

Rachunkowość innowacji na przykładzie przedsiębiorstw określanych mianem *start-up*

Krzysztof Luczak*

Streszczenie: *Cel* – celem artykułu jest ukazanie istoty, pojęcia, cech charakterystycznych i definicji przedsiębiorstwa innowacyjnego, będącego na wczesnym etapie rozwoju określanego mianem *start-up* w kontekście rachunkowości innowacji. Artykuł prezentuje charakterystykę innowacji i tworzących je przedsiębiorstw, których głównymi aktywami są aktywa niematerialne. Autor prezentuje cechy charakterystyczne przedsiębiorstw określanych mianem *start-up*, które wskazują na potrzebę odrębnego ujęcia tych podmiotów w rachunkowości. *Metodologia badania* – w pracy została wykorzystana zarówno literatura krajowa jak i zagraniczna (anglojęzyczna). W pracy została wykorzystana metoda historyczna oraz wnioskowania logicznego. *Wynik* – przedsiębiorstwa innowacyjne będących na wczesnym etapie rozwoju należy traktować w sposób odmienny w zakresie pomiaru wartości i wyceny od pozostałych przedsiębiorstw. *Oryginalność/Wartość* – artykuł definiuje pojęcie *start-up* ukazując zasadnicze różnice występujące, pomiędzy *start-upami* a innymi przedsiębiorstwami według kryteriów: wieku, innowacyjności oraz modelu biznesowego.

Słowa kluczowe: innowacje, przedsiębiorstwa innowacyjne, start-up, pomiar wartości, rachunkowość innowacji

Wprowadzenie

Funkcjonowanie przedsiębiorstw w XXI wieku, szczególnie tych działających na konkurencyjnych rynkach i dostarczających produkty w postaci niematerialnej, opiera się na inwestycji w innowacje. Dynamika zmieniającego się otoczenia rynkowego, będąca skutkiem nasilającej się konkurencji i szybkiego postępu technicznego, wzmaga w przedsiębiorstwach aktywny udział w procesie komercjalizacji wiedzy i wykorzystywania jej w innowacjach. Źródłem kreowania wartości w gospodarce opartej na wiedzy jest, w coraz większym stopniu kapitał intelektualny. W związku z tym, zdaniem A. Jarugi i J. Fijałkowskiej mamy do czynienia z wciąż poszerzającą się rozbieżnością pomiędzy wartością księgową a wartością rynkową wielu przedsiębiorstw (Jaruga, Fijałkowska 2002: 155). Rozbieżność ta zdaniem wspomnianych badaczy ma szczególne znaczenie w przypadku firm intensywnie wykorzystujących wiedzę w swojej działalności. Przykładem takich przedsiębiorstw są, zdaniem autora, *start-upy*¹.

Globalizacja współczesnej gospodarki i niespotykany wcześniej rozwój technik teleinformatycznych, doprowadziły do sytuacji, w której niewielkie przedsiębiorstwa, są w stanie dostarczać swoje produkty z pominięciem barier geograficznych czy politycznych. Co

* mgr Krzysztof Luczak, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Zarządzania Katedra Rachunkowości, al. Niepodległości 10, 61–875 Poznań, e-mail: krzysztof.luczak@ue.poznan.pl.

¹ Autor używa w artykule również polskiej odmiany terminu *start-up* (ang.).

więcej, ich produkty często nie mają postaci materialnej, dzięki czemu mogą być dystrybuowane za pośrednictwem sieci internetowej. W efekcie na świecie odnotowuje się dynamiczne wzrosty przedsiębiorstw posiadających produkty niematerialne oferowane w środowisku wirtualnym na rynku globalnym. Zmiany te powodują ewolucję rachunkowości i wykształcanie nowych rozwiązań, których przykładem jest „rachunkowość innowacji” (Ries 2011; Corrado, Hulten 2012; Maurya 2012). Jest to stosunkowo nowe określenie, które wykształciło się pod wpływem niesamowitego rozwoju przedsiębiorstw określanych mianem start-up.

