

PRZEDSIĘBIORSTWA

Aneta Zelek

Grażyna Maniak

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie

KAPITAŁ INTELEKTUALNY POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW W FAZIE STARTU

Wprowadzenie

Faza start-up, określana również jako faza rozruchu, to etap rozwoju przedsiębiorstwa, w którym nowo powstała firma może zademonstrować gotowy produkt lub usługę oraz strategię ich wprowadzenia na rynek. Dla wielu z nowo powstających przedsięwzięć, krytyczne znaczenie dla dalszego powodzenia ma pozyskanie kapitału przeznaczanego na fazę komercjalizacji projektu, poprzez zaciągnięcie kredytu, pozyskiwanie środków publicznych czy korzystanie z funduszy wysokiego ryzyka (typu Private Equity, obejmujących m.in. fundusze Venture Capital i Business Angels)¹. Jest to także etap, w którym zazwyczaj dochodzi do sformalizowania modelu biznesowego i systemu organizacyjno-prawnego firmy, przy uwzględnieniu wpływu pozyskanego kapitału zewnętrznego. W takim rozumieniu faza start-up polega na inkubacji pomysłu biznesowego i nadaniu mu formalnych ram funkcjonowania. Firmy w tej fazie są przedsięwzięciami charakteryzującymi się wysokim ryzykiem inwestycyjnym i działaniem w warunkach skrajnie wysokiej niepewności.

¹ Private Equity oznacza rodzaj średnio- i długoterminowych inwestycji dokonywanych na niepublicznym rynku kapitałowym w przedsiębiorstwa zdobywające rynek lub już posiadające ugruntowaną pozycję na rynku, wykazujące duży potencjał wzrostu wartości w perspektywie kilku lat. W Polsce obserwuje się w ostatnich latach wzrost aktywności inwestorów prywatnych, jednak rozmiary rynku kapitałów wysokiego ryzyka są nadal niedostateczne (według danych Polskiego Stowarzyszenia Inwestorów Kapitałowych, aktualnie w Polsce funkcjonuje zaledwie kilkanaście sieci aniołów biznesu oraz kilka funduszy typu kapitał zaangażowany).

Kwestią niebudzącą wątpliwości jest fakt, iż przedsiębiorstwo w fazie startowej stoi przed dylematami natury strategicznej: przedsiębiorca powinien określić swoje cele oraz sposoby i możliwości ich realizacji. Tymczasem dostępne badania wskazują, iż w większości nowo powstających przedsiębiorstw w Polsce sposób i strategia funkcjonowania firmy są wynikiem intuicyjnych działań, a nie – świadomego wyboru². Mimo iż założyciele firm w Polsce zazwyczaj nie planują i nie działają perspektywicznie oraz są pasywni wobec konkurencji, cechuje ich jednocześnie duża elastyczność i gotowość do realizacji niestandardowych zleceń. W rezultacie, pierwszy rok działalności przeżywa ok. 2/3 nowych firm³.

Istotą formułowanych zamierzeń i dokonywanych wyborów strategicznych młodych firm jest budowanie przewagi konkurencyjnej, umożliwiającej skuteczne wejście na rynek i umocnienie swojej pozycji⁴. W obecnych warunkach gospodarki rynkowej – globalnej, wysoce konkurencyjnej i opartej na nowoczesnych technologiach – przetrwanie i sukces w biznesie opierają się w dużym stopniu na wykorzystaniu innowacyjności. Wobec wielu ograniczeń, przed jakimi stoi młoda i mała firma (takich jak stosunkowo niewielkie zasoby finansowe, małe możliwości zbudowania przewagi konkurencyjnej na prestiżowej marce lub unikatowości produktu, słabe możliwości imitowania zachowań konkurentów), jej sukces rynkowy determinowany jest w znacznym stopniu zdolnością do kreowania i umiejętnego wykorzystania zasobów niematerialnych⁵, a w szczególności kapitału ludzkiego.

