

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

268

Rachunkowość zarządcza w działalności przedsiębiorstw i instytucji

Redaktor naukowy
Bartłomiej Nita



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Halina Buk, Wiktor Gabrusewicz

Redaktor Wydawnictwa: Barbara Majewska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Joanna Świrska-Korlub

Łamanie: Comp-rajt

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się

na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie

wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-255-0

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
-------------	---

Część 1. GROMADZENIE I PRZETWARZANIE INFORMACJI ZARZĄDCZEJ

Krzysztof Piotr Jasiński: Fazy procesu informacyjnego w zarządzaniu przedsiębiorstwem	11
Kamila Trzecińska: Przydatność informacyjna rachunkowości zarządczej w zarządzaniu przedsiębiorstwem	21

Część 2. POMIAR, OCENA I RAPORTOWANIE DOKONAŃ

Agnieszka Burcyc: Ustawa Sarbanesa-Oxleya i jej następstwa dla działalności audytorów oraz zarządów spółek	43
Krzysztof Piotr Jasiński: Sprawozdawczość zarządcza w przedsiębiorstwie jako instrument podejmowania decyzji menedżerskich	54
Wojciech Dawid Krzeszowski: Forma wynagrodzenia udziałowca a obciążenia fiskalne z tego tytułu	64
Bartłomiej Nita: Pomiar i zarządcze raportowanie procesów logistycznych	75
Anna Glińska: Istota wspomagania operacyjnego i pomiar ryzyka straty operacyjnej w zakładach pracy chronionej	88
Małgorzata Wasilewska: Kapitał intelektualny w prospektach emisyjnych polskich spółek akcyjnych	104

Część 3. WYBRANE INSTRUMENTY RACHUNKOWOŚCI ZARZĄDCZEJ

Anna Balicka: Matryca miar jako narzędzie wykorzystywane w procesie porównywania przedsiębiorstw w branży motoryzacyjnej	117
Marcin Klinowski: Planowanie sieciowe w zarządzaniu kosztami i czasem projektu	131
Kamila Trzecińska: Zarządzanie kosztami według koncepcji <i>kaizen costing</i>	141

Część 4. RACHUNKOWOŚĆ ZARZĄDCZA W SEKTORZE PUBLICZNYM

Michał Dyk: Podstawy gospodarki finansowej gmin	155
Magdalena Koźmik: Wykorzystanie rachunku kosztów działań w sektorze publicznym	168
Magdalena Talarska: Budżet działalności oddziału szpitalnego na przykładzie oddziału anestezjologii i intensywnej terapii medycznej	178

Summaries

Part 1. GATHERING AND PROCESSING MANAGEMENT INFORMATION

Krzysztof Piotr Jasiński: Phases of information process in company management	20
Kamila Trzcińska: Information usefulness of management accounting in corporate management	40

Part 2. PERFORMANCE MEASUREMENT, ASSESSMENT AND REPORTING

Agnieszka Burczyk: Sarbanes-Oxley Act of 2002 and its implications for the activities of auditors and management boards	53
Krzysztof Piotr Jasiński: Management reporting in a company as an instrument of managerial decision making	63
Wojciech Dawid Krzeszowski: A form of the shareholder's remuneration and resultant fiscal burden	74
Bartłomiej Nita: Performance measurement and managerial reporting in the area of logistics	87
Anna Glińska: The essence of operational support and measurement of operational risk losses in sheltered workshops	103
Małgorzata Wasilewska: Intellectual capital in the prospectuses of Polish joint-stock companies	113

Part 3. CHOSEN TOOLS OF MANAGEMENT ACCOUNTING

Anna Balicka: Measurement matrix as a tool used in the process a comparison of companies in the automotive industry	130
Marcin Klinowski: Network planning in the cost and time project management	140
Kamila Trzcińska: The concept of Kaizen costing in cost management	152

Part 4. MANAGEMENT ACCOUNTING IN PUBLIC SECTOR

Michał Dyk: Basics of municipality's financial management	167
Magdalena Koźmik: The use of Activity Based Costing in public sector	177
Magdalena Talarska: Budget of hospital ward activity on the example of anesthesiology and intensive medical therapy wards	188

Małgorzata Wasilewska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

KAPITAŁ INTELEKTUALNY W PROSPEKTACH EMISYJNYCH POLSKICH SPÓLEK AKCYJNYCH

Streszczenie: Artykuł ma na celu analizę prospektów emisyjnych polskich spółek akcyjnych przeprowadzających emisję z prawem poboru w latach 2010-2012 pod kątem składowych kapitału intelektualnego. Na początku zdefiniowano kapitał intelektualny i przedstawiono najpopularniejsze jego kategoryzacje. W ostatnim podpunkcie ukazano przykłady raportowania o kapitale intelektualnym w prospektach emisyjnych badanych spółek.

