

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ЯК СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Мірошник Р.О., Прийма Л.Р., 2011

В умовах жорсткої конкурентної боротьби та світової економічної кризи, які суттєво вплинули на діяльність вітчизняних промислових підприємств, першочерговим завданням є збереження існуючих позицій на ринках збуту продукції. Підприємствам необхідно шукати нові способи та форми ведення діяльності для забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості. Важливу роль необхідно приділити інноваційній діяльності у формі нових видів продукції та послуг на ринках збуту, з метою підтримання частки ринку, задоволення споживачів та залучення нових клієнтів. Для забезпечення успішного розвитку промисловим підприємствам, у сучасних умовах господарювання, необхідно сформувавши та раціонально використовувати інноваційний потенціал, на формування якого впливають, з одного боку, нематеріальні активи, з іншого – матеріальні засоби. В практиці господарювання не існує певної пропорції, «золотої формули», яка б визначала співвідношення інтелектуального та матеріального капіталу у майні підприємства.

На думку В. Панкова, голови правління ЗАТ "НКМЗ", [1, с. 6] велике промислове підприємство стабільно розвиватиметься лише в умовах постійних змін і динамізму, піднесення до нового рівня має відбуватися в усіх напрямках. Типовими ознаками змін у розвитку промислових підприємств є: найвищий рівень організації та ефективність системи корпоративного стратегічного управління з урахуванням новітніх світових тенденцій; формування принципово нових можливостей створення наукомісткої, високоякісної, з унікальними споживчими властивостями техніки майбутнього для світового індустріального ринку тощо.

Завдання формування інноваційного потенціалу на основі нематеріальних активів потребує розроблення комплексу заходів, що дозволять створити конкурентні переваги в різних функціональних сферах. Доцільно розвивати нематеріальні активи у таких напрямках: маркетингове, логістичне, кадрове та інформаційне забезпечення.

Маркетингове забезпечення розвитку нематеріальних активів промислового підприємства необхідно проводити у таких напрямках: формування репутації та позитивного іміджу підприємства, розвиток торгової марки, формування бренду підприємства, формування та розвиток клієнтського ресурсу (бази постійних клієнтів). Розвивати бренд неможливо без формування позитивної ділової репутації та іміджу організації, створення бази постійних клієнтів, постійного ринкового пошуку для задоволення потреб споживачів.

Логістичне забезпечення необхідно проводити для встановлення ділових стосунків: з постачальниками (з метою розроблення нових видів сировини, матеріалів, комплектуючих тощо); з дилерами та торговими представниками (з метою формування ефективних каналів збуту продукції); з науково-дослідними інститутами (для проведення спільних досліджень та розроблення нових технологічних процесів, нових видів продукції тощо).

В сучасних ринкових умовах в процесі кадрового забезпечення інноваційного розвитку економіки в цілому, а отже, і промислових підприємств, виникає ряд проблем [2, с. 118]:

- недостатній рівень формування у працівників якісних рис та фахових компетенцій, необхідних для створення інновацій та запровадження їх у життя;
- відсутність сприятливих умов (економічних, організаційних, правових) для ефективного використання наявного людського потенціалу в інноваційному процесі, зокрема: неефективність системи стимулювання інноваційної активності на підприємствах; непотрібністю творчої праці та

ініціативи; недосконалість державної системи захисту прав на інтелектуальну власність; відсутність сприятливих умов для впровадження інновацій.

З вище наведеного можна зробити висновок, що в основі інноваційної діяльності необхідно бути закладати фундамент у вигляді освіти та фахових компетенцій працівників організації. В процесі розвитку на промислових підприємствах необхідно виокремити певну групу, яка сформує інтелектуальний актив організації. Це буде певний контингент працівників, які можуть мати спільні погляди, досвід, компетенції, рівень освіти тощо. На них буде покладено ряд завдань: від генерування ідей до патентування результатів творчої діяльності. В основі кадрового забезпечення розвитку нематеріальних активів повинен знаходитись працівник не як робоча сила, а як індивід, особистість, зі своїм інтелектом, знаннями, досвідом, навичками, інтуїцією тощо. Дуже часто вітчизняні підприємства, особливо під час економічної кризи, нехтують своїм персоналом, масово звільняють працівників. Слід пам'ятати, що всі здобутки працівника є у користуванні організації як її інтелектуальна власність, але колосальний досвід та знання завжди залишається за працівниками. Тому часто звільнення талановитих та висококваліфікованих кадрів спричиняє послабленню інноваційного потенціалу промислового підприємства та зниження конкурентоздатності.

Інформаційне забезпечення необхідно спрямовувати на накопичення підприємством інформації про споживачів та конкурентів, створення та передачі інформації споживачам, впровадження прогресивних інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій тощо. Формування інформаційної системи дасть змогу краще та раціональніше використовувати інформацію, яка надходить на підприємства при співпраці організації з партнерами, споживачами, постачальниками, органами державної влади, суспільством тощо.

Варто зазначити, що запропоновані заходи використання нематеріальних активів на промисловому підприємстві дозволять:

- сформувати інноваційний потенціал на основі нематеріальних активів для підвищення ринкової вартості цього підприємства за рахунок сформованого інтелектуального капіталу та розвинутого бренду;
- вижити в умовах світової економічної кризи запровадивши комплекс заходів для створення та підсилення конкурентних переваг;
- диверсифікувати виробництво з метою виходу з новою продукцією на нові ринки та конкурувати зі світовими виробниками;
- підвищити прибутковість та рентабельність діяльності.

Реалізація вищевказаних напрямів розвитку нематеріальних активів як складової інноваційного потенціалу дозволить займати стійкі конкурентні позиції промислового підприємства на ринку.

В подальших дослідженнях доцільно розглянути ряд питань, пов'язаних з розвитком сфери забезпечення нематеріальних активів промислового підприємства з метою формування його інноваційного потенціалу.

*1. Панков В. Інноваційний менеджмент великого акціонерного товариства // Економіка України // № 12 (493), 2002, с. 4-11. 2. Кузнецова Н.Б. Кадри інноваційного типу: сутність, значення та особливості формування в умовах розвитку інноваційної економіки // Актуальні проблеми економіки, 2009, № 6, с. 115-121.*