W niniejszym opracowaniu przedstawiono wybrane elementy charakteryzujące kapitał intelektualny firm będących w fazie startu. W tym celu wykorzystano wyniki badania grupy 100 podmiotów spełniających kryteria firm start-up; badanie to stanowi element szerszej zakrojonych analiz⁶. Dobór próby badawczej miał charakter celowy: do badań zakwalifikowano te podmioty z populacji start-

² Raport o stanie sektora małych i średnich firm w Polsce 2011. PARP, Warszawa 2011, s. 96.

³ Warunki powstania i działania oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw powstałych w latach 2006-2010. GUS, Warszawa 2012, s. 46.

⁴ K. Ćwik: Zachowania strategiczne małych przedsiębiorstw i ich uwarunkowania w aspekcie teoretycznym. W: Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw. Red. S. Lachiewicz, M. Matejun. Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2011, s. 35-36.

⁵ B. Plawgo, J. Kornacki: Wykształcenie pracowników a pozycja konkurencyjna przedsiębiorstw. Raport. PARP, Warszawa 2010, s. 7.

⁶ Badania stanowiły element kompleksowej analizy rozwiązań systemowych w zakresie inżynierii finansowania polskich przedsiębiorstw znajdujących się we wczesnych fazach rozwoju, w ramach projektu NCN: Nowoczesna inżynieria finansowa firm start up-screening fazy inicjacyjnej w Polsce, realizowanego przez zespół pracowników Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu w Szczecinie. Badaniem (na podstawie kwestionariusza ankiety) objęto lata 2009-2010; przeprowadzono je w lipcu i sierpniu 2012 r.

-up, które korzystają z zewnętrznego finansowania (i w tym sensie są uczestnikami obrotu na polskim rynku funduszy Private Equity – PE) oraz które prowadzą standardową sprawozdawczość finansową. Celem badania tak zdefiniowanej grupy firm było zidentyfikowanie podstawowych właściwości kapitału intelektualnego, w celu wskazania potencjału rozwojowego i efektywnościowego firm we wczesnych stadiach rozwoju.

1. Firma w fazie startu

W teorii ekonomii i zarządzania do opisu rozwoju przedsiębiorstw stosuje się wiele modeli i podejść, w tym tzw. fazowe modele cyklu życia organizacji⁷. Wyróżnia się w nich etapy, które kolejno przechodzą tworzące się i rozwijające się lub zanikające przedsiębiorstwa. Mimo odmiennej terminologii stosowanej w poszczególnych modelach cyklu życia organizacji, ich autorzy wymieniają okres przedzałożycielski i tzw. fazę startową⁸. Jest to bardzo ważne stadium dla dalszego funkcjonowania firmy, z którym wiąże się wiele decyzji o strategicznym znaczeniu dla następnych etapów rozwoju biznesu.

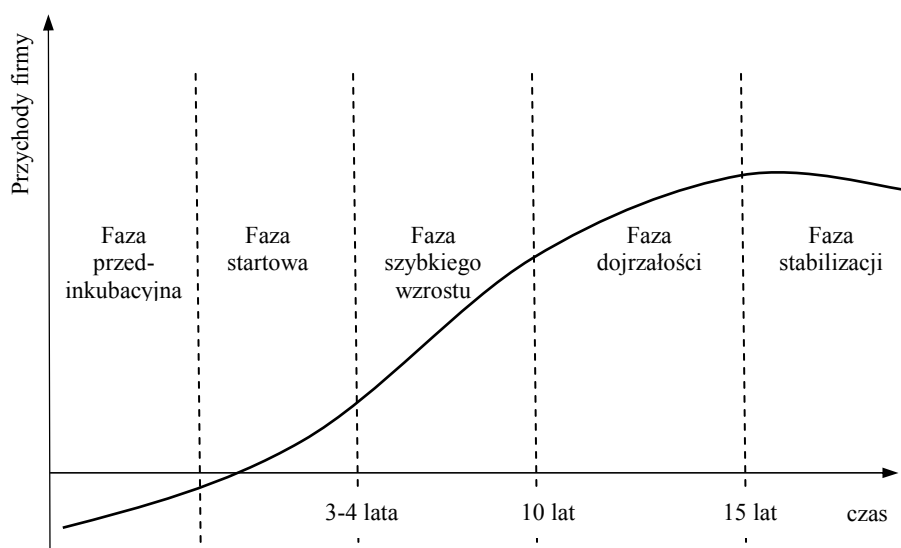
Faza startowa zazwyczaj obejmuje czynności związane z zorganizowaniem nowego podmiotu gospodarczego, wyodrębnionego pod względem prawnym, organizacyjnym i ekonomicznym, przez osobę lub osoby, które do tej pory nie były przedsiębiorcami. Jest procesem podejmowania podstawowych decyzji dotyczących rodzaju i celów działalności gospodarczej, jej formy organizacyjno-prawnej, lokalizacji oraz rodzaju i wielkości zaangażowanych zasobów. W tak rozumianej fazie początkowej następuje określenie strategicznych ram, w jakich odbywa się działalność przedsiębiorstwa, zarówno na wczesnym etapie, jak i w dalszej fazie cyklu życia. Dochodzi do kreacji pomysłu na biznes oraz do jego wdrożenia, czyli doprowadzenia do zarejestrowania pierwszych obrotów ze sprzedaży.

