینفعان گوناگون را کاهش داده و روابط بین آنها را بهبود بخشد.

تئوری ذینفعان و تئوری مشروعیت: مشابه با تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت با رابطه بین سازمان و جامعه ای (اجتماعی) که در آن فعالیت می کند سروکار دارد. هر دو تئوری، سازمان را در درون سیستم اجتماعی وسیعتر قرار داده اند. بنابراین، تئوری مشروعیت مربوط به کل جامعه (شامل ذینفعان و غیر ذینفعان)، دارای مفهوم نسبتا وسیعتر نسبت به تئوری ذینفعان است که بیشتر بر ذینفعان یک سازمان تمرکز دارد.

مطابق با تئوری مشروعیت، سازمان باید در چارچوب انتظارات و هنجارها (یا مطابق با قرارداد اجتماعی) عمل کند و به طور همزمان در تلاش برای اطمینان ساختن از مشروع خواندن عملیاتش توسط جامعه می باشد. بر خلاف تئوری های ذینفعان که تاکید بر نقل و انتقال یک طرف پاسخ گویی سازمان به ذینفعان مختلف در جامعه دارد، این تعامل دو طرفه بین سازمان و جامعه است. مطابق با این دیدگاه، تئوری مشروعیت، نقش بیشتر در توضیح افشای داوطلبانه سرمایه فکری بازی می کند زیرا افشای داوطلبانه سرمایه فکری تنها یک ابزار برای سازمان برای ادا کردن مسئولیت پاسخگویی به گروه های ذینفعان مختلف نیست بلکه برای تقویت (بهبودی) و حفظ وضعیت

مشروعیت در جامعه نیز می باشد. سوای از این تفاوت، بسیاری از مفاهیم در درون تئوری مشروعیت در رابطه با افشای داوطلبانه سرمایه فکری، با تئوری ذینفعان مطابقت دارد.

تئوری علامت دهی و تئوری نمایندگی: تئوری علامت دهی با نحوه رسیدگی به مشکلات بوجود آمده ناشی از عدم تقارن اطلاعاتی (انتخاب نادرست و خطر اخلاقی) سروکار دارد و بدین گونه به تئوری نمایندگی پیوند خورده است. تئوری علامت دهی به تعدادی از راه حل های بالقوه موثر برای حل مشکل عدم تقارن اطلاعاتی اشاره دارد، از این جهت که مدیران یک سازمان می توانند به صورت عملی (مثبت) برتری خودشان را به تمامی ذینفعان مختلف نشان دهند مثل افشای داوطلبانه اطلاعات حسابداری (مانند گزارشگری اجتماعی شرکت و سرمایه فکری). در حالت خاص افشای داوطلبانه سرمایه فکری به عنوان یک علامت می تواند وضعیت یک شرکت را بهبود بخشد، سرمایه گذاران بالقوه را جذب کند، هزینه های سرمایه را کاهش دهد، نوسانات سهام را کاهش دهد، درک بهتری از محصولات و خدمات شرکت ایجاد کند و مهم تر از همه این که می تواند رابطه اش را با ذینفعان مختلف بهبود بخشد.

تئوری مشروعیت و تئوری علامت دهی: بر اساس تئوری علامت دهی، سازمان به منظور اینکه نشان دهد (علامت دهد) مطابق با انتظارات و هنجارهای اجتماعی است، باید اطلاعاتی در خصوص سرمایه فکری به صورت داوطلبانه گزارش کند یعنی تئوری علامت دهی دامنه ای از استراتژی های افشا را تهیه می کند که از طریق چنین افشاهایی می تواند حاصل شود. تئوری مشروعیت و تئوری علامت دهی تئوری های مکملی در توضیح روشهای افشای داوطلبانه سرمایه فکری سازمان هستند. جدول 1 مفاهیم وابسته بین تئوری ها را در توضیح روش های افشای داوطلبانه سرمایه فکری خلاصه می کند.

