

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

تحقیق، بررسی و نگارش توسط:

مهر داد تاج بخش

(کارشناس رسمی دادگستری رشته رایانه و فناوری اطلاعات)

مردادماه ۱۴۰۲

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۴	چکیده
۵	مقدمه
۶	سوالات تحقیق
۷	پیشینه مطالعات و تحقیقات
۷	دارایی نامشهود: اهمیت و تعریف مفهومی آن
۸	• سرمایه انسانی
۱۱	• سرمایه ساختار سازمانی
۱۳	• سرمایه‌ی ارتباطی
۱۶	چارچوبی برای دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های نوپا
۱۹	مدل کسب‌وکار موضوع فعالیت شرکت، نقش آن به‌عنوان دارایی نامشهود
۲۱	تحلیل و بررسی معیارهای موثر در ارزیابی دارایی نامشهود در شرکت‌های نوپا
۲۳	سوال تحقیق
۲۴	بررسی و پاسخ به فرضیه‌های تحقیق
۳۲	روش مطالعه و جمع‌آوری داده‌ها
۳۳	مقدمه‌ای در ارزیابی دارایی‌های نامشهود
۳۴	نتایج ارزیابی دارایی‌های نامشهود برای تعدادی از شرکت‌های نوپا در ایران
۴۱	نتیجه‌گیری، محدودیت‌های مطالعه و توصیه‌ها
۴۳	منابع

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

کلیدواژه‌ها: دارایی‌های نامشهود، ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود، مدل کسب و کار، تحلیل مدل کسب و کار، مزیت رقابتی

چکیده

امروزه کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان یکی از عوامل مهم در رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها بشمار می‌آیند. آنچه که کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان را از سایر کسب و کارهای سنتی متمایز می‌کند، استفاده از ایده‌ی نوآورانه و اختراع و مدل درآمدی و ارزش‌آفرینی در آن‌ها می‌باشد. تعیین معیارها و شرایط موثر در بقا و موفقیت کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان از چالش‌های مهم و دشوار می‌باشد. اگرچه در نگاه اول ممکن است توسعه‌ی اقتصادی کشورها و تسهیل شرایط کسب و کار در کشورها عامل تعیین‌کننده در موفقیت کسب و کارهای باشند، ولی با بررسی دقیق، مطالعه و تعیین پارامترهای موثر در موفقیت این‌دسته از کسب و کارها در می‌یابیم که معیار توسعه‌ی اقتصادی کشورها در مقایسه با این پارامترها از اهمیت کمتری برخوردار می‌باشند.

با کمی دقت در ماهیت کسب و کارهای نوپا و فرآیند شکل‌گیری آن‌ها، به‌نظر می‌رسد که در دوره‌ی ابتدای آغاز بکار آن‌ها، دارایی‌های نامشهود نیروی انسانی و روابط خارج از کسب و کار (مانند تامین‌کنندگان، مشتریان و فضای کسب و کار) از مهمترین عوامل موثر در حرکت کسب و کارهای نوپا به‌سمت موفقیت می‌باشند.

در این مطالعه سعی شده تا ضمن طبقه‌بندی انواع دارایی نامشهود قابل احصاء در کسب و کارهای نوپا، نقش هریک از آن‌ها را در مراحل رشد و توسعه‌ی کسب و کار بررسی گردد. به‌منظور اثبات سوال تحقیق با برآورد ارزش دارایی نامشهود ناشی از آن معیارها و پارامترهای احصاء شده در مرحله شروع به‌کار دوازده کسب و کار متوسط و بزرگ، نقش پارامترها در ارزش‌آفرینی و توسعه‌ی کسب و کارهای نوپا و دانش‌بنیان و موفقیت آن‌ها بررسی شده‌اند. با توجه به مقایسه‌ی تحلیلی صورت‌گرفته بر روی نقش دارایی‌های نامشهود (ساختار سازمانی، نیروی انسانی و ارتباطی) در ارزش‌آفرینی کسب و کارهای نوپا، ضمن بررسی و تایید فرضیات تحقیق، نقش نیروی انسانی به‌عنوان مهمترین دارایی نامشهود موثر در موفقیت کسب و کارهای نوپا اثبات شده است.

آنچه که این مطالعه را از سایر مطالعات صورت‌گرفته در ایران متمایز می‌کند، ضمن استفاده از ارقام واقعی در برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود، رعایت نکات و جنبه‌های حقوقی و قانونی کارشناسی رسمی دادگستری در رشته‌ی رایانه و فناوری اطلاعات در برآورد ارزش‌ها و ارائه‌ی آن‌ها به سازمان‌ها، مراجع قانونی و قانون‌گذاری می‌باشد.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

مقدمه

حوزه‌ی کارآفرینی یکی از چند حوزه‌ی تحقیقات است که در دهه‌های اخیر رشد زیادی کرده است (استر هورمیگا؛ رزا بستینا-کانینو؛ آگوستین سانچز ۲۰۱۰ و ایناکی پنا ۲۰۰۲ و مارکو ون گلدن؛ روی توریک؛ نیلز باسما ۲۰۰۵). یکی از مهمترین دلایل این رشد، شناخته‌شدن کسب‌وکارهای نوپا به‌عنوان یکی مکانیزم‌های اصلی ایجاد اشتغال و موتور محرکه‌ی رشد اقتصادی در کشورها از طریق انتقال قابلیت‌ها و پیشرفت‌ها به داخل کشور و انطباق تغییرات ساختاری به‌منظور بهره‌برداری از آن‌ها، می‌باشد.

اگرچه، به‌نظر می‌رسد توافق کلی بر سر اهمیت کسب‌وکارهای نوپا و ریسک‌پذیر و رشد اقتصادی مناطق و کشورها، وجود دارد، اما این توافق در هنگام تعیین فاکتورها و پارامترهای موثر در موفقیت و عدم موفقیت کسب‌وکار نوپا، آن-چنان موثر نیست.

نرخ عدم بقای کسب‌وکارهای که به‌تازگی تهیه شده، نشان می‌دهد که مطالعه‌ی برروی این دسته از فاکتورها از اهمیت زیادی برخوردار بوده و اطلاعات مهمی را در اختیار قرار داده، و مطالعه‌ی بیشتر برروی آن‌ها می‌تواند منجر به بقای بیشتر کسب‌وکارها در سال‌های ابتدایی ایجاد آن‌ها شود. بنابراین، می‌بایست براین موضوع تاکید کرد که فرآیند ایجاد یک شرکت نوپا، پیچیده و شامل ترکیبی از دارایی‌های مورد نیاز و فعالیت‌های اولیه‌ی ضروری برای راه‌اندازی آن، می‌باشد. این واقعیت که کسب‌وکارهای نوپا دارای منابع محدود، شامل فیزیکی، مالی یا نامشهود می‌باشند، آن‌ها را در موقعیت بسیار آسیب‌پذیر، قرار می‌دهد.

تشخیص و آگاهی از منابع، در مرحله‌ی اول ایجاد یک شرکت نوپا، اهمیت حیاتی در دستیابی به بهره‌وری مطلوب در دراز مدت، دارد. بنابراین، اغلب مقاله‌های مدیریت استراتژیک در دهه‌ی اخیر همگی بر نقش اساسی پارامترهای نامشهود یا دارایی‌های نامشهود به‌عنوان عامل تعیین‌کننده‌ی ایجاد مزیت رقابتی در کسب‌وکارها، تاکید کرده‌اند. در همین راستا، محققینی مانند دریافته‌اند که اهمیت دارایی‌های نامشهود در چرخه‌ی عمر کسب‌وکار از دارایی‌های مشهود، به مراتب بیشتر است. دریافته‌اند که سرمایه‌گذاری برروی دارایی‌های نامشهود، در رشد و بهره‌وری کسب‌وکارها موثر است.

به‌منظور روشن‌تر شدن موضوع، و همچنین پیروی از توصیه‌های محققینی که بر اهمیت تحقیق و بررسی برروی کارآفرینی تاکید نموده، و به‌منظور بالابردن غنای موضوع مورد بحث با بهره‌گیری از رویکردهای تئوری دیگر (گارتنر ۲۰۰۱)، سمت و سوی تحقیق را بر بررسی دارایی‌های نامشهود و تاکید بر اهمیت دارایی‌های نامشهودی که منجر به ارزش‌آفرینی و افزایش مزیت رقابتی برای کسب‌وکار می‌شوند، سوق داده‌ایم.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



اما، یکی از چالش‌های اساسی تحقیق در این موضوع، این واقعیت است که تعدادی از شرکت‌ها و کسب‌وکارها شناخت مشخص و روشنی از دارایی‌های نامشهود سازمان خود نداشته، بنابراین آن‌ها را بدرستی مدیریت نکرده‌اند. اگر مدیران و صاحبان کسب‌وکارها در شروع فعالیت، از نقش و اهمیت دارایی‌های نامشهود در بهره‌وری سازمان در کوتاه مدت و میان مدت، بویژه از نقش آن‌ها در مزیت رقابتی بلند مدت، آگاه باشند، برای دستیابی به سود بیشتر آن‌ها را ارتقاء و توسعه خواهند داد. موضوع ناخوشایند آن است که اغلب سازمان‌ها به جای آن که در مراحل ابتدایی و شروع به فعالیت خود نسبت به دارایی‌های نامشهود خود حساس باشند، پس از گذشت زمان و جافتادن کسب‌وکار، حساس می‌شوند. پس چرا سازمان‌ها برای آغاز به شناسایی و ارزیابی دارایی‌های نامشهود خود، تا زمان مشخص و یا رسیدن به اندازه‌ی خاصی در کسب‌وکار منتظر می‌مانند؟

تمامی این موضوعات، ما را به سمت هدف این تحقیق یعنی نقش دارایی‌های نامشهود در تسهیل کسب‌وکارهای نوپا در رسیدن به موفقیت، هدایت می‌کنند. برای رسیدن به نتیجه‌های نهایی تحقیق شرح داده شده در زیر، هدف خود را مبتنی بر سه دسته از دارایی‌های نامشهود که در اکثر تحقیقات به آن‌ها اشاره شده، انجام داده‌ایم. سه دسته دارایی‌های نامشهود عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه‌ی رابطه‌ای.

سوالات تحقیق

با توجه به مقدمه‌ی ارائه شده، نشان دادیم که یکی مهمترین دارایی‌های هر کسب‌وکار دارایی نامشهود آن می‌باشد. دارایی‌های نامشهود از جمله دارایی بوده که با توجه به توسعه و پیشرفت کسب و کار اهمیت بیشتری یافته و منجر به ارزش‌آفرینی بیشتری برای کسب‌وکار می‌شوند. از آنجایی که رشد و توسعه‌ی کسب و کار در نتیجه‌ی ایجاد مزیت(های) رقابتی ناشی از دارایی‌های نامشهود و حرکت آن‌ها بسمت کسب سهم بیشتر بازار و در نتیجه موفقیت، رابطه‌ی مستقیم با دارایی‌های نامشهود در آن کسب و کار داشته، لذا بدست آوردن الگویی از میزان نقش‌آفرینی دارایی‌های نامشهود در هر مرحله از کسب و کار (از شروع تا مرحله‌ی بلوغ آن کسب و کار) و ایجاد آن‌ها، می‌تواند نقش موثری را در بررسی کسب و کارها و پیش‌بینی حرکت آن‌ها به سمت موفقیت داشته باشد. از این‌رو در این تحقیق سعی شده تا ضمن بررسی اهمیت دارایی‌های نامشهود و نقش آن‌ها در بخش‌های مختلف کسب و کار، تحلیلی در میزان اهمیت آن‌ها در کسب و کارهایی که به مرحله‌ی بلوغ خود رسیده‌اند انجام شود. تحلیل صورت گرفته برای پاسخ به سوالات زیر می‌باشد:

۱) آیا با سرمایه‌ی انسانی (دارایی نامشهود نیروی انسانی کارآفرین) با موفقیت کسب‌وکار نوپا در ایران رابطه‌ای وجود دارد؟

۲) آیا با سرمایه‌ی ساختاری (بلوغ سازمانی، دانش آموخته‌ها و فرآیندها سازمانی) با موفقیت کسب‌وکار نوپا در ایران رابطه‌ای وجود دارد؟

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

۳) آیا با سرمایه‌ی رابطه‌ای (مشتریان، ذینعان و تامین‌کنندگان) با موفقیت کسب‌وکار نوپا د ایران رابطه‌ای است؟

که می‌توان سوالات بالا را در پاسخ به سوال زیر خلاصه نمود:

"آیا از میان انواع دارایی‌های (های) نامشهود، می‌توان دارایی نامشهود موثرتری در کسب و کارهای نوپا معرفی نمود و آیا رشد دارایی‌های نامشهود ناشی از آن می‌تواند به‌عنوان الگویی در حرکت کسب و کارهای نوپای ایرانی به سمت موفقیت مورد توجه قرار گیرد؟"

پیشینه مطالعات و تحقیقات

کسب‌وکار نوپا فرآیند پیچیده‌ای از ترکیب دارایی‌های مختلف برای شروع فعالیت و راه‌اندازی عملیات آن می‌باشد. در مرحله‌ی اول توسعه‌ی کسب‌وکار، کارآفرین، یا تیم کارآفرینی، براساس انتظاراتی که از آینده‌ی کسب‌وکار دارند، با ارزیابی دارایی‌ها نامشهود آن، بروی اهمیت یا کم‌اهمیت‌تر بودن هریک از دارایی‌ها تصمیم می‌گیرند. در صورتی که این ارزیابی بصورت موثر صورت گیرد، در سال‌های ابتدایی آغاز فعالیت می‌تواند منجر به ایجاد مزیت رقابتی قابل توجهی برای کسب‌وکار شده و شانس آن را برای بقاء افزایش دهد.

از ابتدای سال ۱۹۹۰، محققینی مانند **بارنی (۱۹۹۱)** و **گرنر (۱۹۹۱)** مجموعه‌ای از مشخصات اساسی منابعی در کسب‌وکارهای نوپا که در صورت وجود آن‌ها منجر به ایجاد مزیت رقابتی می‌گردند، پایه‌گذاری کرده‌اند (مانند، کمیابی^۱، اهمیت^۲، شایستگی^۳، غیرقابل تقلید بودن^۴، و پایداری^۵). براین اساس، مقالات مرتبط با مدیریت استراتژیک بر اهمیت پارامترهای دارایی‌های نامشهود به‌عنوان عوامل ایجادکننده‌ی مزیت رقابتی در کسب‌وکارها، تاکید نموده‌اند.

دارایی نامشهود: اهمیت و تعریف مفهومی آن

در اواخر قرن بیستم، اقتصادجهانی تغییراتی را آغاز نمود که منجر به تاثیرهای مهمی برمقوله‌های تولید ثروت و رشد اقتصادی شدند. سال‌های اخیر، به‌عنوان سال‌های افزایش نقش دارایی‌های نامشهود در سازمان‌ها، شناخته می‌شوند. همین‌طور محققینی مانند **بونتیس (۲۰۰۲)** و **بردلی (۱۹۹۷)** اثبات کردند که این در مورد شرکت‌هایی صدق می‌کند که به‌منظور ایجاد مزیت رقابتی، تمرکز بیشتری بروی دارایی‌های نامشهود در مقایسه با دارایی‌های مشهود، دارند و همچنین شرکت‌هایی با مقدارمناسبی از دارایی‌های نامشهود، شانس بیشتری برای بقاء دارند.

^۱ Rarity
^۲ Importance
^۳ Imperfect
^۴ Imitability
^۵ Durability

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



مفهوم دارایی نامشهود برای اولین بار در سال ۱۹۶۹ و در نامه‌ای که از جانب جان کنت گلبرایت برای مایکل کالکی ارسال شد، مورد استفاده قرار گرفت. اما این نام استوارت بود که با چاپ مقاله خود در مجله فورچون در سال ۱۹۹۱ با عنوان *Brainpower: How intellectual capital is becoming America's most valuable asset* این مفهوم را مشهور کرد. علی‌رغم تحقیقات و مطالعات بسیاری که از آن تاریخ تا کنون بر روی این موضوع صورت گرفته است، اما همچنان تعریفی که دارای اجماع جهانی بوده و بصورت یکسان در اکثر مطالعات و تحقیقات بکار گرفته شود، وجود ندارد.

دارایی نامشهود را می‌توان به‌عنوان رابطه‌ی میان مشتریان و همکاران، تلاش نوآورانه، ساختار سازمانی کسب‌وکار و دانش و مهارت افراد سازمان، تعریف نمود. همین‌طور، **سولیوان (۱۹۹۹)** دارایی نامشهود را به‌عنوان دانشی که می‌تواند منجر به ایجاد منافع آتی برای سازمان و ایجاد منابعی مانند ایده‌ها، اختراعات، فناوری‌ها و طراحی‌ها، فرآیندها و برنامه‌های نرم‌افزاری شود، تعریف نموده است. **استوارت (۱۹۹۱)** دارایی نامشهود را به‌عنوان آنچه که قابل لمس نبوده ولی می‌تواند منجر به ایجاد ارزش شود، تعریف نموده است. در همین راستا، **لو (۲۰۰۱)** دارایی نامشهود را به‌عنوان منبعی که دارای شکل فیزیکی و یا مالی نبوده، ولی می‌تواند منجر به ایجاد ارزش آتی برای سازمان شود، تعریف کرده است.

هنگامی که با ارزش یا منافع حاصل از دارایی‌های نامشهود سروکار داریم، تعدادی از محققین، ترجیح می‌دهند که آن را با تفاوت حاصل از دو ارزش بازار (منصفانه) و ارزش ثبت شده سازمان، تعیین کنند.

نهایتاً، تاکید بر این موضوع نیز اهمیت دارد که در سال‌های اخیر تقسیم‌بندی‌ها و طبقه‌بندی‌های متنوعی بر روی دارایی‌های نامشهود، صورت گرفته است. یکی از طبقه‌بندی‌ها شامل سه بعدی است که هر یک دارای درجه‌ی خاصی از اهمیت بوده، که شامل سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختار سازمانی و سرمایه‌ی ارتباطی می‌باشند.

حال به بررسی هر یک از انواع دارایی‌های نامشهود با در نظر گرفتن نقش آن‌ها در موفقیت کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوپا، می‌پردازیم.

سرمایه انسانی

سرمایه انسانی، پیش از آن که بخواهیم آن را به‌عنوان یکی از انواع دارایی‌های نامشهود موثر در کسب‌وکارهای نوپا نام ببریم، با توجه به نقش اساسی آن در شرکت‌های دانش‌بنیان و به‌عنوان نیروی محرکه دو دارایی دیگر: سرمایه‌ی سازمانی و سرمایه‌ی رابطه‌ای، توسط بسیاری از محققین به‌عنوان مهمترین منبع دارایی نامشهود سازمان شناخته شده است.

