

потенціалом) туристичних ресурсів та об'єктів, а також матеріально-технічної бази туризму в регіоні, країні. Застосування пропонованого підходу дає можливість значно зменшити, а в ідеалі виключити, ризики погіршення стану туристичних ресурсів в регіоні, екологічної ситуації, зниження якості туристичних послуг, що надаються, загрози здоров'ю та безпеці туристів тощо, отже, послужить основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в регіоні, країні.

1. Гвозденко Н.А. *Логистика в туризме.* – М.: Гардарики, 2004. 2. Квартальнов В.А. *Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления.* – М.: Финансы и статистика, 2000. 3. Костриця М.М. *Шляхи вдосконалення туристичного комплексу Житомирщини // Велика Волинь: Наук. зб. – Т. 22. – Житомир, 2002. – С. 331–335.* 4. Плотникова Н.И. *Комплексная автоматизация туристического бизнеса. – Ч.1: Информационные технологии в туризме.* – М.: Финансы и статистика, 2000. 5. Смирнов І.Г. *Логістика: просторово-територіальний вимір: Монографія.* – К.: Обрії, 2004. 6. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: Макрорівень (на прикладі України) // Туристично-краєзнавчі дослідження.* – К., 2004. Вип. 5. – С. 262–269. 7. Смирнов І.Г. *Логістика туризму: Мезорівень (на прикладі регіонів України) // Туристично-краєзнавчі дослідження.* – К., 2004. Вип. 6. – С. 414–426. 8. Смирнов І.Г. *“Pull-система” в логистике туризма // Дистрибуция и логистика.* – 2005. – №3. – С.12–15. 9. Смирнов І.Г. *Логістика рекреації та туризму як чинник їх сталого розвитку // Логистика. Проблемы и решения.* – 2006. – №3. – С.54–56. 10. Федорук О. *Бердичівська земля в контексті історії України // Велика Волинь: Наук. зб. – Житомир, 1999. – Т.19. – С. 4, 5.*

УДК 338 : 339.166.5

Н.О. Шпак, К.І. Дмитрів

Національний університет “Львівська політехніка”

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

© Шпак Н.О., Дмитрів К.І., 2007

Розглянуто актуальні проблеми управління нематеріальними активами, наведено переваги, отримані під час використання нематеріальних активів та переваги їх ефективного використання, подано рекомендації щодо вибору політики управління об'єктами інтелектуальної власності.

The issue of the day of immaterial assets management is considered in the article, resulted advantages got during the use by immaterial assets and advantage of their effective use, recommendations are given in relation to the choice of policy of management by the objects of intellectual property.

Постановка проблеми. Зміни, що відбуваються в сучасній економіці України, обумовлюють необхідність глибокого розуміння якісного управління нематеріальними активами підприємств. Динамічний розвиток науково-технічного прогресу сприяє інтелектуалізації ринкової економіки. Потрібно визначити існуючі проблеми і перспективи управління нематеріальними активами, що в подальшому дасть можливість керівництву будь-якої організації вибрати необхідну політику щодо об'єктів інтелектуальної власності та підвищити ефективність її функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літературних джерел дає змогу констатувати, що під нематеріальними активами розуміють умовну вартість об'єктів промислової та інтелектуальної власності, а також інших аналогічних майнових прав, які визначаються об'єктом права власності конкретного підприємства [1, с. 329]. Основними характерними ознаками нематеріальних активів є відсутність матеріально-речової (фізичної) структури, використання протягом тривалого часу, здатність бути корисним організації, високий ступінь невизначеності розмірів можливого у майбутньому прибутку завдяки їх використанню. Як зазначають Волков О.І. та Денисенко М.П. [2, с. 633], поняття «інтелектуальна власність» охоплює три основні складові:

- інтелектуальний продукт – продукт творчої діяльності, що має значення для певного, інтелектуально підготовленого кола осіб;
- інтелектуальна власність – сукупність прав особи на результати інтелектуальної, творчої діяльності;
- нематеріальний актив – цінності, що належать підприємству, у вигляді патентів, технологічних та технічних новітніх досягнень, інших об'єктів інтелектуальної власності.

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності з економічних позицій – це її комерціалізація, що виникає на умовах договірних відносин. Саме комерціалізація інтелектуальної власності в умовах ринкових відносин вимагає розглядати її як товар і як капітал.

