

Dr inż. Katarzyna Szara
Dr inż. Agata Pierścieniak
Zakład Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw
Uniwersytet Rzeszowski

KAPITAŁ INTELEKTUALNY JAKO OBSZAR KONKURENCJI PRZEDSIĘBIORSTW (WYBRANE ASPEKTY TEORETYCZNE)

Wprowadzenie

Zasoby fundamentalnej wiedzy i umiejętności, dzięki którym przedsiębiorstwo może zdobyć przewagę konkurencyjną, tworzą kapitał intelektualny. W odróżnieniu od klasycznych zasobów przedsiębiorstwa wyróżniającą cechą kapitału intelektualnego jest to, że występuje on także w postaci niematerialnej, niemierzalnej, niepoliczalnej, nie poddającej się klasycznej ewidencji księgowej ani jednoznacznej wycenie. Kapitał intelektualny nie ulega też zużyciu w trakcie wykorzystywania, a wręcz przeciwnie, ma zdolność do samoistnego zwiększania swojej wartości i może być używany równocześnie w różnych miejscach i do różnych celów [Lichtarski, 2003, s. 130].

Kluczowym czynnikiem sukcesu w przedsiębiorstwie jest człowiek. To on jest sprawcą wszelkiego działania. To on tworzy, buduje, realizuje zadania w przedsiębiorstwie. Celem artykułu jest identyfikacja pojęcia kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa, przedstawienie przesłanek świadczących o jego konkurencyjnej naturze oraz wskazanie głównych jego elementów w obszarze konkurencyjności. Analiza teoretyczna została dokonana przy wykorzystaniu dostępnej literatury przedmiotu, z zastosowaniem metod wnioskowania indukcyjnego i dedukcji.

Istota kapitału intelektualnego

W teorii zarządzania pojęcie „kapitału intelektualnego” nie jest jednoznacznie zdefiniowane. Terminu „kapitał intelektualny” pierwszy raz użył J. Kenneth Galbraith w 1969 r. w znaczeniu szerszym niż tylko

czysty intelekt, ujmując go jako wcielenie stopnia intelektualnych działań. W tym sensie kapitał ten to nie tylko statyczne niematerialne aktywa, a raczej proces [Dudycz, 2005, s. 221-213]. W literaturze zarządzania kapitał intelektualny określany jest jako [Głuszek, 2004, s. 66]:

- suma wszystkiego, o czym każdy w przedsiębiorstwie wie, co zaś decyduje o przewadze konkurencyjnej,
- suma ukrytych aktywów przedsiębiorstwa, nie uwzględnianych w jego sprawozdaniu bilansowym, obejmująca zarówno to, co znajduje się w głowach pracowników, jak i to, co zostaje po ich odejściu,
- wiedza, praktyczne doświadczenie, technologie, dobre stosunki z klientami oraz wszelkie umiejętności pozwalające firmie osiągać przewagę konkurencyjną,
- ekonomiczna wartość dwóch kategorii niewidzialnych aktywów przedsiębiorstwa: kapitału organizacyjnego (strukturalnego), do którego należą oprogramowanie systemów komputerowych, sieci dystrybucji i systemy zaopatrzenia oraz kapitału ludzkiego, czyli zasobów ludzkich organizacji i zasobów zewnętrznych (klienci i dostawcy).

