



Agnieszka Rzepka*
Politechnika Lubelska

KAPITAŁ INTELEKTUALNY WE WSPÓŁPRACY MIĘDZYREGIONALNEJ

Streszczenie

W turbulentnym otoczeniu rynkowym relacje międzyorganizacyjne nabierają istotnego znaczenia, co uprawnia do przyjęcia w naukach o zarządzaniu paradygmatu sieciowego. Korzyści czerpane ze współpracy między organizacjami przyczyniają się do pozyskania unikatowego kapitału intelektualnego. Nawiązanie relacji z innymi organizacjami przyczynia się do poszerzenia ilości dostępnej wiedzy, jak również poprawia zdolności absorpcyjne organizacji. Artykuł porusza problem roli kapitału intelektualnego jako wartości każdego przedsiębiorstwa w kontekście jego pozyskiwania w drodze współpracy międzyregionalnej. W artykule wykorzystano badania empiryczne przeprowadzone wśród podkarpackich firm wyszczególniających natężenie i stopień współpracy tych przedsiębiorstw z podmiotami zewnętrznymi w zakresie pozyskiwania wiedzy i informacji oraz relacji między organizacjami.

Słowa kluczowe: kapitał intelektualny, współpraca międzyorganizacyjna, współpraca międzyregionalna, przedsiębiorstwo, organizacja

* Adres e-mail: a.rzepka@pollub.pl.

Wprowadzenie

We współczesnej rzeczywistości gospodarczej wszystkie organizacje poszukują sposobów, metod i narzędzi, które umożliwiłyby im osiągnięcie sukcesu. Kluczowym czynnikiem sukcesu przedsiębiorstw stało się wykształcenie kapitału intelektualnego. Coraz częściej jest on pozyskiwany w drodze współpracy międzyorganizacyjnej. Celem artykułu jest ustalenie stopnia intensywności współpracy podkarpackich przedsiębiorstw z innymi organizacjami i instytucjami. W artykule postawiono hipotezę, że intensyfikacja współpracy pomiędzy firmami przyniesie liczne korzyści i przyczyni się do umocnienia pozycji rynkowej przedsiębiorstw.

1. Pojęcie i istota kapitału intelektualnego

Pojęcie „kapitał intelektualny” bywa stosowane wymiennie z terminem „kapitał ludzki” (Dziuba, 2000, s. 62). Jednak chociaż niezaprzeczalnie kapitał ludzki jest integralną częścią kapitału intelektualnego, nie można zapomnieć, że w jego skład wchodzi również kapitał strukturalny (czyli systemy informacyjne, wiedza o klientach i relacjach z nimi, a także sposobach zaspokajania ich potrzeb, wiedza o kanałach rynkowych itd.) (Król, Ludwicyński, 2006, s. 62).

W literaturze przedmiotu kapitał intelektualny rozumiany jest jako siła ludzkiego umysłu oraz aktywa pozostające zaksięgowane w wartościach historycznych, a następnie z czasem przekształcone w coś o znacznie większej wartości (Edvinsson, Malone, 2001, s. 16–17). Inna definicja pojmuje kapitał intelektualny w charakterze zbiorowej mądrości lub wspólnej wiedzy danej organizacji pracowników (Schermerhorn, 2008, s. 42).

Żemigala określa go jako sumę wiedzy wszystkich pracowników tworzących społeczność przedsiębiorstwa, a następnie proces przekształcania tej wiedzy w składniki wartości przedsiębiorstwa. Wedle tej definicji kapitał intelektualny tworzy niewymierne elementy organizacji, a ponadto kształtuje różnice pomiędzy całkowitą wartością przedsiębiorstwa, a jego wartością finansową (Żemigala, 2009, s. 169).

