

Małgorzata Nycz, Barbara Smok

KAPITAŁ INTELEKTUALNY NOWĄ WARTOŚCIĄ PRZEDSIĘBIORSTWA

1. Wstęp

Istotą globalizacji, nowej gospodarki i społeczeństwa informacyjnego jest intensywnie rozwijający się sektor zajmujący się pozyskiwaniem i wykorzystywaniem wiedzy. Przekazywanie wiedzy towarzyszy ludzkości od wieków i podlega ciągłej ewolucji związanej z postępem technicznym. Zmiany gospodarcze i społeczne, związane m.in. z ekspansją informatyki i aktywnością ludzką, spowodowały potrzebę rozwijania technologii informatycznych dotyczących zdobywania i rozszerzania wiedzy. Przedsiębiorstwo, aby budować przewagę konkurencyjną, musi być zdolne do pracy w nowych warunkach. Dzisiaj skoncentrowanie się na finansowej i materialnej stronie majątku już nie wystarcza. Zwraca się więc uwagę na wartości niematerialne i intelektualne.

Elementem nowoczesnej gospodarki jest m.in. dynamiczność. Dynamika zmian we współczesnym świecie jest tak duża, że uczenie się, które trwa przez całe życie, jest dzisiaj koniecznością, aby nie zostać wykluczonym np. z rynku pracy. Otrzymanie i utrzymanie pracy wymaga coraz wyższych kwalifikacji, które należy systematycznie podnosić. Jedną z cech obecnego rynku jest intelektualizacja pracy, wiążąca się z ograniczeniem miejsc pracy w wyniku wprowadzania robotyzacji ograniczającej zapotrzebowanie na pracę ludzką. Nowa ekonomia związana z ekspansją informatyki, zdobywaniem i rozszerzaniem wiedzy stawia na wykorzystanie technologii informacyjnej, globalizację działalności i rozwój ludzki, a także umiejętne zarządzanie kapitałem intelektualnym i społecznym, budowanie właściwego zaufania i silnej tożsamości przedsiębiorstwa.

Coraz częściej traktuje się wiedzę jako czynnik produkcji, a przedsiębiorstwa koncentrują się na jej umiejętnym wykorzystaniu i zarządzaniu.

2. Społeczeństwo oparte na wiedzy

Pojęcie gospodarki opartej na wiedzy (GOW), które pojawiło się na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku, jest najczęściej kojarzone z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, postępem technicznym i innowacyjnością. Za jed-

ną z najważniejszych cech GOW uważa się rosnące znaczenie globalizacji, a także nauki i wiedzy, która jest podstawą współczesnych przemian. Coraz większa konkurencja, która wymusza tworzenie i wprowadzanie na rynek innowacji, wymaga ciągłego podnoszenia kompetencji pracowników poprzez tworzenie oraz przyswajanie nowej wiedzy. Zatem rośnie zapotrzebowanie na wiedzę i wykwalifikowanych pracowników umysłowych. W gospodarce rynkowej edukacja jest działalnością strategiczną. Pracownicy, aby utrzymać się na konkurencyjnym rynku, muszą doskonalić i aktualizować swoją wiedzę i umiejętności przez całe życie zawodowe.

Organizacja **OECD** definiuje gospodarkę opartą na wiedzy (GOW) jako bazującą na produkcji, dystrybucji i wykorzystaniu wiedzy (informacji), która jest czynnikiem napędzającym wzrost gospodarczy. Do najważniejszych cech gospodarki opartej na wiedzy zalicza rosnące znaczenie globalizacji, technik informatycznych, a przede wszystkim rozwój nauki i wiedzy, które stanowią podstawę zmian zachodzących w gospodarce.

Z gospodarkę opartą na wiedzy kojarzą nam się słowa „system” i „informacja”. System jest najczęściej złożony i nieliniowy, podlega identyfikacji i adaptacji, definiowany jest przez zmienny kontekst i znajduje się zwykle w stanie przejścia. Informacja jest przedmiotem komunikacji, interakcji, propagacji i transferu, które zachodzą przede wszystkim w sieci (*networking*). Wiedza jest tworzona, uzgadniana, propagowana, pozyskiwana i aplikowana. Tworzenie i pozyskiwanie wiedzy, zachodzi najczęściej w procesie uczenia się przez działanie (*learning by doing*), polegające na „dłubaniu” (*tinkering*) w przedmiocie zainteresowania.

Spółczesne społeczeństwo informacyjne jest typem społeczeństwa ukształtowanym w krajach, w których rozwój nowoczesnych technologii teleinformatycznych osiągnął bardzo szybkie tempo. Aby społeczeństwo można było uznać za informacyjne, kraj musi dysponować rozbudowaną, nowoczesną siecią telekomunikacyjną, obejmującą swoim zasięgiem wszystkich obywateli, oraz zasobami informacyjnymi dostępnymi publicznie. Ważną rolę odgrywa również kształcenie społeczeństwa w kierunku dalszego rozwoju tak, by wszyscy mogli wykorzystywać możliwości, jakie dają środki masowej komunikacji i informacji.

