

## Kapitał intelektualny i aktywa niematerialne w globalnej gospodarce



dr hab. Jan Fazlagić

wykładowca Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie. Ekspert w dziedzinie zarządzania wiedzą, edukacji, innowacyjności oraz zarządzania kapitałem intelektualnym, marketingu i projektowania usług. Jeden z prekursorów Knowledge Management w Polsce.

### CZYM JEST KAPITAŁ INTELEKTUALNY?

Mianem kapitału intelektualnego określa się ogół aktywów związanych z niematerialnymi składnikami majątku przedsiębiorstwa, regionu bądź kraju. Czasami kapitał intelektualny nazywany jest także „aktywami wiedzy” lub „aktywami niematerialnymi”. Brakuje obiektywnej jednostki wyceny kapitału intelektualnego; pieniądź w tej roli nie sprawdza się dobrze.

Do głównych składników kapitału intelektualnego zaliczamy wiedzę i umiejętności pracowników (mieszkańców regionu/kraju), kulturę lokalną (która może sprzyjać powstawaniu innowacji lub być dla nich hamulcem), reputację, która z kolei pozwala na budowanie produktywnych relacji z otoczeniem. Składnikami kapitału intelektualnego są także wiedza chroniona prawnie – m.in. w formie patentów, licencji, znaków towarowych. Pierwsza fala zainteresowania kapitałem intelektualnym pojawiła się tuż przed „baranką internetową”, pod koniec XX w. Potem zainteresowanie tym tematem spadło, m.in. dlatego, że baranka spekulacyjna (czytaj: dostęp do taniego pieniądza) oraz boom surowcowy wywołały powątpiewanie w rolę innowacji. Kraje takie jak Arabia Saudyjska, Turcja, Brazylia czy Rosja zaczęły się bardzo szybko rozwijać, mimo że nie posiadały wysokiego kapitału intelektualnego ani w niego skutecznie nie inwestowały. Po co Rosji z roku 2010 była Dolina Krzemowa, skoro ropa kosztowała 150 dol. za baryłkę? Ostatnie zmiany w krajoznawstwie makroekonomicznym na świecie zachęcają do ponownego „odkurzenia” tematu kapitału intelektualnego.

### JAK MIERZYMY KAPITAŁ INTELEKTUALNY?

Nie powstała jedna uniwersalna metoda pomiaru kapitału intelektualnego. Pierwsze metody powstałe w latach 90. XX w. bazowały na założeniu, że na kapitał intelektualny składają się: kapitał ludzki, kapitał strukturalny oraz kapitał relacji.

Dla każdej z trzech kategorii dość intuicyjnie dobierano różne mierniki np. „odsetek osób z wyższym wykształceniem”, „liczba zarejestrowanych patentów” itp. Obecnie badania nad pomiarem kapitału intelektualnego krajów zmierzają w kierunku badania kapitału kreatywności (*Creativity Index*). Wprowadza się bardziej innowacyjne, oryginalne kategorie pomiarowe, np. „mikroproduktywność” (oznaczającą aktywność mieszkańców danego kraju/miasta w portalach społecznościowych) lub indeks tolerancji (*Gay Index*), w ramach którego mierzymy odsetek par homoseksualnych w danej społeczności (ma to być miernikiem otwartości danego społeczeństwa i tolerancji). Generalnie można jednak powiedzieć, że pomiar kapitału intelektualnego zmierza do znalezienia takiego zestawu wskaźników, które najlepiej opiszą potencjał do tworzenia innowacji (technologicznych i społecznych).