Kapitał intelektualny pojmowany jest także jako wynikający z wiedzy cały majątek przedsiębiorstwa i zarazem jako rezultat procesu transformacji wiedzy. Ucieleśnia wiedzę zamienioną w wartość intelektualną lub aktywa intelektualne

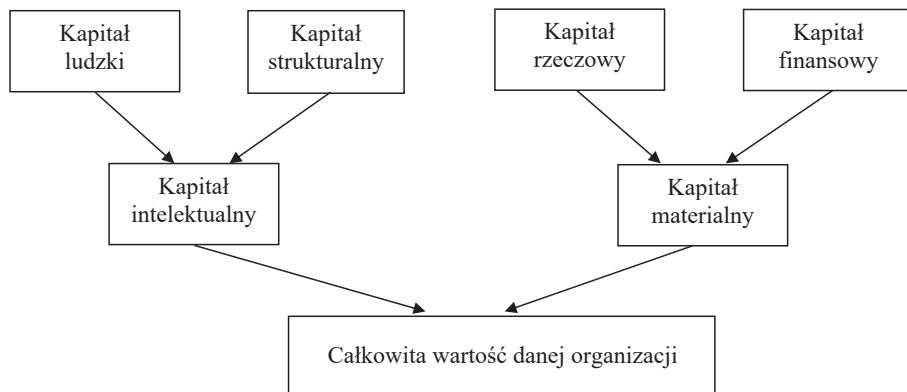
przedsiębiorstwa, jak również doświadczenie, właściwe stosunki z klientami, umiejętności i technologię organizacyjną. Wszystko to umożliwia osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku (Skrzypek, 1999).

Schermerhorn (2008, s. 3) nazywa kapitał intelektualny zbiorową mądrością wszystkich zasobów ludzkich danej organizacji. Podobne pojmowanie tego pojęcia proponuje Ujwary-Gil (2009, s. 27), który nazywa je sumą wiedzy, uzewnętrznąoną przez uczestników. Z kolei Koźmiński pod pojęciem kapitału intelektualnego rozumie wykształcenie, wiedzę, umiejętności, informacje oraz doświadczenie (Koźmiński, Jemieliński, 2008, s. 397).

Każda z przedstawionych definicji akcentuje więc wiedzę jako główny czynnik kapitału intelektualnego. Wiedza ta przynależy zarówno do jednostki ludzkiej, obdarzonej umiejętnościami, kompetencjami i zdolnościami, jak i do tej części kapitału intelektualnego organizacji, która tworzy się w rezultacie pewnego oddziaływania kapitału ludzkiego i staje się jego formą zmaterializowaną pod postacią trwałych wartości dla przedsiębiorstwa.

Niezaprzeczalne jest, że kapitał intelektualny odgrywa istotną rolę w przedsiębiorstwie. Razem z kapitałem materialnym (rzeczym i finansowym) tworzy całkowitą wartość każdej organizacji. Schemat ilustrujący ten proces pokazano na rysunku 1.

Rysunek 1. Składowe tworzące całkowita wartość danej organizacji

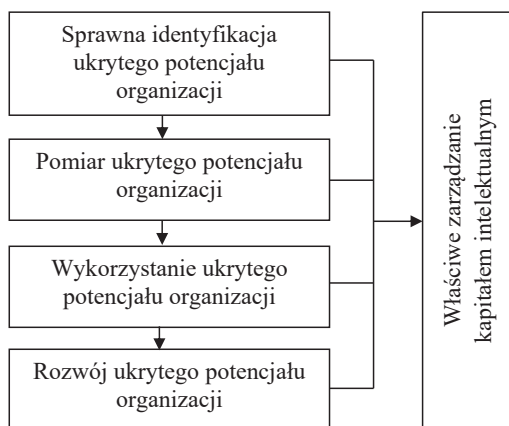


Źródło: opracowanie własne.

Niebezpiecznym zjawiskiem staje się pomijanie kapitału intelektualnego w kształtowaniu wartości danego przedsiębiorstwa. Stan ten może doprowadzić do spadku jego pozycji na rynku i utraty przewagi konkurencyjnej, dlatego tak ważne wydaje się odpowiednie zarządzanie tym kapitałem (Rzepka, 2017, s. 169). Właściwe zarządzanie kapitałem intelektualnym zmusza organizację do inteligentnego działania poprzez implementacje innowacji, wprowadzanie na rynek wysokiej jakości produktów i usług, podejmowanie twórczych decyzji i ustawicznej pracy opartej na wiedzy. Schemat zarządzania kapitałem intelektualnym w ogólnym ujęciu pokazano na rysunku 2.