Spółczesne społeczeństwo informacyjne będzie konkurencyjne, jeśli jego gospodarka będzie oparta na wiedzy, a więc jego edukacja nie może być traktowana jako indywidualna sprawa każdego uczącego się. Państwo musi ponosić wydatki na edukację, aby umożliwić społeczeństwu zdobywanie nowej wiedzy, badania i rozwój oraz tworzenie elastycznych uwarunkowań związanych z rynkiem pracy.

Stworzono liczne definicje społeczeństwa informacyjnego. Jedną z definicji autorów K. Krzysztofka i M. Szczepańskiego określa je jako: „społeczeństwo, w którym informacja jest intensywnie wykorzystywana w życiu ekonomicznym, społecznym, kulturalnym i politycznym; to społeczeństwo, które posiada bogate środki komunikacji i przetwarzania informacji, będące podstawą tworzenia większości dochodu narodowego oraz zapewniające źródło utrzymania większości ludzi”¹.

¹ <http://ebib.oss.wroc.pl/2003/47#2>.

Rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce jest warunkiem włączenia się naszego kraju w proces przemian gospodarczych i społecznych zachodzących w Europie. Następuje proces formowania się cywilizacji informacyjnej, w której wiedza i informacja są ważnymi zasobami gospodarczymi. Transformacja społeczeństwa europejskiego w globalne społeczeństwo informacyjne stała się jednym z głównych elementów strategii Komisji Europejskiej, której celem jest wzmocnienie konkurencyjności europejskiej gospodarki². Wejście naszego kraju do struktur Unii Europejskiej spowodowało znaczne zmiany w obszarze ICT (technologii informacyjnych i komunikacyjnych). Od skuteczności włączenia się w kształtowanie społeczeństwa informacyjnego zależy wykorzystanie przez nasz kraj szans oferowanych przez Unię Europejską.

Jednym z podstawowych dóbr zgromadzonych w każdym przedsiębiorstwie są szeroko pojęte zasoby informacyjne: zasoby materialne (np. dokumentacja, procedury firmowe, zawartość baz danych, hurtowni danych) oraz zasoby niematerialne (umiejętności, doświadczenie, indywidualna wiedza pracowników). Wyzwaniem stojącym przed każdą firmą jest umożliwienie pracownikom zbudowania i ciągłego podnoszenia jakości kapitału zgromadzonej wiedzy oraz skatalogowania i udostępnienia jej tym, dla których jest niezbędna do wykonywania swojej pracy.

Coraz częściej widoczne jest przejście od społeczeństwa industrialnego do informacyjnego. W przeciwieństwie do osiągnięć rewolucji industrialnej technologie informacyjne szybko się rozprzestrzeniają i dotyczą każdego. Rewolucja informacyjna zakładająca ciągły dostęp do wiedzy i technologii wpływa na styl życia, pracy i nauki. Współzależność telekomunikacji, multimediów i technologii informacyjnych jest siłą napędową w procesie tworzenia nowych produktów i usług oraz wpływa na sposoby prowadzenia biznesu i handlu.

Nie wszyscy są w stanie korzystać z dobrodziejstw rewolucji informacyjnej. Podziały w dostępie do technologii informacyjnych i komunikacyjnych powodują różnice w dostępie do wiedzy, a w konsekwencji przyczyniają się do nowych form analfabetyzmu. Istnieje poważne zagrożenie, że przepaść między społecznościami mającymi dostęp do najnowszych technologii informacyjnych, a tymi, które są go pozbawione, spowoduje pogłębianie się różnic między bogatymi i biednymi. Postęp techniki informatycznej, telekomunikacyjnej i tzw. multimediów sprawia, że otoczenie podlega ogromnym zmianom. Ta zmiana to przenoszenie nas z ery industrialnej do nowego etapu rozwoju cywilizacji, a więc do społeczeństwa informacyjnego. Telefonii komórkowa pozwala kontaktować się z innymi niezależnie od miejsca, w którym się znajdujemy. Sieci szybkiej transmisji danych umożliwiają przekazywanie nie tylko danych liczbowych, ale również obrazów, zapisów dźwiękowych, a nawet zapisów wideo. Zatem informacja, która jest przetworzona do postaci wymaganej przez użytkownika, dostarczona w odpowiednim miejscu i czasie staje się podstawą do sprawnego funkcjonowania firm, administracji wszystkich szczebli oraz życia jednostek.

² <http://www.histmag.org/archiwalia/inag45-46/#fn3>.

Do rozpowszechnienia pojęcia „społeczeństwo informacyjne” w dużym stopniu przyczynił się dokument – Europa i społeczeństwo globalnej informacji³, przedstawiający opinie na temat zmian zachodzących pod wpływem nowoczesnych technologii teleinformatycznych we współczesnym świecie, jak również związane z tym szanse i zagrożenia.

