

Εγκρίνουμε την εργασία του  
[ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ]

.....

[ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗ]

[ΥΠΟΓΡΑΦΗ]

.....

.....

[ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΕΞΕΤΑΣΤΗ ΚΑΘΗΓΗΤΗ]

[ΥΠΟΓΡΑΦΗ]

.....

.....

[ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΕΞΕΤΑΣΤΗ ΚΑΘΗΓΗΤΗ]

[ΥΠΟΓΡΑΦΗ]

.....

.....

ΟΚΤΩΜΒΡΙΟΣ, 2016

## **ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία για την λήψη του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Λογιστική και Χρηματοοικονομική έχει συγγραφεί από εμένα προσωπικά και δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό. Η εργασία αυτή έχοντας εκπονηθεί από εμένα, αντιπροσωπεύει τις προσωπικές μου απόψεις επί του θέματος. Οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης διπλωματικής αναφέρονται στο σύνολό τους, δίνοντας πλήρεις αναφορές στους συγγραφείς, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο».

**[ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΗ/ΤΡΙΑΣ]**

.....

**[ΥΠΟΓΡΑΦΗ]**

.....

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.ΑΥΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΧΕΣ.....</u></b>	<b>9</b>
1.1. Τα άυλα στοιχεία ενεργητικού ως νέες πηγες δημιουργίας αξίας και ανάπτυξης στην σημερινή Οικονομία της Γνώσης.....	10
1.2. Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία/Πνευματικό Κεφάλαιο: Ορισμοί, Λογιστική Διαχείριση και Κατηγορίες.....	11
1.3. Εταιρική Παρουσίαση/Γνωστοποίηση των/του άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου.....	16
1.3.1. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της εταιρικής παρουσίασης/γνωστοποίησης.....	16
1.3.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την εταιρική παρουσίαση/γνωστοποίηση.....	19
1.3.3. Δημόσια και Ιδιωτικά μέσα εταιρικής παρουσίασης/γνωστοποίησης.....	20
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΣΤΑ/Ο ΑΥΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....</u></b>	<b>23</b>
2.1. Συντηρητική και Επιθετική Λογιστική των άυλων περιουσιακών στοιχείων.....	24
2.1.1. Κόστη Έρευνας/Ανάπτυξης και Ανάπτυξης Λογισμικού.....	24
2.2. Θεωρία της Πολιτικής Οικονομίας της Λογιστικής, Θεωρία της Νομιμοποίησης, Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών.....	26
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΑ ΠΛΑΙΣΙΑ, ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤ ΕΛΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ/ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΑ/Ο ΑΥΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....</u></b>	<b>29</b>
3.1. Ιστορική αναδρομή και Πρωτοβουλίες.....	30
3.2. Πλαίσια Πληροφόρησης/Γνωστοποίησης των/του άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου.....	32
3.2.1. Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας, Σύστημα Παρακολούθησης Άυλων Στοιχείων Εν ενεργητικού, Σύστημα Πληροφόρησης Πλοηγός.....	33
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</u></b>	<b>39</b>
4.1. Καθορισμός του μεγέθους του δείγματος-Συλλογή δεδομένων.....	40
4.2. Μέθοδος και μονάδα ανάλυσης δεδομένων.....	42

4.3. Περιγραφική Στατιστική των δεδομένων-Ευρήματα-Σχολιασμός Ευρημάτων.....	44
4.3.1. Δείκτης Αποκάλυψης/Γνωστοποίησης των Άυλων Περιουσιακών Στοιχείων και Εταιρική Απόδοση.....	53
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	60

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην σημερινή Οικονομία της Γνώσης κανένα μέλος ακαδημαϊκών κοινοτήτων, κανονιστικό σωματείο ή διεθνής οργανισμός δεν μπορεί να αμφισβητήσει τον κορυφαίο ρόλο των άυλων περιουσιακών στοιχείων ως προς την δημιουργία και την ενίσχυση της εταιρικής αξίας/απόδοσης, όπως επίσης και στην απόκτηση συγκριτικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις ανά την υφήλιο. Διπλώματα ευρεσιτεχνίας, εμπορικές επωνυμίες, πατέντες, λογισμικά προγράμματα και άδειες χρήσης είναι μόνο μερικά από τα περιουσιακά αυτά στοιχεία, για την δημιουργία και εσωτερική/εμπορική χρήση των οποίων πολλές οικονομικές οντότητες είναι διατεθειμένες να επενδύσουν τεράστια χρηματικά ποσά σε ετήσια βάση.

Παρά την σπουδαιότητα των άυλων αυτών στοιχείων για τις εταιρείες παγκοσμίως, καθώς κρίνονται απαραίτητα για την ολοκλήρωση των παραγωγικών τους δραστηριοτήτων, αλλά και το σημαντικό ποσοστό που αντιπροσωπεύουν στο σύνολο ενεργητικού των εταιρειών αυτών, εντούτοις εθνικά και διεθνή λογιστικά πρότυπα περιορίζουν, μέσω της επιβολής κριτηρίων και κανονισμών, όχι μόνον την αναγνώρισή τους στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις, αλλά και την αποκάλυψη πληροφοριών ζωτικής σημασίας επί των στοιχείων αυτών. Η έλλειψη αυτή ουσιώδους πληροφόρησης αναφορικά με τους πιο σημαντικούς παράγοντες δημιουργίας πλούτου των επιχειρήσεων μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό επενδυτικές και πιστωτικές αποφάσεις, με αποτέλεσμα ομάδες χρηστών των εν λόγω καταστάσεων να απαιτούν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα των άυλων στοιχείων ενεργητικού των εταιρειών και των πρακτικών που εφαρμόζουν σε σχέση με την γνωστοποίησή τους στα μέλη των ομάδων αυτών.

Προς τον σκοπό αυτόν, μέσω της διπλωματικής αυτής εργασίας, επιχειρείται η διερεύνηση των (λογιστικών) πρακτικών αναγνώρισης και αποκάλυψης/γνωστοποίησης πληροφοριών σχετικά με τα άυλα περιουσιακά στοιχεία (ή αλλιώς ασώματες ακινητοποιήσεις) των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε κλάδους με μεγάλη αναλογία χρήσης των άυλων αυτών πόρων. Χρησιμοποιώντας ένα περιγραφικό πλαίσιο, με βάση το οποίο τα ανωτέρω στοιχεία χωρίζονται σε διακριτές κατηγορίες, και μια μεθοδολογία έρευνας η οποία είναι ευρύτατα διαδεδομένη σε ερευνητικές μελέτες παρόμοιου περιεχομένου για την ανάλυση του όγκου των χρηματοοικονομικών και μη δεδομένων των εταιρειών, προέκυψαν μια σειρά από χρήσιμα ευρήματα.

Σύμφωνα με τα τελευταία, οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις των κλάδων που επιλέχθηκαν για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας (Πληροφορική, Φαρμακευτική και Βιοτεχνολογία) αναγνωρίζουν στις δημοσιευμένες τους οικονομικές καταστάσεις αρκετές από τις προαναφερθείσες κατηγορίες άυλων περιουσιακών στοιχείων. Βέβαια, είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι η

πλειοψηφία των εταιρειών του επιλεγθέντος δείγματος γνωστοποιεί ένα μέτριο έως χαμηλό εύρος επιπρόσθετων πληροφοριών επί των κατηγοριών αυτών με αποτέλεσμα να μην καλύπτονται όλες οι ανάγκες πληροφόρησης των ομάδων συμφερόντων και, κυρίως των επενδυτών, ενώ το μέτριο/χαμηλό αυτό επίπεδο αποκάλυψης/γνωστοποίησης, εκτός του ότι έχει εντοπιστεί σε έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε αντίστοιχες επιχειρήσεις άλλων χωρών, συνδέεται ελαφρώς αρνητικά με μετρικές απόδοσης.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η αξιολόγηση του βαθμού αναγνώρισης των άυλων στοιχείων ενεργητικού των Ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο υψηλής τεχνολογίας στον Ισολογισμό/Κατάσταση Οικονομικής Θέσης, της προθυμίας των επιχειρήσεων αυτών να αποκαλύπτουν επιπρόσθετες πληροφορίες επί των στοιχείων αυτών, πέραν των όσων κρίνονται αναγκαίες με βάση τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης, καθώς και της ύπαρξης πιθανής σχέσης μεταξύ αποκάλυψης/γνωστοποίησης των πληροφοριών αυτών και εταιρικής απόδοσης.

Προς τον σκοπό αυτόν έχουν εξεταστεί οι πρακτικές παρουσίασης/γνωστοποίησης αναφορικά με τα άυλα περιουσιακά στοιχεία 74 εταιρειών του κλάδου της Πληροφορικής, Φαρμακευτικής και Βιοτεχνολογίας για την λογιστική χρήση του 2014. Η ερευνητική αυτή προσπάθεια αποτελεί, ουσιαστικά, μια προέκταση αντίστοιχων ερευνητικών προσπαθειών/δραστηριοτήτων που έχουν πραγματοποιηθεί σε χώρες εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης (Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Ιαπωνία, Ινδία κτλ.) και η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η ανάλυση περιεχομένου, η οποία και εφαρμόζεται για την εξέταση μιας σειράς εταιρικών εγγράφων όπως π.χ. ετήσιων οικονομικών εκθέσεων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύουν μια ποσοτική αναγνώριση των εν λόγω στοιχείων από μια πλειοψηφία των εταιρειών που επιλέχθηκαν στον ισολογισμό τους και έναν μέτριο έως χαμηλό βαθμό αποκάλυψης επιπρόσθετων πληροφοριών επί των στοιχείων αυτών, κυρίως, από τις εταιρείες φαρμακευτικής και βιοτεχνολογίας. Ακόμα, η σχέση μεταξύ του βαθμού αυτού αποκάλυψης/παρουσίασης και της εταιρικής απόδοσης, η οποία μετρήθηκε σύμφωνα με τον δείκτη Αποδοτικότητας Επενδυμένων Κεφαλαίων (Return on Assets), υπολογίστηκε ως ελαφρώς αρνητική.





**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΑΥΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ  
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ: ΒΑΣΙΚΕΣ  
ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΔΟΧΕΣ**



Intangibles

## **1.1. Τα άυλα στοιχεία ενεργητικού ως νέες πηγές δημιουργίας αξίας και ανάπτυξης στην σημερινή Οικονομία της Γνώσης**

Σήμερα πολλοί οικονομολόγοι, μάνατζερς, επενδυτές, καθώς και μέλη ακαδημαϊκών κοινοτήτων έχουν πλήρως αναγνωρίσει τη σημασία των άυλων περιουσιακών στοιχείων σε όλους τους τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας ως προς την δημιουργία αξίας και διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αν και, ομολογουμένως, τα ενσώματα πάγια στοιχεία μιας οικονομικής οντότητας (Οικόπεδα, Κτήρια, Μηχανολογικός εξοπλισμός κτλ) αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα των συνολικών στοιχείων ενεργητικού τους, η μετάβαση από την βιομηχανική εποχή στην Οικονομία της Γνώσης (Knowledge Economy) ενίσχυσε τον ρόλο των άυλων στοιχείων (intangible assets), όχι μόνον στην δημιουργία οργανωσιακής αξίας, αλλά και στην οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Πολλές εταιρείες επενδύουν κάθε χρόνο μεγάλα χρηματικά ποσά για την αγορά, εσωτερική δημιουργία και χρησιμοποίηση των ανωτέρω μη ενσώματων στοιχείων στις παραγωγικές τους διαδικασίες, οι οποίες, κατά κύριο λόγο, βασίζονται στην γνώση του εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού τους, τις δραστηριότητες καινοτομίας και την δημιουργικότητα. Ενδεικτικά, αξίζει να αναφέρουμε ότι οι Έντβινσον και Μαλόν (Edvinsson and Malone 1997) ισχυρίστηκαν ότι η αξία των άυλων περιουσιακών στοιχείων σαφέστατα υπερσχύει έναντι της αξίας των ενσώματων στοιχείων ενεργητικού και, ακόμα και παγκόσμιοι θεσμοί όπως η Παγκόσμια Τράπεζα (World Bank 2005), έχουν επισημάνει την σημαντικότερη συμβολή τους στην συνολικό παγκόσμιο πλούτο. Κατ' επέκταση τα εν λόγω στοιχεία, αναμφισβήτητα, αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο μέρος της αγοραίας αξίας (market value) των εταιρειών αυτών και η άυλη αυτή προσέγγιση δημιουργίας αξίας έχει στρέψει την προσοχή της Διοίκησης στην ανάπτυξη των συνθηκών εκείνων που μπορούν να επιτρέψουν την αύξηση της αξίας των άυλων αυτών πόρων και, επομένως, της αξίας ολόκληρης της οικονομικής οντότητας.

Η χρήση των προαναφερθέντων άυλων στοιχείων στην διαδικασία παραγωγής έχει έναν αξιοσημείωτο αντίκτυπο στην εταιρική απόδοση. Για παράδειγμα, μια εταιρεία που επενδύει στην δημιουργία και διατήρηση μιας ισχυρής μάρκας (brand) μπορεί να αποκομίσει μια σειρά από οφέλη όπως μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς, φήμη, πωλήσεις κτλ. Μια ισχυρή μάρκα επιτρέπει στην εταιρεία αυτή την εφαρμογή υψηλότερης τιμολόγησης, η οποία τιμολόγηση οδηγεί σε υψηλότερα περιθώρια κέρδους. Η μάρκα, συνεπώς, είναι ένα πολύτιμο στοιχείο ενεργητικού, καθώς συνεισφέρει στην αύξηση της κερδοφορίας της εταιρείας (μελλοντικά οικονομικά οφέλη), βελτιώνοντας την απόδοσή

της. Επιπρόσθετα οφέλη της επένδυσης αυτής μπορεί να είναι η εκδήλωση ενδιαφέροντος από την πλευρά των επενδυτών και η δημιουργία αξίας για τους μετόχους.

## **1.2. Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία/Πνευματικό Κεφάλαιο: Ορισμοί, Λογιστική Διαχείριση και Κατηγορίες**

Ένα άυλο περιουσιακό στοιχείο ορίζεται με βάση το Διεθνές Συμβούλιο Λογιστικών Προτύπων (IASB 2004) ως «ένα αναγνωρίσιμο, μη νομισματικό στοιχείο ενεργητικού χωρίς φυσική υπόσταση». Ένας δεύτερος ορισμός, ο οποίος χρησιμοποιείται ευρύτατα από την κοινότητα των λογιστών και, επίσης, έχει διατυπωθεί από το ανωτέρω Συμβούλιο, αναφέρεται στα άυλα στοιχεία ενεργητικού ως «μη χρηματοοικονομικά, σταθερά στοιχεία ενεργητικού τα οποία δεν έχουν φυσική υπόσταση, αλλά είναι αναγνωρίσιμα και ελέγχονται από την οικονομική οντότητα μέσω νομικών δικαιωμάτων και δικαιωμάτων ιδιοκτησίας». Τα στοιχεία αυτά, τα οποία μπορεί να προέρχονται από επιχειρησιακούς συνδυασμούς (εξαγορές, συγχωνεύσεις), αναγνωρίζονται στον Ισολογισμό μιας εταιρείας, μόνο αν πληρούν το κριτήριο του διαχωρισμού (separability), ή το νόμιμο/συμβατικό κριτήριο (contractual/legal criterion).

Αξίζει να σημειωθεί ότι, με βάση το Διεθνές Πρότυπο Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης (Δ.Π.Χ.Π.) 3 (IFRS 2004, 2008), ένα άυλο περιουσιακό στοιχείο πληροί το κριτήριο του διαχωρισμού εάν μια οικονομική οντότητα είναι σε θέση να προσδιορίσει επακριβώς τα μελλοντικά οικονομικά οφέλη που θα εισρεύσουν σ' αυτήν από την χρήση του στοιχείου αυτού και, στην συνέχεια, πουλήσει, μεταβιβάσει/εκχωρήσει, εκμισθώσει ή ανταλλάξει τα οφέλη αυτά, είτε ατομικά είτε σε συνδυασμό με ένα σχετικό συμβόλαιο, άυλο στοιχείο ενεργητικού ή υποχρέωση, ανεξάρτητα εάν η οντότητα έχει την αντίστοιχη πρόθεση. Αναφορικά με το νόμιμο/συμβατικό κριτήριο, ένα άυλο στοιχείο ενεργητικού το ικανοποιεί στην περίπτωση που έχει αποκτηθεί μέσω μιας συναλλαγής, με βάση την οποία τα νόμιμα ή συμβατικά δικαιώματα έχουν περιέλθει στην επιχείρηση. Εδώ κρίνεται σκόπιμο να σημειωθεί ότι δεν είναι αναγκαίο τα δικαιώματα αυτά να είναι μεταβιβάσιμα ή διακριτά από άλλα δικαιώματα και υποχρεώσεις.

Ακόμα, όσον αφορά την ωφέλιμη ζωή, σε αντίθεση με τα ενσώματα στοιχεία ενεργητικού ένα άυλο στοιχείο μπορεί να έχει απροσδιόριστη ωφέλιμη ζωή όταν το χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο αναμένεται να εισρεύσουν οικονομικά οφέλη μέσα στην επιχείρηση δεν είναι περιορισμένο. Εάν υφίσταται ο περιορισμός αυτός, τότε η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να εκτιμά τον ρυθμό ανάλωσης των υπηρεσιών από την χρήση του άυλου αυτού πόρου με σκοπό την απόσβεση του καθ' όλη την διάρκεια της προσδιορισμένης ωφέλιμης ζωής του.

Στην περίπτωση δε που τα μελλοντικά οικονομικά οφέλη (π.χ. έσοδα από την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών) εισρέουν στην επιχείρηση μέσω της άσκησης νόμιμων δικαιωμάτων περιορισμένης χρονικής διάρκειας, τότε η ωφέλιμη ζωή του άυλου στοιχείου δεν θα πρέπει να υπερβαίνει την περιορισμένη αυτή διάρκεια, εκτός εάν:

1<sup>ο</sup>) Τα νόμιμα δικαιώματα δύναται να ανανεωθούν και

2<sup>ο</sup>) Η ανανέωση αυτή είναι πραγματοποιήσιμη. Ένα κλασσικό παράδειγμα της περίπτωσης αυτής είναι οι εμπορικές επωνυμίες (brand names), καθώς σε πολλές χώρες τα νόμιμα δικαιώματα προστασίας τους ανανεώνονται σε ετήσια βάση και, επομένως, δεν τίθεται θέμα περιορισμού της ωφέλιμης ζωής και απόσβεσής των από μια εταιρεία. Ένας ακόμη σοβαρός λόγος, σύμφωνα με τον οποίο κατά τον Χάρντινγκ (Harding, 1997) η ωφέλιμη ζωή των άυλων αυτών στοιχείων δεν θα πρέπει να περιορίζεται είναι η λογιστική πρακτική που ακολουθούν πολλές επιχειρήσεις με το να πραγματοποιούν ανά τακτά διαστήματα τεράστιες διαφημιστικές δαπάνες με σκοπό την διατήρηση της αξίας τους.