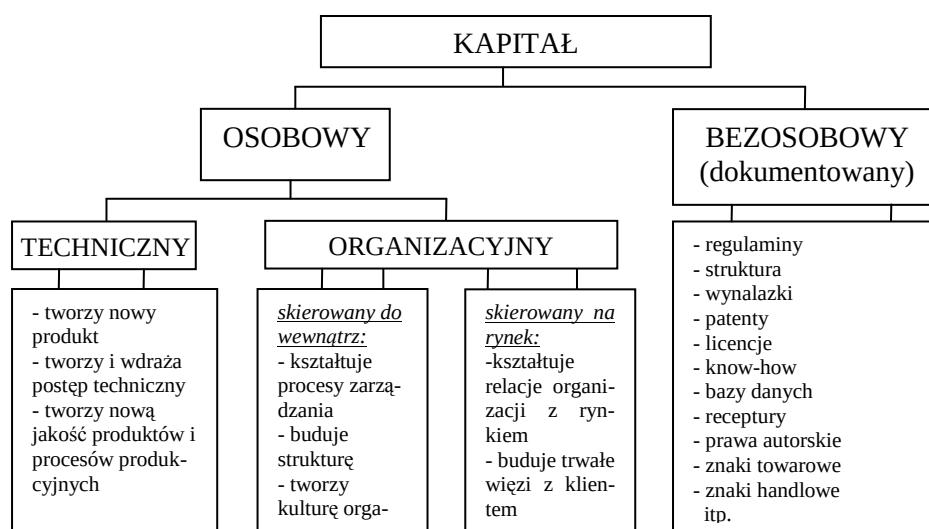
Definicja kapitału intelektualnego zaproponowana przez OECD (Organizację ds. Ekonomicznej Współpracy i Rozwoju) opisuje kapitał intelektualny jako ekonomiczną wartość dwóch kategorii niematerialnych aktywów przedsiębiorstwa: kapitału organizacyjnego (strukturalnego) i kapitału ludzkiego. Kapitał strukturalny w tej definicji przedstawiany jest jako własności oprogramowania systemów komputerowych, sieci dystrybucji i systemy zaopatrzenia. Kapitał ludzki zawiera natomiast: zasoby ludzkie organizacji (obsada stanowisk) oraz zasoby zewnętrzne, takie jak klienci i dostawcy [Dudycz, 2005, s. 213].

Przytoczone definicje wskazują na duże zróżnicowanie pojęcia kapitału intelektualnego, które bywa rozszerzane na wszystkie zasoby niematerialne przedsiębiorstwa lub zawężane do kilku składników.

Kapitał intelektualny reprezentuje zasoby niematerialne obejmujące cztery kategorie [Głuszek, 2004, s. 66]:

- zasoby pochodzące od ludzi pracujących w organizacji, obejmujące ich wiedzę, kompetencje, doświadczenie itd. – kategoria ta odpowiada zdolnościom funkcjonalnym. Odnoszą się one do możliwości podejmowania określonych działań w sposób bardziej efektywny niż u konkurentów i wynikają (niezależnie od kompetencji samych pracowników) z umiejętności korzystania z wiedzy wszystkich partnerów przedsiębiorstwa (doradców, dostawców, klientów, kooperantów itd.);

- zasoby, które dają przedsiębiorstwu wewnętrzną siłę, takie jak kultura organizacyjna, zdolności zarządcze, systemy informacyjne itp. – kategoria ta odpowiada zdolnościom kulturowym. Dotyczą one sposobu funkcjonowania organizacji jako całości, a w szczególności norm postępowania i przestrzeganych wartości przejawiających się w zwyczajach, postawach i wierzeniach, znacząco determinujących sposób współdziałania pracowników;
- zasoby, które dają przedsiębiorstwu siłę na rynku, czyli marki produktów, lojalność klientów, reputację itd. – kategoria ta odpowiada zdolnościom (zasobom) pozycyjnym. Są one rezultatem przeszłych działań i okoliczności, w jakich funkcjonowało przedsiębiorstwo;
- zasoby reprezentujące własność intelektualną, takie jak patenty, znaki towarowe, licencje itp. – kategoria ta odpowiada zdolnościom (zasobom) regulacyjnym. Zdolności te wynikają z prawnej ochrony działań umożliwiających monopolizowanie korzyści z posiadanych aktywów intelektualnych i ograniczanie możliwości naśladownictwa lub przejmowania ich przez konkurentów.



Rysunek 1. Model kapitału intelektualnego

Źródło: J. Lichtarski, *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 131.

Wewnętrzna struktura kapitału intelektualnego jest różnie ujmowana przez autorów.

Według J. Lichtarskiego kapitał intelektualny w przedsiębiorstwie dzieli się na kapitał osobowy (wiedza i umiejętności ludzi) i kapitał bezosobowy (dokumenty powstałe w wyniku działania kapitału osobowego). Na postać bezosobową składają się zarówno dokumenty wypracowane w przedsiębiorstwie (np. regulamin, graficzna postać struktury organizacyjnej, patent, znak towarowy itp.), jak również dokumenty pozyskane z zewnątrz (np. licencja, pakiet franchisingowy, program komputerowy itp.). Podział ten przedstawia rysunek 1.

