

Melania Bąk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

MAJĄTEK NIEWIDZIALNY PRZEDSIĘBIORSTWA W ŚWIELE PROBLEMÓW RACHUNKOWYCH I BEHAVIORALNYCH

Streszczenie: Majątek niewidzialny (aktywa i kapitał niewidzialny) stanowi istotną część majątku przedsiębiorstwa, chociaż nie jest on ujawniany przez system rachunkowości. Jego znaczenie wzrosło istotnie w drugiej połowie XX wieku. Składniki majątku niewidzialnego w zasadniczy sposób wpływają na wielkości finansowe i pozycję rynkową przedsiębiorstwa. Problemy rachunkowe dotyczące majątku niewidzialnego związane są z jego pojęciem, klasyfikacją, wyceną i prezentacją. Ponadto na składniki majątku niewidzialnego mają wpływ zachowania człowieka, które cechuje ograniczona racjonalność w podejmowaniu decyzji (aspekty behawioralne). Brak dostępu do pełnej i wartościowej informacji o majątku niewidzialnym może wpływać na podejmowanie decyzji zadowalających, które nie zawsze są optymalne.

Słowa kluczowe: majątek niewidzialny, rachunkowość, aspekty behawioralne.

1. Wstęp

W literaturze przedmiotu można wskazać różne porównania do majątku niewidzialnego¹. Majątek niewidzialny jest niezauważalny „gołym okiem”, tak jak fundamenty domu, podziemny system korzeniowy drzewa czy zanurzona część góry lodowej (zob. [10, s. 195]). Jego główną cechą² jest niematerialna forma, która uniemożliwia prezentację w ramach systemu rachunkowości³. Mimo to nie można majątku

¹ Określenie zaproponowane przez autora, mające na celu w pierwszym momencie wywołanie skojarzenia związanego z tą częścią majątku przedsiębiorstwa, która nie jest ujawniana przez system rachunkowości.

² Pozostałe cechy majątku niewidzialnego: są oparte na wiedzy, brak im fizycznej postaci, nie są w pełni identyfikowalne, są unikalne dla każdego przedsiębiorstwa, składają się na nie różne kategorie o odmiennym charakterze (np. reputacja firmy, umiejętności pracowników), są w większości podzielne i mogą być wykorzystywane w tym samym czasie w różnych miejscach, mają zdolność do tworzenia powiązań przyczynowo-skutkowych między poszczególnymi kategoriami niematerialnymi oraz materialnymi, są źródłem korzyści w przyszłości, stanowią pogłębiającą się lukę między wartością rynkową przedsiębiorstwa a jego wartością bilansową (zob. [2, s. 351]).

³ Wyjątek stanowią „wartości niematerialne i prawne” określone przez prawo bilansowe (zob. [16]).

niewidzialnego ignorować, ponieważ w obecnych warunkach rynkowych i postępującym procesie globalizacji w sposób zasadniczy decyduje on o sukcesie finansowym i pozycji przedsiębiorstwa, zapewniając mu osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku.

Znaczenie majątku niewidzialnego istotnie wzrosło w drugiej połowie XX wieku. Nie jest on jednak odkryciem ostatnich lat. Jak trafnie zauważa W. Rogowski, „istniał w firmach od dawna, może nawet od zawsze, a począwszy od lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku mamy jedynie do czynienia z procesem jego stopniowego odkrywania i wykorzystywania w tworzeniu wartości firmy, który trwa nieprzerwanie aż do dziś” [13, s. 68].

Majątek niewidzialny stanowi pewnego rodzaju wyzwanie dla współczesnej rachunkowości, która nie ujawnia tego, co niewidzialne. Z punktu widzenia rachunkowości problematyka majątku niewidzialnego dotyczy w szczególności: sformułowania pojęcia, klasyfikacji, wyceny i opracowania form prezentacji.

Ponadto należy zwrócić uwagę na to, że zmiany zachodzące w składnikach majątku niewidzialnego (i majątku ujawnianego przez system rachunkowości) są związane z podejmowaniem przez człowieka decyzji, na które mają wpływ jego zachowania wywołane m.in. emocjami i cechami osobowościowymi.

Według ekonomii behawioralnej zachowania człowieka cechuje ograniczona racjonalność w podejmowaniu decyzji. Brak informacji o składnikach majątku niewidzialnego (np. zgromadzonych w systemie rachunkowości) może wpływać na podejmowanie decyzji zadowalających zamiast optymalnych.

Celem artykułu jest zaproponowanie syntetycznej struktury majątku niewidzialnego z punktu widzenia rachunkowości oraz zdiagnozowanie problemów rachunkowych i behawioralnych, które dotyczą składników majątku niewidzialnego. W opracowaniu podkreślono również wzajemną zależność między składnikami majątku ujawnianego przez system rachunkowości i składnikami majątku niewidzialnego. Zależność ta jest bardzo ważna, ponieważ pełną informację o przedsiębiorstwie i jego wartości można uzyskać tylko wtedy, gdy dysponuje się wiedzą zarówno na temat majątku ujawnianego (np. środki trwałe, materiały, rozrachunki), jak i majątku niewidzialnego (np. marka, relacje z klientami, innowacyjność).

2. Problematyka majątku niewidzialnego z perspektywy rachunkowości

Analiza literatury z zakresu nauk ekonomicznych pozwala stwierdzić, że zarówno w teorii, jak i praktyce funkcjonują różnorodne pojęcia określające majątek niewidzialny. Można wyróżnić następujące pojęcia: wartości niematerialne⁴, aktywa niematerialne, własność intelektualna, kapitał intelektualny, aktywa intelektualne. Po przebadaniu różnych określeń można stwierdzić, że używany termin zależy od

⁴ Prawo bilansowe używa określenia „wartości niematerialne i prawne” (zob. [16]).

dziedziny, w której jest stosowany, i nie zawsze oznacza to samo. Największym uchybieniem w kwestii terminologii jest częste używanie zamiennie pewnych pojęć (np. wartości niematerialne i kapitał intelektualny), co wprowadza wiele nieporozumień w interpretacji badanego zjawiska. Ponadto niektóre interpretacje pojęcia opierają się na założeniach: majątek niewidzialny to aktywa niewidzialne lub majątek niewidzialny to kapitał intelektualny.

W literaturze przedmiotu można spotkać następujące poglądy na temat wzajemnych zależności między kapitałem intelektualnym a wartościami niematerialnymi (aktywami niematerialnymi) [2, s. 348]:

- kapitał intelektualny jest częścią wartości niematerialnych,
- wartości niematerialne są częścią kapitału intelektualnego,
- wartości niematerialne i kapitał intelektualny są to odrębne kategorie,
- wartości niematerialne i kapitał intelektualny są to kategorie tożsame.

