

Мельник Оксана Володимирівна,

ст. викладач кафедри стратегії підприємств

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

### ФОРМУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РИНКОВУ ВАРТІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропонована структуризація нематеріальних активів (НМА) за критерієм виокремлення базових джерел їх формування, а саме: інтелект, норми права, ділова активність, бізнес-процеси та ланцюг формування вартості, що дає можливість системного підходу до розроблення моделі стратегічно орієнтованого управління НМА підприємств. Це дозволяє сконцентрувати увагу на їх ролі в процесі створення ринкової вартості підприємства, а також у процесі перетворення НМА у стратегічні активи фірми. Запропоновано принципи й методи вартісно-цільової моделі стратегічно орієнтованого управління НМА, спрямованої на підвищення капіталізації підприємства.

Ключові слова: нематеріальні активи, оцінка нематеріальних активів, вартість підприємства, капіталізація, стратегічно орієнтоване управління нематеріальними активами.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Сучасні тенденції розвитку постіндустріальної економіки, посилення ролі нематеріальної складової у процесі створення виробництва конкурентоспроможної продукції вимагають визначення ролі нематеріальних активів (НМА). Важливим є питання їх впливу на процес забезпечення розвитку підприємства, посилення конкурентних позицій та зростання його ринкової вартості. Ці процеси викликають активізацію капіталовкладень у формування нематеріальних активів підприємств. Незважаючи на позитивні тенденції зростання обсягів інвестицій в основні фонди та нематеріальні активи вітчизняних підприємств, їх частка в сукупних капітальних витратах залишається мізерною – на рівні 4%, рис. 1.

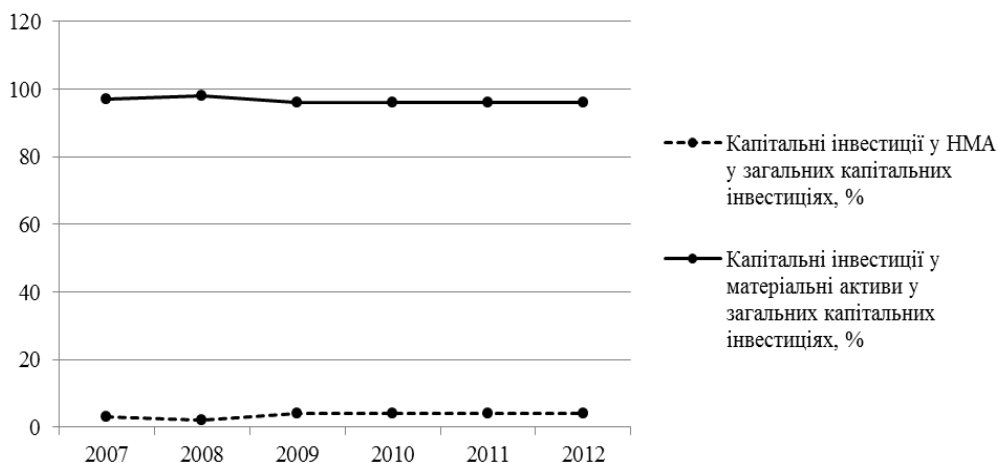


Рисунок 1 – Тенденції капіталовкладень у матеріальні та нематеріальні активи упродовж 2007-2012 рр., (укладено автором за [28; 29])

Функціонування зарубіжних компаній сьогодні переконливо доводить виключну цінність нематеріальних ресурсів, які забезпечують стратегічні переваги в умовах зростаючої конкуренції в економіці. Фокусування уваги на потенціалі нематеріальних ресурсів утворило широкий пласт досліджень, пов'язаних із управлінням нематеріальними ресурсами підприємства, а також активне застосування методичних принципів роботи з ними в практичній діяльності.

Враховуючи тенденції глобалізації та інтернаціоналізації бізнесу, проблематика формування і використання потенціалу нематеріальних активів набула особливої актуальності і для вітчизняних підприємств, які активно залучаються до світових фінансових ринків, ведуть пошук фінансового та інвестиційного партнерства. Поліморфність та синтетична природа нематеріальних активів ускладнює процес формування стандартних управлінських рішень щодо їх формування та розвитку. Тому пошук методів створення, ефективного використання нематеріальних активів стають надзвичайно актуальним завданням для наукового пошуку та практичного менеджменту підприємств. Вагомою складовою управління нематеріальними активами підприємства є процеси їх ідентифікації та оцінювання, визначення механізмів їх впливу на вартість підприємства. Саме методичні складнощі виокремлення їх ролі у згенерованих доходах підприємства, труднощі визначення багатоаспектного впливу їх на формування інших активів та загалом діяльність підприємства зумовлюють потребу приділити вирішенню цих проблем нашу увагу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Фундаментальну платформу досліджень проблематики НМА заклали автори ресурсної теорії. Піонерні ідеї щодо стратегічної ролі нематеріальних активів були сприйняті науковою спільнотою завдяки працям Б. Вернерфельта, Р. Румельта [32], Дж. Барні [33], Е. Брукінг [6] та ін. Значний внесок у розроблення методологічних засад і практичних рекомендацій щодо сутності і визначення ролі НМА в діяльності підприємств зробили такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як Л. Барух, Т. Бауліна [5], Л. Мельничук [16], Х. Ітама [34], Д. Тісс [25], І. Русу [24] та ін. Істотне приращення теоретичних та прикладних засад стратегічного управління підприємством, зокрема розроблення аналітичного інструментарію проведення стратегічних досліджень активів на мікрорівні, зробили А. Томпсон, А. Стрікленд [26], Р. Каплан, Д. Нортон [19], В. Калькало [12], а також вітчизняні «стратегісти» – З. Шершньова [31], А. Наливайко [18], В. Верба [8], І. Репіна [21], О. Гребешкова [9]. Окремий, але органічний аспект методології діагностики активів підприємства становлять проблеми фінансової оцінки активів, які висвітлені в дослідженнях Р. Рейлі, Р. Швайса [23], С. Едвінсона [7], О. Бутнік-Сіверського [21], О. Мендрула [17] та ін. Теоретичні та прикладні аспекти управління вартістю підприємства в різній мірі досліджували у своїх працях С. Валдайцев [7], А. Козирев [13], Т. Коупленд [14], В. Макаров [13], Н. Шевчук [30] та ін.

**Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми.** Незважаючи на значну кількість публікацій, присвячених суті, ролі, розвитку та управлінню НМА, багато аспектів цієї проблеми чекають на своє вирішення, що зумовлює потребу в їх науковому розробленні. Залишаються дискусійними та методологічно нерозвинутими такі аспекти цієї проблеми, як визначення впливу НМА та окремих їх складових на ринкову вартість підприємства, особливості прийняття управлінських рішень щодо формування НМА на підприємствах різних сфер діяльності, галузевої приналежності. Потребують методичного уточнення аналітичний інструментарій діагностики НМА в контексті

управління стратегічним розвитком підприємства, спрямованого на підвищення його вартості та створення цінності для всіх потенційних стейкхолдерів.

**Метою статті** є узагальнення концептуальних підходів до особливостей формування нематеріальних активів підприємства в контексті стратегічного управління, спрямованого на ефективне їх залучення в господарський обіг, що сприятиме збільшенню капіталізації підприємства з урахуванням фундаментальних факторів розвитку знаннєвої економіки.

**Викладення основного матеріалу.** Під НМА автор розуміє сукупність неосяжних (за природою втілення) активів, які застосовуються у створенні кінцевого продукту, а також у сукупності з матеріальними активами під впливом управлінських рішень сприяють підвищенню вартості самої фірми. Значний обсяг досліджень, спрямованих на визначення структуризації нематеріальних активів, сьогодні представляють різні наукові підходи, які пропонують чисельні авторські типології НМА. Найпопулярнішими принципами виокремлення класифікаційних ознак нематеріальних активів є їх приналежність до маркетингу, технологій, інженерної діяльності, сфери творчої (інтелектуальної) роботи, обробки даних, роботи з клієнтами, контрактами, людьми, земельними ділянками та «гудвілом» [23].

Такий підхід, на жаль, не дає комплексного, системного уявлення про джерела походження та використання НМА в господарській діяльності, а також способи участі окремих складових НМА у створенні інтелектуальної ренти, під якою автор розуміє отримання більшої вигоди внаслідок використання унікальних, важко копіюваних ресурсів.

У контексті формування цілеспрямованого впливу (цільового управління, стратегічного позиціонування та розвитку) НМА підприємства пропонуємо авторську класифікацію НМА, розроблену на основі літературних узагальнень [6; 8; 16; 22; 23]. Їх структуризація розроблена за критерієм виокремлення базових джерел формування НМА, а саме: інтелект, норми права, ділова активність, бізнес-процеси та ланцюг формування вартості, що дає можливість системного підходу до розроблення моделі стратегічно орієнтованого управління НМА підприємства, що дасть змогу сконцентрувати увагу на їх ролі у процесі створення ринкової вартості підприємства, табл. 1.

Розуміючи складність детального опису в межах статті всіх аспектів застосування такої типології НМА для раціоналізації прийняття стратегічних управлінських рішень, вважаємо необхідним сфокусувати свою увагу на знаннєвому (когнітивному) підході та ідентифікувати НМА за функціональним призначенням, а саме: маркетинговий, техніко-технологічний та когнітивний тип НМА. До НМА маркетингового типу пропонуємо віднести клієнтські ресурси та організаційні ресурси, які в довготривалій перспективі за умови інвестування в них, дають змогу сформувати лояльність споживачів та забезпечити стабільність продажу товарів, збільшуючи клієнтську базу та сприяють стабільності грошових потоків.

Таким чином, ця група активів дозволяє простежити ланцюжок «витрати – вигоди» та дослідити їх внесок у формування ринкової вартості фірми. До другої групи належать НМА, які за природою характеризуються як техніко-технологічні, до яких ми відносимо інноваційні та технологічні ресурси, що являють собою ті ресурси, які можуть мати довгий життєвий цикл формування та з плином часу короткий цикл життя. Крім того, інвестиції в дані активи мають тривалий термін окупності.

Таблиця 1 – Класифікація НМА підприємства

Підхід до ідентифікації та оцінки НМА	Класифікаційна ознака	Види НМА
Юридичний	За ступенем відчуження	- повністю відчужувані НМА; - частково відчужувані НМА
	За ступенем правового захисту	- НМА, що захищені відповідними документами (правами, ліцензіями, патентами); - НМА, які незахищені відповідними документами
	За природою носія	- НМА з відсутнім фізичним носієм; - НМА втілені у матеріальній формі
Економічний	За ступенем участі у виробничому процесі	- використовувані НМА; - не використовувані НМА
	За впливом на вартість підприємства	- НМА, що прямо впливають на вартість підприємства; - НМА, що опосередковано впливають на вартість підприємства
Інвестиційний	За ступенем вкладу індивідуальної праці працівника підприємства	- одноосібні НМА, що належать до окремих працівників; - пайові НМА, що створені на умовах пайової участі спільно з іншими юридичними чи фізичними особами
Інноваційний	За природою походження	- НМА, створені на основі нових унікальних знань; - НМА, що виникають внаслідок володіння рідкісними ресурсами
Знаннєвий (когнітивний)	За походженням	- внутрішні НМА; - зовнішні (ринкові) НМА
	За функціональним призначенням	- НМА маркетингового типу; - НМА техніко-технологічного типу; - НМА когнітивного типу

До когнітивного типу НМА вважаємо доцільним віднести людські, структурні та інформаційні ресурси. Цей вид активів, на нашу думку, найважче ідентифікувати та існує велика ступінь невизначеності з вигодами, які вони потенційно можуть принести підприємству, однак їх особливість у тому, що вони не відповідають принципу спадної граничної корисності (віддачі). Тобто використовуючись в економіці, де визначальним фактором виробництва є знання, можна констатувати існування закономірності зростаючої граничної віддачі знаннєвого фактора. Така структуризація НМА пов'язана з особливістю їх впливу на прийняття стратегічних рішень, унаслідок істотних відмінностей у джерелах походження, формування цінності, функціональному призначенні та вкладу кожного виду активів у формування стратегії та потенціалу створення вартості компанії.

При цільовому формуванні нематеріальних активів, яким повинне опікуватися керівництво підприємств доцільно розуміти економічну доцільність інвестування у придбання, створення або розвиток окремих складових НМА, оскільки саме фінансово-

економічні результати діяльності підприємства є достовірним критерієм оцінювання правильності стратегічного вибору.

На сьогодні існує досить багато спроб визначити ефективності діяльності підприємства. Проте ключовим проблемним моментом цих методичних підходів є неможливість виявити причино-наслідкові зв'язки між системою управління та результатами діяльності підприємства [27].