^۶ قدرت فکر: چگونه دارایی نامشهود به ارزشمندترین دارایی آمریکا مبدل می‌شود.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



بطور کلی تجربه‌های پیشرفت‌های فناوری صورت گرفته توسط سازمان‌ها و اجتماع نشان می‌دهند که پروفایل و پیشینه‌ی مهارتی نیروی انسانی بطور فزاینده‌ای با مزیت رقابتی، نگرش، و شدت انگیزه در تفکر سیستماتیک در داخل محیط بشدت تحت تاثیر تغییر و ناپایدار کسب‌وکارهای نوپا، در تعامل است. بنابراین، سرمایه‌ی انسانی به‌عنوان مهمترین منبع ایجادکننده‌ی نوآوری و ایجاد ایده‌ها برای سازمان که منجر به ایجاد ارزش افزوده‌ی بسیار حائز اهمیت می‌شود، در نظر گرفته می‌شود. در نقطه‌ی مقابل آن، نبود سرمایه‌ی انسانی کافی می‌تواند منجر به اثرات منفی بر روی سایر فعالیت‌هایی که برای سازمان ایجاد ارزش می‌کنند، گردد. اگرچه مطالعات صورت گرفته همگی تأکیدی بر نقش موثر و مثبت نیروی انسانی در موفقیت کسب و کارهای نوپا داشته، ولی در مطالعه صورت گرفته توسط (علیخانی و شهریاری ۲۰۲۲) نقش نیروی انسانی در ارائه‌ی ایده‌های نوآورانه و خودارتنقایی در موفقیت کسب و کارهای نوپا را به مراتب موثرتر از نقش کارآفرین در مدیریت و راهبری تیم در سال‌های ابتدایی کسب و کار، مطرح نموده‌اند.

ماهیت اصلی کسب‌وکارهای نوپا نشان می‌دهند که بخش اساسی سرمایه‌ی انسانی در این گونه کسب‌وکارها، وابسته به کارآفرین و یا تیم کارآفرینیان می‌باشد. بنابراین، فرض اولیه این تحقیق در این ایده که "هراندازه ارزش‌دارایی نامشهود ناشی از سرمایه‌ی انسانی در کسب‌وکارهای نوپا بیشتر باشد، شانس موفقیت آن‌ها در سال‌های ابتدایی شروع فعالیت-شان بیشتر است" خلاصه شده است.

تاکنون دارایی‌های نامشهود مبتنی بر نیروی انسانی که نقش مهمی را در مراحل ابتدایی کسب‌وکارها دارد، شرح داده-ایم.

دانش کارآفرین، دانش بویژه دانش کارآفرین، عامل حیاتی برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپا بشمار می‌آید. تعیین میزان منبع دانش مورد نیاز از نحوه‌ی ایجاد و اداره‌ی یک کسب‌وکار، بسیار دشوار است. درکنار مشکل تعیین منبع دانش مورد نیاز، این عامل انسانی در این نوع دارایی نامشهود وجود دارد، مشکل تعیین حد و مرز دانش پیش می‌آید: چه بخشی از دانش کارآفرین یا کارکنان در شرکت نوپا نقش دارد و چه بخشی نقش ندارد؟ بنابراین، مفهوم اصلی تعیین دانش کارآفرین، تعیین پیشینه‌ی دانشی او، یعنی دانش و تجربیاتی است که پیش از رهاندازی کسب‌وکار بدست آورده است.

براین اساس، اولین فرض فرعی مطرح شده عبارت است از :

فرض فرعی اول: دانش بیشتر کارآفرین، منجر به افزایش شانس موفقیت کسب‌وکار در سال‌های ابتدایی حیاتش می-گردد.

انگیزه‌ی کارآفرین، به معنی انگیزه‌ی محرکه‌ای است که کارآفرین را در ایجاد کسب‌وکار تشویق می‌کند، که می‌تواند منجر به ارزش افزوده شده و درعین حال منجر به تاثیر منفی و یا کاهش ارزش کسب‌وکار گردد. محققین مختلف مطالعاتی را بر روی نتایج حاصل از تاثیر انگیزه‌ی کارآفرین، بر روی موفقیت کسب‌وکار و فرآیندهای سازمانی آن انجام

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



داده‌اند. اکثر آن محققین این گونه نتیجه گرفته‌اند که انگیزه‌ی غریزی کارآفرین در استفاده عملی از ایده‌ها و نظراتش، و یا این که خود رئیس خودش باشد و کسب‌وکار خود را ارائه کند، به عنوان دارایی کسب‌وکار بشمار آمده و شانس بیشتری را برای بقا و توسعه‌ی کسب‌وکار، در مقایسه با آن که شخص به دلیل نیافتن شغل کسب‌وکاری را راه بیاندازد، می‌دهد. بنابراین فرض فرعی دوم خود را بشرح زیر درنظر گرفته‌ایم:

فرض فرعی دوم: عدم انگیزه‌ی شخصی کارآفرین برای راه‌اندازی کسب‌وکار، احتمال عدم موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های ابتدایی حیاتش افزایش می‌دهد.

تعهد و به دنبال پاسخ بودن کارآفرین، از آنجایی که فرآیندها و روش‌ها در مرحله‌ی ابتدایی راه‌اندازی کسب‌وکار بصورت رسمی تعریف نشده‌اند، ضروری است تا به منظور جلوگیری از آسیب و عدم کارایی، کارآفرین زمان بیشتر را در کسب‌وکار صرف نماید. علاوه بر آن که حضور کارآفرین برای تسهیل در مدیریت کسب‌وکار مهم بوده، اگر خود او نیز در شرکت کار کند، منجر به کاهش چشمگیر هزینه‌ی پرسنل و کارمندان خواهد شد.

بنابراین، تعهد بالا و انگیزه‌ی رسیدن به پاسخ در کارآفرین منجر به ارزش افزوده برای کسب‌وکار شده و می‌تواند از جمله موارد تمایز بین کسب‌وکارهای نوآورانه، بشمار آید.

در این رابطه، محققینی مانند **کوپر و همکاران (۱۹۹۵)** مطرح کرده‌اند که تعهد بیشتر کارآفرین نقش موثری و تعیین کننده‌ای در بقای کسب‌وکار دارد. و برای میزان این نقش، **پنا (۲۲۰) و کالینز-دود و همکاران (۲۰۰۴)** دریافتند که ارتباط مثبتی مابین سطح تمرکز کارآفرین بر روی کسب‌وکار و میزان موفقیت آن وجود دارد. بنابراین، سخت‌کوشی، مانند تعهد قوی و تلاش در یافتن پاسخ به عنوان عوامل مهم در تسهیل حرکت کسب‌وکارهای نوپا بسمت موفقیت، مشخص شده‌اند. براساس فرضیات بالا، دو فرضیه‌ی فرعی زیر را مطرح کرده‌ایم:

فرض فرعی سوم: تعهد بیشتر کارآفرین به کسب‌وکار نوپا، منجر به افزایش احتمال موفقیت کسب‌وکار در سال‌های ابتدایی حیاتش می‌گردد.

فرض فرعی چهارم: تلاش بیشتر کارآفرین در یافتن پاسخ سوالات، منجر به افزایش احتمال موفقیت کسب‌وکار در سال‌های ابتدایی حیاتش می‌گردد.

مهارت‌های اجتماعی کارآفرین، اهمیت مهارت‌های نامشهود، ایجاد دانش و این دانش بیرونی ایجاد شده منجر به ارزش و دارایی نامشهود موضوع تاکید تحقیق، می‌گردد. اغلب از دارایی‌های نامشهودی که غیرمادی نبوده و یا "مربوط به سمت راست مغز نمی‌باشند" صرفنظر می‌نماییم، اگرچه این نوع از دارایی‌ها می‌توانند برای آینده سازمان مهم باشند: که به آن‌ها مهارت‌های اجتماعی اطلاق می‌شود. با توجه به تجربه‌های عملی، ارزشی که دو نوع از این مهارت‌های اجتماعی، انتظارات (توقعات) اجتماعی و هم‌خوانی (ارائه‌ی چهره‌ی مناسب) اجتماعی، در مراحل اولیه‌ی کسب‌وکار نوپا

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



می کنند، کمک به جذب سرمایه و نقدینگی بیشتر توسط کسب و کارها و در نتیجه سودآوری بیشتر در آینده می باشد. به منظور راه اندازی یک کسب و کار نوپا، کارآفرین می بایست با بسیاری از افراد ناشناخته تعامل داشته و می بایست به منظور ارائه تصویر مناسبی از انگیزه و تصمیم خود در راه اندازی کسب و کار، توانایی هم خوانی اجتماعی، هوش و دانش خود را به آن ها نشان دهد. برای این منظور فرض های فرعی زیر را در نظر گرفته ایم:

فرض فرعی پنجم: توانایی بیشتر کارآفرین در انطباق اجتماعی، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

فرض فرعی ششم: توانایی بیشتر کارآفرین در ارائه چهره ی اجتماعی مناسب، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

تعامل ها مابین اعضای تیم کارآفرین، از سال ها پیش، دیگر فرآیند کارآفرینی تنها به عنوان یک فعالیت انفرادی در نظر گرفته نمی شود و تعداد بیشتری از محققین این واقعیت را دریافتند که در موقعیت های زیادی، کسب و کارهای نوپا توسط دو و یا تعداد بیشتری از کارآفرینان ایجاد می شوند. در سال های ابتدایی و حساس آغاز به فعالیت کسب و کار نوپا، تعامل فی مابین اعضای تیم کارآفرینی از مهمترین دارایی های آن بشمار می آید. بنابراین، احساس رضایت اعضای تیم از یک رابطه ی سالم ناشی از تعامل، هماهنگی و ارتباط، منجر به ایجاد ارزش افزوده ی زیادی برای کسب و کار خواهد شد. با توجه به اهمیت زیاد این دارایی در کسب و کار، می توان این گونه فرض کرد که دارایی حاصل از سرمایه ی انسانی که با دانش، انگیزه ی ذاتی آن ها برای ایجاد کسب و کار نوپا، تمایل به حل مسائل و تعاملات اجتماعی آن ها، و همین طور تعامل خوب مابین اعضای تیم کارآفرینی سنجیده می شود، نشانگر نقش مثبت و قابل توجه آن برای موفقیت کسب و کارهای نوپا می باشد.

فرض فرعی هفتم: تعامل بهتر و موثرتر افراد تیم کارآفرینی با یکدیگر، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

سرمایه ساختار سازمانی

بعد دوم دارایی نامشهود، ساختار و فرآیند سازمانی است و به دانشی که قابل درونی سازی و نگه داشتن داخل سازمان و در قالب ساختار، فرآیندها یا فرهنگ آن و حتی در صورت ترک پرسنل باشد. به این دلیل، و برخلاف سرمایه انسانی که بطور کلی قابل احصاء توسط سازمان نمی باشد، سرمایه سازمانی به عنوان دارایی سازمان به شمار می رود و شامل تمامی دارایی ها غیر انسانی سازمان، از فرهنگ و فرآیندهای سازمانی تا سیستم ها و بانک های اطلاعاتی، می باشد (بونتیس و همکاران ۲۰۰۰). سوییای (۲۰۰۰) این بعد را دارایی درونی سازمان و شامل اجزایی مانند ثبت اختراعات، فرآیندها و

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

ساختارهای اجرایی، راهبری و انفورماتیکی سازمان، فرهنگ، و بلوغ سازمانی که حتی با وجود ترک کارکنان، در سازمان باقی می‌مانند، اطلاق نموده است.

ارزیابی این نوع دارایی نامشهود در کسب و کارهای نوپا بسیار مشکل می‌باشد، دلیل اصلی آن عدم ظهور و بلوغ آن به دلیل زمان کوتاه آغاز به کار کسب و کار و نداشتن زمان کافی برای درونی‌سازی فرآیندها، تجربیات و تبدیل آنها به دانش می‌باشد. بنابراین، یکی از جنبه‌های آن دارایی نامشهود، ارزش ایجاد شده توسط تبدیل سرمایه انسانی و ارتباطی به دانش ساختاری و فرآیندی سازمان می‌باشد که متعلق به پرسنل و نیروی انسانی نبوده و به دارایی‌های ساختار سازمان تبدیل شده است. اما، می‌خواهیم اهمیت این نوع دارایی سازمان را از آغاز فعالیتش بررسی نماییم؛ بنابراین، فرض دوم تحقیق بشرح "ارزش بالاتر دارایی نامشهود ناشی از ساختار سازمانی کسب و کار نوپا، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد." در نظر گرفته شده است.

فرآیندهای معمول سازمان، سازمان‌ها به منظور مواجهه با محیط ناپایدار پیرامون خود، فرآیندهای داخلی و فعالیت‌هایی متناسب با مشکلات و برای حل آن‌ها ایجاد می‌کنند. اگرچه صحبت در خصوص استانداردسازی فرآیندهای کارا و توسعه‌ی خدمات مناسب برای این گونه موارد ممکن نمی‌باشد، در اثنای سال اول آغاز بکار کسب و کار و برای فعالیت‌های مشخصی، فرآیندهایی برای تسهیل فعالیت کارآفرین و صرفه‌جویی زمان او برای انجام آن کارها که وابسته به دانش، شرایط تصمیم‌گیری و اجرای او می‌باشند، ایجاد می‌شوند. بنابراین، به عنوان مثال، آگاهی پرسنل سازمان از مراحل که در هنگام وقوع حادثه‌ای بایستی انجام دهند بجای آن که در هر مورد از صاحب سازمان سوال کنند، نقش مثبت و موثری در افزایش کارایی و بهره‌وری سازمان خواهد داشت. بنابراین، تعریف و ایجاد روش‌ها به سازمان‌های نوپا برای صرفه‌جویی در زمان و منابع و از طریق ساده‌تر نمودن تصمیمات روزمره هنگام یافتن راه‌حل به منظور مواجهه با مشکل، کمک می‌کند. براین اساس فرض زیر در نظر گرفته شده است:

فرض فرعی اول: انطباق بهتر سازمان برای استفاده از روش‌ها و فرآیندها به منظور تسهیل فعالیت‌های روزمره، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

نوآوری، هنگامی که از نوآوری صحبت می‌شود، عده‌ای آن را معرفی محصول و یا فرآیند جدیدی، اطلاق می‌کنند؛ اما، بدلیل ماهیت متفاوتشان، و در مسیر مشخصی، کسب و کارهای نوپا مدلی از نوآوری را در اغلب جنبه‌ها ارائه می‌کنند. در مورد کسب و کارهای نوپا، که عموماً کوچک می‌باشند، سطح نوآوری و فعالیت‌های نوآرانه در آن‌ها قابل توجه بوده و در بخش‌هایی حتی این سطح از شرکت‌های بزرگ بمراتب بیشتر می‌باشد. علاوه بر آن، صرف‌نظر از ارائه محصولات جدید، نوآوری در فرآیندها، مانند استفاده از فناوری‌های نو، در شرکت‌های نوپا بسیار مهم می‌باشد. در حقیقت، در مورد شرکت‌ها کوچک بطور اخص، و با در نظر گرفتن این واقعیت که معمولاً هر شکل از نوآوری می‌تواند منجر به رشد این

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

شرکت‌ها شود، **هیانکس (۱۹۹۸)** دریافت که تنها فرآیندهای نوآورانه می‌توانند منجر به افزایش بهره‌وری و تولید شوند. خلاصه‌ی مطلب بالا در قالب فرض فرعی زیر بیان شده‌است:

فرض فرعی دوم: سطح بالاتر نوآوری سازمان‌ها، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

توانایی و قابلیت تولید محصول و یا ارائه خدمات، در مطالعات صورت گرفته بر روی سازمان‌های بزرگ و جافتاده، کارایی و توانایی در فرآیند تولید محصول و ارائه خدمات دو مقوله‌ی حیاتی و مهم در خصوص دارایی نامشهود سازمان بشمار می‌روند. بنابراین، یک بررسی جامع از فرآیندهای سازمان آشکار می‌کند که عدم وجود این دو مقوله می‌تواند منجر به از دست رفتن زمان و پول شود. با وجود جنبه‌ی منفی آن‌ها، ولی با افزایش ارزش افزوده به یک یا چندتا از مزیت‌های رقابتی سازمان، این فرآیندها می‌توانند به یکی از نقاط قوت سازمان، بدل شوند. این فرآیندها اغلب در شرکت‌های نوپا مشخص و تعریف نشده‌اند و در سال‌های ابتدایی آغاز فعالیت شرکت، در حال تغییر و انطباق می‌باشند. اما، با در نظر گرفتن تغییرات مکرر آن‌ها، در سال‌های ابتدایی زمان مورد نیاز برای شکل‌دهی آینده سازمان و موفقیت آن، از طریق ایجاد فرآیند ارائه‌ی خدمت / تولید و یا رفع خطاهایی که ممکن است اتفاق بیافتند و منجر به ایجاد اعتبار مشتریان و شناخته شدن سازمان شوند، بسیار حیاتی است. به همین دلیل، فرض فرعی زیر در نظر گرفته شده‌است:

فرض فرعی سوم: قابلیت بهتر در ایجاد فرآیندهای تولید و ارائه خدمات، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

فرهنگی، مقوله‌ی مهم دیگری که به درک دارایی‌های نامشهود و نحوه گردش و مدیریت دانش در سازمان کمک می‌کند، تحلیل فرهنگ سازمان است. فرهنگ و وضعیت موجود کسب‌وکار نوپا برای مواجهه با مراحل حیات و رشد آن، حیاتی می‌باشد. اگرچه بندرت می‌توان ارزش و مزیت رقابتی مشخصی را در یک کسب‌وکار نوپا یافت، اما در سال‌های ابتدایی فعالیت کسب‌وکار نوپا شرایط خاصی پیش می‌آیند که تمایل و انگیزه‌ی کارآفرین برای توسعه و رشد شرکت نوپا، فرهنگی را شکل می‌دهد. اگرچه این فرهنگ از با اشتراک‌گذاری تجربیات افراد سازمان ایجاد گردیده، اما این باورها، ارزش‌ها و برتری‌های ایجادکننده و کارآفرین است که در سال‌های ابتدایی آغاز به کار سازمان منجر به ایجاد این فرهنگ شده‌است. اساساً فرهنگ دارای سه منبع می‌باشد: (۱) باورها، ارزش‌ها و برتری‌های ایجادکننده کسب‌وکار و سازمان؛ (۲) تجربیات و آموخته‌های افراد و پرسنل سازمان؛ (۳) باورها، ارزش‌ها و برتری‌های جدید که توسط افراد و رهبران تازه‌وارد به سازمان، ایجاد می‌شوند. با بررسی ارتباط مابین ویژگی‌های فرهنگی با بهره‌وری سازمانی، درمی‌یابیم که ویژگی‌های انطباق‌پذیری، دوام و پایداری داخلی و تعامل و همکاری همگی از جنبه‌های مثبت برای موفق نمودن کسب‌وکار بشمار می‌روند. موارد بالا را می‌توان در سه فرضیه فرعی زیر خلاصه نمود:

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



فرض فرعی چهار: در یک کسب و کار نوپا، فرهنگی که از تعامل بیشتر کارکنان با یکدیگر شکل می گیرد، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

فرض فرعی پنجم: در یک کسب و کار نوپا، فرهنگی که از انطباق بیشتر آن شکل می گیرد، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

فرض فرعی ششم: در یک کسب و کار نوپا، فرهنگی که از پایداری و دوام داخلی بیشتر سازمان شکل می گیرد، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.