Ακόμα, τα αναγνωρίσιμα στοιχεία ενεργητικού μπορούν να ομαδοποιηθούν, σύμφωνα με το Δ.Π.Χ.Π. 3, ως ακολούθως:

1. Άυλα περιουσιακά στοιχεία με βάση την τεχνολογία (Technology-based intangible assets),
2. Συμβατικά άυλα περιουσιακά στοιχεία (Contract-based intangible assets),
3. Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με τον πελάτη (Customer-related intangible assets) και
4. Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με το μάρκετινγκ (Marketing-related intangible assets).

Οι δύο παρακάτω πίνακες περιλαμβάνουν παραδείγματα των τεσσάρων ανωτέρω κατηγοριών (Πίνακας 1) και παραδείγματα των κατηγοριών αυτών σε κλάδους με υψηλή αναλογία αυτών των άυλων στοιχείων στην εταιρική τους αξία (Πίνακας 2):

**Πίνακας 1. Κατηγορίες αναγνωρίσιμων άυλων περιουσιακών στοιχείων σύμφωνα με το Δ.Π.Χ.Π. 3**

1.	Άυλα περιουσιακά στοιχεία με βάση την τεχνολογία (Technology-based intangible assets)	Τεχνολογίες πατεντών, Λογισμικό Η/Υ, βάσεις δεδο- μένων, εμπορικά μυστικά
----	--	---

2.	Συμβατικά άυλα περιουσιακά στοιχεία (Contract-based intangible assets)	Άδειες, Συμβάσεις εργασίας, Συμβάσεις εκμίσθωσης, Διαφημιστικά σύμβολα, σύμβολα προμηθειών,
3.	Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με τον πελάτη (Customer-related intangible assets)	Λίστες πελατών, Σύμβολα πελατών, πελατειακές σχέσεις, παραγγελίες ή παραγωγή σε αναμονή,
4.	Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με το Μάρκετινγκ (Marketing-related intangible assets)	Σήματα κατατεθέν, Διαδικτυακές ονομασίες ιστοτόπων, Εμπορικές επωνυμίες κτλ.

(Πηγή: Sacui and Szatmaru 2015)

**Πίνακας 2. Αναγνωρίσιμα άυλα περιουσιακά στοιχεία ανά κλάδο εταιρειών**

Είδος Κλάδου	Είδος Αναγνωρίσιμων Άυλων Περιουσιακών Στοιχείων	Αναγνωρίσιμα άυλα περιουσιακά στοιχεία ανά κλάδο
Κλάδος παραγωγής λογισμικού	Άυλα περιουσιακά στοιχεία με βάση την τεχνολογία	-Τεχνολογία, -Λογισμικό, -Προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης (R&D),
	Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με τον πελάτη	-Λίστες πελατών, -Σύμβολα πελατών, -Πελατειακές σχέσεις,
	Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με το μάρκετινγκ	-Εμπορικές επωνυμίες, -Σήματα κατατεθέν, -Μη δεσμευτικές συμφωνίες,

Κλάδος Βιοτεχνολογίας	Άυλα περιουσιακά στοιχεία με βάση την τεχνολογία	-Πατέντες, -Προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης (R&D), -Κατοχυρωμένη τεχνολογία,
Κλάδος Φαρμακευτικής	Άυλα περιουσιακά στοιχεία με βάση την τεχνολογία	-Πατέντες φαρμάκων, -Πατέντες τεχνολογίας, -Προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης,
	Συμβατικά άυλα περιουσιακά στοιχεία	-Άδειες,
	Άυλα περιουσιακά στοιχεία που σχετίζονται με το μάρκετινγκ	-Σήματα κατατεθέν,

(Πηγή: Sacui and Szatmaru 2015)

Όλα τα υπόλοιπα άυλα στοιχεία ενεργητικού, τα οποία προκύπτουν από επιχειρησιακούς συνδυασμούς και δεν δύναται να αναγνωρισθούν στον Ισολογισμό, εμπεριέχονται στην υπεραξία (Goodwill).

Εκτός, όμως, από τα ανωτέρω άυλα στοιχεία ενεργητικού που αποτελούν προϊόν εξαγορών ή συγχωνεύσεων, πολλές οικονομικές οντότητες πραγματοποιούν ανά τακτά έτη σημαντικές επενδύσεις για την έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, την βελτίωση υπαρχουσών διοικητικών διαδικασιών και επιχειρησιακών λειτουργιών, την δημιουργία μιας καλύτερης εμπορικής επωνυμίας (εσωτερικώς δημιουργούμενο άυλο περιουσιακό στοιχείο), την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού κτλ. Οι επενδυτικές αυτές δραστηριότητες έχουν ως αποτέλεσμα μια σειρά από κόστη τα οποία, πλην ορισμένων περιπτώσεων (κόστη ανάπτυξης), δεν μπορούν να κεφαλαιοποιηθούν (δηλαδή δεν μπορούν να καταχωρηθούν στον ισολογισμό ως διακριτά στοιχεία ενεργητικού). Αντίθετα, αναγνωρίζονται ως έξοδα στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως την περίοδο που πραγματοποιούνται.

Τα κόστη όμως αυτά οδηγούν στην παραγωγή άυλων στοιχείων, ο συνδυασμός των οποίων συντελεί στην ενίσχυση της εταιρικής αξίας. Οι εταιρείες έχουν ελάχιστα, αν όχι και καθόλου, δικαιώματα ελέγχου επί των στοιχείων αυτών, ενώ ταυτόχρονα δεν υπάρχει μια ενεργός αγορά για

την αγοραπωλησία τους. Με τον όρο έλεγχος εννοείται η δυνατότητα μιας επιχείρησης να λαμβάνει τα μελλοντικά οικονομικά οφέλη (μελλοντικές ταμειακές εισροές) που προκύπτουν από την χρήση των στοιχείων/πόρων αυτών στις παραγωγικές της δραστηριότητες, όπως επίσης και να απαγορεύει την πρόσβαση από τρίτους στα οφέλη αυτά με την βοήθεια νόμιμων δικαιωμάτων (Μπάλλας και Χέβας, 2011). Τα στοιχεία αυτά αποτελούν τα συστατικά μέρη του λεγόμενου πνευματικού κεφαλαίου (Intellectual Capital). Ο Γουίγκ (Wiig 1997) ορίζει το πνευματικό κεφάλαιο ως τα περιουσιακά εκείνα στοιχεία τα οποία αποτελούν προϊόν πνευματικών διεργασιών/δραστηριοτήτων που μπορεί να περιλαμβάνουν την απόκτηση νέας γνώσης και ανακαλύψεις/εφευρέσεις που συνδράμουν στην δημιουργία αξιόλογων σχέσεων. Σύμφωνα με τον Μπόντις (Bontis 1998), το κεφάλαιο αυτό διακρίνεται στο ανθρώπινο κεφάλαιο (Human Capital, HR), το διαρθρωτικό κεφάλαιο (Structural Capital, SC) και το σχεσιακό κεφάλαιο (ή πελατειακό κεφάλαιο) (Relational Capital or Customer Capital, RC, CC).

Το ανθρώπινο κεφάλαιο αναφέρεται σε όλα εκείνα τα/τις χαρακτηριστικά/ιδιότητες των εργαζομένων όπως η γνώση, οι δεξιότητες, η τεχνογνωσία, η εκπαίδευση, η εμπειρία, η δημιουργικότητα, η παρακίνηση, η δέσμευση προς την εταιρεία, οι ηγετικές ικανότητες κτλ. Οι/Τα ιδιότητες/χαρακτηριστικά αυτά/ες, αν και δεν αποτελούν στοιχεία ενεργητικού με την λογιστική έννοια καθώς σύμφωνα με τους Μπάσι και Μακμάρερ (Bassi and McMurrer 1999) οι επενδύσεις στο ανθρώπινο κεφάλαιο αποτελούν κόστη/έξοδα που καταχωρούνται σε λογαριασμούς Καταστάσεων Αποτελεσμάτων Χρήσεως, συνδράμουν στην δημιουργία αξίας.

Το διαρθρωτικό κεφάλαιο (ή αλλιώς όπως ονομάζεται οργανωσιακό κεφάλαιο {Organizational Capital}) αναφέρεται στα συστήματα τεχνολογίας πληροφοριών, οργανωσιακές δομές, εταιρική κουλτούρα, οργανογράμματα, εγχειρίδια, διοικητικές διαδικασίες (π.χ. διαδικασίες διαχείρισης κινδύνου {Risk Management}) κτλ. Τα τελευταία, σύμφωνα με τον Μπολνέ και τους συνεργάτες του (Bollen et al. 2005), αποτελούν όλους εκείνους τους παράγοντες του οργανισμού που υποστηρίζουν το ανθρώπινο κεφάλαιο να αποδώσει τα μέγιστα. Ένα χαρακτηριστικό του κεφαλαίου αυτού είναι η δυσκολία αποτίμησής του τόσο από την ίδια την εταιρεία, όσο και από τους ελεγκτές.

Το σχεσιακό/πελατειακό κεφάλαιο αναφέρεται στις σχέσεις της οικονομικής οντότητας με το εξωτερικό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό αποτελείται από τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους μετόχους, τους ανταγωνιστές, τα κανάλια διανομής, τα δίκτυα επικοινωνίας κτλ. Η ποιότητα των σχέσεων αυτών καθώς και η ικανότητα της εταιρείας να προσελκύει και να διατηρεί ένα δυνατό πελατολόγιο αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες επιτυχίας και ανάπτυξης.

Τα παραπάνω συστατικά μέρη του πνευματικού κεφαλαίου μπορούν να αναλυθούν υπό το πρίσμα του τριγώνου εισροή-διαδικασία-εκροή ως εξής: Η εισροή (input) είναι η γνώση, οι δεξιότητες και

η ειδικότητα των εργαζομένων, η οποία μέσα από τις διαδικασίες και τα συστήματα (διαρθρωτικό κεφάλαιο) της εταιρείας μετατρέπεται σε αξία προστιθέμενη (εκροή/output) για τα ενδιαφερόμενα μέρη (π.χ. μετόχους) και την ίδια την εταιρεία (Dicu,2011).

### **1.3. Εταιρική Παρουσίαση/Γνωστοποίηση των/του άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου**

Ο συνδυασμός των παραπάνω κατηγοριών του πνευματικού κεφαλαίου, αν και ομολογουμένως θα οδηγήσει σε μελλοντικά οικονομικά οφέλη τα οποία θα εισρεύσουν στην εταιρεία, δυστυχώς δεν ικανοποιούν όλα τα κριτήρια αναγνώρισής τους στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις με βάση τα εφαρμοστέα πρότυπα χρηματοοικονομικής πληροφόρησης. Όμως, από πλευράς εταιρικής αποτίμησης, επενδυτές και μέτοχοι στηρίζονται σε αυτό ακριβώς το χαρακτηριστικό των στοιχείων ενεργητικού.

Η αδυναμία αυτή των παραδοσιακών λογιστικών πληροφοριακών συστημάτων να παράσχουν επαρκή πληροφόρηση σχετικά με τις σημαντικές αυτές πηγές δημιουργίας πλούτου μπορεί να επηρεάσει σημαντικά, μεταξύ άλλων, τις οικονομικές αποφάσεις των χρηστών των εν λόγω καταστάσεων. Το σκεπτικό των χρηματοοικονομικών καταστάσεων που δημοσίευαν οι εταιρείες δεν αντικατόπτριζε παρά μονάχα ένα μικρό κομμάτι της πραγματικής εταιρικής αξίας. Με την υιοθέτηση, όμως, των Δ.Π.Χ.Π. οι εταιρείες έχουν την δυνατότητα να γνωστοποιήσουν οικειοθελώς στους χρήστες επιπρόσθετες πληροφορίες για τις ιδιαίτερες αυτές κατηγορίες άυλων στοιχείων με σκοπό την πραγματοποίηση μεγαλύτερης διαφάνειας στις οικονομικές καταστάσεις.

Στόχος της παρουσίασης/γνωστοποίησης αυτής είναι να προσφέρει μια αληθινή και εύλογη εικόνα της εταιρείας και του τρόπου με τον οποίο διαχειρίζεται τόσο τα ενσώματα όσο και τα άυλα στοιχεία ενεργητικού σε όλες τις δραστηριότητες δημιουργίας αξίας.

#### **1.3.1. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα της εταιρικής παρουσίασης/γνωστοποίησης**

Αν και η αποκάλυψη επιπρόσθετων πληροφοριών για τα συστατικά μέρη του πνευματικού κεφαλαίου, είτε στις δημοσιευμένες χρηματοοικονομικές καταστάσεις, είτε λ.χ. στον εμπορικό ιστότοπο των εταιρειών δεν είναι υποχρεωτική με βάση τους λογιστικούς κανονισμούς, εντούτοις η πρακτική αυτή των εταιρειών συνεπάγεται πλεονεκτήματα/οφέλη τα οποία περιλαμβάνουν:



1. Χαμηλότερο κόστος κεφαλαίου (cost of capital): Λόγω υψηλότερης διαφάνειας στις οικονομικές καταστάσεις, οι χρήστες τους είναι σε θέση να εκτιμήσουν καλύτερα τον κίνδυνο που πιθανότατα συνοδεύει, για παράδειγμα, μια επένδυση στην εκάστοτε εταιρεία. Αυτό συνεπάγεται μείωση στα κόστη δανεισμού για την εταιρεία αυτή και, κατ'επέκταση την πληρωμή χαμηλότερων τόκων επί των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων της (π.χ. δάνεια) λόγω ευνοϊκότερων όρων δανεισμού. Επιπλέον, η αυξημένη αυτή διαφάνεια που αποτελεί απόρροια της προθυμίας μιας εταιρείας να αποκαλύψει/γνωστοποιήσει περισσότερες πληροφορίες από αυτές που προβλέπουν τα λογιστικά πρότυπα, της δίνει την δυνατότητα να ασκεί, άμεσα ή έμμεσα, έλεγχο επί των αναφορών που εκδίδουν οι αναλυτές επενδύσεων. Οι τελευταίοι έχουν στην διάθεση τους μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα των δραστηριοτήτων δημιουργίας αξίας μιας οικονομικής μονάδας, όπως επίσης και της προθυμίας/δέσμευσης της Διοίκησης ως προς την επίτευξη των στόχων της.
2. Σχετικότητα αξίας (value relevance): Η παρουσίαση/γνωστοποίηση χρηματοοικονομικών και μη πληροφοριών αναφορικά με το προαναφερθέν κεφάλαιο, σε ετήσιες εκθέσεις ή στις επεξηγηματικές σημειώσεις, μπορεί να αυξήσει την σχετικότητα, ένα από τα τέσσερα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, καθώς με αυτόν τον τρόπο η εταιρεία παράσχει στις ομάδες χρηστών μια αληθινή και εύλογη εικόνα της οικονομικής της κατάστασης. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στις εταιρείες που επενδύουν σε μεγάλο βαθμό σε άυλα περιουσιακά στοιχεία όπως π.χ. τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνίας, προγράμματα έρευνας και ανάπτυξης κτλ.
3. Ασυμμετρία πληροφοριών (information asymmetry): Για την λήψη οικονομικών αποφάσεων οι επενδυτές, μεταξύ άλλων θα πρέπει να γνωρίζουν τις τρέχουσες τιμές των κεφαλαιαγορών (capital markets). Οι τιμές αυτές θα πρέπει να αντανακλούν όλη την διαθέσιμη πληροφόρηση. Ασφαλώς, όμως, όταν η διοίκηση μια εταιρείας λάβει την απόφαση να μην γνωστοποιήσει/παρουσιάσει πληροφορίες για τα άυλα περιουσιακά της στοιχεία, αυτομάτως δημιουργείται μια ασυμμετρία πληροφοριών μεταξύ της εταιρείας αυτής και των χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων. Οι τελευταίοι δεν έχουν πρόσβαση σε όλη την αναγκαία πληροφόρηση για την αποτίμηση των εταιρειών αυτών, με άμεσο αποτέλεσμα την υποεκτίμηση (ή υπερεκτίμησή) τους. Η έλλειψη αυτή επαρκούς πληροφόρησης μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία αστάθειας στις κεφαλαιαγορές και σε λανθασμένες επενδυτικές επιλογές πολλών χρηστών των ανωτέρω καταστάσεων (λανθασμένος καταμερισμός των πόρων). Οι λανθασμένες αυτές επενδυτικές κινήσεις μπορούν κάλλιστα να αποτελούν απόρροια της άκρως συντηρητική αντιμετώπισης των επενδύσεων σε διαφημιστικές εκστρατείες ή δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης (άμεση

μεταφορά στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων χρήσεως υπό την μορφή εξόδων και κεφαλαιοποίησή τους μόνον υπό συγκεκριμένες περιπτώσεις). Μέσω, όμως, της εκούσιας και εκτεταμένης γνωστοποίησης από την πλευρά των εταιρειών, ο Χέλι και οι συνεργάτες του (Healy et al., 1999) υποστηρίζουν ότι οι επενδυτές είναι σε θέση να αποτιμούν καλύτερα τις μετοχές των εισηγμένων επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα ενισχύεται η ρευστότητά τους καθώς και το ενδιαφέρον αναλυτών και επενδυτικών οίκων για τις μετοχές αυτές.

Στο σημείο αυτό κρίνεται αναγκαίο να αναφερθεί ότι η εν λόγω συντηρητική αντιμετώπιση/πρακτική έχει ως συνέπεια την κατ' επανάληψη υποεκτίμηση της τρέχουσας κερδοφορίας των εταιρειών, όπως επίσης και της λογιστικής αξίας των Ιδίων Κεφαλαίων της. Η λογιστική αυτή πρακτική μπορεί να ωθήσει τους επενδυτές σε μια εσφαλμένη προτίμηση επιχειρήσεων με χαμηλό, αντί για υψηλό, ποσοστό επένδυσης σε λ.χ. δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης λόγω της υψηλότερης/ων κερδοφορίας/λογιστικών αξιών που εμφανίζουν στις οικονομικές τους καταστάσεις, αν και οι εταιρείες με ενεργό δραστηριότητα στον χώρο της έρευνας και ανάπτυξης αναμένεται να σημειώσουν αυξημένα λογιστικά κέρδη μακροπρόθεσμα (Canibano et al., 2000).

