

УДК 331.101.262

Н. В. Корж

кандидат економічних наук, доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного
торговельно-економічного університету, Україна
korzh_nataliya_69@ukr.net



СТРУКТУРУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО КАПІТАЛУ

Анотація. У статті досліджено структуру корпоративного капіталу. Її елементи розглядаються як підсистеми, що мають певну ієрархічність у складі корпоративної системи. Представлена у статті структурна орієнтація корпоративного капіталу дозволяє, по-перше, оцінити внесок усіх його елементів у створення додаткової вартості та, по-друге, розробити адекватну систему управління корпоративним капіталом відповідно до умов господарювання, що склалися.

Ключові слова: корпоративний капітал; уречевлений капітал; неуречевлений капітал; соціальний капітал; людський капітал; споживчий капітал; фізичний капітал; фінансовий капітал.

Natalia Korzh

PhD (Economics), Associate Professor, Vinnytsia Trade and Economics Institute of
Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine
87 Soborna Str., Vinnytsia, 2100, Ukraine

STRUCTURING OF CORPORATE CAPITAL

Abstract. The author structures the elements of corporate capital, the hierarchy of which is considered as a subsystem in the structure of corporate system. Structural orientation of corporate capital, presented in the article, allows estimating the contribution of all its elements to additional value creation by means of substantiation of an appropriate assessment approach, and to develop an adequate control system of corporate capital according to existing economic conditions.

Keywords: corporate capital; social capital; human capital; customer capital; physical capital; financial capital.

JEL Classification: D24, G30, G32, J24

Н. В. Корж

кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного дела, Вінницький торгово-економічний інститут Київського національного торгово-економічного університету, Україна

СТРУКТУРИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО КАПИТАЛА

Аннотация. В статье исследуется структура корпоративного капитала. Ее элементы рассматриваются как подсистемы, имеющие определенную иерархичность в составе корпоративной системы. Представленная в статье структурная ориентация корпоративного капитала позволяет, во-первых, оценить вклад всех его элементов в создание добавочной стоимости и, во-вторых, разработать адекватную систему управления корпоративным капиталом в соответствии со сложившимися условиями хозяйствования.

Ключевые слова: корпоративный капитал; овеществленный капитал; неовеществленный капитал; социальный капитал; человеческий капитал; потребительский капитал; физический капитал; финансовый капитал.

Постановка проблеми. Загальносвітові процеси, зокрема зростання інтересу до корпоративного управління – з одного боку, та необхідність залучення інвестицій в економіку України, низький рівень корпоративного управління більшості підприємств – з другого боку, активізували проблему формування корпоративного капіталу в нашій країні. У сучасних умовах корпоративний капітал є ефективним унаслідок свого масштабу і можливостей використання передових технологій та управлінських рішень. Іншим фактором, який обумовлює високу ефективність корпоративного капіталу, є гнучкість і здатність примножувати свій потенціал шляхом інтеграції, концентрації, централізації і трансформації корпоративних структур. Зазначені тренди визначають актуальність дослідження відносин у сфері формування корпоративного капіталу та його структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базисні підходи до визначення категорії «капітал» були сформовані в наукових працях К. Маркса, К. Менгера (C. Menger), А. Маршалла (A. Marshall), Є. Бем-Баверка (E. Behm-Bawerk), Ф. Візера (F. Wiese), Б. Кларка (J. Clark), Дж. Мінцера (J. Mincer), Дж. Коулмана (J. Coleman), Т. Стюарта (T. Stuart) та ін. Західна економічна наука значно просунулася в дослідженні процесів формування корпоративного капіталу. Такі науковці, як Г. Беккер (J. Backer), Р. Рубек (R. Ruback), С. Майєрс (S. Myers) та інші розглядають проблему корпоративної консолідації і формують теоретичне обґрунтування і методологічну базу цього явища. У вітчизняній науці теоретичні основи процесу формування корпоративного капіталу досліджували такі вчені, як С. Мочерний, Д. Давидюк, О. Бідник, І. Мойсеєнко, Т. Мостенська, В. Шелудько, З. Холод, І. Федулова та ін. Водночас, існує потреба посилення аргументації шляхів формування су-

часних організаційних форм капіталу, вивчення його сучасних тенденцій, структури та місця в системі корпоративних відносин.