Celem artykułu jest przedstawienie istoty przedsiębiorstw innowacyjnych będących na wczesnym etapie rozwoju określanych mianem *start-up*. Pierwsza część artykułu poświęcona jest charakterystyce pojęcia innowacja. Artykuł w głównej mierze odwołuje się do teorii innowacji zaproponowanej przez Josepha Schumpetera. W dalszej części pracy dokonano wyjaśnienia istoty i wyodrębnienia cech charakterystycznych przedsiębiorstw określanych mianem *start-up*. Artykuł ukazuje także rolę i znaczenie *start-upów* dla współczesnej gospodarki w kontekście rachunkowości innowacji.

1. Istota innowacji

Słowo innowacja pochodzi z języka łacińskiego (łac. *innovatio*) i oznacza odnowę, zmianę. Stosowanie innowacji w praktyce ma miejsce od początku istnienia ludzkości. Za innowacje uważa się za lepsze, od stosowanych dotychczas przez ludzi rozwiązania, które wywierają wpływ na społeczno-ekonomiczne warunki życia. (Dolińska 2010: 13). Innowacje odnoszą się do wszystkich sfer życia ludzkiego, począwszy od nowych rozwiązań z życia gospodarczego czy społecznego po nowe prądy myślowe lub kulturowe. (Janasz, Koziół 2007: 11). Literatura niejednoznacznie definiuje pojęcie innowacji wskazując, że może być to sam proces lub też rezultat jego wykonania. Stąd innowacja to wszelki proces twórczego myślenia, zmierzający do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań w technologii, technice, przedsiębiorstwie czy życiu społecznym. Innowacja jako rezultat odnosi się do jakiegokolwiek dobra, usługi lub pomysłu, który przez odbiorców postrzegany jest jako nowy (Pomykański 2001: 17). Innowacje często są mylnie utożsamiane z wynalazkami, które oznaczają nowy produkt lub proces będący wynikiem badań i eksperymentów. Wynalazek często poprzedza innowacje. W kreatywnym procesie wynalazek stymuluje innowację, która jest zagadnieniem szerszym, oznaczającym połączenie wynalazku z jego komercyjnym zastosowaniem (Harris 2013: 13). Joseph Shumpeter, austriacki ekonomista i autor pojęcia „kreatywna destrukcja” napisał: „nie wystarczy wyprodukować dobre mydło, trzeba zachęcić ludzi, żeby się myli” (Schumpeter, 1960). Wynalazek może posiadać takie cechy, jak kreatywność czy użyteczność, jednak przyniesie istotną wartość dodaną dopiero wtedy, gdy ludzie zechcą wykorzystywać go w sposób, który znacząco odmieni ich życie i pracę. Dzisiejszy świat obfituje w wynalazki przewyższające możliwości ich wykorzystania. Jako przykłady takich wynalazków można wskazać rozszerzoną rzeczywistość, grafen, zaawansowane technologie telekomunikacyjne takie jak NFC (ang. *near field communication*) czy internet rzeczy. Zainteresowanie zwracają jedynie te wynalazki, które cieszą się popytem ze strony konsumentów. W przeciwnym razie wynalazki trwają w zapomnieniu do chwili, gdy ktoś znajdzie odpowiedni model biznesowy do ich komercjalizacji (Harris 2013: 13). Pod pojęciem model biznesowy autor rozumie sposób, w jaki organizacja tworzy i dostarcza wartość swoim klientom (www.pi.gov.pl). Można stąd wywnioskować, że odpowiedni

model biznesowy determinuje wartości innowacji. Możliwość kreowania przyszłych korzyści ekonomicznych jest zatem kluczowym elementem wpływającym na wartość ekonomiczną innowacji. Określenie wartości ekonomicznej innowacji jest zadaniem niezwykle trudnym. Częściej bowiem wycena innowacji w mierniku pieniężnym przestaje być miernikiem wartości, a staje się miernikiem wyobraźni przyszłych korzyści ekonomicznych (Kamela-Sowińska 2013: 317).

