

جای خالی ارزش برند بیمه گران در محاسبه توانگری شرکت های بیمه

دکتر محمد صالح ترکستانی^۱

دکتر محمد کفاش پنجه شاهی^۲

هادی عبدالهی^۳

چکیده

نسبت توانگری مالی نسبتی است که میزان توان شرکت در قبول تعهدات و پذیرش ریسک را مشخص می نماید. میزان دارایی های شرکت از اقلام اساسی محاسبه نسبت توانگری مالی شرکت محسوب می شود. این در حالی است که جهت محاسبه نسبت توانگری مالی، دارایی های نامشهود از لیست دارایی های شرکت حذف می شوند. یکی از مهم ترین اقلام دارایی های نامشهود خصوصاً در شرکت های خدماتی برند است. برند بخشی از سرمایه و ثروت یک بنگاه اقتصادی به شمار می آید و کنترل آن جزء فعالیت های استراتژیک سازمانی محسوب می شود. از این رو، هدف این مقاله معرفی چهارچوبی قابل استناد و رسمی است که با استفاده از آن بتوان برند شرکت ها را در محاسبه توانگری مالی آنها در نظر گرفت. بدین منظور، جایگاه ارزش برند از دو منظر بازاریابی و حسابداری مورد بحث و بررسی قرار گرفته و سپس استاندارد ایزو ۱۰۶۶۸ به عنوان سازوکاری فنی برای اندازه گیری ارزش برند معرفی کرده است. این استاندارد در سال ۲۰۱۰ پس از سه سال بررسی در کمیته های تخصصی ایزو تصویب شده و امروزه در سراسر دنیا برای ارزش گذاری برند شرکت در حجمی وسیع مورد استفاده قرار می گیرد. نتایج بدست آمده از این تحقیق حاکی از آن است که استانداردهای بین المللی حسابداری در سراسر دنیا، محاسبه دارایی های

۱. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه علامه طباطبایی (Email: Torkestani@atu.ac.ir)

۲. دکتری مدیریت مالی، دانشگاه علامه طباطبایی (Email: m.panjeshahi@gmail.com)

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبایی

(Email: hadiabdollahi34@yahoo.com)

نامشهود را از بعد فنی، قانونی و حقوقی مجاز دانسته است. همچنین این تحقیق به این نتیجه رسید که چنانچه آیین‌نامه توانگری مالی به پشتوانه استانداردهای حسابداری دارایی نامشهود و ایزو ۱۰۶۶۸ بتواند ارزش برند شرکت‌های بیمه را در ردیف دارایی‌های شرکت وارد نماید نه تنها می‌تواند به رشد و رونق صنعت بیمه کمک نموده بلکه در نهایت این امر می‌تواند سبب بوجود آمدن نوعی رقابت جهت برندسازی و توسعه برند شود. بدیهی است که جهت برندسازی و توسعه برند توجه به کلیه ذینفعان داخلی و خارجی ضرورت دارد. این توجه در نهایت توسعه و رونق صنعت بیمه را به همراه خواهد داشت.

واژگان کلیدی: ارزش برند، بیمه، توانگری مالی، استاندارد ایزو ۱۰۶۶۸.