Podstawowe ilościowe parametry charakteryzujące firmy w fazie startowej i kolejnych przedstawiono na rys. 1. Obejmują one takie ekonomiczne właściwości przedsiębiorstw, jak generowane obroty i źródła finansowania, wielkość

⁷ Przykładowo: model wzrostu organizacji według L.E. Greinera, model rozwoju małych i średnich firm według N. Churchilla i V. Levis, model (barier) rozwoju organizacji według D. Falensteina i D. Schwartz, model cyklu życia R.E. Quinna i K. Camerona. Szerzej zob. Zarządzanie rozwojem małych..., op. cit.

⁸ J.E. Wasilczuk: Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw. Aspekty teoretyczne i badania empiryczne. Politechnika Gdańska, Gdańsk 2005, s. 17.

zatrudnienia, a także typ podmiotu zarządzającego. Pozwalają na sformułowanie uogólnienia, iż przedsiębiorstwo w fazie startowej istnieje relatywnie krótko (mniej niż 3 lata) i zazwyczaj jest finansowane z kapitałów własnych założyciela i jego rodziny; często nie osiąga jeszcze progu rentowności, a pod względem przychodu i wielkości zatrudnienia kwalifikuje się do kategorii firm małych.



Parametry:

Źródła finansowania:	Założyciel, rodzina, Business Angels	Venture Capital Private Equity	Publiczna emisja
Przychód:	0-5 mln \$	5-15 mln \$	15-25 mln \$ i więcej
Zatrudnienie:	0-20-25 pracow.	25-75 pracow.	75-100 prac. i więcej
Zarządzanie:	właściciel	menedżer	menedżerowie

Rys. 1. Krytyczne elementy zmian w procesie rozwoju przedsiębiorstwa

Źródło: C.K. Volkmann, K.O. Tokorski, M. Grunhagen: *Entrepreneurship in a European Perspective: Concepts for the Creation and Growth of New Ventures*. Gabler Verlag, Berlin 2010, s. 246.

W literaturze wymienia się następujące cechy jakościowe opisujące firmy w początkowym stadium rozwoju:

- powstanie i wzrost organizacji możliwy dzięki innowacyjności i kreatywności właściciela (przedsiębiorcy),
- osobiste zaangażowanie właściciela; przedsiębiorca koncentruje się bardziej na aspektach technicznych, aniżeli na problematyce organizacji i zarządzania,

- główny cel: zaistnienie na rynku (pozyskanie i utrzymanie klientów); nastawienie na strategię szybkiego wykorzystywania pojawiających się szans,
- struktura w znacznym stopniu nieformalna; szybkie tempo zmian organizacyjnych – adaptacja firmy do wymagań wszystkich stakeholders; stymulowanie zachowań przedsiębiorczych,
- szybkie uczenie się przedsiębiorstwa, nabywanie wiedzy i nowych umiejętności; podmiot potencjalnie: innowacyjny i kreatywny, zdolny do zmian i adaptacyjny, uczący się⁹.

Wymienione czynniki w przeważającej części składają się na kapitał intelektualny i stanowią ten obszar, w którym należy upatrywać szans na szybki rozwój młodego przedsiębiorstwa. Wiedza na jego temat przekłada się na informację o wartości firmy oraz przyszłej efektywności jej działań, co zwiększa możliwości pozyskania inwestorów i kapitału.

