

Bernadetta Dziura

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna
im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

AKTYWA NIEMATERIALNE – FUNDAMENT ROZWOJU PODKARPACKICH PRZEDSIĘBIORSTW

INTANGIBLE ASSETS – THE FOUNDATION FOR THE DEVELOPMENT OF PODKARPACKIE ENTERPRISES

Wstęp

Aktywa niematerialne postrzegane są jako główny czynnik rozwoju całego przedsiębiorstwa. Choć często nie w pełni zrozumiany i niezauważany zasób, to właśnie na nim opiera się funkcjonowanie zarówno dużych, jak i małych firm. Kapitał intelektualny zidentyfikowany i umacniany może zagwarantować danemu przedsiębiorstwu osiągnięcie trudnej do skopiowania przez konkurencję przewagi.

Odpowiednie zarządzanie kapitałem intelektualnym oraz troszczenie się o jego wzrost – adekwatny do możliwości realizacji przyjętej strategii, skutkuje wzrostem innowacyjności i kreatywności firmy, poprawą stosunków z dostawcami i klientami, lepszym wizerunkiem przedsiębiorstwa, czy też zmianą postaw pracowników (kultura organizacyjna). Dobrze zarządzany kapitał ludzki poprzez właściwe motywowanie zatrudnionych pracowników pozwala tworzyć i wykorzystywać specjalistyczną wiedzę, kompetencje oraz kreatywność, co w konsekwencji przyczynia się do wzrostu rozwoju przedsiębiorstwa. Odpowiednie kształtowanie komponentów aktywów niematerialnych powinno stać się warunkiem koniecznym dla współczesnych przedsiębiorstw dążących do zwiększania swojej wartości, a jednocześnie do skutecznej walki z konkurencją.

Aktywa niematerialne jako podstawa rozwoju przedsiębiorstw

Przedsiębiorstwa chcące przetrwać na rynku i generować zyski, zmuszone są w sposób systematyczny kreować kapitał intelektualny i efektywnie nim zarządzać. Pytania o determinanty przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw doprowadziły do „odkrycia” tego pojęcia, którego pomimo ponad dwudziestoletnich intensywnych badań naukowych nie udało się jednoznacznie i w pełni zdefiniować¹. Kapitał intelektualny stanowi niewidzialny zasób przedsiębiorstwa, który tworzy widzialne efekty².

Aktywa niematerialne najłatwiej zobrazować na przykładzie przedsiębiorstwa, posługując się metaforą: kapitał materialny firmy (rzeczowy i finansowy) przyrównać można do nadziemnej części drzewa – pnia, konarów, liści, natomiast aktywa niematerialne w tym przykładzie stanowią będą cały system korzeniowy rośliny, ukryty pod ziemią, niewidoczny, który odpowiadać będzie za jej poprawny wzrost i rozwój w długim okresie czasu³.

Posiadany przez przedsiębiorstwo kapitał intelektualny może przyjmować różnorodną postać, istotne jest jednak to, iż samo posiadanie kapitału nie gwarantuje sukcesu. Kreowanie wartości dodanej następuje dzięki współdziałaniu różnych elementów kapitału intelektualnego. Wzajemne interakcje są efektywne, jeśli pomiędzy poszczególnymi elementami kapitału intelektualnego istnieją silne powiązania.

Aktywa niematerialne współcześnie stają się pryzmatem, przez który należy oceniać osiągnięcia przedsiębiorstw. Jednocześnie jest on określany jako najsilniejszy atut w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa i jego przewagi konkurencyjnej na rynku. Składają się na niego takie podstawowe elementy, jak: utalentowani ludzie zatrudnieni w przedsiębiorstwie, lojalność klientów, marka wyrobu, prawa autorskie, patenty i inna własność intelektualna, czyli inaczej mówiąc, cała wiedza przedsiębiorstwa wszczepiona w jego kulturę, system funkcjonowania czy sposób zarządzania przedsiębiorstwem. Wszystkie te komponenty kapitału intelektualnego determinują rozwój oraz wyznaczają przyszłość przedsiębiorstw.