### SKĄD SIĘ BIERZE WZROST GOSPODARCZY?

Kapitał intelektualny jest mierzony po to, aby wytworzyć lepszej jakości dane ekonomiczne pozwalające na bieżącą ocenę (przedsiębiorstwa, miasta, regionu, kraju) oraz wnioskowanie na temat perspektyw jego wzrostu. Wiemy już, że prognozowanie na podstawie danych finansowych na niewiele się zdaje. Poza tym tempo zmian w naszym otoczeniu sprawia, że „stare” wskaźniki są coraz mniej trafne. Pamiętajmy, że pojęcie wzrostu gospodarczego jest stosunkowo młode. Przez większość naszej historii wzrost gospodarczy był niewielki. Czy mógł zaimponować mieszkający w Krakowie Kazimierz Wielki żyjącemu 250 lat wcześniej w Poznaniu Bolesławowi Chrobremu? Dopiero XIX w. przyniósł rewolucyjne zmiany, o których każdy, kto zdał maturę, na pewno słyszał, więc nie ma potrzeby rozwijać tego wątku. Jednak pytanie o źródła wzrostu gospodarczego nie jest pytaniem naiwnym. Czy są nimi dostęp do kapitału, tania siła robocza, a może innowacje? Jeśli innowacje, to kto ma kupować coraz to nowsze modele różnych produktów, skoro stare się sprawdzają... Według bardzo popularnej obecnie koncepcji wzrostu endogenicznego wzrost gospodarczy następuje dzięki tworzeniu i wykorzystywaniu nowych idei. Idee to instrukcje, które umożliwiają łączenie ograniczonych zasobów fizycznych w nowe kombinacje o większej wartości niż istniejące dotychczas. A więc firmy, kraje i społeczności zdolne do tworzenia nowych idei mają dziś przewagę nad tymi, które takich idei wytwarzać nie potrafią. Idee tworzone są na początku procesu innowacji. Ich wytworzenie wiele kosztuje, natomiast wykorzystanie odbywa się przy niemal zerowych kosztach krańcowych (np. koszty dostarczenia użytkownikowi z Polski do Japonii gry komputerowej Wiedźmin 3 za pomocą internetu). Jednym z przykładów na to, jak zmienia się podejście do wzrostu gospodarczego oraz roli kapitału intelektualnego, jest rosnąca rola kapitału marki kraju.

### KAPITAŁ MARKI KRAJU

Jednym z elementów kapitału intelektualnego państwa jest kapitał jego marki. Wizerunek kraju i jego tożsamość są ze sobą powiązane i mają wpływ na wiele czysto ekonomicznych aspektów rozwoju danego kraju. Przy ocenie siły marki danego kraju bierze się pod uwagę:

1. eksport produktów i usług markowych z danego kraju (np. Szwajcarzy znani są nie tylko z sera, zegarków i systemu bankowego. Są także mistrzami świata w budowie kolejek linowych w górach oraz tam górskich),
2. metody promocji stosowane do przyciągnięcia uwagi turystów, inwestorów, a także promocji na arenie międzynarodowej,
3. sposób prowadzenia polityki zagranicznej (wybór Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej jest bez względu na nieprzychylny komentarze polityczne w Polsce pozytywnym czynnikiem podwyższającym wartość marki „Polska”),
4. kulturę narodową i sposób jej promocji za granicą (np. produktem eksportowym Finlandii w tym obszarze jest Święty Mikołaj),
5. słynne budowle (np. kiedyś Polska była słynna z najwyższej budowli na świecie – masztu radiowego. Dziś został nam „tylko” Kraków. Inną potencjalną ikoną architektury mógłby być kościół farny w Poznaniu, zburzony w XIX w., który był w średniowieczu jednym z trzech najwyższych budynków na świecie),
6. sposób prezentacji danego kraju w mediach (z pewnością Rosja i Ukraina są dobrymi przykładami na erozję ich kapitału marki – każdy oczywiście z nieco innych powodów),
7. członkostwo w organizacjach międzynarodowych,
8. skojarzenia, jakie budzi dany kraj (na przykład Słowenii bardzo ciężko asocjacja z Bałkanami, a Słowacy mocno odciągają się od kultury śródziemnomorskiej. Polska z kolei kojarzona jest z Rosją i Wschodem, choć – jak wiemy – leży w centrum Europy),
9. osiągnięcia sportowe (dobrym przykładem jest tutaj była NRD).

”

DZIĘKI WOJNIE PROWADZONEJ PRZEZ ROSJĘ NA WSCHODZIE EUROPY MOŻEMY W CZASIE RZECZYWISTYM OBSERWOWAĆ, CO TAK NAPRAWDĘ STANOWI DZISIAJ O POTĘDZE GOSPODARCZEJ

