

УДК 657

Поліщук В. Л., старший викладач (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РОЛЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ У ФОРМУВАННІ І РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті розглянуто роль нематеріальних активів підприємства як фактор створення конкурентних переваг суб'єкта господарювання. Застосування на практиці ефективної системи управління нематеріальними активами сприятиме підвищенню ринкової вартості активів підприємства, покращенню його платоспроможності, виходу на нові ринки збуту, покращенню ділової репутації, просуванню та закріпленню на ринку нових торгових марок.

Ключові слова: нематеріальні активи (НМА), конкуренція, інновації, інтелектуальна власність, управління нематеріальними активами, стратегія розвитку підприємства.

Вступ. Рушійною силою розвитку економіки країни є конкуренція, тому підприємства знаходяться в постійному пошуку шляхів підвищення своєї конкурентоспроможності – здатності боротися за ринок і протистояти зовнішньому впливу, домагаючись лідерства відповідно до поставлених стратегічних цілей на основі впровадження інноваційної техніки і технологій, максимально ефективного використання резервів підприємства і досягнення високого рівня інвестиційної привабливості.

Вітчизняна практика управління підприємствами свідчить про існування значного розриву між рівнями розробки теоретичних основ стратегії підвищення конкурентоздатності на базі формування та використання нематеріальних активів (НМА) і практичної діяльності, що актуалізує проблему пошуку методів вирішення цієї проблеми за рахунок управління НМА на етапі переходу до інноваційного типу економіки і обумовлює необхідність розробки системи заходів з подолання цього розриву.

Тому від правильно налагодженої роботи системи управління нематеріальними активами залежать фінансові результати суб'єктів підприємництва на довгострокову перспективу.

Аналіз останніх досліджень. Серед робіт, присвячених дослідженню питань з управління нематеріальними активами і їх ролі в реалізації загальної стратегії розвитку підприємства, присвячені праці як зарубіжних (Е. Брукінг, Н. Бонтіс, Г. Волкова, Ю. Даум, С. Дятлов, В. Зінов, В. Іноземцев, Р. Каплан, Т. Коупленд, Б. Лев, Дж. Муррін, Д. Нортон, Ю. Радигін, В. Ольховський, А. Шатраков та ін.), так і вітчизняних вчених, серед яких варто

відзначити наукові роботи Т.В. Бауліної, І.А. Бігдан, М.О. Гоменюк, О.М. Гребешкової, К.І. Дмитрів, М.С. Дороніної, Г.В. Жаворонкової, Н. Іванченко, О.В. Кендюхова, Т.Г. Ковальчук, А.М. Колот, В.І. Куценка, Н.Д. Лук'янченка, Л.Ю. Мельник, О.В. Мельник, В.В.Онікієнко, Н. Слободянюк, І.В.Стояненко, Н.О. Шпак, А.А. Чухно та ін.

Методика досліджень. Останнім часом спостерігається зростання інтересу підприємств до проблеми формування і управління наявними у них нематеріальними активами. На даний момент недостатньо ґрунтовних наукових розробок у частині обґрунтування сутності управління нематеріальними активами, які, у подальшому сприятимуть науковим дослідженням та формулюванню практичних рекомендацій, спрямованих на ухвалення управлінських рішень для формування стратегічних конкурентних переваг суб'єктів господарювання.

Актуальність теми дослідження зумовлюється необхідністю пошуку нових, нетрадиційних шляхів підвищення конкурентоздатності суб'єктів підприємницької діяльності у світлі розвитку ринкової економіки і переходу її на інноваційний шлях розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є: дослідження та узагальнення ролі нематеріальних активів підприємства як фактору формування, розвитку й забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Результати досліджень.

Підвищення ефективності діяльності підприємства, конкурентоспроможності, виходу на нові ринки збуту, збільшення прибутку можливо завдяки використанню інноваційних знань, новітніх технологій, енергозберігаючих ресурсів. У бухгалтерському обліку такі об'єкти інтелектуальної власності відносяться до складу необоротних активів, а саме нематеріальних активів.

