



## Melania Bąk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki  
Katedra Finansów i Rachunkowości  
melania.bak@ue.wroc.pl

# WARTOŚĆ FIRMY JAKO SKŁADNIK MAJĄTKU UJAWNIANEGO I NIEUJAWNIANEGO – ROZWAŻANIA O ISTOCIE, KLASYFIKACJI I ZNACZENIU

**Streszczenie:** Różnorodne podejścia do wartości firmy w teorii i praktyce wpływają na: bogactwo klasyfikacji, relacje z rachunkowością (ujawniana, nieujawniana) oraz wartość bilansową i/lub rynkową przedsiębiorstwa. Na podstawie analizy literatury i przeprowadzonych rozważań w ujęciach naukowym i praktycznym można stwierdzić, że niewralgiczne kwestie dotyczące wartości firmy obejmują m.in.: zakres przedmiotowy, wyselekcjonowanie optymalnego zbioru czynników kreujących, metody wyceny i formy ujawniania oraz możliwości manipulowania bilansową i rynkową wartością przedsiębiorstwa. Nabyta wartość firmy (dodatnia, ujemna) kształtuje bilansową wartość przedsiębiorstwa, stąd jej prezentacja, ujawnianie i rozliczanie reguluje prawo bilansowe. Wewnętrzna wartość firmy stanowi o sile i pozycji przedsiębiorstwa na rynku, a także jest składnikiem kreującym rynkową wartość przedsiębiorstwa.

**Słowa kluczowe:** wartość firmy, klasyfikacja, składnik ujawniany, składnik nieujawniany.

## Wprowadzenie

Chociaż na temat wartości firmy powstało już wiele pozycji literaturowych, wciąż jest to zagadnienie nie do końca poznane, wymagające wnikliwego studiowania<sup>1</sup>. Wartość firmy jest różnie klasyfikowana i interpretowana z punktu widzenia prawa, ekonomii i rachunkowości. Na pytanie „co to jest wartość firmy?” nie ma jednoznacznej odpowiedzi; funkcjonuje wiele podejść do interpre-

<sup>1</sup> Artykuł stanowi głos w dyskusji nad wybranymi zagadnieniami dotyczącymi wartości firmy.

tacji jej istoty. Rozumienie wartości firmy ewoluuje wraz z rozwojem ludzkości – inaczej określano wartość firmy w warunkach powstającej gospodarki rynkowej, a nieco inaczej w gospodarce opartej na wiedzy i w dobie globalizacji. Początkowe interpretacje wartości firmy opierały się na budowaniu trwałych relacji z klientami, następnie wartości reputacji, a obecnie stanowią rozbudowany pakiet czynników ją kształtujących – mikro- i makroekonomicznych oraz procedury wyliczenia i rozliczenia.

Celem artykułu jest wskazanie różnych podejść do wartości firmy i konsekwencji z nich wynikających, które przejawiają się w określeniu istoty, klasyfikacji, znaczenia oraz stosunku rachunkowości do wartości firmy. Szczególnej uwagi wymagają dwa wiodące nurty wobec wartości firmy z punktu widzenia współczesnej rachunkowości – ujawnianej i nieujawnianej. W artykule zastosowano analizę literatury przedmiotu oraz rozważania autorki w ujęciach naukowym i praktycznym, oparte na metodzie dedukcji.

## 1. Różnorodność podejść do wartości firmy

Wartość firmy jest uznawana za najbardziej kontrowersyjną pozycję majątku przedsiębiorstwa. Jest różnie interpretowana, ma swoich zwolenników oraz przeciwników i wciąż nie jest ostatecznie zgłębiona. Wartość firmy jest postrzegana zarówno jako efekt pozytywnych działań przedsiębiorstwa na rynku, jak i jako powstała nadwyżka przy przejęciu przedsiębiorstwa nad wartością ich aktywów netto. Wielość oraz niejednorodność poglądów na temat wartości firmy zestawiono w tab. 1.

**Tabela 1.** Wartość firmy – różne poglądy

Autor/źródło	Interpretacja wartości firmy
1	2
Opinie sądów angielskich z XIX wieku w pozycji A. Kameli-Sowińskiej (1996)	1) relacje między klientem i jego przyzwyczajeniami a firmą, 2) jest to każda możliwa do uzyskania przewaga na rynku przez daną firmę nad swymi konkurentami, która zostaje osiągnięta z tytułu prowadzonej przez nią działalności
Accounting Principles Board, Opinion No. 17, <i>Intangible Assets</i> , AICPA, New York (1970)	Jest to suma wszystkich specjalnych korzyści odnoszących się do przedsiębiorstwa, których nie można w inny sposób zidentyfikować. Zawiera: dobre imię, zdolny zarząd i personel, reputację, korzyści lokalizacyjne
Majątek przedsiębiorstwa – klasyfikacja bilansowa	Element wartości niematerialnych i prawnych, składnik aktywów, majątku w ujęciu rzeczowym