Społeczeństwo informacyjne to określenie charakteryzujące kierunek rozwoju współczesnego społeczeństwa i wszelkich zmian, które stają się jego udziałem. Dzisiaj pojęcie to stało się synonimem nowoczesności, kreatywności, aktywności, wolności oraz dobrobytu ogółu ludzi w krajach wysoko rozwiniętych.

Nasz kraj też staje przed ogromem wyzwań natury społecznej i technologicznej, od których zależy m.in. pozycja konkurencyjna naszego kraju na arenie międzynarodowej, dobrobyt Polaków, ich samodzielność ekonomiczna oraz wzrost poczucia bezpieczeństwa. My także powinniśmy włączyć się w proces budowy ery informacyjnej poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii społeczeństwa informacyjnego, kształtowanie świadomości społeczeństwa oraz rozwijanie jego potencjału intelektualnego.

Jednym z najważniejszych elementów GOW jest kapitał ludzki, kulturowy, intelektualny i społeczny, który charakteryzują m.in. umiejętności i wiedza, jak również takie cechy, jak elastyczność, odpowiedzialność, zaufanie oraz zdolność do ryzyka i współdziałania. Sprawne zarządzanie wiedzą jest podstawową umiejętnością rozwiniętych społeczeństw.

Według Druckera wiedza nie jest bezosobowa tak jak pieniądze. Wiedza nie mieści się w książkach, bankach danych, programach komputerowych – to wszystko to tylko informacje. Wiedza jest zawsze związana z osobą. Jest przez nią przenoszona, tworzona, uzasadniana i doskonalona, stosowana, nauczana i przekazywana innym osobom i wykorzystywana przez osobę w dobrych lub złych celach [Drucker 2001].

Często zamiennie z pojęciem *organizacji zarządzającej wiedzą* stosuje się termin *organizacja ucząca się*, a więc wykorzystującą ludzkie zaangażowanie i możliwości uczenia się na wszystkich ich szczeblach. Jej celem jest zapewnienie rozwoju wszystkim pracownikom, niezależnie od zajmowanego przez nich stanowiska. Każda osoba pracująca w organizacji uczącej się jest ekspertem. Ludzie nie są traktowani przedmiotowo, lecz podmiotowo, gdyż stanowią najcenniejszy zasób przedsiębiorstwa.

3. Kapitał intelektualny

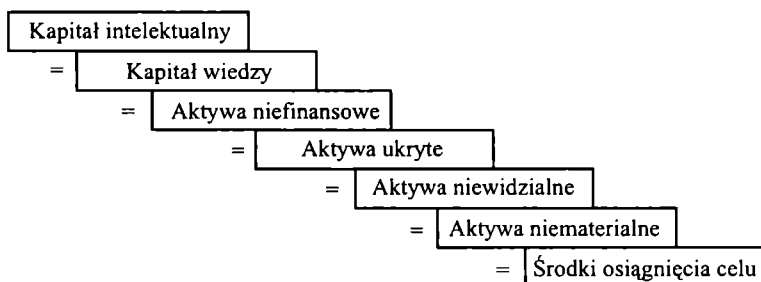
Zarządzanie wiedzą to m.in. świadome i zaplanowane wykorzystanie kapitału intelektualnego pracowników i informacji zgromadzonych w firmie. Zdaniem M. Marcinkowskiej, pomiędzy kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa i wiedzą pra-

³ Zalecenia Rady Europejskiej (tzw. Raport Bangemanna) – opublikowany przez Komisję Europejską w 1994 roku.

cowników oraz kierownictwa można postawić znak równości [Marcinkowska 2000, s. 93].

Kapitał intelektualny (*intellectual capital*) jest pojęciem wciąż nie do końca określonym. W literaturze brak jest przyjętej ogólnie definicji kapitału intelektualnego. Świadczy o tym różnorodność pojęć (por. rys.1), którymi nazywa się te same wartości: zasoby intelektualne, wartości niematerialne, aktywa niewymierne itp.

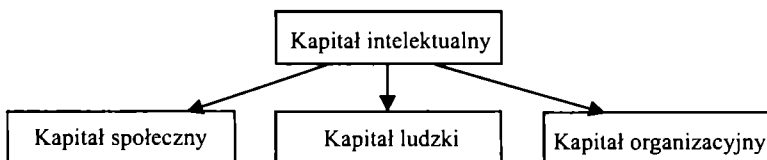
Kapitał intelektualny [Brooking 1996] to suma aktywów niematerialnych odnoszących się do rynku, własności intelektualnej, ludzi oraz infrastruktury, umożliwiającą funkcjonowanie przedsiębiorstwa.



Rys.1. Różne odmiany kapitału intelektualnego

Źródło: na podstawie [Edvinson, Malone 2001, s. 18].

