

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

226

Kształtowanie wartości ZOZ nowym wyzwaniem menedżerów



pod redakcją

**Marka Łyszczaka, Marii Węgrzyn,
Dariusza Wasilewskiego**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2011

Recenzenci: Aldona Frączkiewicz-Wronka, Teresa Lubińska

Redaktor Wydawnictwa: Anna Grzybowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna na stronie www.ibuk.pl

Streszczenia opublikowanych artykułów są dostępne w międzynarodowej bazie danych The Central European Journal of Social Sciences and Humanities <http://cejsh.icm.edu.pl> oraz w 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 2011

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-131-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Spis treści

Wstęp.....	7
Część 1. Budowanie wartości – aspekt systemowy i właścicielski	
Dorota Korenik , Źródła finansowania innowacji w MSP szansą na rozwój (poprawę kondycji finansowej) ZOZ.....	11
Agnieszka Bem , Finansowanie ochrony zdrowia przez gospodarstwa domowe	23
Anna Hnatyszyn-Dzikowska, Zofia Wyszowska , Fundusze strukturalne UE jako determinanta konkurencyjności ZOZ.....	33
Joanna Jończyk , Kultura organizacyjna a innowacyjność w szpitalu publicznym.....	43
Joanna Sulowska, Łukasz Sulowski , Modele zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach medycznych.....	53
Część 2. Budowanie wartości – aspekt rachunkowy i finansowy	
Sylwia Serwatka , Wzajemne współzależności pomiędzy audytem i kontrolą wewnętrzną w Zakładzie Opieki Zdrowotnej.....	63
Maria Węgrzyn , Kształtowanie wartości ZOZ a rynek usług finansowych	70
Alina Warelis , Wartość szpitala jako przedsiębiorstwa a wartość firmy (<i>goodwill</i>).	83
Paweł Prędkiewicz , Identyfikacja potencjalnych problemów ze stosowaniem klasycznych metod wyceny przedsiębiorstw do samodzielnych publicznych ZOZ	93
Robert Golej , Perspektywy wykupów menedżerskich w służbie zdrowia w Polsce.....	104
Grzegorz Michalski , Efektywność inwestycji w płynne aktywa w opodatkowanych i nie opodatkowanych organizacjach opieki zdrowotnej.....	115
Radosław Witczak , Wpływ norm podatkowych na wycenę zakładów opieki zdrowotnej – wybrane zagadnienia	129
Część 3. Budowanie wartości – aspekt pacjenta	
Dorota Jachimowicz-Wołoszynek, Agnieszka Weber, Dorota Rogala, Agnieszka Skinder , Badanie poziomu oczekiwań i zadowolenia hospitalizowanych pacjentów – wybrane aspekty.....	139
Katarzyna Krot , Zaufanie w relacji lekarz–pacjent.....	150
Agnieszka Bukowska-Piestrzyńska , Reputacja w funkcjonowaniu placówki zdrowotnej.....	161
Anna Murawska, Anna Michalska , Ocena wybranych problemów ochrony zdrowia ludności w Polsce	174

Summaries

Part 1. Value Creation – system and ownership aspect

Dorota Korenik , Sources of innovation in smes an opportunity for development – improving the financial situation of health care centers.....	22
Agnieszka Bem , Financing of health care by households	32
Anna Hnatyszyn-Dzikowska, Zofia Wyszowska , EU Structural Funds as the determinant of the competitiveness in health care centre.....	42
Joanna Jończyk , Organizational culture and innovation in a public hospital.....	52
Joanna Sułkowska, Łukasz Sułkowski , Models of human resources management in medical organizations.....	60

Part 2. Value Creation – accounting and financial aspect

Sylvia Serwatka , Mutual interdependence of audit and internal control in a health care centre.....	69
Maria Węgrzyn , Shaping the value of health care centre vs. financial services market.....	82
Alina Warelis , Worth of hospital as a company vs its value (goodwill).....	92
Paweł Prędkiewicz , Identification of potential problems related to using traditional methods of valuing companies for public health care organizations.....	103
Robert Golej , Prospects for management buyouts in the health sector in Poland.	114
Grzegorz Michalski , The efficiency of liquid assets investment: taxed and not taxed healthcare organizations case.....	128
Radosław Witczak , The influence of tax provisions on the valuation of health care centers – chosen issues	136