Причому успіх учасників господарювання визначається використанням не всього «нематеріального масиву», а окремих його складових (інтелектуальний капітал, інтелектуальна власність тощо) [1, С. 30].

Світова практика свідчить про посилення ролі нематеріальних активів у системі нарощування національного багатства, при цьому в економічно розвинутих країнах спостерігається зростання частки вартості об'єктів інтелектуальної власності у вартості майна компанії. Більшість підприємств нашої країни звичайно мають у складі необоротних активів нематеріальні активи, однак, незважаючи на зусилля вітчизняних винахідників, сьогодні Україна займає лише 58 місце з 70 країн у рейтингу за Міжнародним індексом прав власності [2, С. 280]. Це зокрема свідчить про низьку ефективність використання нематеріальних активів.

Н. І. Голованов та В.О. Протопопова [3, С. 80] застосовують термін нематеріальні ресурси в контексті складової потенціалу підприємства, що

приносьть економічну вигоду протягом довготривалого періоду. Наряду з відсутністю матеріальної форми, характерною ознакою таких ресурсів є надзвичайна складність визначення величини майбутнього прибутку від їх використання.

До нематеріальних ресурсів можна віднести:

1. Об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, комерційна таємниця, раціоналізаторські пропозиції, наука).

2. Об'єкти авторського та суміжного права (програмне забезпечення, банки і бази даних, банки і бази знань тощо).

3. Засоби індивідуалізації (комерційні (фірмові) найменування, товарні знаки і знаки обслуговування тощо).

4. Інші нематеріальні ресурси (гудвіл тощо).

Однак необхідно враховувати, що ресурс стає активом у випадку, коли суб'єкт господарювання ним володіє і може використати в своїх економічних цілях. Активи мають цінність, якщо їх можна використати для того чи іншого стратегічного призначення. Саме стратегічний аспект природи нематеріальних активів є надзвичайно актуальним для сучасних компаній. Основне управлінське завдання полягає у визначенні способів перетворення потенційних можливостей, що надає підприємству володіння тими чи іншими об'єктами інтелектуальної власності, у реальні конкурентні переваги. Тому кожен суб'єкт господарювання повинен формувати, підтримувати і розвивати свою конкурентоспроможність із метою отримання максимального прибутку та вигідного конкурентного становища на певному ринку.

Саме по собі поняття «конкурентоспроможність підприємства» означає здатність суб'єкта господарювання адаптуватися до умов зовнішнього середовища за допомогою ефективного використання його ресурсного потенціалу, що дозволяє перебудувати основні бізнес-процеси підприємства (фінанси, виробництво, кадри, менеджмент, маркетинг тощо) відповідно до вимог ринкової економіки в певний момент часу. Конкурентоспроможність підприємства визначається його ресурсним потенціалом, конкурентним потенціалом, конкурентними перевагами, які формуються та розвиваються під впливом певної сукупності факторів, різних за своєю природою, характером та ступенем дії.

Слід розрізняти поняття «ресурсний потенціал» суб'єкта господарювання та «конкурентний потенціал», тому що ресурсний потенціал суб'єкта господарювання – це внутрішній потенціал, тобто склад і структура тих ресурсів, якими розпоряджається суб'єкт господарювання. До складу ресурсного потенціалу підприємства входять наступні елементи [5, С. 15–16]: матеріальний (виробничий) потенціал, комерційний капітал, інформаційний потенціал, фінансовий потенціал, організаційний потенціал.

Матеріальний (виробничий) потенціал зумовлюється залученими у виробництво матеріально-технічними, трудовими, нематеріальними ресурсами та оборотними засобами з метою випуску за визначений період часу продукцію певного асортименту, технічного рівня якості на основі створеної системи елементів організаційно-економічної структури, яка постійно удосконалюється на інноваційній основі.

