

Paweł Rumniak

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

POŁĄCZENIA I NABYCIA JAKO SPOSOBY NA UJAWNIANIE WARTOŚCI NIEMATERIALNYCH W BILANSACH PRZEDSIĘBIORSTW

Streszczenie: W bilansie bardzo często nie występują istotne składniki kształtujące wartość i efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa. Jednym ze sposobów na ich wprowadzenie jest połączenie lub zakup przedsiębiorstw, co sprawia, że nabywany podmiot wyceniany jest na poziomie wartości rynkowej, która zazwyczaj różni się od księgowej, dzięki czemu w bilansie ujawnia się znacząca część majątku przedsiębiorstwa pod postacią wartości firmy. Niestety, krajowe rozwiązania rachunkowe nie dają możliwości wprowadzenia do bilansu wartości przedsiębiorstwa w trakcie jego funkcjonowania, przez co wartość bilansowa majątku nie oddaje rzeczywistej wartości podmiotu. Połączenia i zakupy jako elementy systemu strategii mogą spowodować ujawnienie nieidentyfikowanych składników niematerialnych, a tym samym urealnić obraz finansowy przedsiębiorstwa.

Słowa kluczowe: wartości niematerialne, *goodwill*, nieidentyfikowane składniki niematerialne, połączenia

1. Wstęp – problem wartości niematerialnych i prawnych w Polsce

Wartości niematerialne są bardzo istotnym składnikiem majątkowym przedsiębiorstw biorącym czynny udział w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa, lecz ze względów formalnych (i prawnych) nie są one uzewnętrznione w większości przypadków w aktywach bilansowych. „Finansiści” zazwyczaj patrzą na przedsiębiorstwo przez pryzmat danych i wskaźników finansowych, które są pochodną (bliższą lub dalszą) zmian w obrębie majątku przedsiębiorstwa. Obraz finansowy kreowany jest jedynie przez pryzmat tego, co jest „identyfikowalne” w rachunkowości lub mierzalne za pomocą mierników naturalnych, dlatego wiele operacji gospodarczych jest pomijana, a rzeczywisty obraz przedsiębiorstwa (kreowany m.in. w bilansie) pozostaje zniekształcany. Na przestrzeni ostatnich 20–30 lat powstało wiele teorii (popartych praktycznymi rozwiązaniami) zmierzających ku urealnieniu obrazu przedsiębiorstwa przez wprowadzenie dodatkowych parametrów lub wskaźników bazujących na danych niepochodzących z rachunkowości przedsiębiorstwa. Niestety, oznacza to, że współczesna rachunkowość (która pierwotnie była traktowana jako zasadnicza baza danych o przedsiębiorstwie) w coraz mniejszym stopniu spełnia wymagania

współczesnych menedżerów. Innym, lecz równie istotnym czynnikiem w zarządzaniu przedsiębiorstwem jest położenie większego nacisku na kreowanie przyszłości (często w oderwaniu od przeszłości). W pewnym sensie rozwiązaniem są stosowane (również w Polsce) standardy rachunkowe, które mogą stanowić naturalne dopełnienie prawnych regulacji rachunkowości w danym kraju. W Polsce obowiązują, oprócz ustawowych uregulowań rachunkowości, krajowe standardy rachunkowości. Z uwagi jednak na fakt, że standardy są nieliczne oraz ograniczone w zakresie tematyce wykorzystuje się również rozwiązania zawarte w międzynarodowych standardach rachunkowości – w tym konkretnym przypadku w standardzie nr 38, dotyczącym wartości niematerialnych. Podkreślić jednak należy, że standardy stosowane są przede wszystkim na potrzeby sprawozdawcze przedsiębiorstw, co w większości przypadków nie jest tożsame z potrzebami zarządczymi.

Wiele rozwiązań teoretycznych w dziedzinie zarządzania wartościami niematerialnymi i prawnymi jest z sukcesem stosowana na świecie. Niestety, krajowe realia nie pozwalają na efektywne wykorzystanie tych rozwiązań. Dobrym przykładem, obrazującym znaczące ograniczenia w funkcjonowaniu podmiotów, jest obszar zdrowia, tj. funkcjonowanie szpitali (zarówno państwowych, jak i prywatnych). Niestabilność systemu oraz roczna finansowa perspektywa funkcjonowania powoduje, że polityka jednostek sięga nie dalej niż rok naprzód. Czynniki, które w rzeczywistości powodują znaczące ograniczenia co do funkcjonowania strategicznego myślenia w przedsiębiorstwach, jest znacznie więcej i w konsekwencji funkcjonowanie polityki strategicznej (w sporej części przedsiębiorstw) jest ograniczane do kilku lub kilkunastu zdań, zarysowujących cele strategiczne przedsiębiorstw (często jednak nie jest to poparte systemowym podejściem do zarządzania). Taka sytuacja powoduje, że nieliczni stawiają na rozwój obszarów, które są trudne do zidentyfikowania, co więcej, zwrot z tych inwestycji jest stosunkowo trudny do ustalenia.

