

УДК 658.114

Бондаренко С.А.
*кандидат економічних наук, докторант,
старший науковий співробітник відділу
економічного регулювання природокористування
Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України*

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

INTANGIBLE ASSETS IN PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено ролі нематеріальних активів у забезпеченні інноваційного розвитку промислового підприємства. Проведено дослідження залежності інноваційного потенціалу підприємства від ступеня оновлення нематеріальних активів. Установлено, що зміна інноваційної структури відбувається успішно і стійко тоді, коли ці активи максимально зберігаються і вартість їх збільшується. Вважається, що для промислового підприємства актуальним на сьогодні є вироблення стратегії інноваційного розвитку на основі управління нематеріальними активами. Пропонується застосовувати метод формування портфеля цих активів у структурі інноваційного потенціалу підприємства.

Ключові слова: нематеріальні активи (НМА), інноваційний потенціал підприємства, інноваційний розвиток промислового підприємства, стратегія інноваційного розвитку, управління НМА, портфель НМА.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена выделению роли нематериальных активов в обеспечении инновационного развития промышленного предприятия. Проведено исследование зависимости инновационного потенциала предприятия от степени обновления нематериальных активов. Установлено, что изменение инновационной структуры происходит успешно и устойчиво тогда, когда эти активы максимально сохраняются и стоимость их увеличивается. Считается, что для промышленного предприятия актуальной на сегодня является выработка стратегии инновационного развития на основе управления нематериальными активами. Предлагается применять метод формирования портфеля этих активов в структуре инновационного потенциала предприятия.

Ключевые слова: нематериальные активы (НМА), инновационный потенциал предприятия, инновационное развитие промышленного предприятия, стратегия инновационного развития, управления НМА, портфель НМА.

ANNOTATION

The article is devoted to the role of intangible assets allocation in providing innovative development of industrial enterprises. A study of the innovation potential of the enterprise depends on the degree of update of intangible assets. It is established that changing patterns of innovation while is efficient and stable when stored maximum intangibles and cost increases. It is believed that for the industrial enterprise in modern conditions it is important to develop innovation development strategy based on intangible assets management. It is proposed to apply the method of a portfolio of intangible assets in the structure of innovation potential of the company.

Keywords: intangible assets, innovative potential of the enterprise, innovative development of industrial enterprises, innovative development strategy, managing intangible assets, intangible assets portfolio.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин промислового підприємству необхідно розвиватися, постійно оновлювати заходи

адаптації до швидко змінних умов середовища. Тому особливо актуальним стає вибір напрямку розвитку промислового підприємства. Ресурси, які здатні забезпечити розвиток підприємству, мають відповідати вимогам сьогодення: бути доступними, не дорогими, здатними до самовідновлення. Економісти стверджують, що лише інноваційна направленість розвитку може надати підприємству реальну можливість вистояти в тих жорстких умовах, в яких сьогодні опинились промислові підприємства.

У зв'язку з нинішніми тенденціями промислові підприємства змушені розробляти і впроваджувати такі стратегії розвитку свого бізнесу, які б дозволили конкурувати в умовах інноваційної економіки, специфічними рисами якої, згідно зі світовим досвідом, є: інноваційне оновлення використовуваних технологій і виробленої продукції для задоволення зростаючих потреб в різноманітних якісних товарах і послугах; збільшення вартості продукції за рахунок управління знаннями та впровадження високих технологій; підвищення ролі нематеріальних активів при розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства [1].

Інноваційний розвиток складається з аналізу і реалізації тих сторін функціонування підприємства (економічної, технологічної, наукової, виробничої та ін.), які пов'язані з інноваціями і у зв'язку з цим є узагальнюючим результатом інноваційної готовності господарських суб'єктів.

Інноваційна діяльність розглядається як найважливіше джерело розвитку, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність економіки, а інновації є своєрідним індикатором ділової активності, що визначає, як швидко розвиваються перспективні сектори за умови сприятливого інноваційного та інвестиційного клімату.