W artykule użyto określenia majątek niewidzialny, które oznacza element majątku jednostki o charakterze niematerialnym. Użycie określenia majątek niewidzialny jest celowe i ma za zadanie na wstępie nie sugerować, czy dany element majątku postrzegany jest jako aktywa, czy jako pasywa (kapitał). Tak jak czynią to inne określenia. Ponadto przyjęto założenie, że majątek niewidzialny ma najszersze znaczenie i określa wszystkie, bez względu na rodzaj i sposób tworzenia, niemające fizycznej postaci źródła ekonomicznych korzyści, jakie może osiągnąć przedsiębiorstwo.

Z punktu widzenia rachunkowości majątek niewidzialny powinien być rozpatrywany według metody bilansowej, która jest uznana za podstawową metodę badawczą. Metoda bilansowa oparta jest na rozumowaniu działalności gospodarczej w dwóch różnych ujęciach, które są ściśle związane z naturą gospodarowania. Dualne ujęcie zasobów gospodarczych pozwala zaprezentować je w układzie przedmiotowym (aktywa) i podmiotowym (kapitały).

Tak więc jeśli jest zidentyfikowany kapitał intelektualny, to muszą istnieć aktywa niematerialne i *vice versa*. Z punktu widzenia rachunkowości majątku niewidzialnego nie można rozpatrywać tylko w ujęciu podmiotowym, jak czynią to inne nauki (np. zarządzanie). Według metody bilansowej majątek niewidzialny w ujęciu przedmiotowym – to aktywa niewidzialne (niematerialne), a w ujęciu podmiotowym – kapitał niewidzialny (intelektualny).

Tabela 1. Propozycja syntetycznej struktury majątku niewidzialnego

Majątek niewidzialny	
Aktywa niewidzialne (niematerialne)	Kapitał niewidzialny (intelektualny) Zobowiązania niewidzialne

Uwaga: aktywa niewidzialne nie tylko budują kapitał niewidzialny, ale mogą również tworzyć zobowiązania niewidzialne wobec przedsiębiorstwa.

Źródło: opracowanie własne.

Wiedza przetworzona o poszczególnych aktywach niematerialnych tworzy kapitał intelektualny, natomiast kapitał intelektualny (rozumiany jako osiągnięte bogactwo dzięki aktywom niematerialnym) pozwala wskazać pochodzenie źródła współtworzenia aktywów niematerialnych. Tabela 1 prezentuje zależność, jaka występuje między aktywami niematerialnymi a kapitałem intelektualnym z perspektywy metody bilansowej.

Składniki majątku niewidzialnego nie są ujmowane przez system rachunkowości, ponieważ nie spełniają wymogów obowiązującego prawa bilansowego⁵, nie są one również wyceniane i prezentowane w ujęciu rachunkowym. Taki stan rzeczy pogłębia różnicę między wartością bilansową a wartością rynkową przedsiębiorstwa. Uzyskanie pełnej informacji o przedsiębiorstwie i jego wartości jest możliwe tylko wtedy, gdy można dysponować wiedzą zarówno na temat majątku ujawnianego przez system rachunkowości, jak i majątku niewidzialnego.

Wycena majątku niewidzialnego i jego składników jest jednym z trudniejszych wyzwań stawianych współczesnej rachunkowości. Rachunkowość wciąż poszukuje metod wyceny, ale nie jest to zadanie łatwe ze względu na: sformułowanie pojęć badanego zagadnienia, różnorodność składników majątku niewidzialnego, założenia polityki rachunkowości, preferowaną cenę (cena rzeczywiista czy wartość godziwa), przedmiot wyceny (pojedynczy składnik czy wartość globalna, aktywa niematerialne czy kapitał intelektualny), cel i sposób pozyskiwania informacji, koszty pozyskiwania informacji, odbiorcę informacji, przyjęte założenia w metodzie dotyczące bazy odniesienia (np. koszt, przyszłe przepływy pieniężne, przychody, ryzyko). W tym miejscu warto również zwrócić uwagę na to, że rachunkowość w kwestii wyceny jest zainteresowana wypracowanym dorobkiem innych dziedzin ekonomicznych (np. finansów). Ponadto stara się modyfikować swoje instrumenty na potrzeby wyceny składników majątku niewidzialnego (np. przekształcenie klasyfikacji kosztów i ewidencji księgowej w celu poszukiwania kosztów związanych z klientami).

Podstawową formą prezentacji składników majątku niewidzialnego jest sprawozdawczość. Przedsiębiorstwa nie sporządzają odrębnych sprawozdań dotyczących majątku niewidzialnego. Jedynie w rocznym raporcie zamieszczają (jako część składową) informacje na temat wybranych składników majątku niewidzialnego. Informacje te dotyczą: klientów, pracowników, marek handlowych, dostawców, innowacji, działalności badawczo-rozwojowej, jakości, stosowanej technologii, wewnętrznej organizacji procesów, współpracy z kooperantami, tworzenia aliansów, formalnych powiązań kapitałowych (przejęć, połączeń), wpływu na środowisko naturalne [11, s. 227].

⁵ Wyjątek stanowią wartości niematerialne i prawne, do których według ustawy o rachunkowości można zaliczyć: autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje, prawa do wynalazków, patentów, znaków towarowych, wzorów użytkowych, zdobniczych, *know-how*, nabytą wartość firmy, koszty zakończonych prac rozwojowych (zob. [16]). Spełniają one następujące warunki: muszą powstać w wyniku zdarzeń przeszłych, zostają pod kontrolą przedsiębiorstwa, jednostka osiągnie w przyszłości korzyści ekonomiczne, musi istnieć możliwość wiarygodnego oszacowania wartości.

Najczęściej sporządzane są sprawozdania dotyczące kapitału intelektualnego (w szczególności kapitału ludzkiego)⁶, które są zazwyczaj suplementem do rocznego raportu przedsiębiorstwa. Dobrowolne ujawnianie dodatkowych informacji nie jest powszechnie stosowane przez przedsiębiorstwa⁷. Dzieje się tak dlatego, że w ocenie zarządów istnieje wiele negatywnych zjawisk związanych z ujawnianiem dodatkowych informacji, do których można zaliczyć [1, s. 28; 14, s. 187]: koszty przygotowania i publikacji tych informacji, brak wymiernych korzyści, ryzyko odpowiedzialności wobec interesariuszy (jeśli informacje prospektywne nie zostaną osiągnięte), możliwość wykorzystania tych informacji przez konkurencję⁸.