Таким чином, вартісно-орієнтований підхід став домінуючим у прийнятті управлінських рішень, зокрема стратегічних. Крізь призму динаміки капіталізації вартості підприємства оцінюється ефективність управління, мотивуються менеджери підприємств, формується політика управління активами. Саме капіталізація вартості характеризує здатність підприємства ефективно використовувати свої ресурси, перетворювати їх у високоліквідні активи, що працюють створюючи певні конкурентні переваги, які важко імітувати конкурентам, що підвищують їх інвестиційну привабливість для акціонерів та стратегічних інвесторів підприємства.

Суть капіталізації виявляється, з одного боку, через процес перетворення різних видів ресурсів на капітал, тобто вартість, що створює додану вартість, а з іншого – через результат, який проявляється у прирощенні вартості бізнесу. Не дивлячись на багатогранність істотних характеристик кінцевим результатом капіталізації є прирощення цінності (вартості), за рахунок якої підприємство посилює опір до зовнішніх загроз та формує резерв майбутнього зростання [9]. Капіталізація виступає похідною величиною від зростання підприємств, тобто результатом агрегації управлінських рішень щодо пошуку шляхів підвищення вартості суб'єктів господарювання [30]. Виявлення факторів впливу на капіталізацію підприємства, їх ідентифікація та визначення механізму перетворення їх дії у вартісні параметри діяльності підприємства – надскладне завдання внаслідок відсутності прямої залежності наявності у підприємства активів, зокрема НМА, та динаміку капіталізації підприємства. Основне припущення при визначенні вартості бізнесу ґрунтується на тому, що теперішня вартість дорівнює вартості майбутніх вигід, які отримує власник, володіючи даним бізнесом.

Визначення факторів вартості підприємства варто зосередити увагу на ті змінні, (а саме механізм управлінської системи перетворення ресурсів в активи), від яких залежать результативність діяльності підприємства і яка впливає на вартість підприємства. При визначенні вартості підприємства та факторів впливу на її величину необхідно відрізнити ринкову вартість підприємства від балансової. Під балансовою вартістю підприємства розуміють вартість основних та оборотних коштів підприємства на певний час, яка розраховується як початкова вартість придбаного капіталу (об'єкта), за якою він обліковується в балансі за мінусом накопиченої суми зносу. Балансова вартість підприємства визначається як її чисті активи, власний капітал, тобто як різниця між сукупними активами і сукупними зобов'язаннями (боргами). При визначенні сутності ринкової вартості підприємства вважаємо необхідним взяти до уваги нормативні положення [1-4], що регламентують цю сферу діяльності підприємства і дозволяють визначити ринкову вартість підприємства як певну суму, яку можна отримати при продажу активів (власності) фірми на ринку.

Із поняттям ринкової вартості тісно пов'язане поняття ринкової капіталізації, яка відображає вартість компанії через поточну вартість її акцій. Обчислюється ця величина як множення ціни однієї акції на кількість випущених акцій. Величина ринкової капіталізації та її зростання часто є характеристиками успішності акціонерної компанії, причому якщо вона публічно здійснює купівлю та продаж акцій. Однак, на наше

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

переконання, ринкова капіталізація значною мірою залежить від дії зовнішніх факторів (політичних, економічних, ринкових) та від очікувань майбутніх прибутків, а прослідкувати рівень зростання капіталізації підприємства від внутрішніх факторів, таких, як система управління, бізнес-процеси, корпоративна культура, досить складно в умовах української дійсності, однак можливо з допомогою методів експертних оцінок.

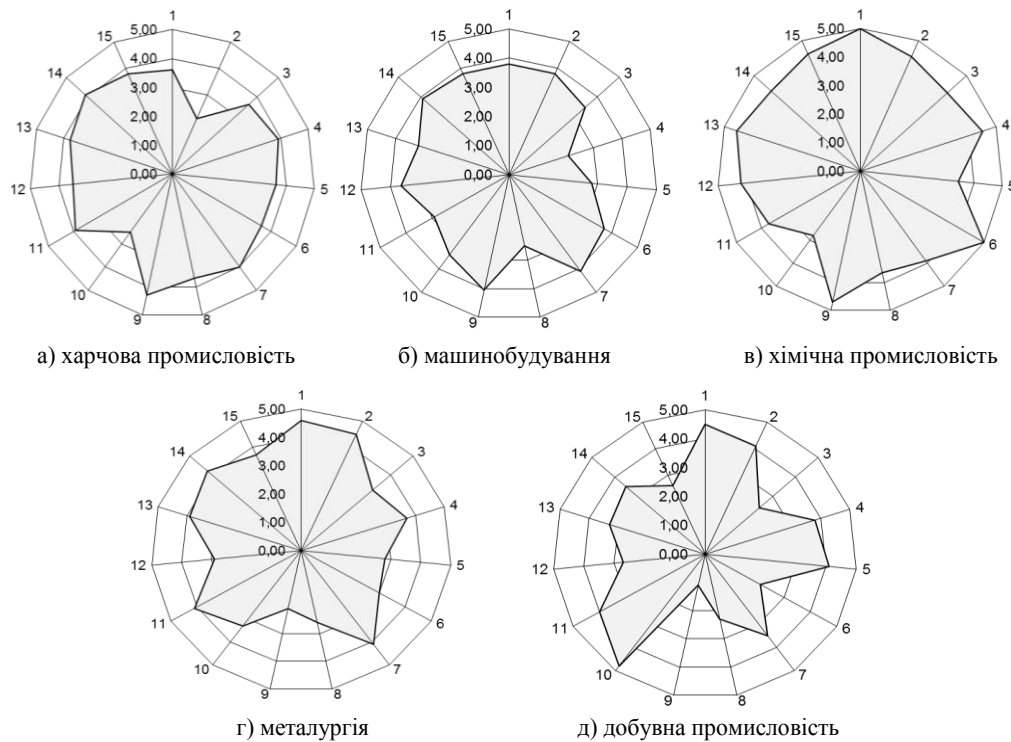
Для емпіричного аналізу ролі НМА у капіталізації вітчизняних підприємств різних напрямів діяльності та виявлення галузевих особливостей при формуванні й оцінюванні впливу НМА на вартість підприємств для вибірки було обрано підприємства харчової, хімічної, добувної промисловості, машинобудування та металургії у кількості 13 підприємств. Відсутність єдиних методологічних підходів щодо вимірювання вартісної величини НМА, складність методичного оцінювання їх впливу на ринкову вартість підприємств змусило для визначення цінності окремих складових НМА та виявлення кореляції між їх розвиненістю застосувати експертне оцінювання топ-менеджментом підприємств вибірки. Для оцінювання впливовості окремих елементів НМА 25 експертам (по 5 експертів у кожній галузі) було запропоновано за 5-бальною шкалою оцінити рівень впливу окремих елементів НМА на вартість підприємств з урахуванням галузевої специфіки функціонування і розвитку. Рангова оцінка 5 відповідає елементам НМА, що мають найбільший вплив на вартість підприємств, а оцінка в 1 бал відображає найнижчий вплив на вартість підприємства з боку цих НМА. Результати оцінювання узагальнено в табл. 2.