جدول 1: مفاهیم به هم پیوسته بین تئوری ها

تئوری ها	تئوری نمایندگی	تئوری ذینفعان	تئوری علامت دهی	تئوری مشروعیت
مفاهیم اصلی	منفعت شخصی کارفرما- کارگزار مسئله نمایندگی عدم تقارن اطلاعاتی	نظام اجتماعی ذینفعان-مدیریت پاسخگویی	عدم تقارن اطلاعاتی علامت دهی برتری	پاسخگویی مشروعیت سازمانی
مفاهیم به هم پیوسته	با تئوری ذینفعان: عدم تقارن اطلاعاتی ذینفعان	با تئوری مشروعیت: پاسخگویی مشروعیت سازمانی	با تئوری مشروعیت: عدم تقارن اطلاعاتی علامت دهی	با تئوری علامت دهی: علامت دهی مشروعیت سازمانی

3-2- یکپارچه سازی

پس از بررسی روابط بین تئوری ها، می توان مفاهیم این تئوری ها درباره افشای داوطلبانه سرمایه فکری را یکپارچه کرد. بر اساس روابطی که در بخش قبل بیان شد، تئوری ها به همدیگر وابسته هستند و یکدیگر را در

توضیح روش های افشای داوطلبانه سرمایه فکری پشتیبانی می کنند (جدول شماره 1). برای رسیدن به هدف این پژوهش، مفاهیم تئوری ها بیشتر بر اساس سه اصل کلیدی زیر یکپارچه شده اند:

1) برای کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران یک سازمان و ذینفعان مختلف در جامعه

2) برای ادای مسئولیت پاسخگویی به ذینفعان مختلف

3) برای علامت دهی مشروعیت و برتری (برتری کیفیت) سازمان به جامعه

این سه اصل می توانند به عنوان انگیزه هایی برای افشای اختیاری سرمایه فکری در نظر گرفته شوند. در نتیجه، می توان فرض کرد سازمان ها برای اینکه عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهند و مسئولیت پاسخگویی به ذینفعان مختلف را ادا کنند و همچنین مشروعیت و برتری خودشان را به جامعه نشان دهند، به صورت داوطلبانه سرمایه فکری را افشا می کنند. شکل شماره 1 مفاهیم اصلی چارچوب و ساختار آن را نشان می دهد.

3-3- کاربردهای چارچوب جامع

کاربردهای کم و بیشی برای چارچوب در تحقیقات آتی وجود دارد. اول اینکه می تواند به عنوان دیدگاهی نظری برای توضیح و پیش بینی روشهای افشای داوطلبانه سرمایه فکری توسط شرکتها استفاده شود. برای مثال، در پژوهشی برای رسیدگی به سطح افشای سرمایه فکری در کشورهای خاص یا در صنعتی خاص، پژوهشگر برای تفسیر این که چرا شرکتها تمایل به گزارش سرمایه فکری یا برخی از اجزای سرمایه فکری به صورت داوطلبانه دارند قادر به ترکیب کردن این چارچوب با معلومات قبلی کشور یا صنعت می باشد. دوم، می توان چارچوب را به عنوان شالودهی نظری برای بررسی کردن عوامل تحریک کننده (یا درک) مدیران شرکت درباره افشای اختیاری سرمایه فکری در سازمانها و اختیارات قانونی معین بکار برد. برای این منظور، یک پرسشنامهی برآورد شده با مقیاس لیکرت (برای مثال 5-1 از درجه بی اهمیتی به درجه با اهمیتی) می تواند برای گردآوری نظرات مدیران در اهمیت 3 محرک برای افشای اختیاری سرمایه فکری طراحی شود. از این گذشته یک مدل رگرسیونی می تواند بر اساس 3 متغیر (یعنی نظرات مدیران درباره اهمیت 3 محرک) بعلاوه سایر متغیرهای کنترلی در رابطه با خصوصیات شرکت مانند نوع صنعت، اندازه و عملکرد شرکت برای بررسی اینکه چگونه درک مدیران در افشای داوطلبانه سرمایه فکری، روش افشای حقیقی شرکتها را تحت تاثیر قرار می دهد، ساخته شود.