Як товар інтелектуальна власність розглядається як нематеріальний актив, що використовується в будь-яких господарських операціях.

Як капітал інтелектуальна власність розглядається з точки зору витрати капіталу на освіту або придбання підприємцем нематеріальних активів з метою його приросту [3, с. 519].

Отже, нематеріальний актив є складовою поняття «інтелектуальна власність».

Ефективне здійснення управління нематеріальними активами виступає важливою складовою здійснення загального управління підприємством.

Формулювання цілей статті. Мета роботи – виділити актуальні сьгодні проблеми управління нематеріальними активами, їх важливість, а також визначити перспективи ефективного здійснення такого управління.

Виклад основного матеріалу. Аналіз літературних джерел дав змогу виділити основні проблеми управління нематеріальними активами [2; 5; 7].

Однією із таких проблем є визначення вартості об'єктів інтелектуальної власності. За своєю сутністю об'єкти інтелектуальної власності не мають неуречевленої форми, тому їх вартість не визначається з використанням традиційних показників, що застосовуються під час здійснення оцінки матеріальних об'єктів. Світовий досвід показує, що питання адекватної ціни складне як практично, так і теоретично. Ймовірність та суб'єктивність у такій оцінці очевидна, що потребує залучення до розрахунку вартості інтелектуальних об'єктів більш удосконаленого методичного інструментарію. При цьому слід зазначити, що розрахунки вартості об'єктів інтелектуальної власності, які здійснюються для певних цілей, не можуть бути використані для інших.

Методика оцінки вартості інтелектуальної власності розробляється для відповідного об'єкта під конкретного замовника, оскільки потреба у такій оцінці виникає, як правило, у зв'язку з відчуженням відповідних виключних або невиключних прав [3, с. 522].

В Україні офіційної методики вартісної оцінки прав на об'єкти інтелектуальної власності не створено. Проте дуже значною є міжнародна й вітчизняна практика такої оцінки. Втім деякі фахівці вважають, що створити єдину методику взагалі неможливо та й недоцільно [2, с. 639–640].

Нормативно-правова база оцінки об'єктів права інтелектуальної власності регулюється законом України “Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні”, Національним стандартом №1 “Загальні засади оцінки майна і майнових прав”, затвердженим Постановою Кабінету Міністрів України від 10 вересня 2003 року №1440, Методикою оцінки майна, затвердженою Постановою Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 р. №1891, нормативно-правовими актами Фонду державного майна України, виданими на їх виконання [4].

Оцінка інтелектуальної власності дає змогу:

- 1) зменшити податок на прибуток;
- 2) регулювати обсяг амортизаційних відрахувань і створювати фонди на придбання нових об'єктів інтелектуальної власності;
- 3) збільшити ринкову вартість підприємства;
- 4) визначити розмір частки при внеску в статутний капітал у формі об'єктів інтелектуальної власності;
- 5) забезпечити облік всіх активів підприємства;
- 6) оптимізувати співвідношення активів;
- 7) визначити вартість об'єктів інтелектуальної власності при їхній купівлі-продажу;
- 8) визначити розмір збитку чи розмір компенсації з приводу незаконного використання об'єктів інтелектуальної власності, що належать підприємству;
- 9) врахувати вартість об'єктів інтелектуальної власності при реорганізації, ліквідації чи банкрутстві підприємства.

Налагодження функціонування усього циклу забезпечення охорони та кваліфікованого захисту інтелектуальної власності від несанкціонованого, безоплатного, нерівноцінного використання постає одним із першочергових завдань будь-якої організації. Дискусії, які ведуться останнім часом щодо налагодження міжнародної системи охорони інтелектуальної власності, яка б задовольнила переважну більшість країн, наражаються на багато істотних суперечностей. У світі існує певне розшарування країн за економічним розвитком, політичним устроєм, історичною та культурною спадщиною тощо. Зрозуміло, що реальний вплив інтелектуальної власності на економічний розвиток як позитивний, так і негативний, розрізнятиметься для них за змістом і ступенем [5, с. 61].