Комерційний капітал – це фінансові або грошові відносини, що виникають під час підприємницької діяльності, у результаті яких формується власний капітал, цільові централізовані і децентралізовані фонди грошових коштів, відбувається їх розподіл і використання.

Інформаційний потенціал: інформаційні та організаційно-технічні можливості суб'єкта господарювання, які впливають на процес прийняття управлінських рішень через систему збору, зберігання, обробки та розповсюдження інформаційних ресурсів.

Фінансовий потенціал: якісна характеристика фінансового стану суб'єкта господарювання, виражена спроможністю генерувати певний обсяг грошових потоків, достатній для реалізації передбачених його економічною стратегією програм і заходів, а також відшкодування використаних (залучених за рахунок усіх джерел) фінансових ресурсів та витрат на їх залучення, не погіршуючи при цьому фінансову стійкість [8]. Важливу роль у структурі фінансового потенціалу відіграє інвестиційний потенціал, наявність якого є основною умовою для здійснення простого і розширеного відтворення.

Організаційний потенціал це можливості суб'єкта господарювання щодо ефективної організації та управління виробничо-комерційними процесами виробництва продукції.

Конкурентний потенціал – це зовнішньо-внутрішній потенціал, який є інтегральним показником, що характеризує рівень розвитку конкретного підприємства по відношенню до основних її конкурентів. При цьому він служить своєрідним індикатором, що дозволяє оцінити поточний стан виробничо-господарської діяльності господарюючого суб'єкта в умовах конкурентного ринку, з точки зору ефективності використання наявних ресурсів. Надалі така оцінка допоможе визначити той набір конкурентних можливостей, якими володіє конкретне підприємство на даний момент.

Із ресурсного потенціалу підприємства в конкурентний потенціал потрапляють лише конкурентні переваги. Конкурентний потенціал виникає і розвивається у конкурентному середовищі, що вказує на тісну його залежність від явища конкуренції.

Наступним елементом системи формування конкурентоспроможності суб'єкта економічної діяльності є конкурентні переваги, тобто ті особливості функціонування підприємства, які дозволяють випереджати своїх

конкурентів за ключовими виробничо-економічними показникам, які характеризують ефективність його функціонування на конкурентному ринку. Саме сукупність конкурентних переваг визначає той рівень конкурентоспроможності, котрим володіє підприємство в порівнянні з основними її конкурентами.

Можна виділити такі основні групи конкурентних переваг: ринкові переваги, вклад НМА в статутний капітал, фінансові, податкові та управлінські переваги.

Ринкові переваги, перш за все, пов'язані з забезпеченням сталого розвитку підприємства в конкурентному середовищі, серед них можна виділити:

1) Монопольне становище на ринку – інтелектуальна власність надає монопольне право на використання результатів інтелектуальної діяльності, що дозволяє організації зайняти домінуюче становище стосовно конкурентів, тобто надавати безпосередній вплив на загальні умови обігу товару на відповідному ринку.

2) Підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок засобів індивідуалізації забезпечує більш високий рівень співвідношення показників ціни і якості товару в порівнянні з конкурентами, завдяки найбільш повної відповідності вимогам ринку і запитам споживачів:

а) продукція з фірмовим найменуванням володіє більш високою ціною і рівнем якості, ніж товари-замінники;

б) торгова марка забезпечує великий обсяг продажів, а значить, і високу швидкість обігу грошових коштів;

в) скорочення витрат на проведення рекламних акцій, з огляду на високий ступінь лояльності споживачів (чим більший об'єм продажів, тим менше витрат, пов'язаних з рекламною діяльністю, припадає на одиницю продукції).

3) Зростання ділової репутації – використання об'єктів інтелектуальної власності в господарській діяльності підприємства призводить до поступового нарощування нематеріальних активів: стійка клієнтська база, новаторські методи організації господарської діяльності, збільшення частки нематеріальних активів у статутному капіталі і т.д. Як результат, організація знаходить стабільність на конкурентному ринку, внаслідок чого формується позитивне ставлення з боку контрагентів.