Метою статті є розвиток теоретичних підходів до структурування корпоративного капіталу, що сприятиме визначенню пріоритетного вектору господарських процесів корпоративних структур в умовах динамічної мінливості розвитку економіки.

Основні результати дослідження. Структура корпоративного капіталу підприємства визначається сукупністю його складових та зв'язками між ними, що мають стійкий характер, обумовлюють його внутрішню будову як цілісної системи. Структура капіталу підприємства виступає як спосіб описання його організації з урахуванням основних зв'язків і функцій, які він (капітал) виконує у процесі свого функціонування. Структуру корпоративного капіталу варто розглядати як систему, що складається із елементів-підсистем, які характеризується певною ієрархічністю. До таких елементів, за найбільш поширеним підходом, належать уречевлена та неуречевлена частини капіталу. Уречевлена – це фізичний і фінансовий капітал, неуречевлена – людський, інтелектуальний, споживчий, соціальний капітал (Becker, 1993) [1]. Водночас, дотепер немає єдиного погляду щодо сучасної структури неуречевленого капіталу. Для того щоб розібратися з цим питанням, потрібно розглянути сутність базових концепцій людського, інтелектуального і соціального капіталу та визначити, якою має бути оптимальна структура корпоративного капіталу з точки зору управління ним як у цілому, так і його окремими складовими.

Корпоративне управління забезпечує підприємству отримання максимального прибутку за дотримання прав

акціонерів і всіх зацікавлених осіб. Відповідно до ч. 3 ст. 167 Господарського кодексу України під корпоративними відносинами розуміють відносини щодо корпоративних прав, які виникають, змінюються, припиняються. У Законі України «Про акціонерні товариства» від 17 вересня 2008 р. надано визначення корпоративним правам: це сукупність майнових і немайнових прав акціонера – власника акцій товариства, які впливають із права власності на акції, що включають право на участь в управлінні акціонерним товариством, отримання дивідендів та активів акціонерного товариства в разі його ліквідації відповідно до закону, а також інші права і правомочності, передбачені законом чи статутними документами [2].

На перший погляд, такі відносини потрібно розглядати в рамках організаційного капіталу, який є частиною інтелектуального капіталу, однак вони є службовими стосовно основних майнових відносин і мають специфічну функцію їх упорядкування.

Корпоративні відносини як відносини власності виступають майновими відносинами та закріплюють специфічні форми присвоєння майнових благ, що характеризуються множинністю суб'єктного складу. Майнові відносини як частина корпоративних відносин не можуть бути реалізовані без організаційних відносин. Тому корпоративні відносини необхідно розглядати як комплексні – майнові та пов'язані з ними немайнові (організаційні) відносини. У результаті реалізації різних інтересів різних груп учасників об'єднання складаються корпоративні відносини, що регулюються корпоративним правом.

Узагальнення існуючих поглядів на структуру корпоративного капіталу дозволило нам виробити власний погляд на структуру корпоративного капіталу, яка схематично представлена на рис.

На наш погляд, уречевлений капітал – це робочий капітал, що складається із фізичного та фінансового капіталів. Фізичний капітал – сукупність матеріальних засобів (машини, будови, споруди, транспорт, інструменти, запаси сировини і матеріалів), які використовуються в технологічному процесі виробництва й забезпечують підвищення продуктивності людської праці. Фінансовий капітал – сукупність грошових засобів та цінних паперів.

Під людським капіталом [3] ми розуміємо фізичний і психічний стан людини, освіту та підвищення кваліфікаційного рівня, культурні і моральні цінності, мобільність, можливість до організаційно-підприємницької діяльності та новаторства, уміння ризикувати. Всі ці елементи роз-

глядаються на рівні самої особистості, її власного внеску а процес створення доданої вартості.

Інтелектуальна власність як капітал включає ноу-хау, патент, авторське право, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, права на дизайн і бази даних.

У Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності (1967 р.) [4] визначається, що до інтелектуальної власності належать права на такі результати інтелектуальної праці:

- наукові відкриття;
- промислові зразки, товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування і комерційні позначення;
- захист від недобросовісної конкуренції;
- винаходи у сферах людської діяльності;
- усі інші права, що належать до інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній та інших сферах.

