

Anna Pietruszka-Ortyl

Akademia Ekonomiczna w Krakowie

STUDIUM INSTRUMENTÓW WARTOŚCIOWANIA KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO ORGANIZACJI

1. Wstęp

Początek lat dziewięćdziesiątych XX w. to dynamiczny przyrost wartości rynkowej szybko rozwijających się przedsiębiorstw branży IT przy równoczesnym spadku wartości klasycznych firm produkcyjnych i konsternacja zarówno praktyków, jak i teoretyków zarządzania. Podejmowane liczne próby wyjaśnienia zjawiska skutkują wzmożonym zainteresowaniem niematerialnymi źródłami wartości firmy – kapitałem intelektualnym (tab. 1). Pojawiają się opracowania, których autorami są T.A. Stewart (1991), K.E. Sveiby (Grupa Konrada – 12.11.1987 r.) czy P. Sullivan (2000). Prekursorzy nurtu kapitału intelektualnego starają się w nich zobrazować, zdefiniować i wskazać elementy składowe kapitału intelektualnego organizacji. Działania te w znacznym stopniu przyczyniają się do rozpoznania istoty problemu, lecz zdają się niewystarczające, zwłaszcza z punktu widzenia praktyków zarządzania. Udzielają one bowiem odpowiedzi, czym jest kapitał intelektualny, jakie elementy go tworzą, sugerują, jak nim zarządzać, natomiast nie dają wskazówek dotyczących jego wartościowania i instrumentów pomiaru, tym samym nie wyznaczają dyrektyw co do efektywnego zarządzania bazą zasobów niematerialnych organizacji.

Kolejne próby podejmowane przede wszystkim przez specjalistów szkoły rachunkowości skutkują dopiero propozycjami narzędzi szacowania kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa. Ich rezultatem jest jednoznaczne stanowisko, zgodnie z którym należy zmienić klasyczne systemy wyznaczania wartości firmy, uwspółcześnić klasyczne bilanse, by odzwierciedlały one potencjał przedsiębiorstwa w zakresie kreowania wartości w oparciu na zasobach niematerialnych, czyli raportowały jej kapitał intelektualny. Te wnioski stanowiły przełom w badaniu problematyki ukrytych źródeł wartości firmy, tworząc nowe standardy w postrzeganiu współczesnych organizacji.

Tabela 1. Ewolucja koncepcji identyfikacji, raportowania i mierzenia kapitału intelektualnego

Okres	Postęp
Wczesne lata 80.	Wzrost zainteresowania problematyką aktywów niematerialnych (często utożsamianych z <i>goodwill</i>)
Połowa lat 80.	Coraz więcej spółek zaczyna poszukiwać czynników odpowiedzialnych za lukę między ich wartością księgową a wartością rynkową
Późne lata 80.	Pierwsze próby tworzenia sprawozdań księgowych mierzących kapitał intelektualny podejmowane przez praktyków (Sveiby 1988)
Wczesne lata 90.	Inicjatywy systematycznego mierzenia i raportowania kapitału intelektualnego spółki dla zewnętrznych odbiorców (Celemi, 1995; Skandia Insurance Company 1988; The Swedish Coalition of Service Industries 1995). 1990 – Skandia AFS jako pierwsza organizacja tworzy stanowisko dyrektora ds. kapitału intelektualnego, tym samym podkreślając ogromną wagę i nadając formalny status kapitałowi intelektualnemu; stanowiska obejmuje L. Edvinsson. 1992 – Kaplan i Norton prezentują koncepcję zrównoważonej karty wyników (<i>balanced scorecard</i>); narzędzie jest wyrazem przesłanki: <i>What you measure is what you get</i>
Połowa lat 90.	1995 – Nonaka i Takeuchi publikują opracowanie „The Knowledge-Creating Company. How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation” (<i>Kreowanie wiedzy w organizacji. Jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne</i>) i choć książka koncentruje się na wiedzy, to jednak istotnie przyczynia się do rozpoznania problematyki kapitału intelektualnego. 1994 – firma Celemi wprowadza do oferty Tango jako narzędzie symulujące – pierwszy szeroko sprzedawany na rynku produkt umożliwiający praktyczne szkolenia dotyczące wagi aktywów niematerialnych. 1994 – Skandia publikuje suplement do rocznego raportu z działalności pt.: „Identyfikacja kapitału intelektualnego”, prezentując pierwsze wyniki prób raportowania kapitału intelektualnego spółki. 1995 – Celemi oferuje usługę szczegółowego szacowania stanu kapitału intelektualnego, używając do tego monitora aktywów niematerialnych (<i>intangible assets monitor</i>). Pierwsze opracowania książkowe przedstawiają pionierzy ruchu kapitału intelektualnego – Kaplan i Norton 1996; Edvinsson i Malone 1997; Sveiby 1997; Stewart 1997; 2001
Późne lata 90.	Kapitał intelektualny staje się bardzo popularnym tematem badań i konferencji naukowych; pojawiają się liczne opracowania i publikacje; rośnie liczba dużych projektów badawczych (np. MERITUM, w którym uczestniczą: Finlandia, Francja, Dania, Norwegia, Hiszpania i Szwecja), których celem jest m.in. systematyzacja badań nad kapitałem intelektualnym. 1999 – OECD zwołuje międzynarodowe sympozjum w Amsterdamie dotyczące kapitału intelektualnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Dudycz 2005, s. 216].