cd. tabeli 1

1	2
Ustawa o rachunkowości (polityka rachunkowości)	Interpretowana jako różnica między ceną nabycia innej jednostki lub jej zorganizowanej części a wartością godziwą przejętych aktywów netto. Jeśli nabywca jest skłonny zapłacić za dane przedsiębiorstwo więcej niż wartość godziwa nabywanych składników majątkowych, to powstała nadwyżkę określa się jako wartość firmy
Teoria rachunkowości – trzy koncepcje według E.A. Hendriksena i M.F. van Bredy (2002)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) wartość firmy jako wartość składników niematerialnych przypisanych jednostce gospodarczej, które nie są wykazywane jako aktywa, ale tłumaczą występowanie wartości firmy, która wynika z przychylnych postaw wobec firmy (np. dobre relacje z klientami, reputacja);</li> <li>2) wartość firmy jako bieżąca (zdyskontowana) wartość nadwyżki szacowanych przyszłych zysków ponad sumę normalnego zwrotu na inwestycji, która nie obejmuje wartości firmy;</li> <li>3) wartość firmy jako nadwyżka wartości nabytego przedsiębiorstwa (lub nabytych w nim udziałów kapitałowych) ponad sumę wartości jego identyfikowalnych materialnych i niematerialnych aktywów netto</li> </ol>
A. Kamela-Sowińska (1996)	Składnik majątku o charakterze niematerialnym, niezależny od kosztów jej wytworzenia, przypisany przedsiębiorstwu działającemu na zasadzie kontynuacji, poza którym nie wstępuje w sposób samoistny
E.I. Szczepankiewicz (2012)	Jest to przykład ukrywanych i ujawnianych wartości niematerialnych i prawnych w sprawozdaniach finansowych. Obejmuje wiele składników niematerialnych, niedających się samodzielnie wycenić, ale możliwych do zidentyfikowania oraz funkcjonujących niezależnie od innych aktywów jednostki
I. Gritffiths (1995)	Za powstanie wartości firmy odpowiedzialna jest metoda bilansowa i zasada podwójnego księgowania. Jest sztucznym czynnikiem, stworzonym dla wygody księgowych w związku z transakcjami przejęć. Wartość firmy to konto (pozycja) pozwalające na zbilansowanie operacji gospodarczej
R. Ignatowski (1995)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) całościowa miara nieewidencjonowanych aktywów, takich jak oddani dostawcy, dominująca pozycja na rynku;</li> <li>2) „samoistna wartość towarzysząca” reprezentująca nadwyżkę wartości powiązanych ze sobą aktywów w ramach jednego podmiotu ponad sumę ich indywidualnych wartości;</li> <li>3) skutek niedoszacowania wartości aktywów (wynikający np. z różnicy między ceną użytkową a ceną rynkową)</li> </ol>

cd. tabeli 1

1	2
M. Cieciora (2012)	1) podejście organizacyjne – określane jako korzyść ekonomiczna, którą charakteryzuje się przedsiębiorstwo w stosunku do nowego, nie istnieje w oderwaniu od przedsiębiorstwa; 2) podejście marketingowe – możliwa do uzyskania na rynku przewaga danego przedsiębiorstwa nad swoimi konkurentami, osiągnięta dzięki prowadzonej działalności; korzyści wynikające z dobrej reputacji wśród klientów; 3) podejście dochodowe – osiągnięte korzyści, zdobyte przez przedsiębiorstwo w toku prowadzonej działalności; zdolność firmy do osiągnięcia zysków większych niż przeciętne w branży; 4) podejście majątkowe – nadwyżka wartości przedsiębiorstwa jako całości nad sumą poszczególnych składników materialnych i niematerialnych (dających się zidentyfikować)
A. Kamela-Sowińska (1996)	Jest to skutek współczesnych procesów gospodarczych, w których przedmiotem obrotu jest przedsiębiorstwo
M. Marcinkowska (2006)	Wewnętrznie generowana wartość firmy to nadwyżka wartości rynkowej przedsiębiorstwa ponad jego wartość księgową
R. Ignatowski (1996)	Jest odzwierciedleniem powiązań kapitałowych w rachunkowości przy zastosowaniu metody nabycia

Źródło: Na podstawie: [Accounting Principles Board, 1970; Griffiths, 1995, s. 161; Ignatowski, 1995, s. 83-85; 1996, s. 55; Kamela-Sowińska, 1996, s. 9, 31, 48; Hendriksen i Breda, 2002, s. 635-637; Marcinkowska, 2006, s. 193; Cieciora, 2012, s. 51; Szczepankiewicz, 2012, s. 47].