سرمایه ارتباطی

در نهایت، آخرین بعد، سرمایه ارتباطی است و از این ایده که سازمان ها سیستم های ایزوله نبوده و در ابعاد گسترده ای به محیط اطرافشان وابسته هستند، شکل می گیرد. این نوع از سرمایه شامل ارزش ایجاد شده توسط ارتباط، نه تنها با مشتریان، تامین کنندگان و سهامداران بلکه با تمامی ذینفعان داخل و خارج از سازمان می باشد. در مطالعه ای دیگر انجام شده، بر روی ۱۳۰ شرکت نوپای اسپانیای، شش فرضیه ی ناشی از نقش مثبت دارایی های نامشهود ارتباطی در موفقیت کسب و کارها معرفی و مورد بررسی قرار گرفته اند. در مطالعه ای دیگری نقش محیط کسب و کار و سرمایه ی ارتباطی ناشی از روابط و همکاری های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته و نقش و اهمیت ارتباط کسب و کارهای نوپا با دانشگاه ها، صنایع و سازمان های دولتی و همچنین بر روی استفاده از آن ها، تحقیق شده است. یا در مطالعه ای صورت گرفته توسط (ژئونگ و کیم ۲۰۲۰) بر روی ۳۶۳ شرکت نوپا، نقش موثر و مثبت سرمایه گذاری های جذب شده توسط آن کسب و کارها را به عنوان یکی از عوامل موفقیت رشد و تداوم فعالیت آن ها مطرح نموده اند. ارتباط هایی از این دست که منجر به ایجاد ارزش در سازمان می گردند، به عنوان سرمایه ی ارتباطی در نظر گرفته می شوند. به عبارت دیگر، این سرمایه دانشی است که از ارتباط های مابین سازمان و گروه های مرجع آن، شکل می گیرد. **سویبای (۲۰۰۰)** این بعد از سرمایه ی سازمان، جزء خارجی آن که شامل روابط با مشتریان و تامین کنندگان، نام محصول ها، علائم تجاری ثبت شده، اعتبار و تصویر بیرونی سازمان است، اطلاق نموده است. تعدادی از این نوع دارایی ها قابل حمایت قانونی بوده، در حالی که در مورد تعدادی دیگر، عملاً این حمایت غیرممکن می باشد. علاوه بر آن، سرمایه گذاری بر روی بسیاری از این دارایی ها منجر به تحصیل منافع در شرایط نامطمئن شده، به عنوان مثال، پیش بینی تاثیر سرمایه گذاری برای تقویت تصویر بیرونی سازمان کار دشواری است. بنابراین، فرضیه نهایی مطرح شده عبارت است از *ارزش بیشتر ناشی از سرمایه های ارتباطی سازمان، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال های اولیه عمرش افزایش می دهد.*

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



حمایت از طریق شبکه‌های غیررسمی، اگرچه در نگاه اول ارتباط‌های ایجاد شده توسط سازمان با گروه‌ها و سازمان‌های دیگر، تنها رابطه‌ای قابل توجه به‌شمار می‌آید، ارتباط شخصی شبکه‌ی کارآفرینان با یکدیگر می‌تواند به مهم‌ترین منبع برای یک کسب‌وکار نوپا و در سال‌های ابتدای فعالیتش بدل شده، و در داخل این شبکه‌ها حمایت‌های خانوادگی و دوستان منجر به ایجاد موقعیت ممتازی برای کسب‌وکار خواهند شد. براین اساس، ذکر این موضوع اهمیت دارد که در اکثر مواقع این خانواده و فامیل هستند که حمایت‌های احساسی و عملی را از کارآفرین به‌عمل می‌آورند. در موارد زیادی، افراد فامیل و دوستان به منابع مهم تامین سرمایه و نیروی کار بدل شده که این خود صرفه‌جویی در هزینه‌ها را در پی دارد. بنابراین، از یک سو کارها و کمک‌های افراد فامیل در سال‌های ابتدایی آغاز به‌کار کسب‌وکار نقش مهمی را در تامین محدودیت‌های مالی و کاهش هزینه‌های مربوط به کارکنان در آن دوره داشته، از سوی دیگر اعتبار و حمایت ناشی از کار افراد خانواده در کسب‌وکار به‌معنی کم کردن فعالیت‌های کارآفرین و کمک به او در پیشبرد کسب‌وکار می‌باشد. علاوه بر آن، حمایت شریک زندگی از طریق ایجاد پایداری احساسی می‌تواند منجر به ایجاد بهره‌وری در فعالیت‌های کسب‌وکار نوپا گردد. بنابراین فرض فرعی زیر مطرح می‌شود:

فرض فرعی اول: حمایت بیشتری که کارآفرین از شبکه‌های ارتباطی غیررسمی دریافت می‌کند، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

اعتبار در کسب‌وکارهای نوپا و ریسک و پذیر، اعتبار، دارایی نامشهودی است که می‌تواند مفاهیم و جنبه‌های مختلفی داشته باشد. در این راستا، اعتبار می‌تواند نتیجه‌ی شخصیت و شناخته‌شده بودن کارآفرین بوده که سازمان می‌تواند در ماه‌ها و سال‌های ابتدایی آغاز فعالیتش، کسب نماید. در سال‌های ابتدایی آغاز به‌کار، اعتبار خوب نه‌تنها به کسب‌وکار در جذب مشتریان خوب و ارائه‌ی وجهی خوب به مشتریان کمک نموده، بلکه به جذب سرمایه و منابعی که بدون دراختیار داشتن آن اعتبار (دارایی نامشهود) ممکن نبود، کمک می‌نماید. بنابراین، کارآفرین و کسب‌وکاری که به دنبال ارتقا و یا ساختن اعتباری خوب باشد، شانس بیشتری برای بقاء و کسب سود بیشتر خواهد داشت. اما، فعالیت‌هایی که منجر به آسیب به این دارایی نامشهود گردند، آثار منفی بر سازمان داشته که می‌تواند بازگرداندن اعتبار از دست رفته و ایجاد اعتبار جدید برای سازمان را بسیار دشوار نمایند. بنابراین فرضیه‌ی فرعی زیر مطرح می‌شود:

فرض فرعی دوم: اعتبار بهتر کسب شده توسط کسب‌وکار نوپا، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

ارتباطات در شبکه‌های ایجاد شده در سال‌های ابتدایی کسب‌وکار، همکاری با کسب‌وکارهای دیگر می‌توانند تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر بهره‌وری کسب‌وکارهای نوپا بگذارند: همکاری‌ها با سایر کسب‌وکارها بواسطه‌ی تامین اطلاعات، دانش و منابع مکمل از آن‌ها، می‌تواند منجر به حمایت از کسب‌وکار و توسعه‌ی آن شود. علاوه بر آن، عقد قرارداد و

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



توافقنامه با آن‌ها نیز می‌تواند کسب‌وکار را در جذب سرمایه‌گذاران جدید از طریق ایجاد وجهه‌ی قانونی برای آن و برطرف نمودن شک در برگشت سرمایه، کمک نماید. وانگهی، ارتباط‌هایی که سازمان با محیط اطرافش ایجاد می‌کند، تماس‌های برقرار شده با سازمان‌های دیگر فعال در آن بخش و یا بخش‌های دیگر نیز از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد. بنابراین، هرگونه همکاری رسمی و یا غیررسمی، می‌تواند شامل کانال‌های ارتباطی، کسب منابع و یا دسترسی به کانال‌های توزیع، باشد. علاوه بر آن، رویدادها، نمایشگاه‌های تجاری و سمینارها مرتبط با موضوع کسب‌وکار، روش دیگری برای کسب اطلاعات مربوط به بازار مشخصی که کسب‌وکار قصد حرکت به آن سمت را داشته و یا فعالیت‌های کلی کارآفرینی، باشد. براین اساس فرضیه‌ی فرعی زیر مطرح شده است:

فرض فرعی سه: ارتباطات بیشتر شرکت، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

دسترس‌پذیری، جنبه‌ی بسیار مهم دیگر در فعالیت‌های سازمان بویژه برای کسب‌وکارهای غیرتولیدی و فروش محور، درجه‌ی نزدیکی و دسترسی به مشتریان می‌باشد. بنابراین، با توجه به نوع فعالیت کسب‌وکار، محل فیزیکی قرارگیری آن، نقش حیاتی در تسهیل توسعه‌ی آن دارد. این واقعیت که مشتریان امکان دسترسی آسان به کسب‌وکار را داشته و احساس نزدیک بودن به آن را داشته باشند، ارزش افزوده‌ای است که به سازمان اضافه می‌شود. علاوه بر آن، قرارگیری در یک موقعیت استراتژیک، مانند محلی با عبور و مرور عابرین زیاد و یا منطقه‌ی شلوغ برای کسب‌وکارهای فروش، یا در یک ساختمان متمایز و شیک برای کسب‌وکارهای خدمات تخصصی، می‌تواند نتایج مثبتی در موفقیت یک کسب‌وکار نوپا داشته باشد.

فرض فرعی چهارم: دسترس‌پذیر بودن بیشتر کسب‌وکار توسط مشتریان، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

توانایی تامین‌کننده، این دارایی با اندازه و موقعیت قرارگیری تامین‌کننده اشاره دارد. در این راستا، در مورد کسب‌وکارهای نوپا، پنا (۲۰۰۲) به این نکته‌ی جالب که، اکثر کسب‌وکارهای موفق آن‌هایی هستند که حجم خریدهای بالا داشته و یا به عبارت دیگر با تعداد تامین‌کنندگان بیشتری کار می‌کنند، اشاره دارد. همچنین پنا (۲۰۰۲) دریافت که داشتن سهم بیشتر در تامین‌کنندگان محلی تاثیر مثبتی در بهره‌وری کسب‌وکار دارد. نتایج جالب این مطالعات، ما را بر آن داشت تا توانایی خاص تامین‌کننده‌ای را به عنوان دارایی نامشهود و ارزش افزوده برای کسب‌وکار، مورد بررسی قرار دهیم. بطور خاص حجم خرید کسب‌وکار نوپا و محل قرارگیری تامین‌کنندگان از توانایی‌ها و ویژگی‌های مهم تامین‌کنندگان می‌باشند. با توجه به این موضوع، فرضیات زیر مطرح شده‌اند:

فرض فرعی پنجم: تعداد بیشتر تامین‌کنندگانی که کسب‌وکار نوپا از آن‌ها خرید می‌کند، احتمال موفقیت کسب‌وکار را در سال‌های اولیه عمرش افزایش می‌دهد.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

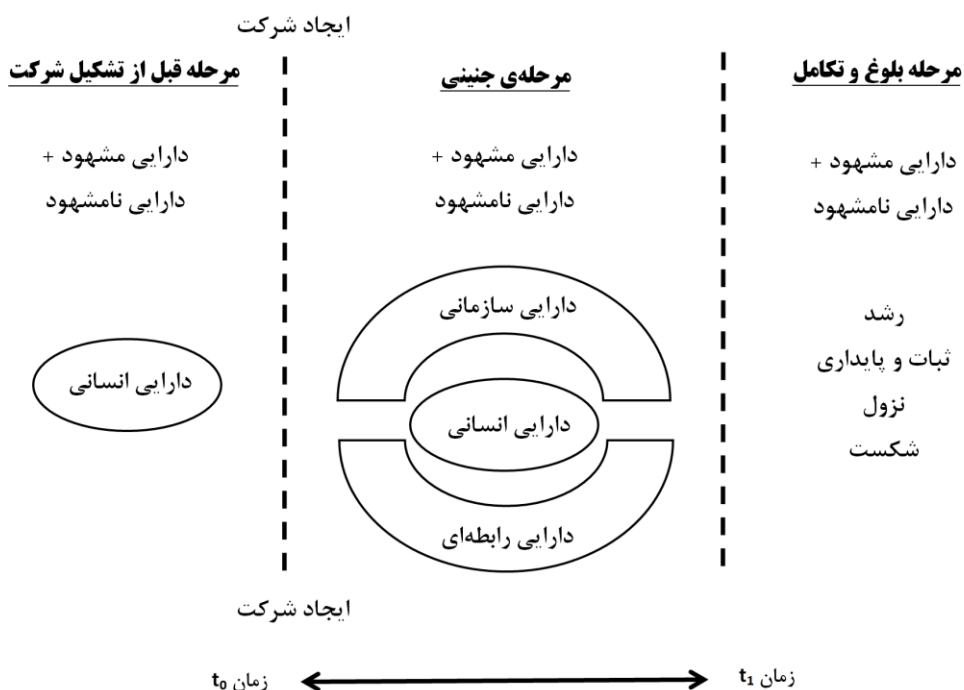
فرض فرعی ششم: تامین سهم بیشتر کسب و کار نوپا از تامین کنندگان محلی، احتمال موفقیت کسب و کار را در سال-های اولیه عمرش افزایش می دهد.

تا اینجا سعی گردید تا معیارهای و عوامل موثر در موفقیت کسب و کارهای نوپا در قالب انواع دارایی های نامشهود مطرح در آن ها مورد بررسی قرار گرفته و ضمن ارائه ی شرح مختصری از نقش آن ها، میزان تاثیرگذاری بر کسب و کار نوپا نیز شرح داده شوند.

در ادامه و به منظور مقایسه ی تحلیلی انواع دارایی نامشهود در کسب و کارهای نوپا در ایران، ابتدا ضمن ارائه ی مدلی از فرآیند شکل گیری و رشد کسب و کارهای نوپا، نتیجه ی ارزیابی انواع دارایی های نامشهود در تعدادی از کسب و کارها ارائه شده اند. هدف، رسیدن به الگویی با توجه به ارقام برآورد شده است، تا بتوان ضمن تحلیل میزان و نقش انواع دارایی های نامشهود در شرکت های نوپا، نتایج تحقیقات صورت گرفته را تایید نمود.

چارچوبی برای دارایی های نامشهود در شرکت های نوپا

همچنان که شرکت هادر ورود به کسب و کار با موانع و مشکلاتی مواجه می شوند، اغلب در سال های ابتدایی فعالیت شان هم با مشکلات و چالش های زیادی روبرو هستند. با بررسی چرخه ی عمر شرکت ها و به منظور بررسی شکل گیری و نقش دارایی های نامشهود در توسعه ی کسب و کار، مراحل ایجاد شرکت را در سه مرحله ی زیر نمایش داده شده است:



بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

معمولا زمانی وجود دارد که کارآفرین ایده‌ی خود را پرورش داده و تصمیم به راه‌اندازی کسب‌وکار خود می‌گیرد. در این مرحله، از آنجایی که هنوز شرکت ایجاد نشده است تنها دارایی نامشهود موجود، سرمایه‌ی انسانی است. دانش، تجربه و انگیزه‌ی کارآفرین نه تنها برای شروع کسب‌وکار، بلکه برای عبور از شرایط و چالش‌های کسب‌وکار نیز حائز اهمیت می‌باشند.

مرحله‌ی دوم، بازه‌ی زمانی جنینی می‌باشد. هنگامی که شرکتی ایجاد می‌شود، وارد یک فرآیند پیچیده‌ای می‌شود که در آن کارآفرینان می‌بایست نسبت به ایجاد شرایط مناسب در بازار، و از همه مهمتر، ایجاد یک سازمان موفق تلاش قابل ملاحظه‌ی انجام دهند. در این مرحله، که از زمان t_0 (ایجاد شرکت) تا زمان t_1 (شکل بالا) ادامه دارد، هر دو دارایی سازمانی (مانند ویژگی‌های خاص کسب‌وکار) و روابط بیرونی سازمان (مانند روابط با ذینفعان خارجی) با یکدیگر تلفیق شده و به سرمایه‌ی انسانی شرکت، اضافه می‌شوند. این سه نوع دارایی نامشهود از نزدیک با یکدیگر مرتبط بوده و در بهبود دیگری موثر می‌باشند. در این مرحله؛ کارآفرینان بایستی بر روی سطح سرمایه‌گذاری (مانند، مالی، زمانی، نیروی انسانی و نظایر آن‌ها) در هریک از سه نوع دارایی نامشهود و در جهت توسعه و تقویت شایستگی اصلی شرکت خود، که این شایستگی منجر به ایجاد مزیت رقابتی در کسب‌وکارهای نوپا می‌شوند، تصمیم بگیرند.

کارآفرینان از لحظه‌ی ایجاد شرکت، بطور مستمر درگیر فرآیند یادگیری می‌باشند. آن‌ها به دنبال سطح موثر کارایی برای رسیدن به مزیت رقابتی در بازار، و همچنین اغلب به دنبال موقعیت‌های جدید کسب‌وکار برای توسعه‌ی فعالیت‌های شرکت می‌باشند. یادگیری، دانش و تجربه‌ای که در هریک از سه نوع دارایی‌های نامشهود (سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی سازمانی و سرمایه‌ی ارتباطی) موجب شکل‌گیری دارایی‌های نامشهود اصلی شرکت شده که در نهایت می‌توانند منجر به بقاء و رشد کسب‌وکارهای نوپا گردند. از آنجایی که این سه دسته از دارایی‌های نامشهود، نه تنها بطور مستقیم بر روی کسب‌وکار موثر می‌باشند، بلکه منجر به هم‌افزایی یکدیگر و افزایش ارزش دارایی‌های نامشهود شرکت می‌شوند، لذا نباید از وابستگی دارایی‌های نامشهود به یکدیگر چشم‌پوشی شود.

خروجی مرحله‌ی جنینی، مرحله‌ی استحکام کسب‌وکار می‌باشد. پس از چندسال فعالیت کسب‌وکار و فرآیند یادگیری، کارآفرین راه‌های رسیدن به موفقیت در آینده را درمی‌یابد. فرایند استحکام کسب‌وکار نوپا می‌تواند از شکست در کسب‌وکار (بطور مثال، هنگامی که کارآفرین تصمیم به توقف ادامه‌ی کسب‌وکار می‌گیرد)، پس‌رفت (به عنوان مثال، هنگامی که انتظارات برآورده نشده ولی همچنان کسب‌وکار به فعالیت ادامه داده و نتایج ضعیفی را کسب می‌کند)، پایداری (به عنوان مثال، هنگامی که شرکت مطابق با انتظارات پیشرفت نکرده، و سرمایه‌ی نامشهود به همان ارزش اولیه باقی مانده

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



است)، و رشد (به عنوان مثال، هنگامی که کسب و کار نوپا رشد نموده و ارزش دارایی های نامشهود آن افزایش می یابند). هریک از این چهار نتیجه بواسطه ی قابل استفاده بودن و تجمیع ارزش در هریک از سه نوع دارایی نامشهود (سرمایه ی انسانی، سرمایه های سازمانی و روابط) که در چارچوب ارائه شده سرمایه ی نامشهود قابل تشخیص می باشند، حاصل خواهند شد.

تا این قسمت از تحلیل و مطالعه، ضمن بررسی سه گروه کلی از دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، تغییر میزان نقش آفرینی و اهمیت هریک از انواع دارایی های نامشهود با رشد، تکامل شرکت نوپا و با سپری شدن زمان نیز مورد تاکید قرار گرفت.

