

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ, СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ВИМІР НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

INTELLECTUALIZATION, SOCIAL RESPONSIBILITY, ACCOUNTING AND ANALYTICAL MEASUREMENT OF INTANGIBLE ASSETS

В'ячеслав ДИБА,
кандидат економічних наук,
Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана



Vyacheslav DYBA,
Ph.D. in Economics,
Kyiv National Economic University
named after V. Hetman

У сучасних умовах господарювання багато провідних зарубіжних компаній у своїй діяльності поступово переходять до «соціально відповідального бізнесу». Згідно з опублікованим у 2010 році міжнародним стандартом ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» організація повинна нести відповідальність перед її зацікавленими сторонами. Зокрема, цим стандартом під соціальною відповідальністю розуміється відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозорі та етичні поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству й узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці взаємовідносин [1]. Це проявляється як шляхом надання звітності «у трьох вимірах» (фінанси, екологія, соціальна сфера), так і шляхом прийняття рішень з урахуванням зацікавлених сторін.

Значний внесок у розвиток концепції зацікавлених сторін внесли такі вчені, як Міцберг, Фріман, Менделоу, Серт і Марч, Ньюбоулд і Луффман. Більшість із них підійшли до розглянутої концепції з точки зору поділу, розбиття зацікавлених сторін на групи, у яких є схожі інтереси. Р.Фріман у 1984 році сформулював перше визначення зацікавлених сторін, визначивши їх як стейкхолдерів [2]. Ньюбоулд і Луффман розділили стейкхолдерів на чотири головні категорії [4]:

- 1) групи впливу, що фінансують підприємство (наприклад, акціонери, інвестори, кредитори);
- 2) менеджери, які керують ним;
- 3) персонал, що працює на підприємстві;
- 4) економічні партнери. Ця категорія включає як покупців і постачальників, так і інші економічні суб'єкти (наприклад, фіскальні, судові органи, громадські організації).

Кожна з цих груп має різні інтереси і владні можливості, що впливатимуть на рівень поставлених ними завдань і відповідно на ступінь контролю активів.

Необхідно підкреслити, що в спеціальній літературі з питань ієрархії інтересів учасників бізнесу існує два принципових підходи: англо-американський і євразійський. Щоб зрозуміти сутність і відмінності в англо-американському та євразійському підходах до ієрархії цілей бізнесу на рівні фінансових показників, звернемося до спрощеної вартісної моделі виміру інтересів його учасників. Така модель, що також використовується і в Україні, загалом будується за класичним (англо-американським) принципом формування звіту про фінансові результати діяльності за поточний період (табл. 1).

Як бачимо з табл. 1, основний показник фінансового результату такої моделі (чистий прибуток (збиток) відображає інтереси тільки власників бізнесу або груп впливу, що фінансують підприємство, а інтереси інших учасників бізнес-процесу, що формують вартість бізнесу, враховуються при такому підході опосередковано – як вимушені виплати, що зменшують вартісний інтерес власників (акціонерів).

Зрозуміло, що такий вузько спрямований підхід до задоволення інтересів учасників бізнесу, які в результаті інтелектуального виробництва капіталізують його вартість, містить у собі множини антистимулів для підвищення ефективності діяльності підприємства у довгостроковій перспективі.

З позиції довгострокової перспективи максимальний результат бізнесу може бути досягнутий тільки при повному узгодженні інтересів всіх учасників бізнес-процесу (що передбачає євразійський підхід). Але проблема полягає в тому, що євразійський підхід існує на сьогодні тільки на рівні цілей. На рівні фінансових показників (зокрема, при формуванні звіту про фінансові результати) домінує класичний підхід верховенства «прибутку для акціонерів» (тобто інтересів власників).

Проте, якщо з площини цілей перейти у площину фінансових показників, які оптимально враховують інтереси всіх зацікавлених сторін бізнесу, то з наведеної табл. 1. видно, що для розв'язання проблеми гармонізації інтересів учасників бізнес-процесу основну увагу слід приділити такому фінансовому показнику, як чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

У статті розглянуто доцільність поряд із традиційними фінансовими показниками ефективності діяльності компанії використовувати індикатори, які відображають соціальну відповідальність бізнесу, рівень інтелектуалізації. Це дозволяє одночасно звернути увагу на інтереси всіх груп впливу, що існують всередині або за межами компанії (стейкхолдерів).

