

Wybrane składniki aktywów niematerialnych wpływających na wartość przedsiębiorstwa

Marta Koniewska*

Streszczenie: Celem niniejszego artykułu jest wskazanie rosnącego znaczenia aktywów niematerialnych oraz konieczności ich rzetelnego pomiaru i wyceny. W oparciu o wyniki badań własnych oraz przytoczonych raportów, niniejszy artykuł ma na celu zbadanie poziomu ujawniania wartości niematerialnych i ocenę świadomości przedsiębiorców nt. posiadanych zasobów. Obecnie rachunkowość nie nadąża za nowoczesną i dynamicznie rozwijającą się gospodarką, a zarówno środowiska naukowe, jak i praktycy biznesu wskazują na konieczność ujawniania i pomiaru posiadanych aktywów niematerialnych, jako kluczowych w procesie zarządzania strategicznego, budowaniu przewagi konkurencyjnej czy wyceny wartości przedsiębiorstwa jako całości.

Słowa kluczowe: wartości niematerialne i prawne, wycena, wartość, pomiar aktywów niematerialnych

Wprowadzenie

Znajomość wartości przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem aktywów materialnych i niematerialnych, znacząco ułatwia podejmowanie strategicznych decyzji. Fuzje i przejęcia wciąż pozostają najpowszechniejszym uzasadnieniem do inwestycji w wycenę, ponieważ zarówno kupujący, jak i sprzedający zyskują dzięki niej kluczowe argumenty w procesie negocjacji. Wycena wszystkich rodzajów aktywów niematerialnych i prawnych (takich jak: *know-how*, patenty, prawa autorskie, ze szczególnym uwzględnieniem wyceny marki i znaku towarowego, etc.), ułatwia zdobycie zaufania inwestorów.

W dobie trudnych warunków na rynkach finansowych, znaczące wahania kursów i mała stabilność gospodarcza powodują, że inwestorzy mają coraz wyższą awersję do ryzyka. Emitenci częściej decydują się na wycenę wszystkich swoich aktywów, ponieważ pozwala to na względnie obiektywne prognozy wyników. Akcjonariusze zyskują dzięki temu pewność, że cena papierów wartościowych ma pokrycie, a w przypadku ewentualnych problemów firma posiada instrumenty, które umożliwią uregulowanie bieżących i przyszłych zobowiązań. Wyceny mają również istotne znaczenie w zakresie podejmowania decyzji i tworzenia planów strategicznych. Pozwalają zidentyfikować czynniki, które w największym stopniu wpływają na wartość firmy i ułatwiają określenie ścieżki rozwoju danego przedsiębiorstwa. Zastosowania są oczywiście uwarunkowane potrzebami i specyfiką danego

* mg Marta Koniewska, doktorantka w Katedrze Finansów Przedsiębiorstwa i Zarządzania Wartością, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław, e-mail: marta.koniewska@ue.wroc.pl.

przedsiębiorstwa. Wiedzę zdobytą na podstawie wyceny wykorzystuje się np. wnosząc przedsiębiorstwo jako aport. Podjęcie decyzji o przejęciu innego przedsiębiorstwa nie zależy tylko od stanu posiadanych przez niego aktywów majątkowych, ale przede wszystkim od jego wartości, której nie da się wyodrębnić i sprzedać. Cena nabycia w takich transakcjach stanowi nierzadko wielokrotność wartości majątku nabywanego przedsiębiorstwa. Jednakże obowiązujące przepisy prawa bilansowego i podatkowego uniemożliwiają podmiotom zamieszczanie w prowadzonych ewidencjach wykreowanej przez siebie wartości firmy.

1. Podejście do wyceny aktywów niematerialnych i jej istota

Poruszany w niniejszym artykule obszar jest nadal niedoceniany przez przedsiębiorstwa (nie zdają sobie sprawy z faktu, jaki potencjał posiadają lub nie potrafią go oszacować), a temat – choć niewyczerpany – nie jest prosty. Z reguły aktywa niematerialne nie są ujmowane w sprawozdaniach, są więc niewidoczne. Obecnie większość firm tylko próbuje wyceniać aktywa niematerialne. Niewiele zarządza aktywami niematerialnymi systematycznie czy strategicznie. Najpowszechniejsze zaniedbania organizacji, to (Read i in. 2004: 120):

- niewykorzystanie okazji do sprzedaży związanej pomimo świadomości własnej wiedzy i możliwości,
- brak efektywnego wykorzystania kapitału intelektualnego, jak np. patenty, a więc zaniedbywanie poszukiwania nowych strumieni przychodów z licencji,
- brak rozpoznania potencjału swoich marek, a więc nieumiejętność inwestowania, tak aby powiększać ich wartość .

