

Aleksandra Zielińska

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

OCENA PRZYDATNOŚCI POMIARU KAPITAŁU INTELEKTUALNEGO W ŚWIETLE BADAŃ ANKIETOWYCH

1. Wstęp

W dobie ery informacji kapitał intelektualny jest bez wątpienia tym czynnikiem, który powoduje, że część firm generuje zyski dzięki jego zastosowaniu. W szczególności dotyczy to tzw. firm opartych na wiedzy, np. konsultingowych, informatycznych lub farmaceutycznych. W rachunkowości kapitał intelektualny jest w uproszczeniu rozumiany jako różnica między wartością rynkową a wartością księgową przedsiębiorstwa. Zgodnie z tą definicją powinien być traktowany jako pozycja bilansowa umieszczona w pasywach – obok kapitałów finansowych, a jego odpowiednikiem po stronie aktywów powinny być aktywa niematerialne. Tak się jednak nie dzieje – na razie wartość kapitału intelektualnego nie jest nigdzie wykazywana. Nie ma żadnego oficjalnego dokumentu sprawozdawczości finansowej, na którego podstawie można by określić jego wartość. Nie jest to sytuacja korzystna ani dla samej firmy, ani dla potencjalnych akcjonariuszy bądź inwestorów. Przede wszystkim dlatego, że wypaczeniu ulega obraz firmy, jej możliwości i zysków. Ponadto brak informacji na temat aktywów niematerialnych utrudnia ich właściwe zarządzanie i wykorzystanie. Sytuację tę próbują zmienić prekursorzy rachunkowości kapitału intelektualnego, wprowadzając do sprawozdawczości finansowej odpowiedni dokument, który prezentowałby stan kapitału intelektualnego. Wprowadzenie takiego dokumentu wymaga w pierwszej kolejności dokonania pomiaru kapitału intelektualnego przy zastosowaniu odpowiednich mierników. Nasuwa się pytanie, jak zapatrują się na pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa działające w Polsce. Ich poglądy w tej sprawie starano się zweryfikować w drodze przeprowadzonego badania ankietowego.

2. Metodyka badań

Formularz ankiety weryfikujący powyższe pytanie został rozesłany w IV kwartale 2003 r. do 450 firm wybranych w sposób celowy. Adresatem ankiety były firmy działające na terytorium całego kraju i wywodzące się głównie z sektora firm usługowych. Ogółem uzyskano odpowiedzi z 74 przedsiębiorstw, co stanowi 16,50% wszystkich wysłanych ankiet. Kwestionariusz ankiety zawierał 36 pytań i był podzielony na pięć części składowych. Część pierwsza zawiera podstawowe dane na temat badanych firm. Część druga prezentowała w ogólnym zarysie kapitał intelektualny ankietowanych przedsiębiorstw. Część trzecia dotyczyła poglądów respondentów na temat związku między kapitałem intelektualnym a zyskami firmy. Część czwarta koncentrowała się na pomiarze kapitału intelektualnego. Część piąta natomiast zawierała pytania mające na celu określenie stosunku respondentów do sprawozdawczości kapitału intelektualnego. W niniejszym artykule przedstawiono wyniki badania dotyczące wyłączenie czwartej części ankiety.

3. Pomiar kapitału intelektualnego – wyniki badania

Pytanie pierwsze dotyczyło tego, czy stosowane obecnie metody analizy finansowej opisują wyczerpująco sytuację ekonomiczną firmy i jej potencjalne możliwości. Pytanie to zostało postawione z tego względu, że zwolennicy rachunkowości kapitału intelektualnego są przekonani, iż stosowanie wyłącznie metod analizy finansowej do oceny przyszłości firmy jest niewystarczające. Powodem jest fakt, że analiza finansowa nie obejmuje swym zakresem aktywów niematerialnych, które, w szczególności w firmach opartych na wiedzy, są czynnikiem kreującym dochody. Uzyskane wyniki sugerują natomiast, że obecnie stosowane metody analizy finansowej – zdaniem respondentów – sprawdzają się do oceny przyszłej działalności przedsiębiorstwa. „Zdecydowanie tak” lub „raczej tak” odpowiedziało 83,78% ankietowanych, a tylko 12,16% udzieliło odpowiedzi „zdecy-