Отже, інтелектуальна власність у сучасному розумінні розкривається як права на результати інтелектуальної діяльності, що включають взаємні права й обов'язки щодо створення інтелектуальних цінностей. Такий підхід має особливе значення для формування механізму комерціалізації і розподілу інтелектуальної ренти.

Соціальний капітал не може стати результатом дій окремої людини, він виростає із пріоритету колективних чеснот над індивідуальними. До соціального капіталу відносяться ті фактори, які створюють можливість виникнення і розвитку соціальних зв'язків та забезпечують їх збереження. Навіть якщо природні ресурси й технології, що використовуються фірмою, не змінюються, її соціальний капітал може зростати в міру розширення соціальних зв'язків і зміцнення іміджу фірми.

В основу категорії «соціальний капітал» покладено ідею про очікувану віддачу від вкладень у соціальні відносини [5; 6]. Соціальний капітал характеризується такими основними ознаками:

по-перше, він завжди виступає як продукт організованої взаємодії, тож має колективну, а не індивідуальну природу;

по-друге, соціальний капітал як організована суспільна система є колективним благом і належить усім членам суспільства.

Соціальний капітал не виступає власністю окремої організації, але включається до її активів та використовується в міру можливостей.

Доцільно визначити зв'язок між соціальним, інтелектуальним, людським капіталом та місце кожного з них у структурі активів організації.

У роботі Потрашковой Л. В. «Моделирование развития предприятия как системы по созданию добавленной стоимости. Технический прогресс и эффективность производства» розвиток підприємства трактується як процес нарощування його потенціалу із задоволення потреб економічних суб'єктів [7]. Цілі розвитку підприємства в задоволенні інтересів економічних суб'єктів господарювання визначаються обсягом створеної доданої вартості та структурою її розподілу на оплату праці, податки і прибуток. Таким чином, формування соціальних умов діяльності підприємства потрібно розглядати як вид управління. У менеджменті під управлінням розуміють уміння досягати поставлених цілей за допомогою оптимального перерозподілу використовуваних ресурсів – персоналу, праці, інтелекту, інформації, мотивів поведінки.

Відносини, що формують соціальний капітал, засновані на відносинах соціального партнерства, які на рівні підприємства конкретизуються у вигляді господа-

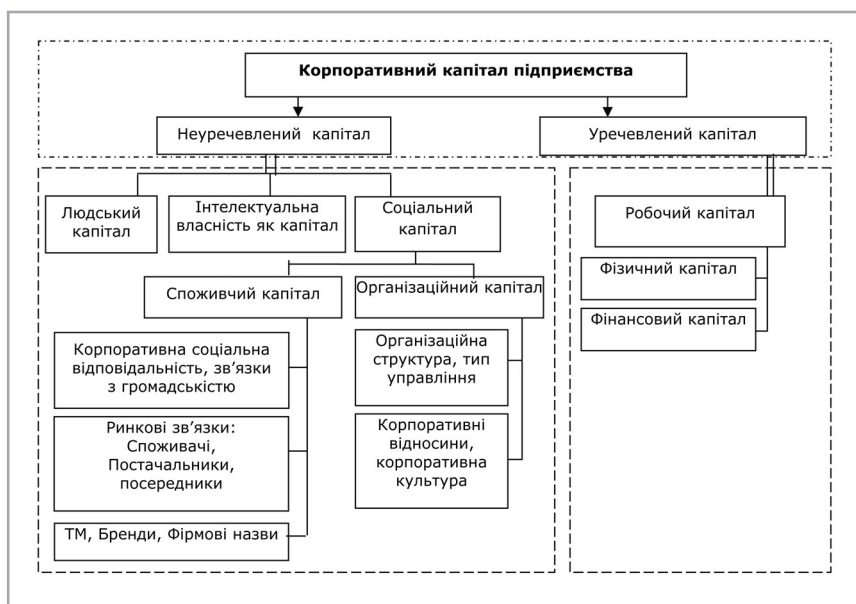


Рис. Структура корпоративного капіталу
Джерело: Авторська розробка

рських зв'язків [8]. Із цього випливає, що соціальний капітал підприємства виступає як система внутрішніх і зовнішніх господарських зв'язків, що засновані на кооперативних принципах та цінностях. Завдяки йому на засадах взаємодопомоги, довіри, соціального партнерства реалізуються цілі підприємства.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що розвиток відносин, який відбувається в результаті обороту соціального капіталу, сприяє формуванню кооперативного характеру дій на підприємстві. Ці дії в подальшому ґрунтуються на взаємній вигоді всіх агентів – держави, власників, персоналу.