Part 3. Value Creation – aspect of patient

Dorota Jachimowicz-Wołoszynek, Agnieszka Weber, Dorota Rogala, Agnieszka Skinder , Examination of the level of expectation and satisfaction of patients of chosen health care units – some aspects	149
Katarzyna Krot , Trust in doctor-patient relationship.....	160
Agnieszka Bukowska-Piestrzyńska , Reputation in functioning of a health facility.....	173
Anna Murawska, Anna Michalska , Evaluation of selected problems of health-care in Poland	182

Alina Warelis

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku

WARTOŚĆ SZPITALA JAKO PRZEDSIĘBIORSTWA A WARTOŚĆ FIRMY (*GOODWILL*)

Streszczenie: W rachunkowości pojęcie wartość używane jest w znaczeniu cenności, a wiek XXI postawił nowe wyzwanie dotyczące pomiaru wartości przedsiębiorstwa. Obecnie powszechnie wiadomo, że wyeliminowanie niedoskonałości pomiaru jest niemożliwe oraz że każdy pomiar ekonomiczny cechuje się względnością. Wartość zakładu opieki zdrowotnej stanowi zespół cech o walorach cennych na rynku (wartość szpitala jako przedsiębiorstwa) oraz cech cennych dla ludzi głównie z uwagi na zaspokojenie określonych potrzeb społecznych, czasami bywają one wyceniane jako *goodwill*.

Słowa kluczowe: wartość przedsiębiorstwa, wartość firmy, wartość szpitala, wycena wartości, zarządzanie wartością szpitala.

„Tak naprawdę chodzi o wartość, a nie o cenę”

Robert T. Lindgren

1. Wstęp

Praktyka gospodarki rynkowej wpływa na szczególnie sposób postrzegania przedsiębiorstw jako podmiotów gospodarujących. Do rangi nadrzędności podnosi się maksymalizację wartości przedsiębiorstwa, będącą podstawowym strategicznym celem jej działalności. Kategoria wartości przedsiębiorstwa jest głównym kryterium decyzyjnym i miernikiem oceny funkcjonowania i rozwoju działalności każdego przedsiębiorstwa.

Analiza i ocena wartości przedsiębiorstwa jest składnikiem systemu oceny przedsiębiorstwa i efektywności nim zarządzania. Proces zorganizowanych działań przedsiębiorstwa, zmierzających do maksymalizacji jego wartości, określa się terminem „zarządzanie wartością przedsiębiorstwa” bądź „zarządzanie strategiczne oparte na wartości przedsiębiorstwa”¹.

¹ A. Jaki, *Wycena przedsiębiorstw a restrukturyzacja gospodarki w Polsce*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000, s. 170.

Wartość przedsiębiorstwa jest jedną z najważniejszych i najbardziej złożonych zmiennych decyzyjnych, jest zmienna w czasie i kształtowana przez wiele czynników, na które przedsiębiorstwo nie ma wyłącznego wpływu. Wartość przedsiębiorstwa należy rozpatrywać na różnych płaszczyznach i w różnych wymiarach, np. poza wartością rynkową w zarządzaniu rozpatruje się wartość: księgową, reprodukcyjną, likwidacyjną, wymienną, ekonomiczną, zastawną, wewnętrzną i inne. Wielość rodzajów wartości wynika ze zróżnicowania zastosowanych metod wyceny, pozwalających na odpowiednią ewaluację przedsiębiorstwa².

W dobie przekształceń własnościowych w ochronie zdrowia priorytetowym zadaniem jest zarządzanie wartością placówki medycznej, umożliwiające przekształcenie placówki oraz określenie kierunków jej rozwoju. Zarządzanie wartością obejmuje określenie celów zakładu ukierunkowanych na jego wartość dla właścicieli, pacjentów (klientów), kadry zarządzającej i pracowników, których działania powinny być zbieżne z celem strategicznym. Wzrost wartości placówki medycznej (wzrost wartości jej aktywów) determinuje utrzymanie dobrej kondycji i zapewnia udzielanie świadczeń medycznych zgodnie z oczekiwaniami pacjentów.

Celem artykułu jest weryfikacja kategorii: wartość przedsiębiorstwa i wartość firmy oraz próba odniesienia ich do wartości placówki medycznej (szpitala) jako przedsiębiorstwa i *goodwill* szpitala.