Rola i ciągłe rosnące znaczenie kapitału intelektualnego wymagają wypracowania w przedsiębiorstwie odpowiedniego modelu jego wykorzystania. Kapitałem intelektualnym ujętym w formie dokumentu można stosunkowo łatwo gospodarować, ponieważ w miarę sprawnie daje się on pozyskiwać, gromadzić, selekcjonować, uaktualniać, upowszechniać i zbywać. Takim tokom podlegają zarówno dokumenty opracowane w przedsiębiorstwie, jak i nośniki kapitału intelektualnego spoza przedsiębiorstwa. Inaczej przedstawia się sytuacja, kiedy należy gospodarować osobowym kapitałem intelektualnym, należy bowiem cały czas mieć na uwadze jego specyficzny

¹ D. Węziak-Białowolska, *Model kapitału intelektualnego regionu. Koncepcja pomiaru i jej zastosowanie*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010, s. 12.

² G. Urbanek, *Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 31.

³ L. Edvinsson, M.S. Malone, *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa, odnajdując jego ukryte korzenie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 16.

charakter, tj. niematerialność, nieuchwytność i kosztową niejednoznaczność⁴. Przedsiębiorstwa dążąc do zwiększania swojej konkurencyjności, muszą w coraz większym zakresie nauczyć się poszukiwania efektywnych sposobów zarządzania nie tylko zasobami materialnymi, ale przede wszystkim intelektualnymi, m.in. wiedzą, umiejętnościami i doświadczeniem.

Główną rolę w tworzeniu aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa przypisuje się zatrudnionym pracownikom, którzy stanowią strategiczny zasób firmy i w coraz większym stopniu decydują o rozwoju oraz wynikach ekonomicznych przedsiębiorstw. Kapitał ludzki stał się centralną kategorią wśród czynników rozwojowych współczesnego przedsiębiorstwa⁵. Najważniejszą cechą kapitału ludzkiego jest jego nierozzerwalny związek z osobą ludzką, nie jest możliwe oddzielenie człowieka od jego kapitału. Kapitał jest więc czynnikiem, który w wymiarze jednostkowym stanowi źródło przewagi konkurencyjnej. T. Kawka zwraca w związku z tym uwagę na paradoks w nim tkwiący. Kapitał ten będący „mozaiką kwalifikacji, talentu, doświadczenia, daje pełen obraz wartości firmy. Wartości te tkwią w ludziach (pracownikach, kooperantach, konsultantach, klientach itp.) i generalnie nigdy nie będą w dłuższym horyzoncie własnością firmy. To, na czym aktualnie firmy powinny budować swoją przewagę konkurencyjną nie jest ich własnością”⁶.

Kluczem do rozwoju jest kapitał ludzki, oraz zdolności jednostek i grup do jej efektywnego użycia. „Wiedza – w przeciwieństwie do pieniędzy nie jest czymś bezosobowym. Wiedza nie zamieszkuje w książce, w bankach danych czy też oprogramowaniu komputerowym, tam są jedynie informacje. Wiedza jest zawsze ucieleśniona w człowieku (...) jest wykorzystywana lub niewłaściwie użytkowana przez jednostkę”⁷. Sukces przedsiębiorstwa zależy więc od zatrudnionych w nim „pracowników wiedzy”, od ich innowacyjności i umiejętności identyfikowania możliwości, od szybkości działania, od posiadania informacji o klientach i otoczeniu biznesowym. Bardzo ważne jest stworzenie organizacyjnych warunków dla tworzenia i wykorzystywania wiedzy w przedsiębiorstwie.

Analizując składniki kapitału intelektualnego w kontekście rozwoju firmy, należy podkreślić, iż coraz większą rolę zaczyna odgrywać kapitał społeczny – definiowany jako sieć wzajemnych powiązań oraz zaufania, które to czynniki stają się fundamentem rozwoju przedsiębiorstwa i reguł w nim panujących. Relacje międzyludzkie głównie dostarczają szans na mobilizowanie i pomnażanie niematerialnych zasobów przedsiębiorstwa, dzięki którym firmy zwiększają przewagę konkurencyjną. Stale rosnąca rola niematerialnych wartości w zarządzaniu przedsiębiorstwami skłania do poszukiwania czynników determinujących rozwój firm, a niematerialne wartości tkwiące w kapitale społecznym pobudzają rywalizację oraz przedsiębiorczość.

⁴ E. Gluszek, *Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2004, s. 77.