Słowa kluczowe: kapitał intelektualny, emisja z prawem poboru, raportowanie o IC.

1. Wstęp

Mimo że nie ma jeszcze opracowanych standardów raportowania o kapitale intelektualnym, przedsiębiorstwa same informują o jego istnieniu. Dowodem na to może być analiza prospektów emisyjnych polskich spółek akcyjnych notowanych na GPW, przeprowadzających emisję z prawem poboru w latach 2010-2012 pod kątem składowych kapitału intelektualnego. W żadnym z analizowanych prospektów emisyjnych nie ma w prawdzie wymienionej kategorii „kapitał intelektualny”, jednak przedsiębiorstwa opisują poszczególne jego elementy. Niniejszy artykuł ma na celu uświadomić zarządzającym, że wprowadzenie jednolitych standardów pomiaru i wyceny kapitału intelektualnego ułatwiłoby czytanie prospektu emisyjnego, ponieważ w usystematyzowany i syntetyczny sposób zwróciłoby uwagę na najważniejsze jego składowe oraz zapewniłoby łatwą porównywalność między spółkami.

2. Definicja kapitału intelektualnego

Powstało wiele definicji kapitału intelektualnego, ale żadna z nich nie została dotychczas uznana za właściwą i tym samym powszechnie przyjętą. Niewątpliwą trudnością w opisywaniu kapitału intelektualnego jest niewymierność jego składni-

ków, które nie mają postaci fizycznej. Według T. Stewarda kapitał intelektualny to „materiał intelektualny: wiedza, informacje, własność intelektualna i doświadczenie, które mogą być wykorzystane do tworzenia bogactwa” [Jarugowa, Fijałkowska 2002, s. 58-59]. Ponadto dodaje on, że kapitał intelektualny „to suma wszystkiego, co każdy w przedsiębiorstwie wie, a co decyduje o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku” [Kasiewicz i in. 2006, s. 70]. Określa on ponadto, że kapitał intelektualny to „materiał intelektualny, który został sformalizowany, ujęty i zmuszony do działania w celu stworzenia majątku o wyższej wartości” [Sokołowska 2005, s. 12]. Podobną definicję proponuje L. Edvinsson, uznający za kapitał intelektualny „wiedzę, która może być zamieniona na wartość” [Edvinsson, Malone 2001, s. 39]. Obie definicje ukazują, że wiedza i właściwe nią zarządzanie może zadecydować o osiągnięciu przez firmę przewagi konkurencyjnej, która ułatwi w dłuższej perspektywie wzrost wartości przedsiębiorstwa.