تعدادی از تحقیقات انجام شده، مدیریت سازمان و نقش آن ها در اداره شرکت را به عنوان دارایی نامشهود سازمان و دارای ارزش بررسی نموده و نقش قابل توجهی را برای آن قائل شده اند. در این تحلیل، بواسطه ی رویکرد بررسی شرکت های نوپا، نقش مدیریت در ارزش کارآفرینان و نیروی انسانی آن ها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. در ادامه مدل کسب و کار مورد استفاده در شرکت به عنوان دارایی نامشهود و نقش آن در ایجاد ارزش را که کمتر مورد توجه قرار گرفته را بررسی نموده ایم.

مدل کسب و کار موضوع فعالیت شرکت، نقش آن به عنوان دارایی نامشهود

مدل کسب و کار به عنوان دارایی نامشهود، اهمیت و هدف از ارزیابی مالی مدل کسب و کار و تحلیل و ارزیابی تاثیر مالی آن در فعالیت شرکت ها از موضوعاتی است که می بایست در ارزیابی دارایی های نامشهود شرکت ها و سازمان ها مورد توجه قرار گیرند (پیام حنفی زاده؛ سید سعید حسینیون؛ حمیدرضا خدمت گذار ۲۰۱۵).

تحقیقات صورت گرفته در حوزه ی اول ثابت می کنند که مدل کسب و کار، دارای ویژگی های یک دارایی نامشهود است، بنابراین اهمیت ارزیابی مالی آن، با توجه به هدف و موضوعیت ارزیابی دارایی های نامشهود در یک شرکت، قابل توجیه می باشد.

هوستروالد (۲۰۰۴) به تعدادی از مدل های کسب و کاری که بصورت اختراع ثبت شده و از آن ها در پرونده های حقوقی و حل اختلافات قانونی استفاده شده، اشاره کرده است. علاوه بر آن، او تصریح نموده که مدل کسب و کار هم به خودی خود می تواند عامل ایجاد مزیت رقابتی در شرکت شود که این بطور کامل متفاوت از مزیت رقابتی ناشی از شرایط بازار برای محصول ها و خدمات شرکت، می باشد. در اکثر شرکت ها، علاوه بر ارتقای محصول ها و خدمات، تلاش می گردد مدل کسب و کار بهینه و موثری طراحی و استفاده شود مطالعاتی در خصوص مدل کسب و کار به عنوان دارایی نامشهود شرکت داشته، که در کنار آن ها می توان به مطالعات راس (۲۰۰۱) و ریوت و کلین (۲۰۰۰) نیز اشاره نمود.

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



همچنین تشریح مشخصات دارایی نامشهود و ویژگی‌های مدل کسب‌وکار، برای لحاظ نمودن آن مدل کسب‌وکار به عنوان دارایی نامشهود، قابل استفاده است. **میشرا و جان جهان‌والا (۲۰۰۹)** در مطالعات خود مستقیماً به این ویژگی‌ها اشاره نموده‌اند. همچنین سازمان بین‌المللی استانداردهای حسابداری (^۷IASB)، سازمان استانداردهای گزارش‌های مالی (^۸IFRS) و مجمع ارزیابی بین‌المللی (^۹IVC) (۲۰۱۰) نیز به این ویژگی‌ها اشاره نموده‌اند. مدل کسب‌وکار اکثر ویژگی‌های مربوط به دارایی‌های نامشهود را دارا می‌باشد. این ویژگی‌ها ماهیت غیر پولی و غیر فیزیکی داشته و از طریق فعالیت‌های داخلی کسب‌وکار و با برطرف نمودن موانع و محدودیت‌ها و از طریق مزیت رقابتی منحصر بفرد ایجاد شده، منجر به ایجاد منافع اقتصادی در کسب‌وکار می‌شوند. در داخل شرکت، این مقوله بطور خاص، از طریق هدف شرکت قابل تمایز و تعریف می‌باشد. مانند سایر دارایی‌های نامشهود، مدل کسب‌وکار به تنهایی نمی‌تواند ایجاد ارزش نموده و برای خلق ارزش نیاز به سایر دارایی‌های نامشهود دارد. همان‌گونه که پیشتر شرح داده شد، وجود سوابق ثبت مدل کسب‌وکار به عنوان یک دارایی قانونی، خود حاکی از قابلیت مدل کسب‌وکار در خلق ارزش است. بنابراین، موضوع قانونی بودن این ثبت و به دلیل پرهیز از همسانی در مدل کسب‌وکار، حائز اهمیت می‌باشد. بنابراین با لحاظ نمودن موضوعات مطرح شده، به نظر می‌رسد که می‌توان مدل کسب‌وکار را به عنوان یکی از انواع دارایی‌های نامشهود در نظر گرفت. بنابراین، اهمیت ارزیابی مالی مدل کسب‌وکار به عنوان دارایی نامشهود، قابل بررسی و تحقیق می‌باشد.

حوزه‌ی دوم تحقیقات صورت گرفته مربوط به اهمیت و هدف از ارزیابی مالی مدل کسب‌وکار می‌باشند. در فضای رقابتی امروزی، دستیابی به مزیت رقابتی امری دشوار است. بنابراین، در اختیار داشتن مدل کسب‌وکار متمایزی که منجر به ایجاد مزیت رقابتی می‌شود، ایده‌آل است. اغلب سازمان‌ها به منظور حفظ مزیت رقابتی خود، به دنبال تغییر در مدل کسب‌وکار خود هستند، که این خود ضرورت ارزیابی مدل‌های کسب‌وکار را توجیه می‌کند (**کاسادئوس - ماسانل، ریکارت، ۲۰۱۰**). **هوریستی (۲۰۰۷)** این گونه مطرح کرده است که تحلیل گران مختلف، شامل مدیران مالی و مشاوران، به منظور اتخاذ تصمیم‌های مناسب‌تر درباره‌ی امور مالی یا قراردادهای الحاق و تفکیک مسائل مالی، نیز اقدام به ارزیابی مدل کسب‌وکار سازمان خود می‌کنند. **زوت و همکاران (۲۰۱۱)** نشان دادند که متخصصان و سایر افراد درگیر در اداره سازمان، مدل کسب‌وکار را در امری مانند ایجاد فرآیندها، مزیت‌های رقابتی، و بهره‌وری شرکت، بکار می‌گیرند. همچنین **تیس (۲۰۱۰)** این گونه مطرح نموده است که مهمترین روش‌های خلق ارزش توسط یک مدل کسب‌وکار، طراحی آن روش به شکلی است که کاملاً غیرقابل تقلید باشد. به عقیده‌ی او، سه روش وجود دارد که تقلید مدل کسب‌وکار را غیرجذاب می‌کند: اول، ایجاد مدل کسب‌وکاری که به دلیل استفاده از فرآیندهای پیچیده، سیستم و تجهیزات

^۷ International Accounting Standards Board

^۸ International Financial Reporting Standards

^۹ International Valuation Council

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

تقلید را دشوار، پرهزینه و غیرممکن نمایند؛ دوم، عدم وضوح و ابهام در جزئیات و اجزای بکارگرفته شده در مدل کسب-وکار؛ سوم، ایجاد و توسعه‌ی آن به‌شکلی که از تمایل و اشتیاق رقبا برای تقلید آن، کاسته شود. **مارکیدس و سوسا (۲۰۱۳)** براین موضوع تاکید دارند که هردو دسته پیشگامان و تازه‌واردان به بازار، در صورت استفاده از مدل کسب‌وکار نوآورانه، شانس بیشتری برای بقا و یا حتی پیروزی در بازار، دارند. در نهایت، مطالعاتی نیز وجود دارند که همگی آن‌ها بر امکان ایجاد مزیت رقابتی توسط مدل‌های کسب‌وکار، تاکید دارند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که مدل کسب‌وکار به‌خودی خود می‌تواند منجر به ایجاد مزیت رقابتی شود، پس ارزیابی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

تمرکز سومین حوزه از مطالعات و تحقیقات بر روی تاثیر مدل کسب‌وکار بر روی شرایط مالی و اقتصادی شرکت، می‌باشند. مطالعاتی وجود دارند که با استفاده از تحلیل داده‌ها و اطلاعات شرکت، تاثیر مدل کسب‌وکار بر روی افزایش ارزش شرکت و یا سود آن را بررسی نموده‌اند. اما هیچ‌یک از آن‌ها، ارزش مالی مدل کسب‌کار را به‌عنوان یک دارایی نامشهود مجزا، برآورد نکرده‌اند. دو مورد از مطالعات صورت‌گرفته بشرح ذیل آورده شده‌اند.

ویل، ملون، دروسو، هرمان و وورنر (۲۰۰۵) بر روی ارتباط میان انواع مدل‌های کسب‌وکار و سودآوری شرکت، بررسی کرده‌اند. براساس ارزش‌آفرینی و دارایی‌های نیروی انسانی، آن‌ها شانزده مدل کسب‌وکار تعریف نموده و صدها شرکت بزرگ آمریکایی را در این مدل‌ها طبقه‌بندی نمودند. سپس اقدام به بررسی بهره‌وری مالی هریک از این گروه‌ها براساس سه مشخصه‌ی درآمد عملیاتی، بازگشت سرمایه‌گذاری، و سهم بازار در سال ۲۰۰۰، نمودند. نتایج حاصل از این بررسی نشان دادند که در مقایسه با حوزه‌ی فعالیت صنعتی و کسب‌وکار، طبقه‌بندی شرکت‌ها براساس مدل کسب‌وکار، روش مطمئن‌تری برای پیش‌بینی بهره‌وری مالی آن‌ها می‌باشد. علاوه برآن، تعدادی از مدل‌های کسب‌وکار، در برخی از مشخصه‌ها، بهره‌وری بطور قابل ملاحظه‌ای بهتری، را ارائه کرده‌اند تحقیق آن‌ها بخوبی ارتباط میان مدل کسب‌وکار و بهره‌وری مالی (حتی در مورد کسب‌وکارهایی که تنها در یک حوزه‌ی کاری و صنعتی فعال می‌باشند) را نشان داده‌است. اما، آن‌ها بر روی تاثیر مدل کسب‌وکار در افزایش ارزش شرکت و این‌که مدل کسب‌وکار به تنهایی چقدر دارای ارزش مالی است، بررسی نکرده‌اند.

البته با درنظر گرفتن توضحات ارائه شده و همچنین ماهیت شرکت‌های نوپا، به‌نظر می‌رسد نقش دارایی نامشهود ناشی از مدل کسب‌کار و اهمیت آن در شرکت‌های نوپایی که مرحله جنینی خود را پشت‌سر گذاشته و وارد مرحله‌ی بلوغ شده‌اند، قابل لمس بوده و می‌توان نسبت به برآورد ارزش ناشی از آن (به‌عنوان یک مزیت رقابتی) اقدام نمود.

تحلیل و بررسی معیارهای مؤثر در ارزیابی دارایی نامشهود در شرکت‌های نوپا

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



در ادامه و به منظور تحلیل شرایط و عوامل موثر در موفقیت شرکت‌های نوپا (تازه تاسیس) از شاخص‌های موضوعی و تقریب‌های مورد استفاده توسط سرمایه‌گذاران و مالکان شرکت‌ها استفاده شده و همچنین به منظور اندازه‌گیری این شاخص‌ها و پارامترها روش (ون ونگلدن و همکاران ۲۰۰۰؛ زهرا و بوگنر ۲۰۰۰؛ رودس و باتلر ۲۰۰۴)، که بصورت گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند، بکار گرفته شده است.

شاخص‌های تحلیل در سه بعد گروه‌بندی شده‌اند: سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی ساختاری و سرمایه‌ی ارتباطی. بعد نیروی انسانی دارای شش دارایی نامشهود می‌باشد: (۱) دانش کسب‌وکار کارآفرین، که براساس میزان تجربه‌ی او و با توجه سال‌های فعالیتش در حوزه‌ی کاری به‌عنوان شاخص، سنجیده می‌شود. این شاخص مبتنی بر دو جزء پیشنهاد شده توسط فیذر و ویلارد (۱۹۹۰) و کوپر و همکاران (۱۹۹۴) می‌باشد. هدف این دو جزء تعیین درجه‌ی شباهت کسب‌وکار جدید از طریق مقایسه مشتریان و رقبای فعلی و دانش و مهارت لازم برای توسعه‌ی آن با کسب‌وکاری است که کارآفرین پیشتر در آن کار می‌کرده است. (۲) انگیزه‌ای که کارآفرین برای راه‌اندازی کسب‌وکار داشته، از طریق ارزیابی مجموعه‌ی محرک‌ها و میزان اهمیتی که هریک از آن‌ها برای کارآفرین دارد، بررسی شده است. دلیل آن که شخصی به کارآفرین بدل می‌شود مجموعه‌ای از محرک‌ها خارجی و انگیزه‌های شخصی فرد می‌باشد. (۳) تعهد کارآفرین از طریق تعداد ساعاتی که در طول هفته برای کسب‌وکار صرف می‌کند. (۴) یافتن پاسخ از طریق اندازه‌گیری معیارهای ارائه شده توسط بام و لاک (۲۰۰۴)، و اطلاعات ارزیابی ارائه شده در مورد سه موضوع از موضوعات مطرح شده توسط آن محققان، صورت گرفته است. (۵) مهارت‌های اجتماعی کارآفرین، که با نام‌های انتظارات اجتماعی و قابلیت انطباق اجتماعی، و از طریق اندازه‌گیری فرضیات مطرح شده در تحقیق بارون و مارکمن (۲۰۰۳) مطرح شده و تاثیر آن‌ها را در موفقیت یک کارآفرین بررسی نموده‌اند، صورت گرفته است. (۶) در نهایت، و مرتبط با تیم کارآفرینی، تعاملات اجتماعی تیم کارآفرینی که از طریق اندازه‌گیری فرضیات مطرح شده توسط لتچر (۲۰۰۱)، که مقوله‌هایی از قبیل ارتباط، هماهنگی و همبستگی تیم کارآفرینی را مورد بررسی قرار می‌دهند، صورت گرفته است.

بعد سرمایه‌ی ساختاری دارایی شش دارایی نامشهود می‌باشد. (۱) درجه‌ی نوآوری فرآیندی، براساس تحقیق صورت گرفته توسط استینر (۱۹۹۸) و ولف و پت (۲۰۰۶)، ما را به اهمیت استفاده از فناوری‌های نو و همین‌طور ارتقاء آن فناوری‌ها در ایجاد فرآیند تولید و ارائه‌ی خدمات کسب‌وکار، سوق می‌دهد. (۲) آگاهی از درجه‌ی کارآیی فرآیند توسعه و ایجاد محصول/خدمت کسب‌وکار (۳) درجه‌ای که فرآیندها در داخل سازمان ایجاد شده‌اند. آن محققین شاخصه‌های فرهنگی ارائه شده را مرتبط با بهره‌وری بالاتر کسب‌وکار دانسته و ویژگی‌های (۴) مشارکت و همکاری، (۵) انطباق-پذیری، (۶) پایداری و استحکام داخلی را پراهمیت‌تر مطرح نموده‌اند.

در خاتمه، بعد سرمایه‌ی ارتباطی سازمان، شامل پنج دارایی نامشهود است. (۱) روابط با مشتریان و تامین‌کنندگان فعلی و بالقوه، از طریق زمان صرف شده برای هماهنگی و برقراری آن روابط؛ به‌ویژه ساعات هفتگی صرف وقت برای

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



برقراری ارتباط با مشتریان و تامین کنندگان فعلی و جدید، می باشد. (۲) حمایت شبکه های غیررسمی از طریق معیارهای ارائه شده توسط **برودرل و پریسندورف (۱۹۹۸)**، که دریافتن میزان تاثیر حمایت معنوی و احساسی شریک زندگی کارآفرین و همین طور خانواده و دوستان کمک می کنند. (۳) ارتباطات سازمان از طریق معیار تعداد و تنوع قراردادهای منعقد شده سازمان (۴) دارایی دسترس پذیر بودن و نزدیکی کسب و کار به مشتری (۵) در نهایت، معیارهای ارائه شده توسط **اردونز دپابلو (۲۰۰۳)**: درصد مشتریانی که کارآفرین اعتقاد دارد، کسب و کار را به دیگران معرفی می کنند و درصد مراجعه ی مجدد مشتری پس از اولین خرید کالا و یا خدمت استفاده شده است.

علاوه بر آن، مجموعه ای از معیارهای جانبی موثر بر موفقیت یک کسب و کار نوپا که شرایط نتایج نهایی موثر می باشند نیز مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته اند. این معیارهای جانبی عبارتند از: (۱) شاخه ای که کسب و کار در آن فعالیت می کند، که شامل پنج شاخه ی فعالیت صنعتی، ساختمانی، فروش و عرضه ی غذا، مالی، قانونی و فنی و سایر فعالیت ها، می باشند؛ (۲) اندازه ی سازمان، براساس تعداد کارکنان آن سازمان در زمان این تحقیق ارزیابی شده است؛ (۳) طول عمر سازمان به ماه و در نهایت؛ (۴) تخمین کارآفرین از تعداد رقبا در مکان مشخصی که کسب و کار فعالیت می کند. علاوه بر مطالب ارائه شده سایر تحقیقات صورت گرفته در کشورهای مختلف و در حوزه ای مختلف کسب و کار نیز موید تاثیر و نقش رشد دارایی نامشهود در حرکت کسب و کار نوپا به سمت موفقیت می باشد.

از آن جمله می توان به تحقیق و مطالعه صورت گرفته بر روی نقش دارایی نامشهود و مجوزهای قانونی در افزایش کارایی و بهره وری کسب و کار به عنوان یک نمونه ی عملی موضوع بررسی توسط **حاجی و غزالی ۲۰۱۸**، یا نقش دارایی های نامشهود در بهره وری موضوع تحقیق در تعدادی از صنایع و کارخانجات منتخب در کشور بنگلادش **(فردانوس و رحمان ۲۰۱۹)**، یا تحقیق در حوزه ی کسب و کارهای کوچک و متوسط در حوزه ی ماهیگیری و کشاورزی با عنوان "آیا دارایی های نامشهود می تواند موید موفقیت کسب و کارها باشد" **(حاجی و همکاران ۲۰۱۸)** و یا از زاویه ی دیگر، بررسی نقش و اهمیت دارایی نامشهود در توسعه و رشد تنوع بازار و مشتریان به عنوان عاملی در موفقیت کسب و کارها **(آریگتی و همکاران ۲۰۱۴)** اشاره نمود.

نمونه های اشاره شده به همراه توجه به نقش برجسته ی این مطالعات و بروز بودن تحقیقات، همگی موید این است که توجه به دارایی های نامشهود و تلاش در رشد و توسعه ی آن ها در تمامی ابعاد و دسته بندی ها و در کلیه ی کسب و کارها می تواند از نقش و اهمیت ویژه ای برخوردار باشد.

با استفاده از نتایج حاصل از برآورد ارزش دارایی های نامشهود در تعدادی از شرکت های نوپا در ایران، سعی شده تا تحلیل و بررسی صورت گرفته در تحقیقات و نتایج آن تحقیقات نیز بر روی شرکت های نوپا ایرانی نیز مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرند.

