

KAPITAŁ INTELEKTUALNY – PROBLEM INTERPRETACJI KLUCZOWYCH TERMINÓW

Wprowadzenie

Pierwsze wyraźne wzmianki o kapitale intelektualnym pojawiły się w latach trzydziestych ubiegłego stulecia. Już w roku 1933 rachunkowość zasobów przedstawiona została przez E.H. Chamberlina¹. Wiele lat później, w roku 1959, stała się ona podstawą zasobowej teorii przedsiębiorstwa przedstawionej przez E. Penrose [28]. Dyskusja nad ewolucją kapitału intelektualnego prowadzona była również w ramach teorii zasobów ludzkich, zainicjowanej przez G. Beckera [5, s. 9–49].

W analizie genezy terminu „kapitał intelektualny” przywołuje się często zwrot użyty w 1969 roku przez J.K. Galbraitha w liście do Michała Kaleckiego [19, s. 15], w którym pisał: „...jestem ciekaw czy zdaje Pan sobie sprawę z tego, jak wiele mu wszyscy na świecie zawdzięczamy, wkładowi Pańskiego kapitału intelektualnego w ostatnich dekadach...” [37, s. 17]. Współcześnie kapitał intelektualny ma o wiele szersze znaczenie, nieograniczające się tylko do jednostki i jej potencjału, ale obejmuje ono całą organizację i otoczenie zewnętrzne, w którym ona funkcjonuje. O ile sam termin „kapitał intelektualny” został po raz pierwszy bezpośrednio użyty w 1969 roku, o tyle pierwsza książka, autorstwa G.R. Fiewela pojawiła się sześć lat później w 1975 roku [17]. To G.R. Fiewel wskazuje na J.K. Galbraitha jako „prekursora”

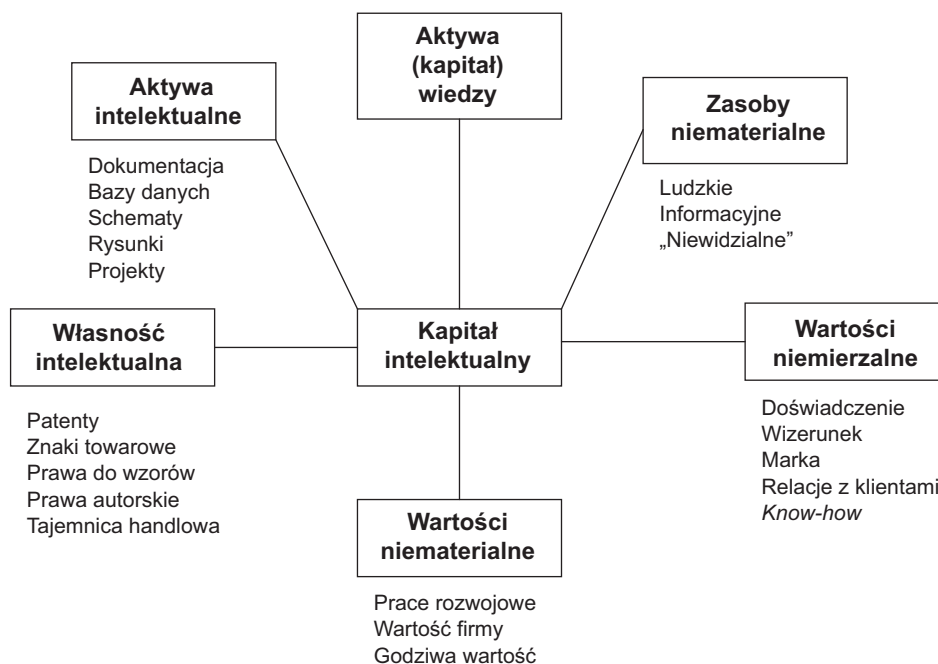
* **Dr Anna Ujwary-Gil**, adiunkt, Katedra Zarządzania Wyższej Szkoły Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu.

¹ H.E. Chamberlin uznawany jest za twórcę teorii monopoli przemysłowych i konkurencji. Zwrócił uwagę na rolę przedsiębiorstwa w gospodarce, inicjując między innymi dyskusję nad rolą reklamy w kształtowaniu się struktury rynku. Jego najważniejsze dzieło wydane najpierw w roku 1933, a w 1947 roku wznowione, to: *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*, Harvard University Press, Cambridge 1947.

terminu, który na wiele lat został uśpiony, by powrócić już w innym, zmienionym kontekście i interpretacji, co nastąpiło we wczesnych latach 90. ubiegłego stulecia.

Lata 80. to okres wzmożonego zainteresowania wartością niematerialną (*goodwill*) oraz rosnącą dysproporcją między wartością księgową a wartością rynkową przedsiębiorstw. Wyraźne rozróżnienie kapitału intelektualnego od innych wartości niematerialnych (wywodzących się z rachunkowości) wciąż pozostaje jednak niejasne (rysunek 1).

Kapitał intelektualny może być rozumiany jako pochodna terminu kapitał, który jest podstawową kategorią ekonomii i dyscyplin pokrewnych, jak finanse i rachunkowość. O ile w terminologii ekonomicznej używa się terminu aktywa wiedzy, aktywa intelektualne (niemierzalne), zasoby niematerialne (nienamacalne, niewidzialne) itp., to w rachunkowości – wartości niematerialne traktowane są zamiennie z kapitałem intelektualnym.



Rysunek 1. Kategorie powiązane z kapitałem intelektualnym

Źródło: opracowanie własne.

Stosunkowo najmniej problem wiąże się ze zdefiniowaniem własności intelektualnej². Należą do niej patenty, prawa ochronne obejmujące wzory przemysłowe

² Podstawowymi przepisami regulującymi prawo własności intelektualnej w Polsce są: ustawa Prawo własności przemysłowej [44] oraz Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych [42]. Ustawy te obejmują najważniejsze kwestie związane z prawem własności intelektualnej.

i znaki towarowe, prawa do wzorów, prawa autorskie oraz tajemnica handlowa. Ponieważ w bilansie wycenia się je według kosztu historycznego, nie uwzględnia się ich rynkowej wartości, podobnie zresztą jak w przypadku wartości niematerialnych (i prawnych), które są wyodrębnione w rachunkowości po stronie aktywów w bilansie. Przez wartości niematerialne i prawne rozumie się autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, licencje, koncesje, prawa do wynalazków, patentów, znaków towarowych, wzorów użytkowych i zdobniczych oraz *know how*. Do wartości niematerialnych i prawnych zalicza się również wartość firmy oraz koszty zakończonych prac rozwojowych [43]. Jeśli z kolei prawdą jest, że kapitał intelektualny oparty jest na wiedzy lub powstaje w wyniku transformacji i zastosowania wiedzy, to zamienne stosowanie kapitału intelektualnego z kapitałem wiedzy nie wydaje się być terminologicznym nadużyciem.

