

Легенчук С. Ф., д. э. н., профессор,
Житомирский государственный технологический университет,
г. Житомир, Украина
Рожук Ю. О., магистрант,
Житомирский государственный технологический университет,
г. Житомир, Украина

ОСОБЕННОСТИ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ ОБ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОМ КАПИТАЛЕ В ИНТЕГРИРОВАННОЙ ОТЧЕТНОСТИ УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ

Появление интегрированной отчетности в современных условиях учетной практики в Украине направлено на удовлетворение запросов различных групп пользователей. Обычная финансовая отчетность освещает только финансовые показатели за прошлые периоды и не имеет возможности продемонстрировать инвесторам перспективы развития компании, раскрыть возможности создания добавленной стоимости, отобразить информацию о социальной ответственности компании перед обществом, а также об объектах, которые не поддаются количественной оценке. Именно интегрированная отчетность призвана установить связь между руководством компании и различными группами пользователей информации (работниками, инвесторами, клиентами, природоохранными организациями, обществом и т. д.).

Открытый доступ к интегрированным отчетам в Интернете позволил проанализировать отчеты ряда украинских компаний и групп компаний («СКМ», «Фокстрот», «Киевстар», «Концерн Галнафтогаз», «Оболонь», «Артериум», «1+1 Media», «Астарт-Киев», «Новая почта», «ЕУ», «АрселорМиттал»). Проведенный анализ позволил установить, что большинство интегрированных отчетов отличаются по своей структуре, особенно отличаются отчеты последних лет от первых опубликованных отчетов. Например, «Отчет о корпоративной социальной ответственности компании «Киевстар» за 2008 год занимает всего 13 страниц и представлен в черно-белом варианте набранного текста, без иллюстраций, схем и графиков. Авторы данного отчета использовали только такие примитивные инструменты выделения текста, как курсив и жирный шрифт, чтобы привлечь внимание пользователей на название разделов или слоганы компании. Совсем другими выглядят интегрированные отчеты последних лет – цветные, с иллюстрациями, графиками, таблицами, интервью, фотографиями по производству и благотворительным мероприятиям компании. Так, «Отчет по корпоративной социальной ответственности «1+1 Media» (2016) насыщен фотографиями сотрудников, местами их работы, иллюстрациями брендов, вспомогательными знаками и т. д., что обеспечивает удобство восприятия представленного материала. Основным недостатком таких отчетов можно назвать их большую емкость, поскольку проработка такого отчета, размером 157 страниц, требует много времени, противоречит такому принципу составления интегрированной отчетности, как краткость. Считаем, что большой объем интегрированного отчета не позволяет адекватно интерпретировать пользователям все показатели компании, поэтому разработчикам таких отчетов следует обратить внимание на лаконичность и краткость при их составлении и обнародовании.

Относительно размеров компаний, которые составляют интегрированные отчеты, то количество их сотрудников варьируется от 494 («ЕУ») до 250 тыс. человек (Группа компаний «СКМ»). Это подтверждает предположение о том, что интегрированные отчеты составляют все компании, независимо от их размеров, для обеспечения повышения уровня прозрачности деятельности и притока капитала. В то же время в интегрированных отчетах на сегодня больше заинтересованы крупные корпорации или группы компаний, являющиеся лидерами в своих отраслях, а также работающие на международных рынках или планирующие на них выходить.

Вопросы интеллектуального капитала раскрываются в интегрированной отчетности украинских компаний в разрезе его основных составляющих – человеческого, структурного и клиентского капиталов.

Характеристиками человеческого капитала в интегрированной отчетности чаще всего выступают показатели, связанные с работниками компаний – от средней заработной платы и обеспечения социальной защиты до возможностей карьерного роста и стажировки за рубежом. В каждом из проанализированных отчетов вопросы человеческого капитала компаний поднимаются с обоснованием его актуальности. Не во всех отчетах приводятся количественные показатели и их динамика, что свидетельствует о необходимости освещать такую информацию, ведь именно эта составляющая интеллектуального капитала является залогом успешного функционирования хозяйственной деятельности предприятий.