Доведено відсутність можливості розробки інвестиційної стратегії компанії зі значною питомою вагою інтелектуальних ресурсів лише в рамках фінансових показників. У зв'язку із цим зроблено порівняння акціонерної та стейкхолдерської моделей виміру ефективності корпоративного управління. Обґрунтовано можливість трансформації фінансової перспективи стратегічного розвитку підприємства з урахуванням зацікавлених сторін.

The article deals with the necessity to use the indicators that reflect the social responsibility of business, the level of intellectualization with the traditional financial indicators of the company's activity. It creates the possibility to pay attention to the interests of all these groups that exist inside or outside the company, which are defined as stakeholders.

Lack of opportunity to develop investment strategy of the company with a significant proportion of intellectual resources only according to the financial indicators is proved. Moreover, a comparison of shareholder and stakeholder models measuring the effectiveness of corporate management is made. The possibility of transformation of the financial perspective of strategic development company based on the needs of stakeholders is substantiated.

Припустимо, що саме виручка від реалізації є фінансовим джерелом задоволення інтересів всіх зацікавлених сторін бізнесу. Для обґрунтування припущення, чи може виручка від реалізації розглядатися як фінансовий показник, що оптимально враховує інтереси всіх зацікавлених сторін бізнесу, згадаємо формулу вартості товару (W), запропоновану К. Марксом у роботі «Капітал»:

$$W = c + (v + m), \quad (1)$$

де c – вартість засобів виробництва, що споживаються в процесі виробництва (або постійний капітал);
 v – заробітна плата робітників (необхідна праця) (змінний капітал);
 m – прибуток власника;
 $v + m$ – новостворена працею робітників вартість (додана вартість).

Зауважимо, що таємниця формули полягає в тому, що без v (жива праця робітника) не з'явиться m (прибуток). C (капітал у вигляді засобів виробництва) як єдиний елемент або фактор виробництва самостійно ніколи не створить продукт без участі живої праці робітників. Отже, якщо

Таблиця 1. Вартісна модель виміру інтересів учасників бізнес-процесу на основі звіту про фінансові результати *

Показник	Групи учасників, інтереси яких задовольняються
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Інтереси покупців
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), у тому числі:	
– прямі матеріальні витрати	Інтереси постачальників
– прямі витрати на оплату праці	Інтереси персоналу
– загально виробничі витрати на управління виробництвом	Інтереси менеджерів
Фінансові витрати	Інтереси кредиторів
Витрати (дохід) з податку на прибуток	Інтереси держави
Чистий фінансовий результат:	Інтереси власників
– прибуток	
– збиток	
Виплати дивідендів	Інтереси акціонерів (учасників)

Джерело: розроблено автором.

залишити класово-політичну спрямованість дослідження Маркса, то можна стверджувати, що ним вперше був запропонований алгоритм формування фінансового показника, який оптимально враховує інтереси основних зацікавлених сторін бізнесу при одночасному адекватному відображенні поточного результату діяльності підприємства. Таким фінансовим показником є $(v + m)$ додана вартість. Таким чином, з точки зору ідеології трудової теорії вартості при формуванні фінансового результату діяльності фірми за визначений період системоутворюючими є інтереси не тільки власників, а й найманих робітників (персоналу та менеджерів).

Слід зазначити, що сучасні процеси інформатизації та інтелектуалізації суспільства призводять до якісних змін у визначеній вісі інтересів «власник – найманий робітник». Ці принципові якісні зміни проявляються у таких концептуальних підходах:

- 1) зростання ролі інтелектуальної праці (v фізичне замінюється v інтелектуальним);
- 2) демократизація (дифузія) відносин власності, яка характеризується такими факторами:

- делегування повноважень не власникам (персоналу, державним інститутам) та обмеження прав титульних власників законом або колективним договором аж до права тільки отримувати дохід як плату за авансований ним капітал;
- перехід до нових форм управління (співпраця менеджменту та власників);
- залучення персоналу до участі в розподілі доходів;
- особиста зацікавленість робітників у результатах діяльності і, як наслідок, посилення творчої активності.