Lista problemów rachunkowych obejmujących majątek niewidzialny i jego składniki jest długa, dotyczy unormowania całego procesu z nimi związanego – od określenia cech i pojęć, poprzez klasyfikację, wycenę, aż po opracowanie sposobów prezentacji. Kompleksowe podejście do majątku niewidzialnego z punktu widzenia rachunkowości pozwoli w przyszłości na wnikliwą analizę i planowanie tej części majątku przedsiębiorstwa, która nie jest przez wszystkich uwzględniana w podejmowaniu decyzji finansowych.

3. Składniki majątku niewidzialnego i ich wzajemne zależności

Składniki majątku niewidzialnego stanowią faktyczne źródło mocy i przewagi konkurencyjnej. Są trudne do zgromadzenia, posiadają zdolność wielorakich zastosowań jednocześnie, stanowią zarówno wkład, jak i wynik działań biznesowych. Można je wielorako wykorzystywać, np. reputację firmy wśród jej klientów. Nie można ich uzyskać wyłącznie za pieniądze, są czasochłonne w procesie ich opracowywania. Można je wykorzystywać jednocześnie na wiele sposobów oraz mogą, w tym samym czasie, przynosić różnorodne korzyści (zob. [6, s. 12–13]).

W literaturze przedmiotu można zaobserwować wiele wyszczególnionych składników majątku niewidzialnego zaproponowanych przez różnych autorów (zob. tab. 2)⁹.

⁶ W literaturze przedmiotu funkcjonuje różnorodna klasyfikacja kapitału intelektualnego (zob. [18, s. 27]). Najpopularniejsza klasyfikacja wyróżnia następujące elementy kapitału intelektualnego: kapitał ludzki, kapitał strukturalny, kapitał klienta.

⁷ Przy opracowywaniu sprawozdania o kapitale intelektualnym należy dokładnie określić odbiorcę informacji: czy będzie to interesariusz wewnętrzny, czy zewnętrzny. Każdy z nich ma inne oczekiwania, które należy uwzględnić. Na zakres i szczegółowość pozycji wykazywanych w sprawozdaniu o kapitale intelektualnym istotny wpływ mają m.in. wielkość firmy (mierzona sumą aktywów i wielkością sprzedaży) i branża, w której działa firma [14, s. 173].

⁸ Przykłady wielu przedsiębiorstw (szczególnie ze Skandynawii) dowodzą, że sporządzanie sprawozdań o składnikach majątku niewidzialnego nie narusza konkurencyjnej pozycji firmy z powodu dobrowolnego ujawniania pewnych informacji. Przeciwnie, informacje takie przyciągają uwagę potencjalnych klientów, kontrahentów i przyszłych pracowników.

⁹ Autor artykułu koncentruje uwagę na następujących składnikach majątku niewidzialnego: marka, relacje z klientami, kultura organizacyjna, innowacyjność, tożsamość, reputacja, wizerunek i kapitał ludzki.

Spośród składników majątku niewidzialnego na szczególną uwagę zasługują ludzie. Niektóre aktywa niewidzialne są reprezentowane przez ludzi, którzy wcale nie pracują dla danej firmy. Na przykład nazwa marki jest w posiadaniu konsumentów, a nie pracowników. Opinie konsumentów na temat markowych produktów firmy pozyskują najczęściej pracownicy sklepów, którzy jednocześnie stanowią niewidzialne aktywa danej firmy.

Tabela 2. Składniki majątku niewidzialnego według różnych autorów

Autor	Składniki majątku niewidzialnego
J. Low, P.C. Kalafut	Przywództwo, realizacja strategii, komunikacja i jawność, marka, reputacja, sieci i sojusze, technologie i procesy, kapitał ludzki, organizacja i kultura w miejscu pracy, innowacyjność, kapitał intelektualny, elastyczność.
G. Urbanek	Marka, technologiczne aktywa niematerialne, kapitał ludzki, relacje z klientami, kultura organizacyjna i przywództwo, reputacja, relacje z partnerami i sieci.
Cap Gemini Ernst & Young	Innowacje, jakość, relacje z klientami, zdolności menedżerów, alians, technologia, kapitał marki, relacje pracowników, społeczna odpowiedzialność i środowisko.

Uwaga: składniki majątku niewidzialnego wyróżnione w tabeli nie zostały sklasyfikowane według metody bilansowej na aktywa i pasywa¹⁰.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [9, s. 5; 15, s. 5, 42].

Ludzie to niezwykle ważne zasoby, nie tylko jako część siły roboczej, lecz jako podmioty akumulujące i produkujące niewidoczne aktywa [6, s. 14]. Skoro ludzie są tak ważni dla funkcjonowania przedsiębiorstwa, to również nie bez znaczenia jest ich zachowanie i podejmowanie decyzji o zmianach w składnikach majątku ujawnianego i niewidzialnego pod wpływem tych zachowań (aspekty behawioralne). Podsumowując można stwierdzić, że każdy składnik majątku zależy od decyzji ludzi.

W skład majątku niewidzialnego można zaliczyć różnorodne w swej istocie elementy, które zależą od siebie, są ze sobą powiązane i wzajemnie się uzupełniają. Na przykład od marki zależą relacje z klientami oraz reputacja firmy. Najczęściej ich oddziaływanie na procesy tworzenia wartości przedsiębiorstwa jest łączne. Tabela 3 prezentuje relacje między wybranymi składnikami majątku niewidzialnego.

Pomiędzy składnikami majątku ujawnianego i niewidzialnego istnieją wzajemne zależności. Majątek niewidzialny jest tworzony w połączeniu ze składnikami majątku ujawnianego. Na przykład majątek niewidzialny może przyczynić się do: zwiększenia produktywności poprzez zmniejszenie różnych kosztów, zwiększenia sprzedaży dzięki lepszej jakości produktów/usług, dostarczania przedsiębiorstwu możliwości wyboru różnych sposobów działania itp. Natomiast majątek ujawniany może powstawać w wyniku użytkowania majątku niewidzialnego.

¹⁰ W artykule [2] autorka dokonała przeglądu różnych pojęć czynników niematerialnych pod kątem klasyfikowania ich jako składników aktywów i/lub pasywów.

