

Małgorzata Nycz

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ROLA KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO W NOWOCZESNYM PRZEDSIĘBIORSTWIE

Streszczenie: W dobie rozwoju społeczeństwa informacyjnego jednym z podstawowych zasobów przedsiębiorstwa staje się wiedza, która zaczyna stanowić istotny czynnik walki konkurencyjnej. Zasoby przedsiębiorstwa obejmują nie tylko zasoby materialne, ale również niematerialne. Artykuł poświęcony został roli i znaczeniu kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie opartym na wiedzy.

Słowa kluczowe: wiedza, społeczeństwo informacyjne, gospodarka oparta na wiedzy, kapitał intelektualny.

1. Wstęp

W dobie rozwoju społeczeństwa informacyjnego jednym z podstawowych zasobów przedsiębiorstwa staje się wiedza, która zaczyna stanowić istotny czynnik walki konkurencyjnej. Mówiąc o zasobach wiedzy, należy pamiętać, że obejmują one nie tylko dane i informacje zgromadzone w firmie, ale także potencjał intelektualny pracowników. Wiele przedsiębiorstw w niewielkim stopniu potrafi wykorzystać te zasoby, pomijając zwłaszcza w swoich działaniach zasoby intelektualne swoich pracowników.

Gospodarka elektroniczna tworzy model dystrybucji nowej gospodarki (*New Economy*). Zdolność firmy działającej w przestrzeni wirtualnej do uzyskania przewagi konkurencyjnej jest uzależniona od umiejętności przełożenia jej innowacyjnej strategii biznesowej na możliwości internetowe. Firma nie może ignorować zmian, które niesie z sobą e-biznes, decydujący o kształcie informatyki, usługach finansowych, sprzedaży detalicznej i komunikacji. Systemy gospodarki elektronicznej stwarzają szansę zdobycia przewagi konkurencyjnej poszukiwanej w internecie, intranecie, ekstranetach, systemach planowania zasobów przedsiębiorstwa (Enterprise Resource Planing – ERP) i elektronicznej wymiany danych (Electronic Data Interchange – EDI).

Walutą obiegową nowej gospodarki nie jest twardy kapitał, lecz kapitał w postaci wiedzy i relacji. W gospodarce cyfrowej wiedza jest podstawą wszystkiego. Suk-

ces każdej działalności biznesowej wymagającej efektywnego zarządzania informacją jest budowany na bazie zdefiniowanej architektury informacyjnej, która wyznacza wizję procesów informacyjnych i ich miejsce w środowisku przedsiębiorstwa. Wykorzystanie w tym przypadku sprawdzonych wzorców pozwala zbudować procesy oparte na rozwiązaniach technicznych. W nowoczesnej gospodarce jakość architektury informacyjnej ma wpływ na zdolność przedsiębiorstwa do skutecznego działania (konkurowania).

Korzystanie z urządzeń teleinformatycznych jest coraz częściej drogą do korzystania z wiedzy, bez której nie ma akwizycji, organizacji i strukturalizacji, wyszukiwania i filtrowania, a także i wnioskowania. Wiedza ma być symbolem XXI wieku. Decyzje zarządzających mogą wpływać na zasoby wiedzy indywidualnej i zbiorowej w przedsiębiorstwie. Działania ludzkie wymagają globalnej wiedzy i umiejętności ze względu na zmiany i różnorodność.

W społeczeństwie informacyjnym każde przedsiębiorstwo powinno wypracować swój model korzystania z wiedzy, a także z nowoczesnych technologii. Wobec postulowanego dalszego upowszechniania wykształcenia wyższego właśnie przed uczelniami stoi obowiązek kreowania takich dobrych modeli.

Spółeczeństwo informacyjne będzie społeczeństwem konkurencyjnym, jeśli jego gospodarka będzie oparta na wiedzy, do której kluczem jest edukacja. Dlatego wykształcenie społeczeństwa nie może być traktowane wyłącznie jako indywidualna sprawa uczącego się, lecz jako strategiczne zadanie dla państwa. Jest to także zadanie dla uczelni chcących zachować lub zbudować swoją przewagę konkurencyjną.