Kapitał intelektualny jest sumą wiedzy posiadanej przez ludzi tworzących społeczność przedsiębiorstwa oraz praktycznym przekształceniem tej wiedzy w składniki jego wartości. Wraz z jego znaczeniem pojawia się nowe spojrzenie na rolę i wartość ludzi w przedsiębiorstwie. Zasobowe myślenie o ludziach w przedsiębiorstwie ma wpływ na zwiększenie korzyści płynących m.in. z ich wykorzystania.



Rys. 2. Struktura kapitału intelektualnego

Źródło: na podstawie [Bratnicki, Strużyna 2001].

Kapitał społeczny jest formą struktury społecznej w przedsiębiorstwie i wzmacnia proaktywne zachowania się ludzi wewnątrz tej struktury. Jakość kapitału społecznego oraz dostęp do niego mają wpływ na wyniki przedsięwzięć prowadzonych przez przedsiębiorców. Kapitał społeczny można rozpowszechniać na trzy sposoby [Lavry 1995]: jako zasób informacyjny (informujący ludzi o szansach), aktywne wsparcie pomagające przedsiębiorcom osiągnąć cele oraz jako istotny kanał trans-

misji wartości, praw i umiejętności. Jest on traktowany jako surowiec przedsiębiorczej organizacji i społeczeństwa opartego na wiedzy i często łączony ze zbiorem zdolności i umiejętności umożliwiających współpracę między ludźmi w ramach firmy w celu osiągnięcia wspólnych celów.

Kapitał społeczny występuje kilku wymiarach, a mianowicie w wymiarze:

- strukturalnym (powiązania w sieci, konfiguracja sieci, odpowiedzialność organizacji),
- stosunków międzyludzkich (zadania, normy, zobowiązania, identyfikacja),
- poznawczym (wspólnie dzielone słowniki, wspólny język).

Tabela 1. Struktura kapitału społecznego

Kapitał strukturalny	Wymiar stosunków międzyludzkich	Kapitał poznawczy
• powiązania w sieci • konfiguracja sieci • odpowiedzialność organizacji	• zaufanie • normy • zobowiązania • identyfikacja	• wspólnie podzielone słowniki • wspólny język • wspólnie podzielone opowieści

Źródło: na podstawie [Bratnicki, Strużyna 2001, s. 70].

Pojęcie kapitału ludzkiego nie jest jednoznacznie określane. Najczęściej przez pojęcie kapitału ludzkiego rozumie się zasoby wiedzy i umiejętności zdobyte w procesie kształcenia i praktyki zawodowej [Domański 1993].

Wartość kapitału ludzkiego określa kompetentność, wiedza, umiejętności, postawy, motywacje do działania i zaangażowania. Ponieważ o sukcesie przedsiębiorstwa decyduje sposób wykorzystania wiedzy, często też zalicza się tutaj zdolność intelektualną, której istotnym wyznacznikiem jest przedsiębiorczość (postawa zorientowana na odkrywanie i wykorzystanie szans, której towarzyszy otwartość na zmiany i innowacje).

Kapitał ludzki to ekonomiczny zasób wiedzy, umiejętności społeczeństwa, które określają zdolność do pracy, do adaptacji w ciągle zmieniającym się otoczeniu oraz możliwości tworzenia nowych rozwiązań.

Tabela 2. Struktura kapitału ludzkiego

Kompetentność	Zręczność intelektualna	Motywacja
• umiejętności praktyczne (biegłość, fachowość) • wiedza teoretyczna • talenty	• innowacyjność ludzi • zdolność do naśladowania • przedsiębiorczość • zdolność do zmian	• chęci działania • predyspozycje osobowościowe do określonych zachowań • zaangażowanie w procesy organizacyjne • skłonność do zachowań etycznych • władza organizacyjna • przywództwo menedżerskie

Źródło: na podstawie [Bratnicki, Strużyna 2001, s. 70].

Kapitał strukturalny dzieli się na kapitał organizacyjny (*organizational capital*) i kapitał klienta (*customer capital*). Kapitał organizacyjny jest to składowa zarówno kapitału innowacyjnego firmy (*innovation capital*), jak i posiadanego kapitału procesów (*process capital*). Kapitał procesów jest to zdolność personelu zatrudnionego w danej organizacji do wdrażania i efektywnej eksploatacji postępowych procesów zarówno podstawowych, jak i pomocniczych oraz zarządzania. Czynnikiem pierwotnym i sprawczym wszelkich zmian, udoskonaleń i modernizacji są kapitał intelektualny i umiejętności zarządzania wiedzą.

Jeden z raportów Banku Światowego [Dobija 2003, s. 15] stwierdza, że źródłem dwóch trzecich bogactwa narodów jest kapitał ludzki i kapitał społeczny. Przez pojęcie kapitału społecznego rozumie się normy, obyczaje, stosunki wzajemne oraz organizacyjne rozwiązania ułatwiające łączenie się ludzi w celu wykonywania wspólnych działań. Natomiast kapitał ludzki to umiejętności i wiedza służące ogólnym aplikacjom.

