

*І.В. Бриль, к.е.н.,
Т.Д. Василенко*

ВИЗНАЧЕННЯ ЕТАПІВ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний рівень розвитку економіки потребує від підприємств не лише матеріальних і фінансових ресурсів, але й ефективного використання нематеріальних ресурсів. Саме нематеріальні активи (НМА) здатні стати засобом сталого розвитку, забезпечити високу конкурентоспроможність підприємства. Головні конкурентні переваги виникають із розвитку навичок, досвіду, впровадження інновацій, ноу-хау, розуміння ринку, володіння базами даних, використання систем обміну інформацією, високої кваліфікації персоналу, тобто нематеріальних ресурсів.

Отже, управління НМА стає сьогодні все більш актуальним. Управління НМА – це процес прийняття рішень щодо створення і введення нематеріальних активів у комерційний обіг в умовах ринкової конкуренції з метою одержання максимального прибутку. Правильні та своєчасні дії з нематеріальними активами можуть істотно змінити економічну базу підприємства, внести значні зміни у структуру активів, практики визначення бази оподаткування, відносин із партнерами, значно поліпшити стан економіки в цілому. Реалізуючи цикл управління нематеріальними активами, підприємство може підвищити ефективність своєї діяльності за рахунок якнайповнішого і раціональнішого використання інформації, репутації і тих знань, правами на використання яких воно володіє. Слід відзначити, що нематеріальні активи є повноцінними відносно господарського обігу підприємства: їх використовують в операціях купівлі-продажу, на них направляють майнові позови, їх вносять як вклад юридичних і фізичних осіб в акціонерний капітал при придбанні акцій компанії, включають їх вартість до складу основних фондів тощо.

© І.В. Бриль,
Т.Д. Василенко, 2015

Дослідженню нематеріальних активів як елемента підвищення конкурентоспроможності підприємства приділяється увага в роботах як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Праці Б. Мільнера, П. Друкера, І. Нонака, Х. Такеучі, Л. Едвінсона, Д. Кларка, Р. Кросслі, Г. Стіглера, К. Ерроу, Ю. Павленко, З. Румянцевої, В. Смирнової присвячено розробці різних систем управління такими нематеріальними активами, як знання.

Такі вчені, як Н. Балакірева, П. Дойль, Р. Каплан, Ю. Козир, Д. Нортон, Р. Тіссен, досліджують нематеріальні активи з точки зору їх відображення у бухгалтерській звітності підприємницьких структур; Д. Аакер, Т. Гед, Д. Огілві – окремі нематеріальні активи (бренди, лояльність покупців, репутацію фірми).

Зарубіжні науковці, такі як Т. Стюарт, Е. Брукінг, Р. Вільямс, Р. Екклз, І. Нонака, Х. Такеучі, Л. Едвінсон, П. Друкер, Д. Кларк, Р. Кросслі, В. Міллер, Г. Стіглер, К. Ерроу, М. Портер, А. Маршалл, Р. Рейлі, Й. Шумпетер, Р. Коуз, О. Харт, Р. Солоу, розглядають НМА як один із найважливіших елементів підвищення конкурентоспроможності підприємства [1-5].

Однак, незважаючи на значну кількість публікацій щодо даної проблематики, специфіка побудови системи управління нематеріальними активами підприємства вивчена недостатньо. Тому ця сфера знання активно формується у вітчизняній економічній науці, що обумовлено істотним потенціалом нематеріальних активів в інноваційній економіці.

Метою статті є визначення етапів формування механізму управління нематеріальними активами підприємства.

В умовах глобалізації не лише праця або капітал є джерелом прибутку підприємства. Ідеї, знання, навички, уміння, інформація взаємопов'язані як з процесами виробництва продуктів, так і з процесами організації підприємства, обміну інформацією з клієнтами, споживачами, постачальниками, конкурентами. Сьогодні більший успіх має те підприємство, яке випереджає конкурентів за обсягом знань, доступною для аналізу і використання інформацією, швидкістю обробки відповідних документів. Таким чином, розвиток світової економіки визначається в першу чергу сукупним суспільним інтелектом, знаннями

й інформаційними ресурсами. Ці показники стають усе більш значимими у визначенні конкурентоспроможності країни.

У всесвітній щорічній доповіді про людський розвиток 2014 р. йдеться про ступінь розвитку інтелектуального капіталу, який свідчить про рівень освіти людей у різних країнах світу. У цифровому вираженні у зазначеній доповіді він представлений індексом людського розвитку.