3. Kategoryzacja kapitału intelektualnego

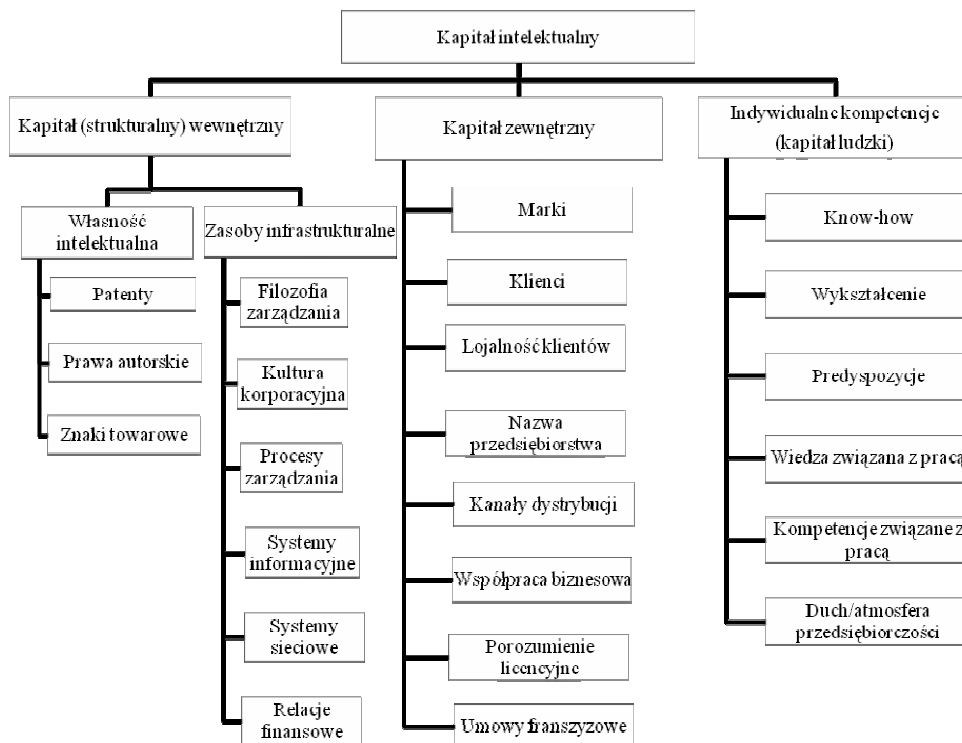
Różni autorzy proponują odmienne podejścia do określenia składników kapitału intelektualnego. Koncepcje zaproponowane przez K.-E. Sveiby’ego, L. Edvinssona oraz H. Saint-Onge’a są najbardziej znanymi sposobami jego kategoryzacji i mogą być w przyszłości przyjęte jako standardy.

W Raporcie Konrada K.-E. Sveiby i inni uczeni dokonali klasyfikacji kapitału intelektualnego na: kapitał intelektualny przypisany jednostce (kapitał indywidualny) oraz kapitał intelektualny przypisany organizacji (kapitał strukturalny). W ramach swojej kategoryzacji kapitału intelektualnego, która jest określana jako Monitor Aktywów Niematerialnych Sveiby zmodyfikował koncepcję zaprezentowaną w Raporcie Konrada, a mianowicie podzielił kapitał strukturalny na wewnętrzny i zewnętrzny. W związku z tym Sveiby wyróżnił w ramach kapitału intelektualnego trzy kategorie: indywidualne kompetencje, strukturę zewnętrzną oraz strukturę wewnętrzną.

Pierwszy z elementów kapitału intelektualnego, czyli indywidualne kompetencje, K.E. Sveiby określa jako umiejętność ludzi właściwego reagowania w określonych sytuacjach [Sveiby]. Wynikiem pracy ludzkiej jest struktura wewnętrzna. Przez pojęcie struktury wewnętrznej według Sveiby’ego należy rozumieć: patenty, kompetencje, systemy komputerowe i administracyjne, organizacje nieformalne, systemy wewnętrzne i kulturę organizacji. Struktura zewnętrzna obejmuje natomiast relacje z odbiorcami i dostawcami, znaki handlowe, marki, reputację i wizerunek firmy [Sokołowska 2005, s. 53].

Najbardziej rozpowszechnioną koncepcją podziału kapitału intelektualnego jest kategoryzacja zaproponowana na początku lat 90. XX wieku przez L. Edvinssona, który w ramach szwedzkiego przedsiębiorstwa ubezpieczeniowego Skandia dokonał podziału kapitału intelektualnego na sumę dwóch podstawowych elementów: kapitału ludzkiego i kapitału strukturalnego. Kapitał strukturalny podzielił z kolei

na kapitał kliencki i organizacyjny. Kapitał organizacyjny jest sumą kapitału innowacji i kapitału procesów. Kapitał ludzki jest definiowany przez Edvinssona jako umiejętności, wiedza i doświadczenie pracowników oraz menedżerów przedsiębiorstwa [Edvinsson, Malone 2001, s. 34].