2. Kapitał intelektualny firm w fazie start-up – problemy pomiaru

Koncepcja kapitału intelektualnego wyrosła na gruncie badań nad wartością rynkową przedsiębiorstw. Mimo iż kapitał ten stał się niekwestionowanym źródłem wartości rynkowej firm i zasadniczym źródłem ich konkurencyjności, na gruncie nauki istnieją rozbieżności w definiowaniu jego istoty oraz struktury. W najszerszym ujęciu traktuje się kapitał intelektualny jako kombinację (wszelkich) niematerialnych aktywów organizacji, które umożliwiają jej funkcjonowanie, a odpowiednie ich wykorzystywanie podnosi wartość przedsiębiorstwa¹⁰. Tym samym przyjmuje się, że kapitał intelektualny jest częścią pomiędzy wartością księgową i rynkową przedsiębiorstwa.

Kapitał intelektualny powstaje jako skutek powiązań zachodzących pomiędzy poszczególnymi elementami go tworzącymi. Nie wchodząc szczegółowo w toczącą się na gruncie nauki dyskusję na temat struktury kapitału intelektualnego można przyjąć uniwersalne podejście, zgodnie z którym na kapitał intelektualny przedsiębiorstwa składają się:

- kapitał ludzki – kojarzony z kompetencjami zawodowymi i społecznymi, zaangażowaniem i motywacją, wnoszonymi przez ludzi do organizacji,

⁹ D. Stokes, N. Wilson: *Small Business Management and Entrepreneurship*. Cengage Learning EMEA, 2010, s. 255.

¹⁰ E. Głuszek: *Zarządzanie zasobami niematerialnymi przedsiębiorstwa*. AE, Wrocław 2004, s. 65. Wśród badaczy i instytucji, którzy mieli największy wkład w rozwój koncepcji kapitału intelektualnego znajdują się m.in. T.A. Stewart, L. Edvinsson, K.E. Sveiby, J. Roos i G. Roos.

- kapitał relacyjny, czyli całokształt stosunków przedsiębiorstwa z klientami, z odbiorcami ich produktów, ich lojalność, wrażliwość na ceny, czas współpracy,
- kapitał innowacyjny – dotyczy umiejętności tworzenia, odnowy, ale i skutków innowacji w formie chronionych praw handlowych, a także własności intelektualnej oraz innych aktywów niematerialnych dzięki którym można stworzyć i wprowadzić na rynek innowacyjne produkty i usługi,
- kapitał procesów – określa funkcjonujące w organizacji mechanizmy, wykorzystywane przy realizacji procesów biznesowych.

Efektywne zarządzanie kapitałem intelektualnym wymaga jego skutecznego pomiaru. Mimo iż badacze kapitału intelektualnego organizacji starają się wypracować uniwersalną metodologię umożliwiającą jego oszacowanie, do tej pory nie stworzono powszechnie akceptowanych standardów i metod pomiaru¹¹. Brak zestandaryzowanego systemu pomiaru aktywów niematerialnych wiąże się ze szczególnymi cechami kapitału intelektualnego, które sprawiają, że kapitał intelektualny z zasady nie jest mierzalny „wprost”, lecz jest analizowany na podstawie pewnych symptomów. W przypadku firm w początkowej fazie rozwoju, powyższe trudności zostają wzmocnione przez:

- krótki okres działania firm w fazie start-up,
- brak możliwości odwołania się do rynku i ograniczone możliwości posługiwania się informacjami finansowymi,
- wielkość i organizację działalności (zazwyczaj małe, niesformalizowane firmy).