2. Wartość przedsiębiorstwa w aspekcie ekonomicznym i rachunkowym

„Wartość jest uniwersalną kategorią, spotykaną zapewne we wszystkich dyscyplinach naukowych. Jest ona określana w sposób niejednoznaczny i zarazem wielowymiarowy. Jej najpełniejszy wymiar znajdujemy w ogólnej teorii wartości – aksjologii. Aksjologia, będąc nauką o wartościach, nauką o tym, co jest cenne, analizuje samo pojęcie wartości, naturę wartości, jej podstawy metafizyczne oraz kryteria wartościowania”³.

Wartość sama w sobie jest czymś dobrym, pozytywnym, pożądanym, cenionym oraz jest cechą właściwą zarówno ludzi, jak i rzeczy. Postrzeganie wartości zależy od tego, czy oceniany obiekt jest zaangażowany w działalności biznesowej, czy też ma walory pozabiznesowe. Jeśli oceniany obiekt ma walory pozabiznesowe, ocena jego wartości jest najczęściej subiektywna, w przeciwieństwie do sytuacji, gdy obiekt ma wartości biznesowe i z tej perspektywy jego wartość jest oceniana w zupełnie innym wymiarze. Taki obiekt ma do odegrania określoną rolę gospodarczą przynoszącą korzyści ekonomiczne i ma wartość wtedy, gdy spełnia oczekiwania

² *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000, s. 5.

³ J. Duraj, *Aksjologiczny wymiar wartości przedsiębiorstwa*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000, s. 7.

priorytetowe w biznesie. Korzyści ekonomiczne są wymierne, dlatego obiekt wartości można wyrażać wartością tych korzyści. „Mówiąc wartość w kontekście biznesowym, zwykle mówimy o pieniądzech”⁴.

Ekonomiczne aspekty wartości przedsiębiorstwa. Wartość jest podstawową oraz jedną z najczęściej omawianych kategorii w ekonomii. Pojęcie wartości jednakże nie jest jednoznacznie zdefiniowane. W literaturze spotyka się stwierdzenia, iż wielość i różnorodność znanych teorii wartości nie pozwala na nawet powierzchowny ich przegląd.

Według L. Hostyńskiego wartość najwcześniej została wyartykułowana przez św. Tomasza z Akwinu (1225-1274) w rozważaniach na temat wymiany sprawiedliwej⁵.

Twórca ekonomii klasycznej A. Smith (1723-1790) wyróżnia dwa znaczenia wartości: „Wyraz wartość ma dwa różne znaczenia: czasem oznacza użyteczność pewnego przedmiotu, czasem zaś możliwość nabycia innych dóbr, jaką daje posiadanie tego przedmiotu. Pierwszą możemy nazwać wartością użytkową, drugą wartością wymienną”⁶. W niektórych przypadkach rzeczy, które mają najwyższą wartość użytkową, mają jednocześnie nieznaczną wartość wymienną bądź odwrotnie⁷. Przez wartość użytkową rozumiemy zatem użyteczność dobra w zaspokajaniu określonych potrzeb, natomiast przez wartość wymienną – relację dobra wyrażoną w innym dobrze.

Według D. Zarzeckiego najwięcej uwagi skupiają teorie wartości oparte na pracy oraz na subiektywnie pojmowanej użyteczności. W teorii wartości opartej na pracy wartość określa się poprzez społeczną pracę ludzką ucieleśnioną w towarze, która stanowi podstawę (wartości wymiennej) wymiany jednego towaru na drugi. W teorii wartości opartej na subiektywnie pojmowanej użyteczności podstawą stosunku wymiany może być wartość użytkowa, rzadkość dóbr, intensywność ich pożądania. Zwolennicy tej teorii uznają, że wartość zależy całkowicie od użyteczności. W literaturze znajdujemy więcej zwolenników teorii wartości opartej na subiektywnie pojmowanej użyteczności, na ich korzyść przemawia również praktyka⁸.

Wartość w rachunkowości. W rachunkowości pojęcie wartość używane jest w znaczeniu cenności. Wartość w rozumieniu ceny jest uniwersalnym „językiem”

⁴ A. Karmańska, *Wartość ekonomiczna w systemie informacyjnym rachunkowości finansowej*, Difin, Warszawa 2009, s. 137-138.

⁵ L. Hostyński, *Wartości w świecie konsumpcji*, Wyd. Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, s. 53 (za: A. Karmańska, wyd. cyt., s. 139).

⁶ A. Smith, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 36.