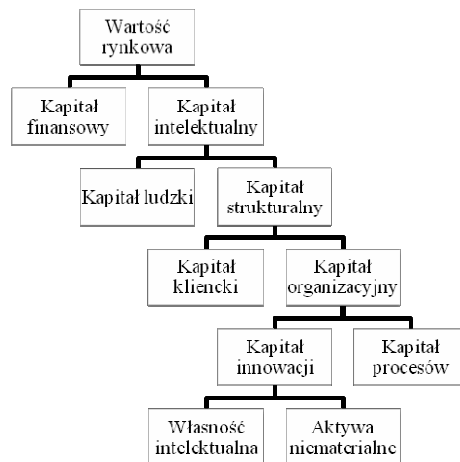
Rys. 2. Kategorie i elementy kapitału intelektualnego według koncepcji K.-E. Sveiby'ego

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Kasiewicz i in. 2006, s. 84].

Druą kategorią kapitału intelektualnego to kapitał strukturalny, określany przez Edvinssona jako „wcielenie, upełnomocnienie kapitału ludzkiego” [Edvinsson, Malone 2001, s. 34]. Taka charakterystyka kapitału strukturalnego podkreśla fakt, że kapitał ludzki stanowi nadrzędną kategorię w tej koncepcji kapitału intelektualnego, ponieważ jest ona podstawą tworzenia kapitału strukturalnego w przedsiębiorstwie. Według Edvinssona na kapitał strukturalny przedsiębiorstwa składa się oprogramowanie, sprzęt komputerowy, bazy danych, struktura organizacyjna, patenty, znaki handlowe, relacje z głównymi klientami. W odróżnieniu od kapitału ludzkiego, kapitał strukturalny może być własnością przedsiębiorstwa, ale istnieje również możliwość jego odsprzedania. Kapitał kliencki odnosi się do powiązań i relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem, czyli obejmuje relacje z dostawcami, lojalność klientów, wizerunek firmy na rynku.

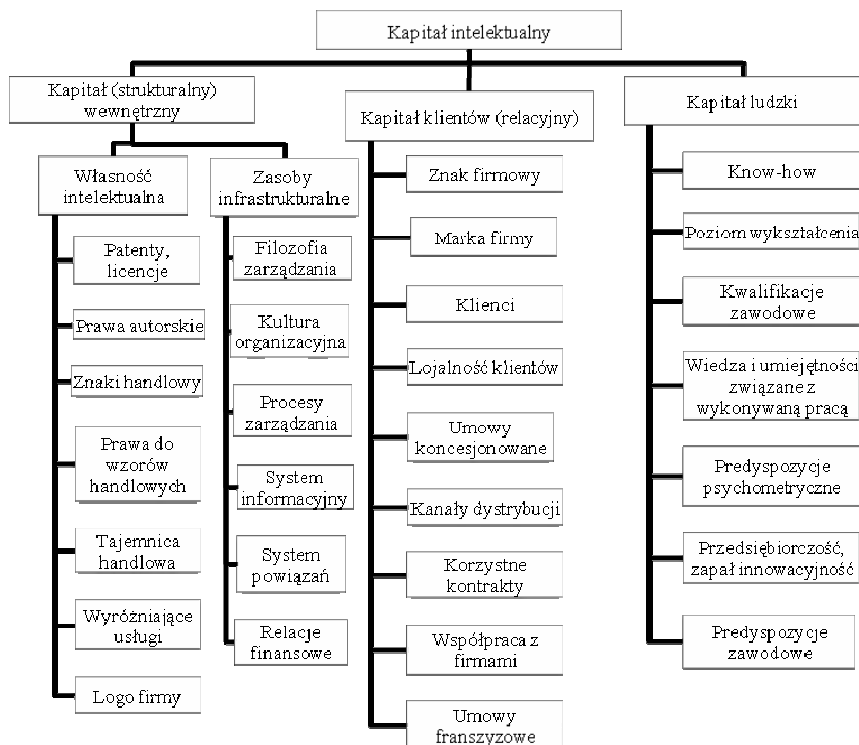
Koncepcja platformy wartości, stworzona przez H. Saint-Onge'a, zakłada, że kapitał intelektualny składa się z: kapitału ludzkiego, kapitału klientów (relacyjnego) oraz kapitału organizacyjnego (strukturalnego) (por. rys. 3).