Згідно з доповіддю п'ятірку держав із найвищим рівнем людського розвитку у світі складають Норвегія, Австралія, Швейцарія, Нідерланди і США. У категорію країн із високим рівнем людського розвитку входять Естонія, Литва і Латвія, які займають 33; 35 і 48 місця відповідно. Більш високі показники мають Франція – 20 місце, Ізраїль – 19, Японія – 17, Німеччина – 6 місце (див. рисунок).

Пострадянські країни належать до країн із середнім рівнем людського розвитку – це Білорусь, Росія, Казахстан, Азербайджан, що займають 53; 57; 70 і 76 місця відповідно. У цій категорії перебувають також Грузія, Україна і Вірменія – 79; 83 і 87 позиції відповідно [6, с. 1-4].

Інтенсивний розвиток інформаційних технологій змінює шляхи виробництва вартості. Але на підтвердження тези про низьку, порівняно із зарубіжними країнами, інноваційну активність вітчизняних компаній можна навести такі дані по європейських країнах [7]: питома вага організацій, що здійснювали технологічні інновації, становить у Німеччині 65,1%, Швеції – 50, Великобританії – 43, Португалії – 40,9, Італії – 36,3, Франції – 32,6, Україні – 6%. Питома вага відвантажених товарів, виконаних робіт, послуг організацій, що здійснюють технологічні інновації, в загальному обсязі: у Німеччині – 89,3%, Швеції – 74,5, Великобританії – 73,4, Франції – 68,4, Португалії – 67,6, Італії – 64,8% [8, с. 3-7]. Питома вага нових для ринку інноваційних товарів, робіт, послуг у загальному обсязі товарів, послуг організаціями промислового виробництва: у Швеції – 14,6%, Німеччині – 10,9, Великобританії та Франції – по 10,2, Італії – 9,3, Португалії – 6,8, Україні – 0,5%. Отже, інноваційна активність вітчизняних компаній набагато нижче, ніж в інших країнах Європи (табл. 1).

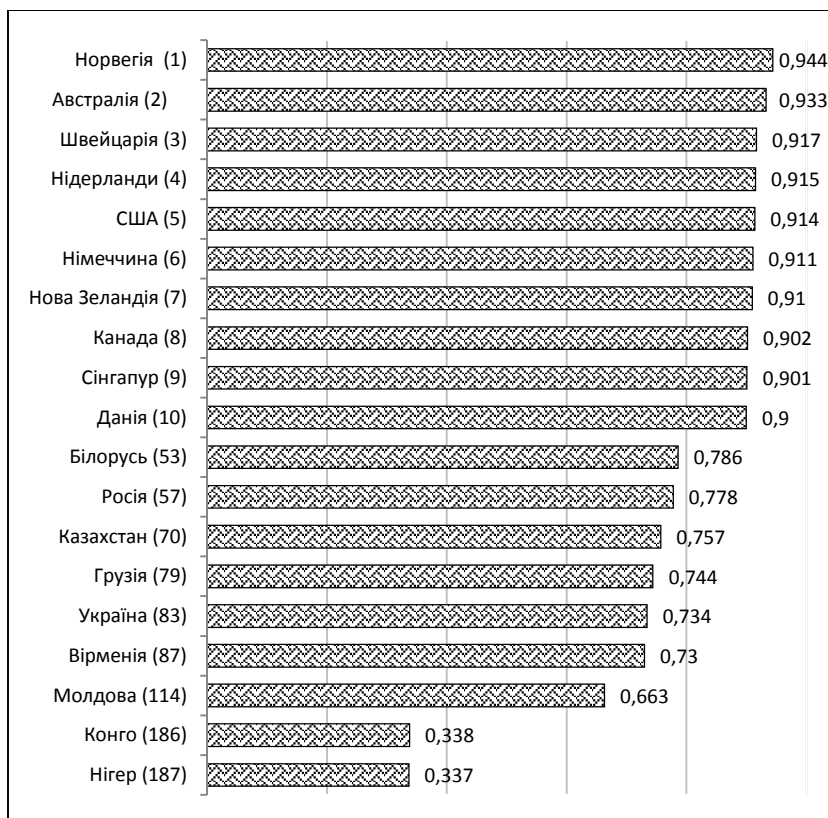


Рисунок. Індекс людського розвитку у 2014 р.