Odmienne podejście do interpretacji kapitału intelektualnego prezentuje N. Bontis, przedstawiając go jako kapitał ludzki, strukturalny i klientów. Istotę tak rozumianego kapitału intelektualnego tworzą ludzki intelekt, procedury organizacyjne, związki rynkowe. Podobnie identyfikuje kapitał intelektualny J. Guthrie, zaliczając do jego struktury [Dudycz, 2005, s. 214]:

- kapitał strukturalny (własności intelektualne: patenty, prawa autorskie, znaki towarowe, infrastruktura aktywów: filozofia zarządzania, zbiorowa kultura, procesy zarządcze, systemy informacyjne, systemy sieciowe, związki finansowe),
- kapitał klientów (marki, klienci, lojalność klientów, nazwa przedsiębiorstwa, kanały dystrybucji, współpraca gospodarcza, porozumienia licencyjne, życzliwe kontakty, porozumienia franchisingu),
- kapitał ludzki (kompetencje pracownicze, wiedza technologiczna, edukacja, kwalifikacje zawodowe, praca odpowiednia do wiedzy, praca odpowiednia do kompetencji, duch przedsiębiorczości, innowacyjności).

Szeroko rozbudowaną koncepcję kapitału intelektualnego podaje również A. Brooking. Jego zdaniem kapitał intelektualny tworzony jest przez: aktywa rynkowe (np. pozycja rynkowa, nazwa firmy, kanały dystrybucji), mienie intelektualne (np. patenty, prawa do publikacji), aktywa ludzkie (jakość uzyskiwana od ludzi – np. kreatywność, umiejętność rozwiązywania problemów, przywództwo), aktywa infrastrukturalne (np. filozofia zarządzania, kultura, system informacyjny) [Mikuła, 2002, s. 9].

Kapitał intelektualny odgrywa dużą rolę przy wycenie wartości przedsiębiorstwa. Badania dotyczące kapitału intelektualnego firm gieł-

dowych wskazują, że udział tradycyjnych form kapitału (kapitału materialnego) mieści się w granicach od 4-15% do 28%¹.

Zasoby niematerialne w postaci kapitału intelektualnego zyskały rangę zasobów strategicznych, co oznacza, że [Bal-Woźniak, 2006, s. 6]:

- przyczyniają się do generowania strumieni przyszłych korzyści,
- umożliwiają budowę trwałej przewagi konkurencyjnej,
- wpływają istotnie na wartość firmy.

Wymiar konkurencyjny kapitału intelektualnego

Istotą współczesnej konkurencji jest nieustanne i coraz częstsze tracenie oraz coraz trudniejsze pozyskiwanie przewagi konkurencyjnej. W takim ujęciu skuteczne wynajdywanie i możliwie długie utrzymywanie przewagi konkurencyjnej jest funkcją konkurencyjności przedsiębiorstwa (gospodarki) [Moszkowicz, 2005, s. 119].

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. Te przedsiębiorstwa, które na podstawie posiadanych zasobów i umiejętności są w stanie wykreować i dostarczyć produkty zaspokajające potrzeby klientów w sposób lepszy i bardziej efektywny od konkurentów, osiągają przewagę konkurencyjną na wybranych przez siebie rynkach [Szymura-Tyc, 2002, s. 7].

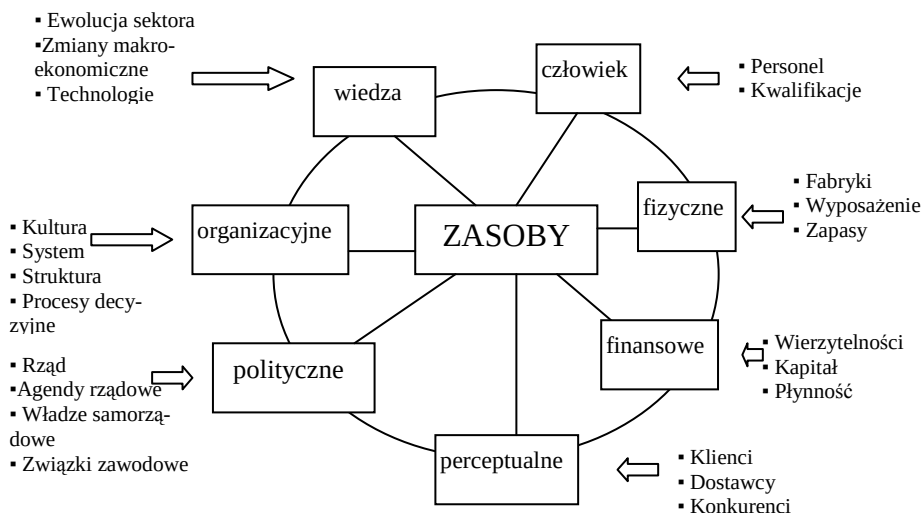
Przewaga konkurencyjna jest zjawiskiem ograniczonym w czasie, zależnym od działań podejmowanych przez konkurentów i zmian zachodzących w strukturze branży [Głuszek, 2004, s.16].