4) Сукупне скорочення витрат – постачальники і контрагенти охочуть йти на співпрацю з суб'єктом господарювання, який має торговельну марку (в силу високої затребуваності її продукції кінцевим споживачем), що призводить до:

а) зростання обсягів продукції, що випускається;

б) підвищення ступеня завантаження виробничого обладнання;

в) скорочення запасів;

г) зменшення витрат, пов'язаних з розподілом продукції;

д) зниження собівартості продукції, що випускається.

5) Освоєння нових ринків – використання інтелектуальної власності в господарській діяльності підприємства відкриває для неї нові перспективи розвитку: розширення меж ведення бізнесу.

Наявність фірмового найменування, товарного знака, позитивного гудвілу, використання сучасних технологій при виробництві товарів – все це створює своєрідний плацдарм для успішного функціонування господарюючого суб'єкта в цілому, а також робить процес виведення продукції на новий ринок менш витратним і трудомістким.

Наступна група конкурентних переваг – використання інтелектуальної власності (ОІВ) в якості внеску до статутного капіталу (права на ІВ входять до складу нематеріальних активів підприємства), що дозволяє:

- істотно збільшити вартість підприємства шляхом збільшення статутного капіталу;
- забезпечити залучення додаткових фінансових ресурсів за допомогою емісії цінних паперів, забезпечених нематеріальними активами;
- підвищити рівень інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання;
- для засновників – брати участь у формуванні політики підприємства.

У свою чергу, фінансові переваги проявляються в процесі комерціалізації нематеріальних активів, зокрема ОІВ, які сприяють створенню і розвитку нових форм підприємницької діяльності: франчайзинг, продаж ліцензій, лізинг, промислова кооперація, інжиніринг тощо. Таким чином, в рамках реалізації таких форм підприємницької діяльності підприємство отримує додаткове джерело доходу, тим самим збільшуючи сукупний прибуток, що призведе до підвищення рівня фінансової стійкості господарюючого суб'єкта.

Що стосується податкових переваг, то вони пов'язані з процесом комерціалізації нематеріальних активів, який сприяє зменшенню оподатковуваної податкової бази і, як результат, відбувається скорочення нарахунків:

- а) з податку на прибуток, оскільки накопичена амортизація нематеріальних активів враховується в собівартості виготовленої продукції;
- б) з податку з доходів фізичних осіб, внаслідок виплати власнику патенту винагороди замість заробітної плати;
- в) із єдиного соціального внеску, оскільки підприємство оплачує працю працівника, який створив ОІВ, шляхом виплати винагороди;

г) з ПДВ, у разі якщо угода оформлена як патентний, ліцензійний чи авторський договір.

Наслідком процесу формування та реалізації ресурсного потенціалу підприємства і конкурентного потенціалу, зокрема, є конкурентна позиція (становище) суб'єкта господарювання, яка характеризується певним рівнем конкурентоспроможності.

На думку І.В. Стояненко, нематеріальні активи, які забезпечать отримання суб'єктом господарювання доходів протягом звітного періоду більшими темпами, ніж приріст вартості самих НМА доцільно вважати ефективними (рентабельними) [6, С. 84].

На сьогоднішній день вартість підприємства є унікальним показником, що дозволяє провести комплексну оцінку виробничо-господарської діяльності без аналізу інших результуючих показників (обсяг продажів, прибуток, рентабельність продажів, ліквідність, фінансова стійкість).

Це пояснюється, перш за все, тим, що на сучасному етапі розвитку економіки кожне з функціонуючих на ринку підприємств розглядається в якості товару, отже, основні бізнес-процеси, які відбуваються всередині підприємства, в першу чергу, спрямовані на формування її цінності, яка і визначатиме рівень привабливості в очах інвестора.

У зв'язку з цим необхідно відзначити, що зростання вартості підприємства за рахунок використання нематеріальних активів в якості внеску до статутного капіталу безпосередньо впливає на рівень її конкурентоспроможності на ринку збуту.