Анализ интегрированных отчетов на наличие информации о структурном капитале, к которому относят все, что связано с системой управления на предприятии (организационная структура, корпоративная культура и этика, корпоративные ценности, программное обеспечение, базы данных, результаты интеллектуального творчества и т. д.), показал, что если она и приводится, то имеет размытый характер и не характеризует количественно его составляющие. Поэтому одним из направлений развития интегрированной отчетности является разработка и внедрение показателей структурного капитала, без которого успешное функционирование компании невозможно.

Анализ интегрированных отчетов на наличие информации о клиентском капитале показал, что несмотря на огромное значение клиентов в процессе формирования денежных потоков в будущем, такие данные приводятся не во всех отчетах, при этом в большинстве отчетов основное внимание уделяется одной из его составляющих – брендам. Так, ЗАО «Оболонь» в «Отчете об устойчивом развитии» 2015 года приводит собственный портфель брендов в разрезе разделения продукции на пиво, слабоалкогольные напитки, безалкогольные напитки, воду и снеки. В свою очередь, ООО «Новая почта» в собственном отчете по устойчивому развитию за 2017 представляет статистику опознания бренда «Новая Почта» – 96 % клиентов знают бренд, а 93 % пользовались услугами компании. Представленная информация по клиентскому капиталу довольно скудна и в основном ограничивается высказываниями, «что мы являемся клиентоориентированной компанией», «имеем доверие клиентов», «обеспечиваем управление отношениями с клиентами» и т. п. Если доверие клиентов имеет для конкретной компании очень важное значение, поэтому в интегрированных отчетах следует раскрывать определенные коэффициенты, характеризующие лояльность или удовлетворенность клиентов, их динамику.

Проведенный анализ уровня раскрытия интеллектуального капитала в интегрированной отчетности в контексте его разделения на человеческий, структурный и клиентский капиталы позволил установить, что наибольшее внимание уделяется рас-

крытию информации о человеческом капитале, поскольку вопросы, посвященные работникам компаний, поднимаются во всех рассмотренных отчетах. Структурный капитал в интегрированной отчетности украинских компаний раскрывается в основном в части корпоративных ценностей, миссии, целей деятельности, при этом практически отсутствуют количественные показатели данного элемента интеллектуального капитала. Клиентский капитал также раскрывается недостаточно полно, с преобладающим использованием качественных показателей (бренды, лояльность и удовлетворенность клиентов), что создает значительные проблемы при проведении его количественной оценки и обуславливает необходимость соответствующего усовершенствования данного элемента интегрированных отчетов украинских компаний.

УДК 330.87

Петрович М. В., д. э. н., профессор,
УО «Белорусский государственный экономический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

ЭКОНОМИКА УПРАВЛЕНИЯ КАК НАУЧНАЯ ОБЛАСТЬ И УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА

Экономика как наука имеет мощное теоретическое обоснование, предметную сегментацию и богатую историю. Ее возникновение связано с появлением у людей излишков производимых продуктов и необходимостью их эффективного обмена на продукты других производителей. Традиционно под экономикой понимали искусство ведения домашнего хозяйства: низкие трудозатраты, производительный труд, эффективный обмен, рациональное потребление.

В отличие от экономики управление как наука сформировалось в новейшей человеческой истории – на рубеже XIX–XX веков, когда накопленная экономическая практика организации ремесленных, сельскохозяйственных и промышленных производств объективно трансформировалась в соответствующие теоретические, т. е. универсальные, принципы, методы и функции воздействия на производственные, распределительные и обменные процессы.

Однако, несмотря на значительную разницу в генезисе этих двух наук, они имеют общий генезис и семиотику. Так, традиционное понимание экономики как искусства ведения домашнего хозяйства логично предполагает управленческую составляющую, потому что искусство ведения домашнего хозяйства означает умелое распоряжение, т. е. управление имеющимися в хозяйстве ресурсами. Тем самым нужно утверждать, что экономика – это и управление, неразделимые ни во времени, ни в пространстве.

С другой стороны, управление в рыночных средах неизбежно связано с экономическими критериями оценки его эффективности, экономическими ресурсами (земля, труд, капитал, время, информация, знания и др.) и экономическими последствиями (конкурентоспособность, капитализация, экономическая власть, глобализация, экономическая эффективность и др.).

Таким образом, на современном этапе развития управления и экономики, как автономных научных сфер, нужно говорить об экономике управления – самостоятельной научной области на стыке этих двух фундаментальных научных направлений. Экономика управления рассматривает всю систему экономических отношений