Rzetelnie sporządzona wycena pomaga w osiągnięciu lepszych warunków transakcji fuzji lub przejęcia, bowiem w trakcie negocjacji pozwala oprzeć się na faktach. Wreszcie ogranicza przyszłe spory (nierządki prawne), ogranicza koszty, wzmacnia zaufanie i buduje nowe relacje. W procesie przeprowadzania wyceny wartości niematerialnych i prawnych należy zawsze stosować indywidualne podejście, uwzględniające zarówno specyfikę działalności samego przedsiębiorstwa, jak też cele, którym ma ona służyć. Ostatnie trudne lata zarówno w gospodarce europejskiej, jak i amerykańskiej wskazują, że należy zwracać większą uwagę na właściwe szacowanie dóbr niematerialnych. Ważne jest również, aby przedsiębiorstwa potrafiły skutecznie informować o takiej wartości.

2. Przyczyny pomiaru i wyceny wartości niematerialnych

Problem pomiaru wartości niematerialnych wynika z kontekstu różnych, wielorakich celów wyceny. Podstawowe przyczyny realizacji wyceny lub pomiaru wartości niematerialnych mają swoje źródło w rosnącym przekonaniu, iż decydujące znaczenie dla wzrostu wartości firmy ma efektywne rozwijanie i eksploatacja posiadanych zasobów niematerialnych (Pelc, Podczywałow 2011).

Do tych najczęściej wymienianych należy zaliczyć:

- controlling,
- audyt (praw majątkowych),
- obrót prawami majątkowymi,
- transakcje kapitałowe (np. *due diligence*),
- roszczenia (rozstrzygane przed sądem),
- podział majątku wspólnego, dziedziczenie,
- aport wartości niematerialnych.

Bez wątpienia wycena zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa staje się wąską specjalizacją, a wynika to z faktu rozwiniętego rynku w niemal każdej dziedzinie i branży. Złożoność zachodzących zjawisk oraz przewaga konkurencyjna danego przedsiębiorstwa leżąca po stronie kompetencji, *know-how* czy choćby kapitału intelektualnego powodują, że nadal nie opracowano zunifikowanych metod wyceny. Ponadto należy dodać, iż wycena aktywów niematerialnych znajduje uzasadnienie, szczególnie przy (Fazlagić 2012: 96):

- analizach strategicznych i inwestycyjnych: programy restrukturyzacji, projekty inwestycyjne,
- sprzedaży umów licencyjnych odnoszących się do korzystania z określonych praw do znaku oraz na potrzeby bilansowe i podatkowe,
- upadłości przedsiębiorstw,
- fuzjach i aliansach strategicznych,
- opodatkowaniu darowizn (dotyczy praw autorskich i dziedziczenia),
- transakcji dotyczących sprzedaży patentów między przedsiębiorstwami.

Dla przykładu – fuzje i alianse strategiczne wymagają sporo nakładów, zanim ostatecznie podmioty zdecydują się podpisać umowę. Aktywność powiązana z fuzjami i przejęciami wciąż pozostaje jedną z najbardziej ryzykownych metod inwestycji środków pieniężnych, a każda pomyłka inwestycyjna może drogo kosztować. Badanie, które Hay Group przeprowadziło wśród ponad 560 światowej klasy specjalistów, zajmujących się fuzjami i przejęciami, pozwoliło stwierdzić, że przywódcy biznesowi uniknęliby szeregu błędów, gdyby poświęcili więcej czasu na ocenę i zarządzanie kapitałem organizacyjnym, relacyjnym i pracowniczym – tj. aktywami niematerialnymi, jakimi dysponowały przejmowane firmy. Organizacje, które mogą pochwalić się udanymi fuzjami lub przejęciami, poddały aktywa niematerialne dokładnej analizie – tym samym prawdopodobieństwo, że przeprowadzane przez nich transakcje przyniosą wzrost wartości udziałów, wzrastało trzykrotnie¹. Dla przykładu – koszty transakcyjne *ex ante* (koszty powstające w trakcie przygotowania i negocjowania kontraktów), które m.in. obejmują wycenę wartości firmy, w tym aktywa niematerialne, w konsekwencji ograniczają przyszłe koszty transakcyjne *ex post*,