Kapitał ludzki to wiedza, którą dysponuje każdy pracownik zatrudniony w firmie. Według H. Saint-Onge'a jest on podstawą pozyskania kapitału organizacyjnego, który obejmuje wiedzę zdobytą przez pracowników, a następnie wykorzystaną w kreowaniu struktury, kultury, procesów firmy. Kapitał klientów to powiązania i relacje przedsiębiorstwa z otoczeniem. Uznanie kapitału klientów za odrębną kategorię kapitału intelektualnego podkreśla fakt,



Rys. 2. Model wartości rynkowej Skandii

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



Rys. 3. Elementy kapitału intelektualnego w modelu platformy wartości

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Kasiewicz i in. 2006, s. 84].

że stosunki z klientami mają podstawowe znaczenie dla kreowania wartości przedsiębiorstwa oraz są „odmienne od stosunków z pracownikami i partnerami strategicznymi” [Edvinsson, Malone 2001, s. 35]. Kapitał klientów jest generowany dzięki efektywnej współpracy z nimi [Mikuła 2002, s. 66].

4. Przykłady raportowania o kapitale intelektualnym w prospektach emisyjnych spółek przeprowadzających emisję z prawem poboru w latach 2010-2012 – wnioski z badań

W celu określenia stopnia raportowania o kapitale intelektualnym przeanalizowano prospekty emisyjne dwudziestu wybranych przedsiębiorstw, które w latach 2010-2012 przeprowadziły emisję z prawem poboru. Do badania przyjęto spółki notowane na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. W celu zbadania prospektów emisyjnych podzielono poszczególne elementy składowe kapitału intelektualnego na trzy podstawowe kategorie: kapitał ludzki, kapitał strukturalny i kliencki. Badanie miało za celu wyszukanie w prospektach emisyjnych poszczególnych składowych kapitału intelektualnego w ramach każdej z jego kategorii.

W ramach kapitału ludzkiego wszystkie badane firmy opisywały w swoich prospektach emisyjnych kompetencje kadry zarządzającej. Wynika to z faktu, że w prospekcie emisyjnym informacje dotyczące składu osobowego zarządu oraz rady nadzorczej spółki są wymagane przez Rozporządzenie Ministra Finansów z 18 października 2005 r. Spółki akcyjne Solar i Work Service zwróciły uwagę na ryzyko utraty doświadczonej kadry menedżerskiej. Interbud SA oraz Ciech SA w odróżnieniu od innych spółek dodały, że członkowie organów zarządzających lub nadzorczych stale podnoszą swoje kwalifikacje poprzez liczne szkolenia czy studia podyplomowe. Siedem z badanych przedsiębiorstw podaje, jako jeden z czynników ryzyka, odejście kluczowych członków kierownictwa oraz trudności związane z pozyskaniem nowej wykwalifikowanej kadry zarządzającej. Przykładami mogą być spółki Solar, Work Service. Sfinks SA stwierdził ponadto, że spółka jest uzależniona od osób zajmujących kluczowe stanowiska, których szeroki zakres *know-how* i efektywnie rozbudowana sieć kontaktów osobistych determinuje działalność operacyjną przedsiębiorstwa.

W prospektach emisyjnych spółek chemicznych (Boryszew SA, Ciech SA) wskazano na ryzyko odejścia wykwalifikowanych pracowników. Zmaterializowanie się tego ryzyka jest postrzegane przez te przedsiębiorstwa jako źródło dodatkowych kosztów związanych z poszukiwaniem nowych pracowników. Niektóre przedsiębiorstwa informują w swoich prospektach emisyjnych o działaniach podjętych w celu zatrzymania pracowników. Przykładem może być Barlinek, który zapewnia, że stara się oferować, zarówno dotychczasowym, jak i nowym pracownikom produkcyjnym, konkurencyjne do warunków rynkowych zasady wynagradzania, proponuje szkolenia oraz dofinansowanie nauki. Work Service SA zapewnia, że rozwija swój kapitał ludzki poprzez dbanie o pracowników. W swoim prospekcie emisyjnym przedsiębiorstwo zapewnia,

że pracownicy otrzymują konkurencyjne wynagrodzenie i mają optymalne warunki pracy. Ciech SA jako jedna z nielicznych spółek odnosi się do posiadanego „potencjału intelektualnego” – ogromnego doświadczenia i fachowej wiedzy (*know-how*) kadry technicznej, którą zatrudnia w swoich spółkach, oraz podaje strukturę wykształcenia zatrudnionych pracowników. Tabela 1 zawiera zbiorcze porównanie przeanalizowanych spółek w kontekście składowych kapitału ludzkiego.