Źródłami wartości firmy są: wartość z synergii wypracowana jako całość większych korzyści ekonomicznych niż poprzez pojedyncze elementy, niedoszacowana wartość aktywów materialnych i niematerialnych (np. zaniżona wycena bilansowa lub niewykazanie składnika aktywów), czynnik ludzki (np. kwalifikacje pracowników), czynnik rynkowy (np. reklama), czynnik technologiczny (np. jakość), czynnik społeczny (np. relacje z pracownikami) [Strojek-Filus, 2013, s. 20]. Wielowątkowość tych źródeł przyczynia się do złożonej istoty wartości firmy.

J. Canning [1929, s. 42] jako jeden z pierwszych podał w wątpliwość, czy wartość firmy jest w ogóle składnikiem aktywów w klasycznym znaczeniu. Wartość firmy nazwał „kontem głównym wyceny”, ponieważ wartość firmy powinna się wiązać ze wszystkimi aktywami uczestniczącymi w zwiększaniu przyszłych korzyści ekonomicznych przedsiębiorstwa. I tak, korzystna lokalizacja (wpływająca na wartość firmy) jest połączona z aktywami (np. gruntem i budynkami), a reputacja jest zależna od nazwy i znaków handlowych. Wszystkie aktywa mają wartość dla firmy i powinny partycypować w generowaniu strumienia przyszłych zysków i przepływów środków pieniężnych, a nie tylko wartość firmy. Im więcej aktywów zostanie zidentyfikowanych, tym mniejsza

będzie wartość firmy. W ostateczności wartość firmy zanika, a zastępują ją niezidentyfikowane aktywa materialne i niematerialne. Zgodnie z tym poglądem wartość firmy jest wartością, której nie można przypisać do poszczególnych aktywów. Jako samoistna pozycja nie ma znaczenia, nie wiąże się z żadnymi szczególnymi cechami niezależnymi od aktywów niematerialnych.

Analizując różne podejścia do wartości firmy, można rozważać ich zasadność i zgodność z nadrzędnym celem rachunkowości – tworzeniem oraz dostarczeniem informacji o prawdziwym i rzetelnym obrazie sytuacji majątkowej i finansowej jednostki gospodarczej. Jednoznaczny wybór podejścia do wartości firmy z perspektywy rachunkowości nie jest łatwy ze względu na to, że każdy z członów rachunkowości (teoria, praktyka, polityka) odnosi się do wartości firmy w różnym stopniu i ma wobec niej inne oczekiwania (np. praktyka ma wypełnić lukę informacyjną między wartością bilansową a rynkową przedsiębiorstwa).

Różnorodność podejść do wartości firmy skłania do opracowania zestawu klasyfikacji wartości firmy, co zostało zaprezentowane w tab. 2. Niektóre z wyróżnionych rodzajów wartości firmy są przeciwieństwem w swojej istocie (np. nabyta i wytworzona wartość firmy), a inne tożsame lub stanowią uzupełnienie (np. konsolidacyjna wartość firmy jest też nabytą wartością firmy).

**Tabela 2.** Klasyfikacja wartości firmy według różnych kryteriów

Kryterium	Klasyfikacja wartości firmy		
	Sposób pozyskania	wartość firmy nabyta	
Uregulowania prawne	wartość firmy bilansowa		wartość firmy podatkowa
Rodzaje nabytej wartości firmy*	personalna wartość firmy	wartość firmy ze zbioru aktywów	wartość firmy z konsolidacji
Rodzaj sprawozdania finansowego	wartość firmy jednostki gospodarczej sporządzającej sprawozdanie finansowe		wartość firmy grupy kapitałowej sporządzającej skonsolidowane sprawozdanie finansowe**
Rodzaj transakcji	wartość firmy nabyta		wartość firmy konsolidacyjna
Wielkość	wartość firmy dodatnia		wartość firmy ujemna
Związek z otoczeniem	zewnątrzna wartość firmy		wewnętrzna wartość firmy
Moment wyceny	początkowa wartość firmy		bilansowa wartość firmy
Charakter	wartość firmy odtworzeniowa		wartość firmy twórcza
Związek z systemem rachunkowości	ujawniana		nieujawniana
Składnik majątku	aktywa trwałe: wartości niematerialne i prawne		aktywa niematerialne, niewidzialne

\* [Ignatowski, 1995, s. 103].

\*\* Szerzej na ten temat w pracach m.in. [Remlein, 2010, 2013].