В умовах інноваційної економіки промислові підприємства мають розробляти й упроваджувати такі стратегії розвитку свого бізнесу, які сприяли б інноваційному оновленню використуваних технологій і продукції, що виробляється, збільшенню вартості продукції за рахунок управління знаннями і впровадження високих технологій, підвищенню ролі нематеріальних активів, що дозволить конкурувати на внутрішньому та світовому ринках. Тому сьогодні особливий акцент робиться на управлінні НМА, які значною мірою є джерелами більшості технологічних, технічних нововведень у сучасних умовах.

Аналіз статистичних даних за 2009-2014 рр. щодо НМА промислових підприємств наведено у табл. 2.

Кількість промислових підприємств, що здійснювали та впроваджували інновації в Україні [9, с. 1-2]

Показники	2000	2005	2012	2013	2014*	Відхилення	
						2005	2013 р. до 2012
Питома вага підприємств, що здійснювали інновації, %	18,0	11,9	17,4	16,8	16,1	4,9	-0,6
Загальна сума витрат на інновації, млн грн	1760,1	5751,6	11480,6	9562,6	7695,9	3811,0	-1918,0
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	14,8	8,2	13,6	13,6	12,1	5,4	0
Упроваджено нових технологічних процесів, од.	1403	1808	2188	1576	1743	-232	-612
у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	430	690	554	502	447	-188	-52
Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	15323	3152	3403	3138	3661	-14	-265
з них нові види техніки	631	657	942	809	1314	152	-133
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	6,8	6,5	3,3	3,3	2,5	-3,2	0

* Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Таблиця 2

*Кількість заявок та отриманих охоронних документів на
об'єкти промислової власності [9, с. 3]*

Показник	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Патенти на винаходи</i>						
Надійшло заявок	4812	5310	5247	4945	5418	4813
Зареєстровано	4002	3874	4061	3405	3635	3319
Чинних патентів на кінець року	24651	24617	24773	25276	26033	26183
<i>Патенти на корисні моделі</i>						
Надійшло заявок	9200	10679	10437	10228	10175	9384
Зареєстровано	8391	9405	10291	9951	10137	9196
Чинних патентів на кінець року	33575	35259	38225	40168	41121	40268
<i>Патенти на промислові зразки</i>						
Надійшло заявок	1669	1686	1761	1851	3778	2664
Зареєстровано	1754	1431	1337	1541	2010	2464
Чинних патентів на кінець року	10816	9907	6454	8084	10051	11095
<i>Свідоцтва на знаки для товарів і послуг</i>						
Надійшло заявок	17866	20603	21091	22781	24471	18796
Зареєстровано	15137	16686	16677	15459	14981	14698
Чинних патентів на кінець року	105988	120133	133411	144481	153548	161592

У 2013 р. зросла активність у поданні заявок на об'єкти промислової власності: надійшло 3778 заявок на промислові зразки, що вдвічі перевищило показник попереднього року, а кількість зареєстрованих зразків зросла на 469,0, що склало 30%. Також більше заявок подано на винаходи (на 10%), на знаки для товарів і послуг (на 7%). Відповідно зросла кількість зареєстрованих заявок та чинних патентів на кінець 2013 р. Зростання чинних патентів склало: на винаходи – 3%, на корисні моделі – 2,4, на промислові зразки – 24%, на знаки для товарів і послуг – 6%. У 2014 р. показники значно погіршилися. Так, щодо винаходів подано заявок: у 2013 р. – 5 418, у 2014 – 4 813, що на 11,7% менше порівняно з попереднім роком. Видано патентів: у 2013 р. – 3 635, у 2014 – 3 319, що на 8,69% менше. Щодо корисних моделей подано заявок: у 2013 р. – 10 175, у

2014 – 9384, що на 7,77% менше. Видано патентів: у 2013 р. – 10 137, у 2014 – 9 196, що на 9,28% менше.

Важливим джерелом забезпечення стійкості функціонування і розвитку підприємств, конкурентних переваг є ефективне управління нематеріальними активами. У сучасних умовах приріст ринкової вартості компанії відбувається внаслідок його здатності інвестувати не лише в освоєння нових видів продукції або впровадження нових технологій, що знижують витрати, але і в нематеріальні активи.