2. Identyfikowalne i nieidentyfikowane wartości niematerialne i prawne

J.A. Cohen [Cohen 2005, s. 9–11] wyróżnia dwa rodzaje aktywów: te, które można dotknąć, oraz te, których dotknąć nie można. Aktywa, które można dotknąć, zobaczyć, czuć, spróbować, kupić, sprzedać itd., nazywają się aktywami materialnymi. Cała reszta to aktywa niematerialne. W ramach aktywów niematerialnych wyróżnia się składniki identyfikowalne i nieidentyfikowane. Aktywa identyfikowalne utożsamiane są z własnościami intelektualnymi, w skład których wchodzi: patenty, prawa autorskie, znaki firmowe, tajemnice handlowe, badania i rozwój, oprogramowanie oraz brandy. Do grupy składników nieidentyfikowalnych zaliczane są *goodwill* i kapitał ludzki. Jako element grupy składników nieidentyfikowanych wyróżnia się również wartość *going-concern*. W ramach dalszych rozważań nad klasyfikacją składników niematerialnych Cohen zwraca uwagę na zobowiązania jako specyficzną kategorię składników niematerialnych. Jako przykład finansowych (niematerial-

nych) zobowiązań podawana jest różnica pomiędzy stopami procentowymi kredytów udzielnych przedsiębiorstwu a średnimi stopami rynkowymi (w sytuacji, kiedy stopa procentowa kredytu udzielonego przedsiębiorstwu jest niższa od średniej rynkowej stopy procentowej). Różnica ta wynika przede wszystkim z wiarygodności i lepszego postrzegania przez instytucje finansowe przedsiębiorstwa, co z kolei jest pochodną właściwego zarządzania i kształtowania struktury aktywów i pasywów przedsiębiorstwa na tle innych przedsiębiorstw.

Składniki identyfikowalne powstają w wyniku wytworzenia we własnym zakresie lub w wyniku nabycia z zewnątrz w ramach zakupów, lub w postaci wymiany bezgotówkowej, np. jako aport do kapitału własnego, lub w postaci darowizn. Składniki te mogą być nabywane jako odrębne elementy aktywów lub w postaci grup, np. praw majątkowych związanych z określonym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa.

Składniki nieidentyfikowane powstają zasadniczo w wyniku nabycia, sprzedaży, połączenia, podziału, wchłonięcia lub w innych operacjach związanych z przekształceniem przedsiębiorstwa, ponieważ w tych operacjach występuje konieczność wyceny wartości (godziwej i rynkowej) tej grupy składników. Ujawnienie w sprawozdaniu finansowym składnika niematerialnego, zaliczanego do grupy nieidentyfikowanych, może nastąpić dopiero w wyniku procesów przekształcenia przedsiębiorstwa (przy czym przekształcenie w tym znaczeniu oznacza: zakup, sprzedaż, połączenie, podział, wchłonięcie itp.). Składniki nieidentyfikowane nabywane są w całości, tj. nie można wyodrębnić pojedynczego składnika zaliczanego do tej grupy i nabyć go odrębnie. Cecha ta zasadniczo różnicuje tą grupę od składników identyfikowalnych, które mogą być nabywane odrębnie lub też w ramach grup(y) składników. Co więcej, w wyniku połączenia lub zakupu może powstać jedynie składnik nieidentyfikowany określany jako *goodwill*, ponieważ ani kapitał ludzki, ani wartość *going-concern* nie są i nie mogą być odzwierciedlone w sprawozdaniu finansowym. Wartość *goodwill* określać może również kapitalizacja rynkowa spółek akcyjnych notowanych na giełdzie papierów wartościowych. Wartość rynkowa firmy Microsoft na początku lutego 2010 r. wynosiła 224,78 bln USD, poziom wskaźnika P/BV – 6,09, natomiast wartość księgowa w tym samym okresie była równa 44,283 bln USD [www.finance.yahoo.com]. W połowie 1999 r. wartość rynkowa firmy Microsoft wynosiła 460 bln USD, poziom wskaźnika P/BV – 16,2, natomiast wartość księgowa – 28,4 bln USD [Daum 2003, s. 4]. W ciągu ostatnich 10 lat wartość rynkowa firmy Microsoft spadła znacząco, jednak nadal jest ponad pięciokrotnie wyższa od wartości księgowej. Przyczyną spadku można szukać w dwóch znaczących korektach wartości akcji (spowodowanych zawirowaniami na rynkach finansowych całego świata), jakie nastąpiły w 2000 r. (cena akcji na początku roku wynosiła 55,71 USD, pod koniec roku już 21,69 dolarów) oraz w latach 2008–2009 (wartość akcji na początku 2008 r. wynosiła 34,38 USD, a 6 marca 2009 r. wynosiła 15,28 USD [www.finance.yahoo.com]).