Inaczej rzecz się ma w przypadku próby określenia aktywów wiedzy czy aktywów intelektualnych. Aktywa wiedzy lub też aktywa intelektualne są to niemajątkowe aktywa, które przedsiębiorstwo posiada na własność w postaci kodowanej (np. dokumentacja, bazy danych), mogące być dla niej w przyszłości źródłem korzyści (wartości). Podobnie w rachunkowości – aktywa określa się jako kontrolowane przez jednostkę (przedsiębiorstwo) zasoby majątkowe o wiarygodnie określonej wartości, powstałe w wyniku przeszłych zdarzeń, które spowodują w przyszłości wpływ korzyści ekonomicznych [43]. Tak rozumiane aktywa, w tym aktywa wiedzy, mogą być kontrolowane przez przedsiębiorstwo, w przeciwieństwie do kapitału ludzkiego (wiedzy pracowników), który nie jest jego własnością.

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie koncepcji kapitału intelektualnego w perspektywie problemu jego definicji oraz terminów pochodnych. Kapitał intelektualny rozpatrzono również w kontekście jego składników oraz przyjętej klasyfikacji – i tu warto również przyrzeć się, jak różni autorzy prezentują kapitał intelektualny i jego składowe. Mnogość definicji kapitału intelektualnego oraz prezentacji jego elementów (składników) skłania do poszukiwania pewnego konsensusu oraz akceptowalnej interpretacji – co jest zadaniem trudnym, szczególnie iż każdy badacz pragnie wyeksponować swoją propozycję zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi.

Definicje kapitału intelektualnego

Koncepcja kapitału intelektualnego powiązana jest z zasobową teorią przedsiębiorstwa. Zasobowa teoria przedsiębiorstwa, zwana również podejściem zasobowym, rozwinęła się w połowie lat 80. ubiegłego stulecia, głównie dzięki pracy B. Wernerfelta [45, s. 171–180]. Jednakże specyficzne dla przedsiębiorstwa i sposobu gospodarowania zasoby zostały opisane w teorii ekonomii na długo przed 1980 rokiem przez E.H. Chamberlina, który badał wpływ zróżnicowania posiadanych zasobów na

konkurencję oraz uzyskanie zysków [12, s. 220–232]. Znaczący wkład do powstania tej teorii przypada również E. Penrose, która w swoich pracach koncentrowała się na tym, w jaki sposób rozwój przedsiębiorstwa jest kreowany przez wykorzystanie posiadanych zasobów [28 – wydanie z 1959 r.]. Duży wkład należy również przypisać takim autorom, jak: J.B. Barney [2, s. 99–120]], R. Amit i P. Schoemaker [1, s. 33–45] czy M.A. Peteraf [29, s. 179–191]]. Podejście to doczekało się również znaczącego miejsca w ramach badań nad strategią przedsiębiorstwa, koncentrując się na akumulowaniu zasobów i umiejętności, które umożliwiają przedsiębiorstwu tworzenie renty ekonomicznej na rynku [4, s. 1231–1241]; 29]. Zasoby przedsiębiorstwa rozumiane są bardzo szeroko i obejmują zarówno środki materialne, jak i niematerialne. Do zasobów niematerialnych zalicza się m.in. kadrę (wiedzę pracowników), jej kwalifikacje i motywację sukcesu, kulturę organizacyjną sprzyjającą rozwojowi, reputację przedsiębiorstwa, osiągnięcia w postaci pomysłów, wynalazków, innowacji oraz sprawność struktur i procedur [18, s. 140].

Zasoby niematerialne bardzo trudno odróżnić od kapitału intelektualnego. Do końca nie wiadomo, co jest tylko zasobem niematerialnym, a co składnikiem kapitału intelektualnego. M. Romanowska dzieli zasoby na niewidzialne, stanowiące część majątku przedsiębiorstwa oraz zasoby niewidzialne związane z ludźmi i kulturą. Te zasoby związane z majątkiem przedsiębiorstwa autorka nazywa zasobami informacyjnymi, a związane z ludźmi – umiejętnościami, które razem tworzą kapitał intelektualny przedsiębiorstwa [34, s. 28]. Zasoby mogą być uzupełnieniem kapitału intelektualnego. J.B. Barney definiuje zasoby jako aktywa, zdolności, procesy organizacyjne, informacje, wiedzę, kontrolowane przez firmę, które umożliwiają realizację strategii ukierunkowanej na rozwój sprawności i skuteczności organizacji [3, s. 101]. H. Itami z kolei dzieli zasoby na fizyczne, ludzkie, pieniężne oraz tak zwane zasoby niewidzialne, takie jak: umiejętności menedżerskie, technologie, zaufanie klienta, kulturę organizacji [20, s. 45]. Z drugiej strony D.J. Teece sugeruje, iż aktywa mogą mieć dwie formy: zasobów i zdolności. Zasoby to zasilenia, na przykład informacyjne, rzeczowe, finansowe czy ludzkie, przekształcone w produkt (oczekiwany rezultat, wynik końcowy), podczas gdy zdolności odnoszą się do specyficznych aktywów materialnych i niematerialnych, tworzonych w określonym czasie w wyniku interakcji pomiędzy zasobami przedsiębiorstwa [40, s. 5].

Warto zaznaczyć, że w tym kontekście ludzie nie są zasobem, lecz ich nośnikiem, ponieważ dysponują wiedzą, zdolnościami, umiejętnościami, zdrowiem, prezentują określone postawy, wartości oraz dysponują motywacją. Tak też można tłumaczyć ewolucję terminu „zasoby” w kierunku „kapitał” ludzki, który ma określoną wartość oraz stanowi źródło przyszłych dochodów dla pracownika i organizacji. [31, s. 33, 41].

Zarówno aktywa intelektualne czy też wartości niematerialne powinny być z kolei postrzegane jako część kapitału intelektualnego. Wielu autorów (np. B. Lev [24])

traktuje je zamiennie jako niefizyczne źródło wartości wytworzonej dzięki innowacjom (odkryciu), unikalnemu projektowi organizacyjnemu czy zarządzaniu zasobami ludzkimi [3]. O ile w teorii i praktyce zasobów ludzkich człowiek postrzegany jest priorytetowo i jest zarazem najważniejszym źródłem powodzenia przedsiębiorstwa, o tyle w koncepcji kapitału intelektualnego tak zwane czynniki miękkie i zasoby materialne są w stosunku do siebie komplementarne. I właśnie w tej komplementarności należy upatrywać źródeł wartości dodanej czy też przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Z tego względu propozycja D. Ulricha, oparta wyłącznie na kapitale ludzkim, w której kapitał intelektualny to iloczyn kompetencji i motywacji, jest mocno niekompletna. W swojej, wydawałoby się obiecującej formule, D. Ulrich nie przedstawił sytuacyjnych i strukturalnych uwarunkowań, wpływających na ostateczny kształt kapitału intelektualnego [41, s. 15–26]. Uwarunkowania, o których tu mowa, będą szerzej omówione w kontekście klasyfikacji i składników kapitału intelektualnego.