Kapitał ludzki – to wiedza, umiejętności, innowacyjność i zdolność poszczególnych pracowników przedsiębiorstwa do sprawnego wykonywania zadań. Zawiera także wartości przedsiębiorstwa, kulturę organizacyjną oraz filozofię lecz nie może być własnością przedsiębiorstwa. Natomiast kapitał strukturalny – to sprzęt komputerowy, oprogramowanie, bazy danych, struktura organizacyjna, patenty, znaki handlowe i wszystko, co jest zdolnością przedsiębiorstwa i wspiera produktywność pracowników. Kapitał strukturalny to także kapitał klientów, relacje z głównymi klientami. Może on być własnością przedsiębiorstwa, a więc może być sprzedany [Edvinsson, Malone 2001, s. 17].

4. Nowa wartość przedsiębiorstwa

Obecnie zwiększanie wartości przedsiębiorstwa jest racjonalnym celem działalności gospodarczej stwarzającym warunki dla jego funkcjonowania i rozwoju. Przychody i zyski są ostateczną miarą sukcesu przedsiębiorstwa. Kapitał intelektualny coraz częściej staje się ważny strategicznie. Jest nowym sposobem patrzenia na wartość przedsiębiorstwa. W nowej ekonomii zasoby niematerialne dominują nad materialnymi. Umiejętność gospodarowania tymi zasobami staje się koniecznością dla przedsiębiorstwa, które chce przetrwać i konkurować na rynku. Ukryte wartości przedsiębiorstwa to: kapitał ludzki, strukturalny i kliencki. Unowocześnienie zarządzania przedsiębiorstwem jest procesem zmiany społecznej. Kapitał intelektualny [Brotnicki, Strużyńska 2001, s. 69] jest oparty na wiedzy, chociaż obejmuje jeszcze inne wymiary tworzenia wartości przedsiębiorstwa (np. markę handlową, powiązania z zewnętrznymi zainteresowanymi itp.).

Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa (*value based management*) z punktu widzenia interesów właścicieli jest odmianą zarządzania strategicznego, w którym nadrzędnym celem strategicznym jest maksymalizacja wartości dla właścicieli. We-

dług M. Marcinkowskiej [2000, s. 24], podstawowym aspektem zarządzania wartością jest świadomość i zrozumienie czynników kreujących wartość oraz świadomość, gdzie (w których miejscach i procesach) wartość jest tworzona, a gdzie konsumowana.

W literaturze można spotkać pogląd, że wartość firmy (*goodwill*) tworzą czynniki, które dają się zidentyfikować, lecz nie ma możliwości ich odrębnej wyceny. Według T. Johnsona⁴, kapitał intelektualny ukrywa się w pozycji rachunkowości, jaką jest wartość firmy. Jego zdaniem – tradycyjnie wartość firmy kładzie nacisk na nietypowe, lecz prawdziwe, realne aktywa, takie jak marki. Porównując kapitał intelektualny, aktywa to zdolność podmiotu do uczenia się i akceptacji.

Według Edvinssona i Malone’go kapitał intelektualny jest studiowaniem korzeni wartości przedsiębiorstwa, pomiarem ukrytych dynamicznych czynników (kapitał ludzki i strukturalny) [Edvinsson, Malone 2001].

$\text{Kapitał intelektualny} = \text{Kapitał ludzki} + \text{Kapitał strukturalny}$
--

W warunkach gospodarki rynkowej przedsiębiorstwo jest towarem i podlega wszystkim prawom i mechanizmom regulującym rynek. W literaturze istnieje przekonanie, że wartość przedsiębiorstwa tworzą wyniki, które dają się identyfikować, lecz nie można ich odrębnie wycenić. Wartość firmy jest częścią kapitału organizacyjnego.

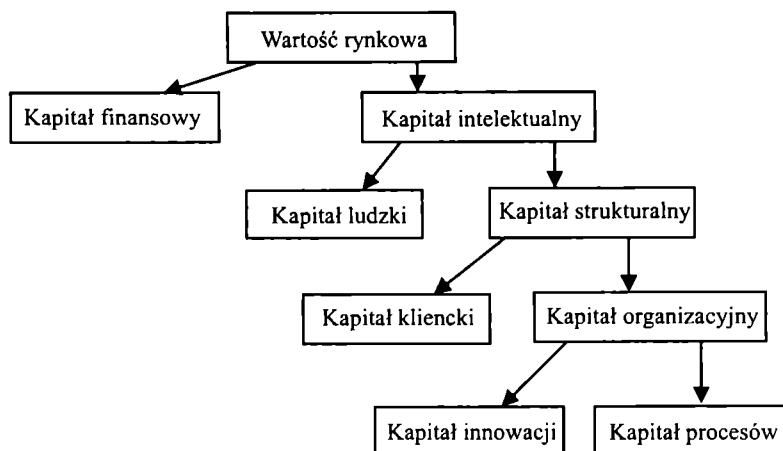
IC Raiting jest narzędziem do pomiaru kapitału intelektualnego, zapewniającym funkcjonowanie przedsiębiorstwa poprzez podstawy systemu kontroli nowoczesnego biznesu z dającymi się zmierzyć zadaniami, których celem jest powiększenie przyszłych dochodów; możliwość poprawiania (lub zmiany) działań na poziomie zarządu czy operacyjnym; obraz wkładu kapitału intelektualnego w tworzenie wartości przedsiębiorstwa.