W zasobach wiedzy i informacji dzielącej społeczeństwo pojawiło się zjawisko luki na przekór nadziejom związanym z mediami, które miały się przyczynić do zmniejszenia różnic społecznych w dostępie do informacji. Jak stwierdzono, część społeczeństwa lepiej wykształcona i o wyższym statusie społeczno-ekonomicznym szybciej przyswaja sobie informacje niż grupa o statusie niższym i gorzej wykształcona. Badacze wyróżnili lukę informacyjną zamkniętą i otwartą. W wypadku luki zamkniętej, dotyczącej prostych informacji dnia codziennego, np. cen, po pewnym czasie dochodzi do jej zaniku na skutek społecznego obiegu informacji dotyczącej konkretnej sprawy. Niestety, luka otwarta dotyczy takiego zakresu informacji (społecznych, politycznych, ekonomicznych, kulturalnych itp.), który trzeba ciągle uzupełniać, ponieważ ma on wpływ na szeroko pojętą adaptację społeczną. Różnice w dostępie do tego typu informacji i w ich przyswajaniu między zamożniejszą, lepiej wykształconą a uboższą, gorzej edukowaną częścią społeczeństwa powodują coraz wyraźniejszy podział na tle dysproporcji w zasobach wiedzy i informacji.

Ze społeczeństwem informacyjnym związane są m.in. następujące pojęcia: społeczeństwo oparte na wiedzy, społeczeństwo elektroniczne, telematyczne, skomputeryzowane, rewolucja informatyczna, wiek informacji.

2. Nowoczesne przedsiębiorstwo

Rozwój rynku teleinformatycznego spowodował, że epoka przemysłowa zaczęła ustępować epoce informacji, w której najważniejsze jest globalne społeczeństwo informacyjne często utożsamiane z rozwojem teleinformatyki. Posiada ono szersze znaczenie, gdyż decydujący w rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest fakt, że informacja staje się podstawowym zasobem produkcyjnym (obok surowców, kapitału, pracy). Podstawą rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest gospodarka oparta na wiedzy, w której zasadniczym zasobem jest wiedza zawarta m.in. w bazach danych czy potencjale intelektualnym przedsiębiorstwa. Nowy typ społeczeństwa opartego na wiedzy posiada zdolność przyswajania, rozumienia, kreowania nowych wartości z wykorzystaniem wiedzy.

Żyjemy w czasach określanych jako epoka oparta na wiedzy. A zatem posiadanie wiedzy jest tym zasobem, który decyduje o powodzeniu tak jednostek, jak i organizacji gospodarczych. Znaczenie wiedzy zaczęto doceniać mniej więcej już w latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku. Dokonująca się globalizacja, której sprzyjał szybki rozwój cywilizacyjny, rozpowszechnienie się stosowania techniki komputerowej, rozwój sieci komputerowych, w tym Internetu, znakomicie ułatwia dotarcie do żądanych informacji, wymianę tychże, ułatwia pracę zespołom tak wirtualnym, jak i realnym itd. Mówi się zatem, że jesteśmy (a w każdym razie dążymy w tym kierunku) społeczeństwem informacyjnym. Dzisiaj o wartości firmy decyduje nie ilość wydobytego węgla czy wytopionej stali, a wiedza zawarta w przedsiębiorstwie.

Celem budowy społeczeństwa informacyjnego u nas powinno być tworzenie potencjału gospodarczego umożliwiającego przedsiębiorstwom aktywne konkutowanie w globalnej gospodarce opartej na wiedzy. Nowa gospodarka jest źródłem wielu szans, ale należy zadbać o aspekty rozwoju gospodarczego i społecznego, które zapewnią konkurencyjność w skali globalnej.

Cechy społeczeństwa informacyjnego sformułował m.in. D. Bell [GIZA03] w 1973 r., zaliczając do nich:

- dominację sektora usług w gospodarce, a głównie rozwój finansów, ubezpieczeń, służby zdrowia, oświaty i nauki,
- dominację specjalistów i naukowców w strukturze zawodowej,
- wzrost znaczenia wiedzy teoretycznej jako źródła innowacji i polityki,
- dążenie do społecznej kontroli nad rozwojem techniki,
- tworzenie „technologii intelektualnych” jako podstawy podejmowania decyzji politycznych i społecznych.

Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie staje się coraz częściej przewagą konkurencyjną na rynku, gdyż pozwala na wykorzystanie wiedzy, doświadczenia, jest sztuką budowania firmy opartej na wiedzy i otwartej na nią.