⁷ Woda jest bodaj jedną z najbardziej użytecznych rzeczy, a jednak nic za nią nabyć nie można. Przeciwnie, diament nie posiada żadnej wartości użytkowej, a można otrzymać za niego znaczną ilość innych dóbr (za: A. Smith, wyd. cyt., s. 36).

⁸ D. Zarzecki, *Metody wyceny przedsiębiorstw*, wyd. 1, Fundusz Rozwoju Rachunkowości, Warszawa 1999, s. 23.

rachunkowości, przedstawiać może bowiem wartość majątku, kapitału. Może to być wartość przeszła, bieżąca, przyszła, może się też odnosić do innych kategorii ekonomicznych⁹.

W rachunkowości mówi się o¹⁰:

- wartości historycznej (wartość bilansowa) i na tym tle o wartości rynkowej,
- wartości godziwej, służącej do wyceny m.in. składników majątku,
- wartości rezydualnej (rzadko w polskich normach) środka trwałego, przedsiębiorstwa – jako przewidywanej cenie sprzedaży możliwej do uzyskania w dniu transakcji.

Należy podkreślić obecnie znaczącą rolę w rachunkowości pojęcia określanego jako wartość godziwa, oznaczającego kwotę, za jaką dany składnik aktywów może zostać wymieniony, a zobowiązanie uregulowane w warunkach transakcji rynkowej. Według A. Karmańskiej wartość godziwa jest wartością sprawiedliwą, uczciwą, rzetelną i jest wyznaczana w trakcie swobodnych negocjacji między dysponującymi pełnym zakresem informacji stronami transakcji. W takim rozumieniu jest tożsama ze sprawiedliwą wartością rynkową¹¹.

Zgodnie z art. 28 ust. 6 Ustawy o rachunkowości za wartość godziwą przyjmuje się kwotę, za jaką dany składnik aktywów mógłby zostać wymieniony, a zobowiązanie uregulowane w warunkach transakcji rynkowej, pomiędzy zainteresowanymi i dobrze poinformowanymi, nie powiązanimi między sobą stronami¹².

Wprowadzenie wartości godziwej do ustawy o rachunkowości wskazuje przede wszystkim na brak optymalnych sposobów pomiaru wartości w obszarze rachunkowości.

Wartość firmy (*goodwill*). Obecnie o wartości przedsiębiorstwa coraz częściej decydują zasoby niematerialne, np. wiedza i kompetencje pracowników, opinie i lojalność klientów. Zasoby te nie deprecjonują się, lecz z czasem zyskują na wartości, a przedsiębiorstwa tej samej branży z ich powodu różnią się swoją wartością. Efekty uzyskane dzięki tym unikatowym zasobom przekładają się na wzrost wartości przedsiębiorstwa¹³. Obecnie przyjęło się, iż wartość księgową większości przedsiębiorstw oddala się od wartości rynkowej, szacuje się, iż różnica wynosi od 4 do 5 razy, a w odniesieniu do przedsiębiorstw nowej gospodarki nawet od kilkunastu do kilkudziesięciu razy¹⁴.

Wartość ta, zwana wartością firmy (*goodwill*), w powszechnym rozumieniu utożsamiana jest z nadwyżką wartości biznesu ponad wartość jego aktywów oraz ze

⁹ H. Zadora, *Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce*, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce Zarząd Główny, Centralny Ośrodek Szkolenia Zawodowego, Warszawa 2010, s. 19.

¹⁰ Szerzej na temat określeń wartości stosowanych w komunikacji biznesowej: A. Karmańska, wyd. cyt., s. 142-150.

¹¹ A. Karmańska, wyd. cyt., s. 145.

¹² Szerzej na temat wartości godziwej: *Komentarz do ustawy o rachunkowości. Rachunkowość – MSR – Podatki*, red. A. Jarugowa, T. Martyniuk, ODiDK, Gdańsk 2002, s. 258.

¹³ H. Zadora, wyd. cyt., s. 18.

¹⁴ Tamże, s. 18.

zdolnością wykorzystania aktywów w sposób przynoszący dodatkowe zyski. Taka wartość ma dwa aspekty:

- majątkowy, ukierunkowany na ustalenie nadwyżki wartości przedsiębiorstwa jako całości nad sumą wartości aktywów netto,
- dochodowy, wyrażający w pieniądzu zdolność przedsiębiorstwa do generowania zysków większych niż przeciętne w branży.

Zakup przedsiębiorstwa oznacza zatem nabycie dwóch jego komponentów: aktywów netto oraz zdolności przedsiębiorstwa do generowania nadwyżki zysków przypisanych do tych aktywów¹⁵.