Z kolei – w ujęciu L. Edvinssona i M.S. Malone kapitał intelektualny to wiedza, praktyczne doświadczenie, technologie, dobre stosunki z klientami oraz wszelkie umiejętności, pozwalające firmie na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej [15; 16; 14, s. 266–373]. Podobnie kapitał intelektualny określił K.M. Wiig, jako aktywa powstałe na skutek czynności intelektualnych, rozciągających się od nabywania nowej wiedzy (uczenia się) i kreatywności, do tworzenia cennych relacji z osobami [46, s. 18]. Każda z tych definicji w wyraźny sposób podkreśla znaczenie wiedzy, która jest nierozzerwalnie związana z ludźmi oraz dobre relacje, mogące być źródłem lojalności klientów. A.T. Stewart natomiast traktuje kapitał intelektualny jako szeroko pojmowaną wiedzę, informacje, własności intelektualne, doświadczenie, które mogą być wykorzystywane w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa [36, s. xi]. Nie znaczy to jednak, iż należy kapitał intelektualny utożsamiać z wiedzą. Wiedza jest jedynie surowcem wykorzystywanym do tworzenia kapitału intelektualnego.

Postrzeganie kapitału intelektualnego jako sumy wiedzy posiadanej przez uczestników wydaje się być dyskusyjne³. Jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że z jednej strony wiedza ulega dewaluacji (starzeniu się) w czasie, a z drugiej – w wyniku uczenia się następuje jej przyrost, to suma wiedzy może odnosić się tylko do tej wiedzy, która zostanie przez uczestników uzewnętrzniona (wiedza jawna). Natomiast tak zwana nieuzewnętrzniona wiedza niejawna, na przykład w postaci przekazanego doświadczenia, udzielenia porady czy wskazówki, nie będzie stanowić o sumie wiedzy uczestników danej grupy. Warto też zwrócić uwagę na tak zwany efekt synergii. Podobnie jak w innych systemach wyniki działania „umysłu zbiorowego” przekraczają sumę wyników poszczególnych części składowych systemu, w tym przypadku sumę wiedzy pojedynczych członków społeczności przedsiębiorstwa [27, s. 23 i 152].

³ Takie rozumienie przedstawia np. M. Bratnicki, [8].

Kapitał intelektualny może być rozumiany jako pochodna terminu *kapitał*, który jest podstawową kategorią ekonomii i dyscyplin pokrewnych, jak finanse i rachunkowość. Przyjmijmy, iż *kapitał* [35, s. 90] to ogół rzeczy wytworzonych i majątek, a *kapitalizacja* [35, s. 338] (ściśle związana z kapitałem) to proces przyrostu wartości i pomnażania kapitału. *Intelekt* [35, s. 310] jest natomiast całokształtem wiedzy i zdolności umysłowych człowieka; *intelektualny* [35, s. 310] – dotyczący intelektu, umysłowy, rozumowy. W wyniku koniunkcji tych dwóch znaczeń może powstać następująca definicja kapitału intelektualnego: *kapitał intelektualny to wytworzone bogactwo, powstałe z wiedzy zatrudnionych pracowników przedsiębiorstwa zaangażowanych w stały proces przyrostu jego wartości*.

Dodatkowego wyjaśnienia wymaga termin *bogactwo* oraz *przyrost* (*tworzenie*) *wartości*. Współcześnie tworzenie wartości w przedsiębiorstwie postrzegane jest nie przez pryzmat wysokości osiągniętego zysku, ale wytworzonej wartości dodanej, która następnie jest redystrybuowana między interesariuszy związanych z przedsiębiorstwem.

Znacznie trudniej jest zdefiniować termin „wartość”, która ma charakter nie tylko relatywny, ale też niejednoznaczny i subiektywny. Wartość [35, s. 660]. oznacza zespół cech właściwych danej osobie lub rzeczy, stanowiący o jej walorach cennych dla ludzi i mogących zaspokoić ich potrzeby. Miernikiem wartości materialnych i niematerialnych może być pieniądź, ponieważ wartość określa, ile coś jest warte pod względem materialnym. Tak rozumiana wartość jest atrybutem oferowanych produktów i usług. Produkty i usługi są przedmiotem relacji (wymiany) między przedsiębiorstwem a kupującym (klientem). Istotna – z punktu widzenia oferowanych produktów i usług – jest wartość dla klienta, czyli korzyści, jakie przedsiębiorstwo proponuje w postaci produktów i usług, by zapewnić sobie lojalność i satysfakcję klientów w docelowych segmentach rynku⁴. Wartość dla klienta stanowi zatem stosunek korzyści zawartych w oferowanych produktach i usługach do kosztów związanych z ich nabyciem, łącznie z finansowymi i niefinansowymi obciążeniami, które ponosi klient.

Równie istotna – z punktu widzenia klienta – jest wartość dodana, związana z użytkowaniem usługi bądź produktu oraz ze stopniem realizacji celów, na przykład osiągnięciem satysfakcjonujących relacji klienta z przedsiębiorstwem oraz większych od oczekiwanych rezultatów z użytkowania produktu. Wartość dodana leży u podstaw łańcucha wartości M. Portera, który postrzega firmę jako system dostarczania wartości klientowi [32, s. 87]. Wytwarzanie wartości odbywa się przy pomocy funkcji podstawowych (tj. logistyka zaopatrzenia i dystrybucji, handel i sprzedaż, usługi oraz produkcja) oraz funkcji pomocniczych (tj. zarządzanie zasobami ludzkimi, rozwijanie technologii, zaopatrzenie, związanych z infrastrukturą, kapitałem strukturalnym przedsiębiorstwa).

⁴ Definicja wartości dla klienta według [21, s. 79].

Urzeczywistnieniem wartości dodanej dla przedsiębiorstwa jest cena, którą płaci klient za uzyskane ze sprzedaży korzyści. Aby uzyskać wartość dodaną, należy powiązać tę wartość z kapitałem fizycznym, finansowym oraz kapitałem intelektualnym, niezbędnym do jej wytworzenia. Wzrost wartości dodanej następuje w wyniku produktywnego wykorzystania zasobów materialnych i niematerialnych przedsiębiorstwa.