Z punktu widzenia rachunkowości (rozumianej jako połączenie teorii, praktyki i polityki) najistotniejsze są: nabyta wartość firmy (ujawniana) oraz wytworzona wartość firmy (nieujawniana). Rozważając wybrane aspekty wartości firmy, warto zauważyć, że współczesna rachunkowość boryka się z wieloma wyzwaniem, dotyczącymi m.in. zasobów niematerialnych (aktywów niematerialnych/niewidzialnych i ich kapitału intelektualnego). W obecnej sytuacji wartość firmy można traktować jako „niedoskonały suplement zasobów niematerialnych”, który w przypadku nabytej wartości firmy jest najczęściej ogólną kwotą niewyrażającą szczegółów, ale mającą za zadanie realizację określonego celu – osiągnięcie korzyści ekonomicznych. Natomiast w przypadku wewnętrznie wytworzonej wartości firmy jest on przewidywaną rynkową wartością przedsiębiorstwa, na którą składają się indywidualne składniki decydujące o sile i jakości danego przedsiębiorstwa na rynku.

## **2. Wartość firmy jako ujawniany składnik majątku według prawa bilansowego**

Polityka rachunkowości reguluje prezentację i ujawnianie wartości firmy za pomocą obowiązującego prawa bilansowego w formie ustawy o rachunkowości oraz międzynarodowych standardów rachunkowości (MSR 38 i MSSF 3 [Rozporządzenie Komisji..., 2008])<sup>2</sup>. W myśl tych uregulowań wartość firmy powstaje w określonych warunkach – transakcji nabycia<sup>3</sup>. Wartość firmy odzwierciedla uznanie przez nabywcę wyższej wartości jednostki ponad sumę jej pojedynczych składników majątkowych. W założeniach wartość firmy jest traktowana jako długookresowa, szeroko rozumiana „inwestycja”, bowiem nabywca oczekuje, że w przyszłości osiągnie korzyści ekonomiczne z tytułu nabycia wartości firmy, a ukryte składniki w wartości firmy będą pracować na rynkową wartość przedsiębiorstwa. Ponadto podjęta decyzja przez nabywcę o dokonaniu takiej transakcji wpływa na kształtowanie pozytywnej opinii o nim i świadczy o realizacji strategii rozwoju przez przedsiębiorstwo oraz zapowiada korzystne dla niego zmiany w potencjale gospodarczym [Karmańska, 2009, s. 2].

---

<sup>2</sup> Zagadnienia przedstawione w artykule, analizowane na podstawie prawa bilansowego, dotyczą istoty i klasyfikacji wartości firmy jednostkowego sprawozdania finansowego.

<sup>3</sup> Wartość firmy może pojawić się, gdy dana jednostka nabywa przedsiębiorstwo (lub jego zorganizowaną część), z tym że nabycie przedsiębiorstwa należy rozumieć szeroko. Może ono nastąpić w wyniku: transakcji kupna-sprzedaży jako całości, połączenia przedsiębiorstw, wniesienia przedsiębiorstwa aportem do spółki handlowej, nabycia kontrolnego pakietu akcji spółki, przekazania przedsiębiorstwa do odpłatnego korzystania.

Wartość firmy reprezentuje korzyści, których nie da się szczegółowo zdiagnozować; trudno jej przypisać cechy charakterystyczne dla aktywów, takie jak identyfikowalność, odrębność i kontrola. Największym problemem, zarówno dla teoretyków, jak i praktyków, jest określenie struktury wartości firmy oraz powiązanie jej z innymi składnikami majątku. Wartość firmy najczęściej kojarzy się z korzyściami ekonomicznymi w przyszłości, ale nie zawsze one mogą wystąpić (np. na skutek utraty wartości i dokonywania odpisów aktualizujących), a część wartości firmy może stopniowo być przenoszona do innych pozycji bilansowych. Wartość firmy jako składnik ujawnianego majątku przedsiębiorstwa wpływa na jego wartość bilansową. W tab. 3 przedstawiono porównanie istoty (w tym klasyfikacji) wartości firmy dla wybranych cech według ustawy o rachunkowości i międzynarodowych standardów rachunkowości.