Realizacja wyszczególnionych na rysunku 2 etapów warunkuje skuteczność zarządzania kapitałem intelektualnym. Sam proces zarządzania tym kapitałem powinien stanowić główną część strategii każdego przedsiębiorstwa. W takiej strategii należy sformułować dokładnie cele organizacji i zdefiniować jej model biznesowy (Rzepka, Bojar, 2016, s. 29). Działania te przełożą się bezpośrednio na identyfikację najistotniejszych składowych kapitału intelektualnego i umożliwiają wyznaczenie ich relacji z aktywami materialnymi przedsiębiorstwa.

Rysunek 2. Schemat zarządzania kapitałem intelektualnym w ogólnym ujęciu



Źródło: opracowanie własne

2. Kapitał intelektualny a współpraca międzyregionalna – badania empiryczne

W okresie październik 2016 – styczeń 2017 roku przeprowadzono badania, których celem było ustalenie skłonności podkarpackich przedsiębiorstw do nawiązywania relacji międzyorganizacyjnych. Badanie objęło 231 przedsiębiorstw stowarzyszonych, działających w regionalnej organizacji przedsiębiorstw. Wybór respondentów był zdeterminowany możliwością dostępu do danych. Badania przeprowadzono metodą kwestionariusza ankiety i wywiadu, jak również *case study*.

Wśród ankietowanych znaleźli się członkowie kierownictwa i osoby zarządzające. Badane firmy w większości są to przedsiębiorstwa z długim stażem. Prawie dwie trzecie respondentów wskazało, że okres działalności ich firmy wynosi powyżej ośmiu lat. Firmy działające 4–7 lat to odsetek 16,3%, a 14,4% firm działa 1–3 lata. Najmniejszy odsetek (3,5%) stanowią podmioty, których okres działalności nie przekracza roku.

Jeśli chodzi o charakter działalności firmy ankietowanych, to największy odsetek stanowili reprezentanci przedsiębiorstw usługowych – 32,7% odpowiedzi. W produkcji przemysłowej zatrudnionych jest 29,7% osób. Natomiast w firmach handlowych pracuje 28,2% osób. Nieco mniej niż co dziesiąty respondent reprezentował inną działalność firmy, wśród której znalazła się oświata, administracja, ubezpieczenia oraz służba zdrowia.

Połowa przebadanych podmiotów określiła zasięg działania jako lokalny, 28,7% firm działa na rynku regionalnym. Europejski zasięg działania dotyczy 16,3% firm, a globalny zaledwie 4,5% przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa objęły zasięgiem działalności głównie najbliższą okolicę z uwagi na znajomość potrzeb okolicznych klientów. Należy także zaznaczyć, że przedsiębiorstwu jest niezwykle trudno zaistnieć w skali globalnej.

Analizując formę organizacyjno-prawną przebadanych firm, należy zauważyć, że 44,6% stanowią osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. Na kolejnej pozycji uplasowały się spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, było to 15,3% wskazań, 12,4% badanych stanowiły spółki cywilne. Pozostałe odpowiedzi uzyskały jednocyfrowy odsetek odpowiedzi.

Blisko 50% przedsiębiorstw objętych badaniem są firmami średniej wielkości i zatrudniają od 10 do 49 pracowników. Co czwarte przedsiębiorstwo zatrudnia do

9 pracowników, 14,4% firm zatrudnia od 50 do 249 pracowników. Przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 250 pracowników stanowią 13,4%.

Sześciu na dziesięciu respondentów określało swoją sytuację finansową jako dobrą, a 21,8% respondentów jako bardzo dobrą. Blisko 2,5% ankietowanych określiło sytuację finansową swojego przedsiębiorstwa jako niezadowolającą. Tylko jeden respondent uznał ją za bardzo złą. 15,3% osób nie wyraziło opinii w tej kwestii.

Jeśli chodzi o wiek badanych osób, to osoby w przedziale wiekowym 26–35 lat stanowiły 32,2%. Osób w wieku 36–45 lat było 29,2%. Nieco mniej niż co czwarty ankietowany miał mniej niż 25 lat. Wiek powyżej 45 lat osiągnęło 14,9% ankietowanych.