Таблиця 2 – Рангова оцінка впливу нематеріальних активів на ринкову вартість досліджуваних підприємств

Елементи нематеріальних активів	Рангова оцінка за галузями промисловості				
	Харчова промисловість	Машино-будування	Хімічна промисловість	Металургія	Добувна промисловість
1. Інноваційність потенціал у компанії	3,61	3,80	5,00	4,60	4,50
2. Володіння промисловими зразками, корисними моделями	2,10	3,80	4,40	4,50	4,10
3. Програмне забезпечення	3,60	3,45	4,10	3,20	2,40
4. Фірмова документація, інформаційні системи	3,90	2,10	4,50	3,70	3,80
5. Якість комунікацій на підприємстві	3,65	2,80	3,45	2,80	4,10
6. Лояльність споживачів	3,60	3,70	5,00	3,00	2,10
7. Наявність бази даних клієнтів	4,00	4,10	3,90	4,10	3,50
8. Досвід на ринку, репутація	3,70	2,50	3,65	2,60	2,30
9. Наявність торгової марки, бренду	4,30	4,05	4,70	2,10	1,10
10. Володіння правами, угоди франшизи	2,50	3,40	2,80	3,30	4,80
11. Якість корпоративної стратегії	3,92	2,90	3,70	4,10	4,00
12. Рівень корпоративної культури	3,50	3,65	4,20	2,90	2,70
13. Інтелектуальний потенціал працівників (компетентність та кваліфікованість кадрів, система мотивації)	3,77	3,20	4,55	3,90	3,3
14. Досвід вищого керівництва, якість менеджменту	4,10	3,90	4,20	4,20	3,50
15. Використання нових управлінських технологій	3,8	3,8	4,5	3,7	2,60
<b>Середній ранговий коефіцієнт</b>	<b>3,6</b>	<b>3,41</b>	<b>4,18</b>	<b>3,51</b>	<b>3,25</b>

Дослідження сучасного стану розвитку підприємств, розвиненості їх НМА показало, що на вартість підприємств різних галузей промисловості впливають нематеріальні активи різних типів, однак найсуттєвіший вплив є той чи інший тип активу залежно від галузі, у якій працює підприємство, та його ринкового середовища. Так, для підприємств харчової промисловості найсуттєвішими для забезпечення зростання вартості підприємства є НМА маркетингового та техніко-технологічного типу. Це пояснюється тим, що при виробництві якісних продуктів харчування використовуються класична технологія та якісна натуральна сировина, однак споживач здійснює свій вибір під впливом зовнішніх ефектів, зокрема реклами.

Для машинобудівних та металургійних підприємств визначальними є НМА когнітивного та маркетингового типу, оскільки для стабільної конкурентної позиції підприємства галузі, а відповідно і зростання капіталізації визначальними будуть рівень загальнокорпоративної стратегії, інтелектуальний потенціал кадрів, досвід на ринку та ін. Для підприємств хімічної промисловості суттєвий вплив на вартість підприємств чинять НМА техніко-технологічного та когнітивного типу, а для підприємств добувної промисловості матимуть значення НМА когнітивного типу (рис. 2).



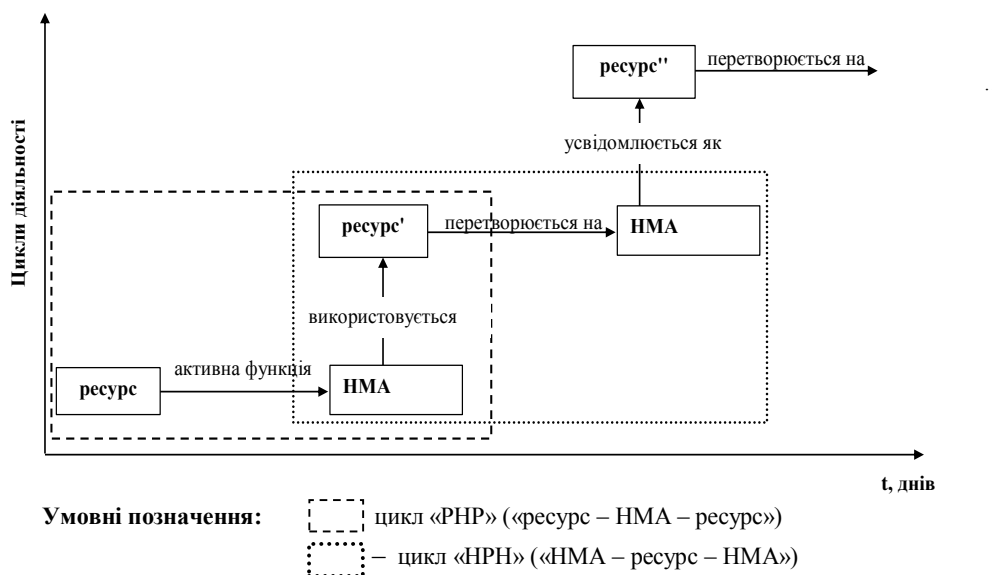
**Рисунок 2 – Профілі впливу елементів НМА на вартість досліджуваних підприємств різних галузей промисловості**

Зрозуміло, що поясненням такої оцінки елементів НМА є сама природа різних типів НМА. Так, маркетинговий тип НМА для підприємств галузей, що мають тривалий

**Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком**

виробничий цикл, характеризується мінливістю впливу внаслідок того, що не створюють ключовий фактор успіху даної галузі, проте для підприємств харчової промисловості, які постійно оновлюють свій товарний портфель і мають короткий виробничий цикл, маркетингові нематеріальні активи мають стійкий вплив (виробили продукт, розрекламували, створили лояльність, підтримуючі заходи лояльності, збільшили вартість фірми).