Prekursorem teorii innowacji w naukach ekonomicznych był żyjący na przełomie XIX i XX wieku J.A. Schumpeter. Jego zdaniem innowacja oznaczała wprowadzenie do praktyki nowego rozwiązania, przy czym koncentrował się on przede wszystkim na innowacjach technicznych i ich wpływu na gospodarkę. W pracach Schumpetera innowacje są traktowane jako nowe kombinacje w gospodarce przyjmujące następujące postacie (Schumpeter 1960: 104):

- nowe produkty lub usługi,
- nowe metody produkcyjne, połączone z nowymi technologiami,
- nowe rynki zbytu,
- nowe czynniki produkcji oraz dostawcy tych zasobów,
- nowa organizacja rynku.

Opisany przez Schumpetera schemat dotyczy przedsiębiorcy-innowatora, który początkowo zastaje sytuację równowagi rynkowej oraz zerowego zysku. Poprzez wprowadzanie innowacji w wymienionych przez Schumpetera obszarach przedsiębiorca-innowator jest w stanie wygenerować dodatni zysk. Zysk generowany przez innowatora zachęca konkurentów i przyciąga naśladowców, którzy powielają rozwiązania przyjęte przez przedsiębiorcę. Dzięki naśladowcom następuje upowszechnienie oraz dyfuzja innowacji, jednak w dłuższym okresie prowadzi to, do zmniejszenia zysku do zera poprzez mechanizm kolejnych wejść i wyjść przedsiębiorstw z rynku. Przedsiębiorca-innowator nie przejmuje się jednak zachowaniami konkurentów i naśladowców, gdyż jest on zaangażowany we wprowadzanie na rynek kolejnych innowacji. Wymieniony przez Schumpetera przedsiębiorca-innowator jest tym podmiotem, który zaburza osiągnięty wcześniej stan równowagi, jednak dzięki jego aktywności gospodarka może się rozwijać poprzez kolejne cykle wprowadzania nowych rozwiązań, a następnie ich upowszechniania poprzez masowe wejścia na rynek naśladowców. Zjawisko to generuje fazę wzrostową w cyklu koniunkturalnym. Po nasyceniu rynku daną innowacją następuje, w związku z nasilającą się konkurencją, wycofanie się z rynku przedsiębiorstw cechujących się mniejszą rentownością. Następuje wtedy fala spowolnienia gospodarczego (Gawel 2013: 20). Konkludując przedstawioną przez Schumpetera teorię można dojść do wniosku, że przedsiębiorca-innowator, poprzez zaburzanie stanu równowagi, korzystnie wpływa na wzrost ekonomiczny środowiska, w którym funkcjonuje. Wpływa on zatem nie tylko na wartość ekonomiczną swojego przedsiębiorstwa, ale także całego otoczenia, które poprzez naśladownictwo przyczynia się do wzrostu gospodarczego.

Innowacje oznaczają komercjalizację wiedzy, na którą jest popyt. Może także przyczyniać się do kreowania się nowych rynków, tworzenia nowych firm i miejsc pracy. Z drugiej strony, powodują transformacje całej gospodarki i upadek przedsiębiorstw niedostosowanych do nowego otoczenia biznesu. W ten sposób innowacje wywierają znaczący wpływ na ogół wiedzy wykorzystywanej w gospodarce. Istotę i znaczenie innowacji Dolińska charakteryzuje następująco (Dolińska 2010: 16–17):

- funkcja innowacji sprowadza się do wdrażania nowości w gospodarce, które w efekcie prowadzą do rozwoju,