### KAPITAŁ INTELEKTUALNY NA PRZYKŁADZIE WOJNY NA UKRAINIE

W XXI w. znaczenie aktywów niematerialnych w gospodarce systematycznie rośnie. Przy okazji wojny na Ukrainie i związanej z nią kontrakcji prowadzonej przez państwa zachodnie, w tym Stany Zjednoczone i Kanadę, możemy przekonać się o tym, jakiego rodzaju sankcje są dla Rosji najbardziej dotkliwe. Zakaz importu włoskiego sera to tylko niedogodność dla moskiewskich nuworyszów. Tym, co najbardziej dotyka Rosję, jest embargo na technologie pozwalające na wydobycie złóż naturalnych takich jak ropa i gaz. Poza tym sankcje gospodarcze obejmują embargo na broń, ograniczenia przepływu kapitału, technologii i sprzętu podwójnego zastosowania. Rosja ma kłopoty z emisją papierów dłużnych na rynkach zachodnich. Żadna instytucja z UE nie może pomagać rosyjskim instytucjom finansowym w uplasowaniu papierów dłużnych na międzynarodowych rynkach finansowych. Dzięki wojnie prowadzonej przez Rosję na wschodzie Europy możemy w czasie rzeczywistym obserwować, co tak naprawdę stanowi dzisiaj o potęgę gospodarczej. Rosja wygrała II wojnę światową dzięki dostawom amerykańskiego i brytyjskiego uzbrojenia oraz własnej masowej produkcji prostych i niezawodnych rodzajów broni, takich jak legendarny czołg T-34. Dzisiaj, po 70 latach od zakończenia II wojny światowej niewiele się zmieniło, jeśli chodzi o dystans technologiczny dzielący Rosję od Zachodu. Niemieckie czołgi marki Leopard, które ma na wyposażeniu także polska armia, podobnie jak 70 lat temu ich pradziadek – czołg ciężki Tiger, są w stanie zniszczyć czołgi rosyjskie z bezpiecznego dla siebie dystansu (tzn. mogą uszkodzić rosyjskiego T-90, będąc poza skutecznym zasięgiem jego działa). Rosja nadal nie potrafi zapewnić sobie samowystarczalności żywnościowej. Do tego dochodzi uzależnienie od wiedzy i technologii działającej na Zachodzie. Na przykład groźba odcięcia Moskwy od systemu SWIFT jest poważnym zagrożeniem dla całości systemu bankowego tego kraju. Jak podaje Onet.pl plotka o możliwym wyłączeniu Rosji z systemu wymiany informacji finansowych SWIFT krąży już od lata zeszłego roku. Jednak dopiero teraz, w miarę rozwoju konfliktu na Ukrainie zaczęła wywoływać popłoch w Moskwie. O ile bowiem dotychczasowe sankcje Rosjanie uważali za przeżabną donkiszoterię, o tyle wyrzucenie ich poza SWIFT uznają za broń nuklearną. I straszą „nieograniczoną reakcją”. Spadek kapitału intelektualnego Rosji widać także w innych dziedzinach. Marka kraju Rosja z pewnością mocno ucierpiała na Zachodzie, poza Polską chyba najmocniej w Kanadzie, w której mieszka duża mniejszość ukraińska, tej samej Kanadzie, która posiada technologie (kapitał intelektualny) pozwalające na wydobycie ropy na Syberii.

Reasumując – kapitał intelektualny jako koncepcja opisująca przyczyny sukcesu gospodarczego w biznesie „ma się dobrze”. Pęknięcie bańki spekulacyjnej w globalnej gospodarce, a także wojna na Ukrainie pozwoliły na „urealnienie” wartości aktywów i przewag konkurencyjnych w biznesie. Dlatego warto nie ustawać w wysiłkach nad podnoszeniem innowacyjności polskiej gospodarki. ■



29.09 – 01.10.2015

Sosnowiec Zagłębem obróbki metalu!



W tym samym czasie odbędą się również:

**SteelMET** - [www.steelmet.pl](http://www.steelmet.pl)  
Międzynarodowe Targi Stali, Metali Nieżelaznych, Technologii i Produktów

**TEZ EXPO** - [www.tezexpo.pl](http://www.tezexpo.pl)  
Targi Produkcji i Zastosowania Elementów Złącznych

**SURFPROTECT** - [www.surfprotect.pl](http://www.surfprotect.pl)  
Targi Zabezpieczeń Powierzchni

[www.toolex.pl](http://www.toolex.pl)

tereny targowe: Expo Silesia  
Centrum Targowo-Konferencyjne  
ul. Braci Mieroszewskich 124  
41-219 Sosnowiec

[www.wirtotechnologia.pl](http://www.wirtotechnologia.pl)

kontakt: Agnieszka Cieślak  
tel. 32 78 87 541, fax 32 78 87 522  
kom. 510 031 475  
e-mail: [agnieszka.cieslik@exposilesia.pl](mailto:agnieszka.cieslik@exposilesia.pl)

[www.oilexpo.pl](http://www.oilexpo.pl)

expo silesia Sosnowiec