Соціальні відносини виникають між: індивідами як частиною соціальної групи; групами індивідів; окремими індивідами та групами індивідів.

Соціальні стосунки – це важлива форма вияву тривалих, сталих, системних, оновлюваних, різноманітних за змістом соціальних зв'язків [9]. Їм притаманні такі риси, як схожість і відмінність, рівність та нерівність, панування і підлеглість між окремими людьми та їх групами.

У соціальному капіталі нами виокремлено дві групи: організаційний і споживчий капітал.

Споживчий капітал – це капітал, який складається із зв'язків та стійких відносин із клієнтами і споживачами. Його характеристиками є ступінь проникнення, ширина розповсюдження, постійність. Споживчий капітал включає три елементи:

1) корпоративну соціальну відповідальність, зв'язки з громадськістю;

2) ринкові зв'язки між споживачами, постачальниками, посередниками;

3) ТМ, бренди, фірмові назви, корпоративне ім'я.

Корпоративна соціальна відповідальність у [6] розглядається як соціальні ініціативи, що виявляються у діяльності компанії, яку вона проводить з метою підтримати добрі справи і виконати свої зобов'язання перед громадськістю:

1. Просування добродійної справи: компанія надає кошти, грошові та інші корпоративні ресурси, аби повернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, залучити учасників та волонтерів.

2. Добродійний маркетинг – компанія зобов'язується робити внески чи відрахувати відсотки від обсягів продажу на добродійну справу.

3. Корпоративний соціальний маркетинг – компанія підтримує розробку та/або проведення кампаній за зміну певних типів поведінки (звичок) для того, щоб покращити суспільне здоров'я чи безпеку, сприяти захисту довкілля чи розвитку громади.

4. Корпоративна філантропія – компанія робить пожертви безпосередньо благодійній організації чи здійснює акції, найчастіше у формі грошових грантів.

5. Волонтерська робота на користь громади – компанія підтримує і заохочує працівників, роздрібних торговців та/або франчайзі допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам.

6. Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу – компанія на власний розсуд запроваджує практику ведення бізнесу і робить інвестиції, які сприяють зростанню добробуту в громаді та збереженню довкілля [7].

Другим елементом споживчого капіталу виступають ринкові зв'язки із суб'єктами ринку, які беруть участь у створенні доданої вартості підприємства, – споживачами, постачальниками, посередниками. Ринкові зв'язки – це неформалізований капітал, пов'язаний із ринковими операціями, які створюють споживчу прихильність; це відносини з покупцями, постачальниками, посередниками, які виявляються у контрактах, тривалих договорах, портфелі замовлень, франшизах та ліцензійних замовленнях, репутації тощо.

Третій елемент споживчого капіталу стосується тієї частини нематеріальних активів, які безпосередньо впливають і виникають унаслідок особливого ставлення споживачів, – ТМ, бренди, фірмові назви, корпоративне ім'я.

Організаційний капітал – це та частина інтелектуального капіталу, яка має стосунок до організації у цілому, тобто це організаційні можливості фірми. Він включає технології, системи управління, технічне та програмне забезпечення, культуру організації. Організаційний капітал більшою мірою є власністю організації і може бути відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу. Організаційний капітал поділяється на два елементи: 1) організаційна структура та тип управління; 2) корпоративні відносини й корпоративна культура.

Організаційна структура і тип управління – це структурні зв'язки між членами трудового колективу, керівниками, менеджерами та певна управлінська система, побудовані всередині організації на горизонтальному і вертикальному рівнях. Цей капітал включає інформаційні технології, організаційну будову, мотивацію до праці, філософію управління, ділове співробітництво тощо.