2. Płaszczyzny wartościowania kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa

W literaturze przedmiotu wyróżnić można dwa zasadnicze podejścia do wartościowania kapitału intelektualnego, jakim dysponuje organizacja. Pierwsze ujęcie szacuje ogólny poziom kapitału intelektualnego. Jego autorzy (np. B. Lev, P.A. Strassmann czy J. Tobin) proponują kilka wskaźników (KCV, OTACE, Tobin's Q, ROAH), zazwyczaj w postaci jednej formuły matematycznej, pozwalających na ocenę tej wielkości¹. Reprezentujący drugie stanowisko proponują modele umożliwiające pomiar zarówno ogólnej wartości kapitału intelektualnego organizacji, jak i ocenę stanu budujących ten kapitał elementów składowych. Natomiast autorzy reprezentujący w większości podejście rachunkowościowe są zwolennikami trzeciej perspektywy w ocenie kapitału intelektualnego firmy – poprzez określanie indywidualnej wartości poszczególnych aktywów niematerialnych będących jego składowymi². Zgodnie z nim instrumenty wyceny poszczególnych elementów kapitału intelektualnego można przyporządkować do czterech kategorii (por.: [Urbanek 2006, s. 187-191]):

- metod kosztowych,
- metod rynkowych,
- metod dochodowych,
- metod opartych na opcjach realnych.

3. Szacowanie ogólnego poziomu kapitału intelektualnego

Do oceny kapitału intelektualnego można zastosować zatem wiele różnych kryteriów. Wybór tych wskaźników jest pochodną przyjętej definicji kapitału intelektualnego, a także posiadanych środków finansowych i możliwości przeprowadzenia zaawansowanych badań. T.A. Stewart uważa, że w wyborze kryteriów wyceny kapitału intelektualnego firma powinna kierować się następującymi zasadami [Cascio 2001, s. 24]:

- Metoda pomiaru powinna być jak najprostsza. Wystarczy po jednym kryterium dla każdego z typów kapitału intelektualnego (ludzkiego, strukturalnego i klienckiego) oraz jeden dodatkowy wskaźnik odnoszący się do obrazu całości.
- Należy mierzyć to, co jest istotne z punktu widzenia strategii przedsiębiorstwa.
- Należy mierzyć działania prowadzące do stworzenia kapitału intelektualnego.

J.M. Shaikh proponuje, by wszystkie podejścia do wartościowania ogólnego poziomu kapitału intelektualnego organizacji przyporządkować do jednej z dwóch kategorii: bądź to do miar zewnętrznych, bądź do mierników wewnętrznych (tab. 2).