**Tabela 3.** Prawo bilansowe o istocie i klasyfikacji wartości firmy

Ustawa o Rachunkowości (UoR)	MSR 38 i MSSF 3
1	2
<b>Uwagi ogólne</b>	
Jest to wyróżniony składnik wśród wartości niematerialnych i prawnych	Odrębna pozycja w aktywach niematerialnych
Uboga informacja w UoR. Wyróżnia wartość firmy i ujemną wartość firmy (art. 33, ust. 4 UoR)	Wyróżnione standardy: MSR 38 „Aktywa niematerialne” MSSF 3 „Połączenia jednostek”
<b>Definicja i klasyfikacja</b>	
Brak definicji wartości firmy. Istota podobna do tej określonej w MSSF. Określona formuła ustalania wartości firmy: różnica między ceną nabycia określonej jednostki lub zorganizowanej jej części a niższą od niej wartością godziwą przejętych aktywów netto	Jest to składnik aktywów reprezentujący przyszłe korzyści ekonomiczne, powstający z aktywów nabytych w ramach połączenia gospodarczego, których nie można pojedynczo zidentyfikować ani osobno ująć
Brak definicji ujemnej wartości firmy. Określona procedura obliczenia: różnica pomiędzy ceną nabycia jednostki gospodarczej lub jej zorganizowanej części a wyższą od niej wartością godziwą przejętych aktywów netto. Część, która nie przewyższa wartości godziwej nabytych aktywów trwałych, z wyłączeniem długoterminowych aktywów finansowych notowanych na regulowanych rynkach, zalicza się do rozliczeń międzyokresowych przychodów przez okres będący średnią ważoną okresu ekonomicznej użyteczności nabytych i podlegających amortyzacji aktywów. Część, która przekracza wartość godziwą nabytych aktywów trwałych, z wyłączeniem długoterminowych aktywów finansowych notowanych na regulowanych rynkach, zalicza się do przychodów	W MSSF 3 nie występuje pojęcie ujemnej wartości firmy, ale opis jej powstania. Nie ma możliwości ujawniania w bilansie ujemnej wartości firmy. Jeżeli udział nabywcy w wartości godziwej aktywów, zobowiązań i zobowiązań warunkowych przewyższa koszt nabycia, to nabywca powinien jeszcze raz oszacować ustalone wartości godziwe oraz wycenę kosztów nabycia. Powstałą nadwyżkę po dokonaniu ponownego oszacowania należy odnieść na wynik okresu (w rachunek zysków i strat roku obrachunkowego), w którym nastąpiło nabycie

cd. tabeli 3

1	2
<b>Kryteria charakteryzujące i struktura</b>	
Wartość firmy (nabyta) musi spełniać kryteria wyróżnione dla aktywów, takie jak: identyfikowalność, sprawowanie kontroli, odrębność, możliwość osiągnięcia korzyści ekonomicznych. Czy kryterium identyfikowalności jest rzeczywiście spełnione dla wartości firmy, czy wykazanie jej nie jest „działaniem rachunkowo-bilansowym”? Dla poszczególnych składników aktywów jest wyróżniona ich struktura, dla wartości firmy nie jest ona określona	
Brak odniesienia do struktury wartości firmy	Wymienione są przykłady wewnętrznie wytworzonych aktywów niematerialnych, których nie można ujmować (nie są one elementami definicji): znak firmy, tytuły czasopism, tytuły wydawnicze, wykaz odbiorców, relacje z klientami, lojalność odbiorców. MSR 38 dostrzega rolę tych składników, mogących wchodzić w zakres wewnętrznej wartości firmy, ale zakazuje ich ujawniania
<b>Ujawnianie</b>	
Nie wspomina o wewnętrznej wartości firmy. Możliwość ujawniania pozycji „Koszty zakończonych prac rozwojowych”, wytwarzanej we własnym zakresie, ale po spełnieniu określonych warunków w UoR	Zakaz ujawniania wewnętrznej wartości firmy (§ 48 MSR 38). Wewnętrznie wytworzone aktywa niematerialne powstałe w wyniku prac rozwojowych mogą być ujawnione tylko po spełnieniu określonych warunków w MSR 38

Źródło: Na podstawie: [Ustawa o Rachunkowości, 1994; Rozporządzenie Komisji..., 2008].

Dodatnia wartość firmy odzwierciedla m.in. pozycję na rynku, posiadane tajemnice produkcyjne, dobrą organizację przejętej jednostki, co uzasadnia jej wycenę po cenie wyższej niż aktywa netto. Początkowa ocena zdolności nabytego przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części do osiągania korzyści ekonomicznych może ulegać zmianie (najczęściej *in minus*) w miarę wykorzystywania aktywów przejętej jednostki. Zmniejszenie użyteczności wartości firmy przyczynia się do ograniczenia korzyści ekonomicznych, co przejawia się w dokonywanym odpisie aktualizującym z tytułu utraty wartości, który może być instrumentem manipulowania wynikiem jednostki [Strojek-Filus, 2013, s. 171]. W przypadku nabytej wartości firmy uwaga zarządu/kierownictwa powinna być skierowana na analizę jej efektywności, która pozwala stwierdzić, czy nabycie było uzasadnione.

Ujemna wartość firmy<sup>4</sup> również jest uznawana za kontrowersyjną i jest wielkością pozostającą w sprzeczności z zasadami gospodarki rynkowej. Dla kupującego jest to tzw. okazja, zaś zachowanie sprzedającego może być przyjęte za nieuzasadnione, bowiem jeśli suma składników aktywów netto jest wyższa od ceny nabycia, to bardziej korzystna jest sprzedaż oddzielnych składników ma-

<sup>4</sup> W praktyce jej powstanie może świadczyć o błędach w identyfikacji i wycenie aktywów netto spółki przejmowanej (np. zawyżenie wartości aktywów lub zaniżenie zobowiązań).



jątków. Przyczyną sprzedaży przedsiębiorstwa za kwotę niższą od wartości jej aktywów netto może być np. ograniczona zdolność do kreowania zysków czy chęć zapewnienia przez określony czas miejsc pracy pomimo oczywistych przerostów zatrudnienia. Ujemna wartość firmy może być więc w określonych warunkach kreowana przez jednostki uczestniczące w procesie nabycia.