Εξίσου αναγκαίο προς αναφορά είναι το γεγονός ότι, προτού οι υπεύθυνοι εταιρικής διακυβέρνησης (π.χ. Διοικητικό Συμβούλιο) αποφασίσουν να προβούν σε οποιαδήποτε επιπρόσθετη αποκάλυψη πληροφοριών, θα πρέπει να εκτιμήσουν καταλλήλως τα οφέλη και τα κόστη μιας τέτοιας αποκάλυψης (ανάλυση κόστους-οφέλους). Αν τα κόστη συλλογής και ανάλυσης πληροφοριών επί των άυλων περιουσιακών στοιχείων υπερβαίνουν τα οφέλη, τότε η διοίκηση της εταιρείας θα αποφύγει την επιπρόσθετη αυτή αποκάλυψη. Βέβαια, εκτός από τα κόστη που συνεπάγεται η δημοσίευση/γνωστοποίηση χρηματοοικονομικών και μη πληροφοριών σχετικά με τον άυλο πλούτο μιας οικονομικής οντότητας, μια επιχείρηση οφείλει να δώσει ιδιαίτερη προσοχή και στα παρακάτω μειονεκτήματα:

1. Μειονέκτημα διαφάνειας (Transparency drawback): Με την αποκάλυψη ουσιωδών πληροφοριών σχετικά με πόρους που προσθέτουν αξία και συντελούν στην εξασφάλιση/διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μια εταιρεία διατρέχει τον κίνδυνο αποκάλυψης αδυναμιών ή στρατηγικών πλεονεκτημάτων στους ανταγωνιστές της. Το κόστος της απώλειας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, εν προκειμένω, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη.
2. Νομικά κόστη (legal costs): Ένας ακόμα κίνδυνος που ελλοχεύει η (υπερβολική) γνωστοποίηση των ανωτέρω πληροφοριών από τις εταιρείες είναι οι νομικές αγωγές εναντίον τους λόγω της δημοσίευσης εσφαλμένων στοιχείων που οδηγούν σε λανθασμένες προβλέψεις μελλοντικών αποτελεσμάτων (π.χ. μελλοντική

κερδοφορία). Βέβαια, οι Έλλιοτ και Τζέικομπσον (Elliot and Jacobson 1994) διαφωνούν ισχυριζόμενοι ότι η προσεγμένη γνωστοποίηση/παρουσίαση πληροφοριών, ουσιαστικά, μειώνει τα κόστη αυτά για τις εταιρείες, οι οποίες με αυτόν τον τρόπο αποφεύγουν τις κατηγορίες περί μη επαρκούς αποκάλυψης πληροφοριών.

3. Ελεγκτικός Συντηρητισμός (Auditor Conservatism): Όταν μια οικονομική οντότητα προετοιμάζει τις χρηματοοικονομικές καταστάσεις και τις ετήσιες εκθέσεις της αυστηρά με γνώμονα τους λογιστικούς κανονισμούς και τα λογιστικά πρότυπα, τότε ο ελεγκτής ο οποίος θα κληθεί να τις ελέγξει με βάση τα ελεγκτικά πρότυπα (I.S.A.) δεν θα χρειασθεί να ελέγξει την συνέπεια των επιπρόσθετων γνωστοποιήσεων της με το περιεχόμενο των ελεγμένων χρηματοοικονομικών καταστάσεων. Κατ' αυτόν τον τρόπο, τόσο η εταιρεία όσο και ο ελεγκτής, δεν έρχονται αντιμέτωποι με κινδύνους νομικών αγωγών.

### **1.3.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την εταιρική παρουσίαση/γνωστοποίηση**

Τα χαρακτηριστικά μιας εταιρείας, πολλές φορές, παίζουν καθοριστικό ρόλο στην δυνατότητα μιας οικονομικής οντότητας να προσφέρει συμπληρωματικές/επεξηγηματικές πληροφορίες για τον άυλο παραγωγικό της πλούτο. Τα/Οι χαρακτηριστικά/παράγοντες αυτά/οι μπορεί να αφορούν:

- 1) τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται μια εταιρεία,
- 2) το μέγεθός της,
- 3) την ηλικία της,
- 4) την εταιρική διακυβέρνηση (Διοικητικό Συμβούλιο, Ελεγκτική Επιτροπή) κτλ.

Εταιρείες με σημαντική δραστηριότητα στον κλάδο υψηλής τεχνολογίας (όπως π.χ. εταιρείες παραγωγής λογισμικού, εταιρείες τηλεπικοινωνιών, παροχής υπηρεσιών διαδικτύου) στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στα εσωτερικώς δημιουργούμενα άυλα στοιχεία ενεργητικού για την οικονομική τους βιωσιμότητα και την διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Τα στοιχεία, όμως, αυτά όπως έχει ήδη ειπωθεί αντιμετωπίζονται ως έξοδα της περιόδου στην οποία πραγματοποιούνται από το ισχύον λογιστικό μοντέλο. Ως εκ τούτου, δεν απεικονίζονται στον Ισολογισμό της εταιρείας. Αντίθετα, εταιρείες που αποτελούν ένα κομμάτι του παραδοσιακού τομέα (traditional sector), στηρίζονται, ως επί το πλείστον, στα πάγια στοιχεία ενεργητικού (οικόπεδα, κτήρια, μηχανήματα) τα οποία εμφανίζονται στην Κατάσταση Οικονομικής Θέσης, παρέχοντας σημαντική/αξιόπιστη

πληροφόρηση στους επενδυτές και στις υπόλοιπες ομάδες χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων.

Συνεπώς, οι πρώτες εταιρείες έχουν μεγαλύτερο κίνητρο παροχής στους προαναφερθέντες χρήστες πιο αξιόπιστης πληροφόρησης μέσω της γνωστοποίησης/αποκάλυψης περεταίρω πληροφοριών για τις πηγές επιτυχίας τους από τις τελευταίες. Ακόμα, οι Πέτι και Κουγκάνεσαν (Petty and Cuganesan 2005) στην ερευνητική τους μελέτη διαπίστωσαν ότι το μέγεθος μιας εταιρείας συνδέεται θετικά με το επίπεδο γνωστοποίησης πληροφοριών πνευματικού κεφαλαίου (για το μέγεθος χρησιμοποιήθηκε η κεφαλαιοποίηση). Μικρές, όπως επίσης και νέες εταιρείες, με μικρή παρουσία στον χώρο υψηλής τεχνολογίας είναι αναγκασμένες να προσφέρουν συμπληρωματικές πληροφορίες αναφορικά με τα άυλα περιουσιακά στους στοιχεία με σκοπό την προσέλκυση ενδιαφέροντος από τους επενδυτές και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Βέβαια, αξίζει να αναφερθεί ότι καθώς οι εταιρείες αναπτύσσονται και διευρύνουν τις επιχειρησιακές τους δραστηριότητες, τείνουν να μειώνουν τον αριθμό των πληροφοριών αυτών λόγω φόβου απώλειας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Τέλος, ένα αποτελεσματικό διοικητικό συμβούλιο, το οποίο απαρτίζεται από άρτια εκπαιδευμένα και έμπειρα μέλη, μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τις αποφάσεις παρουσίασης επιπρόσθετων πληροφοριών για τα άυλα στοιχεία ενεργητικού μιας εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη των του Λιμ και των συνεργατών του (Lim et al. 2007) επιβεβαιώνει ότι η αποτελεσματικότητα του διοικητικού συμβουλίου στις αποφάσεις αυτές εξαρτάται από το μέγεθος του. Όσο μεγαλύτερο το μέγεθος, τόσο πιο αποδοτική η διαδικασία λήψης των αποφάσεων αυτών και τόσο μεγαλύτερη η ποιότητα παρακολούθησης/επίβλεψης των δραστηριοτήτων του.

### **1.3.3. Δημόσια και Ιδιωτικά μέσα εταιρικής παρουσίας/γνωστοποίησης**

Η αποκάλυψη πληροφοριών σχετικά με της κατηγορίες άυλου πλούτου επιτυγχάνεται μέσω των παρακάτω δύο διαύλων επικοινωνίας:

1. Δημόσια κανάλια: Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι ετήσιες και τριμηνιαίες εκθέσεις, οι εμπορικοί ιστότοποι, αναφορές αναλυτών, εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ενημερωτικά φυλλάδια κτλ. Από τις κατηγορίες αυτές ιδιαίτερη σημασία έχει δοθεί στις ετήσιες και τριμηνιαίες εκθέσεις για την διεξαγωγή ερευνών με αντικείμενο τις εκούσιες γνωστοποιήσεις των άυλων περιουσιακών στοιχείων, αν και η αναζήτηση των γνωστοποιήσεων αυτών στους ιστότοπους της εταιρείας (company websites) έχει αποκτήσει δημοφιλές χαρακτήρα. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημανθεί ότι η ποσότητα και η

ποιότητα των πληροφοριών για τις άυλες πηγές πλούτου που παρουσιάζονται στο Διαδίκτυο διαφέρουν από εταιρεία σε εταιρεία. Ο Γκαντία Καμπέδο (Candia Cabedo 2002) συμπερασματικά αναφέρει ότι ο παράγοντας που καθορίζει την ποιότητα και την ποσότητα των πληροφοριών αυτών που γνωστοποιούνται σε εταιρικούς ιστότοπους είναι η εθνικότητα των εταιρειών.

2. Ιδιωτικά κανάλια: Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι συσκέψεις με τους μάνατζερς, οι παρουσιάσεις σε αναλυτές, οι τηλεφωνικές συνομιλίες, οι συνεντεύξεις και παρόμοιες άλλες μεθόδους. Οι πηγές αυτές πληροφοριών μπορούν να μειώσουν τις ανεπάρκειες των χρηματοοικονομικών καταστάσεων ως προς την παροχή αξιόπιστων εκτιμήσεων για τα άυλα στοιχεία ενεργητικού μιας εταιρείας στο επενδυτικό κοινό για την λήψη οικονομικών αποφάσεων. Ως προς το τελευταίο, ο Αμίρ και οι συνεργάτες του (Amir et al. 2003) κατέληξαν, μέσα από ερευνητική μελέτη, στο συμπέρασμα ότι ιδιωτικές συσκέψεις μεταξύ εταιρικών στελεχών και επενδυτών μπορούν να βοηθήσουν τους τελευταίους σε σημαντικό βαθμό ως προς την αποτίμηση των εταιρειών και την λήψη κερδοφόρων αποφάσεων επένδυσης.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ  
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΣΤΑ/Ο ΑΥΛΑ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΑ  
ΣΤΟΙΧΕΙΑ/ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**



## **2.1. Συντηρητική και Επιθετική Λογιστική των άυλων περιουσιακών στοιχείων**

Ο όρος «συντηρητική λογιστική» (conservative accounting) αναφέρεται στην συνήθη πρακτική της εξοδopoίησης των κόστη που πραγματοποιούνται κυρίως σε επενδύσεις άυλων στοιχείων ενεργητικού. Λόγω της μεγάλης αβεβαιότητας αναφορικά με την εισροή μελλοντικών οικονομικών οφελών, καθώς και της έλλειψης σημαντικού βαθμού επαληθευσιμότητας των κερδών που αναμένονται από τις επενδύσεις αυτές, οι εταιρείες συστηματικά αποφεύγουν την κεφαλαιοποίηση των ανωτέρω κόστη με μεταφορά τους στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται υποεκτίμηση των παρουσιαζόμενων κερδών, όπως επίσης και της λογιστικής αξίας των στοιχείων ενεργητικού.

Η εφαρμογή της συντηρητικής λογιστικής από τους λογιστές οφείλεται στην ανάγκη για μεγαλύτερο βαθμό εξακρίβωσης των κερδών από τις ζημιές στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις. Η μεταχείριση αυτή των κερδών και ζημιών, αν και αρκετά ασύμμετρη, εξυπηρετεί τα/τις συμφέροντα/ανάγκες των χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, καθώς σύμφωνα με πολλούς επενδυτές και μετόχους καθιστά τις καταστάσεις που δημοσιεύουν οι εταιρείες πιο αξιόπιστες. Οι υπεύθυνοι προετοιμασίας των χρηματοοικονομικών καταστάσεων έχουν ένα ισχυρό κίνητρο να ενισχύσουν την χρηματοοικονομική απόδοση των εταιρειών μέσω της αναγνώρισης (ή αντίστοιχα αναφοράς στις επεξηγηματικές σημειώσεις) των μη επαληθεύσιμων κερδών λόγω του ότι η αυξημένη αυτή απόδοση συνδέεται με τις μηνιαίες τους απολαβές ή τα μόνους. Οι χρήστες, όμως, των οικονομικών καταστάσεων σύμφωνα με τους Μπάρκερ και Μακγκέκιν (Barker and McGeachin, 2015) επιθυμούν να στηρίζονται σε ένα λογιστικό σύστημα με μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και, από το οποίο, τα πληροφοριακά οφέλη που προκύπτουν λόγω μεγαλύτερης αξιοπιστίας υπερέχουν της απώλειας πληροφοριών από την καθυστερημένη αναγνώριση/γνωστοποίηση των κερδών.

Ένας ακόμη λόγος που οδηγεί στην χρήση συντηρητικής λογιστικής είναι και η άσκηση νομικών αγωγών (litigation) εναντίον εταιρειών, οι οποίες σε συστηματική βάση παρουσιάζουν δυσανάλογα αυξημένα κέρδη στις καταστάσεις τους. Βέβαια, είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι εταιρείες οι οποίες είναι «συντηρητικές» σε μια λογιστική περίοδο, θα εμφανίσουν υπεραυξημένα κέρδη μέσω της κεφαλαιοποίησης συγκεκριμένων κόστη σε κάποια άλλη. Δηλαδή θα εφαρμόσουν «επιθετική λογιστική» (aggressive accounting).

### **2.1.1. Κόστη Έρευνας/Ανάπτυξης και Ανάπτυξης Λογισμικού**



Η συχνότητα εφαρμογής της συντηρητικής, όπως επίσης και της επιθετικής λογιστικής, είναι ιδιαίτερα εμφανής στις εταιρείες με σημαντικό ποσοστό επένδυσης στην έρευνα και ανάπτυξη (R&D) και στις εταιρείες ανάπτυξης λογισμικού. Πλήθος εταιρειών ανά την υφήλιο επιδίδονται σε δραστηριότητες έρευνας με απώτερο στόχο την απόκτηση και μετέπειτα εφαρμογή νέας ή βελτιωμένης γνώσης, την αναζήτηση νέων ή εναλλακτικών μεθόδων ή συστημάτων παραγωγής κτλ. Σύμφωνα με το Δ.Λ.Π. 38 οι δαπάνες έρευνας καταλήγουν στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως ως έξοδα της λογιστικής περιόδου στην οποία πραγματοποιούνται, ενώ σύμφωνα με τους Μπάλλα και Χέβα (Μπάλλας και Χέβας, 2011), οι/τα δαπάνες/κόστη ανάπτυξης κεφαλαιοποιούνται μόνο όταν ικανοποιούνται όλες οι παρακάτω προϋποθέσεις:

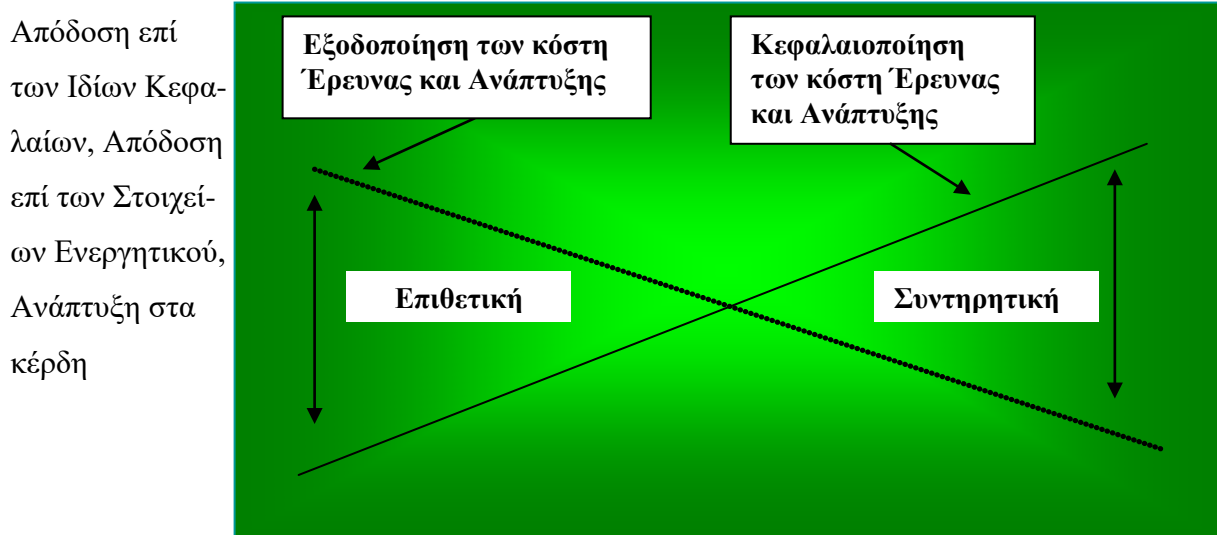
- ✚ Η εταιρεία δεν αντιμετωπίζει κανένα τεχνικό πρόβλημα και είναι πρόθυμη να προβεί στην ολοκλήρωση του άυλου στοιχείου ενεργητικού (π.χ. λογισμικό πρόγραμμα),
- ✚ Η εταιρεία είναι σε θέση, με χρήση των κατάλληλων τεχνικών, να αποτιμήσει πλήρως τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν κατά την φάση της ανάπτυξης του άυλου αυτού στοιχείου, όπως επίσης και να εκτιμήσει αξιόπιστα τα πιθανά μελλοντικά οφέλη που θα της αποφέρει η χρήση του στοιχείου αυτού,
- ✚ Η εταιρεία είναι απόλυτα ικανή να χρησιμοποιήσει το άυλο αυτό περιουσιακό στοιχείο στις παραγωγικές της λειτουργίες ή, αντίστοιχα, να το πουλήσει σε μια ενεργό αγορά.

Οι παραπάνω δύο μορφές λογιστικοποίησης (επ)εξηγούνται με χρήση του παρακάτω μοντέλου του Λεβ (Lev, 2003), το οποίο σχεδίασε σε συνεργασία με δύο συνεργάτες του και το οποίο συνδέει το ρυθμό αύξησης των δαπανών έρευνας και ανάπτυξης με τρεις σημαντικές μετρικές εταιρικής απόδοσης: 1) την απόδοση επί των Ιδίων Κεφαλαίων (Return on Equity), 2) την απόδοση επί των Στοιχείων Ενεργητικού (Return on Assets) και την ανάπτυξη στα κέρδη (growth in earnings). Η τελευταία μετρική είναι γνωστή και ως «δυναμική» (momentum).

Στο παρακάτω μοντέλο, η μη διακεκομμένη γραμμή αφορά την εταιρική απόδοση όταν τα κόστη έρευνας και ανάπτυξης κεφαλαιοποιούνται, ενώ αντίθετα η διακεκομμένη αφορά την απόδοση της οικονομικής οντότητας ως αποτέλεσμα της άμεσης εξοδοποίησης τους. Εταιρείες με υψηλή δραστηριότητα στην έρευνα και ανάπτυξη, όπως π.χ. εταιρείες βιοτεχνολογίας καθώς και άλλες αναπτυσσόμενες εταιρείες, τείνουν να παρουσιάζουν μειωμένα κέρδη λόγω αυξημένων εξόδων στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως (έξοδα έρευνας και ανάπτυξης). Αντίθετα, εταιρείες όπως οι φαρμακευτικές εμφανίζουν έναν χαμηλό ρυθμό αύξησης των δαπανών έρευνας και ανάπτυξης και, με χρήση της επιθετικής λογιστικής, κεφαλαιοποιούν ένα μεγάλο μέρος των δαπανών αυτών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα δείκτες κερδοφορίας, όπως λ.χ. η απόδοση επί των Ιδίων Κεφαλαίων, να παρουσιάζουν μια ομολογουμένως καλύτερη, αν και όχι ρεαλιστική, απόδοση της οικονομικής μονάδας λόγω αύξησης της καθαρής της θέσης. Το σημείο τομής των δύο

γραμμών είναι το σημείο εκείνο όπου ο ρυθμός αύξησης των δαπανών έρευνας και ανάπτυξης ισούται με την απόδοση που επιθυμούν οι επενδυτές και πιστωτές από επενδυτικά έργα που ενέχουν παρόμοιο κίνδυνο (κόστος κεφαλαίου).