Rola i ciągle 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 procesom podlegają zarówno dokumenty opracowane

¹ N. Bantis, N. C. Dragonetti, K. Jacobson, G. Roos, *The Knowledge Toolbox: Review of the Tools Available to Measure and Manager Intangible Resources*, „European Management Journal” 1999, Vol. 17, No. 4, p. 319-402 oraz R. E. Boulton, B. D. Libert, S.M. Samek, *A Business Model for the New Economy*, „Journal of Business Strategy” 2000, No. 4, p. 29-35 cytata za [Bal-Woźniak, 2006, s. 10].

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 charakter, tj. niematerialność, nieuchwytność i kosztową niejednoznaczność [Głuszek, 2004, s.77].

Obecnie tracą na znaczeniu zasoby materialne na korzyść niematerialnych. Organizacja dąży do pełnego wykorzystania potencjału własnego pracowników, jak i potencjału zespołowego (rysunek 2).



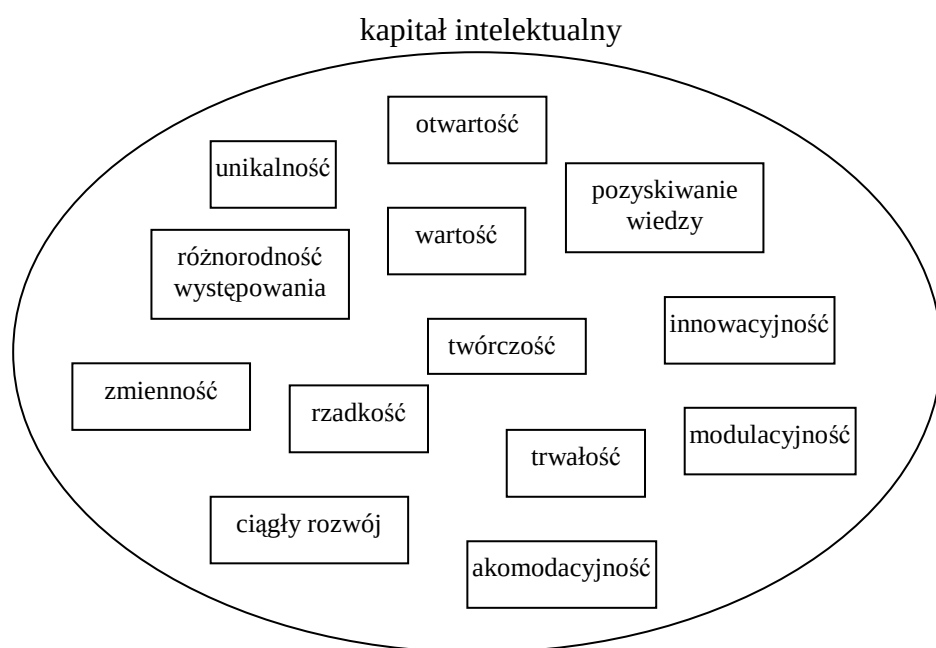
Rysunek 2. Zasoby jako czynnik tworzenia przewagi konkurencyjnej

Źródło: J. Rokita, *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 2005, s. 140.