Obecnie gospodarka w dużej mierze oparta jest na wiedzy. Bazuje na wytwarzaniu, dystrybucji oraz wykorzystywaniu wiedzy, która jest podstawowym zasobem

przedsiębiorstwa. W nowej rzeczywistości konkurencyjność określa nie tyle potencjał ekonomiczny przedsiębiorstwa, co jego zdolność do szybkich zmian. Przedsiębiorstwo powinno wykorzystywać zmiany zachodzące w otoczeniu jako okazje dające możliwości rozwojowe. Obecne czasy są miejscem wielu przeobrażeń spowodowanych globalizacją rynków, narastającą walką konkurencyjną, skróceniem cykli życia produktów, przeniesieniem punktu ciężkości z kapitału materialnego na intelektualny oraz tempem i charakterem zmian społecznych.

Konkurencyjność w nowoczesnej gospodarce w coraz większym stopniu bazuje na umiejętnym wykorzystaniu wiedzy. Zarządzanie przedsiębiorstwem wymaga sprawnego zarządzania wiedzą oraz kapitałem ludzkim traktowanym jak aktywa, które się nabywa, utrzymuje, rozwija, ocenia i nadzoruje. Przedsiębiorstwo istnieje wówczas, gdy tworzy nową wartość, której wymiana na środki finansowe służy mu do odtwarzania zasobów i dalszego rozwoju.

Organizacja inteligentna (ucząca się) [GRHE02, s. 23] – to koncepcja zarządzania, która ma za zadanie poprawę efektywności i sprawnej działalności organizacji. Opiera się na pewnej sumie wiedzy, którą dysponują poszczególni współpracownicy – wiedzy, która jest ciągle wzbogacana i rozwijana, a następnie „udostępniana” przedsiębiorstwu.

Gospodarka oparta na wiedzy (GOW) kojarzona jest przede wszystkim z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi, postępem technicznym i innowacyjnością. Za jedną z najważniejszych cech GOW uważa się ponadto rosnące znaczenie globalizacji, a także nauki i wiedzy będącej podstawą współczesnych przemian. Rośnie zapotrzebowanie na wiedzę i wykwalifikowanych pracowników umysłowych. Coraz większa konkurencja polegająca na tworzeniu i wprowadzaniu na rynek innowacji wymaga ciągłego podnoszenia swoich kompetencji i tworzenia oraz przyswajania nowej wiedzy.

3. Rola wiedzy w przedsiębiorstwie

Dzisiaj wiedza uważana jest za jeden z kluczowych zasobów, który pozwala uzyskać przewagę nad konkurencją. Często jest określana mianem zasobu, a więc można nią zarządzać jak każdym innym zasobem przedsiębiorstwa. W celu optymalizacji zarządzania zasobami materialnymi rozwinięto metodykę zarządzania łańcuchem dostaw (Supply Chain Management – SCM). Rozwinięto różne podejścia do SCM, z których każde miało na celu zmniejszenie kosztów związanych z przepływem surowców, produktów – zasobów w procesie produkcji od momentu dostawy aż do sprzedaży. Wraz z rozwojem nowoczesnych środków transportu i wykorzystaniem rozwiązań teleinformatycznych zaczęto coraz częściej stosować opracowaną w Japonii metodykę *just-in-time*. Celem tego podejścia było jak najszybsze dostarczanie odpowiednich zasobów, w odpowiedniej ilości, przy jednoczesnej minimalizacji kosztów magazynowania. Dzisiejsze przedsiębiorstwa coraz częściej są zorganizowane

wane wokół wiedzy, a technika informatyczna wnosi znaczny wkład w możliwości zarządzania wiedzą, która staje się zasobem strategicznym.

Wiedza jest zasobem trudnym do zdefiniowania, zmierzenia i wykorzystania. Wiedza jest w literaturze różnie rozumiana. W węższym znaczeniu [ENCY03] jako ogół wiarygodnych informacji o rzeczywistości wraz z umiejętnością ich wykorzystania, a w szerszym jako zbiór informacji, wierzeń itp., którym przypisuje się wartość poznawczą i/lub praktyczną. Bardzo często jednak pojęcie wiedzy i informacji stosuje się zamiennie. Według Oleńskiego [OLEN97] wiedza jest zebraną i zakumulowaną informacją. Według Baborskiego [EFEK94] wiedza jest zbiorem informacji dającym możliwość wyciągania wniosków na podstawie przesłanek (jak np. opis sytuacji, zbiór faktów i inne zbiory informacji). W takim ujęciu rozróżnia się bazę danych (zbiór opisów określonych faktów przy użyciu pewnego modelu danych) i bazę wiedzy (baza danych plus zasady wnioskowania na podstawie danych).