¹ Z przytoczonych badań przeprowadzonych przez Hay Group wynika, iż „z perspektywy czasu, dwie trzecie (66%) osób zarządzających przebadanymi organizacjami jest przekonanych, że zwiększenie koncentracji na wartościach niematerialnych – już od początku procesu fuzji lub przejęcia – przyniosłoby znacznie lepsze efekty przeprowadzanej transakcji” (a to oznacza ograniczanie niepotrzebnych kosztów *ex post* w przyszłości).

obejmujące koszty: niedostosowania, renegocjacji, założenia i koszty bieżące, związane ze strukturami zarządzania – tj. koszty związane z koniecznością utworzenia struktury zarządzania i operowania nią w związku z niedostosowaniem – jako konsekwencja błędów lub niedoszacowania w procesie oceny przyszłego partnera. Powyższe to tylko jeden z przykładów, jak ważna i wymagająca staje się kwestia świadomości posiadanych zasobów i ich właściwie oszacowana wartość.

Zmieniające się sposoby konkurencyjności firm powodują, że kluczowym staje się wykorzystanie niematerialnych aktywów przedsiębiorstwa. Obok danych finansowych, ważne jest uwzględnienie danych niefinansowych firmy, takich jak: wiedza wypracowana w firmie, nakłady na badania w rozwoju nowych produktów i technologii, wydatki poniesione na kreowanie marki czy wizerunku firmy, etc.

W obecnych czasach najbardziej wartościowymi aktywami są: informacja, wiedza, innowacyjność i technologie. Wobec tak szybko zmieniającego się otoczenia, wycena staje się instrumentem eksploatacji tychże aktywów. Istotnym jest także fakt, że analiza wyceny w ujęciu dynamicznym pozwala na trafną identyfikację dodatkowych scenariuszy i precyzyjniej określa potencjalny obszar wartości, a tym samym ogranicza ewentualne negatywne skutki podjętych decyzji.

Wysoki poziom ryzyka procesu tworzenia i użytkowania wartości niematerialnych powoduje, że inwestowanie i użytkowanie tych aktywów cechuje duża złożoność. Fakt ten potwierdzają problemy z interpretacją wskaźników rynkowych i wyceną spółek.

3. Ujawnianie i pomiar aktywów niematerialnych. Wyniki badań własnych i na podstawie przytoczonych raportów zewnętrznych

3.1. Wyniki badań własnych na podstawie spółek z sektora farmaceutycznego

W celu oszacowania udziału wartości niematerialnych i prawnych, w aktywach trwałych ogółem, badaniu poddano sprawozdania finansowe (za 2011 rok) – 496 spółek z branży farmaceutycznej, spośród krajów na kontynencie europejskim należących do OECD – celem porównania wyników polskich podmiotów na tle koncernów w pozostałych krajach grupy. Jednocześnie badaniem objęte zostały tylko te spółki, które na przełomie lat 2001–2010 zarejestrowały swoje patenty w odpowiednich dla danego kraju urzędach patentowych. W konsekwencji obliczone wskaźniki uśredniono na poziomie poszczególnych krajów, co prezentuje tabela 1.

Nieprzypadkowo wybrana została właśnie ta branża, ponieważ bezsprzecznie rynek farmaceutyczny można uznać za jeden z najprężniej rozwijających się, choćby z uwagi na wielkość inwestycji, międzynarodowy, a nawet międzykontynentalny zasięg czy poziom przychodów. Ponadto to OECD było pionierem w badaniach nad kapitałem intelektualnym i jego miarami w skali makroekonomicznej i choć zrobiono już wiele, prace te nie rozwiązały problemów w skali mikroekonomicznej.

Tabela 1

Udział procentowy wartości niematerialnych i prawnych (WNIP) w aktywach trwałych

Kraj	Udział WNIP w aktywach	Kraj	Udział WNIP w aktywach
Wielka Brytania	44,9	Grecja	17,5
Irlandia	43,9	Norwegia	16,4
Belgia	38,3	Niemcy	15,3
Francja	29,8	Portugalia	12,8
Włochy	28,2	Finlandia	12,2
Polska	23,1	Szwajcaria	12,2
Austria	22,0	Dania	7,6
Turcja	20,5	Węgry	5,1
Hiszpania	17,7	Czechy	2,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych dostępnych w bazie AMADEUS.