Tabela 3. Relacje między wybranymi składnikami majątku niewidzialnego

Zależność pomiędzy składnikami majątku niewidzialnego	Charakterystyka zależności
Marka – relacje z klientami	Marka pozwala utrzymać relacje z klientami. Silna marka przyciąga klientów i pozwala zachować kontakty z nimi.
Marka – kultura organizacyjna	Budowanie marki jest możliwe w odpowiednich warunkach, charakteryzujących się kulturą organizacyjną.
Marka – innowacyjność	Silna marka wpływa na kreatywne działanie i doskonalenie procesów, czyli innowacyjność. Brak działań innowacyjnych w firmie osłabia markę.
Marka – tożsamość	Marka pozwala rozpoznać przedsiębiorstwo na rynku. Tożsamość przedsiębiorstwa pomaga budować markę. Kreowanie marki jest możliwe w chwili określenia i realizacji wizji przedsiębiorstwa, która pozwala stworzyć tożsamość.
Marka – kapitał ludzki	Markę wypracowują pracownicy przedsiębiorstwa, w szczególności istotne są ich wiedza, umiejętności, doświadczenie i zaangażowanie. Silna marka wpływa na zintegrowanie pracowników z przedsiębiorstwem.
Relacje z klientami – kultura organizacyjna	Kontakty z klientami są uzależnione od przyjętej kultury organizacyjnej, która umożliwia budowanie trwałych związków między przedsiębiorstwem a klientami.
Relacje z klientami – innowacyjność	Współpraca z klientami wymaga działań innowacyjnych, które zapewnią zaspokojenie potrzeb i wymagań klientów.
Relacje z klientami – tożsamość	Utrzymywanie kontaktów z klientami powinno być wyróżnikiem przedsiębiorstwa, na które mogą składać się m.in. zachowanie personelu wobec klientów, procedury w komunikowaniu się.
Relacje z klientami – wizerunek	Na podstawie analizy relacji z klientami można określić wizerunek przedsiębiorstwa, jego wiarygodność. Pozytywny wizerunek wpływa zachęcająco na potencjalnych interesariuszy w kwestii inwestowania oraz przyczynia się do utrzymania dotychczasowych kontaktów z klientami i pozyskania nowych klientów.
Relacje z klientami – kapitał ludzki	Trwałe i poprawne relacje z klientami są możliwe dzięki dobrym pracownikom, którzy posiadają odpowiednią wiedzę, doświadczenie i umiejętności. Istotna jest również lojalność i kreatywność pracowników.
Kultura organizacyjna – innowacyjność	Tylko dobrze funkcjonująca kultura organizacyjna umożliwia przedsiębiorstwu na podjęcie nowych zadań (z uwzględnieniem ryzyka), czyli wprowadzenie rozwiązań innowacyjnych.
Kultura organizacyjna – reputacja	Kultura organizacyjna jest podstawowym elementem, który pozwala zbudować reputację przedsiębiorstwa. Przejrzyste i przemyślane działania przedsiębiorstwa sprzyjają budowaniu dobrego imienia firmy na zewnątrz.
Innowacyjność – tożsamość	Działania innowacyjne przyczyniają się do wyróżnienia przedsiębiorstwa spośród wielu innych funkcjonujących na rynku.
Innowacyjność – kapitał ludzki	Wprowadzenie działań innowacyjnych w przedsiębiorstwie jest przyczyną podwyższenia jakości pracy pracowników. W szczególności pracownicy zwiększają swoje umiejętności, doświadczenie i mają większą motywację do pracy (przy założeniu osiągnięcia lepszych wyników finansowych przedsiębiorstwa).
Tożsamość – kapitał ludzki	Jednym z elementów wyróżniających przedsiębiorstwo są pracownicy, których kompetencje i doświadczenie świadczą o cechach charakterystycznych przypisanych dla danego przedsiębiorstwa.
Reputacja – wizerunek	Utrzymanie reputacji jest związane z pozytywnym postrzeganiem przedsiębiorstwa przez zainteresowanych (interesariuszy). Negatywny wizerunek hamuje kształtowanie reputacji przedsiębiorstwa.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Wzajemne zależności między wybranymi składnikami majątku ujawnianego i niewidzialnego

MU \ MN	Marka	Relacje z klientami	Kultura organizacyjna	Innowacyjność	Tożsamość	Reputacja	Wizerunek	Kapitał ludzki
Wartości niematerialne i prawne	x	x	X	X	x	x	x	x
Środki trwałe	x	x	X	X	x	x	x	x
Materiały	X	X	X	X				x
Towary	X	X			X	X	X	
Produkty gotowe	X	X		X	X	X	X	
Rozrachunki	x	x	X	X	x	x	x	X
Środki pieniężne	x	x	X	X	x	x	x	X
Wynik finansowy	x	x	X	X	X	X	X	X

Oznaczenia do tabeli: MN – majątek niewidzialny (składniki), MU – majątek ujawniany (składniki), X – oznacza wzajemną zależność bezpośrednią, x – oznacza wzajemną zależność pośrednią.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Wpływ wybranych składników majątku niewidzialnego na przychody i koszty przedsiębiorstwa

Składnik majątku niewidzialnego	Przychody	Koszty
Marka	Silna marka wpływa na wyższy popyt na produkty i wzrost przychodów ze sprzedaży.	Przy większej produkcji oczekiwanych produktów przez konsumentów podlegają obniżeniu koszty produkcji i koszty marketingowe.
Relacje z klientami	Lojalny klient jest odporny na działania promocyjne konkurencji, co wpływa na stabilność sprzedaży.	Stali klienci nie wymagają dużych kosztów, które należy ponosić w chwili pozyskiwania nowych klientów.
Kapitał ludzki	Wiedza i doświadczenie pracowników wpływa na wzrost wydajności pracy i przychodów.	Dobrze pracujący pracownicy zmniejszają koszty reklamacji.
Reputacja	Dobra reputacja zwiększa wiarygodność przedsiębiorstwa na zewnątrz, umożliwia pozyskiwanie partnerów i łatwiejsze wejście na rynek z nowym produktem.	Reputacja zapewnia niższe koszty pozyskania kapitału.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [15, s. 29].

Tabela 4 przedstawia wzajemne zależności między wybranymi składnikami majątkami ujawnianego i niewidzialnego. Zależności między składnikami określono jako bezpośrednie i pośrednie.

Składniki majątku niewidzialnego wpływają również na wielkości osiąganych przychodów i ponoszonych kosztów w przedsiębiorstwie. Tabela 5 zestawia przykłady wpływu wybranych składników majątku niewidzialnego na przychody i koszty.