Під управлінням НМА розуміється сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організацію і контроль процесів формування, розвиток і використання інтелектуальних активів підприємства, а також мотивацію процесів накопичення і множення нематеріальних активів. Процес управління НМА має бути системним і підпорядковуватися інноваційним цілям підприємства. Основними етапами управління НМА є такі:

- 1) підготовчий;
- 2) дослідження зовнішнього конкурентного середовища;
- 3) вибір конкурентної стратегії;
- 4) оперативний.

Розглянемо кожен етап.

Головним завданням підготовчого етапу є інвентаризація нематеріальних активів.

Ресурси, що належать до нематеріальних активів, не здатні самостійно створювати вартість, а ефективними вони стають лише у поєднанні з іншими матеріальними ресурсами. У зв'язку з цим необхідне комплексне управління даними ресурсами з метою перетворення їх на активи компанії. У зарубіжній літературі пропонується чимала кількість методів і моделей, які більшою чи меншою мірою охоплюють активи (табл. 3).

Нематеріальні активи присутні на кожному підприємстві, де вони складають частину активів у розмірі 5-30%, а також в інноваційній компанії, проектній або дослідницькій організації, де вони можуть складати до 98% активів. У зв'язку з цим основним завданням при розробці стратегії інноваційного розвитку

підприємства на основі управління НМА є формування й оцінка структури портфеля нематеріальних активів підприємства.

Таблиця 3

Моделі та методи аналізу нематеріальних активів на підприємстві [7; 10; 11]

Модель	Короткий опис
Модель Сент-Онжа	Методи виміру НМА, які складаються з трьох елементів: людського капіталу; споживчого капіталу; структурного капіталу
Модель Skandia Navigator	НМА складаються з людського і структурного капіталу. Капітал компанії = капітал фінансовий + капітал інтелектуальний. Модель відображає п'ять аспектів діяльності компанії: фінансовий, споживчий, процесний, оновлення і розвитку, людський
Монітор нематеріальних активів	Напрями аналізу нематеріальних активів: зовнішня структура; внутрішня структура; компетентність людей
Метод КЕМА	Усі показники обчислюються на базі витрат, пов'язаних з освітою, навчанням, накопиченням досвіду і вартості знань
The Balanced Scorecard	Оцінює НМА компанії на основі чотирьох складових: фінансової; клієнтської; внутрішніх бізнес-процесів; навчання і розвитку
Монітор нематеріальних активів Celemi	Визначає три напрями аналізу НМА: наші клієнти; наша організація; наші люди
Метод оцінки прибутку від знань	Даний метод розраховує показник «нормалізований прибуток», який відображає минулі та майбутні доходи
Метод Value Explorer	Метод дозволяє оцінити можливості компанії, пов'язані з майбутніми доходами

Портфель НМА – це пакет патентів й охоронних документів, що захищають ряд науково-технічних напрямів, у рамках яких створений наукоємний товарний продукт, тобто це сукупність НМА, що складають інноваційний потенціал підприємства. Розрізняють такі підходи до формування портфеля НМА:

конструкційний і функціональний підходи до створюваної продукції (конструкційний підхід пов'язаний з особливостями

конструкції виробу, тобто з об'єктами, що належать до пристроїв, а функціональний підхід – із виконанням дій над матеріальними об'єктами, тобто з об'єктами, що належать до способу);

технологічний підхід (пов'язаний з особливостями виробництва наукоємної товарної продукції); в обов'язковому порядку розглядається необхідність патентного захисту технологічного устаткування, тобто об'єктів, що належать до пристроїв, а також способів виготовлення або виробництва тих або інших вузлів, що входять до його складу;

підхід, пов'язаний із реалізацією вибраної технології продажів на товарному ринку;

підхід до формування і монополізації великого сектору товарного ринку (підхід з позиції технології продажів і формування сектору ринку пов'язаний із необхідністю створення фірми з виразним фірмовим найменуванням та із захистом наукоємної товарної продукції товарними знаками).

Вибір напряму формування портфеля НМА здійснюється на основі розробленої керівництвом підприємства інноваційної стратегії.

З урахуванням викладених підходів послідовність етапів формування портфеля НМА підприємства можна представити таким чином:

1) визначення переліку нематеріальних ресурсів, які повністю перекривають всі напрями, що використовуються тією чи іншою мірою підприємством у повному технологічному циклі створення виробів, і їх вихід на товарний ринок;

2) виділення області перетинання НМА, які дублюються при створенні різних зразків техніки;

3) оптимізація формованих пакетів патентів у рамках загального портфеля НМА з метою мінімізації кількості патентів у пересічних напрямках;

4) визначення мети і завдань формування портфеля НМА з урахуванням загальної стратегії інноваційного розвитку підприємства;

5) формування й оцінка портфеля НМА на основі комплексної системи показників і в рамках розробленої інноваційної стратегії.