علاوه بر این چارچوب می تواند برای استنباط فرضیه هایی در خصوص عوامل تعیین کننده افشای داوطلبانه ی سرمایه فکری بکار برده شود، مانند سودآوری، اهرم، عمر شرکت، نوع حسابرسی، ترکیب هیئت مدیره، ساختار مالکیت و ... این کاربردهای بالقوه بر همبستگی میان سطح افشای سرمایه فکری و مجموعه ای از ویژگی های سازمان تمرکز دارد. سرانجام، چارچوب می تواند برای توضیح روش های افشای داوطلبانه دیگری در اطلاعات بسط داده شود. گزارشگری اجتماعی شرکت (CSR) مثالی خوب برای این کاربرد است، زیرا سه محرک برای

افشای داوطلبانه سرمایه فکری برای CSR قابل اجرا می باشد. گرچه عقاید نظری زیادی می تواند برای تفسیر CSR وجود داشته است، چارچوب جاری می تواند یک مکمل سودمند باشد.

3-4- محدودیت‌ها:

چارچوب ساخته شده دارای محدودیتهای مختلفی می باشد. اولاً، چارچوب برخی از جنبه های نظری دیگر را که مربوط به افشای داوطلبانه سرمایه فکری است را نادیده می گیرد. مانند تئوری دستور کار رسانه ها و تئوری بنگاه ها. از این گذشته این چارچوب نمی تواند هزینه هایی برای افشای داوطلبانه سرمایه فکری مانند هزینه های رقابت و مخارج سیاسی که تصمیمات سازمان را تحت تاثیر قرار می دهد تعیین می کند و سرانجام چارچوب با هیچ یک از شواهد تجربی هماهنگ نیست به دلیل این که مشخص نیست که آیا در عمل واقعا انجام می شود یا خیر.