Нематеріальні активи (НМА) на промисловому підприємстві, які значною мірою є джерелами більшості технологічних, технічних і продуктових нововведень, в сучасних умовах виступають одним із ключових ресурсів для розвитку інноваційної діяльності.

Отже, набуває актуальності проблема вибору стратегічних пріоритетів інноваційного розви-

тку на основі управління НМА промислових підприємств. Для промислового підприємства необхідно сформулювати портфель НМА, який відповідатиме стратегічним цілям. Крім того, важливою є розробка системи управління НМА, інтегрованої в загальну систему управління підприємством.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна сутність поняття «нематеріальний актив» найкоротше визначена Б. Левом. На його думку, такий актив забезпечує майбутні вигоди, не маючи матеріального або фінансового (як акція або облігація) втілення [2]. Б. Лев вважає терміни нематеріальних активів, запасів знань та інтелектуального капіталу взаємозамінними тому, що їх широко використовують: перший – в бухгалтерському обліку, другий – економісти, третій – у менеджменті та юридичній літературі. При цьому Б. Лев зазначає, що в цілому всі вони зводяться до одного: невтіленого матеріального забезпечення майбутніх вигід. У [3] також терміни «інтелектуальний капітал» і «нематеріальні активи» є взаємозамінними. Тому можна погодитися з тезою, що нематеріальні активи є нематеріальним джерелом створення цінності підприємства, заснованими на навичках персоналу, організаційних ресурсах, бізнес-процесах і відносинах з акціонерами [2]. Така створена цінність стає запорукою майбутніх можливостей підприємства щодо формування системи його інноваційного розвитку.

Питанням інноваційного розвитку підприємства приділяли увагу в своїх працях такі вчені: Ю. Бажал, С. Валдайцев, С. Ільєнкова, С. Ілляшенка, О. Сухарєв, П. Завлін, М. Калецькі, Н. Кондратьєв, А. Коренной, О. Лапко, Л. Нейкова, Б. Санто, Р. Солоу, Б. Твісс, Д. Черваньов, Й. Шумпетер та інші.

Вивчення робіт [4; 5; 6; 7] показало, що більшість науковців, які вивчають проблеми інноваційного розвитку підприємств, найчастіше досліджує: а) аспекти стратегічного управління, б) фактори інноваційного розвитку, в) форми та організаційні схеми виробничо-господарської інтеграції інноваційно-активних підприємств, г) способи акумулювання інноваційних ресурсів, д) пріоритети інноваційного розвитку підприємства тощо.

Формуванню стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі управління НМА присвячена монографія М. Касс [1].

Розумне поєднання векторів інноваційного розвитку зі складовими інноваційного потенціалу та інтелектуального капіталу підприємства забезпечить отримання доходу в процесі його економічного розвитку [4; 5].

Серед робіт, присвячених дослідженню нематеріальних активів підприємства та їх ролі у підвищенні інноваційного потенціалу, слід особливо виділити праці Н. Балакіревої, Л. Барух, Г. Бромберга, Л. Вороніної, Р. Рейлі та інших. Проте ряд практичних проблем інноваційного

розвитку підприємств на засадах формування системи управління НМА досі залишається маловивченим.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз практичної діяльності промислових підприємств [8] вказує на необхідність формування системи попереджувальних індикаторів, що надасть можливість для обґрунтування процесу випереджального формування інноваційної бази для майбутнього розвитку на інноваційній основі. Звичайно, кожне підприємство повинно мати план інноваційного розвитку та систему стратегічних цілей, виражених у вигляді цільових індикаторів, як доступну для спостереження і виміру характеристику стану та розвитку внутрішніх систем і процесів підприємства [9].

На рівні внутрішньогосподарського управління НМА найменш опрацьованими напрямками є: оцінка вартісних показників НМА в умовах ринкової економіки, управління формуванням і використанням портфеля НМА в умовах конкуренції. У літературі часто розглядаються НМА підприємства, що включають інформаційний та організаційний капітали, і не враховуються питання управління такими продуктами інтелектуального (людського), інформаційного та організаційного капіталу, як торгова марка, імідж підприємства, утверджена клієнтська база і т.п., незважаючи на те, що з моменту їх створення вони здатні формувати власну додаткову вартість як самостійні НМА, так і в сукупності з матеріальними активами підприємства.