### Αναφερόμενη Κερδοφορία και Λογιστική Μεταχείριση των άυλων στοιχείων ενεργητικού



(Πηγή: Lev, 2003)

Αύξηση των δαπανών Έρευνας και Ανάπτυξης

Όσον αφορά τα κόστη ανάπτυξης λογισμικού, αξίζει να σημειωθεί ότι, ενώ τα κόστη αυτά είναι επιδεκτικά κεφαλαιοποίησης από την στιγμή της τεχνολογικής τους ολοκλήρωσης και εμπορικής χρήσης, εντούτοις αρκετές εταιρείες, αν και κερδοφόρες, προτιμούν να παρατείνουν την αναγνώριση/γνωστοποίηση τους. Αντιθέτως, οι λιγότερο κερδοφόρες εταιρείες επιλέγουν να τα κεφαλαιοποιήσουν όσο το δυνατόν πιο γρήγορα. Η επιλογή αυτή διαφορετικών μορφών λογιστικοποίησης των δαπανών/κόστη αυτών δημιουργεί αμφιβολίες στους χρήστες της διαθέσιμης χρηματοοικονομικής πληροφόρησης ως προς την αξιοπιστία και την εγκυρότητά της.

## 2.2. Θεωρία της Πολιτικής Οικονομίας της Λογιστικής, Θεωρία της Νομιμοποίησης, Θεωρία των Ενδιαφερόμενων Μερών

Η εκούσια παρουσίαση/αποκάλυψη πληροφοριών σχετικά με τον άυλο παραγωγικό πλούτο μιας εταιρείας αποτέλεσε επί πολλά έτη αντικείμενο ερευνητικού ενδιαφέροντος από μια πλειάδα

οικονομολόγων, μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων, αλλά και επαγγελματιών με ενεργό δράση στον χώρο της Διοίκησης και της Λογιστικής. Ορισμένοι από αυτούς έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση σε αυτόν τον τρόπο επικοινωνίας μιας οικονομικής οντότητας με τις ομάδες χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων (επενδυτές, μέτοχοι, πελάτες, προμηθευτές, κυβερνητικές υπηρεσίες, εργαζόμενοι, πιστωτές, περιβαλλοντικές οργανώσεις κτλ.) και ανέπτυξαν ορισμένες επεξηγηματικές θεωρίες. Οι πιο σημαντικές από αυτές είναι οι εξής: 1) η θεωρία της πολιτικής οικονομίας της λογιστικής (political economy of accounting theory), η θεωρία της νομιμότητας (legitimacy theory) και η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών (stakeholder theory).

Σύμφωνα με την πρώτη, οι επιχειρήσεις επιλέγουν να παράσχουν στους παραπάνω χρήστες περαιτέρω πληροφορίες για τα άυλα περιουσιακά τους στοιχεία σε μια προσπάθεια να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν μεταξύ τους εμπιστοσύνη, όπως επίσης και να καταστήσουν τις κεφαλαιαγορές πιο σταθερές. Σύμφωνα με την θεωρία αυτή, όλες οι εταιρείες αποφασίζουν να προσφέρουν περισσότερες πληροφορίες για μερικούς από τους πολύ σημαντικούς παράγοντες δημιουργίας αξίας με σκοπό να ενισχύσουν την τελευταία, και όχι λόγω οποιασδήποτε εξωτερικής πίεσης από τις διάφορες ομάδες χρηστών των οικονομικών καταστάσεων. Η προαναφερθείσα αποκάλυψη πληροφοριών, δηλαδή αποτελεί μια προληπτική δράση από την πλευρά της εταιρείας. Αντίθετα, οι υποστηρικτές της θεωρίας της νομιμότητας θεωρούν ότι οι επιχειρήσεις μπορεί να αποκαλύπτουν πληροφορίες για τα συστατικά μέρη του πνευματικού τους κεφαλαίου προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των εν λόγω χρηστών και να επιδείξουν μεγαλύτερη συνέπεια ως προς τις κανονιστικές απαιτήσεις των κυβερνήσεων.

Κατ'επέκταση, και σύμφωνα πάντοτε με την θεωρία της νομιμότητας, οι επιχειρήσεις πρόθυμα αποκαλύπτουν ουσιώδεις πληροφορίες για τα άυλα στοιχεία τους με σκοπό να προωθήσουν μια πιο νόμιμη/ορθή εικόνα των παραγόντων επιτυχίας και ανάπτυξής τους στο ευρύτερο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον. Η εικόνα αυτή αποτελεί μια αντανάκλαση των απαιτήσεων του περιβάλλοντος αυτού ως προς τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες διαχειρίζονται τις λειτουργικές τους δραστηριότητες. Βέβαια, οι απαιτήσεις αυτές μεταβάλλονται χρόνο με τον χρόνο και αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο, σύμφωνα με τον Ντίγκαν (Deegan 2000) οι εταιρείες οφείλουν να προσαρμόζονται στις νέες απαιτήσεις του περιβάλλοντος τους.

Τέλος, αν και η θεωρία των ενδιαφερόμενων μερών συνδέεται στενά με την θεωρία της νομιμότητας, με βάση την πρώτη όλες οι εταιρείες έχουν ηθική υποχρέωση να πράττουν με γνώμονα τις προσδοκίες των ομάδων εκείνων που, ακόμα κι αν δεν δύναται να έχουν έναν καθοριστικό ρόλο στην επιβίωση και συνεχή ανάπτυξη της εταιρείας, επιθυμούν να γνωρίζουν, μέσα από λεπτομερείς αναφορές, κατά πόσο οι δραστηριότητες της τελευταίας επηρεάζουν τις αποφάσεις τους, επενδυτικές και μη. Στην περίπτωση δε που οι ομάδες αυτές συμφερόντων

ελέγχουν μια σημαντική αναλογία των πόρων που χρειάζεται μια εταιρεία για την διεκπεραίωση των διαδικασιών και των λειτουργιών της (όπως π.χ. παραγωγή και πώληση προϊόντων/υπηρεσιών), τότε καθίσταται πιο επιτακτική η ανάγκη για περισσότερες πληροφορίες από την πλευρά της τελευταίας προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητά της.



### 3.1. Ιστορική αναδρομή και Προτοβουλίες

Σύμφωνα με τις παραδοσιακές πρακτικές χρηματοοικονομικής λογιστικής όλες οι χρηματοοικονομικές καταστάσεις υποχρεωτικά πρέπει να προετοιμάζονται με άξονα την αρχή του ιστορικού κόστους. Η αρχή αυτή υπαγορεύει στις εταιρείες την αναγνώριση των συναλλαγών (π.χ. αγορά στοιχείων ενεργητικού) στο κόστος της συναλλαγής, την περίοδο στην οποία έλαβε χώρα η συναλλαγή. Κατ' επέκταση μια συναλλαγή αγοράς άυλων στοιχείων ενεργητικού από μια οικονομική οντότητα με σκοπό λ.χ. την βελτίωση των συστημάτων επικοινωνίας ή των παραγωγικών διαδικασιών της θα καταχωρηθεί στα λογιστικά της βιβλία στο κόστος της και τα νέα άυλα στοιχεία θα αναγνωρισθούν με βάση τα κριτήρια αναγνώρισης που παρουσιάστηκαν στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο.

Αν και η αρχή του ιστορικού κόστους έχει εφαρμοσθεί πιστά, και ακολουθείται ακόμα και σήμερα από την κοινότητα των λογιστών και των μανάτζερς όχι μόνον για την αναγνώριση, αλλά και την αποκάλυψη/γνωστοποίηση πληροφοριών για τους άυλους πόρους δημιουργίας αξίας μιας εταιρείας, αρκετοί αναλυτές, μέλη διοικητικών συμβουλίων, επιχειρήσεις, καθώς και επαγγελματικά λογιστικά σώματα είχαν εντοπίσει τις αδυναμίες/ανεπάρκειες του παραδοσιακού συστήματος χρηματοοικονομικής πληροφόρησης. Οι αδυναμίες αυτές, κυρίως όσον αφορά την παροχή επαρκούς πληροφόρησης για τα εσωτερικώς δημιουργούμενα άυλα περιουσιακά στοιχεία, κινητοποίησε από νωρίς ορισμένες εταιρείες, όπως επίσης ευρωπαϊκούς και παγκόσμιους θεσμούς, ως προς την αναζήτηση και χρήση νέων τεχνικών/πρακτικών παροχής σχετικών και αξιόπιστων πληροφοριών για τα σημαντικά αυτά στοιχεία δημιουργίας εταιρικής αξίας και διατηρήσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Ενδεικτικά, αξίζει να αναφερθούμε την Σουηδική εταιρεία «Celemi», η οποία το 1994 συμπεριέλαβε στις ετήσιες εκθέσεις της σημαντικές πληροφορίες για τα ανωτέρω στοιχεία χρησιμοποιώντας ένα σύστημα πληροφόρησης γνωστό ως σύστημα παρακολούθησης άυλων στοιχείων ενεργητικού (intangible assets monitor), και την Σκανδιναβική εταιρεία «Skandia», μια εταιρεία ασφαλίσεων και χρηματοδοτικών υπηρεσιών, η οποία, επίσης κατά την ίδια περίπου περίοδο, αποφάσισε μέσω του δικού της συστήματος πληροφόρησης να αποκαλύψει στις διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων πληροφορίες, όχι μόνον για άυλα στοιχεία ενεργητικού που η ίδια είχε αγοράσει, αλλά και για αυτά τα οποία είχε δημιουργήσει μέσα από μια σειρά εσωτερικών διαδικασιών. Το σύστημα πληροφόρησης της τελευταίας είναι γνωστό ως Σύστημα Πληροφόρησης Πλοηγός (Navigator Reporting System). Η δημοσίευση των πληροφοριών αυτών πραγματοποιήθηκε μέσω μιας κατάστασης στην οποία ο Μουρίτσεν (Mouritsen, 2000)

υπογραμμίζει την ικανότητα της ανωτέρω εταιρείας να αποτυπώνει την διαδικασία δημιουργίας αξίας μέσα από τον συνδυασμό, μεταξύ άλλων, αριθμητικών δεικτών, διαγραμμάτων, και αφηγηματικών κειμένων.

Με τις ενέργειες τους αυτές οι δύο εταιρείες κατέδειξαν στην διεθνή κοινότητα την ανάγκη υιοθέτησης νέων συστημάτων πληροφόρησης/γνωστοποίησης για τις επενδύσεις σε άυλα στοιχεία ενεργητικού, τα οποία συστήματα θα απείχαν από τις παραδοσιακές πρακτικές χρηματοοικονομικής πληροφόρησης.

Ακόμα, αναφορικά με τις πρωτοβουλίες των διεθνών ινστιτούτων, καθώς και των εθνικών ερευνητικών κέντρων, ως προς την δημιουργία κατευθυντήριων γραμμών για την αποκάλυψη πληροφοριών για τα άυλα περιουσιακά στοιχεία, ιδιαίτερης σημασίας χρήζουν το πρόγραμμα «MERITUM» και η πρωτοβουλία της Δανέζικης Υπηρεσίας Εμπορίου και Βιομηχανίας (D.A.T.I.). Το πρώτο πρόγραμμα, στο οποίο συμμετείχαν Σκανδιναβοί συνεργάτες από την Φιλανδία, Σουηδία και Νορβηγία, όπως επίσης και ερευνητές από την Γαλλία και την Ισπανία, είχε ως αποτέλεσμα την δημοσίευση το 2001 κατευθυντήριων γραμμών στις οποίες συμπεριλαμβάνονταν:

- ❖ Χρήσιμοι ορισμοί και μια εξίσου χρήσιμη κατηγοριοποίηση των άυλων στοιχείων ενεργητικού υπό την μορφή ενός εννοιολογικού πλαισίου,
- ❖ Η δυνατότητα αναγνώρισης, μέτρησης και διαχείρισης των άυλων πόρων μιας εταιρείας μέσω ενός διοικητικού μοντέλου και
- ❖ Η δυνατότητα έκδοσης μιας αναφοράς στην οποία η εκάστοτε εταιρεία θα μπορούσε να περιγράψει λεπτομερώς τους ανωτέρω πόρους, τις δραστηριότητες που χρησιμοποιεί η ίδια για την διατήρηση και συνεχή βελτίωσή τους και την συμβολή τους στην επίτευξη των στρατηγικών της στόχων με χρήση των κατάλληλων δεικτών (Abhayawansa, 2014).

Αντίστοιχα, οι κατευθυντήριες γραμμές που δημοσίευσε η Δανέζικη Υπηρεσία Εμπορίου και Βιομηχανίας το 2000, και οι οποίες στηρίζονταν στις καταστάσεις παρουσίασης/γνωστοποίησης πληροφοριών σχετικά με τους άυλους πόρους 17 Σκανδιναβικών επιχειρήσεων, ομοιάζαν ως ένα βαθμό με αυτές του προαναφερθέντος προγράμματος και αναδημοσιεύτηκαν το 2003 από το Δανέζικο Υπουργείο Επιστήμης, Τεχνολογίας και Καινοτομίας (D.M.S.T.I.) με ορισμένες τροποποιήσεις. Οι τροποποιημένες κατευθυντήριες γραμμές θεωρήθηκαν από πολλούς ένα σημαντικό εργαλείο το οποίο θα έδινε την δυνατότητα και σε άλλες επιχειρήσεις να προετοιμάζουν/δημοσιεύουν παρόμοιες καταστάσεις αποτελούμενες από τα παρακάτω τέσσερα στοιχεία:

- ❖ Μια αφηγηματική περιγραφή της φιλοδοξίας/δυνατότητας μιας εταιρείας να δημιουργεί αξία για τους πελάτες μέσα από την παραγωγή και προσφορά ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών,
- ❖ Διοικητικές προκλήσεις, οι οποίες μπορεί να ποικίλλουν από την εύρεση του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού, δημιουργία και εφαρμογή αποδοτικών διαδικασιών, καθώς και αξιοποίηση της υπάρχουσας τεχνολογίας προς δημιουργία της παραπάνω αξίας,
- ❖ Πρωτοβουλίες για την σωστή αντιμετώπιση των διοικητικών προκλήσεων όπως, π.χ., πρόσληψη και εκπαίδευση εργατικού δυναμικού, επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη για την παραγωγή νέων ή βελτιωμένων προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών, επενδύσεις στην ανάπτυξη προγραμμάτων τεχνολογίας κτλ.
- ❖ Δείκτες (συνήθως μη χρηματοοικονομικής φύσεως) για την κατάλληλη μέτρηση και αξιολόγηση των ανωτέρω πρωτοβουλιών από την εταιρεία (Abhayawansa, 2014).

Η συστηματική αξιολόγηση των πρωτοβουλιών που αναλαμβάνει μια εταιρεία με χρήση δεικτών, με σκοπό να ανταπεξέλθει στις διοικητικές προκλήσεις που έχουν ανακύψει, της επιτρέπει να παρακολουθεί την πορεία επίτευξης των (μακροπρόθεσμων και βραχυπρόθεσμων) στόχων της.

### **3.2. Πλαίσια Πληροφόρησης/Γνωστοποίησης των/του άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου**

Οι προσπάθειες κανονιστικών σωμάτων, ινστιτούτων ερευνών και μεγάλων λογιστικών εταιρειών να διορθώσουν τις ουσιαστικές αδυναμίες του ισχύοντος πλαισίου χρηματοοικονομικής πληροφόρησης να παράσχει στις ομάδες χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων αξιόλογες πληροφορίες σε σχέση με τον ρόλο των άυλων περιουσιακών στοιχείων στην διαδικασία δημιουργίας αξίας μια οικονομικής οντότητας, έφεραν στο προσκήνιο έναν αριθμό πλαισίων πληροφόρησης/γνωστοποίησης τα οποία προσέδιδαν ιδιαίτερη σημασία στις άυλες αυτές πηγές πλούτου. Πιο συγκεκριμένα, τα πλαίσια αυτά, ορισμένα από τα οποία αποτελούν διεθνώς αναγνωρισμένα διοικητικά εργαλεία/μοντέλα, έχουν σχεδιαστεί με στόχο να καλύψουν τις πληροφοριακές ανάγκες όλων των ενδιαφερόμενων ομάδων αναφορικά με την αξία μερικών από τις πιο σημαντικές πηγές επιτυχίας και οικονομικής ανάπτυξης μιας οικονομικής μονάδας.

Εκτός από τις πληροφορίες χρηματοοικονομικής φύσεως που είναι, για παράδειγμα, σε θέση ένας αναλυτής να εξασφαλίσει με την ανάγνωση των οικονομικών καταστάσεων που δημοσιεύουν οι εταιρείες σε κάθε λογιστική χρήση, υπάρχουν χρήστες των καταστάσεων αυτών που μπορεί να



ενδιαφέρονται για πληροφορίες ποιοτικής, μη χρηματοοικονομικής φύσεως όπως π.χ. τις στρατηγικές αποφάσεις που ακολουθεί μια εταιρεία για την εκπλήρωση των στόχων της, την δομή και τον βαθμό ανεξαρτησίας του διοικητικού συμβουλίου της, το ποσοστό επένδυσης σε δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης και τους σημαντικούς δείκτες απόδοσης (Key Performance Indicators, K.P.I.) στην ικανοποίηση των πελατών ή στον όγκο των πωλήσεων (ICAEW, 2009). Με γνώμονα την κάλυψη των ελλείψεων αυτών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, οι οποίες αποτελούν προϊόν του παραδοσιακού συστήματος χρηματοοικονομικής πληροφόρησης, πολλά μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας με ενεργή δραστηριότητα στον κλάδο της Διοικητικής Λογιστικής έχουν στρέψει την προσοχή, κυρίως, στα παρακάτω μοντέλα/πλαίσια τα οποία, εκτός από την μέτρηση και την διαχείριση, χρησιμοποιούνται και για την αποκάλυψη πληροφοριών για τα άυλα στοιχεία ενεργητικού μιας επιχείρησης:

- ✚ Σύστημα Παρακολούθησης Άυλων Στοιχείων Ενεργητικού (Intangible Assets Monitor),
- ✚ Σύστημα Πληροφόρησης Πλοηγός (Navigator Reporting System) και
- ✚ Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας (Balanced Scorecard).

### **3.2.1. Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας, Σύστημα Παρακολούθησης Άυλων Στοιχείων Ενεργητικού, Σύστημα Πληροφόρησης Πλοηγός**

Ένα από τα πιο σημαντικά πλαίσια πληροφόρησης για τους άυλους παράγοντες επιτυχίας μιας εταιρείας δημοσιεύτηκε και αναδημοσιεύτηκε από τους Κάπλαν και Νόρτον, αρχικά το 1992 στο γνωστό περιοδικό “Harvard Business Review” με τίτλο «Ο Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας-Μετρικές που οδηγούν στην Απόδοση», και αργότερα το 1996 σε ένα άρθρο με τίτλο «Ο Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας-Μεταφράζοντας την Στρατηγική σε Δράση», το οποίο άρθρο ουσιαστικά αποτελεί μια ολοκληρωμένη εκδοχή των απόψεων των δύο αυτών συγγραφέων σχετικά με το εύρος των μετρικών (χρηματοοικονομικών και μη) που έχει στην διάθεσή της μια εταιρεία προς αξιολόγηση της απόδοσής της (ICAEW, 2009).