Наступне завдання підготовчого етапу управління нематеріальними активами пов'язане з визначенням їх вартості. Нематеріальні активи – це частина майна підприємства, тому вони підлягають бухгалтерському обліку й оцінці для постановки на баланс з метою подальшої обов'язкової амортизації, можливої купівлі-продажу тощо.

При управлінні НМА на рівні підприємства оцінку їх вартості слід розглядати як результат аналітичного дослідження й узагальнення умов, порядку і характеру використання таких активів у фінансово-господарській діяльності конкретного підприємства. Здійснюється управління НМА на підприємстві за допомогою ROA-методів, методів ринкової капіталізації, витратних методів, порівняльних та прибуткових методів, методів прямого виміру НМА та системи показників [12-15]. Підприємство при проведенні управлінських дій, визначивши нематеріальний актив, саме обирає оптимальний метод його оцінки.

При комплексному підході до оцінки НМА і розробці єдиної системи аналізу НМА у структурі підприємства для оптимізації його інноваційного розвитку необхідно дотримуватися таких умов:

- при оцінці НМА слід ґрунтуватися на майбутньому прибутку, а не на колишніх витратах;

- результатом оцінки мають стати конкретні вартісні показники;

- результат оцінки не має залежати від суб'єктивних чинників тимчасового характеру, наприклад чуток, динаміки курсу акцій тощо;

- оцінці підлягають не знання працівників компанії, а технології, що дозволяють їх ефективно використовувати, наприклад, процеси управління, загальні моральні цінності та норми, імідж, бренд тощо;

- методи оцінки мають бути гнучкими, щоб ураховувати конкретні умови підприємства, проте мають включати показники, що дозволяють порівнювати його роботу з роботою конкурентів;

- методи оцінки мають сприяти виявленню прихованого потенціалу нематеріальних ресурсів підприємства.

Визначення основних етапів механізму управління НМА полягає у створенні оптимального обсягу нематеріальних активів у структурі інноваційного потенціалу підприємства, що має включати: аналіз інноваційного розвитку підприємства і визначення необхідності оптимізації обсягу даного виду активів на підприємстві, проведення вартісної оцінки ліквідності НМА, зміну структури нематеріальних активів і формування портфеля НМА.

Наступне завдання підготовчого етапу, органічно пов'язане з першими двома (інвентаризацією та оцінкою), стосується правового регулювання відносин при створенні та використанні нематеріальних активів, які включають:

функціонування на підприємстві режиму комерційної таємниці, без якого неможливі правове існування і захист одного з об'єктів – ноу-хау;

оформлення й укладання договорів авторів із працедавцем щодо питань створення, правової охорони та використання об'єктів інтелектуальної власності;

розробку системи правової охорони раціоналізаторських пропозицій;

створення на підприємстві структур, що займаються маркетинговими дослідженнями і збутом продукції;

введення системи матеріального і морального заохочення авторів створеного нового інтелектуального продукту на підприємстві;

розробку внутрішніх нормативних документів, що регламентують постановку нематеріальних активів на баланс підприємства;

підготовку і навчання персоналу для роботи із створення і використання нематеріальних активів;

створення системи взаємодії юридичного, патентного, маркетингового й економічного відділів щодо питань використання нематеріальних активів.

Отже, в рамках підготовчого етапу:

створюється реєстр усіх інтелектуальних ресурсів підприємства, що включає всі необхідні правові, технічні, економічні дані по кожному об'єкту інтелектуальної власності;

відображаються на балансі підприємства виявлені інтелектуальні ресурси як нематеріальні активи;

розробляється внутрішній правовий механізм для створення і використання нематеріальних активів на підприємстві.

Другий етап управління нематеріальними активами – дослідження зовнішнього конкурентного середовища, що складається з: вивчення фірм-конкурентів і продукції, що випускається ними, патентів на інновації, дослідження потреб ринку, проведення маркетингових досліджень, визначення науково-технічного рівня продукції, що випускається.