Прикладом стійкого впливу НМА маркетингового типу на вартість компанії можна назвати компанію *Mars*, яка створена ще в 1911 році. Основну частку вартості фірми становлять її сімнадцять брендів. НМА техніко-технологічного типу потребують тривалого часу розроблення від ідеї до промислового зразка за петлею «НМА-МА», що може відбуватися за алгоритмом, поданим на рис. 3.



**Рисунок 3 – Циклічність ресурсного забезпечення стратегічно орієнтованого управління НМА, (адаптовано за [15] )**

Особливість їх полягає в тому, що необхідні великі капіталовкладення на їх купівлю чи створення, а впровадження та використання супроводжуються великим ризиком, оскільки не відома віддача від їх використання. НМА когнітивного типу будуть виконувати підтримуючу функцію для НМА двох інших типів

Таким чином, першочергове завдання стратегічно орієнтованого управління нематеріальними активами підприємства полягає в ефективному залученні до господарського обороту НМА, визначення портфеля НМА та створення їх оптимальної структури для підприємств різних галузей, що сприятимуть збільшенню їхнього рівня капіталізації та зростанню вартості підприємства в цілому.

Вартісно-цільова модель стратегічно орієнтованого управління НМА, на наш погляд, має будуватися на принципах системності, збалансованості, стратегічної спрямованості, диверсифікації та контролю, застосування яких забезпечує ефективність та результативність використання ресурсів підприємства, що відображені в табл. 3.



*Таблиця 3 – Принципи формування НМА, спрямовані на збільшення ринкової вартості підприємства*

Принцип	Суть принципу
Принцип збалансованості	Баланс між використанням матеріальних (МА) та нематеріальних (НМА) активів
Принцип стратегічної спрямованості	Стратегічно орієнтоване управління НМА (СУНМА) спрямоване на підтримку розвитку підприємства в рамках загальної стратегії підприємства
Принцип диверсифікації	Створення єдиного інформаційного простору формалізації наявних НМА
Принцип контролю	Постійний моніторинг стану та структури НМА
Принцип системності	Взаємозв'язок і взаємозалежність впливу всіх елементів системи СУНМА

Для оцінювання рівня ефективності управлінських рішень щодо формування НМА, спрямованих на генерування цінності, пропонуємо використовувати як фінансові, так і нефінансові індикатори оцінки ефективності НМА. Така система оцінювання дасть змогу раціоналізувати інвестиції у нематеріальні активи, що забезпечить зростання капіталізації підприємств (табл. 4).

*Таблиця 4 – Параметри цінності НМА різних типів у системі стратегічно-орієнтованого управління НМА*

НМА, що генерують цінність	Фінансові параметри оцінки ефективності НМА	Нефінансові параметри оцінки ефективності НМА
НМА маркетингового типу	Затрати на формування бази даних клієнтів. Затрати на формування лояльності клієнтів. Витрати на формування каналів розподілу	Рівень використання баз даних. Якість каналів розподілу
НМА техніко-технологічного типу	Витрати на створення інновацій. Витрати на впровадження новітніх технологій. Затрати на комунікації	Рівень інноваційності підприємства. Якість технологій. Життєвий цикл технологій. Рівень оснащення сучасними засобами комунікацій
НМА когнітивного типу	Витрати на формування та підтримку корпоративної культури. Витрати на пошук та використання інформації. Затрати на інформаційні технології. Інформаційна додана вартість. Витрати на організаційну структуру. Витрати на пошук персоналу. Витрати на заробітну плату. Витрати на бонуси та заохочення. Витрати на навчання персоналу. Витрати на перекваліфікацію персоналу	Рівень використання нових методів та технологій управління. Рівень корпоративної культури. Якість інформації. Корисність інформації. Інформаційна продуктивність. Відповідність стратегії структури. Рівень умінь та таланту. Рівень активності персоналу. Вікова структура персоналу. Рівень освіти. Якість виконуваної роботи. Плинність кадрів. Частка витрат на оплату праці в операційних витратах

НМА можуть створювати цінність компанії та інтелектуальну ренту і впливати на формування вартості через стратегію підприємства, що зорієнтована на ефективне їх сполучення з матеріальними активами, та управлінський вплив, що сприяють цьому процесу. Саме стратегічні рішення дозволяють активно залучати НМА у господарський обіг, створюючи додаткову вартість, а далі і фінансовий капітал. Це може відбуватися за такою схемою: правильна оцінка та постановка на баланс НМА збільшують ринкову вартість підприємства; під цю вартість підприємство випускає акції, емісія яких дозволяє залучити реальні кошти, які спрямовують потім на створення нових продуктів, у тому числі і за участі НМА, що знаходяться в розпорядженні підприємства. У свою чергу, результат капіталізації НМА буде залежати від стратегічних рішень стосовно залучення та використання інвестиційних ресурсів.

**Висновки.** Узагальнюючи результати дослідження, маємо зауважити, що за сучасних тенденцій розвитку економічних систем надзвичайну роль у забезпеченні довгострокового успіху підприємств будуть відігравати нематеріальні активи. За умов дефіциту фінансових ресурсів для оптимізації інвестиційних програм формування та розвитку нематеріальних активів підприємств вважаємо необхідним виявлення тих складових НМА, що створюють найбільшу цінність для підприємства, яка утілюється у створенні доданої вартості й відображається приростом капіталізації підприємства. Проведене емпіричне дослідження рівня впливу різних складових нематеріальних активів на капіталізацію вітчизняних підприємств різних галузей дозволило виявити, що для підприємств харчової промисловості найвпливовішими для подальшого розвитку та економічного зростання є НМА маркетингового та техніко-технологічного типу. Ефективне використання активів такого типу дає змогу через упровадження передових технологій виробництва сформувати лояльність споживачів та постачальників, які, у свою чергу, сприяють зміцненню позитивного іміджу, репутації підприємств харчової промисловості та покращанню їх ринкових позицій.