- rozwój wiedzy prowadzi do innowacji, a innowacje wymuszają rozwój wiedzy i postęp naukowo-techniczny,
- innowacje stały się siłą napędową postępu w gospodarce i społeczeństwie,
- coraz częściej innowacje są rezultatem wzajemnych relacji pomiędzy uczestnikami sieci, w których zachodzi zarządzanie wiedzą; sieci reprezentują nowe, elastyczne i otwarte na zmiany formy organizacyjne,
- tworzenie i wdrażanie innowacji powiązanych ze zmianami na rynku bądź w organizacji staje się bardziej efektywne dzięki powstającym w gospodarce rozwiązaniom organizacyjnym w postaci sieci, w których prowadzona jest działalność innowacyjna; zaliczają się do nich klastry, inkubatory i parki naukowo technologiczne,
- innowacje stosowane w organizacjach zwiększają ich konkurencyjność na rynku i stymulują wzrost regionów i krajów, który w efekcie prowadzi do rozwoju gospodarczego.

Konkludując powyższe rozważania należy stwierdzić, że istnieje wiele rodzajów innowacji, które zgodnie z literaturą przedmiotu, jak i praktyką gospodarczą można zasadniczo sklasyfikować jako:

- innowacje produktowe oznaczające zmianę sposobu wytwarzania produktów lub usług,
- innowacje procesowe zmieniające sposób wytwarzania lub dostarczania na rynek produktów i usług,
- innowacje organizacyjne polegające na zmianie sposobu funkcjonowania, zarządzania i kierowania podmiotem gospodarczym.

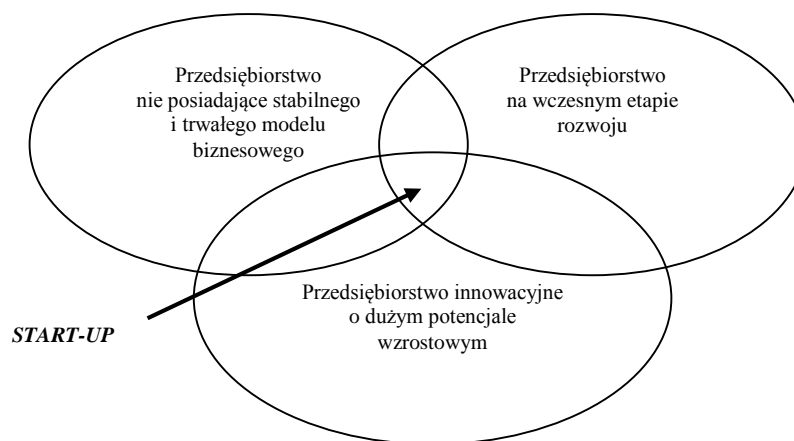
Podsumowując rozważania na temat istoty innowacji należy podkreślić pozytywny wpływ przedsiębiorstw innowacyjnych na gospodarkę w postaci nieustannego wytrącania gospodarki ze stanu równowagi i stymulację wzrostu gospodarczego.

2. Charakterystyka przedsiębiorstw innowacyjnych będących na wczesnym etapie rozwoju – *start-upów*

Szybki rozwój technik telekomunikacyjnych doprowadził do zmian, które spowodowały wzrost znaczenia wiedzy w gospodarce (Probst, Raub, Romhardt 2002: 14–15). Rozwój gospodarki opartej na wiedzy przyczynił się do rozwoju nowych form przedsiębiorstw określanych mianem innowacyjnych. Przykładem takich przedsiębiorstw są *start-upy*.

Termin *start-up* pochodzi z języka angielskiego i jest pojęciem stosunkowo młodym, które nie posiada swojego odpowiednika w języku polskim. Autor za *start-up* przyjmuje przedsiębiorstwo będące na wczesnym etapie rozwoju nieposiadające stabilnego i trwałego modelu biznesowego. Charakterystyczne jest przy tym to, że *start-up* nie jest mniejszym odpowiednikiem dużej firmy. Przedsiębiorstwa funkcjonują zgodnie z modelem biznesowym, w ramach którego klienci, ich problemy oraz sposoby rozwiązania tych problemów są znane. *Start-up* tymczasem funkcjonuje w trybie poszukiwania, co oznacza, że musi najpierw znaleźć odpowiedni model biznesowy. Cechy charakterystyczne pozwalające wyodrębnić *start-up* przedstawia rysunek 1.