Wartość firmy (*goodwill*) jest pojęciem (oraz pozycją w bilansie) znanym również w rachunkowości. Taka kategoria jako składnik bilansu (aktywów) pojawia się jedynie w momencie kupna/sprzedaży przedsiębiorstwa. Zgodnie z ustawą o rachunkowości wartość firmy stanowi różnicę między ceną nabycia określonej jednostki lub zorganizowanej jej części a niższą od niej wartością godziwą przejętych aktywów netto. Jeżeli cena nabycia jest niższa od wartości godziwej, to różnica owocuje ujemną wartością firmy¹⁶. W rachunkowości wartość firmy jest zatem kategorią (terminem) określającym tę wartość przedsiębiorstwa, która nie wynika bezpośrednio z wyceny jego aktywów netto. Sposoby wyliczenia wartości firmy (na prostych przykładach) można znaleźć w książce H. Zadory (*Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce*, s. 129-132).

3. Pomiar wartości

Wiek XXI postawił przed rachunkowością nowe wyzwanie dotyczące pomiaru wartości przedsiębiorstwa. Wyzwanie determinowane jest oczekiwaniami właścicieli czy zarządzających i jest zbieżne z założeniami „nowej ekonomii” XXI wieku¹⁷. W rachunkowości używa się pojęcia wartość nie w rozumieniu kategorii ekonomicznej, lecz efektu jej pomiaru. Zatem wartość, jako kategoria ekonomiczna, jest przedmiotem tego pomiaru¹⁸.

Podjmując problem wyceny, można by zacytować motto: „Czasami jest tak, że to, co się liczy, nie da się policzyć, a to, co daje się policzyć – nie liczy się” (Albert Einstein). Cytowana fraza podkreśla także trudność wyceny wartości, albowiem wartość jest abstrakcją dopóty, dopóki nie zostanie wyceniona¹⁹.

Rachunkowość ciągle poszukuje optymalnych sposobów pomiaru ekonomicznego, a głównym problemem rachunkowości jest niedoskonałość pomiaru wartości. Obecnie powszechnie wiadomo, że wyeliminowanie niedoskonałości pomiaru jest

¹⁵ A. Karmańska, wyd. cyt., s. 145.

¹⁶ H. Zadory, wyd. cyt., s. 20.

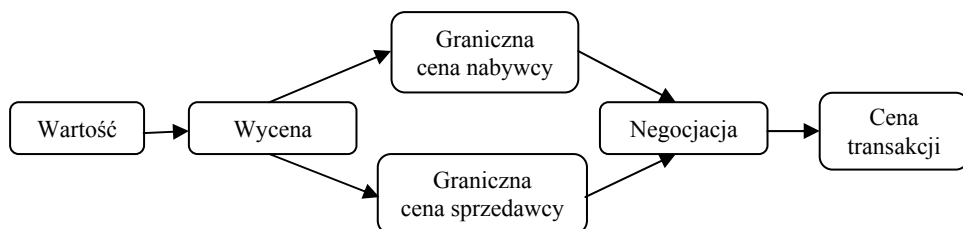
¹⁷ M. Gmytrasiewicz, *Wybrane problemy teoretyczne współczesnej rachunkowości*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, red. pracownicy Katedry Rachunkowości Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009, s. 144.

¹⁸ H. Zadory, wyd. cyt., s. 22.

¹⁹ Tamże, s. 22.

niemożliwe, jak również, że każdy pomiar ekonomiczny cechuje się względnością²⁰. Względność pomiaru wartości jest konsekwencją abstrakcyjnego charakteru tej kategorii ekonomicznej. Z uwagi na to brakuje uniwersalnych miar i procedur pomiaru wartości.

W sensie etymologicznym wycena wiąże się z procesem wyznaczania relacji pomiędzy dobrem wycenianym i dobrem, za pomocą którego dokonuje się wyceny, czyli pieniądzem. W praktyce proces ustalania ceny można opisać jak zaprezentowano na schemacie (rys. 1).



Rys. 1. Proces ustalania ceny

Źródło: H. Zadora, *Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce*, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce Zarząd Główny, Centralny Ośrodek Szkolenia Zawodowego, Warszawa 2010, s. 23.