3. Formalne przeszkody ujawniania składników niematerialnych w bilansie przedsiębiorstwa

Możliwość ujawniania składników niematerialnych w bilansie przedsiębiorstwa określa ustawa o rachunkowości. Zgodnie z jej zapisami wartości niematerialne i prawne rozumiane są jako **nabyte** przez jednostkę, zaliczane do aktywów trwałych, prawa majątkowe¹ nadające się do gospodarczego wykorzystania, o przewidywanym okresie ekonomicznej użyteczności dłuższym niż rok, przeznaczone do używania na potrzeby jednostki, a w szczególności:

- autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje,
- prawa do wynalazków, patentów, znaków towarowych, wzorów użytkowych oraz zdobniczych,
- *know-how*.

W przypadku wartości niematerialnych i prawnych – **oddanych do użytku na podstawie umowy najmu, dzierżawy lub leasingu** – wartości te zalicza się do aktywów trwałych jednej ze stron umowy, zgodnie z warunkami określonymi w ust. 4 (ustęp ten zawiera zasady, na podstawie których przedmiot umowy zaliczany jest do odpowiedniej strony umowy). Do wartości niematerialnych i prawnych zalicza się również **nabytą** wartość firmy (*goodwill*) oraz koszty zakończonych prac rozwojowych (R&D). Termin *goodwill* rozumiany jest jako różnica pomiędzy wartością nabycia (ceną zakupu) przedsiębiorstwa a jego wartością księgową. Naturalnie różnica ta może być odwrotna, wówczas powstaje *badwill* (wykazywany w pasywach bilansu przedsiębiorstwa). Ustawa o rachunkowości przewiduje trzy formy pozyskania wartości niematerialnych i prawnych, tj. nabycie, oddanie do użytku na podstawie odrębnych umów lub wytworzenie we własnym zakresie. Nabycie rozumiane jest jako odpłatne lub nieodpłatne pozyskanie składnika zaliczanego do wartości niematerialnych i prawnych przedsiębiorstwa. W rozwiązaniach stosowanych w Polsce nie przewiduje się innej formy pozyskania **nieidentyfikowalnych** składników niematerialnych.

4. Połączenia i nabycia podmiotów gospodarczych jako procesy kreujące wartości niematerialne

Jeden plus jeden równa się trzy – taka idea przyświeca (zazwyczaj) każdemu połączeniu lub nabyciu przedsiębiorstwa. Przekształcenia (połączenia i zakupy) podmiotów są zazwyczaj, lecz nie zawsze, częścią strategii przedsiębiorstwa. Przekształcenia wiązać się mogą również ze znaczącą redukcją funkcjonowania, a w ślad za tym i znaczącą redukcją posiadanego majątku. Jednak z uwagi na możliwości związane

¹ Przez prawo majątkowe należy rozumieć prawa nabyte, zaliczane do aktywów trwałych, nadające się do gospodarczego wykorzystania o przewidywanym okresie ekonomicznej użyteczności dłuższym niż rok, przeznaczone do używania na potrzeby jednostki.

z tworzeniem wartości niematerialnych w procesach przekształceniowych tego typu zmiany nie mają istotnego znaczenia.