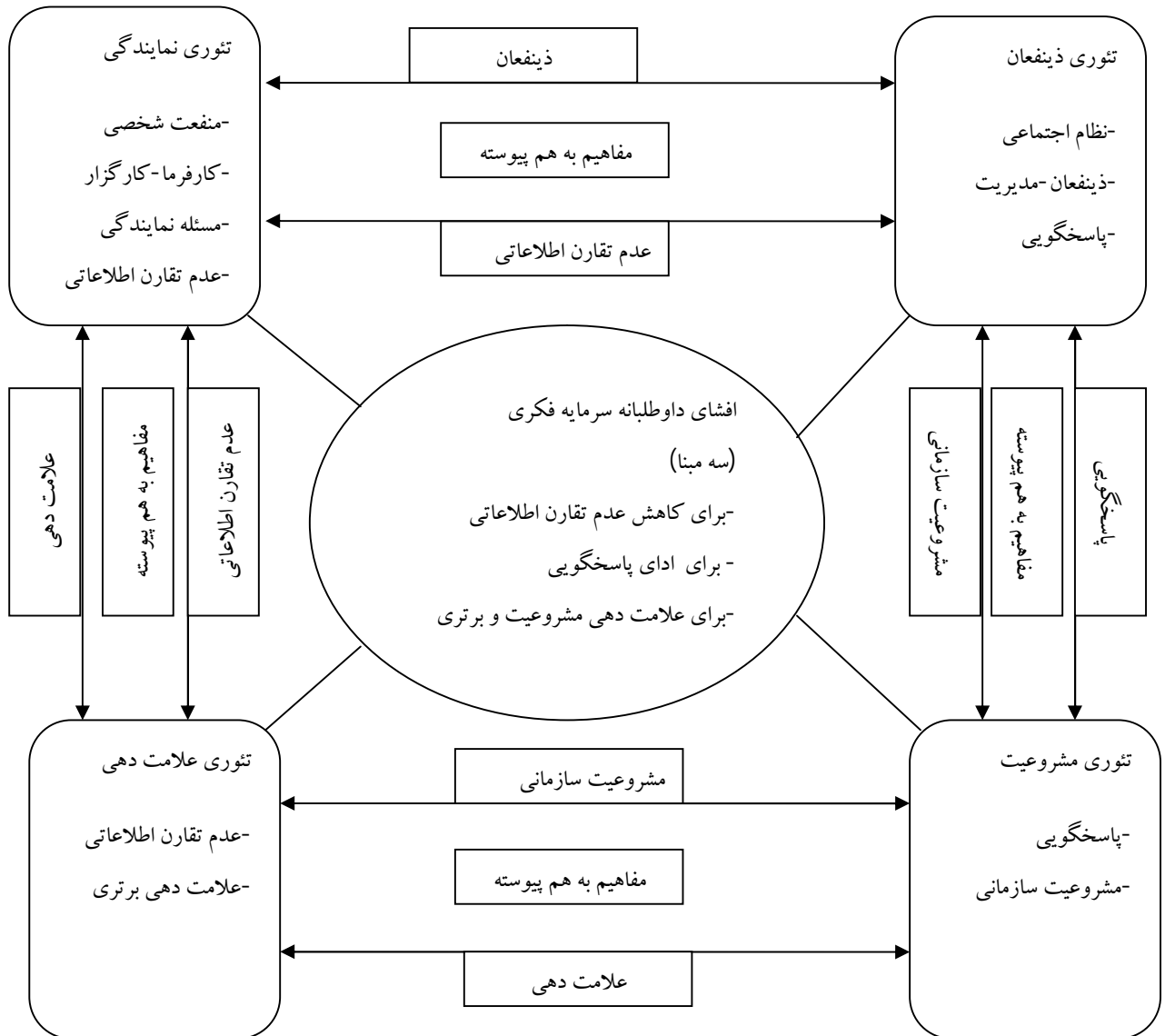
4- نتیجه گیری

این پژوهش چارچوب نظری جامعی برای افشای اختیاری سرمایه فکری از طریق یکپارچه کردن مجموعه ای از عقاید نظری مانند تئوری نمایندگی، تئوری ذینفعان، تئوری علامت دهی و تئوری مشروعیت ارائه می کند. تئوری نمایندگی بر اساس فرض مرکزی منفعت شخصی می باشد که حاکی از آن است، در جائیکه مدیران سازمان یک مزیت اطلاعاتی نسبت به سهامداران خود دارند، عدم تقارن اطلاعاتی در بیشتر محیط های تجاری وجود دارد.

تئوری ذینفعان مفهوم سهامداران را در تئوری نمایندگی به یک مفهوم وسیعتر یعنی ذینفعان بسط می دهد. این مطلب نشان می دهد که سازمان باید مسئولیت پاسخگویی به انواع مختلفی از ذینفعان در جامعه را ادا کند. تئوری علامت دهی که به صورت دقیق به تئوری نمایندگی پیوند خورده است نشان می دهد که سازمان باید مزیت های خود را برای رسیدگی به مشکلات بوجود آمده از عدم تقارن اطلاعاتی به جامعه نشان دهد.

تئوری مشروعیت که بیشتر تئوری ذینفعان را گسترش می دهد، فرض می کند که سازمان ها نباید فقط انتظارات اجتماعی را در عملیات یا ادای پاسخگویی رعایت کنند، بلکه باید اطمینان حاصل کنند که این اقدامات مطابق با انتظارات و هنجارهای اجتماعی گروههای مختلف ذینفعان در جامعه می باشد یا مشروعیت سازمانی خودشان را به جامعه نشان دهند. به دلیل این که این تئوری ها وابسته به هم هستند و در توضیح روشهای افشای داوطلبانه سرمایه فکری یکدیگر را حمایت می کنند، آن ها برای ایجاد یک چارچوب نظری جامع یکپارچه شده اند. با این که چارچوب ساخته شده دارای محدودیتهایی می باشد، این انتظار به وجود می آید که این پژوهش بتواند نخستین قدم در ارتقاء تحقیقات آتی راجع به جنبه های نظری در افشای داوطلبانه سرمایه فکری و به هم تنیدن بیشتر تئوری های مربوط در یک چارچوب جامع باشد. علاوه بر این، پژوهش های آتی می توانند برای کاربرد این تئوری ها در تفسیر یافته هایی درباره افشای سرمایه فکری در مفاهیم مختلف به هم وابسته و مرتبط هدایت شوند.