Na podstawie przeprowadzonych badań, wyniki dla poszczególnych krajów zostały uszeregowane według malejącej wartości badanego wskaźnika. W czołówce krajów, w których koncerny farmaceutyczne wykazują stosunkowo wysoki udział wartości niematerialnych i prawnych w aktywach trwałych ogółem – Polska zajmuje 6. pozycję pośród badanych krajów OECD. O ile wysokie wartości wskaźnika przypisane dla takich państw jak: Wielka Brytania, Irlandia, Belgia, Francja czy Włochy nie dziwią, o tyle pozycja Polski w tym rankingu może być pozytywnym zaskoczeniem.

Faktem jest, iż spośród wymienionych powyżej krajów należących do wspomnianej czołówki (poza Polską), w przeważającej części to właśnie w nich „spółki-matki” mają swoją główną siedzibę, historię, *know-how* i całe zaplecze badawczo-rozwojowe. Świadomość takiego stanu rzeczy przekłada się na wartość firmy, a marka i wypracowane przez lata *know-how* bezsprzecznie tę wartość podnoszą i umacniają w walce o przewagę konkurencyjną.

3.2. Wyniki i wnioski z raportu Stockwatch.pl

Interesujące wyniki badań opublikowano 2 października 2011 roku w raporcie *Kapitał intelektualny w spółkach giełdowych to tylko 4 proc. aktywów*, dotyczącego struktury dóbr niematerialnych w spółkach giełdowych i korelacji z ich zyskownością (Przasnyski 2011). Przeanalizowano bilans 348 spółek według stanu na 30 czerwca 2011 roku oraz rachunek wyników za poprzedzające 12 miesięcy. Ponadto wzięto pod uwagę spółki, które raportują według kwartałów kalendarzowych, są notowane co najmniej rok i należą do sektora finansowego (z wyjątkiem banków).

Jako wielkość kapitału intelektualnego przyjęto wszystkie wartości niematerialne i prawne wykazane w aktywach bilansowych i należą do nich trzy grupy aktywów:

- wytworzone i ujawnione w bilansie: własne patenty, znaki towarowe i licencje,
- zakupione w postaci licencji,

- zakupione w ramach przejęcia innego przedsiębiorstwa powyżej wartości księgowej, co spowodowało pojawienie się w aktywach pozycji – wartość firmy (*Goodwill*)².

Przeprowadzone badania wykazały, że analizowane spółki giełdowe marginalnie inwestują w wartości niematerialne i prawne. Suma wszystkich wartości niematerialnych i prawnych wyniosła 63,4 mld zł, co stanowiło zaledwie 4,2% aktywów ogółem. Oznacza to, że z całego majątku wszystkich badanych spółek giełdowych, z każdego tysiąca złotych aż 958 zł zainwestowano np. w maszyny, urządzenia, grunty, budynki, udziały i akcje etc., a jedynie 42 złote – we wszelkie formy własności niematerialnej. Kwota 63,4 mld zł stanowiła jednocześnie 14,9% kapitałów własnych badanej grupy spółek.

Z badań wynika, że najczęściej w kapitał intelektualny zainwestował sektor: informatyczny, mediów i farmaceutyczny. Wiadomo, że wartości niematerialne powstają w spółkach z ww. sektorów z różnych źródeł. Informatyka wytwarza oprogramowanie, które jest przedmiotem licencjonowania, sama jest też „licencjobiorcą”. Spółki mediowe produkują i eksploatują prawa autorskie do tekstów, zdjęć, formatów telewizyjnych, etc. Koncerny farmaceutyczne inwestują w badania i rozwój, produkują i sprzedają swoje produkty na podstawie własnych patentów lub zakupionych licencji.

Na podstawie przedstawionych w raporcie wyników można sformułować trzy najistotniejsze wnioski:

- poza nielicznymi wyjątkami, w których występuje obrót prawami autorskimi i ich eksploatacja, poziom inwestycji polskich spółek w kapitał intelektualny jest rażąco znikomy,
- asekuracyjne działania zarządów, brak zaangażowania środków w inwestycje niegwarantujące zwrotu za cenę ryzyka utraty pozycji rynkowej,
- nieumiejętność zarządzania kapitałem intelektualnym.