Do cech charakteryzujących wiedzę zaliczamy [KAPI03]:

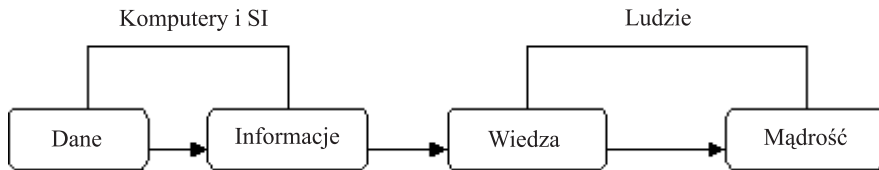
- dominację,
- niewyczerpywalność (wiedza nie zużywa się podczas jej użytkowania),
- symultaniczność (ta sama wiedza może być wykorzystywana przez wiele jednostek w wielu miejscach naraz),
- nieliniowość (niewielka ilość wiedzy może skutkować poważnymi konsekwencjami i odwrotnie – pokaźna wiedza może się okazać mało przydatna lub w ogóle nieprzydatna do poprawy konkurencyjności firmy).

Wiedza może powstawać wewnątrz przedsiębiorstwa lub może pochodzić z zewnątrz. Luki w wiedzy wewnętrznej oraz braki w umiejętnościach ujawniają się podczas kontaktów z otoczeniem. Źródła wiedzy zewnętrznej oceniamy pod względem ich przydatności dla rozwoju pożądanych kompetencji.

Wiedza wewnętrzna firmy może się składać z wiedzy o klientach, może być wiedzą klientów (ich opinia o przedsiębiorstwie), dostawców, udziałowców, rynków finansowych i społeczeństwa. Wiedza pozyskana z zewnątrz musi być zgodna z wiedzą przedsiębiorstwa. Wiedza pochodząca od różnych grup uczestników rynku może być importowana do przedsiębiorstwa różnymi kanałami, a dzięki np. CD można ją przekazywać różnym jednostkom organizacji.

O wiedzy mówi się jako o zasobie, którym należy zarządzać, a więc użytkować, pozyskiwać, gromadzić i pielęgnować. Problemem jest uchwycenie wiedzy (informacji) użytecznej dla przedsiębiorstwa i przetworzenie jej. Większości informacji na rynku nie można bezpośrednio wykorzystać w procesie operacyjnego czy strategicznego zarządzania. Informacje te muszą zostać poddane analizom, a do tego potrzebna jest odpowiednia technologia informatyczna. Rozwój systemów informatycznych objął swym zasięgiem również technologie wspomagające zarządzanie w przedsiębiorstwach. Można zaobserwować przejście od pojęcia przetwarzania danych do pojęcia zarządzania wiedzą i przetwarzania wiedzy. Dane i informacje są związane ze sprzętem i systemami informatycznymi, natomiast wiedza i mądrość związane są

z ludźmi (rys. 1). Mądrość to sztuka i umiejętność wyboru z wielu możliwości tego, co jest najbardziej optymalne w danej sytuacji. Odkrycie nowej wiedzy i przetworzenie jej w mądrość powinno umożliwić firmie osiągnięcie przewagi konkurencyjnej.



Rys. 1. Interpretacja wiedzy

Źródło: [NYSM04].

Tworzenie wiedzy jest jednym z ważniejszych procesów zarządzania wiedzą, jest zespołem działań, inicjatyw, które firmy podejmują w celu poprawy jakości i ilości zasobów wiedzy. Konkurencyjność przedsiębiorstw będzie zdeterminowana przez jej efektywne tworzenie, gromadzenie, rozpowszechnianie i praktyczne wykorzystanie. Wiedza jest zasobem o charakterze niematerialnym, który ma również strategiczne znaczenie dla konkurencyjności przedsiębiorstwa.