Саме тому особливий акцент робиться на управлінні НМА, що обумовлено наступними теоретично-практичними причинами.

По-перше, останнім часом спостерігається активна «інтелектуалізація» капіталу підприємства, що є наслідком широкого використання в економіці досягнень науки і передових технологій. Тому підвищується значимість НМА у відношенні до фінансових і матеріальних ресурсів підприємства. Направленість і ефективність інноваційної діяльності підприємства багато в чому залежить від якості використовуваних НМА. Отже, НМА належить до основних стратегічних ресурсів підприємства.

По-друге, в умовах господарювання важливо враховувати чинники, які впливають на ефективність діяльності підприємства. НМА стають переважаючими чинниками, адже в окремих галузях їх частка сягає до 80–90% [10]. Тому існує необхідність обґрунтованого вибору стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку на основі управління НМА.

По-третє, інноваційна привабливість підприємства різна залежно від різних умов, поміж яких використання як матеріальних, так і НМА. Основна проблема полягає в поділі загального ефекту на фактори, що його формують.

Висунемо дві гіпотези:

– перша гіпотеза: підприємства галузі характеризуються приблизно однаковим скла-

дом активів, а одна грошова одиниця, вкладена в матеріальні активи, повинна мати на всіх підприємствах галузі однакову віддачу;

– друга гіпотеза: розходження в прибутковості підприємств галузі пояснюються винятково їх унікальними НМА.

Якщо прийняти зазначені гіпотези, то це означає, що:

– прибутковість матеріальних активів однакова на всіх підприємствах галузі й дорівнює середньогалузевій прибутковості;

– прибутковість НМА є різницею між фактичною й середньогалузевою прибутковістю підприємства. Ефекти впливу НМА на загальну прибутковість можуть бути як позитивними (у випадку перевищення прибутковості підприємства над середньогалузевій), так і негативними (у протилежному випадку).

З висловлених припущень можна зробити принципіві висновки. Фундаментальна цінність НМА підприємств може бути:

а) позитивною або нульовою у випадку, коли середньогалузева прибутковість більше нуля або дорівнює йому;

б) і позитивною, і негативною при негативному значенні середньогалузевої прибутковості.

Отже, володіння підприємства додатковими (унікальними) НМА значно підвищує його стратегічний потенціал. Інноваційність в перспективі, правильна чи неправильна оцінка вартості інтелектуальної власності може істотно вплинути на фінансове становище підприємства.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає у виявленні ролі НМА в забезпеченні інноваційного розвитку промислового підприємства. Це, в свою чергу, вимагає пошуку нових підходів, методів, інструментів управління НМА, що у цьому контексті, об'єднуючи органічну єдність усіх елементів НМА, дає сенс розглядати НМА як стратегічні ресурси для визначення конкретних шляхів і напрямів розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність інноваційного розвитку підприємств вимагає набуття високої здатності адаптації до вимог ринку, споживачів, інвесторів, що у майбутньому забезпечить таким підприємствам високий рівень конкурентоспроможності. В основі інноваційного розвитку лежить висока ділова активність та інноваційна діяльність підприємств, що дає можливість прискорювати темпи їх економічного росту і зумовлює здатність працювати в конкурентному середовищі.

Інноваційний розвиток підприємства визначається як запланований, закономірний і послідовно здійснюваний процес конкретних заходів щодо проведення наукових досліджень і розробок, створення нововведень і освоєння їх у виробництві з метою отримання нової або поліпшеної продукції, нової або вдосконаленої технології виробництва, впровадження новітніх

управлінських технологій та організаційних оновлень підприємства. Інноваційний розвиток є стратегічно направленим, системним процесом, що має свої правила, закономірності, конкретні заходи управлінського впливу.