Współczesne przedsiębiorstwo, którego majątek obejmuje część ujawnianą i niewidzialną, może zadawać sobie pytanie, która z tych części jest ważniejsza, o którą należy szczególnie dbać i zabiegać? Odpowiedź na tak postawione pytanie nie jest jednoznaczna, ponieważ zależy to od wielu czynników, np. od rodzaju prowadzonej działalności, zewnętrznych i wewnętrznych warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa, fazy cyklu życia przedsiębiorstwa, w której ono się znajduje itp.

4. Zarys aspektów behawioralnych w ekonomii i finansach

Pojawienie się aspektów behawioralnych w ekonomii i finansach pozwoliło wyznaczyć nowe trendy i obszary badań. Ekonomia behawioralna powstała na bazie krytyki dwóch założeń klasycznej ekonomii, dotyczących efektywności rynku i racjonalności uczestników rynku. Podstawowe założenie w ekonomii behawioralnej dotyczy stwierdzenia, że ludzie zachowują się nie do końca racjonalnie.

Natomiast neoklasyczna teoria ekonomii zakłada, że decyzje finansowe podejmowane przez inwestorów (zarówno jednostkowych, jak i menedżerów finansowych w organizacjach) są racjonalne z ekonomicznego punktu widzenia. A człowiek funkcjonujący na rynku to *homo oeconomicus*.

Przez dłuższy czas nie podważano w ekonomii słuszności określenia *homo oeconomicus*. Dopiero odkrycie H.A. Simona o racjonalności ograniczonej wpłynęło na podważenie dotychczasowych poglądów. Udowodnił on, że wydolność ludzkiego umysłu jest zbyt mała w stosunku do napotykanym problemów, aby można je było rozwiązywać w sposób racjonalny. Ludzie, napotykając różnego rodzaju ograniczenia czasowe i technologiczne, nie są w stanie uzyskać dostępu do wszystkich informacji istotnych dla danego problemu i nie są też zdolni do dokładnego przetwarzania tych informacji. Oznacza to, że są co najmniej racjonalni w sposób ograniczony [4, s. 13]. Wprowadzono wówczas pojęcie *człowiek rzeczywisty*.

Dla porównania w tab. 6 zestawiono w sposób syntetyczny charakterystyczne cechy ekonomii neoklasycznej i behawioralnej.

Współczesne trendy w świecie finansów obejmują, od kilku już lat, problemy behawioralne. Finanse behawioralne¹¹ są szczególnie modne wśród inwestorów giełdowych. W klasycznej teorii finansów jednym z założeń jest racjonalność inwestorów w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Oznacza to, że inwestor zawsze po-

¹¹ Głównym powodem powstania finansów behawioralnych była niewystarczalność teoretycznych modeli ekonomicznych w objaśnianiu badanych zjawisk.

Tabela 6. Syntetyczne porównanie ekonomii neoklasycznej i behawioralnej

Ekonomia neoklasyczna	Ekonomia behawioralna
Racjonalność w podejmowaniu decyzji	Ograniczona racjonalność w podejmowaniu decyzji
Aspekty <i>stricte</i> ekonomiczne	Aspekty behawioralne
<i>Homo oeconomicus</i> Jego działania są ukierunkowane na maksymalizację funkcji użyteczności. Z założenia powinien on racjonalnie* wybierać optymalne rozwiązanie spośród różnych możliwych opcji. W rzeczywistości jest inaczej, nawet jeśli człowiek wie, co jest dobre, to często (np. pod wpływem emocji) nie dokonuje najlepszych wyborów.	<i>Człowiek rzeczywisty</i> W chwili podejmowania decyzji (np. inwestorzy) kierują się emocjami. Bardzo często ich decyzje zależą od przypadku lub od formy przedstawienia problemu. Dotychczasowy pogląd na temat <i>homo oeconomicus</i> zweryfikowała teoria perspektywy**, która wyznaczyła nowe normy racjonalnego działania.

* Pojęcie racjonalnego zachowania opiera się na trzech założeniach: jednostka ma określone preferencje i jest w stanie zidentyfikować swoje potrzeby, jednostka jest w stanie określić hierarchię swoich potrzeb, jednostki wybierają te potrzeby, które chcą w danej chwili zaspokoić w taki sposób, aby osiągnąć maksymalizację satysfakcji (zob. [4, s. 24]),

** Najważniejsza praca, która podważyła klasyczną koncepcję racjonalności człowieka, powstała w latach 70. XX wieku, a jej autorami są dwaj psychologowie – D. Kahneman i A. Tversky. Stworzyli oni teorię perspektywy, która stała się podstawą finansów behawioralnych.

Źródło: opracowanie własne.

dejmując decyzje, kierując się maksymalizacją korzyści, i we właściwy sposób interpretuje informacje napływające z otoczenia.

Natomiast finanse behawioralne¹² próbują wyjaśnić zachowania inwestorów przy podejmowaniu decyzji, uwzględniając ich emocje. Główne zadanie finansów behawioralnych koncentruje się na poszukiwaniu, zrozumieniu i przewidywaniu wszelkich wahań na rynkach finansowych, wynikających z psychologicznych aspektów podejmowania decyzji inwestycyjnych.

Główne przyczyny podejmowania decyzji nieracjonalnych to m.in.: nadmiar informacji, błędna ich interpretacja, wpływ zbiorowości (uleganie mylnemu przekonaniu, że większość ma rację), uleganie rekomendacjom różnych instytucji finansowych, zbytnia pewność siebie. Ponadto zasadniczy wpływ na podejmowanie decyzji mają własne emocje i zaangażowanie się w daną transakcję oraz presja otoczenia.

Na decyzje inwestycyjne wpływa wiele czynników. Według M. Nowak szczególną uwagę należy zwrócić na [12, s. 350–355]: kształt informacji, stosowanie heurystyk (uproszczone lub skrócone metody rozwiązywania problemów/podejmowa-

¹² Na podstawie analizy literatury można stwierdzić, że „finanse behawioralne to analiza psychologicznych aspektów zachowań inwestorów przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych oraz wpływ tych aspektów na zachowanie rynków finansowych” [4, s. 40]. W literaturze przedmiotu z zakresu finansów behawioralnych można wyodrębnić dwa nurty badawcze: analiza zachowania się inwestorów i analiza zachowania się rynku kapitałowego.

nia decyzji), długoterminową ekstrapolację stanu obecnego, reakcje na wartości pośrednie, mechanizm dążenia i unikania, cechy osobowościowe, zaangażowanie osobiste i wpływ emocji.