⁵ M. Gagacka, *Kapitał ludzki a innowacyjność*, [w:] *Zbadanie potencjału innowacyjnego subregionu radomskiego*, K. Głębicka, J. Kalotka (red.), Raport z badań, etap I, Diagnostyka, Radom 2008, s. 45.

⁶ T. Kawka, *Kapitał ludzki a przedsiębiorczość – aspekty teoretyczne*, [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, M. Juchnowicz (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2004, s. 70.

⁷ P.F. Drucker, *Spółeczeństwo prokapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 171.

Kapitał społeczny nie tylko przyczynia się do tworzenia nowej wartości dla przedsiębiorstw, lecz także uczestniczy w zarządzaniu tą wartością poprzez występowanie w roli przekaznika dobrych praktyk i zachowań przedsiębiorstw – wpływa na przedsiębiorstwo, czyniąc go bardziej elastycznym i dostosowującym się do zmieniającego się otoczenia.

Aby współczesne przedsiębiorstwa mogły funkcjonować na rynkach muszą współpracować z otoczeniem zewnętrznym. W gospodarce opartej na wiedzy istotnego znaczenia nabiera w miarę możliwości trwała i partnerska współpraca z innymi podmiotami oraz wzajemna lojalność i zaufanie – czyli kapitał relacyjny. Dzięki takiej współpracy firmy stają się bardziej innowacyjne, ponieważ współpraca z zainteresowanymi z zewnątrz partnerami stanowi źródło nowych pomysłów.

Szczególnie ważnymi są klienci, którzy wnoszą istotny wkład w udoskonalanie produktów czy usług – współpraca taka daje możliwość korzystania z nowych technologii, z umiejętności innych podmiotów czy rynków oraz sprzyja wymianie wiedzy z innymi partnerami. Ponadto włączenie użytkowników w procesy kreacji nowych produktów/usług pozwala na szersze uwzględnienie potrzeb klientów, a tym samym może przyczynić się do zmniejszenia porażek przy wprowadzaniu nowości na rynek.

Wyniki badań

Aby ocenić, w jakim stopniu aktywa niematerialne wpływają na rozwój wybranych przedsiębiorstw województwa podkarpackiego, zaprezentowano wyniki badań, które przeprowadzone zostały w wybranych 400 przedsiębiorstwach⁸. Badaniami objętych zostało ponad 400 respondentów z różnych przedsiębiorstw województwa podkarpackiego, a ich dobór był celowy. **Do analizy uzyskanych danych wykorzystana została metoda statystyczna – test χ^2 (chi kwadrat) Pearsona na niezależność cech.**

Analiza statystyczna danych pozyskanych z badań ankietowych została wykonana za pomocą pakietu komputerowego STATISTICA 10. Rodzaj pytań oraz kategorie odpowiedzi zawarte w kwestionariuszu zdeterminowały jakościowy charakter zmiennych poddanych analizie.

Tabela 1. zawiera charakterystykę osób biorących udział w wywiadzie, z wyróżnieniem segmentów wskazanych w pytaniach metryczkowych kwestionariusza. Wynika z niej, że respondentami byli najczęściej pracownicy niższego szczebla (niezależnie od działu firmy; stanowili oni około 40% badanej populacji), osoby ze stosunkowo krótkim stażem pracy (około 2/3 ankietowanych pracuje w swojej firmie co najwyżej 8 lat), jak również – osoby stosunkowo młode (około 65% segmentu do 35 roku życia). Wśród respondentów znaczący odsetek – około 27% – stanowili także pracujący na stanowiskach kierowniczych (dyrektorzy lub menedżerowie) oraz osoby z ponad 13-letnim stażem pracy (ponad 20% ankietowanych) i osoby w wieku 36–45 lat (około ¼ badanej populacji). W badaniach udział wzięło 227 kobiet i 173 mężczyzn.

⁸ Badania ankietowe przeprowadzone w latach 2014/2015 w 400 wybranych przedsiębiorstwach Podkarpacia.