Сьогодні розвиток ІТ-технологій поширюється надзвичайно швидкими темпами і дедалі гостріше постає проблема купівлі і використання програмного забезпечення. Проте поширеним є комп'ютерне піратство, яке в нашій державі досягло дуже великих масштабів. Торік Україна продемонструвала найбільш динамічне порівняно з іншими країнами зниження рівня комп'ютерного піратства – з 91 до 85 %. Однак збитки вітчизняної економіки від поширення нелегального програмного забезпечення продовжують зростати. Результати дослідження світового рівня піратського програмного забезпечення (ПЗ), оприлюднені компанією «Майкрософт Україна», показали скорочення кількості контрафактної продукції в Україні на 6 % [6].

У двадцяти країнах з найбільшим рівнем нелегального ПЗ Україна перемістилася з третього на шосте місце, розділивши його з Казахстаном. При цьому у світовому масштабі рівень піратства у 2005 р. не змінився, що становить 35 %, що принесло світовій економіці \$34 млрд. збитків.

На думку «Майкрософт Україна», основними факторами, що вплинули на зниження рівня піратства в Україні, стала активізація державних закупівель легального програмного забезпечення, а також посилення відповідальності за порушення авторських прав.

У той самий час «Майкрософт» визнав, що, незважаючи на всі зусилля, більше чотирьох з п'яти копій ПЗ, використаних торік в Україні, були нелегальними. При цьому навіть на фоні 6 %-ного зниження рівня піратської продукції збитки вітчизняної ІТ-індустрії від поширення нелегального софту продовжують зростати у зв'язку із загальним зростанням ринку ПЗ. У 2005 р. вони становили \$239 млн. порівняно з \$200 млн. у 2004 р. «239 млн. втратила ІТ-індустрія України через вкрадене ПЗ. Український ринок ПЗ IDC оцінює приблизно в \$1 млрд., а за даними Української асоціації користувачів відкритого ПЗ, в Україні парк комп'ютерів нараховує більше 1 млн. [6].

Здійснення господарської діяльності з ефективним використанням нематеріальних активів приносить значні перспективи та вигоди підприємству, а саме:

- підвищення конкурентоспроможності продукції;
- економію техніки, заощадження товарно-матеріальних цінностей;
- підвищення життєздатності учасників економічного процесу;
- зростання прибутковості економічного процесу;

- залучення об'єктів інтелектуальної власності у вигляді інновацій сприяє підвищенню продуктивності праці;
- створення позитивної репутації господарюючого об'єкта.

Висока інтелектуалізація виробництва, господарських процесів, а також інноваційна діяльність створюють позитивний імідж для країни загалом. Одним із показників, що говорить про розвиток науки і реалізацію наукових розробок в державі, можна вважати міжнародні патентні заявки. Всесвітня організація інтелектуальної власності оголосила, що 2006 рік став рекордним за кількістю поданих міжнародних патентних заявок. Їхня кількість зросла на 9 % порівняно з минулим роком і досягла 134 тисячі. Третина усіх заявок надійшла зі Сполучених Штатів. Наступні місця займають Японія, Німеччина, Франція й Великобританія. На шосте місце піднялась Південна Корея – 4,7 тис. заявок. Кількість китайських патентних заявок зросла за рік у два рази й досягла 2,5 тисячі, що забезпечило Китаю 10 місце в рейтингу. З Росії за рік подано тільки 500 заявок, на 4 % менше ніж торік. Росія займає лише 22-ге місце. Серед компаній лідером є голландська корпорація Philips, якій належить менше 2 % всіх патентних заявок у світі. За нею ідуть японська компанія Matsushita і німецький концерн Siemens. За інформацією відділу міжнародних заявок Укрпатенту українськими заявниками в минулому році подано 89 міжнародних патентних заявок [6].

Динамічний розвиток ринку призвів до такої ситуації, в якій для пересічного покупця при виборі товару важливе місце займає товарна марка або бренд. До недавнього часу на інформаційному ринку України були представлені різні оцінки брендів, що ґрунтувалися на суспільних і експертних думках, оцінках витрат і якості рекламних компаній тощо. Однак, безперечно, головним критерієм потрібно розглядати фінансову ефективність використання бренду. Як наслідок, було створено рейтинг найуспішніших брендів на фінансовому, промисловому і споживчому ринках. У межах цього проекту використовуються фінансові показники компаній–власників торгових марок. Створення рейтингу брендів має тільки позитивні наслідки для власників тих компаній, що в них потрапляють, оскільки це відображає фінансові можливості компанії, при цьому створює гарну репутацію для фірми. Для споживачів такі рейтинги є інформаційним джерелом, що дає можливість вибрати кращі і найпопулярніші товари з тих, що представлені на ринку.