Strategiczne znaczenie wiedzy wyraża formuła opracowana na użytek firmy Arthur Andersen [PRRO02, s. 193]:

$$W = (L + I)^D,$$

gdzie: W – wiedza,

L – ludzie,

I – informacja,

+ – technologia zespalająca ludzi i informacje,

D – dzielenie się wiedzą.

Wiedza w tej firmie jest podstawowym czynnikiem sukcesu. Zwraca się tutaj uwagę również na dzielenie się wiedzą w procesie zarządzania zasobami intelektualnymi przedsiębiorstwa.

W pracach zespołowych rozpowszechnianie wiedzy jest priorytetem, w związku z tym powstają nowe metody dzielenia się wiedzą oraz jej upowszechniania. Napotyka się tutaj wiele barier psychologicznych i organizacyjnych związanych z zaufaniem i podziałem władzy. Możemy wśród metod dzielenia się wiedzą wyróżnić jej przekazywanie tej samej informacji grupie pracowników (powielanie), dzielenie się doświadczeniem z wcześniej wykonywanej pracy oraz jej dokumentowanie, wymianę bieżących doświadczeń, które prowadzą do rozwijania nowej wiedzy. Czy wykorzystamy daną wiedzę, zależy od dostępności źródeł, a także od wygody jej użytkowania.

Ekonomia coraz częściej traktuje wiedzę jako źródło bogactwa tworzące zysk w większym stopniu niż kapitał i ziemia. W tym sensie wiedza tworzy nowe pro-

dukty, procesy, usługi oraz jest źródłem innowacji. Możemy zatem mówić o produktywności wiedzy, jej zdolności do tworzenia nowych wartości, a więc można ją traktować jako efektywny czynnik wzrostu gospodarczego. Zarządzanie wiedzą jest procesem gromadzenia, pozyskiwania upowszechniania i wykorzystania jej w celu podwyższenia wartości przedsiębiorstwa. Zaawansowane technologie informacyjne umożliwiają ludziom dostęp do wzrastającej w szybkim tempie ilości danych, a techniki ich przetwarzania spowodowały konieczność zmiany podejścia do pozyskiwania wiedzy.

Aby wiedza mogła być dostępna w przyszłości, należy dokonać jej selekcji (wybrać tę, która jest warta zachowania), przechowywać ją we właściwej formie no i oczywiście aktualizować, gdyż zdezaktualizowana wiedza jest niewiarygodna.

4. Kapitał intelektualny – nowa perspektywa człowieka w przedsiębiorstwie

Zwiększanie wartości przedsiębiorstwa jest obecnie racjonalnym celem działalności gospodarczej oraz stwarza warunki do 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 jest oparty na wiedzy, chociaż obejmuje jeszcze inne wymiary tworzenia wartości przedsiębiorstwa (jak np. marka handlowa czy powiązania z zewnętrznymi zainteresowanymi).

Według [EDMA01] kapitał intelektualny jest studiowaniem korzeni wartości przedsiębiorstwa, pomiarem ukrytych dynamicznych czynników (kapitał ludzki i strukturalny).

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

Pod pojęciem kapitału ludzkiego kryją się umiejętności, wiedza i doświadczenie wszystkich pracowników przedsiębiorstwa. Ujmuje on także dynamikę inteligentnej organizacji w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu. Musi uwzględniać kreatywność i innowacyjność organizacji.

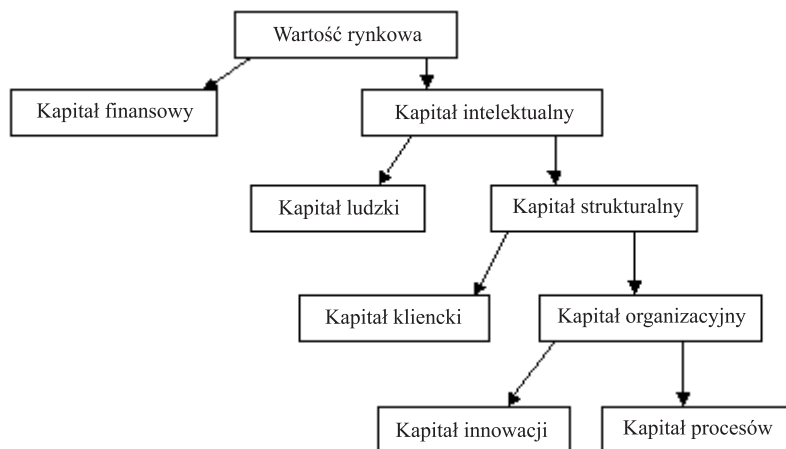
Kapitał ludzki jest tym, co buduje kapitał strukturalny [EDMA01, s. 34]. Należą tutaj jakość, zasięg systemów informacyjnych, reputacja przedsiębiorstwa, akcjonariat, koncepcja organizacyjna i dokumentacja. W skład kapitału strukturalnego wchodzi kapitał organizacyjny, innowacyjny i procesów. Kapitał organizacyjny to inwestycje przedsiębiorstwa w systemy, narzędzia oraz filozofia przyspieszająca przepływ wiedzy w organizacji do dostawców i kanałów dystrybucji. Kapitał inno-