L. Edvinsson w 1992 r. wraz ze swoim zespołem zdefiniował charakter kapitału intelektualnego w postaci następujących wniosków [Edvinsson, Malone 2001, s. 39]:

- informacje dotyczące kapitału intelektualnego są dodatkową, uzupełniającą, ale nie podrzędną informacją w stosunku do informacji finansowych,
- kapitał intelektualny jest kapitałem niefinansowym, odzwierciedlającym ukrytą lukę pomiędzy wartością rynkową i księgową,
- kapitał intelektualny ma charakter zobowiązania, a nie majątku (aktywów).

Następnie autorzy ci sformułowali definicję kapitału [Edvinsson, Malone 2001, s. 40], stwierdzając, że oznacza posiadaną wiedzę, doświadczenie, technologię organizacyjną, stosunki z klientami i umiejętności zawodowe, które dają metodyce Skandii przewagę konkurencyjną na rynku. Model wartości rynkowej Skandii prezentuje rys. 3.

⁴ Profesor zarządzania na Uniwersytecie Stanowym w Portland.



Rys. 3. Model wartości rynkowej Skandii

Źródło: [Edvinsson, Malone 2001,] s. 45.

Kapitał intelektualny jest być może teorią nową, lecz od wielu lat funkcjonującą zdroworozsądkowo. Zawsze był ukryty w różnicy pomiędzy wartością rynkową i księgową przedsiębiorstwa. Podstawą gospodarki opartej na wiedzy są nakłady na kapitał ludzki i technologię informacyjną, lecz w tradycyjnej rachunkowości nie są one brane pod uwagę. To wymaga przedstawienia nowego bilansu, w którym czynniki finansowe zastępuje się niefinansowymi – kapitałem intelektualnym.

Kompetencje to wiedza i umiejętności, zdolność do wykorzystania kapitału strukturalnego, zdolności komunikacji z innymi, doświadczenie i poziom edukacji. Relacje to zdolność dzielenia się wiedzą i zaufanie, które mają tworzyć wartość dla organizacji. Wartości to koncepcje wyróżniające jednostkę lub grupę, wpływają one na wybór narzędzi oraz efekty działań poprzez określanie, czy dane działanie jest właściwe, czy nie. Kultura jest natomiast wspólnym dla wszystkich pracowników rdzeniem wartości.

Kompetencje mają trzy wymiary: profesjonalny, społeczny i komercyjny (np. handlowy) [Dobija 2003, s. 120]. Kompetencje zawodowe są zdolnością do wykorzystania kapitału strukturalnego, który zapewnia przedsiębiorstwo. Kompetencje społeczne są umiejętnością współpracy z innymi ludźmi przy tworzeniu wartości. Natomiast kompetencje komercyjne to umiejętność pracy z klientami i innymi partnerami zewnętrznymi w kreowaniu wartości. Relacje ujawniają przekształcanie wiedzy w działanie (tworzące wartość dla przedsiębiorstwa) poprzez działania indywidualne lub dzielenie się wiedzą, tworzenie sieci powiązań pomiędzy partnerami. Wartości są jednostkami określającymi, czy konkretne działanie jest postrzegane sensownie lub nie, przenoszą swoje przekonania, styl działania i determinację w wartość dodaną przedsiębiorstwa.

W kontekście znaczenia kapitału intelektualnego dla rozwoju i procesów zarządzania firmą sprzedającą *know-how* pojawia się zatem potrzeba zastosowania alternatywnych mechanizmów pomiaru i prezentacji zachodzących zmian w jakości i wzroście kapitału intelektualnego.

Właśnie IC RatingTM jest metodologią pomiaru potencjału rozwoju firmy, nazywanego też często kapitałem intelektualnym, którą zaprezentował w pracach, teoriach i przemysleniach L. Edvinsson⁵. Jest to pragmatyczne narzędzie do mierzenia i prezentowania efektywności kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa, ryzyka z nim związanego i działań służących jego rozwojowi. Metodę⁶ tę wykorzystuje kadra zarządzająca m.in. do oceny kondycji firmy (szczególnie przy przejęciach), przy benchmarkingu, przy wyborze inicjatyw strategicznych.

Kapitał intelektualny może być mierzony na wiele różnych sposobów (por. np. [Nycz, Smok 2004]), wśród których najbardziej popularne są wskaźniki ilościowe. Wykorzystuje się je przede wszystkim w „kartach wyników”, czyli tabelach, w których w kilku wcześniej zdefiniowanych kategoriach (np. kapitał intelektualny, kapitał strukturalny itp.) wprowadza się odpowiednie dla danej organizacji wartości liczbowe charakteryzujące określone parametry.

