

4. Методичні рекомендації щодо порядку здійснення аналізу фінансового стану банку та складання звіту про моніторинг банку – юридичної особи: Рекомендації, схвалені Розпорядженням НБУ від 08.02.2007 №47-р : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
5. Ожегов С. И. Словарь русского языка: около 57 000 слов : науч. изд. / С. И. Ожегов. – 20-е изд., стереот. – М. : Русский язык, 1988. – 750 с.
6. Про порядок регулювання діяльності банків в Україні : Інструкція, затверджена постановою Правління НБУ від 28.08.2001 р. № 368 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
7. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / С. П. Бибики, Г. М. Сюта; за ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків : Фоліо, 2006. – 623 с.
8. Современный экономический словарь / под ред.: Б. А. Райзберга, Л. Ш. Лозовского, Е. Б. Стародубцевой. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 479 с.
9. Философский словарь / под ред. М. М. Розенталя. – 3-е изд. – М. : Изд-во полит. лит-ры, 1972. – 496 с.
10. Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – 1101 с.

Петербурцев Н.О.

УДК 658.1

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА КОМПАНИИ

В настоящее время в России происходят глубокие экономические перемены, связанные со становлением и развитием общих экономических процессов мирового развития. Происходит коренная перестройка прежнего механизма управления экономикой, становление рыночных методов хозяйствования.

Рыночная экономика предполагает социально ориентированное хозяйство, дополняемое государственным регулированием. Огромную роль как в структуре рыночных отношений, так и в механизме их регулирования со стороны государства играют финансы. Они являются неотъемлемой частью рыночных отношений и одновременно важным инструментом реализации государственной политики. По этому сегодня как никогда важно хорошо знать природу финансов, глубоко разбираться в условиях их функционирования, видеть способы наиболее полного их использования в интересах эффективного развития общественного производства.

Рыночная экономика также предполагает становление и развитие предприятий различных организационно - правовых форм, основанных на разных видах частной собственности, появление новых собственников - как отдельных граждан, так и трудовых коллективов предприятий. Появился такой вид экономической деятельности, как предпринимательство - это хозяйственная деятельность, т.е. деятельность, связанная с производством и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг или же продажей товаров, необходимых потребителю. Она имеет регулярный характер и отличается: во-первых, свободой в выборе направлений и методов деятельности, самостоятельностью в принятии решений; во-вторых, ответственностью за принимаемые решения и их последствия; в-третьих, этот вид деятельности не исключает риска, убытков и банкротств.

Дадим определение понятию предприятие:

Предприятие – это самостоятельный хозяйственный субъект, обладающий правами юридического лица, производящий продукцию (товары, работы, услуги), занимающийся различными видами экономической деятельности, целью которой является обеспечение общественных потребностей, извлечение прибыли и приращение капитала [1, с. 5].

Предприятие может заниматься любым не запрещенным видом деятельности, или всеми его видами. Перечень запрещенных видов деятельности и деятельности, находящейся под жестким контролем государства определяется правительством государства, под юрисдикцией которого находится хозяйствующий субъект.

Большое внимание определению и исследованию сущности категории "интеллектуальный капитал" оказывают ученые на современном этапе развития рыночной экономики. Это широко известные разработки зарубежных авторов Э. Брукинга, Т. Бьюзена, Г. Минса, Д. Шнайдера, Ричарда Р. Нельсона и Сиднея Дж. Уинтера, А. Сливотски, Д. Моррисона и др. основоположниками данной категории на российском рынке можно считать Л. С. Шаховскую, Б. Б. Леонтьева, В. Л. Иноземцева, С. А. Ленскую и др.

В общественном воспроизводственном процессе предприятие выступает как организационная форма формирования интеллектуального капитала.

По мнению Э. Брукинга, "Интеллектуальный капитал - это термин для обозначения нематериальных активов, без которых компания не может существовать, усиливая конкурентные преимущества. Составными частями интеллектуального капитала являются: человеческие активы, интеллектуальная собственность, инфраструктурные и рыночные активы. Под человеческими активами подразумевается совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков".