Ekonomiści i finansiści nurtu behawioralnego na podstawie wieloletnich badań zaobserwowali m.in. następujące zachowania¹³ człowieka (np. inwestora, menedżera) w trakcie podejmowania decyzji (zob. [4; 8]):

- większą pewność siebie, gdy wcześniej osiągnął sukces,
- przekonanie o tym, że im więcej informacji, tym większa precyzja w podjęciu decyzji,
- częściej mężczyźni wykazują większą tendencję do przeceniania swojej wiedzy i umiejętności niż kobiety,
- iluzja posiadania zwiększonego wpływu na przebieg zjawisk wraz ze wzrostem osobistego zaangażowania (tzw. złudzenie kontroli),
- nadmierny optymizm, przy założeniu powodzenia realizowanego przedsięwzięcia,
- szukanie potwierdzenia dla wcześniej postawionej hipotezy i ignorowanie informacji, która mogłaby jej zaprzeczyć (tzw. błąd afirmacji),
- określenie prawdopodobieństwa danego zdarzenia, odwołując się do podobnych zdarzeń z przeszłości (zwykle odwołują się do zdarzeń najczęstszych, ostatnich lub sensacyjnych),
- odwołanie się do pewnej wartości, która niestety może być narzucona przez sformułowany problem,
- przypisywanie trafnych decyzji własnym zdolnościom, przy jednoczesnym wyjaśnianiu błędnych decyzji za pomocą okoliczności zewnętrznych (tzw. błąd atrybucji),
- konserwatyzm jako efekt zbyt silnego przywiązania do ukształtowanych wcześniej opinii i ignorowanie nowych informacji,
- awersja do poniesienia strat,
- chęć podjęcia ryzyka po udanej transakcji.

Wymienione przykłady zachowań człowieka świadczą o tym, że jego działania nie zawsze są racjonalne.

Nurt behawioralny można odnieść również do teorii przedsiębiorstwa. Behawioralne teorie przedsiębiorstwa [3, s. 24], które wyjaśniają funkcjonowanie przedsiębiorstwa, są oparte na rozważaniu celów poszczególnych jednostek i grup działających w ramach jego struktury. Modele behawioralne analizują motywacje kadry zarządzającej i innych grup funkcjonujących w ramach przedsiębiorstwa. W większych firmach obserwuje się wśród menedżerów pogoń za dodatkowymi przywilejami i chęć coraz większych wpływów i władzy. Ich decyzje będą wpływać na maksymalizację obrotów, a nie zysków. Uważa się również, że brak dostępu do pełnej (i wartościowej) informacji prowadzi przedsiębiorstwa do dokonywania wyborów opartych nie na poszukiwaniu decyzji optymalnych, lecz zadowolających.

¹³ Zachowania te są wynikiem uproszczonego myślenia, określanego jako heurystyki.

5. Majątek niewidzialny a problemy behawioralne

Bardzo często od zachowań człowieka i jego preferencji w danej sytuacji zależą podjęte decyzje, która mogą mieć decydujące znaczenie dla funkcjonowania przedsiębiorstwa i jego sytuacji finansowej. Decyzje człowieka wpływają na kształtowanie poszczególnych składników majątku niewidzialnego i ujawnianego oraz na ich wzajemne zależności.

Dlatego coraz częściej (wzorując się na ekonomii behawioralnej i finansach behawioralnych) analiza zmian zachodzących w majątku danego przedsiębiorstwa powinna dotyczyć również sfery zachowań człowieka (np. pracownika) i podmiotów związanych z przedsiębiorstwem. Stąd można wysnuć wniosek, że zarówno na majątek niewidzialny, jak i majątek ujawniany mają wpływ aspekty behawioralne (zob. tab. 7).

Tabela 7. Majątek przedsiębiorstwa w systemie rachunkowości w świetle aspektów behawioralnych

Majątek przedsiębiorstwa	System rachunkowości	Aspekty behawioralne
Majątek (według bilansu): <ul style="list-style-type: none"> • aktywa trwałe i obrotowe • kapitały własne i obce • wynik finansowy 	Ujawniany przez system rachunkowości	Zachowania człowieka (w szczególności pracowników, menedżerów, zarządu) mają wpływ na podejmowanie decyzji kształtujących poszczególne składniki majątku widzialnego i niewidzialnego. Zachowania są efektem: <ul style="list-style-type: none"> • emocji • zaangażowania • preferencji • cech osobowościowych • poglądów
Majątek niewidzialny: <ul style="list-style-type: none"> • wizerunek • marka • reputacja • kapitał ludzki • relacje z klientami • tożsamość • innowacyjność 	Nieujawniany przez system rachunkowości	

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 8 przedstawia wybrane składniki majątku niewidzialnego i przykłady problemów behawioralnych, które mogą ich dotyczyć.

W związku z tym, że majątek niewidzialny zależy od zmian zachodzących w majątku ujawnianym przez rachunkowość, istotne jest przestudiowanie również aspektów behawioralnych w systemie rachunkowości¹⁴ i prezentowanych przez niego składnikach.

¹⁴ Funkcjonowanie systemu rachunkowości (rachunkowość finansowa i zarządcza) jest zależne od wielu zachowań człowieka (pracownika, menedżera, kierownika). Zachowania te mają różny wpływ (pozytywny i negatywny) na prowadzoną rachunkowość w przedsiębiorstwie. W związku z tym coraz częściej słychać o rachunkowości behawioralnej.

Tabela 8. Wybrane składniki majątku niewidzialnego a problemy behawioralne

Składniki majątku niewidzialnego	Problemy behawioralne
Marka	Przy budowaniu marki podejmowane decyzje często są oparte na: przekonaniu o swoich racjach, nieomyślności, odwoływaniu się do zdarzeń, jakie miały już miejsce, odrzucaniu informacji niezgodnych z przyjętymi założeniami.
Relacje z klientami	Ignorowanie informacji, które są sprzeczne z dotychczasowymi wymaganiami klientów. Zbyt silne przywiązanie do opinii klientów. Traktowanie klientów emocjonalnie.
Kapitał ludzki	Działania pracowników są oparte na cechach osobowościowych, ich zaangażowaniu i emocjach. Można zaobserwować chęć podjęcia ryzyka w działaniu po udanej transakcji i brak uwagi na istniejące warunki zewnętrzne i wewnętrzne. Działania oparte na presji otoczenia.
Kultura organizacyjna	Odwoływanie się do podobnych organizacji, które były tworzone w innych warunkach ekonomicznych i geograficznych. Twórcy kultury organizacji opierają się na swoich zdolnościach, emocjach i potrzebach.
Innowacyjność	Poszukiwanie działań innowacyjnych poprzez zagadnienia narzucone przez wybrane środowisko lub dany problem. Zbyt duży optymizm w działaniu. Sugestie i rekomendacje różnych instytucji.
Reputacja	Podporządkowanie działań przedsiębiorstwa zaangażowaniu zarządu. Zbyt ni optymizm przy realizacji danego przedsięwzięcia. Niewłaściwe wyjaśnienie błędnych decyzji za pomocą źle dobranych instrumentów. Awersja do poniesienia straty. Niepodjęcie działań, które kojarzą się z porażką.