¹ Poszczególne wskaźniki charakteryzujące ogólny poziom kapitału intelektualnego organizacji zaprezentowano w opracowaniach: [Seetharaman, Sooria, Saravanan 2002, s. 136-137; Dobija 2003, s. 189-190; Dudycz 2005, s. 225-227; Urbanek 2006, s. 183-186].

² Przykładowe wskaźniki wartościujące indywidualnie poszczególne elementy kapitału intelektualnego przedstawiono w publikacji: [Mikula, Pietruszka-Ortyl, Potocki 2002, s. 56-58].

Tabela 2. Zestawienie instrumentów pomiaru kapitału intelektualnego organizacji

Miary zewnętrzne
• porównanie wartości rynkowej z wartością księgową • „q” Tobina • skalkulowana wartość dodana (CIV)
Miary wewnętrzne
• rachunkowość zasobów ludzkich • monitor aktywów niematerialnych (IAM)³ • nawigator Skandii • zrównoważona karta wyników • projekt pomiaru kapitału intelektualnego opracowany przez władze duńskie • nawigator kapitału intelektualnego T.A. Stewart • model oparty na koncepcji platformy wartości • model pomiaru kapitału intelektualnego A. Solińskiej i P. Wachowiaka⁴ • model zarządzania aktywami intelektualnymi firmy Dow • IC RatingTM

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Shaikh 2004, s. 441-442].

Przy tym w grupie wskaźników zewnętrznych znajdowałyby się te, które mają klasyczną matematyczną formułę, a ich obliczenie jest realne bez wnikliwej wewnętrznej analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa. Natomiast mierniki wewnętrzne odnosiłyby się do instrumentów sprawozdawczości kapitału intelektualnego w postaci konkretnych modeli wykorzystujących specyficzne i drobiazgowo dane z działalności firmy [Shaikh 2004, s. 439].

Miary zewnętrzne to instrumenty wywodzące się ze sprawozdań finansowych. Są nimi trzy narzędzia – porównanie wartości rynkowej z wartością księgową, „q” Tobina, skalkulowana wartość niematerialna – służące do porównywania kapitału intelektualnego firm, a ich istotnym atutem jest fakt, iż są niezależne od definicji kapitału intelektualnego, jaką przyjęła firma (tab. 3) [Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 128].

Powszechnie obowiązującą typologię instrumentów szacowania poziomu kapitału intelektualnego prezentuje K-E. Sveiby, który identyfikuje cztery ich kategorie⁵ (por. [Fazlagić 2004, s. 199-200]):

- metody oparte na kapitalizacji rynkowej (MCM – *market capitalization methods*), które umożliwiają wskazanie różnicy między wartością księgową (kapitałem akcjonariuszy – *stockholders equity*) a rzeczywistą firmy (rynkową – kapitalizacją), obrazującą wartość kapitału intelektualnego badanego przedsiębiorstwa; wartość kapitału intelektualnego jest wówczas podawana w jednostkach pieniężnych;

³ Szczegółową charakterystykę monitora aktywów niematerialnych, nawigatora Skandii, projektu opracowanego przez władze duńskie, nawigatora kapitału intelektualnego T.A. Stewart, modelu opartego na koncepcji platformy wartości zawiera opracowanie: [Pietruszka-Ortyl 2002, s. 323-332].

⁴ Szerzej zob.: [Sopińska, Wachowiak 2003, s. 111-128].

⁵ www.sveiby.com.