Połączenie (*merger*) lub inaczej fuzja wiąże się z utworzeniem na bazie dwóch (lub większej liczby) podmiotów jednego (nowego). Bardzo dobrym przykładem połączenia (niestety, już nieistniejącym) była fuzja (na rynku amerykańskim) dwóch firm Daimler-Benz i Chrysler, w wyniku czego powstała nowa firma DaimlerChrysler. Połączenia takie często wiążą się z zespoleniem w jeden podmiot dwóch równej wielkości przedsiębiorstw, dlatego połączenia często nazywane są „połączeniami równych” (*merger of equals*). Nabycie (*acquisition*) lub inaczej zakup wiąże się z nabyciem innego (lub innych) podmiotu(ów). Podstawowa różnica pomiędzy połączeniem a nabyciem polega na tym, że nie powstaje tutaj nowy podmiot, a jednostka (lub jednostki) nabyta jest wcielana do już funkcjonującego (nabywającego) podmiotu z punktu widzenia finansowego, prawnego i rachunkowego.

Przekształcenia, w wyniku których powstają składniki niematerialne (*goodwill*), mogą mieć charakter [Bryer, Simensky 2002]:

- wzrostu – przez wykorzystanie nabytych z zewnątrz niezbędnych środków do realizacji celów strategicznych przedsiębiorstwo może funkcjonować efektywniej niż w sytuacji wykorzystania wewnętrznych możliwości (bez wspomagania środkami zewnętrznymi nabytymi w wyniku np. zakupu),
- synergii – korzyści płynące z połączenia przedsiębiorstw często określane są efektem synergii, w ramach którego wartość nowo powstającego podmiotu, na bazie dwóch starych, jest wyższa niż suma wartości łączonych podmiotów. Wy różnić można dwa zasadnicze obszary związane z efektem synergii: kosztowy i przychodowy. W wyniku połączenia przedsiębiorstw eliminowane są pewne grupy kosztów lub bez zmiany kosztów (w jednym podmiocie) wpływa się na ich efektywność, ponieważ relatywnie ten sam poziom kosztów przekłada się na inny poziom produkcji lub przychodów – tego typu efekty wiążą się z obszarem kosztowym. Nabywając podmiot, nabywa się również bazy danych klientów tego przedsiębiorstwa, czyli nabywa się również klientów tego przedsiębiorstwa, kanały zbytu itp., co pozwala w efekcie zwiększyć obszar sprzedaży i liczbę potencjalnych klientów przedsiębiorstwa,
- konsolidacji – procesy konsolidacyjne wywołane są z reguły chęcią osiągnięcia pozycji dominującej na danym rynku (produkcyjnym i/lub obszarowym). Konsolidacja może przebiegać w trzech kierunkach: w poziomie – konsolidacja firm w danej branży, w przód – konsolidacja z dystrybutorami lub klientami przedsiębiorstwa, w tył – konsolidacja z dostawcami przedsiębiorstwa. Bez względu na rodzaj konsolidacji wynika ona zazwyczaj z chęci osiągnięcia ekonomii skali oraz zwiększenia efektywności posiadanego majątku przedsiębiorstwa. Procesy konsolidacji zachodzą z reguły w przedsiębiorstwach z podobnej branży,
- dywersyfikacji – proces ten ma na celu zmniejszanie ryzyka funkcjonowania przedsiębiorstwa przez zwiększanie różnorodności oferowanych produktów i/lub usług przedsiębiorstwa. Odmienne niż w przypadku konsolidacji dywer-

syfikacja polega na łączeniu przedsiębiorstw z różnych branż. Przedsiębiorstwa zmuszone są do utrzymywania różnorodnych składników majątkowych oraz posiadania pracowników o zróżnicowanych umiejętnościach.

Jako zasadnicze przyczyny połączeń lub wykupów wyróżnia się m.in. [en.wikipedia.org/wiki/Mergers_and_acquisitions]:

- ekonomię skali,
- ekonomię „zasięgu”, np. przez nabycie nowych kanałów zbytu i klientów,
- zwiększenie przychodów lub udziału w rynku,
- skośne finansowanie przez nabywanie firm z różnych obszarów funkcjonalnych,
- synergię,
- aspekty podatkowe,
- dywersyfikację,
- transfer „majątku”,
- pionową integrację,
- tworzenie prywatnych imperiów,
- „likwidację” konkurencji.

W wyniku przekształceń podmiotów mogą powstawać nowe jednostki lub jedna z dawnych dwóch (lub większej liczby jednostek). Wartość majątku wchłanianych podmiotów musi być wyceniona na poziomie wartości rynkowej, np. na bazie metod dochodowych lub mieszanych, dzięki czemu powstaje wartość rynkowa przedsiębiorstwa, która zazwyczaj znacząco przewyższa wartość księgową (godziwą).