Stąd kapitał intelektualny nie jest elementem zarządzania samym w sobie, lecz funkcją tworzenia długookresowej wartości dla przedsiębiorstwa. Należy mieć świadomość, że logika funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw, zorientowanych na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej, wymaga ścisłego współdziałania zasobów materialnych i niematerialnych w tworzeniu tej wartości. Tworzenie wartości dla przedsiębiorstwa stało się o wiele bardziej skomplikowane niż miało to miejsce w gospodarce rolniczej czy przemysłowej. Złożoność wzajemnych relacji między tradycyjnymi zasobami przedsiębiorstwa i zgromadzonym w nim kapitałem intelektualnym, a w szczególności jego nieokreśloność i ulotność powoduje, że kwestia włączenia kapitału intelektualnego do procesu zarządzania przedsiębiorstwem pozostaje wciąż otwarta.

Klasyfikacje kapitału intelektualnego

W definiowaniu kapitału intelektualnego nie można pominąć jego składników. Początkowo kapitał intelektualny konstituowały dwa komponenty: informacje wraz z kapitałem wiedzy oraz kapitał strukturalny. Informacje i kapitał wiedzy miały charakter zarówno formalny, jak i nieformalny (nieustrukturalizowany). Kapitał strukturalny pełnił w związku z tym rolę mechanizmu zbierania, przechowywania i ponownego odzyskiwania informacji, by następnie komunikować je w postaci przetworzonej – czyli wiedzy. Pojawiła się w konsekwencji idea, aby zintensyfikować i usprawnić przepływ informacji w organizacji poprzez technologie sieciowe. Wydaje się, iż rozwój kapitału intelektualnego zbiegł się w czasie (okres około 1990 roku) z eksplozją intranetu i internetu⁵. Konsekwencją rozwoju technologii informatycznych, które zrewolucjonizowały proces wymiany informacji wewnątrz i na zewnątrz organizacji, było pojawienie się kolejnego komponentu kapitału intelektualnego – kapitału klientów (rozumianego jako źródło innowacji i racjonalizacji kosztów).

Najbardziej wyeksponowana w literaturze wydaje się klasyfikacja L. Edvinssona, który wyodrębnił dwie formy kapitału intelektualnego: kapitał ludzki i strukturalny

⁵ Oczywiście powstanie elektronicznej wymiany danych (EDI, poczty elektronicznej), sięga okresu znacznie wcześniejszego. Poczta elektroniczna została opracowana przez ARPAnet i zoperacjonalizowana w 1969 roku oraz przez Ethernet z Xerox PARC w 1973. Natomiast pierwszym systemem komputerowym, umożliwiającym prowadzenie konferencji w wirtualnej przestrzeni, był EIES, system opracowany przez Turffa z New Jersey Instytut of Technology w 1975 r.

[16, s. 34]. Kapitał ludzki to przede wszystkim wartość wiedzy (*know-how* oraz tak zwana wiedza niejawna – *tacit knowledge*) tworzonej przez członków przedsiębiorstwa, doświadczenie, umiejętności i zdolności ludzi, które mają decydujące znaczenie dla efektów działania przedsiębiorstwa. Kapitał strukturalny (wyrażalna i usystematyzowana wiedza – *explicit knowledge*) odzwierciedlony jest w postaci własności intelektualnych, baz danych, procesów zarządzania, kultury organizacyjnej oraz infrastruktury technicznej. Infrastruktura ta powinna wspierać rozwój kapitału ludzkiego. Do infrastruktury zalicza on jakość i zasięg systemów informacyjnych, reputację przedsiębiorstwa, akcjonariat, koncepcję organizacyjną oraz dokumentację. Podobnie kapitał strukturalny ujmuje B. Lev stwierdzając, iż pozwala on przedsiębiorstwu w sposób efektywny wytwarzać wzrost oraz znaczącą wartość ekonomiczną z kapitału rzeczowego, finansowego, ludzkiego oraz niematerialnych aktywów [25].

Kapitał intelektualny wymaga odpowiedniej infrastruktury organizacyjnej, która usprawniałaby tworzenie wartości dla klientów. Infrastruktura organizacyjna, którą B. Lev nazywa kluczowym „czynnikiem produkcji”, obejmuje: procesy i praktyki biznesowe, systemy, które przekształcają aktywa materialne i niematerialne w wiązkę aktywów przedsiębiorstwa, umożliwiając tworzenie wartości z wszystkich typów aktywów, przewagę konkurencyjną oraz trwałe przepływy pieniężne [26]. Aby przedsiębiorstwo mogło efektywnie tworzyć wartość, wspomniana infrastruktura organizacyjna nie może być statyczna, a raczej powinna stale dostosowywać się do nowych uwarunkowań, zarówno rynkowych jak i wewnątrzorganizacyjnych.

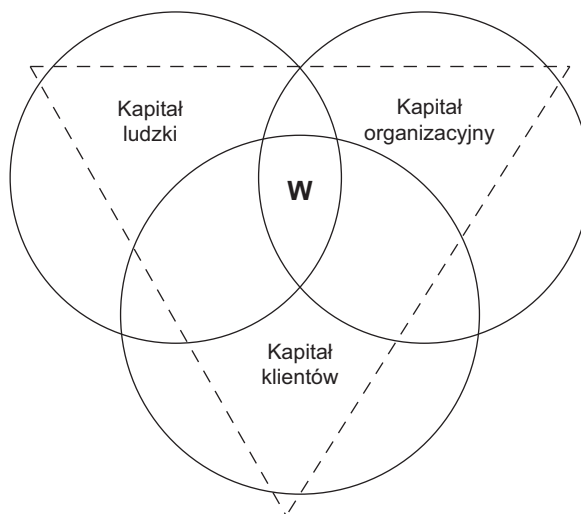
W umiejętności szybkiego dostosowania się i adaptacji przedsiębiorstwa do nowych warunków funkcjonowania B. Lev upatruje kluczową kompetencję współczesnego przedsiębiorstwa. Przykładem może być adaptacja nowej technologii, która jest bardzo kosztowna i czasochłonna. Szacuje się, iż przeniesienie tradycyjnych kanałów dystrybucji do rozwiązań informatycznych (internet i sieć web), w tym szkolenie pracowników, adaptacja systemu czy utracony czas, dwu-, a nawet trzykrotnie przewyższa koszty przejścia bądź nabycia nowej technologii.

Równie często, różnica między wartością rynkową a wartością księgową, nazywana jest wartością kapitału intelektualnego [33, s. 153]. Jeśli określenie wartości kapitału intelektualnego rozpatrzmy z punktu widzenia procesowego, to wartość tak rozumiana będzie ciągle tworzona, ponownie przekształcana w nową formę, dzięki dynamicznej interakcji zachodzących między ludźmi, informacją i wiedzą. Wartość określa stopień użyteczności czegoś, szczególnie w porównaniu z innymi rzeczami. Oznacza to, iż wartość jest raczej percepcyjna niż faktyczna – a więc różne pomiary będą zastosowane dla interesariuszy, dostawców czy akcjonariuszy. Tworzenie wartości, na przykład dla klientów polega na strategii wykorzystania wiedzy przedsiębiorstwa i innowacji.