شکل ۱: چارچوب نظری یکپارچه شده



- An, Y., Davey, H. and Eggleton, Ian R.C. (2001). Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 12 No. 4 p. 571-585
- Deegan, C. (2006), "Legitimacy theory", in Hoque, Z. (Ed.), *Methodological Issues in Accounting Research: Theories and Methods*, Spiramus Press, London, pp. 161-81.
- Deegan, C. and Samkin, G. (2009), *New Zealand Financial Accounting*, McGraw-Hill, Sydney.
- García-Meca, E., Parra, I., Larraín, M. and Martínez, I. (2005), "The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts", *The European Accounting Review*, Vol. 14 No. 1, pp. 63-95.
- Guthrie, J., Petty, R. and Ricceri, F. (2006), "The voluntary reporting of intellectual capital: comparing evidence from Hong Kong and Australia", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 7 No. 2, pp. 254-71.
- Jensen, M. and Meckling, W.H. (1976), "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3 No. 4, pp. 305-60.
- Li, J., Pike, R. and Haniffa, R. (2008), "Intellectual capital disclosure and corporate governance structure in UK firms", *Accounting and Business Research*, Vol. 38 No. 2, pp. 137-59.
- Lindblom, C.K. (1994), NY, "The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure", paper presented at Critical Perspectives on Accounting Conference, New York, NY.
- Mulgan, R. (1997), "The process of public accountability", *Australian Journal of Public Administration*, March, pp. 25-36.
- Oliveira, L., Rodrigues, L.L. and Craig, R. (2006), "Firm-specific determinants of intangibles reporting: evidence from the Portuguese stock market", *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 10 No. 1, pp. 11-33.
- Schneider, A. and Samkin, G. (2008). "Intellectual capital reporting by the New Zealand local government sector", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 No. 3, pp. 456-86.
- Singh, I. and Van der Zahn, J. (2008), "Determinants of intellectual capital disclosure in prospectuses of initial public offerings", *Accounting and Business Research*, Vol. 38 No. 5, pp. 409-31.
- Vergauwen, P. and Alem, F. (2005), "Annual reports IC disclosures in The Netherlands, France and Germany", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6 No. 1, pp. 89-104.
- White, G., Lee, A. and Tower, G. (2007), "Drivers of voluntary intellectual capital disclosure in listed biotechnology companies", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8 No. 3, pp. 517-37.
- Whiting, R.H. and Miller, J.C. (2007), "Voluntary disclosure of intellectual capital in New Zealand annual reports and the 'hidden value'", *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 12 No. 1, pp. 26-50.

A comprehensive theoretical framework for voluntary intellectual capital disclosure

Dr. Naser Izadinia¹

Karim Imani²

Vahid Rouhollahi³

Abstract

This paper aims to construct a comprehensive theoretical framework for interpreting voluntary intellectual capital disclosure practices by organizations. Four most-commonly used theories in the area, namely agency theory, stakeholder theory, signalling theory, and legitimacy theory, were integrated in terms of the interrelated concepts relating to voluntary intellectual capital disclosure. The constructed theoretical framework includes three concepts: to reduce information asymmetry; to discharge accountability to various stakeholders; and to signal organizational legitimacy and excellence (or superior quality) to society, which are seen as motivations for organizations to disclose their intellectual capital on a voluntary basis.

Keywords: Intellectual capital, Voluntary disclosure, Theories, Integration

¹ Assistant Professor of Accounting, University of Isfahan

² M.A student of Accounting, University of Isfahan

³ M.A student of Accounting, University of Isfahan