Nie każde jednak połączenie wiąże się z utworzeniem nowego składnika majątkowego, jakim jest *goodwill* (w bilansie przedsiębiorstwa nabywającego).

5. *Goodwill* jako zasadnicza wartość powstająca w wyniku przekształceń podmiotów

Jako m.in. efekt przekształceń przedsiębiorstw (połączeń lub wykupów) powstają nieidentyfikowane składniki niematerialne – *goodwill*, które mogą być wprowadzone do bilansu przedsiębiorstwa będącego nabywcą (w takiej transakcji).

Goodwill jest terminem rachunkowym, określającym przewagę wartości rynkowej przedsiębiorstwa nad wartością księgową. Zazwyczaj pozycja ta powstaje w wyniku nabycia innego podmiotu. Wartość ta jest utożsamiana z potencjalnymi możliwościami, jakie wiążą się z wyższymi korzyściami z tytułu sprzedaży produktów lub usług nabywanego podmiotu nad wartością majątku, jakim dysponuje to przedsiębiorstwo. *Goodwill* wskazuje również na to, iż suma poszczególnych składników majątkowych przedsiębiorstwa (rozważana jako przedsiębiorstwo) posiada wyższą wartość niż poszczególne składniki z osobna. *Goodwill* powstaje w sprawozdaniach finansowych w wyniku zakupu przedsiębiorstwa po cenie wyższej niż *fair-value* posiadanego majątku przedsiębiorstwa. *Goodwill* może być postrzegane jako:

- czynnik skłaniający klientów do korzystania z produktów lub usług przedsiębiorstwa i rekomendowania tych produktów (lub usług) innym (klientom). Działania takie wynikać mogą z jakości produktów i usług, osobistych relacji z klientami, programów reklamowych oraz polityki przedsiębiorstwa, zmierzającej w kierunku zaspokojenia potrzeb rynku w zakresie dóbr i usług wykonywanych przez przedsiębiorstwo,
- nadwyżka, jaką firma osiąga w związku ze sprzedażą produktów lub usług w porównaniu do produktów konkurencji, która oferuje podobne lub takie same produkty, lecz nie jest w stanie osiągnąć podobnych relacji (np. w obszarze marży na sprzedawanych produktach lub usługach). Nadwyżkę taką można zaobserwować na rynku samochodowym, na którym w danej klasie samochodów oferowane są produkty takich firm, jak: Fiat, Opel, Volvo i Mercedes. Produkty te mają inne ceny z uwagi na postrzeganie firmy na rynku, co w tym przypadku bardzo często wiąże się ze znakiem firmowym, który w tym przypadku m.in. przyczynia się do powstania *goodwill*,
- wartość wynikająca z różnicy pomiędzy wartością nabycia a wartością księgową przedsiębiorstwa (o czym poniżej).

Goodwill w rozumieniu krajowych rozwiązań prawnych oznacza wartość firmy i jest różnicą, jaka powstaje pomiędzy wartością rynkową a księgową netto przedsiębiorstwa. W sytuacji, gdy relacja tych pozycji jest odwrotna, powstaje *badwill*, czyli ujemna wartość firmy. *Goodwill*, zgodnie z definicją podawaną przez FASB (*Financial Accounting Standard Board*), to część ceny zakupu przedsiębiorstwa, która przewyższa wartość księgową wszystkich aktywów przedsiębiorstwa (materialnych i niematerialnych) i spełnia założenia poniższego równania

$$Goodwill = V_M - V_{AM} - V_{NA} \quad (1)$$

gdzie: V_M – wartość rynkowa przedsiębiorstwa,
 V_{AM} – wartość aktywów materialnych,
 V_{NA} – wartość aktywów niematerialnych.

W innych ujęciach *goodwill* określa się też jako:

- część wartości intelektualnej (np. znaku handlowego). Amerykański sąd uznał, że znak handlowy nie może funkcjonować bez *goodwill*, skoro znak handlowy odzwierciedla postrzeganie przedsiębiorstwa przez rynek to *goodwill* jest naturalnym elementem tej pozycji (podejście zaprezentowane przez *United States Court*),
- składnik niematerialny, wspomagający aktywa, który ma udział (wartościowy) w nadwyżce wartości przedsiębiorstwa nad innym porównywalnym przedsiębiorstwem, które rozpoczyna działalność na danym rynku. Oznacza to, że firma posiada swój *image*, bazę klientów, reputację, itp., czego nie posiada podmiot rozpoczynający działalność (na podstawie podejścia Amerykańskiego Instytutu Certyfikowanych Księgowych).

