

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ АКТИВИ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Савченко О.І., Задорожна Ю.О., Морозенко К.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Активізацію процесів інноваційної діяльності забезпечують бази знань підприємств, а саме їх інтелектуальні активи.

На нашу думку, необхідно більш детально проаналізувати існуючі підходи до класифікації інтелектуальних активів підприємств.

Як правило, виділяють три основні категорії: людський капітал, репутаційний капітал і структурний капітал.

Людський капітал - це вартість знань (формальне навчання і освіта), навичок, вмінь і ноу-хау співробітників. Важливими є компоненти творчості, креативності, досвіду, комунікативності, гнучкості, задоволеності, лояльності. Тоді при оцінці компаній, важним активом яких є людський капітал, існують певні обмеження у застосуванні балансових показників.

Репутаційний капітал характеризує формування системи стосунків із стейкхолдерами. Наприклад, зовнішніми клієнтами підприємства, його постачальниками і R&D партнерами. Бренди, товарні знаки, лояльність і задоволеність клієнтів, уміння вести переговори з громадськими, державними і фінансовими організаціями можна віднести до цієї категорії.

Структурний капітал включає бізнес-процеси організації, внутрішню корпоративну культуру, інформаційні бази даних. Прикладами є гнучкість, документообіг, центри знань, впровадження інформаційних технологій.

Інтелектуальна власність як актив потребує особливого підходу, враховуючи, що визначення ціни об'єктів інтелектуальної власності – процес трудомісткий, потребує спеціальних знань і навичок в галузі техніки, економіки та права. Саме це призвело до формування особливої галузі знань – оцінки інтелектуальної власності. Права на комерційні позначення, об'єкти промислової власності та авторські і суміжні права відносять до нематеріальних активів підприємства (НМА).

Слід зазначити, що оцінка ОІВ – це процес визначення їх вартості, при здійсненні аналізу інформації, яка має безпосереднє відношення до об'єкту оцінки. Підхід до оцінки зумовлює моделювання ринкового ціноутворення з урахуванням усіх цінових та нецінових факторів. Так, за правилами бухгалтерського обліку до первинної вартості НМА відносять усі витрати підприємства при його покупці, наприклад, державні патентні та інші збори, мита, непрямі податки, що не повертаються, витрати, що пов'язані з покупкою НМА та доведенням їх до стану, що робить їх придатними для використання. Інститут оцінки зменшує частину трансакційних витрат (інформаційні витрати та певна асиметрія інформації, яку використовують індивіди для прийняття управлінських рішень) і робить процес ціноутворення більш оптимальним, а вартість об'єкту оцінки – найбільш близькою до ринкової.