Oprócz wyróżnionych już problemów związanych z ujawnianą wartością firmy na uwagę zasługuje również nieufność interesariuszy w stosunku do informacji o wartości firmy (dla której istotna jest wycena aktywów w wartości godziwej, skłonnej do manipulowania wyceną) i jej struktury, najczęściej nieznaną analitycznie.

Uregulowania prawne odnoszą się również do nieujawnianej wartości firmy, wykluczając ją z zakresu majątku przedsiębiorstwa w ujęciu tradycyjnym. Według MSR 38 wartość firmy wytworzona przez jednostkę we własnym zakresie nie jest ujmowana jako składnik aktywów, ponieważ nie stanowi możliwego do zidentyfikowania zasobu (tzn. nie można go wyodrębnić, ani nie wynika z tytułów umownych lub innych tytułów prawnych), nad którym jednostka sprawuje kontrolę, i który może być wiarygodnie wyceniony w cenie nabycia lub koszcie wytworzenia. Zbieżne stanowisko w tej kwestii prezentuje również UoR.

### **3. Wartość firmy jako nieujawniany składnik majątku – wytworzona wartość firmy**

Nieujawniana wartość firmy w ewidencji księgowej i sprawozdawczości finansowej nazywana jest wewnętrzną wartością firmy. Jej syntetyczną prezentację, na którą składają się m.in. cechy charakterystyczne, czynniki kreujące, propozycja struktury i dylematy, zaprezentowano w tab. 4. Wśród przyczyn, które wpływają na wykluczenie wewnętrznej wartości firmy z zakresu ujawnianego majątku, można wyróżnić m.in.: brak interakcji systemu rachunkowości z otoczeniem w zakresie czynników rynkowych; niesprecyzowane zasady w polityce rachunkowości, określające np. kryteria klasyfikujące i metody wyceny; brak rozwiązań teoretycznych w kwestii aktywów niematerialnych/niewidzialnych.

**Tabela 4.** Wewnętrzna wartość firmy – ogólna prezentacja

Zakres prezentacji	Objaśnienia	
Charakterystyka	Charakter – niematerialny, indywidualny dla danego przedsiębiorstwa	
	Cechy wyróżniające – nieujawniana w rachunkowości, oparta na wiedzy, zależna od przedsiębiorstwa, powstaje w dłuższym czasie, stanowi źródło przewagi konkurencyjnej, wykorzystywana wielokierunkowo, różnorodność struktury, powiązana z majątkiem, współtworzące ją aktywa niematerialne/niewidzialne są ze sobą nierozzerwalnie związane, tworzy rynkową wartość przedsiębiorstwa	
	Pomiar – mierniki finansowe i niefinansowe, wartość godziwa jako koncepcja wyceny aktywów niewidzialnych	
	Struktura – indywidualnie skomponowany zestaw aktywów niematerialnych/niewidzialnych lub ich uniwersalny zestaw	
Czynniki kreujące – przykłady	Makroekonomiczne: rozwój gospodarki, popyt i podaż na rynku, rynek pracy, regulacje prawne, dostęp do zasobów/technologii, rynek kapitałowy, współpraca z jednostkami, działania inwestorów, alianse strategiczne	
	Mikroekonomiczne: wykwalifikowana kadra, relacje z klientami/kontrahentami, innowacyjność, marka, reputacja, bazy danych, wewnętrzna organizacja, prace badawcze	
Struktura: aktywa niematerialne/niewidzialne – propozycja*	Marka, relacje z klientami, kultura organizacyjna, innowacyjność, tożsamość, reputacja, wizerunek, pracownicy	
Ukryty bilans	Aktywa	Pasywa
	Aktywa niematerialne/niewidzialne (tworzą wewnętrzną wartość firmy)**	Kapitał intelektualny
	Informacje retrospektywne i prospektywne, finansowe i niefinansowe	
Dylematy	Zakres i forma ujawnień Wiarygodność wyceny Manipulowanie składnikami majątkowymi i informacją Polityka „otwartości” wobec konkurencji	

\* [Bań, 2011, s. 41-55].

\*\* Szerzej o wyodrębnieniu wygenerowanej marki w bilansie np. w pozycji: [Marcinkowska, 2000, s. 149-151].

Na wewnętrzną wartość firmy „pracują” aktywa niematerialne, niewidzialne w systemie rachunkowości, które w znacznym stopniu wpływają na rynkową wartość firmy. Wewnętrznie wygenerowana wartość firmy jest kumulacją wszelkich korzyści dla przedsiębiorstwa, wynikających z aktywów niewidzialnych.