Zasoby niematerialne organizacji utożsamiane były z kapitałem intelektualnym, co potwierdza klasyfikacja opracowana pod kierownictwem K.E. Sveibyego w ramach tak zwanej Grupy Konrada. K.E. Sveiby wymienia trzy komponenty [39]:

- 1) kompetencje pracowników (wykształcenie, doświadczenie, umiejętności, stosunek do organizacji i witalność),
- 2) wewnętrzną strukturę organizacji (patenty, licencja, *know-how*, znaki towarowe, kultura, procesy, systemy administracyjne, technologie informatyczne),
- 3) zewnętrzną strukturę organizacji (wizerunek, znaki towarowe, stosunki z dostawcami i odbiorcami), które są następnie analizowane ze względu na ich wzrost, rozwój, efektywność i ryzyko.

Na bazie założeń K.E. Sveibyego, L. Edvinsson podzielił kapitał intelektualny na dwa główne elementy: kapitał ludzki i kapitał strukturalny. Rozwinięciem tej klasyfikacji jest tak zwany model kapitału intelektualnego, opracowany wspólnie przez L. Edvinssona, H. Saint-Onge, G. Petrasha oraz C. Amstronga⁶. Kapitał intelektualny podzielono tu na: kapitał ludzki (*know-how*, umiejętności, zdolności, doświadczenie oraz wiedza tworzona przez członków organizacji), kapitał organizacyjny (umiejętności organizacji odzwierciedlone w postaci własności intelektualnych, baz danych, procesów zarządzania, infrastruktury technicznej, kultury organizacyjnej) oraz kapitał klientów (obejmuje relacje organizacji z otoczeniem: klientami, dostawcami, kooperantami w oparciu o umowy, kontrakty). Model ten (rysunek 2) ze względu na jego dynamiczne ujęcie, zasługuje na uwagę.



Rysunek 2. Model kapitału intelektualnego

Legenda:

- - - - - przepływ wiedzy między pracownikami, klientami a organizacją
- W - wartość (wytworzone bogactwo w wyniku interakcji trzech form kapitału)

Źródło: [11, s. 223].

⁶ Poszerzone ujęcie platformy wartości Petrasha, Zob.: [30] oraz [11, s. 222–223].

Najważniejszą cechą tego modelu są wzajemne związki i zależności między głównymi elementami kapitału intelektualnego, których rezultatem ma być kreacja wartości. Model ten wpisuje się w aparaturę pojęciową ogólnej teorii systemów i cybernetyki. Linie przerywane sugerują przepływ wiedzy, natomiast linie ciągłe – zależności występujące między trzema elementami. W teorii systemów, systemy otwarte (np. organizacja) uwikłane są w ciągły proces samoorganizacji, zmierzający do utrzymania równowagi (tzw. homeostazy). W wyniku zachodzących zmian wewnątrz i na zewnątrz systemu następują adaptacyjne (przystosowawcze) działania w systemie i powrót do równowagi. Oznacza to, iż organizacje należą do systemów samoorganizujących się, ponieważ są zdolne do podnoszenia stopnia swego uporządkowania i do rozwoju, dzięki czerpaniu z otoczenia zasileń, na przykład materialnych i informacyjnych. W prezentowanym modelu słabości w obszarze kapitału ludzkiego, na przykład niewykwalifikowana kadra, niezajomość języków obcych, brak wiedzy o rynku powodują ograniczony rozwój kapitału klientów, na przykład niesfinalizowanie międzynarodowej umowy kooperacyjnej. Konsekwencją tych zdarzeń będą przystosowawcze działania przedsiębiorstwa (eliminacja słabości), zmierzające do wzrostu jej potencjału i tworzenia wartości.

Inne ujęcia kapitału intelektualnego stanowią mniej lub bardziej rozwinięte pochodne wersje przedstawionego modelu kapitału intelektualnego. Wydaje się, iż zarysowuje się w tym obszarze pewien konsensus, polegający na klasyfikowaniu składników kapitału intelektualnego w obszarze trzech kategorii: ludzi, wnętrza przedsiębiorstwa oraz tego, co znajduje się na zewnątrz (tabela 1).

Przykładowo T.A. Stewart wymienia kapitał ludzki, kapitał strukturalny (wewnętrzny i zewnętrzny) oraz kapitał klientów [36, 79–166]. Natomiast klasyfikacja N. Bontisa jest bardzo zbliżona do platformy wartości G. Petrasha i obejmuje [6, s. 629]:

- 1) kapitał ludzki (*human capital*) – zasób indywidualnej wiedzy pracowników, niezwykle trudno kodowalnej i transferowalnej. Jest on źródłem innowacji i strategicznej odnowy przedsiębiorstwa,
- 2) kapitał strukturalny (*structural capital*) – obejmuje procesy i wewnętrzne połączenia organizacyjne, efektywność, czas przeznaczony na transakcje, dostęp do informacji,
- 3) kapitał relacyjny (*relational capital*) – wiedza osadzona w międzyorganizacyjnych relacjach, wykorzystuje zewnętrzne połączenia organizacyjne, związki rynkowe, relacje z klientami, dostawcami, ośrodkami władzy a przemysłem, a także sieci technologiczne, które są dostępne w otoczeniu.

Tabela 1. Klasyfikacja kapitału intelektualnego według różnych autorów

Annie Brooking	Nick Bontis	Erick-Karl Sveiby	Thomas Stewart
Aktywa ludzkie Aktywa rynkowe Aktywa organizacyjne Własność intelektualna	Kapitał ludzki Kapitał strukturalny Kapitał relacyjny	Kompetencje pracowników Wewnętrzna struktura organizacji Zewnętrzna struktura organizacji	Kapitał ludzki Kapitał strukturalny wewnętrzny Kapitał strukturalny zewnętrzny Kapitał klientów
Gerard Petrash	Leif Edvinsson Michael S. Malone	Patrick H. Sullivan	Mariusz Bratnicki
Kapitał ludzki Kapitał organizacyjny Kapitał klientów	Kapitał ludzki Kapitał strukturalny	Kapitał ludzki Aktywa intelektualne Własności intelektualne	Kapitał ludzki Kapitał społeczny Kapitał organizacyjny

Źródło: opracowanie własne na podstawie [9], [7], [39], [36], [10], [16], [38] oraz *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, red. M. Bratnicki, J. Strużyna AE, Katowice 2001.

