

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

مروری بر سرمایه فکری سبز و عملکرد مالی (نظریه‌ها، عوامل و ویژگی‌ها)

حسنا فتحی نیا^a، غریبه اسماعیلی کیا^b

^a دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه ایلام

^b دانشیار حسابداری دانشگاه ایلام

نویسنده مسئول: حسنا فتحی نیا (hosnafathinia@gmail.com)

چکیده: سرمایه فکری دانشی است که شرکت‌ها از آن برای کسب مزیت رقابتی استفاده می‌کنند. در چند دهه اخیر تأکید روزافزون به حمایت از محیط زیست و اجرای اصول توسعه پایدار، منجر به معرفی حوزه نوینی از سرمایه فکری تحت عنوان سرمایه فکری سبز شده که این حوزه به تمامی دارایی‌های متوسط سرمایه نامشهود، دانش، توانایی‌ها و روابط در خصوص حفاظت از محیط یا نوآوری سبز، در سطوح فردی یا سازمانی یک شرکت اطلاق می‌شود. شرکت فکری سبزی می‌تواند خود را از رقبای موجود متمایز کرده و مانع ورود تازه واردان به بازار شوند. لذا بر مبنای مفاهیم نظری به نظریه رسد افشای سرمایه فکری با مفهوم افشای سرمایه، عملکرد مالی شرکت رابطه دارد، بر این اساس هدف این مطالعه تعیین تاثیر افشای سرمایه فکری سبز بر عملکرد مالی شرکت است. فکری سبز از سه بعد تشکیل شده است: سرمایه انسانی سبز، سرمایه ساختاری سبز و سرمایه رابطه ای سبز. در همین راستا رابطه اجزای سرمایه فکری سبز با عملکرد مالی بر مبنای نوشتارهای تخصصی موجود در این زمینه بررسی و تحلیل شده است.

کلمات کلیدی: افشای سرمایه فکری سبز؛ عملکرد مالی؛ دارایی‌های نامشهود.

مقدمه

اصطلاح «سرمایه فکری سبز» به پارادایم جدیدی اشاره دارد که برگرفته از سرمایه فکری همراه با سطح نگرانی زیست محیطی ابراز شده توسط مشاغل است که می‌تواند بر بهبود عملکرد تاثیر گذارد که این خود نشان دهنده اهمیت دارایی‌های نامشهود در گزارشگری مالی است. جدا از سود، نگرانی‌های زیست محیطی به یکی از محورهای اصلی شرکت تبدیل شده است [۱]. نگرانی‌های زیست محیطی نیز بخشی از مزیت رقابتی است که کسب و کارها باید در نظر بگیرند [۲]. این نوع نگرانی محیطی شرکتی معمولاً به عنوان «مسئولیت اجتماعی شرکت» شناخته می‌شود. ترکیب سرمایه فکری و نگرانی زیست محیطی به نقطه شروع توسعه تحقیقات سرمایه فکری سبز تبدیل شده است. افزایش آگاهی محیطی می‌تواند به کسب و کارها در ایجاد روابط مثبت بین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و سه بعد سرمایه فکری سبز، یعنی سرمایه انسانی سبز، سرمایه ساختاری سبز و سرمایه رابطه ای سبز کمک کند [۳]. شرکت‌ها نه تنها برای اهداف داخلی، بلکه باید به خاطر محیط زیست نیز نوآوری داشته باشند [۴]. به عنوان ارزش کل دارایی‌های نامشهود، دانش، مهارت‌ها و نگرانی‌ها یا نوآوری‌های محیطی در سطوح فردی و شرکتی تعریف می‌شود.

سرمایه انسانی سبز، سرمایه ساختاری سبز و سرمایه رابطه ای سبز سه بعد سرمایه فکری سبز هستند [۵]. سرمایه فکری سبز ترکیبی طولانی مدت از نگرانی، هوش، دانش، تجربه و اطلاعات کارکنان است [۶]. نه تنها می‌تواند مقررات زیست محیطی سختگیرانه بین المللی را برآورده کند و آگاهی زیست محیطی مصرف کنندگان را افزایش دهد، بلکه مزیت رقابتی نیز به دست آورد [۵]. سرمایه انسانی سبز نشان دهنده قابلیت‌های کارکنان در قالب خلاقیت، نگرش، تجربه و شایستگی کارکنان نسبت به پایداری محیطی است که پایداری کسب و کار شرکت را تشویق می‌کند [۴]. برای سازمان‌های سبز، سرمایه ساختاری شامل تمام دارایی‌های غیر انسانی سازمان، مانند دارایی‌های نامشهود مانند نمودارهای سازمانی، فرآیندهای دستی، روال‌ها و ویژگی‌های فناوری می‌شود [۴]. در حالی که تعریف «سرمایه رابطه‌ای سبز» دارایی است که از دیدگاه مشتریان، تامین کنندگان، سرمایه گذاران و تامین کنندگان ارزیابی می‌شود [۷].

سرمایه فکری سبز فرصتی را برای شرکت‌ها فراهم می‌کند تا بر توسعه محصول پایدار همراه با شیوه‌های تولید سبز تمرکز کنند تا از این طریق، شرکت‌ها بتوانند عملکرد تجاری را با کمک حفظ محیط زیست بهبود بخشند [۸]. پایداری کسب و کار در اندازه گیری عملکرد شرکت مهم است. بر این اساس، چندین اندازه گیری عملکرد وجود دارد که می‌تواند برای ارزیابی اثر سرمایه فکری سبز بر پایداری کسب و کار، یعنی عملکرد اقتصادی، عملکرد اجتماعی، عملکرد زیست محیطی و عملکرد اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد [۹].