Tabela 1. Składniki kapitału ludzkiego opisywane w prospektach emisyjnych badanych spółek akcyjnych

Składniki kapitału ludzkiego	Spółki*																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Kompetencje kadry kierowniczej	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Odwołanie się do <i>know-how</i> pracowników	+		+	+	+	+													+	
Rodzaj zatrudnienia			+		+	+			+	+										
Kompetencje załogi	+		+	+				+	+	+	+		+			+			+	+
Wprowadzenie programów motywacyjnych			+			+							+							
Szkolenia dla pracowników	+		+			+			+				+						+	
Realizowanie projektu mającego na celu rozwój zasobów ludzkich	+																			
Ciągłe podnoszenie kwalifikacji przez kadrę zarządzającą	+												+							
Niewielka rotacja pracowników										+										

* Oznaczenia:

1 Ciech SA	6 Vistula SA	11 Ferro SA	16 Azoty SA
2 Boryszew SA	7 Vantage SA	12 Berling SA	17 CP Energia SA
3 Work Service SA	8 GTC SA	13 Interbud SA	18 Getin SA
4 Solar SA	9 Barlinek SA	14 Midas SA	19 Sfinks SA
5 Berling SA	10 Krynicki SA	15 Cersanit SA	20 EMC SA

Źródło: opracowanie własne na podstawie prospektów emisyjnych badanych spółek.

Jednym z kryteriów oceny kapitału organizacyjnego jest sposób sformułowania strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Jasno sformułowana strategia powinna zawierać cele strategiczne oraz sposoby ich realizacji. Każde z badanych przedsiębiorstw w swoim prospekcie emisyjnym odwoływało się do strategii. Sposób sformułowania strategii był różny. Niektóre przedsiębiorstwa formułowały ją w sposób ogólny. Przykładem może być Boryszew SA, który podkreślał, że jego strategia jest ukierunkowana na ciągły rozwój. Inne przedsiębiorstwa podawały treść swojej strategii dość szczegółowo. Work Service SA jako strategię przyjął zdobycie pozycji lidera w dostarczaniu zaawansowanych rozwiązań w dziedzinie zarządzania personelem w Europie Środkowej i Wschodniej.

Na szczególną uwagę pod względem kapitału organizacyjnego zasługuje spółka Ciech, która jako jedyna z badanych przedsiębiorstw informuje w prospekcie emisyjnym, że przy wykonywaniu zadań badawczych korzysta ze współpracy z wyspecjalizowanymi instytutami oraz uczelniami. Ponadto w ramach realizowanych przez spółkę badań w skład rady ekspertów wchodzi wybitne autorytety w dziedzinie nauki i badań, m.in.: prof. dr hab. inż. Henryk Górecki, prof. dr hab. Ryszard Górecki.

Za nowoczesne rozwiązania strukturalne przyjęło się uważać następujące formy struktur organizacyjnych: strukturę dywizjonalną, projektową i macierzową. Dwa z badanych przedsiębiorstw podały w swoim prospekcie emisyjnym, że mają nowoczesny typ struktury organizacyjnej. Jednym z tych przedsiębiorstw była spółka akcyjna Work Service, która określiła, że poprzez utworzenie macierzowej struktury zarządzania, dublującej odpowiedzialność za poszczególne kluczowe procesy biznesowe, ma możliwość minimalizować ryzyko.