Nieco inne ujęcie prezentuje A. Brooking, która wymienia cztery kategorie [9]:

- 1) aktywa rynkowe – do nich należą: marka produktów, usług oraz samej organizacji; klienci i poziom ich lojalności; kontrakty, współpraca w ramach zawartych związków kooperacyjnych; kanały dystrybucji. Każdy z wymienionych elementów tworzy przewagę konkurencyjną organizacji. Przykładowo, marka pozwala na łatwiejszą identyfikację produktów, usług oraz organizacji wśród potencjalnych klientów; lojalność klientów gwarantuje sprzedaż produktów tak długo, jak możliwe jest jej utrzymanie; z kolei rozpoznawalna i dobrze znana marka organizacji umożliwia zawarcie uprzywilejowanych kontraktów i pozyskanie wiarygodnych kooperantów;
- 2) własność intelektualna – obejmuje wiedzę i doświadczenie, zdobyte w procesie produkcji (*know-how*), tajemnicę wymiany handlowej, patenty, prawa autorskie oraz znaki handlowe. Własność intelektualna umożliwia ochronę prawną wymienionych składników;
- 3) aktywa ludzkie – ukierunkowane na zespołowe uczenie się, kreatywność, umiejętność rozwiązywania problemów, przywództwo, przedsiębiorczość. Aktywa ludzkie stanowią najważniejszy zasób organizacji, ponieważ wiedza jest immanentnie związana z pracownikami. W przeciwieństwie do aktywów strukturalnych i infrastruktury wiedza i ludzie – jej nośniki nie są własnością organizacji;
- 4) aktywa organizacyjne (infrastruktura) – stanowią je technologia i różne działania, umożliwiające funkcjonowanie organizacji, tj.: kultura organizacyjna, procesy zarządzania, systemy informatyczne, systemy komunikacji (sieciowe), powiązania, relacje finansowe.

Według A. Brooking, określenie kapitału intelektualnego pozwala przedsiębiorstwu uporządkować planowanie w obszarze badań i rozwoju, tym samym zrozumieć

źródła jego rynkowej konkurencyjności⁷. Ponadto, koncentruje się ona na edukacji organizacyjnej, programach szkoleniowych, identyfikacji atutów, a także słabości organizacji, zanim staną się rzeczywistym problemem. Na tle pozostałych autorów klasyfikacja A. Brooking oraz P.H. Sullivana [38, s. 18] (kapitał ludzki, aktywa intelektualne oraz własności intelektualne) różni się poprzez wyodrębnienie własności intelektualnych, które według N. Bontisa nie są częścią kapitału intelektualnego. Należą one do „zwykłych”, prawnie chronionych aktywów niematerialnych.

W literaturze polskojęzycznej szczegółową analizę składników kapitału intelektualnego przedstawia M. Bratnicki. Według autora, kapitał intelektualny stanowi suma wiedzy posiadanej i przekształcanej w składniki wartości przedsiębiorstwa przez społeczność (pracowników) tegoż przedsiębiorstwa. Zawiera w sobie wszystkie niewymierne elementy, tworzące różnicę pomiędzy całkowitą a finansową wartością przedsiębiorstwa. Wartość przedsiębiorstwa tworzy kapitał materialny oraz kapitał intelektualny (ludzki, społeczny i organizacyjny)⁸.

Dużym problemem w istniejącej literaturze przedmiotu jest nie do końca sprecyzowana terminologia. Przykładowo – kapitał ludzki u T. Stewarta jest analogicznie interpretowany, jak aktywa ludzkie w ujęciu A. Brooking. Z kolei wewnętrzny kapitał strukturalny T. Stewarta, to w interpretacji A. Brooking własności intelektualne oraz aktywa organizacyjne. Natomiast zewnętrzny kapitał strukturalny T. Stewarta stanowi aktywa rynkowe w interpretacji cytowanej autorki. Zewnętrzna struktura organizacji u K.E. Sveibyego (nazwa marki, znaki handlowe, reputacja, wizerunek) zawiera wiele elementów wspólnych z aktywami rynkowymi A. Brooking, a główna różnica to różny stopień konkretyzacji składników w ramach tych dwóch kategorii.

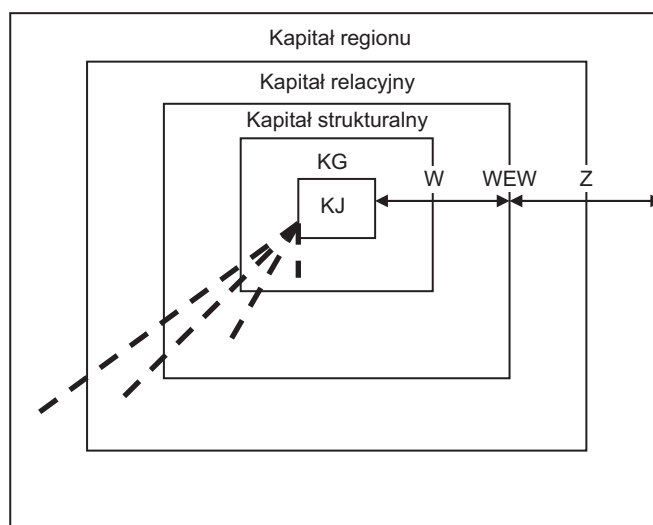
Różnice, o których tu mowa, to nie tylko kwestie terminologiczne, mają one bowiem kluczowe znaczenie dla wykorzystywania wiedzy już istniejącej oraz tworzenia nowej wiedzy w organizacji. Współcześnie nowa wiedza utożsamiana jest z innowacją, powstała w wyniku interaktywnego uczenia się. Innowacje powstają w zespole, a nie w izolacji, dlatego nie bez znaczenia jest podział kapitału ludzkiego na: kapitał indywidualny i kapitał grupy (rysunek 3).

Jak się wydaje, grupowy kapitał ludzki jest w znacznie większym stopniu nośnikiem nowej wiedzy, pomysłów i umiejętności rozwiązywania problemów niż kapitał indywidualny. Warunkiem różnicującym efektywność pracy jednostki i grupy jest metodyczność działania (np. w oparciu o określoną heurystykę, a nie w oparciu o metodę prób i błędów) oraz świadomość i ograniczanie negatywnego wpływu

⁷ Klasycznym przykładem firmy, która jako jedna z pierwszych zwróciła uwagę na znaczenie kapitału intelektualnego jest Dow Chemical Company. Dow jako właściciel ok. 29000 patentów stanął przed problemem wynikającym z polityki patentowej i wysokich kosztów ich utrzymania. W wyniku audytu i szczegółowej analizy patentów firmy okazało się, iż raptem tylko 200 z nich ma strategiczne znaczenie dla Dow. Rezygnacja i licencjonowanie części patentów dała oszczędności w wysokości 40 mln USD w okresie ostatniej dekady.