Tabela 3. Porównanie metod pomiaru kapitału intelektualnego organizacji

Porównanie wartości rynkowej z wartością księgową
Istota: Sprowadza się do stwierdzenia, że wartość kapitału intelektualnego to różnica pomiędzy wartością rynkową a wartością księgową przedsiębiorstwa
Zalety: • Prostota
Wady: • mało dokładnie oddaje złożoność rzeczywistości • może doprowadzić do zignorowania zewnętrznych czynników (tj. deregulacji rynku, sytuacji napięcia na rynku wynikającej z plotek), które mogą mieć wpływ na wartość rynkową przedsiębiorstwa
„q” Tobina
Istota: Wskaźnik „q” to stosunek rynkowej wartości firmy (cena udziału lub akcji x liczba udziałów lub akcji) do kosztu odtworzenia jej aktywów. Jako miernik kapitału intelektualnego wskaźnik „q” identyfikuje zdolność firmy do uzyskiwania przez firmę ponadprzeciętnych zysków wynikających z faktu, że ma ona coś, czego inne firmy nie mają
Zalety: • Z powodzeniem może być stosowany do analizy zmian wartości kapitału intelektualnego w tej samej firmie, ale w różnych latach
Wady: • wrażliwość na zmienne zewnętrzne, które wpływają na cenę rynkową • może być wykorzystywany do porównywania wartości niematerialnych aktywów firm działających w ramach tej samej gałęzi przemysłu czy w tym samym rodzaju usług obsługujących te same rynki i posiadających podobne aktywa trwałe
Skalkulowana wartość niematerialna
Istota: Oblicza się ją jako nadwyżkę zwrotu z aktywów materialnych, a następnie posługuje się tą wielkością jako podstawą do zdeterminowania, jaka część zwrotu z aktywów może być przypisana aktywom niematerialnym
Zalety: • Daje możliwość dokonania porównań pomiędzy firmami w danej branży, ale też między firmami z różnych dziedzin i gałęzi przemysłu
Wady: • wykorzystuje do obliczeń średnią wysokość ROA w celu określania nadwyżki zysku, a z reguły wszelkie miary „średnie” nie są dokładne, bo są przybliżeniem • koszt kapitału w firmie przesądza o bieżącej wartości netto aktywów niematerialnych, która wyznaczana jest poprzez przeciętny koszt kapitału w danej branży, co znów dotyczy „wielkości średnich”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 128-131].

- metody oparte na zwrocie na aktywach (ROA – *return on assets methods*), które dzielą średnie zyski przed opodatkowaniem dochodów przedsiębiorstwa za

dany okres przez średnią wartość aktywów materialnych w danym okresie; otrzymany wynik porównuje się ze średnią w danej branży, a uzyskaną w ten sposób różnicę mnoży się przez średnią wartość aktywów materialnych i wyznacza się średnie roczne dochody z aktywów niematerialnych; wartość kapitału intelektualnego otrzymuje się poprzez podzielenie tych dochodów przez średni koszt kapitału; są to narzędzia przydatne do porównań firm (benchmarking) i wykorzystywane przez zarządy firm, lecz mało istotne z punktu widzenia poziomu taktycznego i operacyjnego zarządzania;

- metody bezpośredniego pomiaru kapitału intelektualnego (DIC – *direct intellectual capital methods*), które pozwalają na identyfikację i późniejsze oszacowanie pieniężnej wartości poszczególnych składników kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa; mogą one zostać ocenione za pomocą kilku wskaźników lub też jednego połączonego miernika; narzędzia skuteczne, lecz trudno je stosować celem porównań pomiędzy różnymi przedsiębiorstwami;
- metody kart punktowych (SC – *scorecards methods*), obejmujące konkretne modele szacowania kapitału intelektualnego, odwołują się przede wszystkim do miar jakościowych poszczególnych składników kapitału intelektualnego – np. nawigator Skandii, nawigator kapitału intelektualnego Stewarta, monitor aktywów niematerialnych Sveiby’ego, zrównoważona karta wyników Kaplana i Nortona; wyniki wartościowania przedstawiane są w kartach i na wykresach, w sposób zrozumiały i przejrzysty ukazują strukturę kapitału intelektualnego konkretnego przedsiębiorstwa.

4. Modele diagnozy kapitału intelektualnego organizacji

Modele diagnozy kapitału intelektualnego należą do grupy metod kart wyników i opierają się na identyfikacji poszczególnych elementów składowych badanego zjawiska. Nie szacują one wartości pieniężnej aktywów niematerialnych, ale często wprowadzają wskaźnik agregatowy. Instrumenty te bazują na wskaźnikach odzwierciedlających funkcjonowanie konkretnego przedsiębiorstwa, dlatego proces ich budowy jest długotrwały, a sam dobór miar jest zazwyczaj wynikiem negocjacji i kompromisu pomiędzy różnymi grupami i ośrodkami decyzyjnymi w organizacji (por. [Fazlagić 2004, s. 200]).