«Гвардія брендів» – рейтинг найефективніших брендів, які представлені на українському ринку. Рейтинги брендів представлені в трьох основних секторах економіки: споживчі і промислові ринки, а також фінансовий сектор. Для кожного сектору економіки під час складання методики були враховані свої особливості брендингу. Співвідношення брендів і компаній із різних галузей одного сектору стало можливим завдяки використанню під час розрахунку рейтингів моделі бальної системи вираження показників у визначених вибірках досліджуваних критеріїв.

Дослідження проводилося у декілька етапів. На першому етапі знаходилися компанії, що замикають на собі прибутки від продажу продукції під певними брендами. На другому етапі компаніям розсилалися анкети і листи з пропозиціями взяти участь у рейтингу. Компанії для участі у рейтингу (див. таблицю) повинні були подати фінансову інформацію: розмір доходів від продажу продукції під брендом, розмір чистого прибутку, собівартість реалізованої/виготовленої продукції. У створенні таких брендів активну участь беруть компанії, що усвідомлюють важливість цієї інформації для підприємства та донесення її до широкого загалу споживачів.

Консалтингова компанія Interbrand і журнал Business Week опублікували черговий рейтинг 100 найдорожчих брендів світу. 62 з них – американські. Українських та російських брендів у списку поки що немає.

Як і в минулі роки, у рейтингу Interbrand домінують американські бренди — їх у списку 62, а у першій десятці – 8.

Методика розрахунку рейтингу вміщає різні аспекти діяльності компаній, які мають ті або інші бренди. Рейтинг будується на детальному аналізі того, яка частина продажу продукції виробляється за рахунок лише бренду. До розрахунку включається також сила бренду, яка визначається такими факторами: лідерство цього бренду на ринку; стабільність і здатність цього бренду перетинати географічні і культурні кордони.

Топ 20 загального рейтингу брендів*

Рейтинг	Галузь	Бренди	Компанія
1	мобільний зв'язок	UMC	UMC
2	косметика і парфумерія	Rexona, Pepsodent, Sunsilk, Timotei, Dove, Denim, Calve, Hellmann's	UNILEVER УКРАЇНА
3	бакалія	Торчин-продукт	ВОЛИНЬХОЛДИНГ
4	ССС	Ceresit	ХЕНКЕЛЬ БАУТЕХНІК
5	ресторани	McDonald's	МАКДОНАЛЬДС ЮКРЕЙН ЛТД
6	алкогольний ринок	Nemiroff Premium, Spy	УКРАЇНСЬКА ГОРІЛЧАНА КОМПАНІЯ NEMIROFF
7	побутова хімія	Gala, Fairy, Mr.Proper, Dax, Dana, Ace, Bonux, Head & Shoulders, Pantene, Clairol Herbal Essenses, Shanttu, Wash&Go, Blend-a-med, Shandy, Old Spice, Max Factor	ПРОКТЕР ЕНД ГЕМБЛ УКРАЇНА
8	кондитерські вироби	Спокуса, Alpen Gold, Корона, Milka, Siesta, 3Bit, Fiesta	КРАФТ ФУДЗ Україна
9	пиво-безалкогольна галузь	Оболонська, Живчик, Оболонь, Джин-тонік, Бренді-Кола, Ром-Кола, Шарм	ОБОЛОНЬ
10	кондитерські вироби	Оленка, Чайка, Зодіак, Кабаре, Горішок, Люкс, Шоколадний Батон	КОНДИТЕРСКА КОРПОРАЦІЯ ROSHEN
11	пиво-безалкогольна галузь	Славутич, Арсенал, Tuborg, Львівське, 7up, Mirinda, Pepsi	ПБК СЛАВУТИЧ
12	косметика і парфумерія	Avon	AVON COSMETICS УКРАЇНА
13	мобільний зв'язок	Kyivstar	КІЇВСТАР GSM
14	ресторани	Домашня кухня	ЕКСТРИМ, ООО
15	алкогольний ринок	Союз-Віктан, Союз-Віктан Люкс, Medoff, Кримський Сувенір, Лонгер, Неаполіс	СОЮЗ-ВІКТАН ЛТД
16	морозиво і напівфабрикати	ТРИ МЕДВЕДІ	КОМПАНІЯ ТРИ МЕДВЕДІ
17	морозиво і напівфабрикати	Рудь	ЖИТОРСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД
18	пиво-безалкогольна галузь	Юрське джерело, Спарлетта, Фруктайм, Bon Aqua, Coca-Cola, Sprite, Fanta, Schwepps	КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖЕС УКРАЇНА
19	алкогольний ринок	Absolut, Finlandia, Smirnoff, Sterling, Helsinki	ТД АРДА
20	пиво-безалкогольна галузь	Чернігівське, Чернігівське Багряне, Чернігівське Біле	ЧЕРНІГІВСЬКИЙ ПИВОКОМБІНАТ ДЕСНА