При розробці стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства головною роль відіграють такі НМА, як ділові зв'язки підприємства, лояльність клієнтів, досвід співробітників, система отримання і поширення знань, система тиражування передових технологій, система комерціалізації наукових розробок, репутація підприємства, тобто все те, що не може бути враховано у вартість чистих активів, але фактично існує і використовується на підприємстві.

НМА – це фактори, що не мають фізичної сутності і конкретного чисельного вираження, але приносять підприємству дохід і впливають на зростання вартості. Р. Рейлі і Р. Швайс [10] виділяють шість ознак, які повинні виконуватися, аби об'єкт можна було зарахувати до категорії НМА. Отже, об'єкт:

– конкретно ідентифікується і має впізнаваний опис;

– має юридичний статус і підлягає правому захисту;

– є об'єктом права приватної власності, яке може бути передане відповідно до закону;

– має деякий речовий доказ або прояв свого існування (контракт, ліцензію, список клієнтів, комплект фінансових звітів і т.д.);

– створюється в момент часу, що ідентифікується, або в результаті події, що ідентифікується;

– підлягає знищенню або припинити своє існування в момент часу, що ідентифікується, або в результаті події, що ідентифікується.

Всі НМА можна розділити на дві категорії:

– НМА, що ідентифікуються;

– гудвіл (ділова репутація).

НМА можна класифікувати за зв'язком з іншими елементами діяльності, що дозволить виділити такі типи НМА, які пов'язані з:

– маркетингом (товарні знаки, фірмові назви, назви торговельних марок (бренди), логотипи);

– технологіями (патенти на технологічні процеси, патентні заявки, технічна документація, технічне ноу-хау і т.д.);

– обробкою даних (запатентоване програмне забезпечення комп'ютерів, авторські права на програмне забезпечення, автоматизовані бази даних, маски і шаблони для інтегральних схем);

– клієнтами (списки клієнтів, контракти з клієнтами, стосунки з клієнтами, відкриті замовлення на постачання);

– контрактами (контракти з постачальниками, ліцензійні угоди, договори франшизи, угоди про участь в конкуренції);

– людським капіталом (відібрана і підготовлена робоча сила, договори найму, угоди з профспілками);

– земельною ділянкою (права на розробку корисних копалини, права на повітряний простір, права на водний простір і т.д.);

– поняттям «гудвілл».

НМА є одними з основних ресурсів підприємства, складовою потенціалу підприємства, що здатна забезпечувати економічну користь протягом тривалого періоду. Наприклад, одні й ті ж НМА (винахід, технологія, ідея і т.п.), реалізовані різними способами, різними фірмами, в різних умовах забезпечать досить різні доходи, що наочно помітно на прикладах лізингу, франчайзингу, ліцензування, патенту і т.д.

НМА мають двоїтий характер: вони використовуються як ресурс при створенні наукомісткої продукції та є кінцевим продуктом, який може бути реалізований на ринку або використаний для господарської діяльності підприємств. У зв'язку з цим НМА підприємства мають різну вартість і різні тенденції їх зміни в динаміці, неоднорідні за часом їх створення та функціональної приналежності [10].

Внутрішньостворений гудвілл стає домінуючим чинником, який покладено в основу ринкової ціни підприємства і, подібно до людського капіталу, не може бути визначений калькуляцією об'єктивних вартісних показників.

Найчастіше при оцінці об'єктів підприємства для визначення розміру гудвілу користуються методом «великого котла», що дає змогу досить швидко та з достатнім ступенем вірогідності визначити його розмір. Відповідно до цього методу, при оцінці підприємства оцінюються вартість матеріальних активів, а НМА зміщуються та створюють вартість гудвілу. Визначений таким методом гудвілл має у собі НМА, що не відповідають його суті (сукупність елементів бізнесу чи особистих якостей, котрі спонукають клієнтів користуватися послугами певного підприємства та створюють надлишковий прибуток). Гудвілл підприємства завжди нерозривно пов'язаний із самим підприємством чи з фізичною особою та не може бути проданий окремо. Постає проблема відокремлення вартості НМА, визначених за методом «великого котла», від гудвілу, що йому не належать. За стандартами обліку оцінити можна лише гудвілл, який виникає в разі придбання. Відповідно до П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [11]: гудвілл – це перевищення частки придбання над справедливою вартістю ідентифікованих активів і зобов'язань на дату придбання; справедлива вартість – сума, за яку можна обміняти актив або оплатити зобов'язання в результаті операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Під справедливою вартістю розуміють ринкову вартість підприємства, яка включає частину внутрішньоствореного гудвілу.