В процессе реализации предпринимательской деятельности возникают хозяйственные связи предприятий со своими контрагентами (поставщиками, подрядчиками, партнерами, финансовыми институтами), в результате которых возникают финансовые отношения, материальной основой которых являются деньги. Так что же такое финансы предприятия?

Финансы предприятия – это финансовые и денежные отношения, возникающие в процессе формирования основного и оборотного капитала, фондов денежных средств и их использования [1, с. 6.].

Финансовые отношения занимают особое место в экономических отношениях. Их специфика проявляется в том, что они всегда выступают в денежной форме, имеют распределительный характер, и отражают формирование и использование различных видов доходов и накоплений субъектов хозяйственной деятельности сферы материального производства, государства и участников непроеизводственной сферы. Упрощенно можно сказать, что термин “финансы” обозначает экономические отношения, связанные с кругооборотом денежных средств. Финансовые отношения возникают в результате осуществления денежных отношений: формирование имущества предприятия, получение доходов, привлечение заемных источников финансирования хозяйственной деятельности, распределение доходов, образующихся в результате этой деятельности, их использование на цели развития предприятия.

Как было определено выше, финансовые отношения не возможны без финансовых ресурсов. Финансовые ресурсы предприятия представляют собой денежные средства, используемые для покрытия затрат, а также для образования различных фондов и резервов. Однако, денежные средства имеют более широкое определение, и включают в себя финансовые ресурсы. Наглядно это можно представить на примере доходов предприятия от реализации продукции: сумма валового дохода от реализации представляет собой величину денежных средств, значительная часть которых идет на обеспечение предприятия оборотными средствами (авансирование в процессе производства на сырье, материалы, энергию и т.д.), и только часть является источником финансовых ресурсов. Таким образом, финансовые ресурсы – это денежные средства, аккумулируемые в фондах целевого назначения для осуществления определенных затрат.

Формирование и использование денежных фондов является важной стороной финансовой деятельности компании. С их помощью происходит обеспечение хозяйственной деятельности необходимыми денежными средствами, финансирование научно-технического прогресса, освоение и внедрение новой техники и технологий, экономическое стимулирование, расчеты с бюджетными организациями.

Формируемые на предприятии денежные фонды можно подразделить на четыре группы: фонды собственных, заемных, привлеченных средств, оперативные денежные фонды.

К фондам денежных средств относятся: уставный капитал, добавочный капитал, инвестиционный фонд, валютный фонд и прочие. Инвестиционный фонд является источником увеличения уставного капитала, по тому, как вложения в развитие производства увеличивают стоимость фирмы. Валютный фонд формируется на предприятиях, получающих валютную выручку от экспортных операций, и покупающих валюту для импортных операций.

Фонды привлеченных средств включают в себя: фонд потребления, расчеты по дивидендам, доходы будущих периодов, резервы предстоящих расходов и платежей. Это фонды прочих средств. Они имеют двойственный характер. С одной стороны, эти средства находятся в обороте предприятия, а с другой стороны – принадлежат его работникам (дивиденды и фонд потребления).

Фонды заемных средств – это кредиты банков, коммерческие кредиты, факторинг, лизинг и прочие заемные средства. В условиях рыночной экономики ни одно предприятие не может обходиться без заемных средств. Многообразие фондов дает возможность использовать их в различных ситуациях.

Оперативные денежные фонды фирмы, образующие четвертую группу денежных фондов, создаются периодически. К этой группе относятся следующие фонды: для выплаты заработной платы, для выплаты дивидендов, для платежей в бюджет, и т.д.

Сегодня, в век информационных технологий, когда человечество столкнулось с проблемой ограниченности природных и энергетических ресурсов, предприятие не может оставаться лидером, развиваясь экстенсивным путем, то есть за счет только расширения производства. В связи с этим в большинстве современных предприятий происходит увеличение фонда денежных средств, направленного на инвестиции в нематериальные активы.