Określenie wszystkich możliwych czynników wpływających na wartość firmy nie jest możliwe, dlatego w celach poznawczo-analitycznych wskazane jest opracowanie zbioru prawdopodobnych czynników (które mogą być jednocześnie elementami wartości firmy), co uczynili m.in. H. Falk i L.A. Gordon [1977]. Wyróżnili oni 17 szczegółowych czynników połączonych w 4 grupy: wzrost krótkoterminowych przepływów pieniężnych (np. oszczędności produkcyjne), stateczność/stabilność (np. swobodny dostęp do dostawców), czynnik

ludzki (np. talenty menedżerskie) i wyłączność (np. dostęp do technologii). Z kolei J. Low i P.C. Kalafut [2006, s. 53, 204] wskazali 12 wartości niematerialnych kreujących niematerialną wartość firmy: przywództwo, realizację strategii, komunikację i jawność, wartość marki, reputację, sieci i sojusze, technologie i procesy, kapitał ludzki, organizację i kulturę w miejscu pracy, innowacyjność, kapitał intelektualny, elastyczność. Poza tym w swoich analizach nad niematerialną wartością firmy stwierdzili oni, że z czasem stworzona przez nich lista wartości niematerialnych ulegnie zmianom pod wpływem ciągłej ewolucji gospodarki, ukierunkowanej na wiedzę.

Podobna sytuacja dotyczy struktury wewnętrznej wartości firmy, a jej różnorodność zależy od wielu uwarunkowań (np. formy organizacyjno-prawnej jednostki, rodzaju działalności, skali działalności, opracowanej strategii i wyznaczonych celów) oraz zmian zachodzących w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa i podejmowanych decyzjach. Zdaniem autorki reprezentatywny zestaw aktywów niematerialnych/niewidzialnych, występujący w każdym przedsiębiorstwie, stanowią: marka, relacje z klientami, kultura organizacyjna, innowacyjność, tożsamość, reputacja, wizerunek oraz pracownicy. Aktywa te zależą od siebie, wzajemnie się uzupełniają i ostatecznie współtworzą wewnętrzną wartość firmy.

Oprócz problemów prawno-formalnych związanych z ujawnianiem wewnętrznej wartości firmy pojawiają się jeszcze inne, z pogranicza polityki rachunkowości przedsiębiorstwa. Proces kreowania poszczególnych aktywów niematerialnych/niewidzialnych może mieć znamiona pewnych konkretnych działań tendencyjnych w przedsiębiorstwie, aby osiągnąć zamierzone cele oraz relacje tych składników z otoczeniem. Istnieje więc możliwość manipulowania (pozytywnego i negatywnego) wewnętrzną wartością firmy przez dane przedsiębiorstwo. Istotny jest również dylemat, czy ujawniać pełną informację o wewnętrznej wartości, czy tylko jej fragmenty.

W praktyce w celu ujawnienia wewnętrznej wartości firmy zarządy niektórych jednostek tworzą odrębną jednostkę, której celem jest wypromowanie marki produktu i marki firmy. Gdy utworzona jednostka osiągnie zamierzony cel, zostaje zakupiona przez firmę, która na podstawie uregulowań prawnych wykazuje ją w wartościach niematerialnych i prawnych jako nabytą wartość firmy zakupionej jednostki [Szczepankiewicz, 2012, s. 49]. Wewnętrzna wartość firmy zostaje więc przekształcona w nabytą wartość firmy.

Brak wypracowanych powszechnie obowiązujących standardów, dotyczących wewnętrznej wartości firmy w zakresie struktury, metod wyceny, kreujących czynników oraz form ujawnień, wpływa na wielość i różnorodność propo-

zycji, a tym samym na pewien chaos informacyjny („co i jak ujawniać?”), który będzie istniał dopóki rachunkowość nie podejmie wyzwania w zakresie aktywów niematerialnych/niewidzialnych.

### **Podsumowanie**

Różne interpretacje wartości firmy w teorii i praktyce czynią ten składnik majątku skomplikowanym, wpływając m.in. na funkcjonowanie wielu określeń i klasyfikacji. Wartość firmy jest newralgicznym elementem majątku jednostki, zarówno ujawnianego, jak i nieujawnianego w systemie rachunkowości. Niektóre z opinii na temat ujawnianej wartości firmy (nabytej) oscylują wokół sformułowania: „umowna” wartość ustalona zgodnie z uregulowaniami prawnymi i zasadami rachunkowości. Prawo bilansowe określa procedurę jej ustalania i rozliczania, ale wciąż nie jest wypracowany kompleksowy, szczegółowy zbiór instrumentów odnoszących się do części składowych wartości firmy.