Pierwszy stosowany w praktyce model grupujący odpowiednie wskaźniki powstał w roku 1994 i umożliwia identyfikację oraz raportowanie kapitału intelektualnego. Jest to schemat określany jako nawigator Skandii, a to dlatego, że koncentruje się na narzędziu nawigacyjnym umożliwiającym zrównoważone i całościowe spojrzenie. Kolejne systematyki, czerpiąc z doświadczeń twórców nawigatora Skandii, przedstawiają inne, choć zbliżone zestawy kryteriów oceny. Są nimi monitor aktywów niematerialnych K-E. Sveiby’ego, nawigator kapitału intelektualnego T.A. Stewarta, projekt pomiaru kapitału intelektualnego opracowany przez władze duńskie, model oceny kapitału intelektualnego oparty na koncepcji plat-

formy wartości, IC – Rating czy metoda wartościowania kapitału intelektualnego zaproponowana przez A. Sopińską i P. Wachowiaka⁶.

5. IC Rating jako wybrany model diagnozy kapitału intelektualnego firmy

IC Rating (por. [Hofman-Bang, Martin 2005, s. 47-54; Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 113-117] to narzędzie diagnozy kapitału intelektualnego organizacji zaprezentowane przez firmę Intellectual Capital Sweden AB, i choć w swej strukturze czerpie z dorobku K-E. Sveiby'ego, to jego merytorycznym „ojcem” jest L. Edvinsson. Instrument ten stanowi próbę uchwycenia unikalnych aspektów niematerialnych wartości organizacji – mierzy kapitał intelektualny organizacji, umożliwiając porównania zarówno poszczególnych działów firm, jak i różnych przedsiębiorstw. W związku z tym, iż inspiracją przyjętej w modelu klasyfikacji jest terminologia Standard&Poor's, gdzie „AAA” jest oceną najlepszą, zaś „D” najgorszą (tab. 4), IC Rating uznawany jest za niefinansowy odpowiednik finansowych ratingów prowadzonych przez takie agencje, jak Standard&Poor's oraz Moody's.

Tabela 4. Skala ocen IC Rating

Efektywność	Odnowa i rozwój	Ryzyko
AAA – wybitnie wysoka efektywność	AAA – wyjątkowo silne dążenie do odnowy	– ryzyko porażki bez znaczenia
AA – bardzo wysoka efektywność	AA – bardzo silne dążenie do odnowy	R – nieznaczny poziom ryzyka
A – wysoka efektywność	A – silne dążenie do odnowy	RR – wysoki poziom ryzyka
BBB – relatywnie wysoka efektywność	BBB – relatywnie silne dążenie do odnowy	RRR – bardzo wysoki poziom ryzyka
BB – przeciętna efektywność	BB – przeciętne dążenie do odnowy	
B – relatywnie niska efektywność	B – relatywnie niskie dążenie do odnowy	
CCC – niska efektywność	CCC – słabe dążenie do odnowy	
CC – bardzo niska efektywność	CC – bardzo słabe dążenie do odnowy	
C – wyjątkowo niska efektywność	C – wyjątkowo słabe dążenie do odnowy	
D – brak efektywności	D – brak dążenia do odnowy	

Źródło: [Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 116; Hofman-Bang, Martin 2005, s. 52].

⁶ Szerzej zob.: [Sopińska, Wachowiak 2005a, 62-107; 2004, s. 279-296; 2003, s. 111-128].

Model bazuje na autorskiej klasyfikacji kapitału intelektualnego (tab. 5) i pozwala ocenić niematerialne aktywa organizacji w trzech perspektywach:

- efektywności – wyjaśniającej, jakie wyniki uzyskuje organizacja i czy wykorzystuje posiadane zasoby niematerialne w optymalny sposób,
- ryzyka – identyfikującego wielkość prawdopodobieństwa spadku obecnej efektywności kapitału intelektualnego,
- odnowy i rozwoju – wskazujących, jakie wysiłki powinna podjąć dana organizacja, by rozwijać swój kapitał intelektualny.