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

سوال تحقیق

با توجه به مقدمه شرح ارائه شده در خصوص انواع دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا و با درنظر مراحل پیدایش و رشد کسب و کارها و میزان نقش آفرینی انواع دارایی های نامشهود در هر مرحله از پیدایش، رشد و رسیدن به مرحله بلوغ کسب و کارهای نوپا و همچنین بررسی نقش آن ها در رسیدن به موفقیت کسب و کارهای نوپا، به نظر می رسد که ارزیابی انواع دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، خصوصا در مرحله رشد آن ها می تواند در رسیدن به الگویی در حرکت کسب و کار نوپا به سمت موفقیت، موثر باشند. از آنچه شرح داده شد، می توان نتیجه گرفت که کسب و کارهای نوپا به لحاظ ارزش آفرینی ناشی از مزیت رقابتی آن ها با سایر کسب و کارهای مشابه، همواره در صدد رشد و افزایش دارایی های نامشهود خود می باشند، بنابراین ارزیابی دارایی های نامشهود در طی فرآیند کسب و کارهای نوپا می تواند به عنوان روشی در ارزیابی کسب و کارهای نوپا و وضعیت آن ها بکار گرفته شوند. در این تحقیق درصد اثبات فرضیه های مطرح در انواع دارایی های نامشهود و طبقه بندی آن ها در کسب و کارهای نوپا نبوده و هدف بررسی می توان سوال تحقیق را با این عنوان درنظر گرفت،

"آیا از میان انواع دارایی (های) نامشهود، می توان دارایی نامشهود موثرتری در کسب و کارهای نوپا معرفی نمود و آیا رشد دارایی های نامشهود ناشی از آن می تواند به عنوان الگویی در حرکت کسب و کارهای نوپای ایرانی به سمت موفقیت مورد توجه قرار گیرد؟"

برای پاسخ به سوال تحقیق فرضیه های تحقیق زیر درنظر گرفته شده اند. قصد داریم با پاسخ به این فرضیه ها به پاسخ سوال تحقیق دست یابیم.

- آیا در کسب و کارهای نوپای که در مرحله رشد قرار دارند، می توان دارایی های نامشهود آن ها را مشابه و یکسان درنظر گرفت؟
- آیا می توان دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپای در حال رشد را از نظر میزان نقش آفرینی آن ها، اولویت بندی نمود؟
- آیا می توان از میان انواع دارایی های نامشهود احصاء شده در فرض قبل، دارایی (های) نامشهودی را مشخص نمود که از اهمیت بیشتری در رشد و موفقیت کسب و کار نوپای در مقایسه با سایر دارایی های نامشهود آن برخوردار باشد؟
- آیا دارایی نامشهود احصاء شده، به نوع کسب و کار موضوع تحقیق بستگی دارد؟

در پاسخ به سوال تحقیق، سعی شده تا سیزده مورد کسب و کاری که در موضوع ارزش گذاری و تفکیک دارایی های نامشهود بررسی و ارزش گذاری شده اند، در یکی از انواع کسب و کارهای موضوع فرضیه های تحقیق درنظر گرفته شوند.

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

بررسی و پاسخ به فرضیه‌های تحقیق

به‌منظور پاسخ به فرضیه‌های اولیه تحقیق، با درنظر گرفتن نتایج تحقیقات صورت گرفته پیشین که در مقالات متعدد (استر هورمیگا؛ رزا بستینا-کانینو؛ آگوستین سانچز ۲۰۱۰ و ایناکی پنا ۲۰۰۲ و مارکو ون گلدن؛ روی توریک؛ نیلز باسما ۲۰۰۵) مورد سنجش و اعتبارسنجی قرار گرفته است، و از سوی دیگر فرضیه‌های درنظر گرفته شده در مقالات متعدد داخلی نیز همان نتایج را برای کسب و کارهای نوپای داخل ایران مورد ارزیابی و اثبات قرارداده‌اند، لذا پاسخ فرضیه‌های اولیه‌ی این تحقیق نیز با نتایج حاصل از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، تحلیل و بررسی آن‌ها، ارائه شده‌اند. سوالات پرسشنامه‌ها همگی توسط مالکین کسب و کارها و افراد ذینفع در آن‌ها پاسخ داده شده‌اند.

در نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته بر روی انواع دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، طول عمر کسب و کارها بیشتر از ۳ ماه و کمتر از ۴۲ ماه بوده و از سوی دیگر همگی به عنوان کسب و کارهای نوپا فعالیت می‌کردند (رینولدز و همکاران ۲۰۰۵). از سوی دیگر در تحقیق صورت گرفته از تغییرات در مدیریت و مالکیت کسب و کارها در بازه‌ی زمانی فعالیت آن‌ها، صرف‌نظر شده است.

در تحقیق صورت گرفته سعی شده بازه‌ی زمانی جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه‌ها و بررسی و مطالعه بر روی آن‌ها در مقطع زمانی با ثبات و با حداقل تغییرات در شرایط اقتصادی و محیط کسب و کار صورت گیرد.

متغیر وابسته مورد استفاده در تحقیق، عامل موفقیت در کسب و کارهای نوپا و شاخص‌های ارزیابی به‌منظور رسیدن به برآوردی در تحلیل سایر متغیرها و براساس تخمین ارائه شده توسط ایجاد کننده و مالک کسب و کارها، جمع‌آوری شده‌اند. از این روش بصورت گسترده و در بسیاری از تحقیقات پیشین نیز استفاده شده است (ون گلدن ۲۰۰۴؛ رودس و باتلر ۲۰۰۴ و زهرا و بوگر ۲۰۰۰).

روش تحقیق ۷ امتیازی لایکرت برای ارزیابی متغیرهای میزان فروش، نرخ موفقیت، رشد، دستیابی به اهداف اولیه راه-اندازی کسب و کار، موفقیت کلی کسب و کار و میزان موفقیت در رقابت با سایر رقبا که تحلیل این شش معیار و پارامتر ارزیابی، همگی در جهت اثبات فاکتور اصلی و حائز اهمیت در موفقیت کسب و کارهای نوپا بوده است.

علاوه بر پاسخ‌ها و برآوردهای صورت گرفته توسط کارآفرین‌ها و صاحبان کسب کارهای نوپا، به‌منظور اعتبارسنجی اطلاعات جمع‌آوری شده سعی شده است تا از اطلاعات رشد فروش و سودآوری در مقایسه با سال‌های قبل استفاده شود. وابستگی زیاد مابین ارزیابی موضوعی و نقش آن در بررسی هدف از ارزیابی پارامترها و متغیرها، می‌تواند به‌عنوان دلیلی بر اعتبار بررسی‌ها و تحقیق صورت گرفته باشد.

متغیرهای مستقل تحقیق در سه بعد، سرمایه‌های انسانی، سرمایه‌های سازمانی و بلوغ سازمانی و سرمایه‌های خارج از سازمان و روابط سازمانی دسته‌بندی شده‌اند. با توجه به توضیحات ارائه شده در پیشینه تحقیق هریک از دسته‌بندی‌های صورت گرفته درخصوص دارایی‌های نامشهود کسب و کارهای نوپا به زیرمجموعه‌هایی بشرح زیر قابل تفکیک می‌باشند:

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



سرمایه‌ی نیروی انسانی شامل (۱) دانش کارآفرین که با توجه به میزان تجربه‌ی او در راه‌اندازی کسب و کار موضوع بررسی قابل ارزیابی می‌باشد. (۲) انگیزه‌ی کارآفرین و براساس میزان انگیزه‌های غریزی و انگیزه‌های ناشی از عوامل بیرونی که منجر به تلاش کارآفرین برای حرکت بسمت موفقیت کسب و کار می‌گردد، ارزیابی می‌گردد. (۳) تعهد کارآفرین که با ارزیابی میزان صرف وقت او در پیشبرد کسب و کار ارزیابی می‌گردد (۴) میزان شفافیت در کسب و کار و ارزش‌های ارائه شده توسط آن (۵) مهارت کارآفرین در برقراری روابط اجتماعی؛ دو مهارت کارآفرین در درک انتظارات اجتماعی و انطباق‌پذیری اجتماعی (۶) در نهایت، و در ارتباط با اعضای تیم کسب و کار، مهارت کارآفرین در برقراری ارتباط اجتماعی و تعامل با تیم خود را می‌توان برشمرد.

سرمایه ساختار سازمان و فرآیندهای سازمان شامل (۱) درجه‌ای از نوآوری در فرآیندها که نمایانگر اهمیت استفاده از فناوری‌ها نوین در بهبود ارائه خدمات و بهره‌وری فرآیندهای کسب و کار می‌باشد (۲) اطلاع و آگاهی از قابلیت‌ها و امتیازات‌های کسب و کار در بهبود کارآیی ارائه خدمات و بهره‌وری که از طریق ارزیابی بازخورد مشتریان و حرکت به سمت کاهش نارضایتی‌ها و انتقادهای افزایش نظرات مثبت و رضایت‌مندی مشتریان (۳) درجه‌ی فرآیندهایی موجود در اجرای فرآیندها در کسب و کارها (۴) درجه‌ی مشارکت‌های درون سازمانی (۵) انطباق‌پذیری سازمانی (۶) پایداری و ثبات داخل سازمانی

در نهایت سرمایه روابط خارج از سازمان و ذینفعان شامل (۱) ارتباط با مشتریان و تامین‌کنندگان که براساس تعداد مشتریان و تامین‌کنندگان موجود و قابلیت‌های کسب و کار در ایجاد شبکه‌ی خارج از سازمان گسترده‌تر ارزیابی می‌گردد (۲) پشتیبانی از طریق حامیان غیررسمی و ارتباطات خانوادگی و همکاران قدیمی کاری که می‌تواند در پیشبرد اهداف کاری کسب و کار موثر باشند (۳) شبکه‌های ارتباطات کاری و تعاملات خارج از سازمان کسب و کار (۴) دسترسی پذیری خدمات و محصولات کسب و کار و نزدیکی به محل حضور مشتریان (۵) در نهایت، پارامترهای شناخته شده بودن کسب و کار از بابت درصد رضایت‌مندی مشتریان در مراجعه مجدد و از سوی دیگر اعتماد و اطمینان آن‌ها در معرفی خدمات/محصول کسب و کار به سایرین می‌باشد.

علاوه برآن از متغیرهای کنترلی برای ارزیابی مناسب‌تر انواع طبقه‌بندی‌های دارایی‌های نامشهود و تحلیل و بررسی متغیر وابسته استفاده شده است. متغیرهای کنترلی عبارتند از (۱) بخشی از فناوری، صنعت و کسب و کار که سازمان موضوع بررسی در آن فعالیت می‌کند، مانند صنعتی، ساختمانی، فروش، تهیه غذا، مالی، حقوقی و فعالیت فناورانه و نظایر آن‌ها (۲) اندازه و ابعاد سازمان که براساس تعداد کارکنان در زمان تحقیق و بررسی سنجیده شده است (۳) طول عمر سازمان براساس ماه فعالیت و ورود به مرحله‌ی جنینی (۴) برآورد و پیش‌بینی کارآفرین در تعداد رقبا در محدوده فعالیت و همچنین در نوع خدمات/محصول عرضه شده.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



برای اثبات فرض‌های تحقیق، در سه مورد از انواع کسب و کارها اقدام به بررسی آن‌ها و نقش دارایی‌های نامشهود در ایجاد مزیت رقابتی و ایجاد سهم بازار در آن‌ها، نقش دارایی‌های نامشهود در ارزش‌آفرینی و زنجیره‌ی ارزش و در نهایت انواع دارایی‌های نامشهودی که می‌توان در کسب و کارهای موضوع بررسی احصاء نمود، شده است. نکته‌ی حائز اهمیت در انتخاب و بررسی موضوعات کسب و کارها در شرکت‌های نوپا و کسب و کارهایی است که در مرحله‌ی جنینی از آغاز فعالیت خود قرار دارند.

سه موضوع کسب و کاری که مورد بررسی قرار گرفته‌اند عبارتند از خدمات فروشگاه اینترنتی (فروش کالا/خدمت)، ارائه خدمات در حوزه‌ی سلامت (اطلاع‌رسانی و ارائه‌ی اطلاعات برای کاهش وزن) و در نهایت ارائه‌ی خدمات پولی و مالی (کیف پول الکترونیکی و خدمات بازار سرمایه).

در هریک از سه موضوع کسب و کار انتخاب شده، ابتدا ضمن شرح مختصری از عملکرد هریک به تفکیک، زنجیره‌ی ارزش و مدل درآمدی در آن‌ها معرفی شده، روش ارزش‌آفرینی و ایجاد مزیت رقابتی در آن‌ها تحلیل و در نهایت انواع دارایی‌های نامشهود هریک در موضوع ارزش‌گذاری احصاء و طبقه‌بندی خواهند شد. هدف از این کار اثبات فرضیه‌های تحقیق می‌باشند.

در بررسی کسب و کارها و ارزش‌گذاری در آن‌ها موضوع سرفصل‌های بالا، از مدل‌های استاندارد و شناخته شده در زنجیره‌ی ارزش (زنجیره‌ی ارزش پورتر، فروشگاه ارزش و شبکه ارزش)، ارزش‌آفرینی و برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود (روش هزینه، روش درآمدی و روش ارزش منصفانه بازار) استفاده شده و در نهایت طبقه‌بندی انواع دارایی‌های نامشهود در یکی از سرفصل‌های دارایی نامشهود نیروی انسانی، دارایی نامشهود خارج از سازمان و دارایی نامشهود داخل سازمان صورت گرفته است.^{۱۰}

کسب و کار موضوع یک: پلتفرم‌های فروش کالا و خدمات^{۱۱}

این نوع از پلتفرم‌ها با استفاده از یک زیرساخت نرم‌افزاری توسعه و پیاده‌سازی شده، اقدام به عرضه محصولات و خدمات قابل فروش به مشتریان می‌نمایند. از مهمترین ویژگی‌های این دسته از کسب و کارها، قابلیت‌ها و ویژگی پلتفرم‌ها در

^{۱۰} اطلاعات استخراج شده از گزارش‌های کارشناسی تهیه شده توسط اینجانب مهرداد تاج‌بخش (کارشناس رسمی دادگستری در رشته رایانه و فناوری اطلاعات) و با صلاحیت ارزیابی دارایی نامشهود از شورای عالی کارشناسان رسمی دادگستری، عضو کمیسیون فنی و تخصصی ارزیابی دارایی‌های نامشهود شورای عالی کارشناسان رسمی دادگستری، عضو کارگروه بررسی ارزیابی شرکت‌های ارزش‌گذار دارایی‌های نامشهود معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با بیش از ۷ سال سابقه‌ی ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا و ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های فعال و حاضر در بازار سرمایه در حوزه‌ی رایانه و فناوری اطلاعات می‌باشند. تمامی گزارش‌های ارزش‌گذاری موضوع کاربرد در تحقیق در ارجاعات قانونی، انتقال سرمایه، امور مالیاتی و حسابداری مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

^{۱۱} شرکت‌های اکالا، شیپور، همراه مکانیک به عنوان نمونه ای از پلتفرم‌های ارزش‌گذاری شده در نظر گرفته شده‌اند.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



ارائه‌ی اطلاعات مناسب و معرفی محصول و خدمات از یک سو و سهولت در سفارش، پرداخت و دریافت کالا توسط مشتریان می‌باشد. با توجه به عملکرد این پلتفرم‌ها، زنجیره‌ی ارزش آن‌ها از نوع فروش کالا و خدمت یا همان زنجیره‌ی ارزش پورتر (مجازی) می‌باشد بنابراین مدل درآمدی در آن‌ها از تامین کالا/خدمات، بازاریابی و تبلیغات، فروش و تحویل کالا را شامل می‌شود. آنچه که پلتفرم‌های فعال را در این حوزه را از یکدیگر متمایز نموده و منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ایجاد سهم بازار بیشتر می‌گردد، علاوه بر قابلیت‌ها و امکانات پلتفرم نرم‌افزاری (به‌عنوان زیرساخت موضوع فعالیت کسب و کار) استفاده از شبکه‌ی گسترده‌ای از تامین‌کنندگان معتبر و شناخته شده، در کنار قیمت رقابتی در محصول و خدمت و همچنین ارسال سریع و مطمئن کالا و یا ارائه خدمت با هزینه‌ی پایین می‌باشد.

بنابراین عواملی که منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ارزش‌آفرینی در این دسته از کسب و کارها می‌گردد را می‌توان در کیفیت فنی و کارآیی زیرساخت نرم‌افزاری، تامین و عرضه کالا و خدمات با قیمت مناسب و همچنین ارسال و تحویل کالا در کوتاه‌ترین زمان و هزینه می‌باشد. البته عامل تبلیغات و بازاریابی را نیز نباید فراموش نمود.

از میان عوامل اشاره شده در بالا، دارایی‌های نامشهود زیر قابل احصاء بوده که به نوعی در برآورد ارزش کسب و کار، رشد و توسعه آن و حرکت به سمت موفقیت آن‌ها دارند:

- **نیروی انسانی** (فنی و متخصص در توسعه و پیاده‌سازی زیرساخت نرم‌افزاری پلتفرم و ارائه‌ی خدمات پشتیبانی) - دارایی نامشهود نیروی انسانی
- **تامین‌کنندگان کالا و خدمات** (در تامین کالا و خدمات با قیمت و در زمان مناسب و با کیفیت بهتر) - دارایی نامشهود خارج از سازمان
- **تبلیغات و بازاریابی** (معرفی پلتفرم و موضوع کسب و کار) - دارایی نامشهود خارج از سازمان
- **پشتیبانی فروش و خدمات** و همچنین ارتباط با مشتریان و همچنین سرعت در اجرای فرایندهای سازمان (حرکت بسمت بلوغ و کارآیی سازمانی) - دارایی نامشهود داخل سازمان

کسب و کار موضوع دو: پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی در حوزه‌ی سلامت^{۱۲}

این نوع از پلتفرم‌ها با استفاده از یک زیرساخت نرم‌افزاری توسعه و پیاده‌سازی شده و همچنین ایجاد پایگاه اطلاعاتی مناسب و در کنار فرایندهای یادگیری ماشین و هوشمندی سامانه‌ی نرم‌افزاری، اقدام به ارائه‌ی اطلاعات متناسب با درخواست کاربران و جذب مخاطب می‌نمایند. از مهمترین ویژگی‌های این دسته از کسب و کارها، قابلیت‌ها و ویژگی پلتفرم‌ها در ارائه‌ی اطلاعات دقیق با کیفیت و مناسب از یک سو و سهولت در استفاده از سامانه و پیگیری شرایط جسمانی توسط مشتریان می‌باشد. با توجه به عملکرد این پلتفرم‌ها، زنجیره‌ی ارزش آن‌ها از نوع دریافت حق عضویت در

^{۱۲} پلتفرم‌های کرفس، استارت آپ‌های الکترونیک سلامت کارا، پلتفرم شرکت فناوری سلامت به عنوان نمونه ای از پلتفرم‌های ارزش‌گذاری شده در نظر گرفته شده‌اند.