Zasady pomiaru rzeczywistości gospodarczej (zdarzeń księgowych) wpływają na jakość sprawozdań finansowych, będących finansowym ujęciem jednostki i stanowiących bazę wyceny. Konwencje pomiaru w rachunkowości zaprezentowano w tab. 1.

Tabela 1. Konwencje pomiarowe a zakres informacyjny sprawozdania finansowego

Konwencja pomiaru	Przedmiot pomiaru	Kategorie sprawozdawcze
Kasowa	Środki pieniężne	Wpłaty, wypłaty, salda
Zmodyfikowana kasowa	Bieżące (krótkoterminowe) zasoby finansowe	Wpłaty i należności bieżące, wypłaty i zobowiązania bieżące, salda środków pieniężnych oraz krótkoterminowych należności i zobowiązań
Zmodyfikowana memoriałowa	Całkowite zasoby finansowe	Wpływy, wydatki, aktywa finansowe, zobowiązania, aktywa finansowe netto
Pełna memoriałowa	Zasoby ekonomiczne	Przychody i koszty, aktywa (finansowe i niefinansowe), zobowiązania, aktywa netto (kapitał własny)

Źródło: E. Hellich, *Uwarunkowania systemu ewidencyjnego rachunkowości sektora finansów publicznych*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, red. pracownicy Katedry Rachunkowości Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009, s. 171.

²⁰ Szerzej: *Podstawy rachunkowości, Aspekty teoretyczne i praktyczne*, red. B. Micherda, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 107; M. Gmytrasiewicz, A. Karmańska, *Rachunkowość finansowa*, Difin, Warszawa 2004, s. 32-35 oraz A. Karmańska, wyd. cyt., s. 150-155.

Zasada kasowa nie jest konwencją pomiaru zapewniającą pełny i rzetelny obraz, który może być uzyskany dzięki przeprowadzeniu pomiaru zgodnie z zasadą memoriałową, stosowaną w praktyce.

4. Wycena wartości szpitala

Wartość zakładu opieki zdrowotnej stanowi zespół cech o walorach cennych na rynku (wartość szpitala jako przedsiębiorstwa) oraz cech cennych dla ludzi głównie z uwagi na zaspokojenie określonych potrzeb społecznych.

Model wyceny. Model wyceny to odwzorowanie przedsiębiorstwa (szpitala). Model wyceny służy pomiarowi wartości przedsiębiorstwa (szpitala). W modelu czynniki odwzorowujące wartość są przedstawione w relacji przyczynowo-skutkowej²¹. Uniwersalnym sposobem podejścia jest ujęcie finansowe jednostki za pomocą:

- bilansu,
- rachunku zysków i strat,
- przepływów pieniężnych.

Wszystkie modele wyceny mają zatem wspólną bazę informacyjną stworzoną przez sprawozdawczość finansową. Liczne opracowania wskazują na możliwość wykorzystania metodologii rachunkowości do pomiarów efektów działania (wartości) również w jednostkach nie nastawionych na zysk, np. w szpitalach.

Wycena wartości zakładu opieki zdrowotnej to jej wyznaczenie w ujęciu finansowym, czyli pieniężnym. Przeprowadzenie wyceny zakładu stanowi proces, który polega na oszacowaniu zwykle dwóch wartości²²:

- wartości majątku zakładu finansowanego własnymi funduszami oraz
- stopnia jego zorganizowania, czyli zdolności do przynoszenia dochodów.

Proces wyceny jest na tyle skomplikowany, iż trudno mówić o jego pełnym obiektywizmie. Wycena szpitala powinna uwzględniać następujące grupy determinantów jego wartości²³:

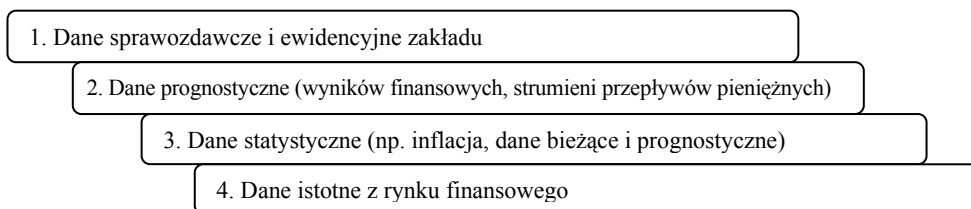
1. Sytuacja technologiczna – wyposażenie techniczne, dokumentacja medyczna.
2. Sytuacja organizacyjna – kadra kierownicza, personel medyczny, struktura zatrudnienia, polityka kadrowa.
3. Sytuacja prawna – status prawny, koncesje, umowy z otoczeniem.
4. Sytuacja finansowa – majątek i jego struktura, fundusze, wyniki finansowe, płynność finansowa.
5. Sytuacja marketingowa – dystrybucja i promocja usług medycznych, ich wolumen i struktura.