Aby przedsiębiorstwo mogło być uznane za *start-up* powinno, zdaniem autora, spełniać łącznie trzy warunki. Po pierwsze powinno znajdować się na wczesnym etapie rozwoju. Powinno być przedsiębiorstwem innowacyjnym o dużym potencjale wzrostowym, a także funkcjonować w trybie poszukiwania optymalnego modelu biznesowego.



Rysunek 1. Cechy charakterystyczne przedsiębiorstwa typu *start-up*

Źródło: opracowanie własne.

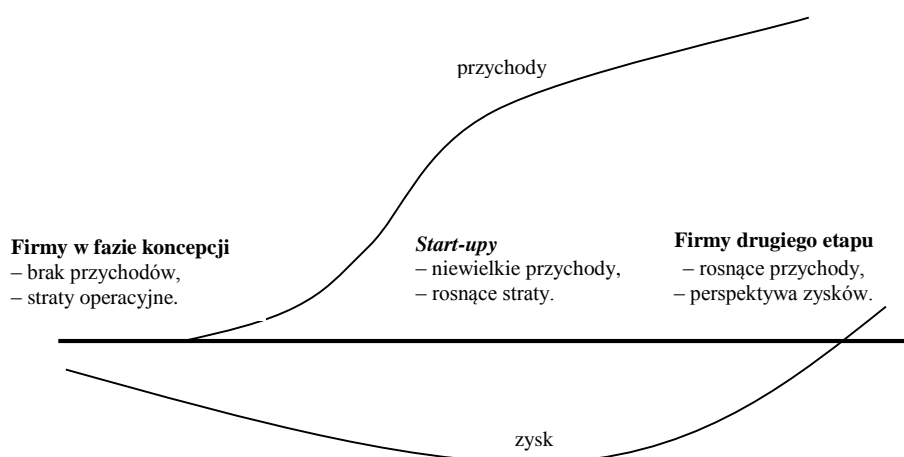
Według innych definicji przedsiębiorstwem typu *start-up* określa się tymczasową organizację zajmującą się poszukiwaniem skalowalnego, powtarzalnego i rentownego modelu biznesowego (Blank, Dorf 2012: 19). W literaturze można spotkać również definicje, według której *start-up*, to ludzka instytucja stworzona z myślą o budowaniu nowych produktów lub usług w warunkach skrajnej niepewności (Ries 2011: 29). A. Damodaran (2012: 84) stosuje pojęcie „młoda firma” wskazując na potrzebę rynkowego testowania swojej oferty. Wskazuje na następujący podział młodych firm (rys. 2). Analiza rysunku pozwala stwierdzić, że *start-up* plasuje się pomiędzy pomysłem biznesowym będącym w fazie koncepcji, a przedsiębiorstwami posiadającymi ukształtowaną dynamikę przychodów i perspektywę osiągnięcia zysku. Do cech charakterystycznych *start-up*ów można zaliczyć (Damodaran 2012: 5):

- brak historii – młode firmy mogą pochwalić się krótką historią działalności i wiele z nich posiada bardzo ograniczone historyczne dane finansowe,
- niewielkie dochody lub ich brak, straty z działalności operacyjnej – ograniczone dane finansowe stają się jeszcze mniej przydatne ze względu na ubogą zawartość informacyjną, jak również osiąganie permanentnej straty z działalności operacyjnej,
- zależność od kapitału obcego – *start-upy* w początkowym okresie finansowane są zazwyczaj ze środków własnych założycieli, z funduszy unijnych lub ze środków prywatnych inwestorów (funduszy venture capital, aniołów biznesu),
- znaczne ryzyko niepowodzenia – większość młodych firm nie jest w stanie sprostać próbie udanego wprowadzenia produktu na rynek. Powołując się na badania amerykańskie, aż 44% *start-up*ów upada w ciągu trzech lat od chwili powstania (Entrepreneur Weekly 2014).