Οι δύο προαναφερθέντες συγγραφείς εντόπισαν νωρίς τις ουσιώδεις αδυναμίες των υφιστάμενων μοντέλων απόδοσης που χρησιμοποιούνταν σε συστηματική βάση από όλες τις επιχειρήσεις, μοντέλων που επικεντρώνονταν στη επίτευξη χρηματοοικονομικών στόχων όπως, για παράδειγμα, την αύξηση των εσόδων από πωλήσεις ή του εισοδήματος προ φόρων. Η μονοδιάστατη χρηματοοικονομική φύση των μοντέλων αυτών δεν άφηνε περιθώρια για την αναγνώριση, διαχείριση, αλλά και την γνωστοποίηση πληροφοριών για περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, ο

συνδυασμός των οποίων οδηγούσε στην πραγματοποίηση μη χρηματοοικονομικών στόχων, όπως π.χ. την αύξηση της ικανοποίησης και του αριθμού των πελατών κατά 10%. Η επίτευξη, όμως, των τελευταίων, αναμφισβήτητα, θα οδηγούσε σε αύξηση των εσόδων μιας εταιρείας και, κρατώντας σταθερά ή μειώνοντας τις διάφορες κατηγορίες εξόδων (λειτουργικά, χρηματοοικονομικά κτλ), σε μια σημαντική αύξηση του εισοδήματος προ φόρων.

Συνεπώς, η χρήση μη χρηματοοικονομικών μετρικών για την αξιολόγηση των παραπάνω μη χρηματοοικονομικών στόχων, σε συνδυασμό με τις χρηματοοικονομικές (δείκτες κερδοφορίας, έμμεσης/άμεσης ρευστότητας κτλ.) κρίνεται απαραίτητη για τον προσδιορισμό της αξίας και συνολικής απόδοσης μιας οικονομικής οντότητας, όπως επίσης και της ικανότητας της να επιτυγχάνει συγκριτικό πλεονέκτημα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στον πίνακα ισορροπημένης στοχοθεσίας των Κάπλαν και Νόρτον, οι μετρικές αυτές αφορούν τις παρακάτω περιοχές:

- ✚ Χρηματοοικονομική: Η εταιρεία εξετάζει τα μακροπρόθεσμα χρηματοοικονομικά της αποτελέσματα (π.χ. αύξηση των λειτουργικών κερδών) και τα συγκρίνει με τους αντίστοιχους στόχους κερδοφορίας που έχει θέσει. Για παράδειγμα, μια εταιρεία μπορεί να επιδιώκει την αύξηση της μακροπρόθεσμης κερδοφορίας της μέσω της μείωσης των κόστη παραγωγής και της αύξησης του όγκου πωλήσεών της.
- ✚ Πελατειακή: Η εταιρεία οφείλει να προσδιορίσει τους παράγοντες εκείνους που επιδρούν στην ικανοποίηση των πελατών. Ο προσδιορισμός των παραγόντων αυτών, συνήθως, επιτυγχάνεται με τη διεξαγωγή ερευνών (π.χ. ερωτηματολόγια). Μετά την ολοκλήρωση των ερευνών η εταιρεία καταλήγει σε συμπεράσματα για τις βελτιώσεις στις οποίες θα προβεί και οι οποίες μπορεί να αφορούν προϊόντα, υπηρεσίες, γραμμές παραγωγής κτλ., προκειμένου να ικανοποιήσει τους υπάρχοντες και μελλοντικούς πελάτες της, όπως επίσης και να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της.
- ✚ Εσωτερικών Επιχειρησιακών Διαδικασιών: Η εταιρεία εστιάζει στον εντοπισμό και την βελτίωση των εσωτερικών εκείνων διαδικασιών, οι οποίες αναμένεται να οδηγήσουν σε μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών και σε αύξηση του πλούτου των μετόχων. Οι διαδικασίες αυτές περιλαμβάνουν την βιομηχανική παραγωγή, την μείωση του χρόνου παράδοσης των προϊόντων στον πελάτη, την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου όπως, επίσης, και υπηρεσιών μετά την πώληση, την αγορά, ανάπτυξη και χρήση λογισμικών προγραμμάτων στην λειτουργία της παραγωγής κτλ. Εδώ κρίνεται αναγκαίο να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση του επιπέδου βελτίωσης των διαδικασιών αυτών επιτυγχάνεται με την εφαρμογή από την εταιρεία βέλτιστων πρακτικών (benchmarking). Οι πρακτικές αυτές μπορεί να στηρίζονται σε αναλύσεις των τρεχουσών/κυρίαρχων τιμών

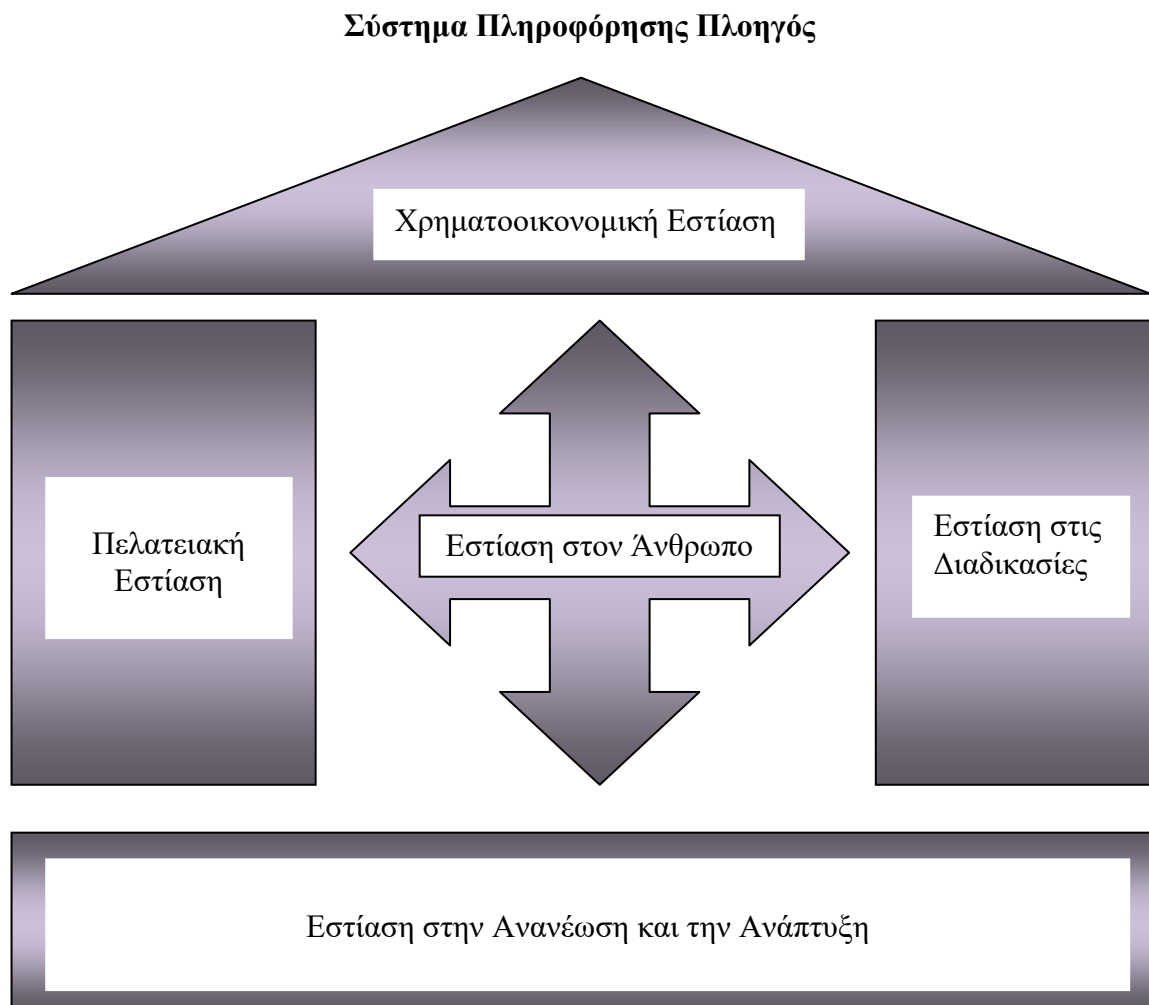
της αγοράς, μελέτες χρηματοοικονομικών αναλυτών ή ακόμα και σε δημοσιευμένες χρηματοοικονομικές καταστάσεις των πιο σημαντικών ανταγωνιστών της εταιρείας.

- ✚ Εκμάθησης και Ανάπτυξης: Κάθε εταιρεία πρέπει να φροντίζει τόσο για την συνεχή ανάπτυξη και βελτίωση των εργασιακών γνώσεων και δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού της μέσω ειδικών προγραμμάτων εκπαίδευσης (σεμιναρίων), όσο και για την άμεση ικανοποίησή τους. Ο υπολογισμός της τελευταίας είναι εφικτός μέσω της πραγματοποίησης ερευνών για την ικανοποίηση των εργαζομένων. Η δυνατότητα ενός άρτια εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού να διαχειρίζεται τεχνολογικά προηγμένα συστήματα πληροφοριών και νέα συστήματα παραγωγής έχει ως αποτέλεσμα την επίτευξη ανώτερων εσωτερικών διαδικασιών (Veltri, 2011, Bhimani et al., 2012).

Αν και ο Πίνακας Ισορροπημένης Στοχοθεσίας θεωρείτο ένα διοικητικό εργαλείο προορισμένο για εσωτερική παρά εξωτερική (χρηματοοικονομική) πληροφόρηση, και συνεπώς μόνον οι μάνατζερς και τα ανώτερα στελέχη της Διοίκησης έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες, χρηματοοικονομικές και μη που απορρέουν από αυτόν, εντούτοις πολλές εταιρείες σήμερα τείνουν να δημοσιεύουν περισσότερες πληροφορίες μη χρηματοοικονομικής φύσεως σε ετήσιες, τριμηνιαίες κτλ εκθέσεις απ' ότι στο παρελθόν, με σκοπό να ικανοποιήσουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ανάγκες των ενδιαφερομένων μερών συμπεριλαμβανομένου των επενδυτών και των μετόχων. Για την δημοσίευση αυτή επιπρόσθετων πληροφοριών, τα διοικητικά στελέχη και οι μάνατζερς έχουν στηριχθεί, πιθανότατα, στην χρήση δεδομένων που προέρχονται από την εφαρμογή προσεγγίσεων όπως αυτής του παραπάνω πίνακα (ICAEW, 2009).

Μία δεύτερη προσέγγιση αποκάλυψης πληροφοριών για τα άυλα στοιχεία μιας οικονομικής μονάδας, η οποία ομοιάζει αρκετά με αυτή του Πίνακα Ισορροπημένης Στοχοθεσίας είναι αυτή του Συστήματος Πληροφόρησης Πλοηγός. Το σύστημα αυτό, το οποίο αναπτύχθηκε από τον διευθυντή της Σκανδιναβικής εταιρείας «Skandia» Λάιφ Έντβινσον και χρησιμοποιήθηκε για την έκδοση της πρώτης Αναφοράς/Κατάστασης Πνευματικού Κεφαλαίου (Intellectual Capital Statement) το 1995, αποτελούνταν από πέντε σημεία εστίασης τα οποία απεικονίζονται στο παρακάτω σχήμα. Η χρηματοοικονομική πλευρά του συστήματος αυτού αφορά όλες εκείνες τις συναλλαγές που πραγματοποίησε η εταιρεία στο παρελθόν και οι οποίες συνέβαλλαν π.χ. στην απόκτηση περιουσιακών στοιχείων. Αντίθετα, τα δύο ορθογώνια (Πελατειακή Εστίαση/Εστίαση στις Διαδικασίες) μπορεί να αναφέρονται στην αέναη προσπάθεια μιας επιχείρησης να βελτιστοποιήσει τις λειτουργικές της δραστηριότητες στον βαθμό εκείνο που θα της εξασφαλίσει την μέγιστη ικανοποίηση των πελατών της. Ασφαλώς, όμως, η βελτιστοποίηση των διαδικασιών αυτών θα πρέπει να συνοδεύεται από την παράλληλη εκπαίδευση και ανάπτυξη του προσωπικού της

επιχείρησης, καθώς και από την ανανέωση της στρατηγικής και των στόχων που έχει θέσει ούτος ώστε να διασφαλίσει την βιωσιμότητα και την οικονομική της ανάπτυξη.



(Πηγή: Edvinsson, 1997)

Ένα ιδιαίτερο γνώρισμα του εν λόγω συστήματος είναι η έμφαση που έχει δοθεί στην χρήση δεικτών/μετρικών σε κάθε σημείο εστίασης του και οι οποίοι/ες δείκτες/μετρικές μπορεί να εκφράζονται σε ποσοστά, νομισματικές αξίες, ερευνητικές κατατάξεις κτλ.

Ακόμα, αν και οι δύο παραπάνω προσεγγίσεις πληροφόρησης αποτελούν πολύ σημαντικά διοικητικά εργαλεία για τις επιχειρήσεις σήμερα και παραμένουν αντικείμενο μελέτης και κριτικού σχολιασμού σε πολλούς ακαδημαϊκούς κύκλους, εξίσου σημαντικό/ή εργαλείο/προσέγγιση αποτέλεσε και το Σύστημα Παρακολούθησης Άυλων Στοιχείων Ενεργητικού, το οποίο αναπτύχθηκε το 1997 από τον Κάρλ Σβάϊμπι. Το σύστημα αυτό έκανε έναν σαφή διαχωρισμό των/του άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου στις παρακάτω τρεις κατηγορίες:

1. Ικανότητα των εργαζομένων (employee competence),
2. Εσωτερική δομή (internal structure) και

### 3. Εξωτερική δομή (external structure) (Abhayawansa, 2014).

Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στην δυνατότητα του ανθρώπινου δυναμικού μιας εταιρείας να συμβάλλει στην δημιουργία και διαχείριση τόσο ενσώματων στοιχείων (π.χ. προϊόντα) όσο και άυλων, εσωτερικών και εξωτερικών δομών (2<sup>η</sup> και 3<sup>η</sup> κατηγορία). Παραδείγματα εσωτερικών δομών μπορεί να είναι τα συστήματα τεχνολογίας πληροφοριών, τα διοικητικά συστήματα, οι πατέντες και η εταιρική κουλτούρα, ενώ οι εξωτερικές δομές αποτελούνται από τις σχέσεις που δημιουργεί μια εταιρεία με το εξωτερικό της περιβάλλον και κυρίως με τους προμηθευτές και τους πελάτες. Η δημιουργία μιας αξιόπιστης σχέσης με προμηθευτές συνεπάγεται για την εταιρεία ευνοϊκότερους όρους προμήθευσης αγαθών ή υπηρεσιών και η δημιουργία αξιόλογων σχέσεων με πελάτες επιτυγχάνεται μέσα από την ποιότητα των προϊόντων, καθώς και των υποστηρικτικών υπηρεσιών που προσφέρει η πρώτη μέσα από τους εργαζομένους της στους τελευταίους (απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις/εξυπηρέτηση πελατών).

Όπως και στα δύο προηγούμενα πλαίσια πληροφόρησης το σύστημα παρακολούθησης του Σβάϊμπι απαιτεί από μια επιχείρηση την χρήση δεικτών σε κάθε μία από τις ανωτέρω κατηγορίες, οι οποίοι όμως εστιάζουν στην ανάπτυξη/ανανέωση, την αποδοτικότητα και την σταθερότητα. Ενδεικτικά παραδείγματα δεικτών ανάπτυξης/ανανέωσης, αποδοτικότητας και σταθερότητας αναφορικά με την πιο σημαντική από τις τρεις αυτές κατηγορίες (ικανότητα των εργαζομένων) μπορεί να είναι ο αριθμός των ετών στην ειδικότητα, η αναλογία των επαγγελματιών στην εταιρεία (αριθμός των επαγγελματιών/συνολικός αριθμός των εργαζομένων) και η κυκλοφοριακή ταχύτητα των εργαζομένων, η οποία υπολογίζεται ως ο λόγος των ατόμων που αποχώρησαν από την εταιρεία κατά την διάρκεια ενός έτους προς τον αριθμό των ατόμων που απασχολούνταν στην εταιρεία στην αρχή του έτους (Sveiby, 1997).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι αν και πολλές εταιρείες είναι πλήρως ενήμερες των παραπάνω πλαισίων/πρακτικών αποκάλυψης/γνωστοποίησης πληροφοριών για τα περιουσιακά εκείνα στοιχεία που αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα της αλυσίδας δημιουργίας αξίας και, κατ' επέκταση, συντελούν στην αύξηση της συνολικής τους απόδοσης, η εφαρμογή των πλαισίων/πρακτικών αυτών προϋποθέτει την επικοινωνία των εταιρειών με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η επικοινωνία αυτή με τα ενδιαφερόμενα μέρη (συμπεριλαμβανομένου των χρηστών των χρηματοοικονομικών καταστάσεων) συνδράμει στον προσδιορισμό από την εκάστοτε εταιρεία των περιοχών εκείνων της προαναφερθείσας αλυσίδας για τις οποίες απαιτείται μεγαλύτερο εύρος πληροφοριών.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



#### 4.1. Καθορισμός του μεγέθους του δείγματος-Συλλογή δεδομένων

Το δείγμα της έρευνας αυτής αρχικά αποτελούνταν από 107 εταιρείες που δραστηριοποιούνταν στους κλάδους της Πληροφορικής, Φαρμακευτικής και Βιοτεχνολογίας. Ο εντοπισμός των εταιρειών αυτών πραγματοποιήθηκε με χρήση της βάσης δεδομένων της ICAP του τμήματος περιοδικών της βιβλιοθήκης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Τα κριτήρια που επιλέχθηκαν για τον προσδιορισμό του δείγματος ήταν τα παρακάτω:

- ✓ Κύκλος εργασιών: 4000000€
- ✓ Σύνολο στοιχείων ενεργητικού: 1000000€ και
- ✓ Μέσος αριθμός εργαζομένων: 30.