Źródło: opracowanie własne.

Efekty decyzji finansowych człowieka (np. pracownika, menedżera) są odzwierciedlane zarówno w rachunkowości finansowej, jak i rachunkowości zarządczej. Tabela 9 przedstawia wybrane aspekty rachunkowości finansowej i zarządczej dotyczące majątku ujawnianego (zależnego od majątku niewidzialnego), w których pojawiają się problemy natury behawioralnej.

Przed opracowywaniem sprawozdań finansowych osoby odpowiedzialne za te czynności podejmują wiele decyzji, które dotyczą np. stosowanych regulacji prawnych (krajowe czy międzynarodowe) oraz przyjętych rozwiązań, wybranych w ramach prowadzonej polityki rachunkowości. Wybory te odzwierciedlają podejmowane decyzje finansowe przez pracowników firmy, które po części zależą również od ich zachowań (czyli aspektów behawioralnych).

Pewne decyzje finansowe, które są konsekwencją złych zachowań pracowników, mogą wpływać na fałszowanie sprawozdań finansowy. Sfałszowane informacje sprawozdawcze (np. zawyżone zyski i wartości aktywów, ukryte straty) wprowadzają w błąd zewnętrznych odbiorców tych informacji, np. na temat kondycji finansowej danego przedsiębiorstwa. Efektem końcowym procesu fałszowania sprawozdań finansowych jest ukształtowanie pozytywnego (część) lub negatywnego obrazu firmy.

Tabela 9. Wybrane aspekty rachunkowości finansowej i zarządczej w kwestii majątku ujawnianego, w których pojawiają się problemy behawioralne

Rachunkowość finansowa	
Wybrane aspekty	Problemy behawioralne
Polityka rachunkowości	Prawa wyboru między różnymi rozwiązaniami (metody, zasady, instrumenty itp.) w przedsiębiorstwach stosujących krajowe prawo bilansowe. Prawa wyboru, czyli polityka rachunkowości w przedsiębiorstwach stosujących MSR/MSSF (zob. [7]). Np. tworzenie polityki rachunkowości na podstawie własnego osądu w przypadku braku konkretnych wytycznych.
Sporządzanie sprawozdań finansowych	Sporządzane sprawozdania finansowe są efektem finalnym m.in. takich działań, jak: uprawiana polityka rachunkowości, stosowane warianty wyceny składników majątkowych. Falszowanie sprawozdań finansowych to przestępstwo przeciwko rynkowi, akcjonariuszom, inwestorom (zob. [17]).
Rachunkowość zarządcza	
Wybrane aspekty	Problemy behawioralne
Koszty stałe i zmienne	Podział na koszty stałe i zmienne ma charakter subiektywny. Kształtowanie ich struktury bywa problematyczne. Pożądany efekt to ograniczenie kosztów stałych w ogólnej sumie kosztów.
Ustalenie kosztów produkcji	Poszukiwanie odpowiedniego rachunku kosztów do zastosowania w firmie. Menedżerowie są zainteresowani głównie dobrymi wynikami swoich wydziałów, a nie zawyżaniem kosztów produkcji.
Budżetowanie	Opracowany budżet nie może być fikcyjnym zbiorem, który ma zaspokoić dążenia kierownictwa do określonego celu. Nie może też być zaniżany pod kątem zaplanowanych obrotów i wyników. Nierealny budżet zniechęca pracowników i menedżerów. Zaniżanie budżetu w celu zwiększenia „bezpieczeństwa” kierowników średniego i niższego szczebla może spowodować niepełne wykorzystanie potencjału przedsiębiorstwa. Istotne są negocjacje budżetowe.
Rachunek kosztów działań	W dużych i nowoczesnych przedsiębiorstwach współczesne rachunki kosztów wypierają ich tradycyjne formy. Rachunek kosztów działań umożliwia m.in.: uświadomienie, że celem kontroli nie powinny być same koszty, ale czynniki je wywołujące; podział kosztów, uwzględniający ich faktyczny wpływ na koszt produktu.
Wybór pracowników	Analizowanie umiejętności, wiedzy i innych cech charakteru pod kątem przyszłej wykonywanej pracy. Ocena pracownika może być dokonana pod kątem oczekiwań osoby oceniającej, nie zawsze zgodnych ze stawianymi wymogami dla danego miejsca pracy. Zatrudniony pracownik zgadza się na zatrudnienie, ponieważ maksymalizuje swoją funkcję użyteczności, ale maksymalizacja prywatnej użyteczności wcale nie musi odpowiadać maksymalizacji użyteczności zatrudnionego.
Ochrona środowiska	Decyzje w zakresie ochrony środowiska zależą od etyki i odpowiedzialności zarządu, udziałowców (wyplacać wyższe dywidendy czy przeznaczać zyski na nowe procesy technologiczne?). Koszty ekologiczne mogą mieć wpływ na strukturę produkcji, wybór technologii, kształtowanie kosztów docelowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie (zob. [5]).

Zachowania pracowników oraz podejmowane pod ich wpływem decyzje znajdują odzwierciedlenie także w rachunkowości zarządczej. Aspektem behawioralnym podlegają zwłaszcza kwestie dotyczące klasyfikacji kosztów, metod pomiaru kosztów oraz zarządzania kosztami. Szczególnie należy zwrócić uwagę na te wielkości i procesy, których ustalenie jest uzależnione od osobistej oceny kadry zarządzającej.

Istotne jest, aby w obszarze zainteresowania przedsiębiorstwa i systemu rachunkowości znalazły się zachowania człowieka i podmiotów, mających wpływ na powstające wielkości finansowe (np. zyski, straty) osiągnane przez dane przedsiębiorstwo. W tej sytuacji szczególnie istotna jest rola zarządu (kierownictwa) przedsiębiorstwa i systemu rachunkowości, którzy powinni wnikliwie obserwować odbiorców informacji o przedsiębiorstwie¹⁵:

- wewnętrznych (głównie są to pracownicy przedsiębiorstwa na różnych szczeblach organizacyjnych),
- zewnętrznych (są to podmioty znajdujące się poza przedsiębiorstwem, ale pozostające w bezpośrednim z nim związku).