Tabela 1. Charakterystyka respondentów

Kryterium segmentacji	Segment	N	%
Zajmowane stanowisko	Produkcja, kierownik/menadżer	31	7,7
	Sprzedaż, kierownik/menadżer	38	9,5
	Administracja, kierownik/menadżer	38	9,5
	Produkcja, pracownik niższego szczebla	49	12,2
	Sprzedaż, pracownik niższego szczebla	40	10,0
	Administracja, pracownik niższego szczebla	69	17,2
	Specjalista ds. osobowych	7	1,7
	Stanowisko ds. obsługi klienta	62	15,5
	Stanowisko ds. marketingu	5	1,2
	Stanowisko ds. finansów	22	5,5
	Projektant	13	3,2
	Technolog	10	2,5
	Inne	16	4,0
Staż pracy w firmie	do 3 lat	179	44,7
	4–8 lat	94	23,5
	9–13 lat	37	9,2
	13–18 lat	37	9,2
	19 lat i powyżej	53	13,2
Wiek	poniżej 25 lat	99	24,8
	25–35 lat	155	38,7
	36–45 lat	95	23,7
	46–55 lat	39	9,8
	56 lat i powyżej	12	3,0
Płeć	Kobieta	227	56,8
	Mężczyzna	173	43,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W tabeli 2. przedstawiono opis przedsiębiorstw, które odpowiedziały pozytywnie na propozycje badań ankietowych. Opis ten oparto na czterech pytaniach znajdujących się w metryczce: wielkość firmy (na podstawie liczby zatrudnionych), wiodąca branża (podstawowy rodzaj działalności), obszar (zasięg) działania oraz udział kapitału zagranicznego oraz na dokonanej przez respondenta ocenie kondycji finansowej firmy.

Tabela 2. Charakterystyka ankietowanych przedsiębiorstw

Kryterium segmentacji	Segment	N	%
Wielkość	Mikro: 0–9 osób	82	20,5
	Małe: 10–49 osób	130	32,5
	Średnie: 50–249 osób	126	31,5
	Duże: 250 i więcej osób	62	15,5
Wiodąca branża	Produkcja przemysłowa	93	23,2
	Usługi	161	40,2
	Handel	53	13,2
	Sprzedaż	28	7,0
	Handel i usługi	10	2,5
	Finanse i ubezpieczenia	28	7,0
	Usługi i sprzedaż lub Usługi i finanse i ubezpieczenia	6	1,5
	Inna	21	5,2
Zasięg działania	Międzynarodowy	142	35,5
	Krajowy	137	34,2
	Regionalny	121	30,2
Udział kapitału zagranicznego	0%	265	66,2
	1–25%	37	9,2
	26–50%	29	7,2
	51–75%	21	5,2
	76–100%	48	12,0
Ocena kondycji finansowej	Bardzo dobra	102	25,5
	Dobra	178	44,5
	Przeciętna	88	22,0
	Słaba	32	8,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Badaniami objęto w największej liczbie przedsiębiorstwa małe, zatrudniające 10–49 pracowników; stanowią one 53,0% badanej populacji. Kolejne 126 przedsiębiorstw (31,5%) można zaliczyć do średnich, zatrudniających bowiem one od 50 do 249 pracowników. Przedsiębiorstwa duże, zatrudniające od 250 osób, stanowią 15,5% badanej populacji. Najmniej liczną grupą były mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające od 0–9 osób i stanowią 20,5%.

Respondenci ze 161 firm zadeklarowali, że wiodącą branżą w ich przedsiębiorstwach są usługi, co stanowi 40,2% badanej populacji. Innymi, licznie reprezentowanymi w ankiecie przedsiębiorstwami są przemysłowe firmy produkcyjne (23,2%) oraz handlowe (13,2%). Sprzedaż oraz usługi finansowo-ubezpieczeniowe

proceedzi po 28 (7,0%) badanych firm. Pozostałe, o marginalnym znaczeniu, segmenty to przede wszystkim firmy funkcjonujące równocześnie w dwóch branżach: usługi połączone z działalnością handlową, usługi i sprzedaż lub usługi wraz z finansami i ubezpieczeniami.

Respondenci ze znaczącej większości badanych przedsiębiorstw ocenia pozytywnie kondycję finansową swojej firmy – 178 (44,5%) ocenia ten element na poziomie dobrym, a 102 firmy (25,5%) mają bardzo dobrą kondycję finansową. 30% ankietowanych uważa możliwości finansowe swoich przedsiębiorstw za przeciętne lub słabe.