Etap rozwoju, na którym znajdują się przedsiębiorstwa typu *start-up* prezentuje rysunek 2.

Start-up jest przedsiębiorstwem będącymi w początkowej fazie cyklu życia. Na tym etapie do podstawowych wyzwań można zaliczyć zabezpieczenie środków finansowych na przetrwanie firmy i dalszy rozwój, a także zdobycie uznania wśród klientów dla swoich produktów (Fong 2011: 128–129). Warto przy tym podkreślić, że *start-upy* generują stratę

z działalności operacyjnej, która jest wynikiem inwestycji w szybki wzrost przedsiębiorstwa i pozyskanie nowych klientów.



Rysunek 2. Początkowe fazy biznesowego cyklu życia

Źródło: opracowanie własne na podstawie (Damodaran 2012: 84).

Charakterystyka przedsiębiorstw typu *start-up* powoduje trudności z pomiarem wartości tych podmiotów na gruncie rachunkowości.

3. Znaczenie *start-upów* we współczesnej gospodarce a rachunkowość innowacji

Przedsiębiorstwa młode określane mianem *start-upów*, stanowią jedynie niewielką część całej gospodarki, jednakże mają tendencje do wywierania nieproporcjonalnie dużego wpływu na gospodarkę. Damodaran (2009: 4–5) za takie powody uważa:

- zatrudnienia: badania prowadzone w Stanach Zjednoczonych przez Krajową Federację Niezależnych Przedsiębiorców (ang. *National Federation of Independent Businesses*) dowodzą, że dwie trzecie nowych miejsc pracy zostało utworzonych przez małe przedsiębiorstwa z czego *start-upy* stanowią znaczny odsetek tej liczby,
- innowacje: w latach 90. XX wieku Clayton Christensen (2010) stwierdził, że radykalne innowacje, które zakłócają tradycyjne mechanizmy ekonomiczne, z bardzo małym prawdopodobieństwem powstaną w dojrzałej firmie, gdyż ugruntowane przedsiębiorstwa mają zbyt dużo do stracenia wskutek zmian, w porównaniu do przedsiębiorstw nowopowstałych,
- wzrost ekonomiczny: gospodarki z wysokim wskaźnikiem tworzenia nowych przedsiębiorstw rozwijają się szybciej od pozostałych. Przykładem tego są Stany Zjednoczone, które były w stanie wygenerować znacznie szybsze tempo wzrostu gospodarczego w latach 90. niż Europa Zachodnia, przede wszystkim w związku z rozwojem małych, opartych na technologiach firm. Podobnie rzecz się ma w Indiach, gdzie

źródłem wzrostu gospodarki są raczej małe nowo utworzone technologiczne firmy, aniżeli rozwinięte przedsiębiorstwa.

Powyższa analiza wskazuje, że młode przedsiębiorstwa innowacyjne określane mianem *start-upów* wywierają nieproporcjonalnie większy, ze względu na swoje rozmiary wpływ na gospodarkę i otoczenie, w którym funkcjonują. Dynamiczny rozwój sieci teleinformatycznej umożliwił niespotykaną dotąd dyfuzję innowacji na skalę globalną. Dało to możliwość szybkiego rozwoju przedsiębiorstw innowacyjnych nieposiadających bogatej historii, tradycji czy doświadczenia. W tym kontekście podkreśla się główną rolę *start-upów*, które zdaniem Christiensena (2010) mają większą szansę na wprowadzenie radykalnych innowacji niż przedsiębiorstwa dojrzałe, które mają zbyt dużo do stracenia wskutek zmian.