Szczególną cechą firm w fazie start-up jest ich konkretny spersonalizowany charakter, który dotyczy nie tylko relacji z klientem zewnętrznym, lecz również w odniesieniu do pracowników. Sprawne i skuteczne działanie firm wymaga tworzenia i podtrzymywania więzi, zaufania, lojalności, wzajemnego poszanowania itp. W początkowej fazie rozwoju firmy, założycielski kapitał ludzki (umiejętności i wiedza przedsiębiorcy, sieci kontaktów itp.) odgrywają zasadniczą rolę dla przetrwania i funkcjonowania. W miarę wzrostu firmy, najważniejsze stają się dobór i efektywna integracja dodatkowych talentów w osobach pozyskanych pracowników. W startowej fazie organizowania działalności role założycielskie i zarządcze zazwyczaj pokrywają się, i mają charakter nieformalny. W miarę wzrostu organizacji i upływu czasu, zwiększa się także niepewność

¹¹ Zob. m.in. D. Dobija: Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa. WSPiZ im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2003; Kapitał intelektualny podstawą konkurencyjności przedsiębiorstwa: komparacja podejść. Red. J.S. Kardas. Akademia Podlaska, Siedlce 2008; P. Wiśniewski: Nowoczesne metody wyceny aktywów niematerialnych – teoria i praktyka światowa. Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów. SGH, Warszawa 2009, z. 93.

związana z podziałem kompetencji i odpowiedzialności w firmie. Takie dziedziny, jak proces podejmowania decyzji, typ kierowania przedsiębiorstwem, podział pracy, obieg informacji i sposób ich wykorzystania, formalizacja i instytucjonalizacja zachowań pracowniczych – są pochodną kompetencji założycieli firmy i ich decyzji dotyczących ewentualnej strukturyzacji i formalizacji firmy. Określają zdolności młodej firmy i decydują o jej konkurencyjności, kreując jej innowacyjność, elastyczność i szybkość reakcji¹².

3. Wybrane cechy kapitału intelektualnego młodych firm w Polsce – wyniki badań

Badaniem objęto młode firmy z różnych branż, które pozyskały kapitał na rynku Private Equity. Zainteresowanie inwestora zewnętrznego finansowaniem danego przedsięwzięcia biznesowego wiąże się z wysokim potencjałem jego wzrostu (skutkującym wysoką stopą zwrotu z inwestycji). Źródłem wzrostu najczęściej jest kapitał intelektualny. Przeprowadzenie badań dotyczących tworzenia i stanu kapitału intelektualnego firm typu start-up nie było łatwe, złożyła się na to specyfika funkcjonowania tych firm oraz trudności w identyfikowaniu przez badane firmy elementów tego kapitału.

Badane firmy to w dużej części firmy małe; 86% funkcjonowało na rynku krócej niż 2 lata. Właściciele badanych firm to głównie ludzie młodzi: 49% z nich to osoby, które nie skończyły jeszcze 35 lat. 97% właścicieli badanych firm posiada wykształcenie wyższe, głównie techniczne (64% badanych) i ekonomiczne (27%). Powyższe dane wskazują na wysoki potencjał intelektualny założycieli, a w konsekwencji na wysoką skuteczność nowych firm (jak wskazano wcześniej, potencjał rozwojowy młodej firmy determinowany jest indywidualnym kapitałem intelektualnym właściciela-menedżera).

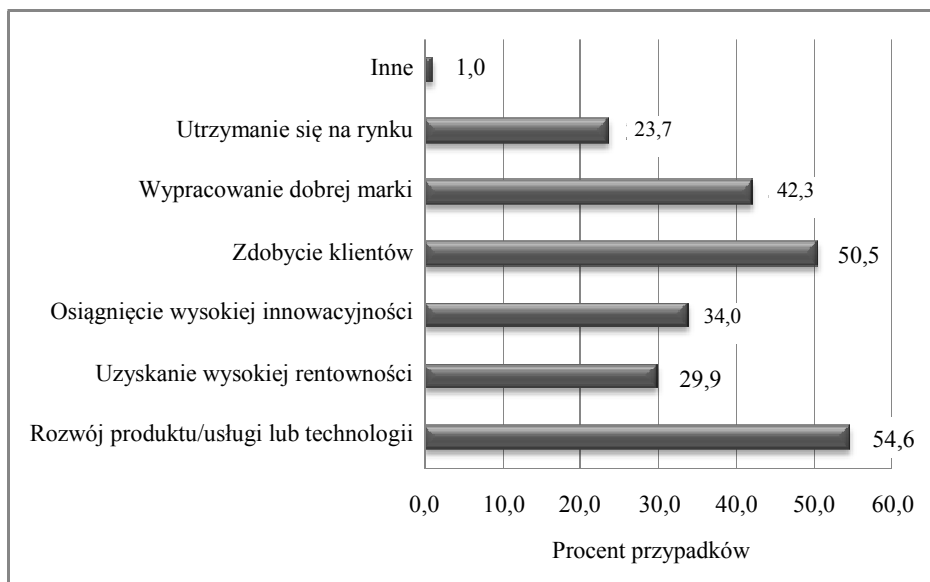
Przyjęto, iż przedsiębiorca – świadomy ważności kapitału intelektualnego dla wzrostu wartości swojej firmy – wśród celów przedsiębiorstwa umieści także cele dotyczące podniesienia efektywności składowych kapitału intelektualnego. Dane prezentowane na wykresie 1 potwierdzają, iż w początkowej fazie rozwoju firm ich właściciele w mniejszym stopniu koncentrują się na rentowności ekonomicznej, natomiast w większym stopniu dążą do osiągnięcia wysokiej wartości kapitału rynkowego (zdobycie klientów), a także innowacyjności i kapitału organizacyjnego¹³.