Завдяки таким якісним змінам в інформаційному суспільстві суттєво скорочуються можливості для монополії засобів виробництва у руках невеликої групи людей і з'являється протилежна тенденція до возз'єднання інтелектуальної праці та інформаційних засобів виробництва, в результаті чого створення доданої вартості здійснюється не шляхом відчуження живої праці від речових засобів виробництва, а навпаки – на основі «соціалізації» інтелектуального капіталу та «капіталізації» інтелектуальної праці.

Отже, «додана вартість» як фінансовий показник, що оптимально враховує інтереси зацікавлених сторін бізнесу в інформаційному суспільстві, має знаходити своє відображення в інформаційно-аналітичній моделі виміру ефективності діяльності підприємства.

Необхідно підкреслити, що при розгляді сутності категорії «додана вартість» у нових економічних умовах ключовим фінансовим аспектом є співвідношення таких елементів, як витрати на відтворення інтелектуальних зусиль робочої сили (v) та прибуток власників (m). Вважаємо, що в сучасних умовах поділ новоствореної вартості бізнесу на заробітну плату (v) та прибуток (m) як кінцевий фінансовий результат діяльності втрачає свого значення для цілей економічного аналізу та оцінки бізнесу. Важливою є сума саме новоствореної «доданої» вартості, а також її раціональний розподіл між елементами інтелектуального капіталу та нематеріальними активами, а також розкриття інформації про неї для зацікавлених сторін бізнесу.

Зауважимо, що за своєю економічною сутністю показник «додана вартість» характеризує одне й те ж явище, що й класичний «прибуток» – економічний ефект функціонування бізнесу. Проте різниця між ними полягає саме в окресленні меж оцінюваної бізнес-системи. Зокрема, прибуток визначається як різниця між доходами та витратами на придбання всіх факторів виробництва, необхідних для функціонування бізнесу. З такого підходу задовольняється бізнес-інтерес тільки його власників. З фінансової точки зору сума оплати праці, соціального забезпечення та навчання персоналу, зайнятого в бізнесі, розглядаються лише як витрати бізнесу, а не як його капітал.

Додана вартість є різницею між доходами підприємства та затратами на придбання факторів виробництва, необхідних для функціонування бізнесу, які повністю створюються контрагентами у зовнішньому середовищі. За такого підходу бізнес-система включає в себе власника-підприємця та весь найманий персонал і менеджмент, що бере участь у створенні вартості. У цьому випадку знання персоналу слід розглядати як внутрішній елемент бізнес-системи. З фінансової точки зору створена бізнес-системою за звітний період сума доданої вартості є як джерелом відтворення інтелектуального людського капіталу у вигляді оплати праці, соціального забезпечення та навчання персоналу, зайнятого у бізнесі, так і джерелом виплати дивідендів власникам, що не беруть прямої участі у роботі підприємства.

Таким чином, у сучасному бізнес-середовищі додана вартість за механізмом розрахунку – це сума витрат на робочу силу та прибутку, а за економічною суттю – додаткова вартість, яку створило підприємство в процесі інтелектуальної діяльності, сума якої сигналізує про наявність нематеріальних переваг у бізнесі.

Використання в якості кінцевого фінансового результату функціонування підприємства показника «прибуток» призводить до того, що додаткові інвестиції у відтворення основного фактору сучасного бізнесу – знання персоналу – механічно знижують ефективність поточної діяльності підприємства. Отже, практичне застосування показника «додана вартість» у процесі управління діяльністю суб'єктів господарювання та розкриття правдивої інформації про вартість нематеріальних активів у фінансовій звітності підприємства вимагають:

- 1) коригування правил ведення бухгалтерського обліку витрат на виробництво нових знань та на відтворення інтелектуальних цінностей персоналу як обов'язкової умови створення доданої вартості бізнесу;
- 2) нової інтерпретації аналітичних та оціночних показників нематеріальних активів, а також формування звітів про фінансовий стан, фінансові результати діяльності, грошові потоки та зміни у власному капіталі суб'єкта господарювання.