Wskaźniki ekonomiczne mogą być pogrupowane w cztery kategorie w zależności od celów, jednostki pomiarowej, antycypowanych trudności w implementacji oraz użytkowników wskaźnika. Bez względu na obrany model pomiarowy nie należy przypisywać nadmiernej wagi samym tylko wskaźnikom. Nadmierne poleganie na wartości informacyjnej samych tylko zagregowanych wskaźników może odwrócić uwagę od tego, co jest naprawdę istotne, tzn. relacji przyczynowo-skutkowych, jakie zachodzą między komponentami kapitału intelektualnego.

Złożone relacje łączące poszczególne elementy kapitału intelektualnego sprawiają, że zaprojektowanie wskaźnika, który spełniałby wszystkie kryteria, jest bardzo trudne: np. proces uczenia się w organizacji zachodzi w wyniku interakcji pomiędzy pracownikami, klientami zarządem, strukturą wewnętrzną (system informatyczny, procesy). Proces sprzedaży usług przez pracowników wiąże się z dwustronnym przepływem wiedzy. Z tego powodu trudno za pomocą pojedynczego wskaźnika zmierzyć zjawisko uczenia się w organizacji. J. Mouritsen zauważa, że zaangażowanie pracowników i klientów w programy szkoleniowe skutkuje podniesieniem wartości kompetencji indywidualnych, struktury wewnętrznej, a także struktury zewnętrznej pod postacią reputacji.

W wymiarze indywidualnym kapitał ludzki jest zasobem stanowiącym źródło większych zarobków i przyszłej satysfakcji, wynikającej z poszerzenia zakresu postrzeganych i dostępnych wyborów. Kapitał ludzki jest jak gdyby częścią człowieka (swego posiadacza); kapitału ludzkiego nie można nabyć, ale można go w sobie wytworzyć dzięki nakładom czasu, pieniędzy, dóbr rzeczowych i usług in-

⁵ <http://www.corporatelongitude.com>.

⁶ Właścicielem praw do metodologii jest firma Intellectual Capital Sweden AB (<http://www.intellectualcapital.se>).

nych osób. Osoba nie może oddzielić od siebie kapitału, który jest w niej ucieleśniony i który towarzyszy jej zawsze, niezależnie od rodzaju działalności, jaką ta osoba prowadzi. Stanowi to o istotnej odrębności sposobu, w jakim funkcjonuje kapitał ludzki i w jakim funkcjonuje kapitał rzeczowy.

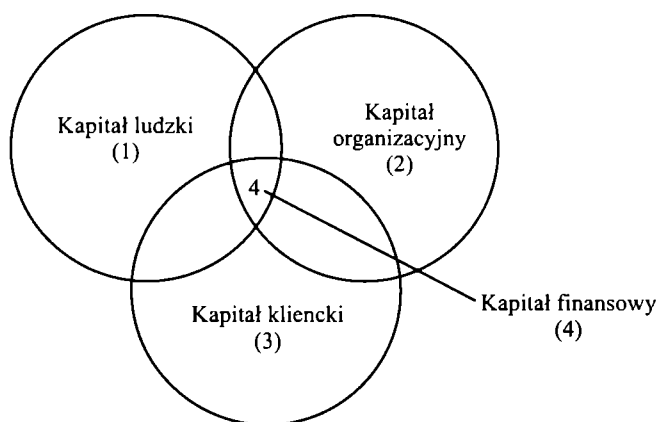
Kapitał ludzki zależy od kapitału strukturalnego – im lepszy jest kapitał strukturalny, tym lepszy jest kapitał ludzki.

Kapitał organizacyjny to inwestycje przedsiębiorstwa w systemy, narzędzia oraz filozofia, która przyspiesza przepływ wiedzy zarówno w organizacji, jak i na zewnątrz, do dostawców i kanałów dystrybucji.

Kapitał innowacyjny odnosi się do umiejętności odnowy i skutków innowacji w formie chronionych praw handlowych, własności intelektualnej. Składa się na niego suma aktywów niefizycznych: praw własności intelektualnej (np. wzory i nazwy handlowe) i pozostałość aktywów niematerialnych.

Do rozwoju teorii kapitału intelektualnego przyczyniła się koncepcja platformy wartości (rys. 4) H. Saint-Onge'a i Ch. Amstronga. Wspólną część kapitału ludzkiego (1), organizacyjnego (2) i klienckiego (3) stanowią kapitał finansowy (4) (wartość). Według autorów nie należy traktować kapitałów ludzkiego, strukturalnego i klienckiego oddzielnie, lecz jako uzupełniające się wzajemnie, gdyż ich część wspólna (4) tworzy źródło wartości przedsiębiorstwa. Wartość przedsiębiorstwa wynika z interakcji między nimi. Jeśli któryś z tych czynników jest słabszy lub ukierunkowany w złą stronę, to przedsiębiorstwo nie ma możliwości przekształcenia swego kapitału intelektualnego w wartość przedsiębiorstwa.