4. Kluczowe składniki aktywów niematerialnych generujących wartość firmy – na przykładzie sektora farmaceutycznego

4.1. Marka. Wyniki i wnioski badania na podstawie danych z bazy EconTrends

Wśród aktywów niematerialnych jednym z najistotniejszych składników – w kontekście obecnej i przyszłej zdolności do tworzenia wartości przedsiębiorstwa – jest marka. Bezspornie można uznać, iż stanowi ona najwartościowszą część przedsiębiorstwa, a najlepszym tego dowodem jest fakt przeprowadzanych transakcji zakupu przedsiębiorstw dysponującymi silnymi markami – po cenie wielokrotnie wyższej niż księgowa wartość aktywów netto (Urbanek 2007: 62). Z definicji marka jest zespołem funkcjonalnych, ekonomicznych i psychologicznych korzyści, jakie stają się udziałem jej użytkownika, a korzyści

² Jak słusznie podkreślali autorzy raportu, zdarzają się też zawyżenia, tj. „niektóre spółki windują wartość księgową znaków towarowych, które są przedmiotem zastawu, bądź w celu poprawy struktury pasywów i pokazania na zewnątrz lepszego obrazu niż jest w rzeczywistości”.

te są związane z konkretnym produktem lub usługą. Silna marka może przyczynić się do zwiększenia sprzedaży i uzyskiwanych marż. Ma również zdolność zwiększania, a na pewno stabilizowania przychodów, poprzez stawianie konkurencji barier wejścia na rynek. Wycena marki jest o tyle ważna z punktu widzenia jej posiadacza, iż może poprawić obraz przekazywany przez bilans, pozwala kontrolować efektywność zarządzania markami oraz ustalanie opłat licencyjnych (Urbanek 2007: 215).

Dla przykładu – polski rynek farmaceutyczny w 2011 roku był szacowany na 4,9 mld euro, co dało mu szóste miejsce w Europie, z czego wartość samego rynku aptecznego *per capita* wynosiła 110 euro – w porównaniu ze średnią Unii wynoszącą 225 euro – co z kolei ulokowało Polskę na 20 miejscu wśród 23 krajów objętych badaniem przez firmę IMS Health Poland (*Poland Pharmaceutical...* 2013).

Tabela 3

Udział w rynku – pierwsza dziesiątka koncernów z branży farmaceutycznej w Polsce

Nazwa	Sprzedaż netto (mln zł)	Udział w rynku (%)	Wartość kumulacyjna (%)
SANOFI AVENTIS Sp. z o.o.	1686,22	12,8	12,8
LEK SA	1419,25	10,8	23,6
KRKA Polska Sp. z o.o.	550,73	4,2	27,8
ICN Polfa Rzeszów SA	547,52	4,2	31,9
USP Zdrowie Sp. z o.o.	456,43	3,5	35,4
NYCOMED Pharma Sp. z o.o.	388,07	2,9	38,3
JELFA SA	379,82	2,9	41,2
POLFA Warszawa SA	367,31	2,8	44,0
NOVARTIS Poland Sp. z o.o.	254,20	1,9	45,9
FRESENIUS KABI Polska Sp. z o.o.	244,60	1,9	47,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z 2011 r. dostępnych w bazie EconTrends.

Z powyższych danych wynika, że z zaprezentowanej dziesiątki, najwyższą sprzedaż i udział w rynku (łącznie blisko 24%, tj. prawie 1/4 część rynku) mają dwie spółki – Sanofi Aventis Sp. z o.o. i LEK SA. Rosnąca świadomość konsumenta co do jakości, skuteczności działania leków, przywiązanie i lojalność wobec marki i jej chronionej części w postaci znaku towarowego, pozwalają na zajęcie wyższej pozycji konkurencyjnej, przy jednoczesnym stawianiu barier wejścia na rynek swoim konkurentom. Z punktu widzenia przedsiębiorstwa podnosi wartość przedsiębiorstwa często o kwotę wielokrotnie wyższą, niż by to wynikało z księgowej wartości netto.