Результатом дослідження зовнішнього конкурентного середовища мають стати систематизовані відомості про конкуруючі фірми, що діють у даній галузі, і по можливості детальні відомості про продукцію, що випускається ними, включаючи патентний захист, технічні параметри, перспективні розробки.

Третій етап управління НМА – вибір конкурентної стратегії. Для прийняття того чи іншого рішення щодо використання нематеріальних активів має бути визначений свого роду системний орієнтир, по відношенню до якого керівництво обирає та реалізує конкретні дії.

Наступним є заключний оперативний етап – це реалізація прийнятих рішень, що полягає у виконанні всіх дій, необхідних для досягнення поставленої мети підприємства.

Висновки. Основними етапами механізму базової моделі управління нематеріальними активами підприємства є:

розробка стратегії – на основі балансу підприємства плануються вкладення в нематеріальні активи, необхідні для розробки, наприклад, нової технології, підтримки поточного бізнесу або поліпшення його конкурентоспроможності;

оцінка стратегії НМА і можливостей основних конкурентів у конкретній сфері;

класифікація всіх об'єктів інтелектуальної власності підприємства, аналіз використання та правової охорони даних об'єктів та інших груп НМА (бренд, репутація, корпоративна культура тощо);

визначення цінності всіх об'єктів нематеріальних активів, розрахунок витрат на їх підтримку і придбання нового об'єкта, а

також розробка плану дій щодо збільшення цінності нематеріальних активів відповідно до загальної стратегії підприємства, можливе збереження об'єкта, його ліцензування або відмова від нього;

прийняття рішення про майбутні капіталовкладення після того, як зазначено, які знання потрібні в подальшому, чи будуть вони накопичені всередині підприємства або придбані із зовнішніх джерел;

збір усього портфеля НМА;

систематичне повторення всього процесу.

Наведені етапи механізму управління НМА є достатньо простими й ефективними. Вони дозволяють проаналізувати, яке місце на ринку конкурентоспроможних підприємств посідають підприємство та його конкуренти, а також приймати обґрунтовані та конструктивні рішення щодо напрямку досліджень і захисту нематеріальної власності підприємства.

Сучасні економічні умови характеризують НМА як один із найважливіших факторів виробництва та підвищення ефективності діяльності підприємства. Визначення конкретних напрямів управління НМА на підприємстві дозволяє ефективно створювати й утримувати конкурентні переваги підприємства, підвищувати його капіталізацію, конкурентоспроможність, закріпити позиції підприємства на вітчизняному, світових ринках, що стає особливо актуальним в умовах торгівлі нашої держави з країнами Європейського Союзу.

Література

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2000. – 272 с.
2. Мильнер Б.З. Концепция управления знаниями в современных организациях / Б.З. Мильнер // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С.57-76.
3. Нонака И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. – М., 2003. – 384 с.

4. Рейли Р. Оценка нематериальных активов / Р. Рейли, Р. Швайс; пер. с англ. под ред. В.М. Рутгайзера. – М.: ИД «КВИНТО-КОНСАЛТИНГ», 2005. – 792 с.

5. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинсон, М. Меллоун // Новая постиндустриальная волна на Западе : Антология / под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 108 с.

6. Международные индикаторы человеческого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/data/explorer/>.

7. Horngren Ch. Cost Accounting. A. Managerial Emphasis / Ch. Horngren, G. Foster, D. Srikant. – Prentice Hall Int., Inc. – 9th Edition, 1996.

8. European comission statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/overview>.

9. Державна служба статистики України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

10. Measuring Knowledge Management in the Business Sector: First Steps OECD Publishing, 2003.

11. Hoffman R. Confrontation: A Strategic Management Simulation / R. Hoffman, D. Becker. – Homewood, Illinois. – 1989.

12. Jensen M.C. The takeover controversy: analysis and evidence / M.C. Jensen. – Oxford Un. Press., 1987.

13. Авдриссен Д. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов; пер. с англ. / Д. Авдриссен, Р. Тиссен. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 304 с.

14. Сычева Г.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса). / Г.И. Сычева, Е.Б. Колбачев, В.А. Сычев. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 384 с.

15. Мартин Г. Корпоративные репутации, брендинг и управление персоналом. Стратегический подход к управлению человеческими ресурсами / Г. Мартин, С. Хетрик; пер. с англ. – М.: ООО «Группа ИДТ», 2008. – 336 с.

Надійшла до редакції 09.10.2015 р.