Tabela 1. Ocena stosowanych metod analizy finansowej

Odpowiedź	Ogółem			Branża usługowa			Pozostałe branże		
	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia
Zdecydowanie tak	17	22,97	0,46	14	31,11	0,62	3	10,34	0,21
Raczej tak	45	60,81	0,61	24	53,33	0,53	21	72,41	0,72
Zdecydowanie nie	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
Raczej nie	9	12,16	-0,24	6	13,33	-0,27	3	10,34	-0,21
Trudno powiedzieć	3	4,05	0,00	1	2,22	0,00	2	6,90	0,00
Razem	74	100,00	0,82	45	100,00	0,89	29	100,00	0,72
Zdecydowanie tak oraz raczej tak	62	83,78	1,07	38	84,44	1,16	24	82,76	0,93
Zdecydowanie nie oraz raczej nie	9	12,16	-0,24	6	13,33	-0,27	3	10,34	-0,21

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

dowanie nie” oraz „raczej nie”. Pozytywna ocena analizy finansowej jest praktycznie niezależna od branży przedsiębiorstwa, a uzyskana średnia wynosząca 0,82 oznacza jej silne poparcie.

Aktywa niematerialne jako czynnik kreujący dochody powinny być w szczególności dobrze poznane i zidentyfikowane. Trudno jest bowiem zarządzać czymś, co nie zostało ani poznane, ani zmierzone. Uzyskane wyniki wykazały, że identyfikacja części składowych kapitału intelektualnego występuje tylko w 36,49% badanych firm. Pozostała część przedsiębiorstw, czyli 63,51%, nie podejmuje się tego zadania. Większy odsetek odpowiedzi pozytywnych przypada na sektor usługowy.

Tabela 2. Identyfikacja elementów kapitału intelektualnego

Rodzaj kapitału	Ogółem		Branża usługowa		Pozostałe branże	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Tak	27	36,49%	19	42,22%	8	27,59%
Nie	47	63,51%	26	57,78%	21	72,41%
Razem	74	100,00%	45	100,00%	29	100,00%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Większość respondentów uznała natomiast przydatność zbierania informacji niezbędnych do opracowania mierników kapitału intelektualnego. Na pytanie, czy istnieje w firmie potrzeba zbierania informacji niezbędnych do opracowania mierników kapitału intelektualnego, 51,35% ankietowanych zakresliło odpowiedź „zdecydowanie tak” lub „raczej tak”. Co ciekawe, odsetek odpowiedzi tego typu jest wyższy w branżach nieusługowych. Z drugiej strony 32,43% ankietowanych prezentuje przeciwny pogląd, to znaczy nie uważa za zasadne zbieranie tego typu informacji. Uzyskana średnia wynosząca 0,00 świadczy o neutralnych poglądach respondentów.

Tabela 3. Ocena potrzeby zbierania informacji na temat kapitału intelektualnego

Odpowiedź	Ogółem			Branża usługowa			Pozostałe branże		
	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia
Zdecydowanie tak	7	9,46	0,19	5	11,11	0,22	2	6,90	0,14
Raczej tak	31	41,89	0,42	15	33,33	0,33	15	51,72	0,52
Zdecydowanie nie	3	4,05	-0,04	1	2,22	-0,02	2	6,90	-0,07
Raczej nie	21	28,38	-0,57	13	28,89	-0,58	8	27,59	-0,55
Trudno powiedzieć	12	16,22	0,00	10	22,22	0,00	2	6,90	0,00
Razem	74	100,00	0,00	44	97,78	-0,04	29	100,00	0,03
Zdecydowanie tak oraz raczej tak	38	51,35	0,61	20	44,44	0,56	17	58,62	0,66
Zdecydowanie nie oraz raczej nie	24	32,43	-0,61	14	31,11	-0,60	10	34,48	-0,62

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Za osobę odpowiedzialną za zbieranie informacji tego typu respondenci uznali w 56,76% przypadków dyrektora personalnego, na drugim miejscu prezesa zarządu 18,92%, a na trzecim menedżera wiedzy 16,22%.