Tabela 3. Współzależności pomiędzy kondycją finansową przedsiębiorstw a składnikami kapitału innowacyjnego

Uwarunkowania	Kondycja finansowa								χ^2	p
	Bardzo dobra		Dobra		Przeciętna		Słaba			
	N	%	N	%	N	%	N	%		
Inwestycje w systemy podnoszące jakość procesu produkcyjnego i świadczonych usług	87	85,3	119	66,9	51	58,0	12	37,5	31,40	0,000
Koordinowanie funkcji badawczo-rozwojowej	60	58,8	60	33,7	20	22,7	2	6,2	42,70	0,000
Wprowadzenie nowych produktów	64	62,8	82	46,1	29	32,9	13	40,1	17,70	0,001
Uzyskanie nowych certyfikatów	47	46,1	39	21,9	10	11,4	6	18,8	33,96	0,000
Zwiększenie ilości patentów	34	33,3	30	16,9	6	6,8	2	6,2	26,85	0,000

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W przedsiębiorstwach o bardzo dobrej **kondycji finansowej** istnieje najsilniejsza tendencja do prowadzenia działań w **zakresie systemów podnoszących jakość procesu produkcyjnego oraz świadczonych usług, koordynowania funkcji B + R w zakresie innowacyjności produktów**. Zaniechanie działań w zakresie inwestowania w systemy poprawiające jakość oraz koordynacji funkcji badawczo-rozwojowej stwierdzono w grupach firm o kondycji przeciętnej i słabej. Pod względem innowacyjności w postaci **wprowadzania nowych produktów i uzyskiwania nowych certyfikatów** mniej korzystna sytuacja występuje w przedsiębiorstwach o dobrej i przeciętnej kondycji, a w grupie firm o przeciętnej kondycji – także w zakresie liczby patentów. Poszczególne uwarunkowania konkurencyjności wskazują jednocześnie

na to, że wraz z obniżaniem się poziomu kondycji finansowej, zmniejsza się udział firm stosujących te uwarunkowania, obniża się zatem poziom zdolności konkurencyjnej.

Na podstawie przeprowadzonych badań i analiz można stwierdzić, iż najbardziej rozwiniętym i wykorzystywanym wymiarem aktywów niematerialnych, w badanych przedsiębiorstwach województwa podkarpackiego, jest **kapitał ludzki**, dlatego zarządzający w przyszłości powinni w nim szukać głównego źródła sukcesu podkarpackich przedsiębiorstw. Kapitał ludzki jest ważnym ogniwem rozwoju przedsiębiorstwa, to zatrudnieni pracownicy kreują i tworzą nowe technologie, zachowania, normy, zasady i wartości. Szczególną rolę odgrywają tu kompetencje badanych pracowników, nowe wyzwania, przed którymi muszą stanąć ludzie zatrudniani w przedsiębiorstwach na różnych stanowiskach, wymuszają od nich dysponowania coraz to innymi umiejętnościami, nowej wiedzy i kompetencji. Badania dowodzą, iż taką wiedzę, umiejętności i kompetencje posiadają pracownicy zatrudnieni na różnych szczeblach badanych przedsiębiorstw.

Współcześnie pracodawcy muszą zabiegać o najlepszych specjalistów i starać się ich zatrzymać w przedsiębiorstwie. Jednym ze sposobów jest inwestowanie w ich rozwój, **inwestycje w ludzi** stanowią ważny element rozwoju kapitału intelektualnego w podkarpackich firmach. Odbywa się to głównie poprzez szkolenia poszerzające wiedzę, umiejętności czy planowanie indywidualnych ścieżek kariery, kursy, konferencje. Dzięki tym formom rozwoju, przedsiębiorstwa budują swój zewnętrzny wizerunek ciekawego i atrakcyjnego pracodawcy.