Для підприємств машинобудування та металургії критичне значення відіграють НМА техніко-технологічного та когнітивного типу. Підприємства цих галузей мають зосередити увагу на інноваційній діяльності та формалізації результатів такої діяльності у вигляді портфеля винаходів, патентів, ліцензій. Формалізація результатів інноваційної діяльності дозволить забезпечити облік НМА техніко-технологічного типу. Відповідно збільшити не лише ринкову вартість підприємства, але й балансову, що сприятиме інвестиційній привабливості таких підприємств. Пріоритетними напрямками інвестування машинобудівних підприємств мають бути проекти, пов'язані з інноваційними розробками. Для забезпечення довгострокового розвитку підприємств хімічної промисловості (фармацевтичної галузі) доцільно в інвестиційних програмах приділити увагу розвитку персоналу та технологіям. Фармацевтична галузь України, за умови достатнього інвестування в розвиток інтелектуального потенціалу своїх працівників може виступати достойним конкурентом відомим світовим гігантам, таким, як *Bayer* чи *GSK*. НМА маркетингового типу теж відіграють велику роль у просуванні та продажі продукції, оскільки на сьогодні українці більше довіряють рекламі ліків, ніж лікарям.

Для дослідження ролі НМА, що сприяють зростанню вартості підприємства, слід врахувати низку факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. До факторів зовнішнього середовища відносимо інституційне забезпечення створення інтелектуальної ренти з допомогою використання НМА у діяльності підприємства, яка і сприятиме збільшенню капіталізації. До факторів внутрішнього середовища відносимо базові джерела формування НМА, а саме: інтелект, норми права, ділову активність, бізнес-процеси та ланцюг формування вартості.

**Подальші дослідження** в цьому напрямку повинні бути сфокусовані на визначенні

ролі НМА різних типів у перетворенні продуктів інтелектуальної діяльності у стратегічний актив високої вартості з подальшою їх конвертацією в акціонерний та фінансовий капітал.

1. Закон України «Про авторське право і суміжні права» в редакції Закону № 2627-111 від 11 липня 2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 43. – С. 214.
2. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» в редакції Закону № 5460-VI (5460-17) від 16.10.2012 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3689-12/print1218034688041545>.
3. Закон України «Про Захист від недобросовісної конкуренції» в редакції Закону № 689-VI (689-17) від 18.12.2008, ВВР, 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80/print1218034688041545>.
4. Постанова НБУ «Про затвердження Інструкції з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних активів банку України» зі змінами та доповненнями № 203 (z0929-12) від 23.05.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z00-06>.
5. Бауліна Т.В. Державна політика формування інтелектуального капіталу в контексті модернізації національного господарства : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Бауліна Тетяна Володимирівна; НАН України, Рада по вивч. продукт. сил України. – К., 2011. – 40 с.
6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг / пер с англ. под. ред. Л.Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
7. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия / С.В. Валдайцев. – М. : ЮНИТИ, 2003.
8. Верба В.А. Систематизація активів підприємства: стратегічний аспект / В.А. Верба // Економіка: проблеми теорії і практики. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2006. – Випуск 220. – Том II. – С. 493-502.
9. Гребешкова О.М. Капіталізація знань як стратегічного активу підприємства : методологічний аспект [Електронний ресурс] / О.М. Гребешкова, Н.В. Шевчук. – Режим доступу: <http://economics.org.ua/2012/kapitalizaciya-znan-yak-strategichnogo-aktivu-pidpriyemstva-metodologichnij-aspekt/>.
10. Капитализация предприятий: теория и практика : моногр. [Електронний ресурс] / под ред. д.э.н., проф. И.П. Булеева, д.э.н., проф. Н.Е. Брюховецкой; НАН Украины, Ин-т экономики промышленности; ДонУЭП. – Донецк, 2011. – 328 с. – Режим доступу : <http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Buleev.pdf>.
11. Красовська А. Сучасні тенденції економічного розвитку і охорона прав інтелектуальної власності / А. Красовська, І. Бернадські, Інтелектуальна власність. – 2002. – № 23. – С. 27-29.
12. Катякало В.С. Эволюция теории стратегического управления / В.С. Катякало – СПб. : Изд. дом СПбГУ, 2006. – 548 с.
13. Козырев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козырев, В.Л. Макаров. – Издательство РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 352 с.
14. Коупленд Т. Оценка компании / Т. Коупленд, Т. Коллер, Д. Муррин. – М. : Издательство «Олимп-Бизнес», 2003. – 576 с.
15. Мойсеєнко Т.Є. Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності машинобудівних підприємств України : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Т.Є. Мойсеєнко; К. : НТУУ «Київський політехнічний інститут», 2011. – 21 с.
16. Мельничук Л.Ю. Нематеріальні активи в забезпеченні результативності діяльності підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Л.Ю. Мельничук; О. : Одеський державний університет. – 2010. – 21 с.
17. Мендрул О.Г. Оценка стоимости нематериальных активов / О.Г. Мендрул, В.С. Ларцев. – К. : ООО «Полиграф-Информ», 2004. – 264 с.
18. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А.П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

19. Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в реальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон. – Москва : Олимп-Бизнес, 2005. – 512 с.
20. Ольховский В.В. Управление нематериальными активами как инновационным ресурсом развития современных организаций : монографія / В.В. Ольховский. – М. : Изд-во РАГС, 2009. – 304 с.
21. Підпригора О.А. Право інтелектуальної власності: Академічний курс : підручник для студ. вузів / О.А. Підпригора, О.Б. Бутнік-Сіверський, В.С. Дроб'язко та ін.; за ред. О.А. Підпригори, О.Д. Святоцького. – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : Ін Юре, 2004. – 672 с.
22. Репіна І.М. Ідентифікація та класифікація активів підприємства / І.М. Репіна // Стратегія розвитку України. – 2009. – № 1. – С. 386.
23. Рейли Р. Оценка нематериальных активов / Р. Рейли, Р. Швайс // Издательство КВИНТО-КОНСАЛТИНГ. – 2005. – 792 с.
24. Руус Й. Интеллектуальный капитал: практика управления / Й. Руус, С. Пайк, Л. Фернстем. – СПб. : Высшая школа менеджмента, СПбГУ, 2007. – 114 с.
25. Тис Дж. Получение экономической выгоды от знаний как активов: «новая экономика», рынки ноу-хау и нематериальные активы / Дж. Тис // Российский журнал менеджмента. – 2004. – Т. 2, № 1. – С. 95-120.
26. Томпсон А. Стратегічний менеджмент / А. Томпсон, А. Стрикленд. – Издательство Вильямс, 2007. – 928 с.
27. Федорова Г.П. Механізми управління активами підприємств на основі їх капіталізації [Електронний ресурс] / Г.П. Федорова // Інститут регіональних досліджень НАН України. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/En/EM/2008\\_5\\_2/Zbirnik\\_EM\\_08\\_2\\_261.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/En/EM/2008_5_2/Zbirnik_EM_08_2_261.pdf).
28. Капітальні інвестиції в Україну. Аналітичний огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2012/05/30/280503>.
29. Статистичний щорічник за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
30. Шевчук Н.В. Ринкова капіталізація промислових підприємств у контексті розвитку національних економік / Н.В. Шевчук // Стратегія економічного розвитку України: збірник наукових праць. – 2012. – № 30. – С. 223.
31. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. / З.Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
32. Wernerfelt B. A resource-based view of the firm: Ten years after / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – 16 (3). – P. 171-174.
33. Barney J.B. Firm resources and sustainable competitive advantage / J.B. Barney // Journal of Management. – 1991. – № 17. – P. 99-120.
34. Hiroyuki Itami Mobilizing Invisible Assets / Itami Hiroyuki, Thomas W. Roehl // Harvard University Press., – 1991. – 200 p.