wacyjny odnosi się do umiejętności odnowy i skutków innowacji w postaci chronionych praw handlowych, własności intelektualnej i innych aktywów niematerialnych i talentów w celu stworzenia i wprowadzenia na rynek nowych produktów i usług. Natomiast kapitał procesów – to procesy pracy, techniki i programy zwiększające efektywność wytwarzania lub dostawy usług. Jest praktycznym rodzajem wiedzy używanej w stałym kreowaniu wartości.

L. Edvinsson w 1992 r. zdefiniował wraz ze swoim zespołem charakter kapitału intelektualnego w postaci następujących wniosków [EDMA01, 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 między wartością rynkową a księgową,
- kapitał intelektualny ma charakter zobowiązania, a nie majątku (aktywów).

Zaproponowana została też definicja kapitału intelektualnego, zgodnie z którą kapitał intelektualny [EDMA01, s. 40] oznacza posiadaną wiedzę, doświadczenie, technologię organizacyjną, stosunki z klientami i umiejętności zawodowe, które dają np. Skandii przewagę konkurencyjną na rynku. Model wartości rynkowej Skandii zaprezentowano na rys. 2. Wartość przedsiębiorstwa zależy od aktualnej wartości strumieni pieniężnych generowanych przez kapitał intelektualny tworzący innowacje, jego odpowiednie kombinacje z dopełniającymi go aktywami.



Rys. 2. Model wartości rynkowej Skandii

Źródło: [EDMA01, s. 45].

Kierownictwo Skandii wykorzystało elementy inteligentnej organizacji: technologie, wartości i kapitał intelektualny. Skandia opracowała także mapę kapitału intelektualnego [EDMA01, s. 47-48], na którą składają się następujące fazy:

- misja (dostrzega nowe potrzeby organizacji, ujawnia istnienie kapitału intelektualnego),
- pomiar (stwarza zbilansowane mierniki taksonomii nowego modelu, dostosowuje pomiar kapitału intelektualnego do obecnego systemu rachunkowości firmy),
- przywództwo (decyzje na różnych szczeblach związane z podjęciem działań wynikających z przyjęcia nowej perspektywy zbilansowanej sprawozdawczości; wymaga przestawienia się kierownictwa w analizowaniu w przyszłości w kategoriach rozwoju i odnowy),
- technologia informacyjna (kładzie nacisk na rozwój technologii oraz kompilację wiedzy i systemów komunikacyjnych niezbędnych do dzielenia tej wiedzy),
- kapitalizacja (wykorzystuje skompilowaną technologię organizacyjną (np. SZBD, narzędzia automatyzacji pracy sprzedaży) oraz własności intelektualnej do kreacji kapitału intelektualnego; jest to faza krytyczna dla obiegu wiedzy w przedsiębiorstwie i strukturalnych inwestycjach kapitałowych),
- dbałość o przyszłość (dbałość o innowacyjność jako podstawową umiejętność organizacji służącą do utrzymywania stałego rozwoju i odnowy).

Kapitał intelektualny jest teorią nową, lecz od wielu lat funkcjonującą zdroworozsądkowo. Zawsze był ukryty w różnicy między 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.