Оцінка внутрішнього гудвілу є питанням більш проблемним, оскільки за вітчизняними та міжнародними стандартами не визнається активами більшість складових гудвілу. Зокрема,

відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [12], не визнаються активами (хоча й пов'язані з майбутніми економічними вигодами), а списуються на витрати звітного періоду, в якому вони були здійснені, витрати на дослідження; витрати на підготовку і перепідготовку кадрів; витрати на рекламу та просування продукції на ринку; витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємства або його частини; витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків).

Отже, ресурси, що становлять внутрішній гудвілл, не визнаються активами. Причини такого невизнання активами ресурсів, що є елементом внутрішнього гудвілу, такі: ділова репутація не є ідентифікованим і контрольованим активом, і її вартість неможливо достовірно визначити; знання і кваліфікації персоналу невіддільні від носіїв (людей), недостатній контроль за очікуваними економічними вигодами, тобто знання, неоформлені юридично, не можуть бути визнані активом; внутрішньостворені назви марок, клієнтів, бази даних не визнаються активами, тому що витрати на їх створення не відрізняються від витрат на розвиток підприємства та оцінити їх неможливо.

НМА є одним із способів вимірювання ступеня впорядкованості інноваційної структури суб'єктів господарювання. Зміна інноваційної структури тоді відбувається успішно і стійко, коли НМА максимально зберігаються і вартість їх збільшується.

Інноваційний розвиток, як показує практика, – це складний і тривалий процес інноваційних перетворень на підприємстві, що включає набір цілей, планованих заходів, систему мотивації і способи фінансування. У зв'язку з цим інноваційний розвиток має бути випереджальним.

Обов'язковою умовою, що дозволить забезпечити виконання принципу цілеспрямованості інноваційного розвитку, є наявність стратегії інноваційного розвитку підприємства. Це об'єктивно знижує обсяг споживаних ресурсів (фінансових, трудових, матеріально-технічних, нематеріальних). Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства вимагає комплексного підходу, оскільки необхідною умовою є виконання принципу своєчасності реалізації стратегічних цілей розвитку.

Впровадження інновацій у період інноваційного розвитку потребує значних інвестиційних вкладень в майбутнє підприємства. Як наслідок, це обмежує можливості поточного економічного зростання (через зменшення оборотного капіталу) і призводить до зниження прибутковості (рентабельності) за рахунок зростання боргових зобов'язань підприємства в цей період. У зв'язку з цим виникає потреба в реалізації принципу збалансованості поточної діяльності і стратегічного інноваційного розвитку. Невиконання цього принципу може привести до наростання

тання кризової ситуації або до банкрутства підприємства.

Життєвий цикл підприємства не завжди співпадає з циклами інноваційного розвитку, тому необхідно впроваджувати планове оновлення виробничих систем з обов'язковим прогнозування циклів інноваційного розвитку. Відповідно, буде оновлюватись і модернізуватись система менеджменту на підприємстві.

Оскільки опір змінам є неминучим через ряд відомих причин, то в період інноваційного розвитку керівництву підприємства необхідно розробити спеціальну систему мотивації діяльності персоналу.

Важливою умовою інноваційного розвитку є формування системи управління НМА підприємства.