Państwem, w którym jest najwięcej *start-upów* w przeliczeniu na jednego mieszkańca jest Izrael. Na jedno przedsiębiorstwo określane jako *start-up* przypada 1844 Izraelczyków (Senor, Singler 2013). O sukcesie przedsiębiorstw *start-upowych* z Izraela świadczy między innymi fakt, że na amerykańskiej giełdzie NASDAQ notowanych jest więcej firm izraelskich niż w sumie wszystkich firm w kontynentu europejskiego.

Na fali ogólnoświatowego fenomenu przedsiębiorstw *start-upowych* kształtuje się nowe spojrzenie w rachunkowości określane mianem „rachunkowości innowacji”. Termin ten rozpowszechnił Eric Ries za sprawą wydanej książki „*The Lean Startup*” (Ries 2011). Termin ten odnosi się do „procesu definiowania, mierzenia i empirycznego przekazywania prawdziwego postępu innowacji” (Financial Times Lexicon, <http://lexicon.ft.com>). Nowe spojrzenie na pomiar innowacji w rachunkowości zostało spowodowane stosowaniem tego samego podejścia w rachunkowości zarówno do dojrzałych przedsiębiorstw jak i nowopowstałych przedsiębiorstw opartych na innowacjach określanych mianem *start-up*. Tradycyjne mierniki wartości oparte na przepływach pieniężnych i analizie wskaźnikowej sprawdzają się doskonale dla znanych produktów ze sprawdzonymi modelami biznesowymi. Z definicji przedsiębiorstwa zwane *start-up* nie posiadają udokumentowanej historii, notują małe przychody lub ich brak i przeznaczają na działalność operacyjną znacznie więcej aniżeli zarabiają. W tym kontekście analiza wskaźnikowa czy też analiza przepływów pieniężnych stawia przedsiębiorstwa innowacyjne w nieporównywalnie gorszym świetle, aniżeli przedsiębiorstwa rozwinięte. W tym kontekście rola rachunkowości w pomiarze wartości innowacji przybiera na znaczeniu. Znany amerykański ekonomista Ben Bernanke stwierdził, że aby skuteczniej promować działalność innowacyjną, istnieje potrzeba skuteczniejszego pomiaru innowacji i dokumentacji wpływu innowacji na rozwój gospodarczy. (Bernanke 2011).

Uwagi końcowe

Podsumowując rozważania autor wyraża przekonanie, że przedsiębiorstwa określane mianem *start-upów*, różnią się w sposób znaczący od innych przedsiębiorstw funkcjonujących we współczesnej gospodarce. Przeprowadzone rozważania wskazują znaczący wpływ *start-upów* na funkcjonowanie gospodarki, co egzemplifikuje, w odniesieniu do *start-upów* teoria „pozytywnej destrukcji” Josepha Schumpetera (1960). Z przeprowadzonych rozważań, do najważniejszych cech *start-upów* autor zalicza:

- brak stabilnego i trwałego modelu biznesowego,
- wczesny etap rozwoju przedsiębiorstwa,
- innowacyjność i duży potencjał wzrostowy.

Cechy te sprawiają, że działalność *start-upów* tj. ich powstanie, szybkość rozwoju, tworzenie wartości i wycena powinny być analizowana w sposób odmienny od pozostałych przedsiębiorstw. Dotyczy to również rachunkowości. Z tego powodu autor podjął się próby zdefiniowania pojęcia *start-up* na potrzeby dalszych prac badawczych w tym zakresie. Autor wskazuje również na kreowanie się nowego nurtu w rachunkowości zwanego „rachunkowością innowacji”.

Badania naukowe w rachunkowości zawsze koncentrują się wokół relacji pomiędzy rachunkowością a rzeczywistością społeczno-ekonomiczną (Masztalerz 2012). Dynamiczny rozwój przedsiębiorstw *start-upowych* oddziałuje na rachunkowość, która będąc nauką stosowaną, poszukuje nowych metod pomiaru, także w odniesieniu do innowacji.