Tabela 5. Model kapitału intelektualnego stanowiący podstawę IC Rating

Kapitał intelektualny							
Model biznesowy	Kapitał strukturalny organizacyjny		Kapitał ludzki		Kapitał strukturalny relacyjny		
	własność intelektualna	procesy	kadra kierownicza	pracownicy	sieci	marka	klienci
kluczowe aspekty	kluczowe aspekty		kluczowe aspekty		kluczowe aspekty		
Otoczenie biznesowe: • konkurencja • nowe wejścia • zagrożenia • idea biznesowa • strategia • wizja	popyt ze strony konkurentów, ochrona własności intelektualnej	ustrukturyzowana i udokumentowana wiedza (metody, rutyny, systemy), organizacja i kultura	umiejętności menedżerskie, przywództwo wewnętrzne, współpraca i komplementarność doświadczeń w kadrze menedżerskiej	wiedza związana z danym biznesem, kompetencje ogólne, wkład w rozwój kapitału strukturalnego	sieci powiązań biznesowych, alianse (z wyłączeniem obecnych klientów)	świadomość, Reputacja, relewantna dyferencjacja	lojalność, potencjał, silne strony, wzmacniający wizerunek, wymagający klienci, uzależnienie

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Hofman-Bang, Martin 2005, s. 48].

Wykorzystanie modelu IC Rating polega na ocenie poszczególnych elementów kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa ze względu na ponad 200 kryteriów odwołujących się do niematerialnych aspektów funkcjonowania firmy. W rezultacie wartościowanie ma skutkować wskazaniem unikatowych i specyficznych dla danej organizacji kluczowych czynników sukcesu w wybranym lub pożądanym kontekście strategicznym – czyli rozstrzygnąć, czy przedsiębiorstwo dysponuje odpowiednimi aktywami niematerialnymi, by osiągnąć wyznaczone cele, oraz czy te aktywa są optymalnie wykorzystywane. Przy tym źródłem niezbędnych informacji są wewnętrzni i zewnętrzni interesariusze (pracownicy, kadra menedżerska, klienci, partnerzy, dostawcy, przedstawiciele władz) dysponujący największą wiedzą w wymaganym zakresie, badani za pomocą wywiadów pogłębionych i ankiet (przewidywany czas każdego takiego badania to 6-8 tygodni).

Rezultaty IC Rating prezentowane są w postaci miar ilościowych i jakościowych na trzech poziomach:

- zarządczym: ogólne, całościowe przedstawienie stanu organizacji w trzech płaszczyznach: efektywności, ryzyka oraz zdolności do odnowy i rozwoju według skali: „AAA” – „D” (tab. 4) w postaci wykresów słupkowych – im wyższy słupek, tym lepsza ocena,
- operacyjnym: oceny opracowywane dla każdego obszaru oddzielnie są prezentowane na wykresach radarowych; przedstawiają wyniki nie tylko badanej firmy, ale także rezultaty, jakie uzyskuje jej najlepszy konkurent; im wyższa jest ocena danego czynnika, tym lepiej⁷,
- respondentą: pisemne raporty przygotowywane na poziomie ocen pojedynczych respondentów, prezentujące otwarte wypowiedzi poszczególnych ankietowanych, sklasyfikowane według kategorii i poszczególnych pytań, co umożliwia ujęcie niekwantyfikowanej wiedzy przekazywanej w procesie badania poziomu kapitału intelektualnego organizacji.