Tabela 4. Osoba odpowiedzialna za zbieranie informacji na temat kapitału intelektualnego

Odsetek wartości	Ogółem		Branża usługowa		Pozostałe branże	
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Prezes zarządu	14	18,92	6	13,33	8	27,59
Dyrektor personalny	42	56,76	23	51,11	19	65,52
Dyrektor informatyki	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Menedżer wiedzy	12	16,22	11	24,44	1	3,45
Każdy zatrudniony	6	8,11	5	11,11	1	3,45
Razem	74	100,00	45	100,00	29	100,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Do oceny kapitału ludzkiego respondenci wybierali przede wszystkim takie mierniki, jak: „struktura wykształcenia” (56 odpowiedzi), „udział specjalistów w firmie” (52 odpowiedzi) oraz „liczba lat w zawodzie” (41 odpowiedzi). Należy przy tym zauważyć, że najwięcej najwyższych ocen (4 i 5 punktów) przyznano miernikowi „udział specjalistów w firmie” (35 takich ocen), na drugim miejscu znalazł się wskaźnik „struktura wykształcenia” (31), a na trzecim „liczba lat w zawodzie”. Najmniejszą popularnością cieszyły się mierniki: „liczba pracowników” (8 odpowiedzi), „przeciętna długość kontraktu z pracownikiem” (7 odpowiedzi) oraz „liczba kierowników” (5 odpowiedzi). Biorąc pod uwagę średnią ważoną, najwyższą średnią uzyskał miernik „udział specjalistów w firmie” (3,79), na drugim miejscu znalazł się miernik „struktura wykształcenia” (3,48), a na trze-

Tabela 5. Ocena mierników kapitału ludzkiego

Nazwa miernika	Przyznane punkty					Suma	4 + 5	Sum. liczba punktów	Średnia
	1	2	3	4	5				
Udział specjalistów w firmie	3	7	7	16	19	52	35	197	3,79
Struktura wykształcenia	6	10	9	13	18	56	31	195	3,48
Zysk na jednego specjalistę	5	2	3	4	6	20	10	64	3,20
Przeciętna długość zatrudnienia w firmie	1	8	17	2	5	33	7	101	3,06
Przeciętna długość kontraktu z pracownikiem	2	2	0	1	2	7	3	20	2,86
Zysk na jednego pracownika	7	7	1	7	5	27	12	77	2,85
Liczba lat w zawodzie	9	7	11	10	4	41	14	116	2,83
Liczba kierowników	1	2	1	0	1	5	1	13	2,60
Przeciętny wiek pracowników	4	1	4	1	1	11	2	27	2,45
Fluktuacja pracowników	9	4	4	5	0	22	5	49	2,23
Koszty szkoleń i edukacji	12	10	6	4	1	33	5	71	2,15
Liczba pracowników	4	3	0	0	1	8	1	15	1,88

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

cim „zysk na jednego specjalistę” (3,20). Biorąc pod uwagę sumaryczną liczbę punktów, można wskazać trzy najlepsze wskaźniki w kolejności: „udział specjalistów w firmie”, (197 punktów), „struktura wykształcenia” (195 punktów) i „liczba lat w zawodzie” (116 punktów).

Co do mierników kapitału strukturalnego, to najczęściej wybierano takie miary, jak: „inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia” (37 odpowiedzi), „nakłady na badania i rozwój/koszty administracyjne” (33 odpowiedzi), „udział nowych produktów w strukturze produkcji” (33 odpowiedzi) oraz „inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów” (30 odpowiedzi). Trzeba przy tym zauważyć, że najwyższych ocen (4 i 5 punktów) przyznano miernikowi „inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia” (26), na drugim miejscu znalazł się miernik „udział nowych produktów w strukturze produkcji” (18), a na trzecim „inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów” (16). Najrzadziej wskazywano takie miary, jak: „przeciętny wiek patentów przedsiębiorstwa” (5 odpowiedzi) oraz „liczba patentów w trakcie postępowania patentowego” (3 odpowiedzi). Biorąc pod uwagę średnią ważoną, wskaźniki można uszeregować następująco: „inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia” (3,78), „inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów” (3,50), „przeciętny wiek patentów przedsiębiorstwa” (3,40). Zgodnie z uzyskaną sumaryczną liczbą punktów za najlepszy miernik można uznać „inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia” (140 punktów), „udział nowych produktów w strukturze produkcji” (110 punktów), „inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów” (105 punktów).