Висновки. З огляду на багатоваріантність використання нематеріальних активів в господарській діяльності підприємства, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день вони є:

- 1) основним елементом ресурсного потенціалу підприємства (є частиною матеріального, комерційного, інформаційного і фінансового потенціалу);
- 2) своєрідним «фундаментом» інноваційного потенціалу суб'єкта господарювання, склад і структура якого визначається інноваційними можливостями, а значить і напрямками розвитку конкурентного потенціалу підприємства в цілому;
- 3) економічним інструментом, що забезпечує трансформацію наявних конкурентних можливостей у відповідні конкурентні переваги майна;
- 4) джерелом додаткових конкурентних переваг організації;
- 5) усвідомленням великого значення НМА для підприємств та необхідності впровадження новітніх розробок і технологій, що змушує постійно вести моніторинг останніх науково-технічних досягнень та стимулює процеси комерціалізації інтелектуальної власності.

Грамотне управління цими об'єктами з точки зору їх комерційного використання може багаторазово збільшити одержуваний дохід. Ключо-

вими критеріями прийняття управлінських рішень стають знання про те, скільки коштує нематеріальний актив, хто може бути його потенційним споживачем (інвестором) і скільки він готовий за нього заплатити.

Таким чином, грамотна класифікація та оцінка ефективності власних нематеріальних активів підприємства, відповідно до ключової компетенції підприємства, допоможе у створенні нової вартості, сприятиме покращенню процесу виробництва, отриманню прибутку підприємством.

1. Банасько Т. Проблеми та перспективи дослідження нематеріальних активів в Україні / Т. Банасько // Економіст. – 2011. – № 3. – С. 31–33. 2. Інтелектуальна власність у формуванні інноваційної економіки України: проблеми законодавчого забезпечення та державного регулювання / за заг. ред. проф. В. І. Полохала; автор-упорядник Г. О. Андросчук. – К. : Парламентське вид-во, 2010. – 384 с. 3. Голованов Н. И. Экономика предприятия : уч. пособие / Голованов Н. И., Протопопова В. О. – Донецк, 2003. – 204 с. 4. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : монография / С. И. Савчук ; под науч. ред. акад. НАН Б. В. Буркинського. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с. 5. Четыркина Н. Ю. Система управления конкурентоспособностью: уровни, параметры и конкурентные преимущества / Н. Ю. Четыркина // Креативная экономика. – 2012. – № 3 (68). – С. 15–20. 6. Стояненко І. В. Нематеріальні активи підприємства: класифікація та функції / І. В. Стояненко // Молодий вчений. – 2015. – № 2(17). – С. 83–86.

Рецензент: к.е.н., професор Зубілевич С. Я. (НУВГП)

Polishchuk V. L., Senior Lecturer (National University of Water and Environmental Engineering, Rivne)

ROLE OF INTANGIBLE ASSETS IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF COMPETITIVENESS OF ENTITY

In this article the role of intangible assets of the company as a factor in creating competitive advantages entity is examined. The application in practice of effective management of intangible assets will increase market value of assets, improve its solvency entering new markets, improving business reputation, promoting and consolidation at the market of new brands.

Keywords: intangible assets (IA), competitiveness, innovations, intellectual property, intangible assets management, enterprise development strategies.

Полищук В. Л., старший преподаватель (Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно)

РОЛЬ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье рассмотрена роль нематериальных активов как фактор создания конкурентных преимуществ предприятия. Применение на практике эффективной системы управления нематериальными активами будет способствовать повышению рыночной стоимости активов предприятия, улучшению его платежеспособности, выхода на новые рынки сбыта, улучшению деловой репутации, продвижению и закреплению на рынке новых торговых марок.

***Ключевые слова:* нематериальные активы (НМА), конкуренция, инновации, интеллектуальная собственность, управление нематериальными активами, стратегии развития предприятия.**