Literatura

- Bernanke S.B. (2011), *Promoting Research and Development: The Government's Role*, wykład wygłoszony na Georgetown University, www.federalreserve.gov/newsevents/speech/bernanke20110516a.pdf.
- Blank S., Dorf B. (2012), *Podręcznik Startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Christensen C. (2010), *Przełomowe innowacje: możliwości rozwoju czy zagrożenie dla przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Corrado A.C., Hulten R.C. (2012), *Innovation Accounting*, artykuł przygotowany na konferencję „Measuring Economic Progress and Economic Sustainability”, Cambridge, Massachusetts, August 6–8.
- Damodaran A. (2009), *Valuing Young, Start-up and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges*, Stern School of Business, New York University.
- Dolińska M. (2010), *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, PWE, Warszawa.
- Financial Times Lexicon, <http://lexicon.ft.com> (25.03.2014).
- Fong S. (2011), *Strategic Management Accounting of Social Networking Site Service Company in China*, „Journal of Technology Management in China”.
- Gawel A. (2013), *Proces przedsiębiorczy. Tworzenie nowych przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa.
- Harris J.A. (2013), *Przedsiębiorcy i wizjonerzy Jak Disney, Yunus i Jobs zmienili świat*, Concorda, Warszawa.
- Janasz W., Kozioł K. (2007), *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
- Jaruga A., Fijałkowska J. (2002), *Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Koncepcje i praktyka*, ODDK, Gdańsk.
- Kamela-Sowińska A. (2013), *Czy rachunkowość to już nauka społeczna*, w: *Nauka o rachunkowości na progu gospodarki opartej na wiedzy*, red. A. Karmańska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Maćkowiak E. (2009), *Ekonomiczna wartość dodana*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Masztalerz M. (2012), *Pomiar wartości – w kierunku integracji rachunkowości finansowej i zarządczej*, w: *Rozpoznawanie i ujawnianie obszarów ryzyka gospodarczego w sprawozdaniach finansowych*, red. W. Gabrusewicz, J. Samelak, KIBR, Poznań.
- Maurya A. (2012), artykuł dostępny na stronie: <http://practicetrumpstheory.com/innovation-accounting>, (25.03.2014).
- Piotrowska K. (2013), *Innowacja jako przedmiot rachunkowości – identyfikacja procesu innowacyjnego*, referat na IX Kongres Ekonomistów Polskich, PTE, Warszawa.
- Pomykański A. (2001), *Zarządzanie innowacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź.
- Probst G., Raub S., Romhardt K. (2002), *Zarządzanie wiedzą w organizacji*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Ries E. (2011), *Metoda Lean Startup*, Helion, Gliwice.
- Schumpeter J. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Turek I. (2013), *Znaczenie i wycena wartości niematerialnych i prawnych w działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 765, Szczecin. www.pi.gov.pl. www.statisticbrain.com.

ACCOUNTING INNOVATION ON THE EXAMPLE OF COMPANIES KNOWN AS START-UP

Abstract: *Purpose* – the purpose of this article is to present the essence, characteristics and definition of innovative enterprise which is at an early stage of development, widely known as start-up in the context of in-

novation accounting. This article presents the characteristics of the innovation and as well as companies which have the majority of intangible assets. The author presents the characteristics of start-ups, which indicate the need for separate treatment of these entities in accounting. *Design/Methodology/approach* – the article is based on both domestic and foreign literature (mainly English). In paper both historical and logical method were used. *Findings* – innovative companies at an early stage of development should be treated in a different manner from other businesses. *Originality/value* – article defines the concept of a start-up revealing fundamental differences between start -ups and other types of companies according to the following criteria: age, innovation and the business model.

Keywords: innovation, enterprise innovation, start -up, innovation accounting

Cytowanie

Łuczak K. (2014), *Rachunkowość innowacji na przykładzie przedsiębiorstw określanych mianem start-up*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 827, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 69, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 79–87; www.wneiz.pl/frfu.