Z uwagi na fakt, że najliczniejszą grupę ankietowanych stanowiły osoby w wieku 26–35 lat, można stwierdzić, że ich staż pracy nie jest zbyt długi. Stąd blisko połowa respondentów określiła ich staż pracy na aktualnym stanowisku jako krótszy niż pięć lat. Staż pracy 25% respondentów oscyluje w przedziale 6–10 lat. Pozostałe odpowiedzi mieściły się między 7,4 a 9,4%.

W przypadku ponad 40% ankietowanych doświadczenie zawodowe jest krótsze niż pięć lat. Co piąty respondent legitymuje się doświadczeniem zawodowym między 6 a 10 lat. Natomiast 14,9% badanych zdobyło doświadczenie zawodowe dłuższe niż 20 lat.

Największy odsetek, czyli 43,1%, stanowili respondenci, którzy nie pełnią funkcji kierowniczych. Kierownicy niskiego szczebla stanowili odsetek 28,2%. Z kolei 16,3% respondentów określiło się jako kierownicy średniego szczebla. Naczelne kierownictwo stanowiło 12,4% respondentów.

Niniejsze badania przeprowadzone przez dr Agnieszkę Rzepkę i Andrzeja Olaka miały na celu określenie stopnia współpracy podkarpackich przedsiębiorstw z innymi organizacjami i instytucjami w celu wymiany wiedzy i informacji.

Analizując wyniki badań zawarte w tabeli 1, można przyjrzeć się współpracy firm respondentów z innymi organizacjami i instytucjami w zakresie wymiany wiedzy i informacji. Znacząca grupa (por. kolumna 1 tab. 1) stwierdziła, że nigdy ich firma nie nawiązywała takiej współpracy – najczęściej (78,2%) osób wskazało, że ich firma nie kontaktowała się z żadną agencją rządową, 56,9% – z urzędem wojewódzkim, 67,3% z ośrodkiem naukowym. Ale z drugiej strony tylko 24,8% stwierdziło, że ich firma nigdy nie kontaktowała się z inną firmą, 24,7% – z firmą doradcą,

a odpowiednio 36,1% oraz 40,1% (czyli raczej niedużo) nigdy nie kontaktowało się z urzędem gminy i urzędem powiatowym.

Tabela 1. Współpraca firmy z innymi organizacjami i instytucjami w zakresie wymiany wiedzy i informacji (N = 202, dane w %)

	Nigdy	Raz na kilka lat	Kilka razy				Raz w tygodniu
			w roku	w kwartale	w miesiącu	w tygodniu	
Przedsiębiorstwo	24,8	5,4	21,8	12,9	15,3	13,9	5,9
Firma doradcza	34,7	5,4	27,7	11,4	13,4	4,5	3,0
Ośrodek naukowy	67,3	4,0	15,3	5,9	5,0	1,5	1,0
Gmina	36,1	7,9	19,8	10,9	11,4	9,9	4,0
Powiat	40,1	10,9	21,8	12,4	6,9	5,0	3,0
Województwo	56,9	11,9	18,8	5,0	3,5	2,5	1,5
Agencja rządowa	78,2	6,4	7,9	2,5	2,5	2,0	0,5

Źródło: Olesiński, Rzepka, Olak (2017).

Biorąc pod uwagę fakt, że 44,6% badanych podmiotów funkcjonuje na rynku jako osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, a 50,5% działa w skali lokalnej, można wysnuć wniosek, że zainteresowanie współpracą międzyorganizacyjną nie należy do największych.

Zupełnie inny obraz daje analiza tego, że 73,2% respondentów potwierdziło współpracę z innymi przedsiębiorstwami, 73,3% z firmami doradczymi, 63,9% z władzami gminy, a 59,9% z władzami powiatu.

Analizując wyniki badań, można dojść do wniosku, że bardziej skłonne do nawiązywania relacji międzyorganizacyjnej w celu pozyskania kapitału intelektualnego są firmy bardziej otwarte, kreatywne, dynamiczne, a więc raczej większe niż mniejsze, prowadzące działalność w szerszej skali niż lokalnej.