Jednakże bez względu na postrzeganie wartości *goodwill* (z punktu widzenia definicyjnego), ujęcie rachunkowe zawsze wiązać się będzie z określoną wartością, będącą różnicą pomiędzy wartością rynkową (ustaloną na podstawie odpowiedniej wyceny lub na podstawie kapitalizacji rynkowej akcji przedsiębiorstwa) a księgową majątku (godziwą).

Kodeks spółek handlowych uściśla zasady łączenia się spółek w art. 492 pkt 1, w którym określa, że połączenie może być dokonane przez:

- zawiązanie spółki kapitałowej, na którą przechodzi majątek wszystkich łączących się spółek za udziały lub akcje nowej spółki (łączenie się przez zawiązanie nowej spółki),
- przeniesienie całego majątku spółki (przejmowanej) na inną spółkę (przejmującą) za udziały lub akcje, które spółka przejmująca wydaje wspólnikom spółki przejmowanej (łączenie się przez przejęcie).

Zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku doprecyzowanie procesu łączenia i przejmowania spółek (z punktu widzenia rachunkowego) znajduje się w art. 44a–44d ustawy o rachunkowości. Łączenie się spółek rozlicza się i ujmuje na dzień połączenia w sprawozdaniu finansowym podmiotu przejmującego metodą nabycia (*purchase acquisition*) lub łączenia udziałów (*pooling of interests*). W przypadku wykorzystania metody nabycia powstanie wartość *goodwill*, natomiast w przypadku wykorzystania metody łączenia udziałów wartość *goodwill* nie powstanie. Z praktycznego punktu widzenia metoda nabycia jest znacznie częściej stosowana, ponieważ metoda łączenia udziałów (żeby mogła być wykorzystana) wymaga spełnienia warunków określonych w art. 44c ustawy o rachunkowości.

Dalsze postępowanie z ujawnionym w bilansie składnikiem niematerialnym wiąże się z jego amortyzacją w okresie przewidzianym w ustawie o rachunkowości. Jednak zasadnicze pytanie, jakie można na tym etapie zadać, brzmi: czy amortyzacja *goodwill* jest właściwym sposobem ujęcia zmiany wartości tej pozycji w okresie eksploatacji? Innym, lecz równie istotnym problemem jest postrzeganie składników niematerialnych przez pryzmat składników materialnych, co z uwagi na specyfikę składników niematerialnych nie jest właściwym podejściem i powoduje m.in. sytuacje, w których wartość firmy po pięciu latach uznaje się za umorzoną w 100%, a rzeczywista wartość *goodwill* (rynkowa) jest znacząco wyższa od wartości księgowej, czyli ponownie występuje zjawisko niedostosowania wartości bilansowych do rzeczywistych wartości. Problemy te są stale obecne w systemie rachunkowości, a ich rozwiązanie wiąże się z poszerzeniem zakresu sprawozdawczości przedsiębiorstwa o obszary nieidentyfikowane w bieżącej sprawozdawczości finansowej, czego na pewno bardzo dobrym przykładem jest *goodwill*. W tym obszarze konieczne jest ściśle powiązanie systemu rachunkowości finansowej z zarządczą.

Literatura

Bryer L., Simenky M., *Intellectual property assets in mergers and acquisitions*, Wiley 2002.

Cohen J.A., *Intangible assets. Valuation and economic benefits*, Wiley 2005.

Daum J.H., *Intangible assets and value creation*, Wiley 2003.

http://www.en.wikipedia.org/wiki/Mergers_and_acquisitions

<http://www.finance.yahoo.com/q/ks?s=msft>

MERGERS AND ACQUISITIONS AS A WAY OF DISCOVERING INTANGIBLE ASSETS IN A COMPANY BALANCE-SHEET

Summary: There are very essential balance sheet components, which influence the value of an enterprise but they are absent in a company balance sheet. One of many ways to introduce such elements into a balance sheet is to merger or acquisition of another company. Goodwill that one can obtain as a result of merger or acquisition is the difference between market and book value of a company. That goodwill can be a separate item in a company balance sheet which cannot appear in any other way but merger or acquisition.