W badanych przedsiębiorstwach jednym ze składników aktywów niematerialnych, który w największym stopniu wykorzystują przedsiębiorstwa, jest **wiedza pracowników** – wiedza jest jednym z najważniejszych źródeł przewagi konkurencyjnej, ponieważ warunkuje rozwój przedsiębiorstwa. Badania wskazują, iż menedżerowie oraz pracownicy przedsiębiorstw województwa podkarpackiego posiadają duże zasoby wiedzy, dzięki którym przyczyniają się do zwiększenia kapitału intelektualnego przedsiębiorstw. Przykładem tego jest wiele innowacyjnych przedsiębiorstw, które zostały objęte badaniem, które dzięki posiadanej wiedzy ciągle się rozwijają, tworząc nowe miejsca pracy, wprowadzając nowoczesne produkty, technologie, uzyskując patenty i certyfikaty, a także zdobywając nowe rynki zbytu na całym świecie.

W przedsiębiorstwach objętych badaniem istotne znaczenie w działalności przedsiębiorstw ma **kultura organizacyjna**. Z badań sondażowych wynika, że ma znamienity wpływ na poprawę funkcjonowania i wzrost efektywności przedsiębiorstw. W znaczny sposób poprawia funkcjonowanie firmy, a tym samym przyczynia się do osiągania trwałego sukcesu finansowego, jednocześnie zapewnia zarówno trwałość i stabilność (wzmocnienie poczucia tożsamości w przedsiębiorstwie – dając wartości, którymi można się kierować), jak i elastyczność, czyli zdolność do przystosowania się (zrozumienie potrzeb nowych wyzwań – jasne określenie kluczowych kompetencji i strategicznych celów, jakie chcą osiągnąć firmy).

Jednym z najcenniejszych wyznaczników w gospodarce wiedzy są **innowacje**, ich rola w funkcjonowaniu przedsiębiorstw XXI wieku jest coraz większa, można

nawet rzec, że obok kapitału ludzkiego jest jednym z najważniejszych składników kapitału intelektualnego. Zdecydowana większość badanych przedstawicieli przedsiębiorstw zadeklarowała innowacyjność podejmowanych działalności, np. poprzez wprowadzenie nowych rozwiązań technologicznych w zakresie produkcji, sprzętu, technologii czy wytworów informatycznych. Akcentowano ciągle dążność do wdrażania innowacyjnych produktów, usług oraz innowacji organizacyjnych w strukturach przedsiębiorstwa.

Na przełomie ostatnich trzech lat, większość poddanych badaniu przedsiębiorstw udoskonaliła i wprowadziła nowe produkty oraz technologie, a najbardziej pożądanym efektem tych działań innowacyjnych w badanych przedsiębiorstwach jest wzrost zadowolenia klientów – obecnych i przyszłych.

Jednym ze składników aktywów niematerialnych, które cechuje badane przedsiębiorstwa, jest osiągnięta **reputacja** – to istotny instrument handlowy służący do przekazywania informacji na temat przedsiębiorstwa, szczególnie dotyczący jego produktów czy usług. Bardzo dobra reputacja, którą posiadają podkarpackie firmy, wiąże się z trwałym pozytywnym nastawieniem do przedsiębiorstw, obecnie zapewnia im wielostronne korzyści – dzięki temu od lat konkurują z liderami światowymi na rynkach międzynarodowych swoimi znanymi i bardzo dobrymi produktami.

Stopień wykorzystania aktywów niematerialnych w rozwoju przedsiębiorstw województwa podkarpackiego rozważono uzupełniając, analizując wybrane wyniki finansowe firm działających na Podkarpaciu w latach 2013–2016.

Tabela 4. Przychody z całokształtu działalności przedsiębiorstw

Przychody z całokształtu działalności przedsiębiorstw [w tys. zł]				
Lata				
Lp.	2013	2014	2015	2016
Ogółem	2 392 594 153	2 442 964 745	2 520 937 778	2 620 280 824
Podkarpackie	73 048 039	72 797 276	84 823 067	92 500 243

Źródło: opracowanie na podstawie GUS.

Zaprezentowane w tabeli 4. dane finansowe dotyczą przychodów z całokształtu działalności przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2016,⁹ na przełomie 2013–2016 roku nastąpił wzrost przychodów o 9,52%. W przedsiębiorstwach województwa podkarpackiego, w analizowanym okresie wzrost przychodów był dużo wyższy, i na koniec 2016 roku wyniósł 26,63%. Wynik ten świadczy o rosnącej wartości firm działających na Podkarpaciu dzięki rosnącym przychodom.