* Джерело: <http://patent.km.ua>

Щоб потрапити до рейтингу, бренд повинен відповідати багатьом формальним критеріям. По-перше, вартість бренду повинна перевищувати \$1 млрд. По-друге, він має бути глобальним, тобто

за межами країни його появи повинно продаватися не менше третини усіх товарів під цим брендом. По-третє, компанія повинна мати відкриту фінансову і маркетингову інформацію про власну продукцію. Так, через невідповідність цьому набору критеріїв у рейтинг не потрапили Visa, BBC і Mars [6].

Вартість залежить від того, яку політику компанія веде за межами звичних ринків і, особливо, на ринках Азії, зокрема в Індії та Китаї, відзначають спеціалісти Interbrand.

Американські бренди лідирують серед товарів повсякденного використання, комп'ютерної техніки і фінансових послуг. Зовсім інша картина вимальовується в галузі виробництва автомобілів, де американці були традиційно сильними.

Європейські і азіатські автомобільні бренди починають витісняти американські навіть на їх власному ринку. Це відбувається тому, що автомобілі з Азії та Європи є кращої якості і мають нижчу ціну.

На вартість брендів впливають і чинники неекономічного характеру. Заборони куріння у громадських місцях і антипропаганда куріння нанесли збитків вартості брендів тютюновим компаніям. З них у рейтингу 100 найдорожчих залишилася тільки Marlboro, втративши при цьому за рік 8 % від вартості.

З іншого боку, у створенні масового споживача світові бренди поступово втрачають власну початкову національну належність. Це підтверджується опитуваннями споживачів, багато з них вважають Heineken німецькою компанією, а Nokia – японською [6].

На жаль, до цього рейтингу поки не потрапила жодна українська компанія. Проте за правильного вибору політики управління і нарощення фінансових можливостей і українські підприємства можуть досягнути успіху.

Вибір успішної стратегії і правильне використання усіх існуючих ресурсів підприємства може принести значні результати у вигляді високих прибутків. Проте під ресурсами деякі керівники розуміють лише об'єкти матеріальної власності, не беручи до уваги інтелектуальну.

Використання інтелектуальної власності у статутному капіталі підприємства дає змогу отримати такі переваги:

- сформувати значний статутний капітал без відчуження грошових коштів, а також забезпечити доступ до інвестицій та кредитів, оскільки виключні майнові права на об'єкти інтелектуальної власності і ліцензії можна використовувати нарівні з іншою власністю як завдаток при отриманні банківських кредитів;

- брати участь як засновники (власники) фірм;

- включати в собівартість продукції амортизаційні відрахування по об'єктах нематеріальної власності на законних підставах.

Використання об'єктів інтелектуальної власності в господарській діяльності як нематеріальних активів дає змогу:

- поставити на баланс, підтвердивши документально права власності на ці об'єкти;

- отримати додаткові доходи за передачу прав на використання об'єктів інтелектуальної власності, забезпечивши обґрунтоване регулювання цін на продукцію, що виробляється підприємством [7].

Проте такий вид господарювання приносить вигоди не тільки на рівні підприємства, а й на більш глобальному – на рівні держави. Система інтелектуальної власності сприяє економічному зростанню та зменшенню рівня бідності завдяки стимулюванню винахідництва та нових технологій, що приводить, своєю чергою, до зростання промислового та сільськогосподарського виробництва, збільшення іноземних інвестицій, трансферу технологій та доступності медикаментів для боротьби із хворобами [5, с. 61].

Як бачимо, раціональне використання нематеріальних активів у господарській діяльності приносить підприємству багато переваг. Проте поява таких переваг можлива лише за умови вибору ефективної політики управління нематеріальними активами. Часто можливість вибору тієї чи іншої форми управління залежить від розмірів самої організації. Автори вважають доцільним запропонувати окремі рішення для малих, середніх та великих підприємств.