Необхідно підкреслити, що зарубіжним економічним співтовариством як база парадигма розвитку бізнесу в сучасних умовах господарювання обрана саме концепція управління вартістю (VBM – Value Based Management). Згідно з концепцією VBM максимізація вартості підприємства є основною метою його діяльності, і всі зусилля менеджерів мають бути спрямовані не стільки на зростання прибутку, скільки на зростання (додавання) ринкової цінності підприємства. Цю трансформацію ще називають переходом від традиційної (бухгалтерської) моделі управління підприємством за прибутком до інтелектуальної (ціннісної) моделі управління підприємством за доданою вартістю.

Дослідники зазначають, що у компаніях, яким вдалося досягти успіху на шляху побудови ефективної системи управління вартістю, спостерігалися суттєві зрушення в управлінських процесах. Т.Теплова виділяє в цьому контексті п'ять ключових новацій [5]:

- перехід до оцінки стратегічних альтернатив та інвестиційних проєктів за вартісними принципами аналізу (на базі вартісної, а не традиційної бухгалтерської моделі), зокрема інвестиційна стратегія розглядається як чинник зростання вартості;
- в оперативних рішеннях компанія робить акцент на чинники (драйвери) вартості;
- проводиться поглиблений моніторинг нових фінансових і нефінансових показників, які впливають на формування інтегрального показника (вартість компанії), здійснюється пошук шляхів позитивного впливу на ці показники;

Таблиця 2. Порівняння акціонерної та стейкхолдерської моделей виміру ефективності корпоративного управління*

Ознаки порівняння	Моделі корпоративного управління	
	Акціонерна	Стейкхолдерська
1	2	3
Акцент на	прибутковості по відповідальності	відповідальності по прибутковості
Організація є	інструментом у руках акціонерів для створення акціонерної цінності	спільним підприємством для створення економічної цінності
Організаційна мета	обслуговувати власника	обслуговувати усі зацікавлені сторони
Ціль взаємовідносин	ціна акції і дивіденди	дохідність та корпоративна культура
Головні труднощі	управлінський опортунізм	комунікаційна політика
Корпоративне управління реалізується за допомогою	незалежних директорів з частками в акціонерному капіталі	представниками стейкхолдерів у спосередній раді
Групи інтересів, які обслуговуються організацією	переслідування особистого інтересу (економічна ефективність)	переслідування спільних інтересів (економічний симбіоз)

Джерело: розроблено автором.

□ система матеріальної та моральної мотивації персоналу будується на основі врахування показників, які впливають на вартість компанії;

□ відбуваються зміни в системі комунікацій із зацікавленими особами (зокрема, стандартна фінансова звітність розширюється за рахунок включення показників до аналізу динаміки вартості, оцінки системи управління вартістю, ризиків тощо).

Слід зазначити, що для компаній, які створювалися виключно на фінансовому капіталі (коли конкурентна перевага досягалась через інвестиції в нове обладнання, вигідні ділянки землі і т. п.), функціонування в ринковому середовищі обумовлює необхідність пошуку нових стратегічних ресурсів. Такими ресурсами часто стають налагоджені зв'язки з постачальниками і споживачами, інновації в товарах, бізнес-процесах. Це означає, що в компанії з'являється ще один вид капіталу – інтелектуальний, хоча й інтереси його носіїв також повинні бути враховані.

Варто зауважити, що інвестиційна стратегія компаній зі значною питомою вагою інтелектуальних ресурсів не може розроблятися лише в рамках фінансових показників. Зокрема, здійснювати вибір інвестиційних проектів тільки на базі показників, що вже стали класичними, а саме показників чистого дисконтованого доходу (NPV) або внутрішньої норми прибутковості (IRR), було б неправильно.

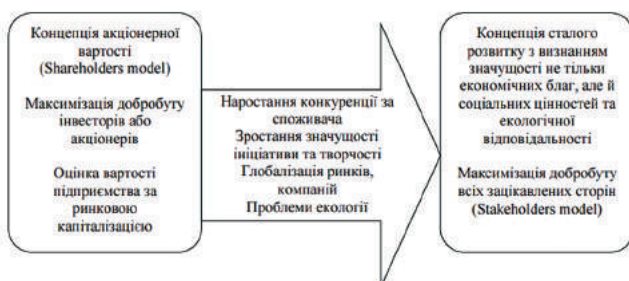
Поряд із фінансовими індикаторами ефективності значущими стають маркери досягнення цілей, що близькі до інтересів неінвестиційних стейкхолдерів.