⁹ Główny Urząd Statystyczny. Wyniki finansowe przedsiębiorstw wg sekcji PKD 2007.

Tabela 5. Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów

Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów [w tys. zł]				
Lata				
Lp.	2013	2014	2015	2016
Ogółem	2 312 285 797	2 359 391 117	2 444 802 181	2 537 839 249
Podkarpackie	70 220 027	70 191 057	83 102 954	88 424 553

Źródło: opracowanie na podstawie GUS.

Następnym bardzo istotnym składnikiem bilansu przedsiębiorstwa są przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów. Dane finansowe zawarte w tabeli 5. wykazują trend wzrostowy – w analizowanym okresie wartość przychodów ze sprzedaży wzrosła o 9,75%, natomiast w skali województwa podkarpackiego, przedsiębiorstwa zanotowały wzrost o 25,92%.

Tabela 6. Przychody netto ze sprzedaży produktów

Przychody netto ze sprzedaży produktów [w tys. zł]				
Lata				
Lp.	2013	2014	2015	2016
Ogółem	1 403 383 241	1 443 377 448	1 498 883 490	1 548 918 425
Podkarpackie	38 186 717	38 824 890	40 120 501	42 827 869

Źródło: opracowanie na podstawie GUS.

Kolejnym ważnym elementem bilansu przedsiębiorstwa są przychody netto ze sprzedaży. W latach 2013–2016 na poziomie kraju nastąpił wzrost przychodów netto o 10,37%, natomiast w firmach Podkarpacia wyniósł 12,16%.

Tabela 7. Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów

Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów [w tys. zł]				
Lata				
Lp.	2013	2014	2015	2016
Ogółem	908 902 556	916 013 669	945 918 691	988 920 824
Podkarpackie	32 033 310	31 366 167	42 982 453	45 596 694

Źródło: opracowanie na podstawie GUS.

W tabeli 7. przedstawiono dane finansowe z pozycji bilansu przedsiębiorstw dotyczące przychodów netto ze sprzedaży towarów i materiałów. Podobnie jak w powyższych tabelach, wyniki finansowe wykazują trend wzrostowy. Wartość

przychodów netto ze sprzedaży towarów i materiałów w badanym okresie wzrosła o 8,8%, natomiast w przedsiębiorstwach Podkarpacia wzrost wartości nastąpił o 42,34%. To bardzo dobry wynik finansowy, który świadczy o tym, iż firmy stale się rozwijają, co w efekcie zwiększa ich wartość.

Analizując wyniki finansowe badanych przedsiębiorstw województwa podkarpackiego za okres czterech lat (lata 2013–2016), stwierdzono, iż przychody firm systematycznie wzrastały. W rozważanym okresie kondycja finansowa polskich przedsiębiorstw również uległa ewidentnej poprawie.

Stabilna kondycja finansowa badanych przedsiębiorstw Podkarpacia to w szczególności efekt wykorzystania posiadanych aktywów niematerialnych, które są w posiadaniu przedsiębiorstw, szczególnie kapitału ludzkiego oraz innowacyjnego. Posiadany kapitał innowacyjny w postaci nowych technologii, produktów, uzyskanych certyfikatów i patentów – to potencjał, dzięki któremu przedsiębiorstwa mogą się rozwijać. Wymienione elementy kapitału innowacyjnego powstają dzięki odpowiednio doświadczonej, kreatywnej i wykształconej kadrze pracowniczej. Fundamentem rozwoju przedsiębiorstw, oprócz stabilnej kondycji finansowej wynikającej ze wzrostu przychodów ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, była przede wszystkim aktywna działalność innowacyjna. Potwierdziły to badania przeprowadzone w 400 firmach Podkarpacia.

Przeprowadzone badania wśród 400 respondentów przedsiębiorstw województwa podkarpackiego oraz dane finansowe – głównie przychody, są potwierdzeniem, iż przedsiębiorstwa województwa podkarpackiego konsekwentnie się powiększają, systematycznie rozwijając i wzmacniając swój potencjał intelektualny oraz wytwórczy, co w rezultacie zwiększa ich udział w rynku.

Podsumowanie

Przedstawione w artykule analizy z pewnością nie wyczerpują wszystkich kwestii dotyczących wpływu aktywów niematerialnych na rozwój przedsiębiorstw. Wydaje się, iż rozwój oraz wartość przedsiębiorstw w przyszłości kreować będzie odpowiednio dyskontowany kapitał intelektualny, który jest w posiadaniu firm.