Tabela 6. Ocena mierników kapitału strukturalnego

Nazwa miernika	Przyznane punkty					Suma	4 + 5	Sum. liczba punktów	Średnia
	1	2	3	4	5				
Inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia	2	5	4	14	12	37	26	140	3,78
Inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów	4	3	7	6	10	30	16	105	3,50
Przeciętny wiek patentów przedsiębiorstwa	1	1	0	1	2	5	3	17	3,40
Udział nowych produktów w strukturze produkcji	5	6	4	9	9	33	18	110	3,33
Inwestycje w badania i rozwój – badania podstawowe	3	2	6	6	1	18	7	54	3,00
Wartość systemów elektronicznej wymiany danych	8	4	5	6	5	28	11	80	2,86
Nakłady na badania i rozwój / koszty administracyjne	8	10	6	2	7	33	9	89	2,70
Koszty informatyczne na pracownika	8	6	6	6	3	29	9	77	2,66
Wydajność sieci na jednego pracownika	1	9	4	1	2	17	3	45	2,65
Koszty administracji na pracownika	4	7	9	1	2	23	3	59	2,57
Liczba komputerów osobistych i laptopów na pracownika	12	3	6	4	4	29	8	72	2,48
Liczba patentów w trakcie postępowania patentowego	1	1	0	1	0	3	1	7	2,33

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Do oceny kapitału relacji z klientami respondenci wybierali przede wszystkim wskaźniki: „udział w rynku” (51 odpowiedzi), „indeks satysfakcji klienta” (43 odpowiedzi) oraz „roczna sprzedaż na jednego klienta” (41 odpowiedzi). Najwięcej ocen 4- i 5- punktowych uzyskały mierniki „udział w rynku” (23), „indeks satysfakcji klientów” (22) oraz „liczba klientów” i „przeciętna długość związku z klientem” (po 18). Najrzadziej wybierano mierniki „liczba dni poświęconych na wizyty u klienta” (9 odpowiedzi) oraz „liczba wizyt klienta w przedsiębiorstwie” (4). Najwyższą średnią ważoną uzyskały mierniki: „przeciętna długość związku z klientem” (3,50), „indeks satysfakcji klientów” (3,40) oraz „udział w rynku” (3,16). Najwyższą sumaryczną liczbę punktów uzyskały mierniki: „udział w rynku” (161 punktów), „indeks satysfakcji klientów” (146 punktów) oraz „przeciętna długość związku z klientem” (119 punktów).

Tabela 7. Ocena mierników kapitału relacji z klientami

Nazwa miernika	Przyznane punkty					Suma	4 + 5	Sum. liczba punktów	Średnia
	1	2	3	4	5				
Przeciętna długość związku z klientem	3	4	9	9	9	34	18	119	3,50
Indeks satysfakcji klientów	4	9	8	10	12	43	22	146	3,40
Udział w rynku	14	4	10	6	17	51	23	161	3,16
Liczba klientów	7	7	5	10	8	37	18	116	3,14
Przeciętna wielkość klienta	3	4	4	5	2	18	7	53	2,94
Liczba dni poświęconych na wizyty u klienta	2	2	2	1	2	9	3	26	2,89
Roczna sprzedaż na jednego klienta	8	11	9	8	5	41	13	114	2,78
Kontakty z klientem / kontakty zakazane sprzedaży	10	9	5	6	7	37	13	102	2,76
Przeciętny czas od kontaktu z klientem do sprzedaży	4	3	3	2	2	14	4	37	2,64
Liczba klientów straconych	6	5	6	6	1	24	7	63	2,63
Liczba wizyt klienta w przedsiębiorstwie	1	1	2	0	0	4	0	9	2,25
Liczba klientów / liczba pracowników	3	6	2	2	0	13	2	29	2,23

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Tabela 8. Wpływ użycia mierników kapitału intelektualnego na efektywność zarządzania