Κατά την διαδικασία, όμως, της συλλογής δεδομένων προς ανάλυση (χρηματοοικονομικές καταστάσεις, ετήσιες/τριμηνιαίες εκθέσεις κτλ), λόγω αδυναμίας εύρεσης των δεδομένων αυτών ορισμένων εταιρειών, το δείγμα περιορίστηκε στις 74 από τις ανωτέρω εταιρείες οι οποίες παρουσιάζονται με αλφαβητική σειρά στον παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 3. Εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο υψηλής τεχνολογίας**

1. ADELCO-ΧΡΩΜΑΤΟΥΡΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ ΑΦΩΝ Ε. ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ Α.Ε.	38. ORACLE Α.Ε. ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
2. ALTEC ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε.	39. PERFORMANCE TECHNOLOGIES Α.Ε.
3. AMADEUS ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	40. PHARMATEN INTERNATIONAL Α.Ε.
4. ATCOM Α.Ε.	41. PROFILE SYSTEMS & SOFTWARE Α.Ε.
5. ATHENS TECHNOLOGY CENTER Α.Β.Ε. Τ.Ε.	42. PROVET Α.Ε.
6. APIVITA Α.Ε.Β.Ε.	43. QUALCO Α.Ε.
7. BENNETT ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.	44. REAL CONSULTING INTERGRATION & OPERATION Α.Ε.
8. BETA CAE SYSTEMS Α.Ε.	45. RELATIONAL TECHNOLOGY Α.Ε.
9. BIOSAR Α.Ε.	46. ROLCO BIANIL Α.Ε.
10. BOEHRINGER INGELHEIM ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	47. SKOT ΧΗΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Α.Ε.
11. BRISTOL-MYERS SQUIBB Α.Ε.	48. SOFT ONE TECHNOLOGIES Α.Ε.



12. BYTE COMPUTER A.B.E.E.	49. UNILEVER KNORR A.B.&E.E.
13. ΒΥΤΕΜΟΒΙΛΕ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.	50. UNISYSTEMS ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε.
14. CANA ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ Α.Ε.	51. ΑΝΤΑΚΟΜ-ΠΡΟΗΓΜΕΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ Α.Ε.
15. COGNITY CONSULTING Α.Ε.	52. ΑΝΦΑΡΜ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
16. COLGATE PALMOLIVE (HELLAS) Α.Β.Ε.Ε.	53. ΒΕΡΜΑ ΝΤΡΑΓΚΣ Α.Β.Ε.Ε.
17. DATA COMMUNICATION Α.Ε.	54. ΒΙΑΝΕΞ Α.Ε.
18. DEMO Α.Β.Ε.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΦΑΡΜΑΚΩΝ	55. ΒΙΟΣΕΡ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΟΡΡΩΝ Α.Ε.
19. DOCTUM ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Κ. ΓΙΟΚΑΡΗΣ & ΣΙΑ Α.Ε.	56. ΒΟΣΜΑΝΔΡΟΣ, ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ, "SMILE COMSETICS" Α.Ε.
20. DON POL Α.Ε.	57. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ INTERNATIONAL Α.Ε. &Β.Ε.
21. ECOLAB Α.Ε.Β.Ε.	58. ΓΚΑΠ Α.Ε.
22. ELPEN Α.Ε. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	59. ΓΚΛΟΜΠΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε. ΙΔΙΩΤ. ΕΠΙΧ. ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ
23. ENTERSOFT Α.Ε.	60. ΕΛΛΕΝΙΚΑ Α.Ε.
24. EPSILON NET Α.Ε.	61. ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
25. EUROPEAN DYNAMICS Α.Ε.	62. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ Α.Ε.
26. GALENICA Α.Ε.	63. ΚΑΡΝΤΛΙΝΚ Α.Ε.
27. GLASS CLEANING Α.Β.Ε.Ε.	64. ΚΟΠΕΡ ΦΑΡΜΑΚΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε.
28. GREEK INFORMATION TECHNOLOGY HOLDINGS Α.Ε.	65. ΚΟΡΡΕΣ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ Α.Ε.
29. IASIS PHARMACEUTICALS HELLAS Α.Β.Ε.Ε.	66. ΝΟΡΜΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
30. INTTRUST Α.Ε.	67. ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε.
31. LAMDA HELLIX Α.Ε.	68. ΠΕΤΣΙΑΒΑΣ Α.Ε.
32. LAVIPHARM Α.Ε.	69. ΠΦΑΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
33. MEGA SYSTEMS Α.Ε.Β.Ε.	70. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΡ., Α.Β.Ε.Ε.

34. MLS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.	71. ΣΚΡΟΥΤΖ Α.Ε.
35. NEUROPUBLIC Α.Ε.	72. ΦΑΜΑΡ Α.Β.Ε.
36. NEUROSOFT Α.Ε.	73. ΦΑΡΚΟΜ Α.Ε.
37. Ο.Τ.Σ. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΟΙΚΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ Α.Ε.	74. ΦΑΡΜΑΤΕΝ Α.Β.Ε.Ε.

Η επιλογή των εταιρειών αυτών για την διεξαγωγή της έρευνας οφείλεται στο υψηλό ποσοστό άυλων περιουσιακών στοιχείων στο ενεργητικό τους. Αξίζει, όμως, να σημειωθεί ότι οι εταιρείες των τριών παραπάνω κλάδων δεν είναι οι μοναδικές με μια υψηλή αναλογία εμφάνισης άυλων στοιχείων ενεργητικού. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ε.Κ.Δ., 2009) στους κλάδους υψηλούς τεχνολογίας, εκτός από τις ανωτέρω εταιρείες, θα μπορούσαν να προστεθούν και εταιρείες τηλεπικοινωνιών και κινητής τηλεφωνίας, οπτικού εξοπλισμού και μηχανημάτων λείζερ, αεροδιαστημικές κτλ. Ακόμα, αναφορικά με την συλλογή (οικονομικών) δεδομένων προς ανάλυση, η έρευνα στηρίζεται στο σετ των δημοσιευμένων χρηματοοικονομικών καταστάσεων (Ισολογισμός, Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως, Κατάσταση Ταμειακών Ροών, Κατάσταση Μεταβολών Ιδίων Κεφαλαίων Επεξηγηματικές Σημειώσεις) των επιλεγθέντων εταιρειών, όπως επίσης και σε πρόσθετες πληροφορίες που οι εταιρείες δημοσιεύουν στον διαδικτυακό τους τόπο (όπως π.χ. σε ετήσιες ή τριμηνιαίες εκθέσεις).

#### **4.2. Μέθοδος και μονάδα ανάλυσης δεδομένων**

Η ερευνητική μέθοδος/τεχνική που θα χρησιμοποιηθεί είναι η ανάλυση περιεχομένου (content analysis). Η ανάλυση αυτή αποτελεί ένα είδος ποιοτικής έρευνας, σύμφωνα με την οποία κείμενα τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν αποσπάσματα από, λ.χ., επεξηγηματικές σημειώσεις χρηματοοικονομικών καταστάσεων, ετήσιες εκθέσεις, εταιρικές παρουσιάσεις, εκθέσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης κτλ., αναλύονται προκειμένου να υπολογιστεί η συχνότητα εμφάνισης συγκεκριμένων όρων, προτάσεων ή ακόμα και παραγράφων. Οι όροι, οι προτάσεις ή οι παράγραφοι αυτοί αποτελούν την μονάδα της ανάλυσης, αν και η χρήση ενός ολόκληρου εγγράφου ως μονάδα ανάλυσης είναι επίσης πιθανή. Η συχνότητα εμφάνισης π.χ. ειδικών όρων μέσα στο κείμενο, σε αφηγηματική, ποσοτική (νομισματική ή μη νομισματική) μορφή, αποτελεί μια ένδειξη της σημαντικότητας του όρου αυτού. Οι όροι αυτοί, συνήθως, ανήκουν ή αναφέρονται σε κατηγορίες ενός ευρύτερου περιγραφικού πλαισίου/μοντέλου αποκάλυψης πληροφοριών.

Η χρήση της μεθόδου αυτής είναι ευρύτατα διαδεδομένη σε ερευνητικές μελέτες λογιστικού περιεχομένου. Πιο συγκεκριμένα, από το 1990 μέχρι σήμερα έχει χρησιμοποιηθεί σε πλήθος ερευνών στις οποίες πρωταρχικός στόχος ήταν ο υπολογισμός του επιπέδου αποκάλυψης/γνωστοποίησης πληροφοριών σχετικά με ένα σημαντικό θέμα όπως π.χ. το πνευματικό κεφάλαιο μιας εταιρείας ή το προφίλ κινδύνου της (risk profile) (Beattie, 2014). Σε αρκετές από τις μελέτες αυτές ήταν συνήθης πρακτική η δημιουργία και χρήση ενός δείκτη αποκάλυψης/γνωστοποίησης.

Για τον σκοπό της παρούσας έρευνας η μονάδα ανάλυσης που θα χρησιμοποιηθεί είναι ειδικοί όροι/φράσεις που αντιπροσωπεύουν στοιχεία κατηγοριών άυλων περιουσιακών στοιχείων. Η χρήση των όρων αυτών ως μονάδα ανάλυσης, αντί π.χ. προτάσεων ή παραγράφων, στηρίζεται στην πεποίθηση ότι με αυτόν τον τρόπο καθίσταται πιο εύκολη και αντικειμενική η αξιολόγηση της σημαντικότητας του υπό εξέταση θέματος. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει αναλυτικά τα στοιχεία και τις κατηγορίες άυλων στοιχείων ενεργητικού/πνευματικού κεφαλαίου, οι οποίες στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στο Σύστημα Παρακολούθησης Άυλων Στοιχείων Ενεργητικού του Σβάϊμπι (Sveiby, 1997):

**Πίνακας 4. Λίστα Όρων και Κατηγοριών Άυλων Περιουσιακών Στοιχείων/Πνευματικού Κεφαλαίου που συνιστούν την βάση για την ανάλυση περιεχομένου**

<b>A) ΔΙΑΦΘΩΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>	<b>B) ΣΧΕΣΙΑΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>	<b>Γ) ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>
1) Πνευματική Ιδιοκτησία/Δικαιώματα Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, 2) Εταιρική Φιλοσοφία, 3) Εταιρική Κουλτούρα/Συνείδηση, 4) Διοικητικές Διαδικασίες/Λειτουργίες, 5) Συστήματα Τεχνολογίας και Πληροφοριών, 6) Έξοδα Έρευνας και Ανάπτυξης,	1) Εμπορικές Επωνυμίες/Σήματα, 2) Ικανοποίηση πελατών, 3) Φήμη της εταιρείας, 4) Δίκτυα Διανομής, 5) Επιχειρηματικές Συνεργασίες/Συμφωνίες, 6) Επίδικες Συμφωνίες/Δικαστικές Υποθέσεις,	1) Αριθμός Εργαζομένων, 2) Απολαβές/Αμοιβές μελών Διοικητικού Συμβουλίου, 3) Εκπαίδευση/Επιμόρφωση, 4) Επαγγελματική γνώση, 5) Επαγγελματικές Δεξιότητες, 6) Τεχνογνωσία, 7) Καινοτομία Προϊόντων, 8) Σύνθεση Διοικητικού Συμβουλίου,

7) Δραστηριότητες/Εγκαταστάσεις Έρευνας και Ανάπτυξης,	7) Άδειες Χρήσης,
8) Ηγεσία,	8) Μερίδιο αγοράς,
9) Λειτουργικά Συστήματα,	9) Κοινοπραξίες,
10) Συστήματα Ποιότητας,	10) Πελάτες,
11) Κόστος Λογισμικών Προγραμμάτων,	11) Τιμές μετοχών,
12) Εταιρική Αποστολή/Στρατηγική,	12) Σχέσεις με επενδυτές/Μετόχους,

### 4.3. Περιγραφική Στατιστική των δεδομένων-Ευρήματα-Σχολιασμός Ευρημάτων

Η εκτεταμένη ανάλυση/εξέταση ετήσιων εκθέσεων, εταιρικών παρουσιάσεων, δημοσιευμένων χρηματοοικονομικών καταστάσεων κτλ., οδήγησε στους παρακάτω πίνακες οι οποίοι παρουσιάζουν τον προσδιορισμό των άυλων στοιχείων ενεργητικού στις τελευταίες, τον βαθμό αποκάλυψης πληροφοριών αναφορικά με τους/τις όρους/κατηγορίες άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου του ανωτέρω πίνακα και το είδος της αποκάλυψης/γνωστοποίησης. Ως προς το τελευταίο εξετάζεται η φύση της διαθέσιμης πληροφόρησης επί των κατηγοριών του παραπάνω πίνακα (αφηγηματική, νομισματική/ποσοτική, μη νομισματική/ποσοτική).

Στο σημείο αυτό κρίνεται απαραίτητο να διευκρινισθεί ότι η κάθε εταιρεία μπορεί να ακολουθεί είτε εθνικά είτε διεθνή λογιστικά πρότυπα για την προετοιμασία/κατάρτιση ετήσιων (ή τριμηνιαίων) οικονομικών καταστάσεων. Για παράδειγμα, στην Ιαπωνία οι εταιρείες καταρτίζουν τις οικονομικές τους καταστάσεις σύμφωνα πάντα με τα Ιαπωνικά Λογιστικά Πρότυπα, ενώ στην Ευρώπη πολλές εταιρείες επιλέγουν την προετοιμασία των καταστάσεων αυτών με πιστή τήρηση των Διεθνών Προτύπων Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης (Δ.Π.Χ.Π.). Όλες οι εταιρείες του επιλεχθέντος δείγματος ακολουθούν τις/τα κατευθυντήριες γραμμές/κριτήρια των Διεθνών Προτύπων Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης όσον αφορά την αναγνώριση καθώς και την αποκάλυψη πληροφοριών για τα άυλα περιουσιακά στοιχεία. Οι/Τα κατευθυντήριες γραμμές/κριτήρια αυτές/ά παρουσιάστηκαν εκτενώς στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο.

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, ο οποίος στηρίζεται στον αντίστοιχο πίνακα προσδιορισμού των ασώματων ακινητοποιήσεων, συμπεριλαμβανομένης της υπεραξίας,

φαρμακευτικών εταιρειών που χρησιμοποίησε για τις ανάγκες της ερευνητικής του μελέτης ο Μπόεκεσταϊν (Boekestein, 2006), από το σύνολο των 74 εταιρειών οι περισσότερες εκφράζουν σε ποσοτική/νομισματική μορφή τα άυλα στοιχεία ενεργητικού τους στον ισολογισμό. Τα στοιχεία αυτά αποτελούνταν από κόστη ανάπτυξης λογισμικού, παραχωρήσεις και δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας και έξοδα έρευνας και ανάπτυξης. Η αναγνώριση των τελευταίων από ορισμένες εκ των εταιρειών αυτών στην Κατάσταση Οικονομικής Θέσης αποτελεί απόδειξη χρήσης της επιθετικής λογιστικής (aggressive accounting).

Ακόμα, σε έναν συγκεκριμένο αριθμό ισολογισμών που εξετάστηκαν δεν εντοπίστηκε κάποια αναφορά σε άυλα στοιχεία ενεργητικού, ενώ σε 14 από αυτούς οι ασώματες ακινητοποιήσεις εμφανίζονταν με την ονομασία «Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία». Επίσης, είναι εμφανές από τον παρακάτω πίνακα ότι, στην λογιστική χρήση υπό εξέταση, οι περισσότερες εταιρείες δεν προέβησαν σε κάποια εξαγορά (ή συγχώνευση) με μια άλλη εταιρεία, ή αντίστοιχα σε μια κερδοφόρα αγορά ενός ποσοστού των Ιδίων Κεφαλαίων αυτής, καθώς μόνον 13 από αυτές αναγνώρισαν στην κατάσταση οικονομικής θέσης υπεραξία (διαφορά μεταξύ τιμής κτήσεως και εύλογης αξίας των στοιχείων του καθαρού ενεργητικού της εταιρείας την ημερομηνία της (εξ)αγοράς).

**Πίνακας 5. Προσδιορισμός/Αναγνώριση των άυλων περιουσιακών στοιχείων και της υπεραξίας στον Ισολογισμό εταιρειών πληροφορικής, φαρμακευτικής και βιοτεχνολογίας**

<i>Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία</i>	<i>Αριθμός Εταιρειών (n)</i>	<i>Συχνότητα (%)</i>	<i>Υπεραξία</i>	<i>Αριθμός Εταιρειών (n)</i>	<i>Συχνότητα (%)</i>
<i>Καμία Αναφορά</i>	12	16,22	<i>Καμία Αναφορά</i>	61	82,43
<i>Καμία Περιγραφή</i>	14	18,92	<i>Ποσοτική Περιγραφή</i>	12	16,22
<i>Ποσοτική Περιγραφή</i>	48	64,86	<i>Μαζί με τα άυλα περιουσιακά στοιχεία</i>	1	1,35
<i>Σύνολο</i>	74	100	<i>Σύνολο</i>	74	100

(Πηγή: Boekestein, 2006)

Επειδή, όμως, ο ισολογισμός δεν μπορεί να παράσχει στους χρήστες των χρηματοοικονομικών καταστάσεων μια ολοκληρωμένη εικόνα του άυλου παραγωγικού πλούτου των παραπάνω εταιρειών, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα εμφάνισης των όρων που αναφέρθηκαν στον πίνακα 4 για τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην κλάδο της πληροφορικής, φαρμακευτικής και βιοτεχνολογίας. Η συχνότητα αυτή αποδίδεται σε όρους μετρικών κεντρικής τάσης και διασποράς. Πιο συγκεκριμένα, οι μετρικές που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν τον αριθμητικό μέσο και την τυπική απόκλιση. Ο αριθμητικός μέσος αποτελεί το «σημείο ισορροπίας» των παρατηρήσεων ενός σετ δεδομένων, καθώς και την πιο αντιπροσωπευτική τιμή του. Η τυπική απόκλιση, αντίθετα, αποτελεί ένα μέτρο υπολογισμού της διασποράς των παρατηρήσεων μεταξύ τους, όπως επίσης και μεταξύ μιας μέσης τιμής (!Η στρογγυλοποίηση έχει υπολογιστεί στο δεύτερο δεκαδικό ψηφίο).