ارائه اطلاعات و خدمات اطلاع رسانی توسط پلتفرم می باشد و در پاره ای موارد نیز کسب درآمد از طریق تبلیغات نیز به مدل درآمدزایی این دسته از پلتفرم ها اضافه می گردد که به آن فرشگاه ارزش علاوه بر زنجیره ی ارزش پورتر (مجازی) اطلاق می گردد. بنابراین مدل درآمدی در آن ها از جمع آوری اطلاعات و یادگیری ماشین، بازاریابی و تبلیغات، ارائه ی اطلاعات موضوع درخواست کاربران و همچنین تبلیغات در پلتفرم را شامل می شود. آنچه که پلتفرم های فعال را در این حوزه را از یکدیگر متمایز نموده و منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ایجاد سهم بازار بیشتر می گردد، علاوه بر قابلیت ها و امکانات پلتفرم نرم افزاری (به عنوان زیرساخت موضوع فعالیت کسب و کار) استفاده از زیرساخت قوی یادگیری ماشین و ارتقای دانش یاد گرفته شده و کارآیی بالاتر موتور استنتاج و هوشمندی پلتفرم، در کنار هزینه ی اشتراک مناسب و همچنین ارائه ی متنوع اطلاعات و با توجه به شرایط و درخواست کاربران می باشد.

بنابراین عواملی که منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ارزش آفرینی در این دسته از کسب و کارها می گردد را می توان در کیفیت فنی و کارآیی زیرساخت نرم افزاری، ارائه ی اطلاعات، دقیق، هوشمند متناسب با شرایط کاربران و همچنین ارائه ی اطلاعات در کوتاه ترین زمان و امکان مشاهده تغییر وضعیت کاربران توسط آن ها می باشد. البته عامل تبلیغات و بازاریابی را نیز نباید فراموش نمود.

از میان عوامل اشاره شده در بالا، دارایی های نامشهود زیر قابل احصاء بوده که به نوعی در برآورد ارزش کسب و کار، رشد و توسعه آن و حرکت به سمت موفقیت آن ها دارند:

- **نیروی انسانی** (فنی و متخصص در توسعه و پیاده سازی زیرساخت نرم افزاری پلتفرم، تیم داده کاوی و یادگیری ماشین و ارائه ی خدمات پشتیبانی) - دارایی نامشهود نیروی انسانی
- **بانک اطلاعاتی** مرتبط با موضوع خدمات پلتفرم و مکانیزم های هوشمندی و ارائه ی اطلاعات متناسب با شرایط کاربران - دارایی نامشهود داخل سازمان
- **تبلیغات و بازاریابی** (معرفی پلتفرم و موضوع کسب و کار) - دارایی نامشهود خارج از سازمان
- **پشتیبانی کاربران در دریافت خدمات و عضویت** و همچنین ارتباط با مشتریان و سرعت در اجرای دقیق و با کیفیت فرایندهای سازمان (حرکت بسمت بلوغ و کارآیی سازمانی) - دارایی نامشهود داخل سازمان

کسب و کارهای موضوع سه: **پلتفرم های ارائه خدمات مالی و بازار سرمایه**^{۱۳}

این نوع از پلتفرم ها با استفاده از یک زیرساخت نرم افزاری توسعه و پیاده سازی شده، اقدام ارائه ی خدمات مالی، بانکی و بازار سرمایه به مشتریان می نمایند. از مهمترین ویژگی های این دسته از کسب و کارها، قابلیت ها و ویژگی پلتفرم ها در ارائه ی اطلاعات دقیق و سریع از نوسانات بازار سرمایه و تحلیل بازارهای مالی براساس معیارها و پارامترهای تعریف شد و

^{۱۳} پلتفرم های جیبیت، کیف پول تجارت الکترونیک بهار، کیف پول آرشام، هرمس به عنوان نمونه ای از پلتفرم های ارزش گذاری شده در نظر گرفته شده اند.



ارائه‌ی خدمات بانکی و مالی به مشتریان و کاربران پلتفرم می‌باشد. با توجه به عملکرد این پلتفرم‌ها، زنجیره‌ی ارزش آن‌ها از نوع فروش کالا و خدمت یا همان زنجیره‌ی ارزش پورتر (مجازی) از طریق کارمزد ارائه خدمت می‌باشد البته درموردی نیز استفاده از اطلاعات و تحلیل‌های پلتفرم موضوع کاربرد پلتفرم توسط کاربران می‌باشد که در این موارد مدل درآمدی آن به مدل شبکه‌ی ارزش از طریق فروش ترافیک استفاده از اطلاعات نیز تبدیل می‌شود. بنابراین مدل درآمدی در آن‌ها از طریق تحلیل بازارهای مالی و ارائه‌ی خدمات پولی و مالی از طریق کیف پول الکترونیکی را شامل می‌شود. آنچه که پلتفرم‌های فعال را در این حوزه را از یکدیگر متمایز نموده و منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ایجاد سهم بازار بیشتر می‌گردد، علاوه بر قابلیت‌ها و امکانات پلتفرم نرم‌افزاری (به‌عنوان زیرساخت موضوع فعالیت کسب و کار) استفاده از الگوریتم‌های دقیق‌تر و با کارایی بالاتر در تحلیل بازارهای مالی و سرمایه‌ای، دقت در تراکنش‌ها و عملیات مرتبط با این حوزه، جمع‌آوری، نگهداری و تحلیل سوابق معاملاتی بازارهای سرمایه در کنار قیمت رقابتی در ارائه خدمت با کارمزد پایین‌تر می‌باشد.

بنابراین عواملی که منجر به ایجاد مزیت رقابتی و ارزش‌آفرینی در این دسته از کسب و کارها می‌گردد را می‌توان در کیفیت فنی و کارایی زیرساخت نرم‌افزاری، تحلیل و ارائه‌ی اطلاعات بازار سرمایه در سریع‌ترین زمان و بالاترین دقت، ارائه‌ی خدمات متنوع کیف پول الکترونیکی، امکان مشاهده سوابق و عملکردهای مالی کاربران در کنار جمع‌آوری، نگهداری و داده‌کاوی اطلاعات سوابق بازارهای مالی و هزینه‌ی مناسب ارائه‌ی خدمات می‌باشد. البته همچون موضوع-های قبلی کسب و کارها، عامل تبلیغات و بازاریابی را نیز نبایستی فراموش نمود.

از میان عوامل اشاره شده در بالا، دارایی‌های نامشهود زیر قابل احصاء بوده که به نوعی در برآورد ارزش کسب و کار، رشد و توسعه آن و حرکت به سمت موفقیت آن‌ها دارند:

- **نیروی انسانی** (فنی و متخصص در توسعه و پیاده‌سازی زیرساخت نرم‌افزاری پلتفرم و ارائه‌ی خدمات پشتیبانی) - دارایی نامشهود نیروی انسانی
- **دسترسی به بازارهای مالی و سرمایه** به‌منظور تحلیل اطلاعات و ارائه‌ی سیگنال‌های معاملاتی دقیق و موثر در کنار در اختیار داشتن مجوزهای مورد نیاز برای حضور در این حوزه از کسب و کارها - دارایی نامشهود خارج از سازمان
- **اطلاعات مشتریان و کاربران** پلتفرم که می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل تحلیل داده‌های معاملاتی در بازار سرمایه و از طریق پلتفرم نقش بسیار مهمی را در ارائه هرچه مطلوب‌تر اطلاعات و هوشمندی سامانه ایفاء نماید. - دارایی نامشهود خارج از سازمان
- **تبلیغات و بازاریابی** (معرفی پلتفرم و موضوع کسب و کار) - دارایی نامشهود خارج از سازمان

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

- پشتیبانی کاربران، خدمات و همچنین ارتباط با مشتریان و بانک‌های اطلاعاتی بازارهای سرمایه و همچنین سرعت در اجرای فرایندهای سازمان (حرکت بسمت بلوغ و کارایی سازمانی) - دارایی نامشهود داخل سازمان

با در نظر گرفتن بررسی صورت گرفته و وجود دارایی‌های نامشهود نیروی انسانی، دارایی نامشهود داخل سازمان و دارایی نامشهود خارج از سازمان در سه دسته‌بندی از کسب و کارها می‌توان فرضیه‌ی وجود دارایی‌های نامشهود مشترک در کسب و کارها را تایید نمود. از طرف دیگر بررسی انجام شده نشان می‌دهد که نوع دارایی نامشهود در میزان اثر بخشی آن در کسب و کار و مدل درآمدی آن موثر است. به عنوان مثال نقش دارایی‌های نامشهود خارج از سازمان در فروشگاه‌های اینترنتی به مراتب بیشتر از نقش آن‌ها در کسب و کارهای ارائه‌ی خدمات حوزه‌ی سلامت می‌باشد.

با توجه به توضیحات ارائه شده، می‌توان این‌گونه در نظر گرفت که نوع دارایی نامشهود و میزان اهمیت آن در ایجاد مزیت رقابتی و ارزش آفرینی می‌تواند با توجه به کسب و کار موضوع بررسی، متفاوت باشد. بنابراین، فرضیه‌های تحقیق بررسی و صحت آن‌ها مورد تایید قرار گرفت.

در پاسخ به سوال تحقیق، سعی شده تا سیزده مورد کسب و کاری که در موضوع ارزش‌گذاری و تفکیک دارایی‌های نامشهود بررسی و ارزش‌گذاری شده‌اند، در یکی از انواع کسب و کارهای موضوع فرضیه‌های تحقیق در نظر گرفته شوند.

با توضیحات ارائه شده و همچنین تحلیل و بررسی پرسشنامه‌های موضوع تحقیقات صورت گرفته توسط **(استر هورمیگا؛ رزا بستینا-کانینو؛ آگوستین سانچز ۲۰۱۰ و ایناکی پنا ۲۰۰۲ و مارکو ون گلدن؛ روی توریک؛ نیلز باسما ۲۰۰۵)** و همچنین بررسی بروی ۱۲ شرکت منطبق با متغیرهای کنترلی موضوع تحقیق، فرضیات تحقیق را برای کسب و کارهای مورد بررسی در ایران می‌توان بشرح زیر مطرح و اثبات نمود:

- آیا در کسب و کارهای نوپای که در مرحله‌ی رشد قرار دارند، می‌توان انواع دارایی‌های نامشهود در آن‌ها را مشابه در نظر گرفت؟

با توجه بررسی صورت گرفته بروی ۱۲ کسب و کار نوپا در ایران (فعال در حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات) و لحاظ نمودن متغیرهای کنترلی، در همگی آن کسب و کارها می‌توان انواع دسته‌بندی دارایی‌های نامشهود سرمایه‌ی نیروی انسانی، سرمایه‌ی ساختار سازمانی و فرآیندها و همچنین سرمایه روابط خارج از سازمان و مشتریان و ذینفعان، احصاء و مورد بررسی و ارزیابی قرار داد.

- آیا می‌توان دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپای در حال رشد را از نظر میزان نقش آفرینی آن‌ها، اولویت-بندی نمود؟

آنچه که در ارزیابی اولیه مربوط به ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های فعال در حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات مشاهده می‌شود؛ نقش آفرینی انواع دارایی‌های نامشهود ناشی از سرمایه‌ی نیروی انسانی، سرمایه ساختار سازمانی و فرآیندها و همچنین سرمایه خارج از سازمان، مشتریان و ذینفعان می‌باشد. با توجه

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



به نقش آفرینی هریک از دارایی‌های نامشهود در هر یک از انواع دسته‌بندی‌های دارایی نامشهود از یک سو و همچنین ارقام برآورد شده در ارزش آفرینی دارایی‌های نامشهود، نقش متمایز و حائز اهمیت هریک از انواع دارایی‌های نامشهود در چرخه‌ی عمر کسب و کار حوزه‌ی موضوع بررسی، قابل مشاهده می‌باشند.

- آیا می‌توان از میان انواع دارایی‌های نامشهود احصاء شده در فرض قبل، دارایی‌(های) نامشهودی را مشخص نمود که از اهمیت بیشتری در رشد و موفقیت کسب و کار نوپای در مقایسه با سایر دارایی‌های نامشهود آن برخوردار باشد؟

انواع دارایی‌های نامشهود در هریک از سه دسته‌بندی و نتایج حاصل از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده برای ارزیابی آن‌ها، مشخص‌کننده وجود هر دسته از دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای حوزه‌ی رایانه و فناوری اطلاعات بوده ولی با توجه به موضوع فعالیت در ارائه‌ی خدمت / محصول، هریک از زیر مجموعه‌های موجود در طبقه‌بندی دارایی‌های نامشهود با درجات اهمیت مختلفی احصاء و در ارزش آفرینی موثر می‌باشند. البته با توجه به نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته در کسب و کارهای نوپا و صرفنظر از حوزه‌ی فعالیت و ارائه خدمت/محصول، نقش نیروی انسانی در سمت دانش و تجربه‌ی کارآفرین و تعهد او در پیشبرد اهداف کسب و کار و رساندن آن به موفقیت، از اهمیت بالاتری در مقایسه با سایر دارایی‌های نامشهود برخوردار است.

- آیا دارایی نامشهود احصاء شده، به نوع کسب و کار موضوع تحقیق بستگی دارد؟

با توجه به توضیحات ارائه شده در بندهای قبل و همچنین نتایج حاصل از ارزیابی‌های دارایی‌های نامشهود کسب و کارهای فعال در حوزه‌ی رایانه و فناوری اطلاعات، از آنجایی که عامل محرکه و موثر در ایجاد و راه-اندازی کسب و کار دانش، تجربه و تخصص نیروی انسانی است، بنابراین می‌توان این گونه نتیجه گرفت که نوع کسب و کار نوپا نقشی در اهمیت سرمایه‌ی نیروی انسانی در آن‌ها ندارد. البته ممکن است در پاره‌ای موارد، نوع کسب و کار بر میزان و نسبت تاثیر سرمایه ساختار و فرآیندهای سازمانی در مقایسه با سرمایه‌هایی خارج از سازمان، مشتریان و ذینفعان آن، موثر باشد. نقش آفرینی هریک از انواع دسته‌بندی‌های دارایی‌های نامشهود و همچنین تغییر در اهمیت آن‌ها در موفقیت و تداوم فعالیت کسب و کار، با افزایش طول عمر و بلوغ کسب و کار می‌تواند تغییر نماید.

در نتایج ارائه شده در تحقیق صورت گرفته، متغیرهای کنترلی در نمونه‌های کسب و کار موضوع پرسشنامه‌ها و جمع-آوری اطلاعات با در نظر گرفتن طول عمر بین ۳ تا ۴۲ ماه و با میانگین ۴ نیروی فعال کارآفرین و حدود ۲ تا ۳ شرکت رقیب در محل و موضوع خدمات و محصول‌ها، لحاظ شده‌اند.

از آنجایی که در تحقیق و بررسی صورت گرفته متغیر وابسته‌ی "موفقیت کسب و کار" با تحلیل و بررسی شش متغیر مطرح شده به عنوان معیارها و سنجه‌های ارزیابی، مورد سنجش و محاسبه قرار گرفته است، لذا برای سهولت در رسیدن به نتیجه‌ی ارزیابی و پرهیز از پیچیدگی‌ها، از روش رگرسیون برای بررسی نتایج ارزیابی متغیرها استفاده شده است.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

با اثبات فرضیات تحقیق و همچنین اثبات وجود و اهمیت انواع دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، برای پاسخ به سوال تحقیق، در ادامه با انتخاب دوازده کسب و کار حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات، سعی در برآورد ارزش انواع دارایی‌های نامشهود آن‌ها و با استفاده از روش‌های معتبر و مورد استفاده در ارزیابی دارایی‌های نامشهود، شده است.

روش مطالعه و جمع‌آوری داده‌ها

در این مطالعه دارایی نامشهود دوازده شرکت نوپا و دانش‌آفرین که در مرحله‌ی آغازین فعالیت خود قرارداشتند، مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. انتخاب آن‌ها بصورت تصادفی و با توجه به درخواست‌های مطرح شده توسط آن‌ها برای ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود صورت گرفته است. ارزیابی‌های صورت گرفته براساس ارقام واقعی و با در نظر گرفتن پیشینه‌ی اطلاعات ارائه شده توسط آن‌ها و تحلیل بازار، می‌باشند.

برای این منظور اطلاعات موضوع ارزش‌گذاری در مورد هریک از سه طبقه‌بندی دارایی‌های نامشهود (دارایی نامشهود داخل سازمان، نیروی انسانی و ارتباطی) از طریق پرسش‌نامه‌هایی جمع‌آوری شده‌اند. اگرچه در مورد کسب و کارهای نوپا، به دلیل عدم پیشینه فعالیت و همچنین نوآورانه بودن موضوع آن، ارقام و اطلاعات برآوردی و پیش‌بینی شده می‌باشند ولی سعی شده تا حد امکان اطلاعات را با توجه به موضوع کسب و کار، مزیت‌های رقابتی آن در مقایسه با سایر رقبا و کسب و کارهای مشابه، تحلیل بازار و همچنین تهدیدها و نقاط ضعف آن‌ها، اعتبارسنجی و تا حد امکان قابلیت تحقق آن‌ها بررسی شوند.

در ادامه و با استفاده از روش‌های ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود، ضمن برآورد ارزش هریک از انواع دارایی‌های نامشهود، با استفاده از روش تحلیل اطلاعات و مقایسه‌ی ارقام برآورد شده، اقدام به اثبات فرضیات تحقیق در نقش دارایی‌های نامشهود در موفقیت کسب و کارهای نوپا و در نتیجه پاسخ به سوال‌های تحقیق شده است. در این تحقیق و با مقایسه‌ی تحلیلی ارقام برآورد شده در مورد هریک از سه طبقه‌بندی دارایی‌های نامشهود، اهمیت هریک از انواع دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا با موضوع فعالیت مشابه و با طول عمر بین ۴ تا ۴۲ ماه و متوسط تعداد ۴ نیروی انسانی کارآفرین بررسی شده است.