Tymczasem stanowisko wobec nieujawnianej wartości firmy (wytwarzanej wewnętrznie) jest jednoznaczne – jest istotna i decyduje o rozwoju oraz sukcesie przedsiębiorstwa. Jednak brak powszechnie stosowanych rozwiązań wobec wewnętrznej wartości firmy przyczynia się do różnorodności proponowanej struktury, czynników kreujących (w tym wpływających na odpis aktualizujący), metod wyceny i sposobu ujawniania. Bogactwo propozycji w wyróżnionych obszarach dla wewnętrznie wytwarzanej wartości firmy wpływa na chaos informacyjny, a także nieskuteczność opracowania powszechnie stosowanych zasad/rozwiązań, które satysfakcjonowałyby różne środowiska i stanowiska w tym zakresie. Być może problemy dotyczące wewnętrznej wartości firmy wynikają z nierozwiązanych zagadnień dotyczących aktywów niematerialnych/niewidzialnych (oraz ich kapitału intelektualnego) w rachunkowości, które ją współtworzą.

Wartość firmy, zarówno nabyta (dodatnia i ujemna), jak i wytworzona we własnym zakresie, może stanowić element manipulacji majątkiem i wynikiem przedsiębiorstwa, co czyni ją instrumentem polityki rachunkowości, kreującym bilansową wartość przedsiębiorstwa oraz rynkową wartość.

## Literatura

- Accounting Principles Board (1970), Opinion No. 17, *Intangible Assets*, AICPA, New York.
- Bąk M. (2011), *Aktywa niewidzialne przedsiębiorstwa – istota i znaczenie*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, t. 62 (118).
- Canning J.B. (1929), *The Economics of Accountancy*, Ronald Press, New York.
- Cieciura M. (2012), *Analiza czynników kształtujących wartość firmy (goodwill) we współczesnej gospodarce* [w:] S. Sojak (red.), *Rachunkowość. Wybrane problemy naukowo-badawcze*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Falk H., Gordon L.A. (1977), *Imperfect Markets and the Nature of Goodwill*, “Journal of Business Finance and Accounting”, 4 (4).
- Griffiths I. (1995), *New Creative Accounting*, MacMillan, London.
- Hendriksen E.A., Breda M.F. van (2002), *Teoria rachunkowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ignatowski R. (1995), *Konsolidacja sprawozdań finansowych w teorii i praktyce rachunkowości*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości, Warszawa.
- Ignatowski R. (1996), *Koncepcje wartości firmy i ich odzwierciedlenie w sprawozdaniu finansowym*. „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, t. 35.
- Kamela-Sowińska A. (1996), *Wartość firmy*, PWE, Warszawa.
- Karmańska A. (2009), *Aktualizacja wartości firmy*, „Rachunkowość”, nr 2.
- Low J., Kalafut P.C. (2006), *Niematerialna wartość firmy. Ukryte źródła przewagi konkurencyjnej*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Marcinkowska M. (2000), *Kształtowanie wartości firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Marcinkowska M. (2006), *Niematerialne źródła wartości przedsiębiorstwa* [w:] B. Dobiegała-Korona, A. Herman (red.), *Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Remlein M. (2010), *Skonsolidowane sprawozdania finansowe według polskich i międzynarodowych standardów rachunkowości*, SKwP, Warszawa.
- Remlein M. (2013), *Rachunkowość grup kapitałowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3.11.2008 r., przyjmujące określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady, załącznik MSR 38, MSSF 3.
- Strojek-Filus M. (2013), *Determinanty oraz skutki wynikowo-bilansowe identyfikacji i rozliczania wartości firmy w grupie kapitałowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.

Szczepankiewicz E.I. (2012), *Wartości niematerialne i prawne wytworzone we własnym zakresie – czy i jak raportować informacje o nich interesariuszom*, „Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości”, t. 69 (125).

Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. z 2013 r., poz. 330 z późn. zm.

#### **GOODWILL AS THE COMPONENT OF DISCLOSED AND NON-DISCLOSED ASSETS – DISCUSSION ABOUT THE ESSENCE, CLASSIFICATION AND SIGNIFICANCE**

**Summary:** Diverse theoretical and practical approaches to the goodwill have impact on: the variety of classifications, relationships with accounting (disclosures, non-disclosures) and also influence balance sheet value and/or market value of an enterprise. Based on the subject literature analysis and the conducted studies, from both scientific and practical perspective, a conclusion can be drawn that the debatable issues referring to goodwill cover, e.g.: its objective scope, selecting an optimal set of creating factors, valuation methods and presentation forms, but also the possibilities for manipulating balance sheet value and market value of an enterprise. The acquired assets (goodwill, badwill) have impact on an enterprise balance sheet value and, thus, its presentation, disclosure and settlement are regulated by balance law. The intrinsic company value determines enterprise strength and position on the market and represents the condition creating its market value.

**Keywords:** goodwill, classification, disclosures component, non-disclosures component.