Під управлінням НМА розуміється сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку і використання інтелектуальних активів підприємства, а також мотивації процесів накопичення і множення НМА. Процес управління НМА повинен бути системним і підкорятися інноваційним цілям підприємства [1]. Система управління НМА має бути підпорядкована стратегії інноваційного розвитку підприємства, при цьому інтегрувати в загальну систему управління.

Управління НМА здійснюється на відповідних рівнях: управління комплексом НМА підприємства та управління конкретними об'єктами НМА. Для цього важливим є ідентифікація об'єктів кожного рівня управління.

Для ефективного управління НМА необхідна єдина система аналізу активів.

Деякі принципи аналізу матеріальних і фінансових активів підприємства можна застосувати і до НМА. У балансі активи відображені такими категоріями, як готівкові грошові кошти, рахунки до отримання, товарно-матеріальні запаси, майно, будівлі, обладнання та довгострокові інвестиції. НМА, за підрахунками, складають частину активів у розмірі 5–30%, а для інноваційного підприємства, проектного або дослідницької організації можуть становити до 98% активів [10]. У зв'язку з цим основним завданням при розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі управління НМА є формування та оцінка структури портфеля НМА підприємства.

Портфель НМА – це пакет прав, поміж яких і виняткові, що визначається індивідуальним набором з чотирьох компонент: ринкової, інтелектуальної, людської, інфраструктурної, пов'язаних зі створенням наукоємного товарного продукту, тобто це сукупність НМА, складових інноваційного потенціалу підприємства.

Ринкові НМА – портфель прав на НМА, що забезпечують підприємству конкурентну перевагу у зовнішньому середовищі і пов'язані з ринковими трансакціями. До об'єктів ринкових активів належать контракти та угоди, портфелі

замовлень, канали розподілу, займані сегменти ринку, ділова репутація підприємства, купівельна прихильність до певних брендів, торгових марок, товарних знаків тощо.

Людські НМА – портфель прав на НМА, що визначає об'єктами людських активів людський ресурс: цілі та цінності людини, її потреби, інтелектуальний потенціал, мотиви. Це особисті якості власників, менеджерів та їх ділова репутація, загальна кваліфікованість персоналу, володіння підприємницькими та управлінськими навичками, компетенції, ділові зв'язки з клієнтами та державними структурами тощо.

Інфраструктурні НМА – портфель прав на НМА, що не оформлені як об'єкти інтелектуальної власності, але дозволяють підприємству функціонувати більш ефективно, впорядковано, надійно і якісно. Тому до об'єктів інфраструктурних активів зараховують всі ті технології та ресурси (серед яких інформаційні, інформаційний контент), моделі взаємодії людей в економічних системах, методи, процеси, а також промисловий, комерційний, науковий потенціал і т.п., які сприяють ефективнішій роботі підприємства.

Інтелектуальна власність – портфель виняткових прав на НМА, що належать до відчужуваних результатів інтелектуальної діяльності, які логічно розділити на дві комплексні складові: об'єкти авторської власності та промислової власності.

У зв'язку з цим необхідно виділяти всі об'єкти НМА, які тією чи іншою мірою використовувалися на кожному з етапів технологічного ланцюга від розробки інноваційного продукту до доведення його кінцевому споживачу: розробниками наукоємного продукту, виробниками, працівниками торгівлі та фахівцями з формування секторів ринку. Цей технологічний ланцюжок виходу продукції на товарний ринок лежить в основі структуризації активів і дозволяє сформувати портфель НМА.

О. Мельник [13] вважає, що особливість побудови механізму системи управління НМА полягає у створенні додаткової цінності підприємства за моделлю подвійної петлі, під якою розуміється безперервний циклічний процес переходу ресурсів з одного стану в інший за принципом «вхід-результат». Отже, перша петля, на думку [13], утворюється перетворенням невідчутних (прихованих) НМА на відчутні НМА (корпоративна культура → лояльність → імідж → емоційно-когнітивна складова → бренд). Друга петля відображає процес перетворення відчутних НМА на матеріальні активи (продукти інноваційної діяльності → патенти → винаходи → корисні моделі, що можуть бути продані на ринку об'єктів промислової власності).