Z tabeli 2 wynika, że badane przedsiębiorstwa współpracują przeciętnie z 4,14 przedsiębiorstwami. Z uwagi na to, że trzy czwarte badanych przedsiębiorstw nawiązuje relacje z innymi firmami, można przypuszczać, że niektóre z badanych firm współpracuje nawet z kilkunastoma przedsiębiorstwami.

Tabela 2. Liczba organizacji/institucji, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa (N = 202)

	Średnia liczba współpracujących organizacji
Przedsiębiorstwa	4,14
Firmy doradcze	1,94
Ośrodek naukowy	1,88
Agencja rządowa	1,84

Źródło: Olesiński, Rzepka, Olak (2017).

Analizując tabelę 3, można zauważyć, że duży odsetek respondentów nigdy nie podejmował relacji (poza wymogiem konieczności) z pracownikami innych organizacji czy instytucji. Jeśli ankietowani zadeklarowali utrzymywanie takich relacji, to najczęściej miały one miejsce raz na kilka lat.

Tabela 3. Utrzymywanie relacji z pracownikami innych organizacji/institucji (N = 202, dane w %)

	Nigdy	Raz na kilka lat	Kilka razy				Raz w tygodniu
			w roku	w kwartale	w miesiącu	w tygodniu	
Przedsiębiorstwo	35,6	6,4	18,8	13,4	12,4	7,4	5,9
Firma doradcza	57,9	6,9	16,8	8,9	5,0	2,5	2,0
Ośrodek naukowy	67,8	6,9	10,4	7,9	5,0	1,0	1,0
Gmina	48,5	8,9	17,3	10,9	8,9	2,0	3,5
Powiat	57,9	8,4	13,9	10,4	5,4	2,0	2,0
Województwo	68,8	9,9	13,4	3,5	2,5	0,5	1,5
Agencja rządowa	84,2	6,4	4,0	4,0	1,0	0,0	0,5

Źródło: Olesiński, Rzepka, Olak (2017).

Na podstawie analizy powyższych danych można wysunąć wniosek, że część pracowników w pewnym zakresie nawiązuje współpracę z innymi organizacjami w celu pozyskania kapitału intelektualnego. Wydaje się uprawnione przypuszczenie, że to bardziej otwarci na kontakty zewnętrzne pracownicy będą też bardziej skłonni do wdrażania kreatywnych i innowacyjnych rozwiązań wykorzystujących pozyskaną z zewnątrz wiedzę i informację.

3. Wnioski i rekomendacje dla firm

Kapitał intelektualny stanowi nieocenione bogactwo każdej organizacji. Należy przy tym pamiętać, że kapitał intelektualny buduje nie tylko kapitał strukturalny, lecz także kapitał relacji zewnętrznych (społeczny). Ten ostatni stanowi tę część kapitału intelektualnego organizacji, która powstała jako rezultat interakcji z instytucjami lub organizacjami zewnętrznymi odgrywającymi ważną rolę dla efektywnego funkcjonowania firmy.

Optymistyczne jest, że podkarpackie firmy nawiązują relacje międzyorganizacyjne w celu wymiany wiedzy i informacji, chociaż zjawisko to wymagałoby większej intensyfikacji, współpraca mogłaby bowiem przynieść wiele pozytywnów. Analiza źródeł literaturowych z zakresu tematyki kształtowania się relacji międzyorganizacyjnych pozwala na sformułowanie kilku rekomendacji dla firm:

1. Należałoby podkreślić potrzebę uświadamiania przedsiębiorcom korzyści, jakie daje współpraca między podmiotami w zakresie wymiany informacji i wiedzy. W tym celu należałoby dążyć do stworzenia strefy redystrybucji doświadczeń w pozyskiwaniu kapitału intelektualnego z zewnątrz. Takie działania, jak promocja i wsparcie dla współpracy pomiędzy podmiotami gospodarczymi a instytucjami sektora badawczo-rozwojowego, wymiana doświadczeń z firmami prowadzącymi działalność w tej samej branży, a nade wszystko udostępnianie informacji i wiedzy za pomocą nowoczesnej platformy internetowej nadzorowanej przez instytucje administracji rządowej, przyczynią się do intensyfikacji procesów kształtowania kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwach.
2. Wykształcenie się sieci instytucjonalnej w znacznej mierze oddziałuje na rozwój wiedzy i informacji, a z kolei uczestnictwo w sieci rynkowej umożliwia kreowanie innowacji organizacyjnych.
3. Partnerstwo z innymi podmiotami ułatwia firmie, z którą nawiązano relację, proces komercjalizacji wiedzy oraz jej dyfuzji. Wykształcenie się relacji międzyorganizacyjnych ma duży wpływ na rozwój dynamicznych zdolności, potrzebnych organizacjom do tworzenia wiedzy, a ponadto współpraca międzyorganizacyjna umożliwia zaangażowanie specjalistów z różnych dziedzin naukowych.