5. Podsumowanie

Kapitał finansowy jest czynnikiem ułatwiającym rozpoczęcie procesu tworzenia wartości w przedsiębiorstwie. Prawdziwa wartość przedsiębiorstwa widoczna jest poprzez potencjał efektywnego gospodarowania w przyszłości, którego przybliżeniem jest oszacowany kapitał intelektualny. Kapitał intelektualny pozwala określić, skąd bierze się wartość rynkowa przedsiębiorstwa. Opisanie jego struktury umożliwia rozróżnienie poszczególnych elementów wartości niematerialnych w firmie. Tradycyjny model sprawozdania finansowego operuje historyczną ceną nabycia, koncentrując się głównie na pomiarze wartości materialnych (wymiernych) oraz skutków finansowych zrealizowanych transakcji. Pomija jednak istotne wyznaczniki

wartości przedsiębiorstwa, takich jak kapitał intelektualny czy zdolność kreowania przyszłych wartości.

Osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na dynamicznie zmieniającym się rynku nie jest możliwe bez udziału kapitału intelektualnego.

Obecnie gospodarka w dużej mierze oparta jest na wiedzy. Bazuje na wytwarzaniu, dystrybucji oraz wykorzystywaniu wiedzy, która jest podstawowym zasobem przedsiębiorstwa. W nowej rzeczywistości konkurencyjność określa nie tyle potencjał ekonomiczny przedsiębiorstwa, ile jego zdolność do szybkich zmian. Przedsiębiorstwo powinno wykorzystywać zmiany zachodzące w otoczeniu jako okazje dające możliwości rozwojowe.

Literatura

- [BIAŁ03] Biała Księga 2003, cz. II. Gospodarka oparta na wiedzy, Polskie Forum Strategii Lizbońskiej, Gdańsk-Warszawa 2003.
- [BYRS02] Byrski M., *Data Mining w bazie Oracle 9i*, Materiały z VIII Konferencji PLOUG. Kościelisko, październik 2002.
- [CAST00] Castells M., *The rise of the network society*, Blackwell Publisher, Oxford 2000.
- [DOBI03] Dobija D., *Pomiar i rozwój kapitału ludzkiego przedsiębiorstwa*, PFPK, Warszawa 2003.
- [DRUC01] Drucker P., *Myśli przewodnie Druckera*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [EDMA01] Edvinsson L., Malone M., *Kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [EFEK94] *Efektywne zarządzanie a sztuczna inteligencja*, red. A. Baborski, AE, Wrocław, 1994, s. 20.
- [ENCY03] Wielka Internetowa Encyklopedia Multimedialna, <http://wiem.onet.pl/wiem/00568ahtml> (5.09.2003).
- [GIZA03.1] Giza J., *Cele i kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, <http://republika.pl/spoleczestwoinformacyjne/celeikierunkiSI.html> (5.11.2003).
- [GIZA03] Giza J., *Historia społeczeństwa informacyjnego*, <http://republika.pl/spoleczestwoinformacyjne/historiaeur.html> (5.11.2003).
- [GOSI99] Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Wydawnictwo Fundacji Postępu Telekomunikacji, Kraków 1999, s. 42-49.
- [GRHE02] Grudzewski W.M., Hejduk I.K., *Przedsiębiorstwo przyszłości – wizja strategiczna*, Difin, Warszawa 2002.
- [KRSZ02] Krzysztofek K., Szczepański M., *Zrozumieć rozwój. Od społeczeństw tradycyjnych do informacyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, Katowice 2002, s. 170.
- [KUKL01] Kukliński A., *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwanie dla Polski XXI wieku*, Warszawa 2001.
- [KAPI03] *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, red. M. Rybak, Poltext, Warszawa 2003, s. 27.
- [MARC00] Marcinkowska M., *Kształtowanie wartości firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- [NYSM04] Nycz M., Smok B., *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie informacyjnym*, [w]: *Pozyskiwanie wiedzy i zarządzanie wiedzą*, red. M. Nycz, M. Owoc, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 1011, AE, Wrocław 2004.

- [OLEN97] Oleński J., *Standardy informacyjne w gospodarce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1997, s. 222.
- [PRRR02] Probst G., Raub S., Romhardt K., *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.

INTELLECTUAL CAPITAL ROLE IN AN ENTERPRISE

Summary: Enterprise assets include not only material assets but also these non material ones. Knowledge is getting one of the most valuable asset of any enterprise in information era and is important factor of the market competition. The paper is devoted to the role and importance of intellectual capital in the knowledge based enterprise.