Odbiorcy informacji są jednocześnie współtwórcami informacji w chwili podejmowania kolejnych decyzji finansowych.

Zachowania ludzi zależą od wielu czynników ekonomicznych, finansowych, psychologicznych, środowiskowych itp. Ważne jest, aby te czynniki zdiagnozować i określić wagę ich wpływu na podejmowane decyzje finansowe przez człowieka w danym przedsiębiorstwie.

6. Podsumowanie

Majątek niewidzialny jest dla wielu przedsiębiorstw ich wielką tajemnicą. Nie do końca znany jest jego potencjał i siła, ponieważ na co dzień nie jest wyceniany ani nie jest ujawniany w dostępnych formach prezentacji. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest brak ogólnie akceptowanego i wypracowanego instrumentarium, dotyczącego składników majątku niewidzialnego, przez różne środowiska.

Spośród wielu kwestii problematycznych dotyczących majątku niewidzialnego szczególną uwagę należy zwrócić na te o charakterze rachunkowym i behawioralnym. Dotychczasowe rozwiązania systemu rachunkowości nie pozwalają w sposób formalny ujawniać składników majątku niewidzialnego, ponieważ ich istota wykracza poza obowiązujące zasady rachunkowości. Szczególnie ważny jest problem interpretacji majątku niewidzialnego z punktu widzenia rachunkowości i opracowania odpowiednich metod wyceny.

Majątek niewidzialny jest specyficzny dla każdego przedsiębiorstwa, a jego szczególnym składnikiem jest człowiek (np. pracownik, menedżer), który również

¹⁵ W artykule analizie poddano tylko problemy behawioralne dotyczące następującej relacji: „przedsiębiorstwo – odbiorca wewnętrzny informacji o przedsiębiorstwie”.

uczestniczy w procesie współtworzenia innych składników tego majątku. Dlatego też, analizując strukturę majątku niewidzialnego, należy zwrócić uwagę na aspekty behawioralne, które związane są z zachowaniami człowieka. Ponadto pomiędzy składnikami majątku niewidzialnego a składnikami majątku ujawnianego istnieją pewne zależności, w których udział bierze człowiek.

Informacja o charakterze behawioralnym pozwala poznać i zrozumieć zachowania człowieka i podejmowane przez niego decyzje w obrębie majątku niewidzialnego i ujawnianego. Ponadto zinterpretowanie negatywnych zachowań człowieka na czas pozwoli uniknąć popełnienia wielu błędów na przyszłość.

Podsumowując można stwierdzić, że nie bez znaczenia dla przedsiębiorstwa jest również brak sformalizowanych informacji o majątku niewidzialnym pochodzących z systemu rachunkowości, sytuacja taka może bowiem mieć wpływ na podejmowanie decyzji finansowych, które nie zawsze są racjonalne.

Literatura

- [1] Andrzejewski M., *Rachunkowość a ujawnianie informacji przez spółki giełdowe*, PWN, Warszawa 2002.
- [2] Bąk M., *Różnorodność pojęć i klasyfikacji czynników niematerialnych ze szczególnym uwzględnieniem punktu widzenia rachunkowości*, [w:] *Nauki o finansach 4*, red. G. Borys, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 127, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2010.
- [3] Black J., *Słownik ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- [4] Czerwonka M., Gorlewski B., *Finanse behawioralne*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2008.
- [5] Dobija D., M. Kucharczyk (red.), *Rachunkowość zarządcza. Teoria. Praktyka. Aspekty behawioralne*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne Sp. z o.o., Warszawa 2009.
- [6] Itami H., Roehl T.W., *Mobilizing invisible assets*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts and London, England 1987.
- [7] Kabalski P., *Polityka rachunkowości w spółce stosującej MSSF*, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce – Zarząd Główny w Warszawie, Centralny Ośrodek Szkolenia Zawodowego w Warszawie, Warszawa 2009.
- [8] Kicia M., *Wybrane heurystyki na rynku giełdowym w okresie wysokiej koniunktury*, [w:] *Problemy rozwoju rynku finansowego w aspekcie wzrostu gospodarczego*, red. P. Karpuś, J. Węclawski, UMCS, Lublin 2007.
- [9] Low J., Kalafut P.C., *Niematerialna wartość firmy. Ukryte źródła przewagi konkurencyjnej*, Oficyna Ekonomiczna Wolters Kluwer, Kraków 2004.
- [10] Marcinkowska M., *Niematerialne źródła wartości przedsiębiorstwa*, [w:] *Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa*, red. B. Dobięgała-Korona, A. Herman, Difin, Warszawa 2006.
- [11] Marcinkowska M., *Roczny raport z działań i wyników przedsiębiorstwa. Nowe tendencje w sprawozdawczości biznesowej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- [12] Nowak M., *Psychologiczne czynniki decyzji inwestycyjnych a wskazówki dla controllingu finansowego*, [w:] *Systemy zarządzania kosztami i wynikami*, red. E. Nowak, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009.

- [13] Rogowski W., *Kapitał intelektualny jako generator nowych czynników konkurencyjności*, [w:] S. Kasiewicz, W. Rogowski, M. Kicińska, *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- [14] Rogowski W., *Raportowanie o kapitale intelektualnym interesariuszom zewnętrznym*, [w:] S. Kasiewicz, W. Rogowski, M. Kicińska, *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
- [15] Urbanek G., *Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2008.
- [16] Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, DzU z 1994 r., nr 21, poz. 591 z późn. zm.
- [17] Wąsowski W., *Kreatywna rachunkowość. Falszowanie sprawozdań finansowych*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2010.
- [18] Węziak-Białowolska D., *Model kapitału intelektualnego regionu. Koncepcja pomiaru i jej zastosowanie*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie – Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2010.

INVISIBLE PROPERTY OF AN ENTERPRISE IN THE LIGHT OF ACCOUNTING AND BEHAVIOURAL PROBLEMS

Summary: Invisible property (assets and invisible capital) constitutes an important part of enterprise property, even though it persists undisclosed in accounting system. Its importance increased significantly in the second half of the 20th century. The components of invisible property extensively influence the financial aspects and market position of an enterprise. Accounting problems concerning invisible property of an enterprise are related to the concept itself, its classification, valuation and presentation. Additionally, invisible property components influence human behaviour characterized by limited rationality in undertaking decisions (behavioural aspects). The absence of access to full and substantial information about invisible property may influence undertaking satisfactory decisions, which not always are the optimal ones.