4. Firmy powinny dążyć do nawiązania relacji z innymi instytucjami i organizacjami z racji tego, że partnerstwo umożliwia zwiększenie dostępu do unikalnych zasobów. Ponadto ogromną korzyścią jest możliwość dzielenia się kosztami prowadzenia prac badawczo-rozwojowych. Współpraca z innymi organizacjami pozwala na poszerzenie dostępnej wiedzy i poprawia zdolności absorpcyjne przedsiębiorstwa.

Literatura

- Dziuba, D. (2000). *Gospodarki nasycone informacją i wiedzą. Podstawy ekonomiki sektora informacyjnego*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Edvinsson, L., Malone, M.S. (2001). *Kapitał intelektualny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Koźmiński, A., Jemielniak, D. (2008). *Zarządzanie od podstaw*. Warszawa: Wydawnictwa Akademicki i Profesjonalne.
- Król, H., Ludwiczynski, A. (2006). *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Olesiński, Z. (2017). *Zwinność przedsiębiorstw a współpraca międzyorganizacyjna*. Łódź: Wydawnictwo SAN.
- Olesiński, Z., Rzepka, A., Olak, A. (2017). *Zarządzanie międzyorganizacyjne w zwinnych przedsiębiorstwach*. Warszawa: Wydawnictwo Texter.
- Rzepka, A. (2017). *Inter-organizational relations as a one of sources of competitive advantage of contemporary enterprises in the era of globalization*. Pobrane z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877705817301959> (12.12.2017).
- Rzepka, A., Bojar, E. (2016). Kapitał ludzki podstawą budowania przewagi konkurencyjnej współczesnych przedsiębiorstw. Przegląd głównych podejść i koncepcji. W: H. Czubasiewicz, P. Grajewski, J. Waśniewski (red.), *Perspektywy spojrzenia na czynniki sukcesu organizacji XXI wieku* (s. 27–36). Sopot–Gdańsk: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego.
- Schermerhorn, J.R. (2008). *Zarządzanie. Kluczowe koncepcje*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Schultz, T.W. (2010). Investment in human capital. Presidential address before the American Economics Assotiation. *American Economic Review*, 2 (5), 1–17.
- Skrzypek, E. (1999). Wpływ zarządzania wiedzą na jakość. *Problemy Jakości*, 11, 4–5.

- Ujwary-Gil, A. (2009). *Kapitał intelektualny a wartość rynkowa przedsiębiorstwa*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Żemigala, M. (2009). *Jakość w systemie zarządzania przedsiębiorstwem*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.

INTELLECTUAL CAPITAL IN INTER-REGIONAL COOPERATION

Abstract

In a turbulent market environment, the inter-organizational relations take on significant importance, which entitles to accept, in the management sciences, the network paradigm. Benefits acquired from cooperation between organizations contribute to obtaining a unique intellectual capital. Establishing relationships with other organizations contributes to broadening the amount of available knowledge as well as improving the absorption capacity of the organization. The article addresses the problem of the role of intellectual capital as a value of each enterprise in the context of its acquisition through inter-regional cooperation. The purpose of this article is to determine the intensity of cooperation of Podkarpackie enterprises with other organizations and institutions.

Translated by Alicja Kaczmarska

Keywords: intellectual capital, inter-organizational cooperation, inter-regional cooperation, enterprise, organization

JEL code: M20

Cytowanie

Rzepka, A. (2018). Kapitał intelektualny we współpracy międzyregionalnej. *Studia i Prace WNEiZ US*, 51/2, 249–259. DOI: 10.18276/sip.2018.51/2-21.