⁸ Drzewo wartości przedsiębiorstwa przedstawione przez M. Bratnickiego szczegółowo zostało omówione w: [8, s. 101].

zagrożeń utrudniających pełne wykorzystanie potencjału grupy. Jest oczywiste, iż działania dobrze funkcjonującego zespołu nie można sprowadzić do sumy zachowań poszczególnych jednostek. Czynniki wzmacniającymi synergę grupy są: klimat emocjonalny, postawa ludyczna (zabawy, dobrego humoru), akceptacja, język figuralny (analogii i metafor) czy też, tak zwana, intelektualna wspólnota, gdzie wiedza, pomysły, propozycje, są wzmacniane i mogą być rozwijane.



Rysunek 3. Komponenty kapitału intelektualnego

Legenda: KJ – kapitał jednostki; KG – kapitał grupy; W – środowisko wewnętrzne; Z – otoczenie zewnętrzne;
 - - - przepływ wiedzy
 Źródło: opracowanie własne.

Z kolei wewnętrzny kapitał strukturalny postrzegany jest tu jako pewna infrastruktura, umożliwiająca efektywne wykorzystanie potencjału jednostki i grupy. Natomiast kapitał relacyjny konstytuują relacje z klientami, partnerami, związki kooperacyjne (alianse, wspólne przedsięwzięcia), związki sieciowe oraz komplementarne aktywa, jak.: kanały dystrybucji, marketing, uzupełniające technologie i produkty, sprawne zdolności produkcyjne. O kapitale strukturalnym i relacyjnym (klienta) pisał już J. Kay [23, s. 99–125], używając terminu „architektura”. Autor ten postrzega architekturę jako wyróżniającą zdolność przedsiębiorstwa, której istotą jest sieć kontraktów (układ stosunków) wewnątrz (między pracownikami i firmą) i na zewnątrz przedsiębiorstwa (między dostawcami i klientami) oraz w obrębie grup przedsiębiorstw o pokrewnej działalności, tworzących sieci powiązań. Specyficzna dla danego przedsiębiorstwa architektura umożliwia zdobycie wiedzy oraz zapewnia swobodny przepływ informacji.

Dodatkowym uzupełnieniem klasyfikacji jest wyodrębnienie komponentu kapitału intelektualnego, mianowicie: kapitału regionu – rozumianego jako niematerialne zasoby regionu, umożliwiające rozwój środowiska sprzyjającego kreacji nowej wiedzy (innowacji) i jej absorpcji. Kapitał regionu tworzy: klimat ekonomiczny (stopień uprzemysłowienia regionu), dostęp do wykwalifikowanej kadry (jej mobilność), dostęp do wiedzy naukowej i technologicznej, kultura (dynamizm) przedsiębiorczości, bliskość geograficzna (lokalizacja), lokalna władza, infrastruktura techniczna (systemy łączności i komunikacji teleinformatycznej). Tak więc kapitał regionu powstaje w wyniku sieci ukierunkowanych na uczenie się i rozwój powiązań między aktorami danego regionu⁹.

Zakończenie

Definiowanie kapitału intelektualnego oraz jego składników ma kluczowe znaczenie dla podejmowania dalszych inicjatyw z nim związanych – szczególnie w kwestii jego pomiaru. Istniejące klasyfikacje kapitału intelektualnego błędnie narzucają niejako oddzielne ich traktowanie, na przykład kapitału ludzkiego niezależnie od pozostałych komponentów: kapitału strukturalnego, relacyjnego czy regionu. W zarządzaniu te aktywa, które trudno zmierzyć, ze względu na ich niekodowany charakter (doświadczenie, wizerunek, reputacja, marka, relacje z klientami itp.) do tej pory ignorowano i nie były one przedmiotem pomiaru. Celem zarządzania powinno być ukierunkowanie na te komponenty kapitału intelektualnego, które w największym stopniu zdolne są do wytwarzania przychodu oraz oddziaływania kapitału intelektualnego na wartość tworzoną dla interesariuszy i akcjonariuszy. Dlatego pomiar kapitału intelektualnego powinien być pierwszym, ale nie decydującym krokiem w zrozumieniu, w jaki sposób zarządzać kapitałem intelektualnym przedsiębiorstwa. Niezrozumienie, gdzie może być tworzona wartość przedsiębiorstwa prowadzi do nieefektywnej alokacji zasobów. Aby lepiej zrozumieć istotę zarządzania kapitałem intelektualnym, potrzebne jest określenie modelu biznesowego, w oparciu o który przedsiębiorstwo określi przyszłe możliwości rozwoju. Niestety, brak jest badań prowadzonych na szeroką skalę, poświęconych identyfikacji i rozwojowi modeli przedsiębiorstwa, które ustrukturalizowałyby informacje o kapitale intelektualnym i opisywałyby, jak komponenty (aktywa, wartości, zasoby) kapitału intelektualnego wchodzi w interakcje z innymi aktywami przedsiębiorstwa oraz jak dokładnie tworzona jest wartość. Wyjątek stanowi interesująca propozycja S. Kasiewicza [22, s. 36], aby model

⁹ Przykładem interesującej inicjatywy jest planowany ośrodek badawczo-techniczny w Nowym Sączu przy Wyższej Szkole Biznesu – National-Louis University, w którym media, przedsiębiorstwa internetowe i IT, na co dzień konkurujące ze sobą, będą współpracować nad nowatorskimi technologiami, które można wykozystać w wirtualno-medialnym biznesie. Szerzej na ten temat w: www.multiklaster.pl.

biznesowy przedstawić w kontekście trzech wymiarów, koncentrujących się na określeniu: rodzaju prowadzonej działalności, potrzeb w zakresie dostępnych i używanych zasobów zarówno materialnych, jak i niematerialnych oraz ich efektywnego wykorzystania w procesie tworzenia i wzrostu wartości rynkowej przedsiębiorstwa.