Jeśli połączymy trzy typy kapitału (rys. 4) z zarządzaniem wiedzą, możemy otrzymać organizację zrównoważoną i zbilansowaną, która może tworzyć najlepszy z możliwych kapitał finansowy.



Rys. 4. Platforma wartości

Źródło: na podstawie [Edvinsson, Malone 2001, s. 106].

Często zarządzanie wartością przedsiębiorstwa postrzega się przez pryzmat mierników, takich jak EVA (ekonomiczna wartość dodana)⁷, CFROI czy SVA.

Nowe rynkowe reguły funkcjonowania przedsiębiorstwa wymagają nowych zasad i form. Dzisiaj nowoczesne przedsiębiorstwo powinno szybko reagować na zmiany w otoczeniu, inwestować w kapitał intelektualny, tworzyć zespoły usprawniające funkcjonowanie struktur oraz uczenie się nowych sposobów rozwiązywania problemów.

5. Podsumowanie

Wartość przedsiębiorstwa stanowi ważny aspekt współczesnej wiedzy o przedsiębiorstwie. Natomiast ruch pieniądza w przedsiębiorstwie jest materialną miarą jego wartości. Według Bratnickiego i Strużyny [2001, s. 79], rzeczywista wartość przedsiębiorstwa ma oparcie w zdolnościach kadry zarządzającej. Najcenniejszym kapitałem przedsiębiorstwa są ludzie. Jednak tylko nieliczni potrafią udzielić odpowiedzi na temat wartości tego kapitału i opłacalności inwestycji w jego rozwój. W analizach finansowych personel firmy jest interpretowany wyłącznie jako pozycja w kosztach. Jednak wartość kapitału ludzkiego firmy jest możliwa do oszacowania.

Wyniki działań związanych z zasobami ludzkimi można zmierzyć i określić ilościowo, tak jak w przypadku innych funkcji – produkcji, sprzedaży, finansów. Przedsiębiorstwo wykorzystujące kapitał intelektualny może uzyskać przychody niematerialne w postaci: nauki, nowych idei, nowych klientów, innowacji. Obecnie podkreśla się, że prawdziwa wartość przedsiębiorstwa tkwi w jego niematerialnych aktywach, jak np. wiedzy, satysfakcji klientów, innowacyjności produktów, patentach „czy markach”.

Literatura

- Biała Księga 2003. Cz. II: *Gospodarka oparta na wiedzy*, Polskie Forum Strategii Lizbońskiej, Gdańsk-Warszawa 2003.
- Brooking A., *Intellectual Capital. Core Assests for The Third Millenium Enterprise*, International Thomson Business Press, London 1996.
- Bratnicki M., Strużyna J., *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, AE, Katowice 2001.
- Castells M., *The Rise of the Network Society*, 2000.
- Dobija D., *Pomiar i rozwój kapitału ludzkiego przedsiębiorstwa*, PFPK, Warszawa 2003.
- Domański S.R., *Kapitał ludzki i wzrost gospodarczy*, PWN, Warszawa 1993.
- Drucker P., *Myśli przewodnie Druckera*, Warszawa 2001.
- Edvinsson L., Malone M., *Kapitał intelektualny*, PWN, Warszawa 2001.

⁷ Nie jest ona miarą idealnie dostosowaną do zarządzania wartościami niematerialnymi, lecz daje się łatwo zaadaptować do procesu zarządzania wartością poprzez *human capital*.

- Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999, s. 42-49.
- Krzysztofek K., Szczepański M., *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002, s. 170.
- Kukliński A., *Gospodarka oparta na wiedzy, Wyzwanie dla Polski XXI wieku*, Warszawa 2001.
- Loury G., *The Social Capital Deficit*, „The New Democrat”, 1995 nr 5-6.
- Marcinkowska M., *Kształtowanie wartości firmy*, PWN, Warszawa 2000.
- Nycz M., Smok B., *Zarządzanie wiedzą w społeczeństwie informacyjnym*, [w:] *Pozyskiwanie wiedzy i zarządzanie wiedzą*, M. Nycz, M. Owoc (red.), Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1011, AE, Wrocław 2004.
- Sveiby E., *The New Organizational Wealth. Managing & Measuring Knowledge Based Assets*, San Francisco 1997.

INTELLECTUAL CAPITAL AS A NEW ENTERPRISE VALUE

Summary

At the turn of the 20th and 21st centuries the role and importance of the enterprise knowledge rapidly rose. The intellectual capital becomes one of the most valuable asset within any enterprise. The paper has been devoted to this issue. It consists of 5 section. After short introduction to the problem, section two describes the knowledge based society. In section three the enterprise intellectual capital has been presented. Section four treats about new value of the enterprise generated through intellectual capital. The summary ends the paper.

Małgorzata Nycz – dr inż., starszy wykładowca w Katedrze Systemów Sztucznej Inteligencji Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.

Barbara Smok – dr, adiunkt w Katedrze Systemów Sztucznej Inteligencji Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.