**Πίνακας 6. Συχνότητα εμφάνισης όρων άυλων στοιχείων ενεργητικού/πνευματικού κεφαλαίου ανά κλάδο εταιρειών**

Κλάδος Εταιρειών	Πληροφορική		Φαρμακευτική/Βιοτεχνολογία	
	Αριθμητικός Μέσος	Τυπική Απόκλιση	Αριθμητικός Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Πνευματική Ιδιοκτησία/Δικαιώματα Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας	1,40	0,55	1,33	0,59
Εταιρική Φιλοσοφία	1,14	0,38	1,00	0,00
Εταιρική Κουλτούρα/Συνείδηση	1,17	0,41	1,00	0,00
Διοικητικές Διαδικασίες/Λειτουργίες	1,44	0,73	1,18	0,40
Συστήματα Τεχνολογίας και Πληροφοριών	2,06	0,99	1,00	0,00
Έξοδα Έρευνας και Ανάπτυξης	1,60	0,84	1,21	0,58
Δραστηριότητες/Εγκαταστάσεις Έρευνας και Ανάπτυξης	1,50	0,71	1,14	0,38
Ηγεσία	1,00	0,00	1,00	0,00
Λειτουργικά Συστήματα	1,75	0,96	1,00	0,00

Συστήματα Ποιότητας	1,23	0,97	1,20	0,42
Κόστος Λογισμικών Προγραμμάτων	1,60	1,26	0,00	0,00
Εταιρική Αποστολή/Στρατηγική	1,08	0,28	1,00	0,00
Εμπορικές Επωνυμίες/Σήματα	1,20	0,45	1,50	0,73
Ικανοποίηση Πελατών	1,00	0,00	1,20	0,48
Φήμη της εταιρείας	1,00	0,00	1,00	0,00
Δίκτυα Διανομής	1,00	0,00	1,23	0,44
Επιχειρηματικές Συνεργασίες/Συμφωνίες	1,67	1,19	1,06	0,25
Επίδικες Συμφωνίες/Δικαστικές Υποθέσεις	1,44	0,73	1,09	0,30
Άδειες Χρήσης	1,28	0,49	1,00	0,00
Μερίδιο Αγοράς	1,00	0,00	1,22	0,44
Κοινοπραξίες	1,17	0,41	1,20	0,48
Πελάτες	2,12	1,88	1,36	0,67
Τιμές Μετοχών	1,47	0,74	1,20	0,48
Σχέσεις με επενδυτές/μετόχους	1,18	0,40	1,20	0,48
Αριθμός Εργαζομένων	1,37	0,57	1,30	0,57
Απολαβές/Αμοιβές Μελών Διοικητικού Συμβουλίου	2,00	1,19	1,28	0,49
Εκπαίδευση/Επιμόρφωση	1,94	1,43	1,42	1,10
Επαγγελματική Γνώση	1,20	0,42	1,00	0,00
Επαγγελματικές Δεξιότητες	1,00	0,00	1,00	0,00
Τεχνογνωσία	1,62	0,96	1,82	0,98
Καινοτομία Προϊόντων	1,20	0,45	1,25	0,50
Σύνθεση Μελών Διοικητικού Συμβουλίου	1,55	0,78	1,11	0,33

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, στις εταιρείες με δραστηριότητα στον κλάδο της πληροφορικής, η κατηγορία “Πελάτες” παρουσιάζει την μεγαλύτερη συχνότητα με μέσο 2,12 και, αμέσως, μετά ακολουθούν οι κατηγορίες “Συστήματα Τεχνολογίας και Πληροφοριών”,

“Απολαβές/Αμοιβές Μελών Διοικητικού Συμβουλίου” και “Εκπαίδευση/Επιμόρφωση” με μέσους 2,06, 2,00 και 1,94 αντίστοιχα. Μετά ακολουθούν με σειρά οι κατηγορίες “Λειτουργικά Συστήματα”, “Επιχειρηματικές Συνεργασίες/Συμφωνίες”, “Τεχνογνωσία”, “Κόστος Λογισμικών Προγραμμάτων”, “Εξοδα Έρευνας και Ανάπτυξης”, “Σύνθεση Μελών Διοικητικού Συμβουλίου” και “Δραστηριότητες/Εγκαταστάσεις Έρευνας και Ανάπτυξης” με (αριθμητικούς) μέσους που κυμαίνονται από 1,50 μέχρι 1,80. Για τις εναπομένουσες κατηγορίες, η μέση συχνότητα εμφάνισης είναι μεταξύ 1,00 και 1,50.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι, αν και στις κατηγορίες με την μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης έχει εντοπισθεί σχετικά μεγάλη διασπορά, εντούτοις η έμφαση που δίνουν στην κατηγορία “Πελάτες” πολλές από τις εταιρείες Πληροφορικής και Ανάπτυξης Λογισμικού καταδεικνύει την υιοθέτηση από αυτές μια πελατοκεντρικής φιλοσοφίας ως προς την εκπλήρωση των μακροπρόθεσμων και βραχυπρόθεσμων στόχων τους. Στην υιοθέτηση της φιλοσοφίας αυτής έχουν προχωρήσει και οι εταιρείες της βιομηχανίας φαρμάκων όπως επίσης και οι εταιρείες βιοτεχνολογίας, καθώς η κατηγορία “Πελάτες”, μαζί με τις κατηγορίες “Τεχνογνωσία”, “Εκπαίδευση/Επιμόρφωση”, “Εμπορικές Επωνυμίες/Σήματα”, “Πνευματική Ιδιοκτησία/Δικαιώματα Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας”, έχουν την υψηλότερες μέσες συχνότητες εμφάνισης (1,36, 1,82, 1,42, 1,50, 1,33).

Ως προς την τελευταία κατηγορία, κρίνεται απαραίτητο να αναφερθεί ότι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, τα σήματα και οι πατέντες χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας από τις εν λόγω εταιρείες, καθώς αποτελούν προϊόν δραστηριοτήτων καινοτομίας, οι οποίες βοηθούν στην ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και στην εξασφάλιση της μελλοντικής τους βιωσιμότητας. Η μέση συχνότητα εμφάνισης των υπολοίπων κατηγοριών, με μοναδική εξαίρεση το κόστος λογισμικών προγραμμάτων, κυμαίνεται μεταξύ 1,00 και 1,30. Αναφορικά με δύο από τις κατηγορίες αυτές (έξοδα και δραστηριότητες/εγκαταστάσεις έρευνας και ανάπτυξης), είναι εμφανές ότι οι εταιρείες πληροφορικής δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στις δραστηριότητες, και τις αντίστοιχες δαπάνες που αυτές συνεπάγονται, για την παραγωγή και μετέπειτα εσωτερική χρήση νέων ή ουσιωδώς βελτιωμένων προϊόντων, υπηρεσιών, διαδικασιών κτλ. σε σύγκριση με τις προαναφερθείσες εταιρείες.

Εκτός, όμως, από την συχνότητα εμφάνισης των άυλων στοιχείων ενεργητικού, είναι αναγκαίο να αναγνωριστεί και το είδος της πληροφόρησης/γνωστοποίησης που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αναφορικά με τα στοιχεία αυτά. Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, τα περισσότερα άυλα περιουσιακά στοιχεία των εταιρειών και των δύο κλάδων παρουσιάζονται στις συμπληρωματικές/επεξηγηματικές σημειώσεις των δημοσιευμένων οικονομικών καταστάσεων,



εταιρικές παρουσιάσεις, ετήσιες εκθέσεις/εκθέσεις διαχείρισης κτλ., κατά μέσο όρο, σε αφηγηματική μορφή.

Ένα μικρότερο μέρος των άυλων αυτών πόρων, όπως π.χ. τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης ή το κόστος ανάπτυξης των λογισμικών προγραμμάτων, παρουσιάζονται, κατά μέσο όρο, εκπεφρασμένα σε νομισματική μορφή (χιλιάδες ή εκατομμύρια ευρώ), ενώ ορισμένες από τις επιχειρήσεις επιλέγουν την αναφορά στους πελάτες, στον αριθμό των εργαζομένων που απαρτίζουν το ανθρώπινο δυναμικό τους, όπως επίσης και σε στοιχεία πνευματικής ιδιοκτησίας σε μη νομισματική μορφή (χρήση αριθμών, ποσοστών κ.ο.κ.). Για παράδειγμα, οι εταιρείες PROVET A.E. και PHARMATEN INTERNATIONAL A.E. απαριθμούν τα εμπορικά τους σήματα στους αντίστοιχους διαδικτυακούς τους τόπους. Στον δικτυακό τόπο της τελευταίας αναφέρεται επίσης και το εύρος των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας τα οποία ελέγχει.

**Πίνακας 7. Είδος Αποκάλυψης/Γνωστοποίησης Πληροφοριών σε σχέση με τα/το άυλα περιουσιακά στοιχεία/πνευματικό κεφάλαιο**

Είδος Αποκάλυψης/Γνωστοποίησης	Κεντρική Τάση- Διασπορά	Αριθμητικός Μέσος	Τυπική Απόκλιση
Αφηγηματική		20,52	13,80
Νομισματική/Ποσοτική		10,30	9,92
Μη νομισματική/Ποσοτική		8,18	13,98

Σε μια λεπτομερή αναφορά όσον αφορά τις εμπορικές επωνυμίες/σήματα έχουν προχωρήσει και άλλες αξιολογούμενες εταιρείες όπως η ΦΑΡΚΟΜ Α.Ε., η PROFILE SYSTEMS & SOFTWARE Α.Ε., η BIANEΞ Α.Ε. και η ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.. Πιο συγκεκριμένα, στον διαδικτυακό τόπο της BIANEΞ Α.Ε. οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ενημερωθούν για τις άδειες χρήσης των εμπορικών σημάτων, ενώ στην εταιρική παρουσίαση της εταιρείας ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. το σύνολο των εμπορικών σημάτων εκφράζεται ως ποσοστό των πωλήσεων. Ακόμα, υψηλής σημασίας για την εταιρική επιτυχία και κερδοφορία της PROFILE SYSTEMS & SOFTWARE Α.Ε. είναι το αφηγηματικό της μήνυμα για τον εμπορικό της σήμα/λογότυπο το οποίο παρατίθεται παρακάτω:

«Το νέο μας λογότυπο αντικατοπτρίζει την ευελιξία των λύσεων που διαθέτει η Profile Software για να παρέχει εξειδικευμένες και ολοκληρωμένες προτάσεις στο διεθνή πελατολόγιό της. Η

κίνηση που εμφανίζεται στο λογότυπο αντιπροσωπεύει την εύκολη προσαρμοστικότητα και διασύνδεση των λύσεών μας, καθώς και την αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ της εταιρείας και των πελατών μας.»

Ασφαλώς, όμως, εκτός από την πνευματική ιδιοκτησία και τα εμπορικά σήματα, ορισμένες εταιρείες όπως, λ.χ., η BOEHRINGER INGELHEIM, η LAVIPHARM HELLAS A.E. και η ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε. παρέχουν επιπρόσθετες πληροφορίες σχετικά με άλλα συστατικά μέρη του πνευματικού κεφαλαίου. Παραδείγματος χάριν, η πρώτη εκφράζει τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης που πραγματοποιεί ως ποσοστό των (ετήσιων) πωλήσεων, ενώ η LAVIPHARM HELLAS A.E. προσφέρει στον διαδικτυακό της τόπο αριθμοδείκτες (τιμών) των μετοχών που κυκλοφορούν στην αγορά προς μια καλύτερη ενημέρωση των επενδυτών/μετόχων. Η τρίτη, αντίθετα, προχωρά σε μια ακριβή αποκάλυψη του αριθμού των πελατών της.

Όλες οι παραπάνω ενέργειες των εταιρειών αποδεικνύουν την σπουδαιότητα που έχουν προσδώσει στην δημιουργία σταθερών και αξιόλογων σχέσεων με το εξωτερικό περιβάλλον και κυρίως τους πελάτες, τους μετόχους και τους επενδυτές. Ο σχηματισμός αξιόλογων και μακροχρόνιων σχέσεων με τους τελευταίους, ειδικά σε περιόδους έντονων υφέσεων, είναι υψίστης σημασίας για τις εταιρείες αυτές ως προς την συνέχιση των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων. Πέραν, όμως, της ιδιαίτερης σημασίας του σχεσιακού/πελατειακού κεφαλαίου και, όπως προκύπτει από τον πίνακα 6, οι προαναφερθείσες εταιρείες και ειδικά αυτές που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της πληροφορικής έχουν γνωστοποιήσει στο επενδυτικό και μη κοινό ουσιώδη πληροφόρηση σχετικά με συστήματα προηγμένης τεχνολογίας, λειτουργικά συστήματα και έχουν δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην εκπαίδευση των εργαζομένων και στην απόκτηση τεχνικών γνώσεων κατά την ολοκλήρωση των επιχειρησιακών λειτουργιών (π.χ. παραγωγή).

Η γνωστοποίηση αυτή αποτελεί μια προσπάθεια των επιχειρήσεων να προσδώσουν μεγαλύτερη διαφάνεια ως προς την αξιολόγηση/αποτίμησή τους από όλες τις ομάδες συμφερόντων και να παραμείνουν ανταγωνιστικοί σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Η εκούσια αποκάλυψη/παρουσίαση πληροφοριών για κάθε μία από τις κατηγορίες άυλων περιουσιακών στοιχείων/πνευματικού κεφαλαίου από τις εταιρείες του δείγματος που επιλέχθηκε, σε όρους περιγραφικής στατιστικής, αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα:

**Πίνακας 8. Παρουσίαση/Γνωστοποίηση άυλων στοιχείων ενεργητικού ανά κατηγορία πνευματικού κεφαλαίου**

Κατηγορίες/Κεντρική Τάση-	Αριθμητικός Μέσος	Τυπική Απόκλιση
---------------------------	-------------------	-----------------

<b>Διασπορά</b>		
<b>A. Διαρθρωτικό Κεφάλαιο</b>		
Πνευματική Ιδιοκτησία/Δικαιώματα Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας	1,35	0,57
Εταιρική Φιλοσοφία	1,08	0,22
Εταιρική Κουλτούρα/Συνείδηση	1,08	0,28
Διοικητικές Διαδικασίες/Λειτουργίες	1,30	0,57
Συστήματα Τεχνολογίας και Πληροφοριών	2,00§	1,00
Έξοδα Έρευνας και Ανάπτυξης	1,37	0,71
Δραστηριότητες/Εγκαταστάσεις Έρευνας και Ανάπτυξης	1,35	0,61
Ηγεσία	1,00	0,00
Λειτουργικά Συστήματα	1,60§	0,89
Συστήματα Ποιότητας	1,22	0,80
Κόστος Λογισμικών Προγραμμάτων	1,60§	1,26
Εταιρική Αποστολή/Στρατηγική	1,03	1,18
<b>B. Σχεσιακό Κεφάλαιο</b>		
Εμπορικές Επωνυμίες/Σήματα	1,43§	0,68
Ικανοποίηση Πελατών	1,07	0,26
Φήμη της εταιρείας	1,00	0,00
Δίκτυα Διανομής	1,18	0,39
Επιχειρηματικές Συνεργασίες/Συμφωνίες	1,38	0,92
Επίδικες Συμφωνίες/Δικαστικές Υποθέσεις	1,30	0,61
Άδειες Χρήσης	1,20	0,42
Μερίδιο Αγοράς	1,13	0,35

Κοινοπραξίες	1,18	0,40
Πελάτες	1,89§	1,63
Τιμές Μετοχών	1,40	0,68
Σχέσεις με Επενδυτές/Μετόχους	1,19	0,40
<b>Γ. Ανθρώπινο Κεφάλαιο</b>		
Αριθμός Εργαζομένων	1,34	0,57
Απολαβές/Αμοιβές Μελών Διοικητικού Συμβουλίου	1,67§	0,97
Εκπαίδευση/Επιμόρφωση	1,64§	1,26
Επαγγελματική Γνώση	1,13	0,35
Επαγγελματικές Δεξιότητες	1,00	0,00
Τεχνογνωσία	1,70§	0,95
Καινοτομία Προϊόντων	1,22	0,44
Σύνθεση Μελών Διοικητικού Συμβουλίου	1,41§	0,69

Με βάση τα στοιχεία του πίνακα 8, οι κατηγορίες με την μεγαλύτερη μέση συχνότητα γνωστοποίησης/παρουσίασης είναι τα συστήματα τεχνολογίας και πληροφοριών, οι πελάτες, η τεχνογνωσία, οι απολαβές/αμοιβές των μελών του διοικητικού συμβουλίου, η εκπαίδευση/επιμόρφωση, τα λειτουργικά συστήματα, το κόστος λογισμικών προγραμμάτων, οι/τα εμπορικές επωνυμίες/σήματα και η σύνθεση των μελών του διοικητικού συμβουλίου. Από αυτές οι πελάτες, το κόστος (ανάπτυξης) λογισμικών προγραμμάτων και η εκπαίδευση/επιμόρφωση έχουν τις μεγαλύτερες τυπικές αποκλίσεις (1,63, 1,26, 1,26), γεγονός που μεταφράζεται σε υψηλή διακύμανση ως προς την εμφάνιση και αναφορά των κατηγοριών αυτών σε διαδικτυακούς τόπους, ετήσιες εκθέσεις, εταιρικές παρουσιάσεις κτλ.

Αμέσως μετά ακολουθούν οι τιμές μετοχών, οι επιχειρηματικές συνεργασίες/συμφωνίες, τα έξοδα έρευνας και ανάπτυξης, οι δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης, η/τα πνευματική ιδιοκτησία/δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας, ο αριθμός των εργαζομένων, οι επίδικες συμφωνίες/δικαστικές υποθέσεις και οι διοικητικές διαδικασίες/λειτουργίες.

Η πρακτική αυτή των εταιρειών να αποκαλύπτουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα στοιχεία του διαρθρωτικού κεφαλαίου υποδηλώνει την έμφαση που δίνουν σε όλους εκείνους τους παράγοντες που συντελούν στην εκτέλεση, κυρίως, των λειτουργιών με στόχο την παραγωγή και

μετέπειτα διάθεση αγαθών και υπηρεσιών και, σε έναν μικρότερο βαθμό, σ' αυτούς που συντελούν στην διαχείριση των εξωτερικών κινδύνων. Σημαντικό κομμάτι αρκετών ετήσιων εκθέσεων ήταν τα συστήματα διαχείρισης των κινδύνων (πιστωτικών, συναλλαγματικών, επιτοκιακών κτλ.) που καλείται να αντιμετωπίσει η καθεμία από τις εταιρείες αυτές. Πληροφορίες για τις κατηγορίες του διαρθρωτικού, όπως επίσης και του σχεσιακού και ανθρώπινου κεφαλαίου, εντοπίστηκαν στην έκθεση διαχειρίσεως του διοικητικού συμβουλίου, στην δήλωση εταιρικής διακυβέρνησης καθώς και στις πρόσθετες πληροφορίες/επεξηγηματικές σημειώσεις των εταιρικών οικονομικών καταστάσεων.

#### **4.3.1. Δείκτης Αποκάλυψης/Γνωστοποίησης των Άυλων Περιουσιακών Στοιχείων και Εταιρική Απόδοση**

Προκειμένου να αξιολογηθεί ο συνολικός βαθμός αποκάλυψης/παρουσίασης των 32 όρων που περιλαμβάνονται στον πίνακα 4, κρίνεται σκόπιμο να χρησιμοποιηθεί ο παρακάτω δείκτης γνωστοποίησης/αποκάλυψης ο οποίος έχει δημιουργηθεί σύμφωνα με τους όρους αυτούς. Όσον αφορά την χρήση του δείκτη αυτού οι Μάρστον και Σράϊβς (Marston and Shrivess, 1991) έχουν επισημάνει την σημασία του ως προς την εξέταση των πρακτικών που εφαρμόζουν οι εταιρείες κατά την αποκάλυψη πληροφοριών λογιστικού περιεχομένου σε εταιρικά έγγραφα όπως ετήσιες εκθέσεις. Για τον σκοπό της παρούσας έρευνας ο δείκτης αυτός υπολογίζεται ως εξής:

(Μέση Συχνότητα Εμφάνισης των ανωτέρω όρων στις ετήσιες εκθέσεις, εταιρικές παρουσιάσεις κτλ. \*100

Μέγιστη Δυνατή Συχνότητα Εμφάνισης των παραπάνω όρων ).