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

Основні етапи формування портфеля НМА підприємства:

1. Виділення стратегічних орієнтирів підприємства, мети, завдання, етапів реалізації стратегії інноваційного розвитку з визначенням сукупності НМА, здатних повністю забезпечити усі напрямки інноваційної діяльності, використовувати тією чи іншою мірою в повному технологічному циклі створення інноваційного продукту і його виведенню на товарний ринок.

2. Виявлення дублювання НМА в різних напрямках інноваційної діяльності для оптимізації пакетів патентів у рамках загального портфеля НМА з метою мінімізації числа патентів у пересічних напрямках.

3. Формування і оцінка портфеля НМА на основі комплексної системи показників і в рамках розробленої інноваційної стратегії [1].

4. Формування профілю НМА, тобто виділення так званих «активних» НМА, що використовуються в діяльності підприємства та утворюють «стратегічний портфель» НМА, та «пасивних» НМА, що не використовуються у певний момент, однак мають потенціал створення конкурентних переваг у майбутньому [13].

Отже, формування портфеля НМА є дієвим інструментом для розробки ефективної інноваційної стратегії підприємства.

Висновки. Аналіз ролі НМА в забезпеченні інноваційного розвитку промислового підприємства в сучасних умовах економіки дозволив зробити ряд висновків. Наростання інноваційного потенціалу підприємства тісно пов'язане зі ступенем оновлення НМА. Зміна інноваційної структури відбувається успішно і стійко тоді, коли НМА максимально зберігаються – і вартість їх збільшується. Для промислового підприємства актуальним на сьогодні є вироблення стратегії інноваційного розвитку на основі управління НМА. При розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства доцільно застосовувати метод формування портфеля НМА у структурі інноваційного потенціалу підприємства. Метою формування портфеля НМА є збільшення інноваційного потенціалу підприємства на основі сукупності НМА, які тією чи іншою мірою використовувалися на кожному з етапів технологічного ланцюга від розробки інноваційного продукту до доведення його кінцевому споживачеві. Впровадження у практику механізму вибору стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку на основі управління НМА дозволить більш ефективно включати в господарський

оборот різноманітні НМА, наявні у вітчизняних підприємствах, які є джерелами безлічі технологічних, технічних і продуктових нововведень в сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Касс М.Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами : монография / М.Е. Касс ; Нижегород. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Н.Новгород : ННГАСУ, 2011. – 159 с.
2. Лев Б. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность / Б. Лев. – М. : ИД «Квинто-Консалтинг», 2003. – 240 с.
3. Просвирина И.И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И.И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – С. 19–23.
4. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.
5. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент : учебник / В.Г. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 168–173.
6. Янсен Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен ; пер. с англ. – М. : Инфра-М, 2002. – 308 с.
7. Исакова Н.Б. Предприятия Украины: инновационная деятельность и сетевые взаимодействия / Н.Б. Исакова ; под ред. д.э.н. проф. В.П. Соловьева. – К. : Информ.-аналит. агентство, 2012. – 377 с.
8. Нізяєва С.А. Оцінка рівня стратегічної готовності виробничих підприємств Одеської області / С.А. Нізяєва // Wschodnie partnerstwo, VI międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji (Przemysl). Економ. науки : тези доп. – 2010. – Т. 2. – С. 22–25.
9. Нізяєва С.А. Сучасні проблеми розвитку виробничих підприємств України / С.А. Нізяєва // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – Черкаси, 2011. – С. 63–69.
10. Рейли Р. Оценка нематериальных активов : монография / Р. Рейли, Р. Швайс ; пер. с англ. под ред. В.М. Рутгайзера. – М. : Квинто-Консалтинг, 2005. – 792 с.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» : наказ Міністерства фінансів України від 07.07.1999 р. № 163 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/19.htm>.
12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» : наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/8.htm>.
13. Мельник О.В. Управління нематеріальними активами підприємства : стратегічний контекст : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.В. Мельник. – К., 2014. – 20 с.