Odpowiedź	Ogółem			Branża usługowa			Pozostałe branże		
	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia	liczba	%	średnia
Zdecydowanie tak	6	8,11	0,16	3	6,67	0,13	3	10,34	0,21
Raczej tak	39	52,70	0,53	26	57,78	0,58	13	44,83	0,45
Zdecydowanie nie	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
Raczej nie	10	13,51	-0,27	5	11,11	-0,22	5	17,24	-0,34
Trudno powiedzieć	19	25,68	0,00	11	24,44	0,00	8	27,59	0,00
Razem	74	100,00	0,42	45	100,00	0,49	29	100,00	0,31
Zdecydowanie tak oraz raczej tak	45	60,81	0,69	29	64,44	0,71	16	55,17	0,66
Zdecydowanie nie oraz raczej nie	10	13,51	-0,27	5	11,11	-0,22	5	17,24	-0,34

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Znaczna część respondentów (60,81%) jest zdania, że użycie mierników kapitału intelektualnego wpłynęłoby na efektywniejsze zarządzanie firmą. Przeciwną opinię, zakreślając odpowiedzi „zdecydowanie nie” oraz „raczej nie”, wyraziło 13,51% ankietowanych. Średnia wynosząca 0,42 oznacza średnie poparcie, przy czym poparcie to jest wyższe w branży usługowej (0,49) w porównaniu z pozostałymi branżami (0,31).

4. Zakończenie

Analizując otrzymane informacje, można dojść do wniosku, że respondenci nie są w pełni przekonani o użyteczności pomiaru kapitału intelektualnego. Uzyskane wyniki sugerują, że ankietowani pozytywnie oceniają obecnie stosowane narzędzia analizy finansowej i uważają, że są one wystarczające do opisanie sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa i jego potencjalnych możliwości. Z tego przypuszczalnie wynikają ich neutralne poglądy na temat potrzeby zbierania informacji o stanie kapitału intelektualnego, a także fakt, że tylko ok. 37% przedsiębiorstw zajmuje się identyfikacją części składowych kapitału intelektualnego. Trzeba jednocześnie zauważyć, że 60% ankietowanych jest zdania, iż użycie mierników kapitału intelektualnego zwiększyłoby efektywność zarządzania firmą. Ponadto, ponad połowa respondentów uważa, że informacje o stanie kapitału intelektualnego powinien zbierać dyrektor personalny. Do najlepszych mierników kapitału intelektualnego ankietowani zaliczyli:

- kapitał ludzki: udział specjalistów w firmie, strukturę wykształcenia, liczbę lat w zawodzie,
- kapitał strukturalny: inwestycje w badania i rozwój – wdrożenia, udział nowych produktów w strukturze produkcji, inwestycje w badania i rozwój – projekty produktów,
- kapitał relacji z klientami: udział w rynku, indeks satysfakcji klienta, przeciętną długość związku z klientem.

VALUE OF INTELLECTUAL CAPITAL – QUESTIONNAIRE SURVEY

Summary

There is no doubt that in the e-era the intellectual capital is the factor owing to which many companies in the modern world generate profits. In particular, this refers to the so-called companies based on knowledge, for instance consulting, informative or pharmaceutical companies. In the accounting system, the intellectual capital is understood as a difference between the market value and the book value of an enterprise. In accordance with this definition, it shall be treated as a balance item placed in the liabilities – close to financial capitals and its counterpart on the side of assets should be intangible assets. However, this is not what happens. Currently, the value of the intellectual capital is not shown anywhere. This means that there is no official document of financial reporting according to which it

could be possible to define its value. This is not an advantageous situation either for the companies or for potential shareholders or investors. Primarily, because the picture of the company, its possibilities and profits is distorted. Furthermore, the lack of information related to intangible assets makes difficult their proper management and use. Precursors of the accounting for the intellectual capital have been trying to change this situation, introducing into the financial statements relevant documents which would present the status of the intellectual capital. This introducing must be preceded by measuring this type of capital in a correct way. A question is raised what Polish enterprises think about measuring of intellectual capital. Their views on this issue were sought by a questionnaire survey. The supreme purpose of this paper is to present the views of the companies subject to the questionnaire with reference to measuring the intellectual capital.