Εφαρμόζοντας τον δείκτη αυτόν προκύπτει ο παρακάτω πίνακας. Σύμφωνα με τον πίνακα 9, η εταιρεία ALTEC ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε. κατέχει ηγετική θέση ως προς την παρουσίαση/αποκάλυψη σημαντικής πληροφόρησης σχετικά με τα άυλα στοιχεία ενεργητικού τους με δείκτη (εκπεφρασμένο σε ποσοστό) 5,515, ενώ μετά ακολουθούν οι εταιρείες ENTERSOFT Α.Ε., DATA COMMUNICATION Α.Ε., EPSILON NET Α.Ε. και PROFILE SYSTEMS & SOFTWARE Α.Ε. με δείκτες 3,906, 3,418 και 3,027 αντίστοιχα. Στον αντίποδα βρίσκονται οι εταιρείες ΠΕΤΣΙΑΒΑΣ Α.Ε., ΑΡΙΒΙΤΑ Α.Ε.Β.Ε., ΝΟΡΜΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., ΒΟΣΜΑΝΔΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ, “SMILE COSMETICS”, Α.Ε. και DON POL Α.Ε. με τους χαμηλότερους δείκτες (0,098, 0,193, 0,290, 0,291, 0,386). Επίσης, οι εταιρείες MLS

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε., NEUROSOFT Α.Ε., PERFORMANCE TECHNOLOGIES Α.Ε., ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡ., Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΙ LAVIPHARM Α.Ε. γνωστοποιούν ένα σημαντικό ποσοστό του άυλων πόρων τους προς ενημέρωση των ενδιαφερόμενων μερών με δείκτες 2,832, 2,637, 2,539, 2,343 και 2,246.

**Πίνακας 9. Δείκτης Αποκάλυψης/Γνωστοποίησης ανά εταιρεία και Αποδοτικότητα Επενδυμένων Κεφαλαίων (ROA)**

<b>ΟΝΟΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ</b>	<b>ΔΕΙΚΤΗΣ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ (%)</b>	<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΕΝΔΥΜΕΝΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ</b>
ΑDELCO-ΧΡΩΜΑΤΟΥΡΓΕΙΑ ΑΘΗΝΩΝ ΑΦΩΝ Ε. ΚΟΛΟΚΟΤΡΩΝΗ Α.Ε.	0,975	0,156
ALTEC ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε.	5,515	-0,163
AMADEUS ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	1,367	0,109
ATCOM Α.Ε	1,269	-0,066
ATHENS TECHNOLOGY CENTER Α.Β.Ε. Τ.Ε.	0,879	0,039
ΑΡΙΒΙΤΑ Α.Ε.Β.Ε.	0,193	0,032
BENNETT ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.	0,580	0,002
BETA CAE SYSTEMS Α.Ε.	0,293	0,252
BIOSAR Α.Ε.	0,859	0,018
BOEHRINGER INGELHEIM ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	1,269	0,042
BRISTOL-MYERS SQUIBB Α.Ε.	0,391	0,233
BYTE COMPUTER Α.Β.Ε.Ε.	1,660	-0,071
BYTEMOBILE ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	0,448	0,045

ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.		
CANA ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ Α.Ε.	0,390	-0,142
COGNITY CONSULTING Α.Ε.	1,465	0,257
COLGATE PALMOLIVE (HELLAS) Α.Β.Ε.Ε.	0,587	0,892
DATA COMMUNICATION Α.Ε.	3,418	-0,055
DEMO Α.Β.Ε.Ε. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΦΑΡΜΑΚΩΝ	0,869	0,058
DOCTUM ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ Κ. ΓΙΟΚΑΡΗΣ & ΣΙΑ Α.Ε.	0,293	-0,065
DON POL Α.Ε.	0,386	0,118
ECOLAB Α.Ε.Β.Ε.	0,971	0,040
ELPEN Α.Ε. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	1,953	0,037
ENTERSOFT Α.Ε	3,906	0,120
EPSILON NET Α.Ε.	3,027	-0,004
EUROPEAN DYNAMICS Α.Ε.	0,976	0,275
GALENICA Α.Ε.	1,266	-0,101
GLASS CLEANING Α.Β.Ε.Ε.	0,781	0,004
GREEK INFORMATION TECHNOLOGY HOLDINGS Α.Ε.	1,172	-0,103
IASIS PHARMACEUTICALS HELLAS Α.Β.Ε.Ε.	0,974	-0,027
INTRUST Α.Ε.	1,562	0,082
LAMDA HELLIX Α.Ε.	1,172	0,123
LAVIPHARM Α.Ε.	2,246	-0,804
MEGA SYSTEMS Α.Ε.Β.Ε.	0,390	-0,205
MLS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε.	2,832	0,057
NEUROPUBLIC Α.Ε.	0,881	0,376

NEUROSOFT A.E.	2,637	0,377
Ο.Τ.Σ. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΟΙΚΤΗΣ ΤΕΧΝΟ ΛΟΓΙΑΣ Α.Ε.	1,758	0,042
ORACLE A.E. ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	1,176	0,582
PERFORMANCE TECHNOLOGIES A.E.	2,539	0,031
PHARMATEN INTERNATIONAL A.E.	1,270	-0,011
PROFILE SYSTEMS & SOFTWARE A.E.	3,027	0,018
PROVET A.E.	0,879	-0,786
QUALCO A.E.	0,586	0,111
REAL CONSULTING INTERGRATION & OPERATION A.E.	1,563	-0,011
RELATIONAL TECHNOLOGY A.E.	0,585	0,067
ROLCO BIANIL A.E.	0,788	0,004
SKOT ΧΗΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ Α.Ε.	0,392	-0,021
SOFT ONE TECHNOLOGIES A.E.	1,074	0,049
UNILEVER KNORR A.B.&E.E.	0,799	0,047
UNISYSTEMS ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟ ΡΙΚΗΣ Α.Ε.	1,953	0,026
ΑΝΤΑΚΟΜ-ΠΡΟΗΓΜΕΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ Α.Ε.	1,270	0,091
ΑΝΦΑΡΜ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	0,683	0,123
ΒΕΡΜΑ ΝΤΡΑΓΚΣ Α.Β.Ε.Ε.	0,388	-0,644
ΒΙΑΝΕΞ Α.Ε.	1,465	0,160



ΒΙΟΣΦΕΡ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ ΟΡΡΩΝ Α.Ε.	0,390	0,044
ΒΟΣΜΑΝΔΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ, “SM ILE COSMETICS”, Α.Ε.	0,291	0,125
ΓΕΡΟΥΜΑΤΟΣ INTERNATIONAL Α.Ε.&Β.Ε.	0,785	0,067
ΓΚΑΠ Α.Ε.	0,684	0,149
ΓΚΛΟΜΠΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΠΛΗ- ΡΟΦΟΡΙΚΗ Α.Ε. ΙΔΙΩΤ. ΕΠΙΧ. ΠΑ- ΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	1,269	0,051
ΕΛΛΕΝΙΚΑ Α.Ε.	0,681	0,253
ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	0,977	0,043
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ Α.Ε.	0,781	0,043
ΚΑΡΝΤΛΙΝΚ Α.Ε.	1,195	-0,156
ΚΟΠΕΡ ΦΑΡΜΑΚΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Α.Ε.	0,680	0,131
ΚΟΡΡΕΣ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ Α.Ε.	1,269	0,087
ΝΟΡΜΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	0,290	-0,013
ΠΑΠΟΥΤΣΑΝΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	1,367	0,056
ΠΕΤΣΙΑΒΑΣ Α.Ε.	0,098	0,121
ΠΦΑΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.	0,488	0,017
ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΡ., Α.Β.Ε.Ε.	2,343	0,030
ΣΚΡΟΥΤΖ Α.Ε.	0,782	0,465
ΦΑΜΑΡ Α.Β.Ε.	1,460	0,048
ΦΑΡΚΟΜ Α.Ε.	0,684	0,045
ΦΑΡΜΑΤΕΝ Α.Β.Ε.Ε.	1,367	0,209

Από την ανάλυση αυτή είναι εμφανές ότι οι ελληνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της Πληροφορικής και ανάπτυξης λογισμικού επιθυμούν να προσφέρουν στις ομάδες συμφερόντων, ανεξάρτητα από το εάν πρόκειται για μετόχους, πιστωτές, πελάτες, προμηθευτές, κυβερνητικές υπηρεσίες, περιβαλλοντικές οργανώσεις κτλ., μεγαλύτερη διαφάνεια ως προς όλους

εκείνους του άυλους παράγοντες που συνδράμουν στην δημιουργία εταιρικής αξίας και διατήρησης συγκριτικού πλεονεκτήματος στην σημερινή Οικονομία της Γνώσης από τις εταιρείες που ανήκουν στον κλάδο της Φαρμακευτικής και Βιοτεχνολογίας. Ενδεικτικά αξίζει να αναφερθεί ότι ο συνολικός δείκτης αποκάλυψης/γνωστοποίησης του πρώτου κλάδου είναι σημαντικά μεγαλύτερος του τελευταίου (54,037 έναντι 35,891). Εδώ κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι ανάλογος χαμηλός όγκος πληροφοριών σχετικά με τους παραπάνω παράγοντες έχει σημειωθεί και στην έρευνα που διεξήγαγαν οι Τσάντερ και Μέρα (Chander and Mehra, 2010) σε εταιρείες της βιομηχανίας φαρμάκων στην Ινδία.

Ακόμα, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν υπάρχει σχέση μεταξύ του ανωτέρω δείκτη αποκάλυψης/γνωστοποίησης άυλων περιουσιακών στοιχείων των εταιρειών και εταιρικής απόδοσης, έχει υπολογιστεί για κάθε μία από τις εταιρείες ο δείκτης Αποδοτικότητας Επενδυμένων Κεφαλαίων (Return on Assets) (Καθαρό Εισόδημα{Κέρδος/Ζημία}/Μέση Αξία Περιουσιακών Στοιχείων Αρχής και Τέλους Χρήσης). Η επιλογή αυτού του δείκτη οφείλεται στην δυνατότητα αξιολόγησης της ικανότητας μιας επιχείρησης να διαχειρίζεται τα στοιχεία ενεργητικού της προς δημιουργία κερδών. Μετά από τους απαραίτητους υπολογισμούς προέκυψε ότι δεν υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ επιπέδου αποκάλυψης πληροφοριών επί των άυλων στοιχείων ενεργητικού και της απόδοσης των εταιρειών (συντελεστής συσχέτισης -0,11).

Η ελαφρώς αρνητική αυτή σχέση μεταξύ των δύο δεικτών, πιθανότατα, έγκειται στην υπερβολική αποκάλυψη χρηματοοικονομικών και μη πληροφοριών, από την πλευρά τουλάχιστον ορισμένων εταιρειών του δείγματος, σχετικά με τους άυλους παράγοντες δημιουργίας αξίας και οικονομικής βιωσιμότητας. Η εν λόγω αποκάλυψη μπορεί να οδήγησε σε απώλεια ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μια απώλεια η οποία με την σειρά της επέφερε μείωση της κερδοφορίας της λογιστικής περιόδου υπό εξέταση, αν και κρίνεται αναγκαίο να σημειωθεί ότι στην μείωση αυτή μπορεί να συνέβαλε και η ύφεση της ελληνικής οικονομίας.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η εκτεταμένη ανάλυση/επεξεργασία των χρηματοοικονομικών και μη δεδομένων που συγκεντρώθηκαν για την ολοκλήρωση της παρούσας έρευνας, συνέβαλε στην αξιολόγηση των πρακτικών παρουσίας και γνωστοποίησης που υιοθετούν εταιρείες με σημαντική αναλογία άυλων περιουσιακών στοιχείων. Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότερες από τις οικονομικές αυτές οντότητες, οι οποίες ανήκουν σε κλάδους έντασης έρευνας και γνώσης (Πληροφορική, Φαρμακευτική και Βιοτεχνολογία), αναγνωρίζουν σε ποσοτική μορφή ένα μεγάλο μέρος των στοιχείων εκείνων στον ισολογισμό τους τα οποία ικανοποιούν τα κριτήρια αναγνώρισης όπως αυτά ορίζονται από τα Διεθνή Πρότυπα Χρηματοοικονομικής Πληροφόρησης. Εκτός, όμως, από τον ισολογισμό, πολλές κατηγορίες των άυλων αυτών πόρων αναφέρονται σε καταστάσεις που δημοσιεύουν οι εταιρείες αυτές με σκοπό την παροχή μεγαλύτερης διαφάνειας ως προς τους κύριους παράγοντες επιτυχίας και οικονομικής ανάπτυξής τους.

Αν και η συχνότητα αποκάλυψης πληροφοριών σε σχέση με τους παράγοντες αυτούς διαφέρει μεταξύ των εταιρειών πληροφορικής και των υπολοίπων, με τις πρώτες να γνωστοποιούν στις ομάδες συμφερόντων ένα μεγαλύτερο εύρος των πληροφοριών αυτών από τις τελευταίες, εντούτοις το επίπεδο εταιρικής γνωστοποίησης, σε συνολικά μεγέθη, επί των άυλων περιουσιακών στοιχείων, πλην ορισμένων περιπτώσεων/εταιρειών, μπορεί να χαρακτηριστεί από μέτριο έως χαμηλό και συνδέεται με μια ελαφρώς αρνητική σχέση με τον δείκτη κερδοφορίας Αποδοτικότητα Επενδυμένων Κεφαλαίων. Το σχετικά χαμηλό επίπεδο αποκάλυψης/γνωστοποίησης επί των ανωτέρω στοιχείων που καταγράφηκε σε ένα μεγάλο μέρος του δείγματος της έρευνας, είναι ανάλογο αυτού των εταιρειών του δείγματος της ερευνητικής μελέτης των Σεν και Σάρμα (Sen and Sharma, 2013) στην Ινδία.

Οι πληροφορίες που προσφέρουν οι ελληνικές επιχειρήσεις του δείγματος σε εταιρικά έγγραφα είναι, ως επί το πλείστον, σε αφηγηματική μορφή και, ενδεχομένως, δεν δύναται να καλύψουν όλες τις πληροφοριακές ανάγκες των ενδιαφερόμενων μερών και δη των επενδυτών ως προς τις αποφάσεις μεγιστοποίησης του πλούτου τους. Βέβαια, ένα μεγάλο μέρος των πληροφοριών αυτών αφορά κατηγορίες άυλων στοιχείων ενεργητικού που αναφέρονται στις δομές, στις διαδικασίες και στα συστήματα λειτουργίας των παραπάνω εταιρειών καθώς και σε κατηγορίες που βοηθούν στην ενδυνάμωση των σχέσεων και της επικοινωνίας τους με το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον και, κυρίως, με τους πελάτες.

Τέλος, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί ότι η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στους προαναφερθέντες κλάδους θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας με στόχο την απόκτηση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας του άυλου πλούτου της.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abhayawansa, S., 2014, A review of guidelines and frameworks on external reporting of intellectual capital, *Journal of Intellectual Capital*, 15, 100-141,
- Amir, E., Lev, B. and T. Sougiannis, 2003, Do financial analysts get intangibles?, *European Accounting Review*, 12, 635-659,
- Μπάλλας Α. και Δ. Χέβας, 2011, Χρηματοοικονομική Λογιστική, Αθήνα,
- Bassi, L. and D. McMurrer, 1999, Indicators of human capital investment and outcomes from the American Society for Training and Development, International Symposium, Measuring and Reporting Intellectual Capital: Experience, Issues and Prospects, Amsterdam,
- Beattie, V., 2014, Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework, *The British Accounting Review*, 46, 111-134,
- Bhimani, A., Horngren, T., Datar, M. and V. Rajan, 2012, *Management and Cost Accounting*, Prentice Hall,
- Boekestein, B., 2006, The relation between intellectual capital and intangible assets of pharmaceutical companies, *Journal of Intellectual Capital*, 7, 241-253,
- Bollen, L., Vergauwen, P. and S. Schnieders, 2005, Linking intellectual capital and intellectual property to company performance, *Management Decision*, 43, 1161-1185,
- Bontis, N., 1998, Intellectual Capital: an exploratory study that develops models and measures, *Management Decision*, 36, 63-76,
- Canibano, L., Ayuso, G. and P. Sanchez, 2000, Accounting for Intangibles: A Literature Review, *Journal of Accounting Literature*, 19, 102-130,
- Chander, S. and V. Mehra, 2010, Disclosure of Intangible Assets in Indian Drugs and Pharmaceutical Industry, *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 9, 7-23,
- Deegan, C., 2000, *Financial Accounting Theory*, Sydney,
- Developments in new reporting models, London: Institute of Chartered Accountants in England and Wales,
- Dicu, R., 2011, The Transparency in the reporting of intellectual capital: Between the management responsibility and the stakeholders' requirements, *Economic Science*, 1, 609-615,
- Edvinsson, L., 1997, Developing intellectual capital at Skandia, *Long Range Planning*, 30, 366-373,
- Edvinsson, L. and M. Malone, 1997, *Intellectual Capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*, New York,

Elliot, R. and P. Jacobson, 1994, Costs and benefits of business information disclosure, *Accounting Horizons*, 8, 80-96,

Gandia, C., 2002, La divulgacion de informacion sobre intangibles en internet evidencia internacional, *Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad*, 31, 767-802,

Harding, T., 1997, Brands from the standards setters' perspective. in R. Perrier, ed., *Brand Valuation*, (London) 73-86,

Healy, P., Hutton, A. and K. Palepu, 1999, Stock Performance and intermediation changes surrounding sustained increases in disclosure, *Contemporary Accounting Research*, 16, 485-520,

International Accounting Standards Board-IASB. (2004). *Intangible Assets*. International Accounting Standards No. 38, London, UK (revised),

International Financial Accounting Standards 3, *Business Combinations*, 2004,

International Financial Accounting Standards 3 revised, *Business Combinations*, 2008,

Lev, B., 2003, Remarks on the Measurement, Valuation and Reporting of Intangible Assets, *Economic Policy Review*,

Lim, S., Matolcsy, Z. and D. Chow, 2007, The Association Between Board Composition and Different Types of Voluntary Disclosure, *European Accounting Review*, 16, 555-583,

Marston, C. and P. Shrivess, 1991, The use of disclosure indices in accounting research: A review article, *British Accounting Review*, 23, 195-210,

Mouritsen, J., 2000, Valuing expressive organizations: intellectual capital and the visualization of value creation. in M. Schultz, M.J. Match and M.H. Larsen, eds, *The Expressive Organization*, Oxford, 208-229,

OECD, 2009, *Science, Technology and Industry Scoreboard*,

Petty, R. and S. Cuganesan, 2005, Voluntary Disclosure of intellectual capital by Hong-Kong companies: Examining size, industry and growth effects over time, *Australian Accounting Review*, 15, 40-50,

Richard, B. and A. McGeachin, 2015, An analysis of Concepts and Evidence on the Question of whether IFRS should be conservative, *ABACUS*, 51,

Sacui, V. and M. Szatmary, 2015, Intangible assets in Business Combinations, *Review of International Comparative Management/Revista de Management Comparat Internacional*, 16, 385-397,

Sen, M. and D. Sharma, 2013, Intellectual Capital Disclosure of Select Pharmaceutical and Software Companies in India, *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 12, 47-62,

Sveiby, K., 1997, The Intangible Assets Monitor, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 2, 73-97,

Veltri, S., 2011, The Intellectual Capital Statement and the Balanced Scorecard as Complementary Models in Measuring Firm's Intangibles, an Exploratory Study, *Economic Sciences*, 30, 366-373,

Wiig, K., 1997, Integrating intellectual capital and knowledge management, *Long Range Planning*, 30, 399-405,

World Bank, 2005, Where is the wealth of nations? Measuring capital for the 21<sup>st</sup> century, available at: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/1098617505>,