مقدمه‌ای در ارزیابی دارایی‌های نامشهود

ارزیابی دارایی‌های نامشهود در هر کسب و کار و سازمان با رویکردها و اهداف مختلفی صورت می‌گیرد. هدف این تحقیق، ارزیابی دارایی‌های نامشهود به منظور امکان بررسی نقش آن‌ها در موضوع فعالیت کسب و کار و رسیدن به معیاری در ارزیابی میزان موفقیت کسب و کار نوپا در ارزش‌آفرینی و رشد و توسعه در حوزه‌ی فعالیت ناشی از آن دارایی‌ها، می‌باشد. در ارزیابی دارایی‌های نامشهود چهار روش زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد:

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

- روش ارزش مورد قبول بازار^{۱۴}
 - روش هزینه^{۱۵}
 - روش تنزیل گردش وجوه نقدی آتی^{۱۶}
 - روش میزان محبوبیت و مقبولیت کسب و کار از نگاه مشتریان (ارزش برند)^{۱۷}
- انتخاب روش برآورد ارزش دارایی نامشهود صرفنظر از نوع آن دارایی و مدل درآمدی کسب و کار، به عوامل دیگری مانند کاربرد ارزش گذاری و ماهیت کسب و کار موضوع ارزش گذاری نیز بستگی دارد.
- از آنجایی که در یک کسب و کار نوپا می توان تاثیر دارایی نامشهود را در میزان درآمدزایی ناشی از آن در نظر گرفت، لذا به نظر می رسد استفاده از روش تنزیل گردش وجوه نقدی آتی می تواند روش مناسبی در برآورد ارزش دارایی (های) نامشهود و رسیدن به تاثیر هریک از انواع دارایی (های) نامشهود نیروی انسانی، دارایی های داخل سازمان و دارایی های ارتباطی، باشد.
- در روش تنزیل گردش وجوه نقدی آتی، با استفاده از میزان ارزش آفرینی و درآمدزایی کسب و کار در یک بازه ی زمانی آتی (در موضوع تحقیق این بازه ی زمانی پنج سال در نظر گرفته شده است) ناشی از دارایی نامشهود موردنظر، اقدام به برآورد درآمد و هزینه های مرتبط با آن دارایی در هر سال نموده و سپس با برآورد سودخالص آتی حاصل از جریان درآمدی و با استفاده از نرخ تنزیل مناسب (فرمول زیر)، ارزش حال سود خالص کسب و کار ناشی از آن دارایی نامشهود برآورد می گردد. ارزش حال سود خالص برآورد شده، نشان دهنده ارزش دارایی نامشهود موردنظر می باشد.

$$\text{ارزش فعلی} = \sum_{k=1}^N \frac{CF_k}{(1+r)^k}$$

در فرمول بالا، N طول دوره ی برآورد سود خالص، CF (Cash Flow) جریان درآمدی و r (rate) یا $Discount Rate$ همان نرخ تنزیل می باشد. نرخ تنزیل به عواملی مانند ریسک سرمایه گذاری در کشور، موضوع کسب و کار نرخ سود مطمئن حاصل از سرمایه گذاری بستگی دارد. این نرخ $WACC$ (Weighted Average Cost of Capital) بصورت نیز محاسبه می شود:

^{۱۴} Fair Market Value Approach

^{۱۵} Cost Approach

^{۱۶} Discounted Future Cash Flow Approach

^{۱۷} Brand Evaluation Approach

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

$$WACC = \text{Risk Free Rate} + (\text{Adjusted } \beta * \text{Equity Risk Premium})$$

در این فرمول، *Risk Free Rate* نرخ سود قابل دریافت بدون ریسک (معمولا نرخ سود بانکی و یا نرخ سود اوراق مشارکت در نظر گرفته می شود - این نرخ توسط بانک مرکزی اعلام می شود). *Adjusted β* ، پارامتر بتا به نوع کسب و کار و ریسک ناشی از آن کسب و کار بستگی دارد. *Equity Risk Premium*، ریسک ناشی از سرمایه گذاری بوده که در این تحقیق این ریسک در ایران لحاظ شده است.

اگرچه در بسیاری از کسب و کارهای نوپا و در مراحل آغازین فعالیت به نظر می رسد بتوان هریک از سه طبقه بندی دارایی های نامشهود (دارایی های نامشهود داخل سازمان، ارتباطی و نیروی انسانی) را با استفاده از روش تنزیل گردش وجوه نقدی آتی برآورد نمود، ولی در برخی از آنها استفاده از روش های دیگر مانند روش هزینه و روش ارزش مورد قبول بازار، می تواند مارا به برآورد صحیح تری برساند.

در روش هزینه، ارزش دارایی نامشهود معادل هزینه ی صرف شده برای ایجاد آن دارایی می باشد. به عنوان مثال ارزش دارایی نامشهود یک نرم افزار (صرف نظر از ارزش ناشی از فروش لایسنس آن در موضوع کسب و کار شرکت های نرم افزاری)، معادل هزینه ی صرف شده برای توسعه و پیاده سازی نرم افزار می باشد.

در روش ارزش مورد قبول بازار، ارزش یک دارایی نامشهود در مقایسه با ارزش دارایی نامشهود مشابه و شرایط ارزش گذاری آن در بازار، برآورد می گردد.

در مورد شرکت های موضوع ارزش گذاری باتوجه به ماهیت کسب و کار و همچنین نوع دارایی نامشهود به منظور برآورد ارزش آنها، از یکی از سه روش تنزیل گردش وجوه نقدی آتی، هزینه و ارزش مورد قبول بازار استفاده شده است.

نتایج ارزیابی دارایی های نامشهود برای تعدادی از شرکت های نوپا در ایران

به منظور بررسی معیارهای در نظر گرفته شده و همچنین در راستای پاسخ به سوال تحقیق و در حد امکان رسیدن به مدلی که توسط آن بتوان در خصوص نقش و اهمیت هریک از گروه های دارایی های نامشهود موثر در ارزیابی شرکت ها دست یافت، در ادامه اقدام به ارائه نتایج حاصل از برآورد ارزش دارایی های نامشهود تعدادی از شرکت های نوپا در ایران شده است:

شرکت های مورد بررسی در زمان برآورد ارزش، همگی دو تا سه سال سابقه ی فعالیت اجرایی و راه اندازی مدل کسب و کار در موضوع فعالیت شان را دارند.

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



شرکت‌های موضوع ارزیابی‌ها همگی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات فعالیت دارند. همان‌گونه که در بررسی و اثبات فرضیه‌های تحقیق نیز اشاره گردید شرکت‌های موضوع بررسی در سه حوزه‌ی ارائه‌ی خدمات فروشگاهی، خدمات حوزه‌ی سلامت و ارائه‌ی خدمات مالی و بازار سرمایه انتخاب شده‌اند.

سعی شده تا شرکت‌ها از نوع شرکت‌های با اندازه‌ی متوسط (به جز دو مورد از آن‌ها) در نظر گرفته شوند. در اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه‌های مشابهی که در اختیار هریک از کسب و کارها قرار داده شده است، سعی شده تا اطلاعات جمع‌آوری شده، با در نظر گرفتن پیشینه‌ی کسب و کار و موضوع ارائه‌ی خدمت/ محصول و همچنین تحلیل بازار و رقبا، اعتبارسنجی شده و در محاسبات مورد استفاده قرار گیرند.

برای آن‌که نتایج حاصل از برآورد دارایی‌های نامشهود شرکت‌ها تا حد امکان همگن و با کمترین انحراف محاسبه و در تحلیل معیارهای دارایی نامشهود، مورد استفاده قرار گیرند، اگرچه بیشتر سعی شده برای برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود از روش تنزیل وجوه نقدی آتی برای بازه‌ی زمانی پنج‌سال آتی استفاده شود، ولی در مواردی و با توجه به ماهیت کسب و کار در حوزه‌ی رایانه و فناوری اطلاعات و همچنین نوع دارایی نامشهود، از روش‌های هزینه و ارزش مورد قبول بازار نیز استفاده شود.

فرضیات در نظر گرفته شده در برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود شرکت‌ها در روش تنزیل وجوه نقدی آتی:

- پارامتر مربوط به بدون ریسک ۲۰٪ در نظر گرفته شده است.
- پارامتر بتا (β) مربوط به نوع فناوری اطلاعات و ریسک‌ها مرتبط با آن در پنج گروه زیر:
 - فناوری
 - محصول
 - توسعه و نوآوری
 - سازمان و فرآیندهای سازمانی
 - مالی و فرآیندهای مرتبط با آن

- ریسک مربوط به سرمایه‌گذاری در داخل کشور، با در نظر گرفتن ریسک‌های در نظر گرفته شده و مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته در ایران و سایر کشورها و همچنین شرایط برآورد ارزش در داخل کشور در نظر گرفته شده است. برای برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود، پارامتر β در آن‌ها عددی مابین ۳۵ تا ۴۲ درصد لحاظ شده است.

با توجه به معیارها و شرایط شرح داده شده، اقدام به برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود در تعدادی از شرکت‌های مطرح در حوزه‌ی فناوری اطلاعات شده است. نتایج حاصل از برآورد ارزش دارایی نامشهود به تفکیک در جدول زیر آورده شده‌اند:

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



ردیف	شرکت *	تاریخ برآورد ارزش	جمع ارزش دارایی نامشهود	دارایی نامشهود - نیروی انسانی	دارایی نامشهود - ساختار سازمانی	دارایی نامشهود - روابط خارج از سازمان
۱	شرکت یک	اردیبهشت ۱۴۰۱	۴۸۰.۷۱۱	۲۴۰.۳۵۵	۱۴۴.۲۱۳	۹۶.۱۴۳
۲	شرکت دو	اسفندماه ۱۴۰۰	۲.۶۶۰.۵۵۵	۱.۱۹۷.۲۵۰	۷۹۸.۱۶۶	۶۶۵.۱۳۹
۳	شرکت سه	بهمن ماه ۱۴۰۰	۷.۷۴۰.۹۲۲	۳.۸۷۰.۴۶۱	۲.۳۲۲.۲۷۷	۱.۵۴۸.۱۸۴
۴	شرکت چهار	مهرماه ۱۴۰۰	۱.۶۶۳.۹۱۵	۶۶۵.۵۶۶	۴۹۹.۱۷۴	۴۹۹.۱۷۵
۵	شرکت پنج	دی ماه ۱۳۹۹	۷۱۶.۴۴۴	۲۸۶.۵۷۸	۲۱۴.۹۳۳	۲۱۴.۹۳۳
۶	شرکت شش	دی ماه ۱۳۹۹	۵۵۵.۶۰۰	۲۲۲.۲۴۰	۱۶۶.۶۸۰	۱۶۶.۶۸۰
۷	شرکت هفت	دی ماه ۱۳۹۹	۵۲۹.۷۰۶	۲۱۱.۸۲۲	۱۵۸.۹۱۲	۱۵۸.۹۷۲
۸	شرکت هشت	تیرماه ۱۴۰۰	۵۵۸.۶۱۰	۲۷۹.۳۰۵	۱۶۷.۵۸۳	۱۱۱.۷۲۲
۹	شرکت نه	مردادماه ۱۴۰۰	۳.۰۸۰.۷۴۰	۱.۵۴۰.۳۷۰	۹۲۴.۲۲۲	۶۱۶.۱۴۸
۱۰	شرکت ده	مهرماه ۱۴۰۰	۴.۹۶۲.۴۲۷	۲.۴۸۱.۲۱۳	۱.۴۸۸.۷۲۸	۹۹۲.۴۸۶
۱۱	شرکت یازده	دی ماه ۱۳۹۹	۱۴.۳۷۱	۵.۷۴۸	۴.۳۱۱	۴.۳۱۲
۱۲	شرکت دوازده	بهمن ماه ۱۴۰۰	۹۹۵.۸۹۱	۴۴۸.۱۵۱	۳۹۸.۳۵۶	۱۴۹.۳۴۸
جمع (میلیون ریال)			۱۵۱۰۵۸۷۴	۱۰۸۰۰۸۹۲	۷۱۲۱۰۴۱	۴۸۱۱۲۳۷

(ارقام به میلیون ریال)

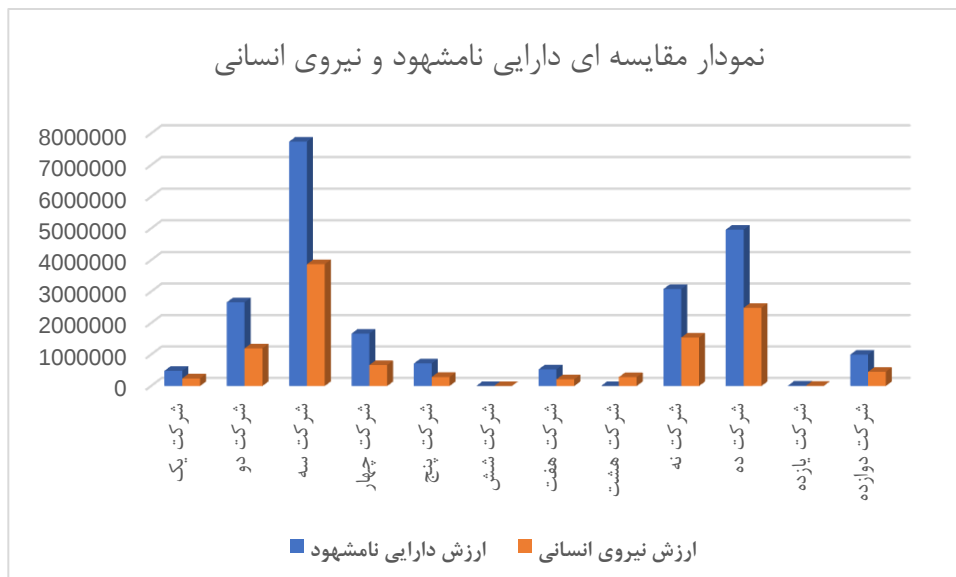
*اسامی شرکت‌ها به دلیل اهمیت ارقام برآوردی در کسب و کار آن‌ها و حفظ محرمانگی جایگزین شده‌اند. البته اطلاعات برآوردی واقعی بوده و براساس اصول مهندسی نرم افزار و صلاحیت دارایی‌های نامشهود رشته رایانه و فناوری اطلاعات کارشناسان رسمی دادگستری برآورد شده است.

نمودارهای مربوط به مقایسه‌ی کل دارایی نامشهود برآورد شده برای هر شرکت و هریک از سه نوع دارایی نامشهود (نیروی انسانی، ساختار سازمانی، روابط خارج از سازمان) در زیر نمایش داده شده‌اند:

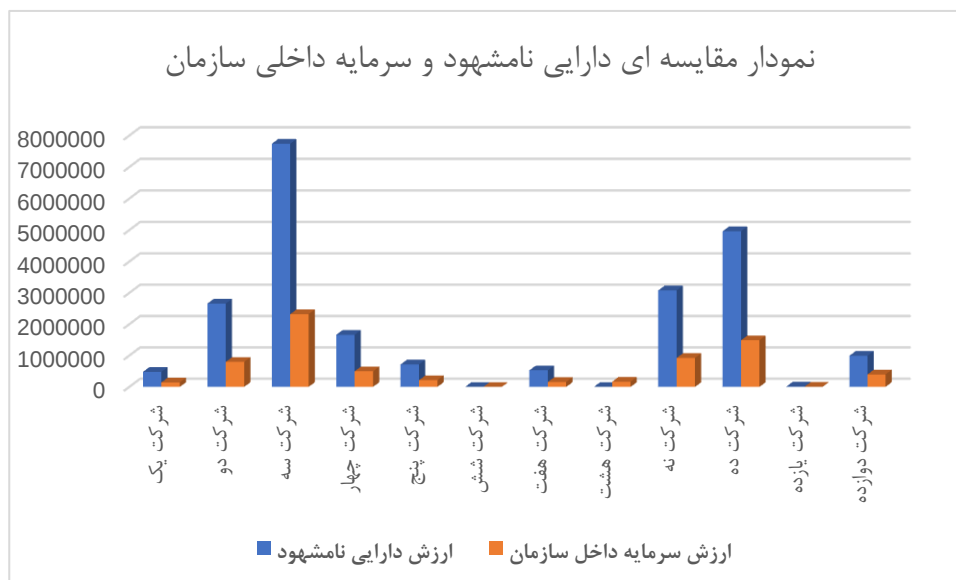
بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



ارقام به میلیون ریال

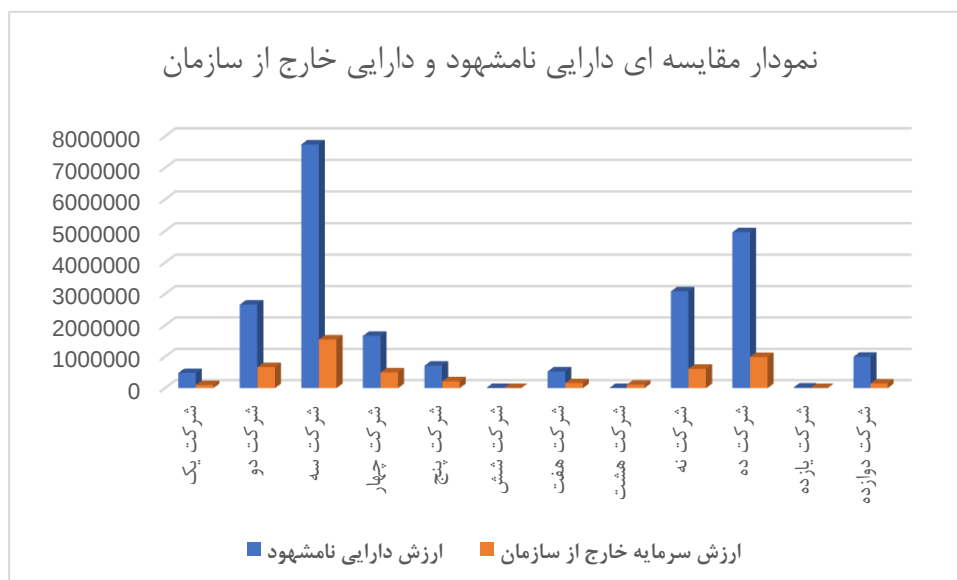


ارقام به میلیون ریال

بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ای تحلیلی

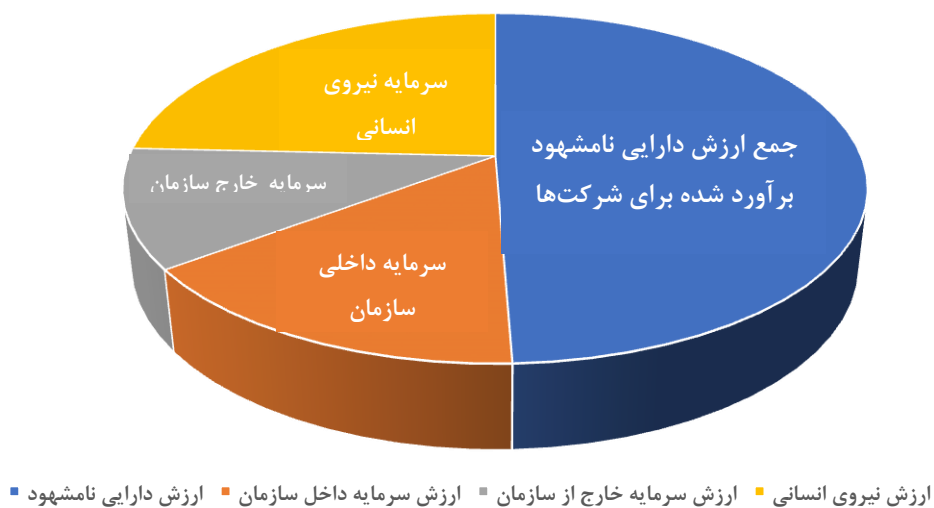
مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



ارقام به میلیون ریال

نمودار مقایسه ای دارایی نامشهود و انواع دارایی های نامشهود سازمان



بررسی معیارهای دارایی های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه ای تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



حال به منظور پاسخ به سوال تحقیق، در ادامه و با در نظر گرفتن برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود صورت گرفته برای شرکت‌های منتخب و در سه حوزه‌ی کسب و کار (ارائه‌ی خدمات فروش و فروشگاهی، خدمات مالی و بازار سرمایه و همچنین خدمات حوزه‌ی سلامت و اطلاع رسانی) در جدول بالا، سعی در رسیدن به پاسخ سوال تحقیق با در نظر گرفتن هریک از فرضیه‌های تحقیق و بررسی نقش هریک از آن‌ها شده است.