¹² U. Brixy, J. Hessels: Human Capital and Start-up Success of Nascent Entrepreneurs. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs. EIM Research Report, 2010, s. 7.

¹³ Firmy mogły wskazać więcej niż jedną odpowiedź w kafeterii pytania kwestionariuszowego.

Wykres 1

Cele stawiane przez właścicieli start-up wobec swojej firmy



Badani właściciele i menedżerowie młodych firm mieli także zidentyfikować zasoby istotne z punktu widzenia ich wpływu na rozwój firmy. Wedle nich, największą przeszkodą w rozwoju młodego przedsiębiorstwa jest brak dostępu do źródeł finansowania (tak wskazało 40,1% firm). Ale wśród determinant sukcesu przedsiębiorcy wskazują takie składowe kapitału intelektualnego, jak oryginalny pomysł na biznes (56,6%), wiedza, umiejętności i talenty pracowników (50%) oraz reputacja firmy (48,7%).

Projekcji stanu aktywów niematerialnych firm w fazie start-up dokonano przy użyciu wybranych, przyjętych w literaturze wskaźników. Ich listę oraz uzyskane w badaniu wartości, w podziale na poszczególne składowe kapitału intelektualnego, prezentuje tabela 1.

Tabela 1

Wybrane wskaźniki kapitału intelektualnego badanych firm
w fazie startowej (N = 100)

Wyszczególnienie	2009		2010	
	Średnia	Mediana	Średnia	Mediana
1	2	3	4	5
Kapitał ludzki				
Średni stan zatrudnienia (w przeliczeniu na pełne etaty)	27,9	8,5	31,6	12,5
Udział kobiet w zatrudnieniu (%)	21,2	10,0	24,3	20,0
Średni wiek zatrudnionych	24,5	29,0	27,7	30,0
Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto (PLN)	2387,5	2825,0	2981,4	3400,0
Średni staż zawodowy (liczba lat w branży)	4,4	4,0	5,2	5,0
Średni staż zawodowy pracownika w przedsiębiorstwie (liczba lat)	2,3	2,0	2,74	2,0
Liczba pracowników z wyższym wykształceniem (na koniec roku)	17,8	6,0	19,2	8,0
Wielkość wydatków na szkolenia ogółem (PLN)	54100,9	700,0	59061,4	1300,0
Liczba pracowników delegowanych na szkolenia	8,8	2,0	12,3	2,0
Liczba przeprowadzonych szkoleń wewnętrznych	4,5	1,5	5,7	2,0
Średnia liczba godzin szkoleniowych na 1 pracownika w roku	13,9	9,0	16,5	12,5
Liczba nowo zatrudnionych pracowników	10,1	4,0	6,5	3,0
Pracownicy w kluczowych kompetencjach (% zatrudnionych)	38,7	40,0	42,6	50,0
Kapitał innowacyjny				
Wielkość wydatków na badania i rozwój do kosztów ogółem (%)	8,2	1,5	7,3	1,0
Liczba posiadanych praw własności	7,8	0,5	11,3	2,0
Liczba aplikacji patentowych	0,9	0,0	0,8	0,0
Liczba posiadanych patentów	1,0	0,0	1,3	0,0
Liczba nieopatentowanych innowacji	4,6	0,0	4,3	1,0
Kapitał relacyjny				
Udział w rynku (%)	2,4	1,0	2,9	1,0
Liczba aliansów (porozumień o współpracy)	70,7	5,0	75,5	10,0
Liczba wejść na stronę internetową firmy	504577,4	2050,0	714922,9	5000,0
Liczba klientów (w bazie)	41429,8	80,0	51878,9	180,0
Średni miesięczny wzrost liczby klientów (%)	3,06	1,0	5,3	2,0