Częstkowe dane bilansowe potwierdzają, iż przedsiębiorstwa podkarpackie cały czas się rozwijają, powiększając swoją wartość. Jest to efekt wysokiego poziomu aktywów niematerialnych, który ma wpływ na uzyskane wyniki finansowe z działalności gospodarczej w ciągu ostatnich lat. Można jednoznacznie stwierdzić, iż rola aktywów niematerialnych w rozwoju współczesnych przedsiębiorstw jest niekwestionowana.

Współcześnie menedżerowie stoją przed nowym wyzwaniem, którym jest właściwe wykorzystanie kapitału intelektualnego pracowników zatrudnionych w firmach Podkarpacia. Zatrzymanie w przedsiębiorstwach wartościowych pracowników oraz pozyskiwanie pracowników doświadczonych i kreatywnych, motywowanie ich, aby wykonywali swoją pracę z jeszcze większym zaangażowaniem, powinno stanowić priorytet dla zarządzających badanymi firmami. Fundamentem dalszego

rozwoju przedsiębiorstw będzie konstruktywne wykorzystanie aktywów niematerialnych – głównie kapitału ludzkiego.

Streszczenie

W gospodarce opartej na wiedzy rośnie rola aktywów niematerialnych w kreowaniu wartości przedsiębiorstwa. Jego źródłem są zasoby niematerialne, których główny składnik stanowi kapitał ludzki.

Odpowiednie zarządzanie kapitałem intelektualnym zmusza przedsiębiorstwa do inteligentnego działania, którego celem jest stosowanie innowacji, ciągła praca zatrudnionych pracowników oparta na wiedzy o wysokiej jakości, jak również podejmowanie twórczych i odważnych decyzji. Wyniki analiz z przeprowadzonych badań dowodzą, iż kapitał intelektualny, który jest w posiadaniu firm, wpływa na rozwój oraz kondycję finansową. Pomimo wykorzystywania tego potencjału intelektualnego do realizacji celów przedsiębiorstw, menedżerowie powinni jeszcze skuteczniej nim zarządzać.

Celem artykułu jest pokazanie, że rozwój firm – ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw działających w województwie podkarpackim, wynika z wysokiego poziomu aktywów niematerialnych, który jest w posiadaniu podkarpackich firm.

Słowa kluczowe: aktywa niematerialne (kapitał intelektualny), kapitał ludzki, innowacje, rozwój, kondycja finansowa.

Summary

In the knowledge-based economy, the role of intangible assets in creating enterprise value is growing. Its source are intangible resources, the main component of which is human capital.

Appropriate intellectual capital management forces enterprises to act intelligently, whose purpose is to apply innovation, continuous work of employees based on high-quality knowledge, as well as making creative and bold decisions. The results of analyzes from the conducted research prove that intellectual capital, which is in the possession of companies, influences the development and financial condition. Despite using this intellectual potential to achieve the goals of enterprises, managers need to manage it even more effectively.

The purpose of the article is to show that businesses grow – with particular emphasis on enterprises operating in the Podkarpackie Province, results from the high level of intangible assets owned by companies from Podkarpacie.

Keywords: intangible assets (intellectual capital), human capital, innovation, development, financial condition.

Literatura

1. Drucker P.F., *Spółeczeństwo prokapitalistyczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
2. Edvinsson L., Malone M.S., *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa, odnajdując jego ukryte korzenie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
3. Gagacka M., *Kapitał ludzki a innowacyjność*, [w:] *Zbadanie potencjału innowacyjnego subregionu radomskiego*, K. Głębicka, J. Kalotka (red.), Raport z badań, etap I, Diagnoza, Radom 2008.
4. Głuszek E., *Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2004.
5. Kawka T., *Kapitał ludzki a przedsiębiorczość – aspekty teoretyczne*, [w:] *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, M. Juchnowicz (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2004.
6. Urbanek G., *Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
7. Węziak-Białowolska D., *Model kapitału intelektualnego regionu. Koncepcja pomiaru i jej zastosowanie*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2010.

Strony www:

www.gus.gov.pl