Na kapitał organizacyjny przedsiębiorstwa składają się posiadane przez nie systemy IT, a także ogólny poziom informatyzacji. Przykładem raportowania o tych składnikach może być spółka akcyjna Ferro, która podała, że środki uzyskane z emisji zostaną przeznaczone na inwestycje związane z rozbudową infrastruktury IT poprzez oprogramowanie ERP. O tym, jak ważne dla badanych przedsiębiorstw są sprawnie działające systemy informatyczne, świadczy fakt, że 12 z 20 badanych spółek jako jedno z ryzyk w swojej działalności podaje ryzyko awarii systemów informatycznych. Work Service SA, aby w pełni zaspokajać potrzeby klientów należących do sektora małych przedsiębiorstw, rozbuduje funkcje transakcyjne w ramach istniejących serwisów internetowych. W przypadku spółki Solar SA ma miejsce zwiększenie efektywności zarządzania poprzez wprowadzenie systemu informatycznego Microsoft Dynamics NAV.

Kapitał organizacyjny firmy tworzą posiadane przez nią bazy danych. Jedyną z analizowanych spółek informującą o posiadanych bazach danych jest grupa Work Service SA, która stworzyła największą w Polsce rekrutacyjną bazę danych, zawierającą profile ponad 200 tys. kandydatów do pracy. W tabeli 2 ukazano, które z badanych przedsiębiorstw wykazywały poszczególne składowe kapitału organizacyjnego.

Kapitał klienta może być mierzony poprzez określenie udziału w rynku lub stopę wzrost udziału rynkowego, która przesądza o sukcesie przedsiębiorstwa. Powinna być ona wyższa od dynamiki sektora działania przedsiębiorstwa lub co najmniej jej równa. Żadna z firm nie porównywała udziału w rynku z dynamiką sektora. Większość z badanych przedsiębiorstw podawała w swoich prospektach emisyjnych udział w rynku.

Boryszew SA odwołuje się w prospekcie emisyjnym do procesu gromadzenia wiedzy na temat własnej pozycji na rynku w odniesieniu do potrzeb odbiorców oraz w relacji do podmiotów konkurencyjnych. Zdobywanie wiedzy na ten temat odbywa się poprzez: bezpośrednie kontakty z dostawcami i odbiorcami, publikacje branżowe, własne badania marketingowe, raporty i analizy zlecane do wykonania

Tabela 2. Składniki kapitału organizacyjnego opisywane w prospektach emisyjnych badanych spółek akcyjnych

Składniki kapitału organizacyjnego	Spółki*																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Nowoczesny typ struktury organizacyjnej	+		+					+												
Wysoki poziom informatyzacji			+	+	+		+													
Jasne sformułowanie strategii przedsiębiorstwa	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Współpraca w charakterze doradztwa	+																			
Istnienie baz danych			+																	
Nakłady na B+R	+	+							+						+	+				+
Rozwój sieci dystrybucji			+	+		+				+			+		+				+	+
Szerokość asortymentu	+	+	+	+		+	+		+		+		+	+		+		+		
Opis oprogramowania zarządzającego zasobami ludzkimi				+																
Poziom informatyzacji, systemy informatyczne			+	+										+						
Wdrożenie systemów jakości (np. ISO 9001, ISO 14001)	+	+				+				+			+		+	+				+
Posiadane licencje	+	+		+			+		+					+	+					
Patenty	+	+							+					+						
Znaki towarowe	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
Inwestycje w technologię informacyjną	+		+	+			+							+					+	
Współpraca z uczelniami	+																+			
Współpraca z jednostkami B+R	+	+															+			
Strategiczne przejęcia	+	+	+		+	+	+							+		+				
Realizowanie projektów europejskich, np. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka	+	+																	+	
Innowacyjny proces produkcyjny\ sposób świadczenia usług	+	+	+						+	+			+						+	+
Wysoka jakość produktów potwierdzona nagrodami	+		+	+		+		+		+			+							
Duży udział w wydatkach inwestycyjnych wydatków na nabycie WNiP	+								+								+			

* Oznaczenia jak w tab. 1.

Źródło: opracowanie własne na podstawie prospektów emisyjnych badanych spółek.

wyspecjalizowanym podmiotom. Zasięg znajomości marki jest jednym z czynników wpływających na wartość kapitału rynkowego przedsiębiorstwa. O znajomości marki mogą świadczyć nagrody uzyskane przez przedsiębiorstwo. Na przykład marka spółki akcyjnej Ciech została uhonorowana licznymi nagrodami, m.in.: Business Superbrands Polska 2007, a marka Barlinek w 2010 r., w dowód uznania jej

rosnącej wartości, znalazła się w rankingu najcenniejszych polskich marek, przygotowanym przez dziennik „Rzeczpospolita”.