Под нематериальными активами понимается условная стоимость объектов интеллектуальной и иных имущественных прав, признаваемых объектом права собственности юридического или физического лица, и приносящая ему доход. Нематериальными активами могут считаться активы, приобретенные предприятием в любой форме для использования в производстве и реализации продукции, при осуществлении управления производственным процессом, но не имеющих материально-вещественной формы. К ним относятся: патенты, лицензии, торговые марки, товарные знаки, исключительное право на использование программного обеспечения для ЭВМ, права на интеллектуальную собственность и др. Перечисленные нематериальные активы представляют собой право на использование интеллектуальной собственности. Интеллектуальный капитал – это сумма знаний, обладающих определенным потенциалом, а также люди, являющиеся создателями этих идей. Следовательно, человек является основным источником знаний. А знания, обладающие возможностью применения на практике, способные приносить прибыль напрямую (например, создание и продажа программного обеспечения) или опосредованно (увеличение прибыли компании за счет использования этого программного обеспечения), приобретают материальную ценность.

Носителями интеллектуального капитала могут быть люди различных профессий, обладающих творческим мышлением и наделенных уникальными способностями, значимость которых в большей степени оценивается в условиях рынка. Но важен тот факт, что интеллектуальный капитал, как экономическая категория, только являясь товаром, приносящим не только стоимость, но и прибавочную

стоимость. В современном обществе интеллектуальный капитал определяет конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, выступая ключевым ресурсом их развития.

Интеллектуальный капитал состоит из человеческого, организационного и потребительского капитала. Человеческий капитал, как упоминалось ранее, это: знания, навыки, творческие способности, моральные ценности. Организационный капитал включает в себя техническое и программное обеспечение, патенты, товарные знаки, организационную структуру и т.д. Потребительский капитал состоит из истории с взаимоотношений с клиентами, информации о них, торговой марки. Три составляющих интеллектуального капитала существуют в постоянной взаимосвязи.

Развитие интеллектуального капитала невозможно без инвестиций. Существуют отличия инвестиций в этот вид капитала от других видов инвестиций. Они выражаются в следующем:

1. Отдача от инвестиций в интеллектуальный капитал непосредственно зависит от продолжительности трудоспособного периода его носителя. Чем раньше делаются вложения в человека, тем быстрее они начинают давать отдачу. Но нужно иметь в виду, что более качественные и длительные инвестиции приносят более высокий и более долговременный эффект.

2. Интеллектуальный капитал подвержен не только физическому и моральному износу, но и способен накапливаться и умножаться. Износ интеллектуального капитала определяется, во-первых, степенью естественного износа (старения) человеческого организма и присущих ему психофизических функций, а во-вторых, степенью морального износа (устаревания) знаний. Накопление интеллектуального капитала осуществляется в процессе накопления работником производственного опыта. Если данный процесс осуществляется непрерывно, то по мере использования интеллектуального капитала его качественные и количественные (качество, объем, ценность) характеристики улучшаются и увеличиваются.

3. По мере накопления интеллектуального капитала его доходность повышается до определенного предела, ограниченного верхней границей активной трудовой деятельности (активного трудового возраста), а потом резко снижается.

4. Не всякие инвестиции в человека могут быть признаны вложениями в интеллектуальный капитал, а лишь те, которые целесообразны и экономически эффективны.

При этом, как всякая стоимость, основа стоимости интеллектуального капитала определяется необходимостью воспроизводства интеллектуальной собственности, с одной стороны, а с другой – необходимостью получить соответствующую отдачу от использования ее в воспроизводственном процессе.