cd. tabeli 1

1	2	3	4	5
Kapitał procesów				
Korzystanie z wiedzy inwestora – średnia miesięczna ilość godzin wspólnych warsztatów, spotkań itp.	5,8	1,0	8,3	3,0
Liczba opisanych procesów zarządczych (regulaminy procedury itp.)	3,9	2,0	4,6	3,0
Liczba realizowanych projektów (w toku) związanych z nowymi produktami, technologią produkcji itp.	3,8	2,0	6,2	2,0
Wydatki na technologie informatyczne (PLN)	63448,7	10000,0	84155,5	17500,0

Badane podmioty charakteryzuje wysoki poziom zaufania do własnego potencjału intelektualnego. Wyraża się ono m.in. tym, iż zazwyczaj nie oczekują od inwestora zewnętrznego – poza kapitałem finansowym – innych form wsparcia (takich jak bezpośrednie zaangażowanie w finansowany projekt, dzielenie się doświadczeniem biznesowym i kontaktami, zapewnienie wsparcia prawnego i organizacyjnego itp.). W rezultacie, kontakty z inwestorem mające konsultingowy charakter są sporadyczne. Być może relatywnie słaby transfer wiedzy pomiędzy inwestorem a firmą start up jest jedną z przyczyn niskich wartości podstawowych wskaźników kapitału innowacyjnego.

Przebieg badania i uzyskane obserwacje potwierdzają także, iż badane firmy charakteryzuje opisany w literaturze model biznesu typowy dla młodej firmy: decyzje i działania o charakterze doraźnym, krótkookresowym podejmowane najczęściej jednoosobowo przez właściciela pod wpływem pojawiających się okazji lub zagrożeń, duża koncentracja na realizowanych zadaniach, relatywnie niski poziom sformalizowania procesów biznesowych i relacji interpersonalnych.

Trudno jest jednoznacznie ocenić jakość kapitału ludzkiego w badanych firmach start up. Połowa z nich to firmy małe, zatrudniające mniej niż 9 pracowników. Podobnie jak właściciele lub kadra zarządzająca, pracownicy są stosunkowo młodzi, o krótkim stażu zawodowym (4-5 lat); połowa z nich posiada staż pracy w badanych firmach krótszy niż dwa lata. Większość pracowników posiada wyższe wykształcenie, a badane firmy start up dbają o ich dalszy rozwój.

Podsumowanie

Wielowymiarowość i jakościowy charakter poszczególnych składników kapitału intelektualnego utrudniają jego jednoznaczny pomiar, co znalazło odzwierciedlenie w uzyskanych wynikach badań. Wskazują one na znaczne różnice w wartościach podstawowych wskaźników kapitału intelektualnego badanych firm, a także znaczne rozbieżności pomiędzy dostrzeganiem a występowaniem jego poszczególnych elementów. Zaobserwowany rozdźwięk między deklaracjami właścicieli i kadr zarządzających badanych firm (duże znaczenie zasobów niematerialnych dla rozwoju swojej firmy) a ich zdolnością do zabezpieczenia kapitału intelektualnego wskazuje na braki w świadomym zarządzaniu kapitałem intelektualnym.

INTELLECTUAL CAPITAL OF POLISH COMPANIES IN START-UP PHASE – SELECTED PROBLEMS

Summary

The purpose of this article is to present the basic features of the intellectual capital of Polish companies in the early stages of development, based on the results of research. Firms in the start up phase, aiming to achieve market success, as a barrier to their development usually indicate difficulties in obtaining financial capital. Meanwhile, success of taking activities depends largely on the firm's intangible capital, and the ability of its use.