4.2. Patenty. Wyniki i wnioski na podstawie raportu PwC

Przeprowadzone przez PwC (*PricewaterhouseCoopers*) badanie w 2013 roku w zakresie liczby zarejestrowanych patentów, ujawniło, że co trzecie z badanych przedsiębiorstw nie

posiada zarejestrowanych patentów, ponad połowa je posiada, a co piąte ma ich więcej niż pięć (*Najlepsze praktyki...* 2013). Wynik tego badania może wskazywać zarówno na niewystarczającą wiedzę przedsiębiorców o sposobie ochrony wynalazków, jak i o korzyściach wynikających z uzyskania tejże ochrony. Z drugiej strony może być wynikiem przemysłanej strategii w zakresie ochrony własności intelektualnej. Jednakże należy pamiętać, że w niektórych branżach ochrona patentowa nie zapewnia realnej ochrony, ponieważ uzyskanie patentu wymaga ujawnienia technologii oraz poniesienia wysokich kosztów. Wprowadzenie ułatwień w uzyskiwaniu ochrony patentowej, takich jak wdrożenie jednolitego patentu europejskiego, może w przyszłości wpłynąć na zwiększenie liczby rejestrowania wynalazków.

Nowe podejście do zarządzania w obszarze własności intelektualnej sprowadza się do ścisłego powiązania celów i zadań strategicznych tego obszaru z celami i zadaniami strategicznymi biznesu jako całości. Osiągnięcie tego celu wymaga rozwinięcia skutecznych sposobów pomiaru zasobów niematerialnych. Patent przestaje być już postrzegany jako koszt eksploatacyjny, ale jako nakład inwestycyjny, który winien zwrócić się w wyniku procesu jego eksploatacji. Wykorzystanie patentów w obszarze nowoczesnych technologii przyniosło w ostatnich latach gwałtowny wzrost ilości zawieranych umów licencyjnych i przychodów operacyjnych tych firm. Koncerny farmaceutyczne wytwarzają produkty, które mają generować przychody umożliwiające ich dalszy wzrost i rozwój. Jednakże w przypadku tej branży cechą charakterystyczną jest wysoki poziom ryzyka związany z produkcją i dopuszczeniem leków do sprzedaży. Ponadto olbrzymie wydatki ponoszone są we wstępnym stadium badań nad substancjami, które w rezultacie w większości przypadków nigdy nie zostaną wprowadzone na rynek. Celem zrekompensowania wysokich kosztów badawczo-rozwojowych koncerny mogą ubiegać się o patenty, dające wyłączność na produkcję danego leku przez określony czas. Dzięki temu mogą narzucić wysoką marżę, nie obawiając się konkurencji. Innowacyjność chroniona patentem ma określoną wartość dla przedsiębiorstwa.

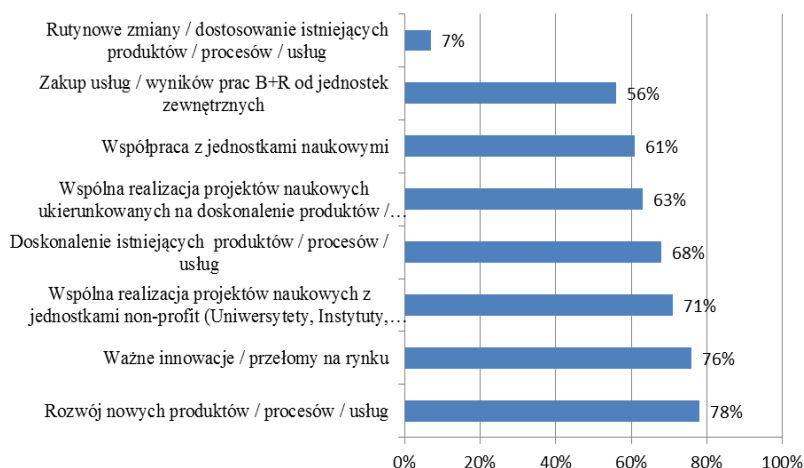
Warto w tym miejscu wspomnieć, iż w 2011 r. do Urzędu Patentowego RP zgłoszono o 20% więcej wynalazków niż rok wcześniej; łącznie wpłynęło ponad 21 tysięcy zgłoszeń wynalazków, wzorów użytkowych, wzorów przemysłowych i znaków towarowych, co stanowi ponad 104% wielkości prognozowanej (por. www.uprp.pl).

Według danych UP RP łączna liczba decyzji wydanych w 2011 roku była o 2,3% niższa od liczby decyzji wydanych w roku 2010, ale o 8,1% większa od planowanej.