**О.В. Мельник**, ст. преподаватель кафедры стратегии предприятий ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана»

#### **Формирование нематериальных активов и их влияние на рыночную стоимость промышленных предприятий**

*В статье предложена структуризация НМА по критерию выделения базовых источников их формирования, а именно: интеллект, нормы права, деловая активность, бизнес-процессы и цель формирования стоимости, что дает возможность системного подхода к разработке модели стратегического ориентированного управления НМА предприятий. Это позволяет сконцентрировать внимание на их роли в процессе создания рыночной стоимости предприятия, а также процессе преобразования НМА в стратегические активы фирмы. Предложены принципы и методы стоимостно-целевой модели стратегически ориентированного управления НМА, направленной на повышение капитализации компании.*

Ключевые слова: нематериальные активы, оценка нематериальных активов, стоимость предприятия, капитализация, стратегически ориентированное управление нематериальными активами.

*O.V. Melnyk*, Senior Lecturer of Enterprise Strategy Department of Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

**Formation of intangible assets and their impact on the market value of industrial enterprises**

**The aim of the article.** The aim of the article is to generalize conceptual approaches to the peculiarities of formation of intangible assets of the company in the context of strategic management, aimed at their effective involvement into economic circulation, in turn, will promote the growth of the capitalization of the company, having regard to the fundamental factors of the development of knowledge economy.

**The results of the analysis.** In the context of deliberate influence formation (target management and strategic positioning and development) we suggest classifying IA on the basis of their structurization according to the criterion of distinguishing basic sources of their formation, namely, intellect, provisions of law, economic activity, business processes and value chain formation. Thus, we distinguish between IA of marketing type, technical and technological type and cognitive type, which, in turn, enables a systematic approach to the development of a model of strategic-oriented management of the IA company. This classification also makes it possible to focus on the role of intangible assets in the process of establishing the market value of the company.

Marketing type IA for industries with a long term production cycle, characterized by the variable impact, do not create a key factor of the industry success. But, on the other side of the coin, marketing intangible assets have stable and direct effect on the food industry enterprises that show continuing update of their product portfolio and have short production cycle (product has been developed, advertised, loyalty system has been created and implemented with its supporting measures and finally the cost of the company has increased). The Mars, which was founded in 1911 can be served as an example of the IA sustainable impact. The key point here is that the main part of the firm's value consists of the range of seventeen brands. Technical and technological types of the IA require a long time period to develop, from the implementation of the idea into production model, according to the method, known as «intangible assets – tangible assets». The main feature of the technical and technological intangible assets lies in the significance of the investments needed to create or to buy those assets. Moreover, an implementation and usage of the such assets accompanied by considerable risk because of unknown efficiency. Cognitive types of the IA will serve as a function to support both other above highlighted types.

**Conclusions and directions of further researches.** Summing up the results of the study, we need to emphasize that intangible assets will play a crucial role in ensuring long-term success of enterprises due to the current trends in the economic systems. To investigate the role of IA, which facilitate the growth of the company value, one has to take into consideration a number of factors of both external and internal environment. In order to optimize management efforts, attention should be focused on the investigation of the role of different types of IA in the transformation of products of intellectual activity into a strategic asset of high value with their further conversion into equity and financial capital.

**Keywords:** intangible assets, valuation of intangible assets, enterprise value, market capitalization, intangible assets` strategically-oriented management.

1. Закон України «Про авторське право і суміжні права» в редакції Закону №2627-111 від 11 липня 2001 р. [Law of Ukraine «On Copyright and Related Rights» activity from July, 11, 2001, № 2627-111] (2001, July 11). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Supreme Council of Ukraine*, 43, 21 [in Ukrainian]

2. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг» в редакції Закону №5 460-VI (5460-17) від 16.10.2012 р. [Law of Ukraine «On Protection of Rights to Marks for Goods and Services» activity from October, 16, 2012]. *rada.gov.ua*. Retrived from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3689-12/print1218034688041545> [in Ukrainian].

3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» в редакції Закону № 689-VI (689-17) від 18.12.2008, ВВР, 2009 р. [«On Protection Against Unfair Competition» activity from December, 18, 2008]. *rada.gov.ua*. Retrived from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96%D0%B2%D1%80/print1218034688041545> [in Ukrainian].

4. Постанова НБУ «Про затвердження інструкції з бухгалтерського обліку основних засобів і нематеріальних актів банку України» [On Approval of the Regulations on accounting of fixed assets

#### Розділ 4 Проблеми управління інноваційним розвитком

and intangible assets Bank of Ukraine] (2005, December 20). *rada.gov.ua*. Retrived from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0040-06> [in Ukrainian]

5. Baulina, T.V. (2011). Derzhavna polityka formuvannia intelektualnoho kapitalu v konteksti modernizatsiï natsionalnoho hospodarstva [Public policy formation of intellectual capital in the context of the modernization of national economy]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Kyiv: Academy of Sciences of Ukraine, Council of Productive Forces of Ukraine [in Ukrainian].

6. Brukinh, É. (2001). *Intellektualnyi kapital [Intellectual capital]*. (L. Kovalik Trans). Saint-Petersburg: Piter [in Russian].

7. Valdaitsev, S.V. (2003). Otsenka biznesaiy upravlenie stoimosti predpriatiia [Business valuation and cost management of company]. Moscow: YUNITI [in Ukrainian].

8. Verba, V.A (2006). Systematyzatsiia aktyviv pidpryemstva: stratehichniy aspekt [Systematics of enterprises' assets: strategic perspective]. *Ekonomika: problemy teorii i praktyky – Economy: Issues of Theory and Practice*, 220, 493-502 [in Ukrainian].