Tabela 3. Składniki kapitału klienckiego opisywane w prospektach emisyjnych badanych spółek akcyjnych

Składniki kapitału klienckiego	Spółki*																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Znaczny udział przedsiębiorstwa w rynku	+	+	+	+	+	+			+	+				+						
Ocena rentowności klientów			+																	
Przeciętna wielkość klienta			+																	
Stopień satysfakcji klientów			+			+														
Wielkość klienta	+	+	+							+										
Wprowadzanie nowych t produktów \usług na rynek	+	+	+			+	+		+					+						
Zróżnicowane kanały dystrybucji				+	+				+		+			+						
Franszyza			+																+	+
Przykłady zawartych kontraktów z klientami	+			+						+					+				+	
Znaczni klienci			+						+	+										
Małe uzależnienie od odbiorców	+																+			+
Długotrwałe relacje z klientami			+																	
Ciągłe doskonalenie oferowanych produktów, usług	+	+	+						+		+									+
Przeprowadzanie badań marketingowych		+									+									
Znajomość marki	+		+			+			+					+	+		+		+	+

* Oznaczenia jak w tab. 1.

Źródło: opracowanie własne na podstawie prospektów emisyjnych badanych spółek.

Kapitał kliencki jest rozwijany poprzez utrzymywanie długotrwałych relacji. Grupa GTC w swoim prospekcie emisyjnym informuje, że pozyskuje i zatrzymuje renomowanych najemców, w tym uznane międzynarodowe sieci handlowe, takie jak: C&A, Carrefour, Cinema City, H&M. W budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa szczególne istotne są strategiczne przejęcia innych podmiotów. Przykładem może być Boryszew SA, który w 2010 r. zawarł transakcję nabycia przedsiębiorstwa Maflow Polska z branży automotive. W tabeli 3 zamieszczono zbiorcze porównanie przeanalizowanych spółek w kontekście składowych kapitału klienckiego.

5. Podsumowanie

Raportowanie o kapitale intelektualnym może stanowić dodatkową, uzupełniającą informację, która nie jest podrzędna w stosunku do informacji finansowych, a zwraca uwagę na czynniki, które nie mogą być wyrażone w wartościach pienięż-

nych, ale mają istotny wpływ na rozwój przedsiębiorstwa. Podsumowując, można stwierdzić, że przedsiębiorstwa raportują o poszczególnych kategoriach kapitału intelektualnego w swoich prospektach emisyjnych. Informacje na ten temat są przedstawiane głównie w formie opisowej. Zastosowanie w raportowaniu o kapitale intelektualnym jednolitej formy raportowania o jego składnikach umożliwiłoby porównywalność w czasie oraz między przedsiębiorstwami.

Literatura

- Edvinsson L., Malone M.S., *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swojego przedsiębiorstwa odkrywając jego ukryte korzenie*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Jarugowa A., Fijałkowska J., *Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym*, Wydawnictwo ODiDK, Gdańsk 2002.
- Mikuła B., Pietruszka-Ortyl A., Potocki A., *Zarządzanie przedsiębiorstwem XXI wieku. Wybrane koncepcje i metody*, Difin, Warszawa 2002.
- Kasiewicz S., Rogowski W., Kicińska M., *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- Sokołowska A., *Zarządzanie kapitałem intelektualnym w małym przedsiębiorstwie*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.
- Sveiby E., *Measuring Intangibles and Intellectual Capital – An Emerging First Standard*, <http://intelegen.com/money/EmergingStandard.html> (wrzesień 2012).

Źródło internetowe

<http://bossa.pl/> – prospekty emisyjne badanych spółek.

INTELLECTUAL CAPITAL IN THE PROSPECTUSES OF POLISH JOINT-STOCK COMPANIES

Summary: This article aims to analyze the prospectuses of Polish joint-stock companies which organized a rights issue over the 2010-2012 in terms of the components of intellectual capital. At first, the concept of intellectual capital was defined. Secondly, its most popular categorizations were presented. In the final section, the examples of intellectual capital categories and its components were shown.

Keywords: intellectual capital (IC), rights issue, reporting about IC.