Ochrona własności przemysłowej przynosi wiele korzyści: wzmacnia pozycję przedsiębiorstwa na rynku i daje przewagę konkurencyjną, zwiększa dochody i umożliwia zwrot nakładów inwestycyjnych, ułatwia komercjalizację i transfer technologii. Wobec tego, powyższe składniki aktywów niematerialnych – ich ujawnienie i wycena, mają w konsekwencji doprowadzić do zwiększania wartości przedsiębiorstwa, przy równoczesnej rosnącej świadomości organów zarządzających w kwestii posiadanego kapitału.

4.3. Inwestycje w badania i rozwój. Wyniki i wnioski na podstawie raportu Deloitte

Działalność badawcza i prace rozwojowe (B+R) obejmują pracę twórczą w celu zwiększenia zasobów wiedzy (w tym naukowej i technicznej) oraz ich wykorzystanie w celu tworzenia nowych rozwiązań i zastosowań. Badania i rozwój są jednym z podstawowych procesów, który prowadzi do rozwoju wiedzy w przedsiębiorstwie, a to w konsekwencji podnosi wartość firmy. Jednym z głównych wyzwań, jakie stoi przed polskimi firmami, jest przyspieszenie procesu komercjalizacji wyników B+R, bardziej dynamiczna i otwarta współpraca pomiędzy środowiskiem biznesowym a akademickim. Niestety wydatki polskich przedsiębiorstw na działalność B+R, w porównaniu do wydatków rządowych, są aktualnie jednymi z najniższych w tej części Europy.



Rysunek 1. Działalność uznawana przez respondentów za B+R

Źródło: opracowanie własne na podstawie (*Badania i rozwój...* 2013: 5).

W czerwcu 2013 roku firma Deloitte Polska opublikowała raport *Badania i rozwój w Polsce*, m.in. w celu określenia i oceny znaczenia czynników, które wpływają na wysokość wydatków przedsiębiorstw na działalność badawczo-rozwojową (B+R). Badanie to przeprowadzono jednocześnie w pięciu krajach Europy Środkowej (w Polsce, Czechach, Chorwacji, na Słowacji i Węgrzech). W efekcie przeprowadzonych badań, wskazano następujące kluczowe wnioski:

- znacząca część respondentów (75%) uznała, że poziom wydatków na B+R nie zmieni się lub nieznacznie wzrośnie w ciągu dwóch do pięciu lat, a znajomość systemu wsparcia jest nadal na bardzo niskim poziomie,

- system ulg podatkowych na działalność B+R jest skomplikowany i niejasny, a jednym z największych problemów jest niepewność, czy organy podatkowe i instytucje przyznające dotacje uznają działalność firmy za działalność uprawniającą do korzystania z ulg i dofinansowań,
- tylko 4,9% firm jest bardziej zainteresowana finansowaniem zwrotnym na warunkach preferencyjnych niż dotacjami bezzwrotnymi.

Ponadto wyniki badania dotyczącego uznawania przez respondentów działalności za typowo badawczo-rozwojową, przedstawiono na rysunku 1:

Większość firm za działalność B+R uznaje opracowywanie nowych produktów, procesów i usług (78%), znaczących i przełomowych innowacji rynkowych (75,6%) oraz realizację projektów naukowych we współpracy z organizacjami non-profit, takimi jak wyższe uczelnie, instytuty czy fundacje (70,7%) (por. *Badania i rozwój...* 2013). Zaledwie 32% firm wydaje przeciętnie 1–3% swoich przychodów na działalność badawczo-rozwojową, przy czym relatywnie niska jakość systemu badań, niewielki poziom współpracy i przedsiębiorczości oraz mała liczba innowatorów to najsłabsze elementy naszego systemu innowacji na tle UE. Statystyk nie poprawia także fakt, że w ostatnich latach organy podatkowe szczególnie zainteresowane są transakcjami związanymi z zakupem usług niematerialnych, restrukturyzacjami i transakcjami finansowymi.

5. Korzyści wynikające z ujawnienia i pomiaru posiadanych zasobów niematerialnych

Najistotniejszym celem pomiaru zasobów niematerialnych przedsiębiorstwa jest zidentyfikowanie nieujawnianych w sprawozdaniach finansowych aktywów, determinujących wartość przedsiębiorstwa, a także w celu rozwijania strategii przyszłych działań. Do kluczowych korzyści zaliczyć należy (Kannan, Aulbur 2004: 389):

- identyfikację aktywów niematerialnych,
- transfer wiedzy wewnątrz organizacji,
- zlokalizowanie i interwencję w obszarach nieefektywnego zarządzania kapitałem intelektualnym,
- monitoring wartości aktywów i klasyfikację czynników wpływających na wzrost ich wartości,
- wzrost innowacyjności,
- wzrost motywacji wśród pracowników organizacji i współodpowiedzialność za tworzenie nowej kultury, nastawionej na wzrost wartości i postrzeganie całej organizacji na zewnątrz.