W procesie wyceny wartości zakładu wykorzystuje się dane informacyjne wskazane na kolejnym schemacie (rys. 2).

²¹ H. Zadora, wyd. cyt., s. 35.

²² M.D. Głowacka, J. Galicki, E. Mojs, *Zarządzanie zakładem opieki zdrowotnej*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2009, s. 391-393.

²³ Tamże, s. 392.



Rys. 2. Dane niezbędne do wyceny wartości szpitala

Źródło: opracowanie własne.

Do opracowania modelu wyceny zakładu opieki zdrowotnej niezbędne jest przyjęcie metod jego wyceny. W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele pozycji o tej tematyce, przede wszystkim jednak w odniesieniu do jednostek nastawionych na maksymalizację zysku. Wśród głównych w klasyfikacji metod znawcy przedmiotu wymieniają:

- metody majątkowe: ocena wartości składników majątku zakładu,
- metody dochodowe: ocena zdolności zakładu do generowania dochodów,
- metody mieszane: ocena majątku, jak i zdolności generowania dochodów,
- metody rynkowe: ocena oparta na porównaniu z transakcjami rynkowymi²⁴.

W praktyce system wyceny wymaga różnych sposobów postępowania. Wycenę przeprowadza się za pomocą różnych metod, a uzyskane wyniki wyceny warunkują negocjacje, które są podstawą dojścia do „rzeczywistej” wartości rynkowej zakładu.

Współczesne szpitale są specjalistycznymi przedsiębiorstwami świadczącymi skomplikowane usługi. Prawidłowością ponadto jest to, iż większość z nich wykazuje ujemne wyniki finansowe, a nierzadko skumulowane straty owocują ujemnymi kapitałami własnymi. Z uwagi na to wycena takiego szpitala wymaga zastosowania wybranych (specyficznych) metod wyceny, albowiem przy użyciu np. metod majątkowych (księgowych, tradycyjnych) można by teoretycznie błędnie wnioskować, iż szpital posiada wartość ujemną.

5. Rola wyceny wartości szpitala

W procesie zarządzania zakładem opieki zdrowotnej jego wycena wartości ma znaczenie aktualne (bieżące) oraz przyszłościowe.

Wycena bieżąca może posłużyć jako podstawa:

- do motywowania kierownictwa zakładu,
- związana z restrukturyzacją zakładu,

²⁴ Ograniczenia wydawnicze nie pozwalają na szerszą prezentację metod wyceny; szeroki ich opis można znaleźć u takich badaczy, jak: D. Zarzecki, wyd. cyt.; H. Zadora, wyd. cyt.; B. Nita, *Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2007, P. Szczepankowski, *Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, a także liczne publikacje autorstwa J. Duraja i in.

- związana ze zmianami właścicielskimi,
- związana z zabezpieczeniem długów zakładu.

Cele te prowadzą do zapotrzebowania na wycenę wartości zakładu stałą, okresową lub sporadyczną. Znaczenie przyszłościowe wyceny wartości zakładu wiąże się z zastosowaniem w zarządzaniu nim formy dynamicznego zarządzania określonej zarządzaniem wartością. Forma ta charakteryzuje się tym, iż wszystkie systemy i procesy w zakładzie opieki zdrowotnej są zorientowane na kreowanie jego wartości²⁵.

6. Podsumowanie

Podjęta w artykule próba zweryfikowania pojęć wartości przedsiębiorstwa i wartości firmy oraz odniesienia ich do wartości placówki medycznej (szpitala) jako przedsiębiorstwa i *goodwill* szpitala wskazuje na wiele aspektów, które należy określić jako subiektywizm – zarówno pojęciowy, jak i proceduralny – wyceny. Wynika to z uniwersalizmu kategorii wartości oraz niejednoznacznego i wielowymiarowego sposobu jej określenia. Przegląd i analiza literatury pozwalają stwierdzić, iż istnieje zasadnicza różnica pomiędzy pojęciami: wartość szpitala i wartość firmy. Wartość szpitala wyznacza (w zależności od celu wyceny) jego majątek, natomiast kategoria wartość firmy może pojawić się w sytuacji zmiany właściciela i jest pozycją aktywów trwałych (wartości niematerialne i prawne).