Звичайно, що підприємство, яке можна віднести до категорії малих, не має достатніх фінансових та трудових ресурсів для створення спеціалізованого підрозділу чи відділу, який займався б питаннями, пов'язаними з інтелектуальною власністю та її об'єктами. Проте сьогодні існує потреба в інформації щодо стану ринку об'єктів інтелектуальної власності та нематеріальних активів. Керівник будь-якої організації повинен усвідомлювати усю важливість залучення до процесів, що здійснює підприємство, нематеріальних активів. Для малого підприємства запорука успіху – це нова, нестандартна ідея. Проте у будь-якому разі вона потребує розвитку і опрацювання, що в подальшому дає можливість втілити її в якісну інноваційну продукцію. Для отримання прибутку від комерціалізації такої продукції потрібно правильно і точно оцінити вартість об'єктів інтелектуальної власності, які використовувалися в процесі виробництва, і здійснити їх амортизацію. Наступним етапом є узаконення усіх прав на об'єкти інтелектуальної власності, що використовуються підприємством. Такі дії захистять від недобросовісної конкуренції. Інтелектуальна власність для малого підприємства може виступати основою розвитку власної підприємницької діяльності, укладення вигідних партнерських угод та підвищення прибутковості.

Для того, щоб не перевантажувати існуючих працівників додатковими функціями та не витратити великих коштів, малим організаціям пропонується об'єднати спільні зусилля (кошти) для створення окремої спеціалізованої фірми, яка займається питаннями інтелектуальної власності, або скористатися послугами вже існуючої. До функції такої фірми можна віднести: моніторинг існуючого ринку об'єктів інтелектуальної власності; надання інформації про появу нових промислово-придатних винаходів, корисних моделей та реєстрацію торгових марок чи знаків; кваліфікована допомога в отриманні патенту чи в державній реєстрації об'єктів інтелектуальної власності; проведення оцінки нематеріальних активів; охорона об'єктів інтелектуальної власності.

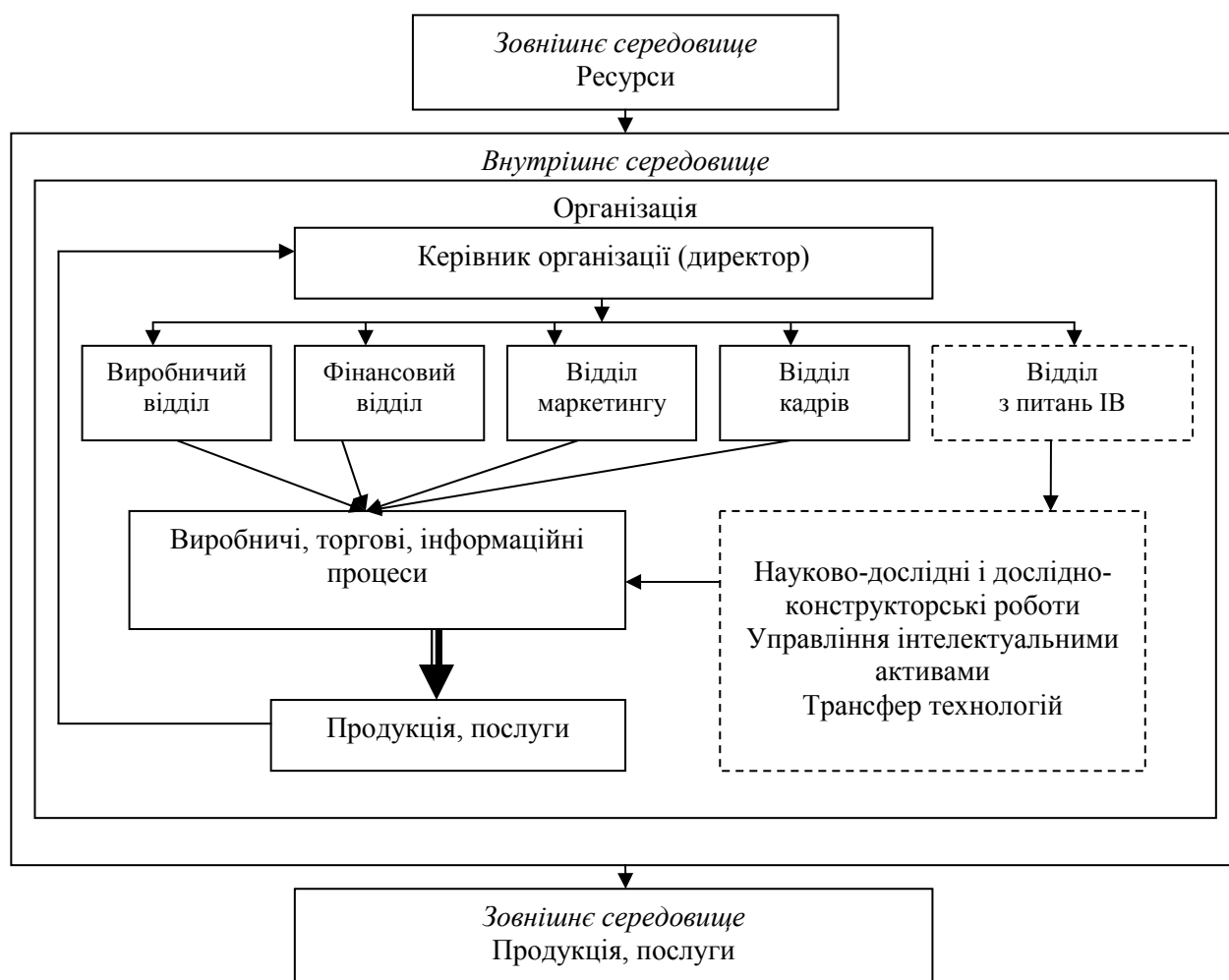
Малий бізнес у цьому випадку має таку важливу особливість, як мобільність. Чутливість до змін ринкової ситуації дає можливість швидко реагувати на неї, вносити зміни в управлінські чи виробничі процеси або повністю їх реформувати. Тому для пошуку нових ідей власники малого бізнесу можуть залучати спеціалізовані фірми, звичайно за певні кошти. Проте вартість таких послуг переважно є меншою, ніж витрати, що можуть бути затрачені на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