9. Hrebeshkova, O.M., & Shchevchuk, N.V. (2012). Kapitalizatsiia znan yak stratehichnoho aktyvu pidpryemstva: metodolohichniy aspekt [Capitalization of knowledge as a strategic asset of the enterprise: methodological aspects]. *economica.org.ua*. Retrived from: <http://economica.org.ua/2012/kapitalizatsiia-znan-yak-stratehichnoho-aktyvu-pidpryemstva-metodolohichniy-aspekt/> [in Ukrainian].

10. Buleev, I.P., & Briukhovetskaia, N.E (2011). Kapitalizatsia predpriati: teoria i praktika [Capitalization of enterprises: theory and practice]. Donetsk: DonUÉP. *iep.donetsk.ua*. Retrived from: <http://iep.donetsk.ua/publish/mono/Buleev.pdf> [in Ukrainian].

11. Krasovska, A., & Bernadski, I. (2002). Suchasni tendentsiï ekonomichnoho rozvytku i okhrona prav intelektualnoi vlasnosti [Current trends in economic development and protection of intellectual property rights]. *Intelektualna vlasnist – Intellectual Property*, 2-3, 27-29 [in Ukrainian].

12. Katkalo, V.S. (2006). Évolutsiia teorii stratehicheskoho upravleniia [The evolution of the theory of strategic management]. SPb.: Dom SPbHU [in Russian].

13. Kozurev, A.N., & Makarov, V.L. (2003). Otsenka stoimosti nematerialnykh aktivov i intellektualnoi sobstvennosti [Valuation of intangible assets and intellectual property]. Moscow: RITS HSH VS RF [in Russian].

14. Kouplend, T., Koller, T., Murrin D. (2003). *Otsenka kompanii [Company valuation]*. Moscow: Olimp-Biznes [in Russian].

15. Moiseenko, T. (2011). Resursne zabezpechenia innovatsiinoi diialnosti machynobudivnykh pidpryemstv Ukrainy [Resource support of innovation of machine-building enterprises of Ukraine]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Kyiv: NTU «Kyiv Polytechnic Institute» [in Ukrainian].

16. Melnychuk, L.Ye. (2010). Nematerialni aktyvy v zabezpechenni rezul'tatyvnosti diialnosti pidpryemst [Intangible assets to ensure performance of enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Odesa: Odesa State Economic Institute [in Ukrainian].

17. Mendrul, O.H. (2004). *Otsenka stoimosti nematerialnykh aktivov [Valuation of intangible assets]*. Kyiv: OOO «Polihraf-Infom» [in Ukrainian].

18. Nalyvaiko, A.P. (2001). *Teoriia stratehii pidpryemstva. Suchasnyi stan ta napriamky rozvytku [The theory of business strategy. Current status and trends]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].

19. Kaplan, R. (2005). Stratehicheskie karty. Transformatsiia nematerialnykh aktivov v realnye rezul'taty. [Strategy maps. Transformation of the intangible assets into tangible results]. Moscow: Olimp-Biznes [in Russian].

20. Olkhovskiy, V.V. (2009). Upravlenie nematerialnymi aktivami kak innovatsionnym resursom razvitiia sovremennykh orhanizatsii [Management of intangible assets as an innovative resource for the development of modern organizations]. Moscow: Izd-vo RAHS [in Russian].

21. Pidopryhora, O.A., Butnik-Siverskyi, O.B., Drobyazko, V.S et al. Pravo intelektualnoi vlasnosti: Akademichnyi kurs [Intellectual property: academic course]. Kyiv: In Yure [in Ukrainian].

22. Repina, I.M. (2009). Identyfikatsiia ta klasyfikatsiia aktyviv pidpryemstva [Identification and classification of assets of the enterprise]. *Stratehiia rozvytku Ukraïny – Strategy of Development of Ukraine.1*, 386 [in Ukrainian].

23. Reyli, R., Shvays, R. (2005). Otsenka nematerialnykh aktivov [Intangible assets evaluation]. Moscow: Quinta CONSULTIN [in Russian].

24. Ruus, Y., Payk, S., & Fernstem, L. (2007). *Intellektualnyi kapital: praktika upravleniia* [Intellectual capital: practice of management]. SPb.: Vysshaia shkola menedzhmenta, SPbHU [in Russian].
25. Tys, Dzh. (2004). Poluchenie ekonomicheskoi vyhody ot znaniia kak aktivov: «novaia ekonomika», rynky nou-khau i nematerialnye aktivy [Economic benefits from the knowledge as an assets: «new economy», markets know-how and intangible assets]. *Rossiiski zhurnal menedzhmenta – Russian Management Journal (Vol. 2), 1*, 95-120 [in Russian].
26. Tompson, A. (2007). *Startehichnyi menedzhment* [Strategic management]. Moscow: Izdatelstvo Viliams [in Russian].
27. Fedorova, H.P. (2008). Mekhanizmy upravlinnia aktyvamy pidpryemstv na osnovi yikh kapitalizatsiia [Mechanisms of asset management of enterprises based on their capitalization]. *Institut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy – Institute of Regional Studies in Ukraine*. Retrived from: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/En/EM/2008\\_5\\_2/Zbirnik\\_EM\\_08\\_2\\_261.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/En/EM/2008_5_2/Zbirnik_EM_08_2_261.pdf) [in Ukrainian].
28. Kapitalni investytsiï v Ukrainu [Capital investments in Ukraine] (2012). *news.finance.ua*. Retrived from: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2012/05/30/280503> [in Ukrainian].
29. Statystychnyi shchorichnyk za 2012 rik [Statistical Yearbook 2012]. *ukrstat.gov.ua*. Retrived from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
30. Shevchuk, N.V. (2012). Rynkova kapitalizatsiia promyslovykh pidpryemstv u konteksti rozvytku natsionalnykh [The market capitalization of the industry in the context of national economies]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy – Strategy of Economic Development of Ukraine, 30*, 223 [in Ukrainian].
31. Shershnova, Z.Ye. (2004). *Stratehichne upravlinnia [Strategic Management]*. (2nd ed., rev.). Kyiv: KNEU.
32. Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm: Ten years after. *Strategic Management Journal, 16 (3)*, 171-174 [in English].
33. Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management, 17*, 99-120 [in English].
34. Hiroyuki, Itami, & Roehl, Thomas W. (1991). *Mobilizing Invisible Assets*. Harvard University Press [in English].

**Отримано 31.07.2013 р.**