В оценке интеллектуального капитала имеется одна особенность, которая заключается в том, что у интеллектуального капитала процесс износа и обесценивания протекает иначе, чем у материально-вещественных факторов. В первые годы функционирования интеллектуального капитала за счет физического взросления работника, а также за счет накопления им производственного опыта, экономическая ценность запаса его знаний и способностей не уменьшается, как это происходит с физическим капиталом, а, напротив, возрастает. Наблюдается процесс повышения ценности интеллектуального капитала.

Обычно темпы физического и морального износа запаса знаний и квалификации начинают перекрывать значение непрерывно продолжающегося роста другого актива — производственного опыта, где-то к концу второго десятилетия трудового стажа. Лишь с этого момента начинается процесс обесценивания интеллектуального капитала. Наконец, у вещественных средств производства амортизационный процесс строится обычно таким образом, чтобы к концу срока службы полностью списать их стоимость. С интеллектуальным капиталом дело обстоит иначе. В большинстве случаев окончание трудовой деятельности работника вовсе не означает, что накопленный им запас знаний и навыков подвергся полному износу и обесцениванию.

Таким образом, при всей сложности оценки и учета интеллектуального капитала на балансе предприятия, не стоит преуменьшать его роль в росте возможностей предприятия и увеличении ее балансовой стоимости. Этот вид капитала, как правило, не окупается в первые 1 – 3 года, а начинает приносить существенную прибыль только после 5 лет использования. Но использование результатов интеллектуальной деятельности специалистов приносит существенные конкурентные преимущества, что не маловажно в современных условиях рынка. Однако, для российских предприятий использование такого рода преимуществ до сих пор остается новшеством, которое они не торопятся внедрять в свою хозяйственную деятельность. Дело в том, что большинство российских компаний нацелены на мгновенную окупаемость. Тем не менее, ряд отечественных предприятий, вступившие на путь интенсивного развития уже сегодня получают результаты. К таким компаниям можно отнести ОАО «Глория Джинс», в которой на сегодняшний день используется: торговая марка («GloriaJeans»), товарный знак (GJ), использование современных программ ЭВМ для обслуживания процессами компании позволили ей увеличить свои обороты за последние 5 лет в 10 раз! Торговые площади компании составляют 100000 квадратных метров, и 400 городов мира заинтересованы в открытии у себя магазинов ОАО «Глория Джинс»[3].

Данный пример показывает, что российские компании использовали далеко не все средства конкурентной борьбы, чтобы выживать и расти в условиях открытого рынка.

Источники и литература:

1. Гальперин В. М. Макроэкономика / В. М. Гальперин, С. М. Игнатъев, В. И. Моргунов. – СПб. : И-т «Экономическая школа», 2004.
2. Колчина Н. В. Финансы предприятия / Н. В. Колчина. – М. : Юнити-Дана, 2001.

3. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М. : Акционер, 2002.
4. ОАО «Глория Джинс» : [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа : <http://www.gloria-jeans.ru/>

Петрашко Л.П.

УДК 005.35

СТРАТЕГІЧНА КОРПОРАТИВНА ФІЛАНТРОПІЯ: ОЦІНКА ВІТЧИЗНЯНИХ ПРАКТИК

Світовий досвід реалізації програм корпоративної благодійності свідчить про значне зростання кількості компаній, які виділяють ресурси на благодійність, про цілеспрямований характер пожертв, про свідомий вибір власних стратегій благодійності в багатьох бізнес структурах. Потреба в добрих ділах притаманна кожній людині. Корпоративна філантропія – це досить умовне поняття, тому що мета любого бізнесу прибуток, а не духовні потреби.

Поняття корпоративної благодійності в науковій літературі трактується, як безоплатна або пільгова передача матеріальних і нематеріальних ресурсів компанії соціальним і культурним установам, соціально незахищеним верствам населення, тощо. Традиційна корпоративна благодійність компанії формується на основі швидкого і досить часто безсистемного реагування на запити людей та організацій, яким необхідна така допомога.