Wśród różnych grup zasobów, które identyfikowane są w przedsiębiorstwie, różni autorzy wymieniają człowieka oraz wiedzę. Zasoby ludzkie mogą być źródłem przewagi konkurencyjnej wówczas, gdy np. są pozyskane na korzystniejszych warunkach niż u konkurentów, zarządza się nimi w sposób umożliwiający uzyskanie wyższych korzyści (inwestycja w efektywne szkolenia), pracownicy są kreatywni i lojalni.

Obszar wiedzy identyfikowany jest z takimi kategoriami jak kompetencje i umiejętności. Wielu autorów publikacji nie zadaje sobie trudu zrozumienia tych pojęć i traktuje je jako synonimy lub wyrazy bliskoznaczne. Z punktu widzenia organizacji i jej zasobów, kompetencje

i umiejętności powinny być rozróżniane.² Umiejętności postrzegane jako sposób wykorzystania wymienionych rodzajów zasobów w obrębie jednego biznesu oraz kompetencje identyfikowane jako sposób wykorzystania zasobów w obrębie wszystkich biznesów (np. kompetencje kierownicze) mogą być również źródłem przewagi konkurencyjnej, gdy oceniamy ich poszczególne cechy (rysunek 3).



Rysunek 3. Cechy kapitału intelektualnego w kontekście przewag konkurencyjnych

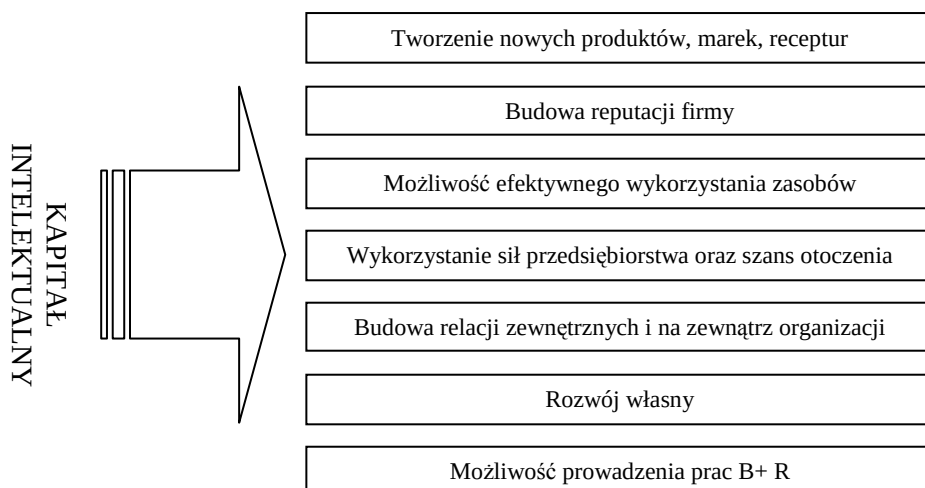
Źródło: opracowanie własne.

Specyfika zasobów niematerialnych sprawia, że w trakcie użytkowania zachowują się one zupełnie inaczej niż zasoby materialne. Naj-

² Założenia rozróżnienia kompetencji i umiejętności oparte są na następujących przesłankach: 1. Różnice między kompetencjami i umiejętnościami są istotne, choć trudno dostrzegalne. 2. Odróżnienie kompetencji od umiejętności jest ważne dla zrozumienia podstaw tworzenia przewagi konkurencyjnej. Zagadnienie to rozwinięto w wielu publikacjach krajowych i międzynarodowych m. in. [Haberberg, Riple, 2001; Rokita, 2005].

istotniejsze różnice atrybutów przypisywanych zasobom niematerialnym, które jednocześnie decydują o ich sile konkurencyjnej, dotyczą: możliwości jednoczesnego wielorakiego wykorzystania, sposobu akumulacji, wzbogacenia zamiast deprecjacji w trakcie użycia, sposobu urzeczywistniania poprzez ludzi [Głuszek, 2004, s. 63].

Trudność z identyfikacją oraz ulotność dzisiejszych rodzajów przewagi konkurencyjnej nie są jednak jedynymi problemami konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw [Moszkowicz, 2005, s. 119]. Konkurowanie z obszaru cenowego, kosztowego czy jakościowego przenosi się na pole przewag z ograniczonym dostępem dla przedsiębiorstw, jak również wynikających z tego tytułu dodatkowych korzyści. Może to być realizowane przy wykorzystaniu kapitału intelektualnego (rysunek 4).