6. Podsumowanie

W związku z rosnącym zainteresowaniem problematyką kapitału intelektualnego organizacji zaprezentowano wiele projektów w zakresie jego raportowania. Niektóre z nich stały się powszechną praktyką, natomiast wiele stanowi wyłącznie instrument wykorzystywany przez jego twórców bądź nadal pozostaje w sferze opracowywania koncepcji. Bez względu jednak na wybrany instrument pomiar kapitału intelektualnego umożliwia uzyskanie następujących korzyści:

- identyfikację podstaw wyceny przedsiębiorstwa zorientowanej na aktywa niematerialne,
- koncentrację kierownictwa firmy na najważniejszych czynnikach generujących wartość firmy,
- potwierdzenie korzyści z inwestycji w działania wynikające z zarządzania wiedzą (por. [Skyrme, Amidon 1998, s. 20-24]),
- rozszerzenie informacji dostarczanych akcjonariuszom,
- formułowanie wskazówek w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi i relacjami z klientami (zob. [Urbanek 2006, s. 180]).

Literatura

- Cascio W.F. (2001), *Kalkulacja kosztów zasobów ludzkich*, Oficyna Ekonomiczna – Dom Wydawniczy ABC, Kraków.
- Dobija D. (2003), *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa.
- Dudycz T. (2005), *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
- Fazlagić A. (2004), *Pomiar kapitału intelektualnego w instytucie badawczym*, [w:] *Success 2004. Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy*, red. E. Skrzypek, Materiały z konferencji naukowej, Kazimierz Dolny, 26-28 XI 2004, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin.

⁷ Nierzadko sporządza się także odrębne wykresy pokazujące ocenę wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy organizacji, co pozwala porównać samoocenę przedsiębiorstwa z jego percepcją na rynku [Hofman-Bang, Martin 2005, s. 53].

- Hofman-Bang P., Martin H. (2005), *IC Rating na tle innych metod oceny kapitału intelektualnego*, „E-mentor”, październik.
- Jarugowa A., Fijałkowska J. (2002), *Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka*, Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr Sp. z o.o., Gdańsk.
- Mikuła B., Pietruszka-Ortyl A., Potocki A. (2002), *Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI wieku. Wybrane koncepcje i metody*, Difin, Warszawa.
- Pietruszka-Ortyl A. (2002), *Wybrane modele oceny kapitału intelektualnego organizacji*, [w:] *Przedsiębiorstwo u progu XXI wieku*, red. M. Jerzemowska, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania w Słupsku, Słupsk.
- Seetharaman A., Hadi Helmi Bin Zaini Sooria, Saravanan A.S. (2002), *Intellectual Capital Accounting and Reporting in the Knowledge Economy*, „Journal of Intellectual Capital”, vol. 3, nr 2.
- Shaikh J.M. (2004), *Measuring and Reporting of Intellectual Capital Performance Analysis*, „The Journal of American Academy of Business”, Cambridge, March.
- Skyrme D., Amidon D. (1998), *New Measures of Success*, „Journal of Business Strategy”, vol. 19, nr 1.
- Sopińska A., Wachowiak P. (2005a), *Dodatkowe kryteria pomiaru kapitału intelektualnego przedsiębiorstw w wybranych sektorach*, [w:] *Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, red. P. Wachowiak, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Sopińska A., Wachowiak P. (2005b), *Podstawowy model pomiaru kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, [w:] *Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, red. P. Wachowiak, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa.
- Sopińska A., Wachowiak P. (2004), *Pomiar kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie a uwarunkowania sektorowe. Metodyka pomiaru*, [w:] *Informacja i wiedza w zintegrowanym systemie zarządzania*, red. R. Borowiecki, M. Kwieciński, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.
- Sopińska A., Wachowiak P. (2003), *Istota kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa – model pomiaru*, [w:] *Informacja w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Pozyskiwanie, wykorzystanie i ochrona (wybrane problemy teorii i praktyki)*, red. R. Borowiecki, M. Kwieciński, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.
- Urbanek G. (2006), *Kapitał intelektualny*, [w:] *Metody wyceny spółki. Perspektywa klienta i inwestora*, red. M. Panfil, A. Szablewski, Poltext, Warszawa.

THE STUDY OF INTELLECTUAL CAPITAL'S MEASUREMENT TOOLS

Summary

In the article the survey about different instruments of intellectual capital measurement is done. These tools are presented according to the convention – instruments that measure company's intellectual capital general level, tools that deals with the level of different elements of intellectual capital and the models of firm's intellectual capita diagnosis as the specific tools that are used by concrete organizations.