فرض اول تحقیق، موضوع انواع دارایی‌های نامشهود و بررسی انواع دارایی‌های نامشهود قابل احصاء در شرکت‌های نوپا را مطرح نموده است. همان‌گونه که در بررسی فرضیه‌های تحقیق نیز اثبات گردید، هر سه نوع طبقه‌بندی دارایی‌های نامشهود مطرح در ارزش‌گذاری این نوع از دارایی‌ها در شرکت‌های نوپا قابل احصاء بوده و می‌بایست مورد ارزش‌گذاری قرار گیرند. ارزش‌گذاری در ۱۳ شرکت جدول بالا بیانگر این مطلب است که گرچه ارزش هریک از انواع دارایی‌های نامشهود برآورد شده با یکدیگر متفاوت است ولی هر سه دسته از دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های نوپا دارای ارزش بوده و موجب ایجاد مزیت رقابتی و ارزش‌آفرینی در آن‌ها می‌گردند.

فرض دوم تحقیق، موضوع امکان لحاظ نمودن میزان تاثیر و اهمیت هریک از دسته‌بندی‌های دارایی نامشهود در شرکت‌های نوپا را در مقایسه با یکدیگر، مطرح نموده است. از آنچه که محاسبات جدول بالا و نمودارها نشان می‌دهند می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که با وجود هر سه نوع دارایی نامشهود در ارزش‌گذاری شرکت‌های نوپا، امکان الویت‌بندی هریک از انواع دسته‌بندی‌های دارایی نامشهود در شرکت‌های نوپا میسر بوده و در فرایند احصاء و ارزش‌گذاری آن‌ها نیز نقش موثری را ایفاء می‌کند.

فرض سوم امکان اولویت‌بندی دارایی‌های نامشهود (در هریک از سه دسته‌بندی در مقایسه با یکدیگر) را مطرح نموده است که با در نظر گرفتن ارزش‌گذاری صورت گرفته و نمودارهای مقایسه‌ای بر روی شرکت‌های موضوع تحقیق و همچنین ارزش هریک از سه دسته‌بندی دارایی‌های نامشهود، ارزش دارایی‌های نامشهود ناشی از نیروی انسانی در مقایسه با سایر دارایی‌های نامشهود خارج از سازمان و داخل سازمان بیشتر بوده که می‌تواند نشان‌دهنده‌ی نقش پررنگ‌تر و اهمیت بیشتر این دسته از دارایی‌های نامشهود در شرکت‌های نوپا باشد.

فرض چهارم تاثیر نقش کسب و کار را در خصوص انواع دارایی‌های نامشهود در ارزش‌گذاری آن‌ها و اولویت‌بندی آن‌ها، مطرح نموده است. اگرچه همان‌گونه که در اثبات فرضیه‌های تحقیق نیز بررسی و تحلیل گردید، میزان نقش‌آفرینی هر یک از انواع دارایی نامشهود با توجه به نوع کسب و کار متفاوت بوده و نسبت آن به کل ارزش دارایی‌های نامشهود کسب و کار نیز تفاوت می‌نماید. ولی آن‌چه که در کلیه برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود صورت گرفته در جدول بالا، مشترک است، نقش پررنگ‌تر و اهمیت بیشتر دارایی نامشهود ناشی از نیروی انسانی در مقایسه با دو دسته دیگر دارایی‌های نامشهود (دارایی‌های نامشهود داخل سازمان و خارج از سازمان) است. با توجه به برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



صورت گرفته در جدول بالا و همچنین نمودارهای مقایسه‌ای، ارزش دارایی‌های نامشهود ناشی از نیروی انسانی صرفنظر از نوع کسب و کار، به کمتر از ۴۰ درصد ارزش کل دارایی‌های نامشهود در آن‌ها، نمی‌رسد. با توجه به نتایج برآوردی صورت گرفته، به نظر می‌رسد که در شرکت‌های نوپا، نیروی انسانی در مقایسه با سایر دارایی‌های نامشهود، نقش بیشتری را در موفقیت شرکت ایفا می‌کند. این بدان معنی است که معیارهای مطرح در ارزش نیروی انسانی که پیشتر در پیشینه‌ی مطالعات صورت گرفته مطرح گردید، می‌توانند نقش موثرتری را در موفقیت کسب و کار داشته باشند:

- دانش کارآفرین در حوزه‌ی کسب و کار
- انگیزه‌ی کارآفرین برای راه‌اندازی کسب و کار
- تعهد و صرف وقت کارآفرین در کسب و کار
- تلاش کارآفرین در یافتن پاسخ و حل چالش‌های پیش‌رو
- مهارت اجتماعی کارآفرین
- تعاملات و روابط اجتماعی کارآفرین

به نظر می‌رسد که ساختار سازمان و فرآیندهای بکار گرفته شده در شرکت نوپا، در درجه‌ی دوم اهمیت می‌تواند در موفقیت کسب و کار نوپا موثر باشد. بنابراین معیارهای مطرح در این بخش از دارایی‌های نامشهود که در ذیل به آن‌ها اشاره شده، می‌توانند در موفقیت کسب و کار نوپا موثر باشند:

- درجه نوآوری فرایندی
- کارایی فرایند در تولید محصول و ارائه خدمت
- بلوغ فرایندی و پختگی فرهنگی آن
- مشارکت و همکاری درون سازمانی
- انطباق پذیری با سایر فرآیندها
- پایداری و استحکام فرآیندها

در شرکت‌های نوپا و با توجه به ماهیت آن‌ها، همان گونه که از ابتدا نیز قابل پیش‌بینی بود، به دلیل فرصت کوتاهی که از آغاز بکار کسب و کار سپری شده، ارتباطات خارجی محدود و یا ناچیزی با محیط اطراف برقرار نموده است. بنابراین این بخش از دارایی نامشهود نقش کمتری را در موفقیت کسب و کار و ایجاد دارایی نامشهود کسب و کار ایفا می‌نماید. از جمله معیارهای مطرح در این بخش از دارایی‌های نامشهود عبارتند از:

- روابط مشتریان و تامین کنندگان فعلی و بالقوه
- حمایت شبکه‌های غیررسمی خارج از شرکت

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

- ارتباط با سازمان‌های دیگر
- موقعیت مکانی و دسترس‌پذیر بودن برای مشتری
- میزان تجربه‌ی موفق ایجاد شده برای مشتری

نتیجه‌گیری، محدودیت‌های مطالعه و توصیه‌ها

نتایج تحلیل ارتباط میان دارایی‌های نامشهود و نقش آن‌ها در موفقیت کسب‌وکارهای نوپا را آشکار نمود. یکی از نتایج اساسی این تحلیل نشان می‌دهد که نیروی انسانی نقش کلیدی را در بهره‌وری و موفقیت کسب‌وکار نوپا و در ابتدای آغاز به کار آن ایفا می‌کند. این نقش از اهمیت دانش کارآفرین، زمان و تلاشی که در پیشرفت و موفقیت کسب‌وکار صرف می‌کند، ایجاد می‌شود. علاوه بر آن، در صورتی که کسب‌وکار توسط یک گروه ایجاد شده باشد، احساس رضایتمندی، ارتباط میان اعضای تیم نقش کلیدی را در موفقیت کسب‌وکار ایفا می‌کند، در حالی که عدم ارتباط و هماهنگی مناسب می‌تواند منجر به شکست کسب‌وکار در اجرای ایده‌ها در مسیر مناسبی شده و می‌تواند نشان‌دهنده‌ی مشکلات قانونی برای کسب‌وکار شود. دارایی نامشهود ناشی از نقش نیروی انسانی، ۴۰ تا ۵۰ درصد در ارزش‌آفرینی دارایی نامشهود شرکت نوپا نقش دارد.

از آنجایی که کسب‌وکارها در مراحل اولیه آغاز فعالیت خود می‌باشند، ارزیابی دارایی نامشهود ناشی از سرمایه‌ی سازمانی از مشکل‌ترین بخش‌ها می‌باشد. بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهند که تنها استحکام فرآیندهای داخلی سازمان، نوآوری و انطباق با شرایط کسب‌وکار، از جمله دارایی‌های نامشهود قابل ارزیابی در این حوزه هستند. این عوامل می‌توانند منجر به نوآوری، سهولت انطباق با محیط اطراف کسب‌وکار و از طریق کمک در کارایی فرآیندهای داخلی سازمان و نقش مثبت آن‌ها در میان مدت و دراز مدت شوند. دارایی نامشهود ناشی از نقش فرآیندهای سازمان و دانش نهفته سازمان، ۳۰ تا ۳۵ درصد در ارزش‌آفرینی دارایی نامشهود شرکت نوپا نقش دارد.

بررسی صورت گرفته نشان می‌دهد که دارایی نامشهود ناشی از ارتباط کسب‌وکار با محیط خارج از آن (دارایی ارتباطی)، نقش مهمی را ایفاء می‌کند. از میان انواع دارایی‌های نامشهود این حوزه، اعتبار و شناخته شده بودن کسب‌وکار در کوتاه مدت و با توجه به نقش آن در جذب بیشتر مشتری، ارزش بالاتری را برای کسب‌وکار ایجاد می‌کند. دارایی نامشهود ناشی از روابط خارج از سازمان و سایر ذیتفعان خارج از سازمان، ۲۰ تا ۲۵ درصد در ارزش‌آفرینی دارایی نامشهود شرکت نوپا نقش دارد.

به نظر می‌رسد در ادامه‌ی فعالیت کسب‌وکار و مرور زمان، ارتباط مابین انواع دارایی‌های نامشهود، به عنوان مثال جالفتادن شبکه‌ی ارتباطات سازمانی و بلوغ سازمانی می‌تواند از جمله دارایی‌های نامشهود قابل توجه در کسب‌وکار و رشد و گسترش آن‌ها در دراز مدت مورد توجه قرار گیرند

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



همچنین از نتیجه برآورد ارزش‌های صورت‌گرفته، مشاهده می‌شود که در موارد محدودی، ارزش ساختار سازمانی (داخل سازمان) و ارزش بیرونی (ذینفعان) با هم اختلاف نداشته و یا نسبت ذکر شده در آن‌ها صدق نمی‌کند. این مورد را می‌توان در موضوع فعالیت این نوع از کسب‌وکارها جستجو نمود. از نقطه‌نظر برآورد ارزش دارایی‌های نامشهود و موضوع تحلیل و بررسی، می‌تواند نتیجه وابستگی نه چندان محسوس کسب‌وکار به موضوع بررسی در آغاز فعالیت به ذینفعان خارجی (عوامل خارج از سازمان) در مقایسه با دارایی‌های داخل سازمان باشد.

نتیجه‌ی بدست آمده و با در نظر گرفتن شرایط بررسی، نتایج حاصل از ارزیابی دارایی‌های نامشهود شرکت‌های ایرانی موضوع ارزیابی، ضمن اثبات فرضیه‌های تحقیق در مورد شرکت‌های نوپای فعال در ایران انواع طبقه‌بندی‌های دارایی نامشهود و همچنین میزان ارتباط آن‌ها با یکدیگر را نیز تایید نموده است.

توجه به این نکته حائز اهمیت است که اگرچه مطالعه صورت‌گرفته و نتایج حاصل از آن نمی‌تواند نشان‌دهنده و دربرگیرنده تاثیر کلیه‌ی متغیرهای محیطی بر روی دارایی‌های نامشهود یک کسب‌وکار نوپا و همچنین نقش آن‌ها در ایجاد شرایط موفقیت در آن کسب‌وکار باشد، ولی با در نظر گرفتن روش‌های ارزیابی دارایی نامشهود مورد استفاده توسط کارشناس رسمی دادگستری در رشته‌ی رایانه و فناوری اطلاعات، می‌تواند به‌عنوان الگویی در ارزیابی میزان موفقیت کسب و کارهای نوپا مورد استفاده قرار گیرد.

تمرکز این بررسی و تحلیل بر روی شرکت‌های نوپای با طول عمر ۴ تا ۴۲ ماه بوده است. از آنجایی‌که شرکت‌های با طول عمر بیشتر عمدتاً وارد مرحله‌ی بلوغ خود شده، لذا به‌نظر می‌رسد نقش و تاثیر دارایی‌های نامشهود و احیاناً دسته‌بندی آن‌ها در موفقیت کسب و کارهای نوپا با توجه به نوع تاثیرپذیری و دخالت سایر عوامل مانند افزایش بلوغ و فرآیندهای سازمان، ورود ذینفعان و رقبا و شرایط استهلاک‌پذیری دارایی‌های مشهود کسب و کار نیز می‌بایست به‌همراه سایر عوامل، مورد توجه و بررسی قرار گیرند.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهر داد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

منابع

- Arrighetti, A et. Al (۲۰۱۴). *Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy*, Research policy - Elsevier
- Alikhani, Z & Shahryari, M (۲۰۲۲). *The effect of servant leadership on Competitiveness of startups: The mediating role of entrepreneurial orientation and self-efficacy*. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. Boston: Elsevier.
- Barney, J. (۱۹۹۱). *Firms resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, ۱۷(۱), ۹۹-۱۲۰.
- Baron, R. A., & Markman, G. D. (۲۰۰۳). *Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success*. *Journal of Business Venturing*, ۱۸(۱), ۴۱-۶۰.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (۲۰۰۴). *The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth*. *Journal of Applied Psychology*, ۸۹(۴), ۵۸۷-۵۹۸.
- Bontis, N. (۲۰۰۲). *National intellectual capital index: Intellectual capital development in the Arab Region*. Ontario: Institute for Intellectual Capital Research.
- Bontis, N., Chua, W. C., & Richardson, S. (۲۰۰۰). *Intellectual capital and business performance in Malaysian industries*. *Journal of Intellectual Capital*, ۱(۱), ۸۵-۱۰۰.
- Bradley, K. (۱۹۹۱). *Intellectual capital and the new wealth of nations*. *Business Strategy Review*, ۸(۱), ۵۳-۶۲.
- Brüderl, J., & Preisendörfer, P. (۱۹۹۸). *Network support and the success of newly founded business*. *Small Business Economics*, ۱۰(۳), ۲۱۳-۲۲۵.
- C Bandera, E Thomas (۲۰۱۸). *The role of innovation ecosystem and social capital in startup survival*. *IEEE Transaction on Engineering management* (Volume ۶۶, Issue: ۴ November ۲۰۱۹)
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (۱۹۹۴). *Initial human and financial capital as predictors of new venture performance*. *Journal of Business Venturing*, ۹(۵), ۳۷۱-۳۹۵.
- E Hormiga, RM Bastina-Canino (۲۰۱۱). *The impact of relational capital on the success of new business start-ups*. *Journal of small business management*, pages ۶۱۷-۶۳۸
- Feeser, H. R., & Willard, G. E. (۱۹۹۰). *Founding strategy and performance: a comparison of high and low growth tech firms*. *Strategic Management Journal*, ۱۱(۲), ۸۷-۹۸.
- Ferdaous, J & Rahman, MM (۲۰۱۹). *The effects of intangible assets on firm performance: An empirical investigation on selective listed manufacturing firms in DSE Bangladesh*, *American Journal of Business* – emerald.com
- Grant, M. (۱۹۹۱). *The resource based-theory of competitive advantage: implications for strategy formulation*. *California Management Review*, ۳۳(۳), ۱۱۴-۱۳۵.
- Haji, AA. & Ghazali, Mohd NA (۲۰۱۸). *The Role of Intangible assets and liabilities in firm performance: empirical evidence*, *Journal of Applied Accounting Research* – emerald.com

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است

- Haji, AA e. al. (۲۰۱۸). Do intangible assets simulate firm performance? Empirical evidence from Vietnamese agriculture, forestry and fishery small-and medium sized enterprises, *Journal of Applied Accounting Research* Volume ۱۹, Issue ۱: pages ۴۲-۵۹
- Hart, M. M., Stevenson, H. H., & Dial, J. (۱۹۹۵). *Entrepreneurship: a definition revisited* (pp. ۷۵-۸۹). Wellesley: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.
- Heunks, F. J. (۱۹۹۸). Innovation, creativity and success. *Small Business Economics*, ۱۰(۳), ۲۶۳-۲۷۲.
- Hoogstra, G. J., & Van Dijk, J. (۲۰۰۴). Explaining firm employment growth: does location matter? *Small Business Economics*, ۲۲(۳-۴), ۱۷۹-۱۹۲.
- J Jeong, J Kim, H son, D Nam (۲۰۲۰). The role of Venture capital investment in startups' sustainable growth and performance: Focusing on absorptive capacity and venture capitalists' reputation. *Sustainability* ۱۲(۸)
- Lechler, T. (۲۰۰۱). Social interaction: a determinant of entrepreneurial team venture success. *Small Business Economics*, ۱۶(۴), ۲۶۳-۲۷۸.
- Lev, B. (۲۰۰۱). *Intangibles—management, measurement and reporting*. Washington: The Brookings Institution.
- Ordóñez de Pablos, P. (۲۰۰۲). Intellectual capital reporting in Spain: a comparative review. *Journal of Intellectual Capital*, ۴(۱), ۶۱-۸۱.
- Peña, I. (۲۰۰۲). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of Intellectual Capital*, ۳(۲), ۱۸۰-۱۹۸.
- Rhodes, C., & Butler, J. S. (۲۰۰۴). Understanding self perceptions of business performance: an examination of black American entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, ۹(۱), ۵۵-۷۱.
- Roos, G., Bainbridge, A., & Jacobsen, K. (۲۰۰۱). Intellectual capital as a strategic tool. *Strategic & Leadership*, ۲۹(۴), ۲۱-۲۶.
- Sánchez, P., Chamichade, C., & Olea, M. (۲۰۰۰). Management of intangibles: an attempt to build a theory. *Journal of Intellectual Capital*, ۱(۴), ۱۸۸-۲۰۹.
- Stewart, T. A. (۱۹۹۱). Brainpower: how intellectual capital is becoming America's most valuable asset. *Fortune*, ۳, ۴۴-۶۰.
- Sullivan, P. H. (۱۹۹۹). Profiting from intellectual capital. *Journal of Knowledge Management*, ۳(۲), ۱۳۲-۱۴۲.
- Sveiby, K.E. (۱۹۹۸). Measuring intangibles and intellectual capital—An emerging first standard. <http://www.sveiby.com/articles/EmergingStandard.html>. Accessed ۱۵ July ۲۰۰۲.
- Sveiby, K. E. (۲۰۰۰). *La nueva riqueza de las empresas*. Barcelona: Gestión ۲۰۰۰.
- Van Gelderen, M., Frese, M., & Thurik, R. (۲۰۰۰). Strategies, uncertainty and performance of small business start-ups. *Small Business Economics*, ۱۵(۳), ۱۶۵-۱۸۱.
- Wolff, J. A., & Pett, T. L. (۲۰۰۶). Small-firm performance: Modeling the role of product and process improvements. *Journal of Small Business Management*, ۴۴(۲), ۲۶۸-۲۸۴.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب و کارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است



Wellesley: Babson College. Zahra, S. A., & Bogner, W. C. (۲۰۰۰). Technology strategy and software new venture's performance. Exploring the moderating effect of the competitive environment. *Journal of Business Venturing*, ۱۵ (۲), ۱۳۵-۱۷۳.

بررسی معیارهای دارایی‌های نامشهود در کسب‌وکارهای نوپا، مقایسه‌ی تحلیلی

مردادماه ۱۴۰۲ (مهرداد تاج بخش)

کلیه حقوق تحقیق محفوظ است. استفاده از مطالب و مستندات تحقیق در ارجاعات کارشناسی با ذکر منبع بلامانع است