Poza wymienionymi należy również wskazać takie korzyści jak: optymalizacja podatkowa czy zabezpieczenie obecnych i przyszłych zobowiązań.

Obecnie aktywa niematerialne stają się ważniejszym składnikiem niż zasoby materialne czy finansowe. Jest to efektem długich i kosztownych inwestycji, niejednokrotnie żmudnej pracy nad badaniami, budowaniem relacji, kształceniem kadr i bazy klientów. Obecnie to przewaga w posiadanych zasobach niematerialnych decyduje o sukcesie lub porażce firmy na rynku.

Uwagi końcowe

Podmioty działające we współczesnej gospodarce muszą dostosować swoje systemy zarządzania, aby nie tylko pozwalały one na efektywne zarządzanie tradycyjnymi, materialnymi zasobami, ale także nowymi niematerialnymi aktywami, które w dużej mierze decydują o sukcesie firmy. Rozwój przedsiębiorstwa oraz wzrost jego wartości dla akcjonariuszy zależą w największym stopniu od jego aktywów niematerialnych – jak np. kwalifikacji kadry, posiadanych patentów i wiedzy *know-how*, relacji z klientami, silnej marki itp. Rosnąca świadomość menedżerów oraz konieczność wyceny i ujawniania wartości posiadanych aktywów niematerialnych warunkują skuteczność podejmowanych działań strategicznych, zdobycie przewagi konkurencyjnej i wreszcie podnoszą wartość przedsiębiorstwa.

Literatura

- Badania i rozwój w Polsce* (2013), Raport Deloitte.
- Fazlagić J. (2012), *Know-how w działaniu. Jak zdobyć przewagę konkurencyjną dzięki zarządzaniu wiedzą*, Helion, Gliwice.
- Kannan G., Aulbur G.W. (2004), *Intellectual Capital – Measurement Effectiveness*, „Journal of Intellectual Capital” 5, nr 3.
- Łobejko S. (2010), *Wykorzystanie kosztów transakcyjnych jako czynnika rozwoju przedsiębiorstw sieciowych*, www.sgh.waw.pl/katedry/karik/Referat20/atompag.2010-11.23.2278770803/view?searchterm=łobejko.
- Najlepsze praktyki działalności innowacyjnej firm w Polsce* (2013), Raport PwC.
- Pelc D., Podrzywałow A. (1999), *Wycena wartości niematerialnych i prawnych w praktyce*, Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr, Gdańsk.
- Poland Pharmaceutical & Cosmetics Sector Report Overview* (2013), Emerging Market Insights, Raport.
- Przasnyski M. (2012), Raport: *Kapitał intelektualny w spółkach giełdowych to tylko 4 proc. aktywów*, http://wiadomosci.stockwatch.pl/raport-kapital-intelektualny-w-spolkach-gieldowych-to-tylko-4-proc-aktywow_analiza_3845.
- Read C., Ross J., Dunleavy J., Schulman D., Bramante J. (2004), *Budowanie wartości w przedsiębiorstwach nowej ery*, IFC Press, Kraków.
- Urbanek G. (2007), *Pomiar kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

SELECTED COMPONENTS OF INTANGIBLE ASSETS AFFECTING THE VALUE OF THE COMPANY

Abstract: The purpose of this article is to indicate the growing importance of intangible assets and the need for their reliable measurement and valuation. Based on the results of research and cited reports, this article aims to examine the level of disclosure of intangible assets and an assessment of the awareness of entrepreneurs about available resources. Currently accounting for not keeping pace with modern and dynamically developing economy, and both the scientific and business practitioners point to the necessity of disclosure and measurement of intangible assets held as a key in the process of strategic management, build competitive advantage and valuation of the company.

Keywords: intangible assets, valuation, value, measurement of intangible assets

Cytowanie

Koniewska M. (2014), *Wybrane składniki aktywów niematerialnych wpływających na wartość przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 804, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 67, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 489–500; www.wneiz.pl/frfu.