Bibliografia

- [1] Amit R., Shoemaker P., *Strategic Assets and Organizational Rent*, "Strategic Management Journal" 1993, nr 1.
- [2] Barney J.B., *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, "Journal of Management" 1991, nr 17.
- [3] Barney J.B., *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, "Journal of Management" 1991, nr 17.
- [4] Barney J.B., *Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy*, "Management Science" 1986, nr 13, s. 1231–1241;
- [5] Becker G., *Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis*, "Journal of Political Economy" 1962, nr 70.
- [6] Bontis N., Choo C.W. (red.), *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*, Oxford University Press 2002.
- [7] Bontis N., *Intellectual Capital: an Exploratory Study That Develops Measures and Models*, "Management Decision" 1998, nr 36(2).
- [8] Bratnicki M., *Kompetencje przedsiębiorstwa. Od określenia kompetencji do zbudowania strategii*, Placet, Warszawa 2000.
- [9] Brooking A., *Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomas Business Press, London 1996.
- [10] Bukowitz W.R., Petrash G.P., *Visualizing, Measuring and Managing Knowledge*, "Research Technology Management" 1997, nr 40(4).
- [11] Bukowitz W.R., Williams R.L., *The Knowledge Management Fieldbook*, Financial Time-&Prentice Hall, London 2000.
- [12] Chamberlin E.H., *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press, Cambridge, MA 1933, w: V. Clulow, J. Gerstman, C. Barry, *The Resource-Based View and Sustainable Competitive Advantage: The Case of a Financial Services Firm*, "Journal of European Industrial Training" 2003, nr 5(27).
- [13] Chamberlin H.E., *The Theory of Monopolistic Competition: A Re-orientation of the Theory of Value*, Harvard University Press, Cambridge 1947.
- [14] Edvinsson L., Malone M.S., *Developing Intellectual Capital at Skandia*, "Long Range Planning" 1997, nr 3(30).

- [15] Edvinsson L., Malone M.S., *Intellectual Capital. The Proven Way to Establish your Company's Real Value by Measuring its Hidden Brainpower*, Piatkus, London 1997.
- [16] Edvinsson L., Malone M.S., *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swojego przedsiębiorstwa odnajdując jego ukrytą wartość*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [17] Fiewel G.R., *Intellectual Capital of Michal Kalecki: A Study in Economic Theory and Policy*, University of Tennessee Press, Knoxville, 1975.
- [18] Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 1999.
- [19] Hudson J.W., *Intellectual Capital, How to Built It, Enhance It, Use It*, John Wiley&Sons, New York 1993.
- [20] Itami H., *Mobilizing Invisible Assets*, Harvard University Press, Cambridge, 1987.
- [21] Kaplan R.S., Horton D.P., *Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [22] Kasiewicz R., Rogowski W., Kicińska M., *Kapitał intelektualny. Spojrzenie z perspektywy interesariuszy*, OE, Warszawa 2006.
- [23] Kay J., *Podstawy sukcesu firmy*, PWE, Warszawa 1996.
- [24] Lev B., *Intangible. Management, Measurement, and Reporting*, Brooking Institution Press, Washington D.C., 2001.
- [25] Lev B., Radhakrishnan S., *Structural Capital*, <http://www.baruch-lev.com> (stan na luty 2004).
- [26] Lev B., *The Importance of Organizational Infrastructure (OI)*, „Financial Executive Magazine” July/August 2002.
- [27] Nęcka E., *Trening twórczości*, GWP, Gdańsk 2005.
- [28] Penrose E., *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford University Press 1995.
- [29] Peteraf M.A., *The Cornerstones of Competitive Advantage*, “Strategic Management Journal” 1993, nr 3(14).
- [30] Petrash G., *Dow's Journey to a Knowledge Value Management Culture*, “European Management Journal” 1997.
- [31] Pochtowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategie – procesy – metody*, PWE, Warszawa 2007.
- [32] Porter M.E., *Competitive Advantage*, The Free Press, New York 1985.
- [33] Romanowska M., *Budowanie przewagi konkurencyjnej w oparciu o kapitał intelektualny, w: Strategia firmy a restrukturyzacja zatrudnienia*, red. K. Stoińska, PFPK, Warszawa 2001.

- [34] Romanowska M., *Kształtowanie wartości firmy w oparciu o kapitał intelektualny*, w: *System informacji strategicznej. Wywiad gospodarczy a konkurencyjność przedsiębiorstwa*, red. R. Borowiecki, M. Romanowska, Difin, Warszawa 2001.
- [35] *Słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1979, s. 90.
- [36] Stewart T.A., *Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations*, Nicholas Brealey Publishing Limited 2003.
- [37] Strojny M., *Zarządzanie wiedzą i kapitałem intelektualnym jako nowe źródło przewagi konkurencyjnej*, „Problemy Jakości” 1999, nr 12.
- [38] Sullivan P.H., *Value-Driven Intellectual Capital. How to Convert Intangible Corporate Assets into Market Value*, John Wiley&Sons Inc. 2000.
- [39] Sveiby K.E., *The Intangible Asset Monitor*, “Journal of Human Resources Costing and Accounting” 1997, nr 2.
- [40] Teece D.J., Pisano G., Shuen A., *Firm Capabilities, Resources and the Concept of Strategy*, “Economic Analysis and Policy Working Paper”, University of California, Berkeley, 1994.
- [41] Ulrich D., *Intellectual Capital Equals Competence x Commitment*, “Sloan Management Review” 1998, nr 38.
- [42] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych* (Dz.U. z 2000 roku nr 80, poz. 904).
- [43] *Ustawa z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości* (Dz.U. z 1994 roku nr 121, poz. 591).
- [44] *Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej* (Dz.U. z 2003 roku nr 119, poz. 1117 ze zm.)
- [45] Wernerfelt B., *A Resource-Based View of the Firm*, “Strategic Management Journal” 1984, nr 5.
- [46] Wiig K.W., *Integrating Intellectual Capital with Knowledge Management*, “Long Range Planning” June 1997.

KAPITAŁ INTELEKTUALNY – PROBLEM INTERPRETACJI KLUCZOWYCH TERMINÓW

Streszczenie

W artykule przedstawiono pojęcia kapitału intelektualnego oraz problem jego definicji w ujęciu różnych autorów. Kapitał intelektualny przedstawiono również w kontekście jego

składników, oraz ich klasyfikacji. Wiele definicji kapitału intelektualnego i prezentacja jego elementów (komponentów) skłania do poszukiwania konsensusu i przyjęcia akceptowalnej interpretacji.

SŁOWA KLUCZOWE: KAPITAŁ INTELEKTUALNY, KLASYFIKACJA, DEFINICJE

INTELLECTUAL CAPITAL – PROBLEM OF THE INTERPRETATION OF KEY ISSUES

Abstract

This article presents the concepts of intellectual capital and the problem of its definition of terms derived by different authors. Intellectual capital examined in the context of its components, and their classification. A multitude of definitions of intellectual capital and the presentation of its elements (components) tends to seek a consensus and an acceptable interpretation. The article refers to the definition of intellectual capital by different authors, indicating the common issues, but also some differences in its definition, thus finding a consensus in the interpretation and understanding of the term. The article also referred to the certain difficulties associated with measurement of intellectual capital, which is closely linked to its earlier interpretation and classification.

KEY WORDS: INTELLECTUAL CAPITAL, CLASSIFICATION, DEFINITIONS