Для бізнесу, що за розміром можна віднести до середнього, управління нематеріальними активами на підприємстві стане ефективнішим, коли буде створено спеціалізований відділ з питань інтелектуальної власності. Мета створення такого відділу – вдосконалення роботи у сфері інтелектуальної власності та трансферу технологій. Відділ повинен забезпечувати координацію діяльності підприємства у таких питаннях: економічна оцінка і регулювання ефективності проектів, пов'язаних з використанням, реалізацією об'єктів інтелектуальної власності та трансфером технологій, організація роботи щодо правової охорони і використання ОІВ, проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи у сфері законодавства щодо об'єктів інтелектуальної власності.

Для сучасної організації, яка динамічно розвивається, необхідно виділити в загальному процесі управління підприємством окремих елемент управління інтелектуальними активами. Використання ресурсів інтелектуальної власності створює необхідність здійснення специфічних функцій, обумовлених особливими властивостями та зростаючою важливістю об'єктів інтелектуальної власності. Для інших елементів управління ці функції є або побічними, або додатковими, тому їм не приділяють належної уваги. Розширення структури управління за допомогою створення відділу з питань інтелектуальної власності (рисунок) потрібно докладно спланувати, щоб уникнути дублювання обов'язків працівників у різних підрозділах в області створення і використання інтелектуальних активів.

За умов існування відділу з питань інтелектуальної власності стане можливим організування і планування внутрішніх інформаційних потоків, проектування і формування баз даних, аналіз і оцінка реальної вартості об'єктів інтелектуальної власності, підготовка і виділення інтелектуальних продуктів фірми для зовнішнього ринку.

Для великих компаній питання правильного управління нематеріальними активами має таке саме значення, як і для малого і середнього бізнесу, проте вже на іншому рівні. Наявність великих фінансових ресурсів дає можливість для створення дочірньої організації – центру з питань інтелектуальної власності. Якщо компанія є транснаціональною, то робота центру має бути нерозривно пов'язана з роботою материнської компанії. Діяльність цього центру доцільно поділити за трьома напрямками: науково-дослідна робота, економічна оцінка та комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності та правова охорона цих об'єктів. Якщо компанія є транснаціональною, то це дає їй можливість залучати найкращих фахівців у цій галузі. Робота центру також може бути пов'язана із дослідженням виробничих та управлінських процесів всередині компанії та визначенням необхідності підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації спеціалістів з питань інтелектуальної власності.