Накопичення практичного досвіду привело до розуміння власниками, акціонерами, топ – менеджерами компаній ситуації, що неможливо допомогти одночасно всім і що така нерегулярна, неоднорідна, несистемна традиційна корпоративна філантропія не вирішує гострих соціальних проблем, не знижує соціальну напруженість в суспільстві. Останнім часом з'явилася нова тенденція щодо формату корпоративної благодійності – акцент на створенні механізмів організаційного і фінансового сталого розвитку спеціальних благодійних структур і на визначенні стратегічних орієнтирів благодійності кожної компанії. Суть таких концепцій можна визначити словами Джорджа Сороса про те, що допомагати потрібно не тим, кому гірше всіх, а тим, хто знає, як можна зробити краще. Бізнес середовище осмислено визначає благодійність, як один із стратегічних напрямків своєї діяльності, який вимагає професійного менеджменту. І саме стратегічна корпоративна філантропія принесе вигоди компаніям у перспективі: підвищення іміджу компанії та лояльності до бренду, створення додаткових робочих місць, залучення нових клієнтів та інвесторів, підвищення вартості акції та обсягу продаж, покращення стосунків в колективі, скорочення поточних затрат, збереження навколишнього середовища, комфортність умов діяльності в здоровому суспільстві.

Рамки професійних дискусій щодо розвитку корпоративної благодійної діяльності компанії та пошуку шляхів розповсюдження ефективних технологій та практичних моделей управління соціальними та благодійними програмами досить широкі як у міжнародному та і в вітчизняному масштабах [1- 10]. Експерти розрізняють наступні моделі корпоративної благодійності: традиційна, стратегічна благодійність, благодійність як соціальне інвестування (як приклад: венчурна філантропія)[1,2]. Основні відмінності моделей корпоративної філантропії детально описані міжнародними і вітчизняними дослідниками визначеної сфери [1,2,3,4]. Американський, європейський та російський досвід сфери корпоративної філантропії проаналізований в роботах Туркіна С., Симпсон С., Івченко С., та інших [1,2,3,4,5]. В українському суспільстві поки що не сформовані чіткі критерії та принципи, що відрізняють поняття корпоративна соціальна відповідальність та корпоративна благодійність (корпоративна філантропія). Досить часто ці поняття ототожнюють або розглядають їх паралельно. Велика кількість спеціалістів вважає корпоративну благодійну діяльність компанії складовою її корпоративної соціальної відповідальності, першим кроком на шляху сталого розвитку компанії. На сьогодні існує нагальна потреба в окресленні формату стратегічної благодійної діяльності компанії.

Ціллю нашого дослідження є уточнення та систематизації понятійного апарату стратегічної корпоративної філантропії; оцінка практичних моделей і інструментів реалізації корпоративної благодійної діяльності українських компаній; визначення та формування портфоліо стратегічної благодійності в українському бізнес – середовищі.

Оцінка та систематизація різноманітних концепцій та понять корпоративної благодійності дозволяє визначити наступні її типи: традиційну благодійність, стратегічну благодійність та благодійність як соціальне інвестування. Характерні риси традиційної корпоративної благодійності були розглянуті вище. Стратегічну корпоративну благодійність ми визначаємо, як діяльність, що забезпечує реалізацію довгострокових цілей компанії; гармонізує інтереси отримувачів допомоги та донорів; розширює інструментальне забезпечення філантропії за рахунок використання наряду з традиційними інструментами і нетрадиційних, а саме: волонтерства, програмного підходу благодійної допомоги, конкурсного фінансування, соціального інвестування, за відсутності бізнес вигоди для компанії – донора. Модель соціального інвестування в сфері благодійної діяльності компанії дозволяє пов'язати соціальні програми зі стратегічними цілями розвитку основного бізнесу компанії.

Дослідження процесів розвитку благодійної діяльності в Україні проводились в період з 2005 (благодійний фонд «Творчий центр Каунтерпарт») по 2009 роки (Український форум благодійників).