Вважаємо, що чим важливішими є для компанії інтелектуальні активи та їх носії, тим більше зміщуються акценти в розумінні вартості підприємства. Адже відповідно до традиційного підходу вартість компанії відображає ринкову оцінку внеску її власників, тобто поточне грошове вимірювання їх добробуту.

Стейкхолдерська концепція розглядає структуру господарювання як портфель різноманітних контрактів, акцентуючи при цьому увагу на значній кількості учасників процесів прийняття рішень.

It should be noted, that the investment strategy of companies with a large proportion of intellectual resources isn't able to be developed only according to the financial indicators. In particular, the choice of investment projects only on the basis of traditional indicators, such as the net discounted income (NPV) or internal rate of return (IRR) would be wrong.

Рисунок. Трансформація фінансової перспективи стратегічного розвитку підприємства з урахуванням зацікавлених сторін*



Джерело: розроблено автором.

The markers of the objectives, those are close to non-investment interests of stakeholders, become important along with financial performance indicators.

We believe that the growth of importance of the company's intellectual assets and their sources becomes the basis for changes in understanding of value of the company. In fact, according to the traditional approach the value of the company reflects the market assessment of its owner's contributions. It's shown the monetary measure of their welfare.

Stakeholder concept considers the entities structure as diverse portfolio of contracts. Moreover, the attention is paid to the large number of participants in decision-making processes.

В її рамках фінансове управління відрізняється від традиційної облікової та більш сучасної – вартісної акціонерної (Shareholders) – моделі оцінки вартості підприємства. Якщо в останній в якості цільової функції розглядається добробут акціонерів або засновників, що кількісно часто трактується в термінах зростання ринкової капіталізації, то стейкхолдерська концепція оцінки вартості компанії робить наголос на підвищенні добробуту всіх зацікавлених сторін. Порівняння стейкхолдерської та акціонерної моделей корпоративного управління наведено в **табл. 2**.

Трансформацію фінансового бачення цілей розвитку сучасного підприємства в умовах соціально-відповідального бізнесу представлено на **рисунку**.

Отже, в умовах соціально-відповідального бізнесу орієнтація лише на максимізацію добробуту акціонерів стає складнішою, тому що в управлінні компанією беруть участь різні групи зацікавлених сторін і стає важливим задоволення потреб в інформації всіх стейкхолдерів (груп впливу, що існують всередині або за межами компанії, інтереси яких треба враховувати при здійсненні діяльності).

Therefore, the focus only on the maximizing the welfare of stockholders becomes more complicated according to the socially responsible business conditions. The management of the company is realized by the different groups of investors and it becomes important to satisfy all stakeholders with information. Stakeholders are defined as the pressure groups that exist inside or outside the company, whose needs should be considered during the implementation of activities of the company.

ЛІТЕРАТУРА

1. Міжнародний стандарт ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546.
2. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R.E. Freeman. – Boston: Pitman, 1984. – 315 p.
3. Міжнародний стандарт AA1000 «Взаємодія із зацікавленими сторонами» Stakeholder Engagement Standard 2011 / AccountAbility Stakeholder Engagement Technical Committee. – 2011. – 52 p.
4. Newbould G. Successful Business Politics / G. Newbould, G. Luffman. – London: Gower, 1989.
5. Теплова, Т. Влияние интеллектуального капитала на политику компании [Текст] / Т. Теплова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 1. – С. 88-100.

REFERENCES

1. International Standard ISO 26000 "Guidance on Social Responsibility". Available at: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546.
2. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, Pitman, 1984, 315 p.
3. The international standard AA1000 "Stakeholder engagement". Stakeholder Engagement Standard 2011. AccountAbility Stakeholder Engagement Technical Committee, 2011, 52 p.
4. Newbould G., Luffman G. Successful Business Politics. London, Gower, 1989.
5. Teplova T. Vlijanie intellektual'nogo kapitala na politiku kompanii [The effect of intellectual capital on company policy]. Problemy teorii i praktiki upravlenija, 2006, no. 1, pp. 88-100 [in Russian].