Analiza wyceny wartości szpitala pozwala wnioskować, iż w wycenie najważniejszy jest cel wyceny. Wycenę przeprowadza się z użyciem metod, których rodzaj zależy także od potrzeb wyceny.

Tworzenie wartości, niezależnie od jej rodzaju oraz stosowanego podejścia, opiera się na czynnikach tworzących wartość, zwanych nośnikami (generatorami) wartości, które grupuje się w cztery główne zbiory:

1. Operacyjne nośniki wartości: stopa wzrostu przychodów netto ze sprzedaży, marża zysku operacyjnego ze sprzedaży, stopa podatku dochodowego.

2. Inwestycyjne nośniki wartości: inwestycje w aktywa trwałe, inwestycje w kapitał obrotowy netto.

3. Finansowe nośniki wartości: koszt kapitału, struktura kapitału.

4. Ogólne nośniki wartości: strategiczny okres przewagi konkurencyjnej.

Podsumowując, należy ponadto stwierdzić, iż rola wyceny wartości zakładu opieki zdrowotnej (szpitala) w zarządzaniu nim jest obecnie, jak i będzie w przyszłości, fundamentalna.

²⁵ W teorii i praktyce podkreśla się doniosłą rolę i znaczenie zarządzania wartością przedsiębiorstwa w kreowaniu strategii wzrostu korzyści interesariuszy i ich podmiotowości. Maksymalizacja wartości przedsiębiorstwa wymaga odpowiedniego zaspokajania potrzeb interesariuszy oraz wzrostu roli i znaczenia kultury organizacyjnej w zarządzaniu (za: J. Duraj, *Niektóre implikacje zarządzania wartością przedsiębiorstwa*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000, s. 21).

Literatura

- Duraj J., *Aksjologiczny wymiar wartości przedsiębiorstwa*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000.
- Duraj J., *Niektóre implikacje zarządzania wartością przedsiębiorstwa*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000.
- Głowacka M.D., Galicki J., Mojs E., *Zarządzanie zakładem opieki zdrowotnej*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2009.
- Gmytrasiewicz M., *Wybrane problemy teoretyczne współczesnej rachunkowości*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, red. pracownicy Katedry Rachunkowości Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
- Gmytrasiewicz, A. Karmańska, *Rachunkowość finansowa*, Difin, Warszawa 2004.
- Hellich E., *Uwarunkowania systemu ewidencyjnego rachunkowości sektora finansów publicznych*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, red. pracownicy Katedry Rachunkowości Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009.
- Hostyński L., *Wartości w świecie konsumpcji*, Wyd. Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, s. 53.
- Jaki A., *Wycena przedsiębiorstw a restrukturyzacja gospodarki w Polsce*, [w:] *Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000.
- Karmańska A., *Wartość ekonomiczna w systemie informacyjnym rachunkowości finansowej*, Difin, Warszawa 2009.
- Komentarz do ustawy o rachunkowości. Rachunkowość – MSR – Podatki*, red. A. Jarugowa, T. Martyniuk, ODiDK, Gdańsk 2002.
- Nita B., *Metody wyceny i kształtowania wartości przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2007.
- Podstawy rachunkowości. Aspekty teoretyczne i praktyczne*, red. B. Micherda, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Szczepankowski P., *Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Wartość przedsiębiorstwa – z teorii i praktyki zarządzania*, red. J. Duraj, Wydawnictwo Naukowe NOVUM, Płock 2000.
- Zadora H., *Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce*, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce Zarząd Główny, Centralny Ośrodek Szkolenia Zawodowego, Warszawa 2010.
- Zarzecki D., *Metody wyceny przedsiębiorstw*, wyd. 1, Fundacja Rozwoju Rachunkowości, Warszawa 1999.

WORTH OF HOSPITAL AS A COMPANY VS ITS VALUE (GOODWILL)

Summary: In accountancy the term of value is used in the meaning of worth and the XXIst century issued a new challenge regarding the measures of company values. Nowadays it is commonly known that the elimination of imperfections of measurements is impossible and all of the economic measures are relative. The value of health centre consists of numerous features prized on the market (the worth of a hospital as a company) and other features valued by people and because they fulfill social needs they are sometimes evaluated as goodwill.

Keywords: enterprise value, company value, hospital value, valuation of a hospital, worth evaluation, hospital value management.