- існуючі елементи організаційної структури
 – запропоновані елементи організаційної структури

Місце управління інтелектуальними ресурсами в загальному процесі управління організацією (на прикладі фрагменту організаційної структури середнього бізнесу)²

² Розроблено та запропоновано нами

Результатами науково-дослідної роботи є певні об'єкти, що отримали патент, їх можна використовувати самостійно і мати усі монополні права на ці об'єкти, або ж представляти як предмет купівлі-продажу за ліцензійною угодою. Тобто центр з питань інтелектуальної власності під керівництвом компанії може здійснювати продаж ліцензій, тим самим диверсифікуючи свою діяльність. Під час випуску високотехнологічної продукції виникає необхідність у великій кількості високотехнологічних вузлів та деталей. Центр досліджує можливість самостійного виробництва або ж здійснення замовлення на них. За умови, що замовлення на певний об'єкт понесе за собою менші витрати, ніж його самостійне виробництво, може здійснюватися інвестиційна діяльність у високотехнологічній галузі національного господарства.

Висока активність у галузі інноваційної та інвестиційної діяльності дасть можливість компанії підвищити її привабливість на ринку, тим самим створюючи позитивну репутацію. Така ситуація дає можливість створення спільних із закордонними підприємства, що забезпечує розширення діяльності на закордонних ринках. У процесі розвитку компанії може збільшуватися вартість об'єктів інтелектуальної власності, що їй належить. У цьому випадку завданням працівників центру є щорічна переоцінка таких об'єктів та визначення реальної ринкової ціни компанії на поточний момент часу.

Для усіх підприємств, незалежно від їх розміру, використання інтелектуальної власності дає змогу підвищувати свою конкурентоспроможність і за рахунок цього здобувати стратегічні переваги на ринку. Система інтелектуальної власності за її грамотного використання здатна забезпечити серйозні переваги майже в усіх аспектах діяльності підприємства, зокрема в:

- розробці і виробництві конкурентоспроможної продукції;
- своєчасному оновленні і технічному переозброєнні виробництва;
- визначенні вільних ринкових ніш, потенціальних партнерів та конкурентів;
- маркетингу продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- імпорті продукції або послуг, у тому числі франчайзингу та продажу ліцензій;
- трансфері технологій;
- збільшенні фінансових активів підприємства, його ринкової вартості;
- диверсифікації діяльності тощо.

Вибір правильного способу управління нематеріальними активами для підприємства будь-якого розміру гарантує високий рівень віддачі на вкладені кошти в об'єкти інтелектуальної власності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Опрацювання літературних та електронних джерел дало змогу виділити актуальні сьогоденні проблеми і перспективи управління нематеріальними активами. Ефективний підхід до вирішення існуючих проблем дасть можливість здійснити вдалу комерціалізацію інтелектуальної власності. Наведені переваги дають змогу показати, в який спосіб можуть вплинути об'єкти інтелектуальної власності на діяльність підприємства чи організації. Запропоновані способи управління нематеріальними активами для підприємств різних розмірів дадуть змогу керівництву організацій вибирати ті, що є найбільш прийнятними у цій ситуації, та розробити власну політику організування роботи щодо об'єктів інтелектуальної власності. Подальше дослідження управління нематеріальними активами дасть можливість розробити методологічні положення щодо оцінювання об'єктів інтелектуальної власності.

1. Сопко В. Бухгалтерський облік: Навч. посібник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с. 2. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 960 с. 3. Право інтелектуальної власності: Академ. курс: Підручник для студентів вищих навч. закладів / За ред. О.А. Підпригори, О.Д. Ялетоцького. – 2-ге вид., перероб.

та допов. – К.: Концерн «Видавничий дім Ін Юре», 2002. – 672 с. 4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Методики оцінки майнових прав інтелектуальної власності» // <http://www.akadem.kiev.ua>. 5. Олійник О.С. Інноваційна діяльність та охорона інтелектуальної власності в Україні // *Економіка та прогнозування*. – 2004. – №2. – С. 60. 6. <http://patent.km.ua>. 7. Добриніна Г. Комерційне використання торговельних марок: *Справочник економіста*. – 2005. – №4.