Корпоративні відносини та корпоративна культура – це капітал, який створюється на основі взаємовідносин між працівниками і власниками. Це виявляється в адекватному розподілі результатів підприємницької діяльності та забезпеченні інтересів кожної сторони.

Висновки. Здійснене структурування корпоративного капіталу дозволить оцінити внесок усіх його елементів у створення додаткової вартості, розробити адекватну систему управління корпоративним капіталом і оптимізувати його структуру відповідно до специфічних умов господарювання, підвищити ефективність використання капіталу та його віддачу, забезпечити ефективність управлінської діяльності, спрямованої на нарощування потенціалу корпоративного капіталу в цілому й окремих його складових.

Література

1. Backer J. Human Capital: Theoretical and empirical analysis with special reference to education / Backer, J. – 3rd ed. – Chicago : University of Chicago Press, 1993. – 390 p.
2. Про акціонерні товариства : Закон України від 18 вересня 2008 р. [Електронний ресурс] / Відомості Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
3. Добрынин А. И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: Формирование, оценка, эффективность использования / А. И. Добрынин, С. А. Дятлов, Е. Д. Цыренова. – СПб. : Наука, 1999. – 309 с.
4. Конвенция, учреждающая Всемирную организацию интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] / Всемирная организация интеллектуальной собственности. – Режим доступа : http://www.wipo.int/wipolex/ru/wipo_treaties/text.jsp?file_id=280409
5. Turner J. E. The formation of Social Capital / J. E. Turner // Social Capital: A Multifaceted Perspective ; edited by P. Dasgupta and I. Serageldin (pp. 94–146). – Washington, DC : The World Bank, 2000. – 135 p.
6. Потрашкова Л. В. Моделирование развития предприятия как системы по созданию добавленной стоимости / Л. В. Потрашкова, А. И. Пушкар // Технический прогресс та ефективність виробництва: Вісник Харківського державного політехнічного університету. Збірник наукових праць. – Харків : ХДПУ, 2000. – Вип. 91. – С. 82–85.
7. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с. – С. 25–26.
8. Горожанкина М. Е. Социальный капитал общества в условиях трансформации экономической системы (питания теории и методологии) / автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01 / Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 32 с.
9. Сисоев С. А. Эволюция категории социальный капитал / С. А. Сисоев // Научные работы ДОНТУ. – 2005. – № 89-3. – С. 100–103 (Серія : економічна).

Стаття надійшла до редакції 26.10.2014

References

1. Becker, G. (1993). *Human Capital: Theoretical and empirical analysis with special reference to education* (3rd ed.). Chicago: University of Chicago Press.
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2008). *On joint stock companies* (The Law of Ukraine). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
3. Diatlov, S. A., Dobrynin, A. I., & Tsyrenova, E. D. (1999). *Human capital in transitive economy: formation, assessment, efficiency*. St. Petersburg: Science (in Russ.).
4. The World Intellectual Property Organization (1967). *The Convention Establishing the World Intellectual Property Organization*. Retrieved from http://www.wipo.int/wipolex/ru/wipo_treaties/text.jsp?file_id=280409
5. Turner, J. E. (2000). *The formation of Social Capital*. In P. Dasgupta & I. Serageldin (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective* (pp. 94–146). Washington, DC: The World Bank.
6. Potrashkova, L.V., & Pushkar, A. I. (2000). Modeling of the development of an enterprise as a system of additional value creation. *Visnyk Kharkivskoho derzhavnoho politekhnichnoho universytetu (Technical Progress and Production Effectiveness)*, 91, 82–85 (in Russ.).
7. Kotler, Ph., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility. Doing the most good for your company and your society* (Trans. From Eng.). Kyiv: Standart (in Ukr.).
8. Gorozhankina, M. E. (2008). *Social capital of a society under the conditions of economic system transformation* (Thesis abstract). Donetsk, Ukraine: Donetsk National University (in Ukr.).
9. Sysoyev, C. A. (2005). The evolution of the category of social capital. *Naukovi pratsi DONTU (Donetsk National Technical University Scientific Works)*, 89(3), 100–103 (in Ukr.).

Received 26.10.2014