Rysunek 4. Wybrane pola przewag konkurencyjnych generowanych przez kapitał intelektualny

Źródło: opracowanie własne.

Optymalne wykorzystanie potencjału ludzkiego, które staje się warunkiem sukcesu we współczesnej gospodarce, powinno się koncentrować na trzech aspektach. Po pierwsze musi bezwzględnie docenić rolę twórcy i dysponenta zasobów niematerialnych. Po drugie, musi tworzyć warunki sprzyjające zdobywaniu i przekazywaniu wiedzy – poprzez bu-

dowę sieci kontaktów wewnątrz i na zewnątrz przedsiębiorstwa. Po trzecie musi budować dobry klimat pracy [Głuszek, 2004, s. 63].

Podsumowanie

Przewaga konkurencyjna należy do strategicznych problemów przedsiębiorstwa. Oparcie jej o kapitał intelektualny pozwala stworzyć z niego podwaliny pod budowę mocnej pozycji firmy. Coraz bardziej widoczne staje się przesunięcie tego działania w układzie czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa, wśród których coraz większą rolę zaczęły odgrywać szeroko rozumiane kompetencje i umiejętności ludzi świadczących pracę.

W niniejszym opracowaniu potwierdzono, że kapitał intelektualny jest obecnie najważniejszym zasobem każdego przedsiębiorstwa.

Źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa staje się jego zdolność do wykorzystania posiadanego kapitału intelektualnego. Specyfika tego zasobu pozwala go scalać z innymi, wartościowo wykorzystywać w pojedynczym działaniu i zwiększać jego wartość. O jego pozycji przesądza jego unikatowość i trudność do imitacji. Perspektywiczne kierunki rozwoju wiążą się zaś z możliwością dalszej absorpcji wiedzy.

LITERATURA

- Bal-Woźniak T., *Współczesne problemy zarządzania. Materiały pomocnicze. Zarządzanie kapitałem intelektualnym*, Zeszyt nr 1, Wyd. Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2006.
- Dudycz T., *Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2005.
- Głuszek E., *Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa*, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2004.
- Haberberg A., Ripley A., *The Management of Organization*, Financial Times-Prentice Hall, Harlow 2001.
- Lichtarski J., *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Wyd. Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2003.
- Mikuła B., *Kapitał intelektualny jako przedmiot zarządzania*, „Problemy Jakości” 2002, nr 4.
- Rokita J., *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa 2005.
- Szymura-Tyc M., *Zasoby oparte na wiedzy w procesie budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 3, s. 7.
- Zarządzanie strategiczne. Systemowa koncepcja biznesu*, Moszkowicz M. (red.), PWE, Warszawa 2005.

Streszczenie

Na rynku globalnym przedsiębiorstwa coraz częściej ze sobą konkurują. Dostrzegając wagę kapitału intelektualnego dla podmiotów gospodarczych coraz częściej jest on postrzegany jako obszar konkurencji. Źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa może być zdolność do wykorzystania posiadanego kapitału intelektualnego. Specyfika tego zasobu pozwala go scalać z innymi, wartościowo wykorzystywać w pojedynczym działaniu i zwiększać jego wartość. O jego pozycji przesądza jego unikatowość i trudność do imitacji. Perspektywiczne kierunki rozwoju wiążą się zaś z możliwością dalszej absorpcji wiedzy. W artykule dokonano identyfikacji pojęcia kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa, przedstawiono przesłanki świadczące o jego konkurencyjnej naturze oraz wskazano główne jego elementy w obszarze konkurencyjności.

The Intellectual Capital as the Area of Enterprises Competition (the Selected Theoretical Aspects)

Summary

Enterprises compete with each other much more frequently on the global market. Regarding the importance of intellectual capital for an enterprise, it is perceived as the area of enterprises competition. The ability to use its own intellectual capital can be the source of enterprise competitive advantage. The specificity of such a resource allows integrating with the others, using valuably in a single action and increasing its worth. Uniqueness and difficulty in imitating determine its position. Future ways of development are connected with the possibility of further knowledge absorption. In the article, there has been made an attempt to identify the concept of enterprise intellectual capital, the premise proving its competitive nature as well as some major elements in the area of competition have been indicated.