

Виклики, які створює Інтернет, є вагомими не тільки для великих банків і роздрібних компаній. Це також є проблемою, а може й питанням виживання для тисяч малих підприємств. Прикладом може стати робота невеличкої турагенції. Традиційно це стійки, повні глянцеви брошур, які могли переглядати клієнти, столи, за якими менеджери допомагають розібратися в деталях вибору та бронювання поїздки, купують квитки, оформлюють страховки тощо. Втім, сьогодні все це можна здійснити лише кількома кліками «миші», не виходячи з дому – при чому з більшими можливостями вибору і з меншими витратами.

Звичайно, не всі хочуть робити покупки в Інтернеті, а для тих, хто хоче залишатися клієнтом поважної туристичної компанії, така можливість у певному вигляді зберігатиметься – із наголосом на персональному обслуговуванні, в якості шлюзу до Інтернет-послуг для тих, кому незручно користуватися комп'ютерами тощо. Ми вважаємо, що насправді, ключовою передумовою створення і підтримки конкурентної переваги, незалежно від домінуючих технологічних, соціальних або ринкових умов, ймовірно, є безперервний пошук можливостей і шляхів інновацій та вдосконалення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Синго С. Изучение производственной системы Toyota. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006. 312 с.
2. Evans P., Wurster T. Blown to Bits: How the new economics of information transforms strategy. Harvard Business School Press, Cambridge, Mass. 2000.

**Чулупин Лілія Ігорівна, студентка 4 курсу,
Вакун Оксана Володимирівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів**

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

Перехід бухгалтерського обліку та пристосування його до міжнародних стандартів обумовило появу нового специфічного об'єкта обліку, який немає матеріальної та монетарної форми – нематеріальних активів. Значення і цінність нематеріальних активів у розвитку як економіки України, так і кожного підприємства зокрема відбулося недавно та впровадження яких у процес виробництва набуває великого значення для подальшого ефективного розвитку економіки.

Сучасний період ринкових відносин обумовлює дедалі більше зростання частки нематеріальних активів в майні підприємств. Нематеріальні активи, як «невидима рука» допомагають керівнику управляти підприємством, приймати правильні управлінські рішення, а також вони відіграють неабияку роль в процесі отримання максимально-можливого прибутку за умов ефективного їх використання.

Розглядаючи сутність нематеріальних активів можна виділити три підходи: юридичний; економічний; бухгалтерський.

Згідно юридичного підходу нематеріальні активи – це майно, тобто

сукупність виключних і невиключних майнових прав на нематеріальний актив. Критерієм ідентифікації нематеріальних активів в даному випадку виступає наявність права власності на них.

Згідно юридичного підходу до нематеріальних активів відносяться майнові права на результати інтелектуальної діяльності та прирівняні до них за правовим режимом засоби індивідуалізації юридичних осіб, товарів, робіт та послуг (фірмові та комерційні найменування, торгові марки, знаки для товарів та послуг), а також інші подібні майнові права.

Оскільки інтелектуальна власність має свою істотну специфіку, що полягає в нематеріальній природі об'єктів права інтелектуальної власності, творчому (інтелектуальному) характері праці при їх створенні, виникає обмеженість застосування класичної тріади прав власності (володіння, розпорядження, користування) для її відображення в бухгалтерському обліку. Прикладом чого може бути випадок, коли при відчуженні інтелектуальної власності (наприклад, при передачі в ліцензійне користування) її власник не позбавляється будь-яких прав на таку власність. В свою чергу особа, що набуває таких прав, одержує можливість на власний розсуд в межах ліцензійного договору здійснювати відповідні дії з цим об'єктом. Разом з цим у власність набувача прав переходить не сама інтелектуальна власність, а відповідні матеріальні носії, в яких вона втілена.

Сучасний економічний словник містить визначення двох понять - інтелектуальної власності та інтелектуального капіталу. «Інтелектуальна власність – це власність на результати інтелектуальної діяльності, інтелектуальний продукт, що входить в сукупність об'єктів авторського та суміжних з ним прав. Інтелектуальний капітал – це капітал, втілений у знаннях, уміннях, досвіді, кваліфікації людей» [1, с.158].

Автори М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко вважають, що в широкому розумінні інтелектуальна власність - це юридична категорія, яка застосовується для: визначення результатів творчої праці людини (творів науки, мистецтва та інших видів діяльності); позначення належності таких результатів творчої праці відповідним суб'єктам творчої діяльності; закріплення за цими суб'єктами особистих немайнових і майнових прав, пов'язаних із розробкою та використанням створених ними інтелектуальних продуктів [2, с. 128].

Що стосується поняття «інтелектуальний капітал», то А.Л. Гапоненко та А.П. Панкрухіна вказують, що «інтелектуальний капітал - це знання, інформація, досвід, організаційні можливості, інформаційні канали ...» [3, с.436]. О.О. Підпригора вважає, що інтелектуальний капітал включає знання та навички конкретних людей, системи цінностей, бази даних, програмне забезпечення, ноу-хау, ліцензії, бренди, торговельні секрети [4, с. 40-41].

А. Чухно [5, с. 49-50] зазначає, що одні економісти розуміють під інтелектуальним капіталом наукові кадри, товарні знаки і навіть активи. Інші дослідники розширюють це поняття на кращі позиції в галузі використання нових технологій, безперервне підвищення кваліфікації персоналу і навіть оперативність виконання заявок клієнтів на технічне обслуговування та ремонт устаткування. Сам академік вважає, що інтелектуальний капітал складається з

людського капіталу (досвід, знання, навички, здібності до нововведень працівників конкретної компанії) і структурного капіталу (технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки і все, що дозволяє працівникам реалізувати свій виробничий потенціал). При цьому під структурною частиною інтелектуального капіталу розуміється «... те, що залишається в офісі після того, як співробітники підуть додому». З цього випливає, що в структурний капітал входять, наприклад технічне забезпечення та інформаційні засоби (ЕОМ, комп'ютерні мережі), які є основними засобами підприємства.

Економічна сутність нематеріальних активів передбачає розгляд нематеріальних активів як економічних ресурсів. Критерієм ідентифікації нематеріальних активів в такому випадку виступає здатність контролю над такими активами, яка означає можливість одержання майбутніх економічних вигод від їх використання. Для здійснення контролю над нематеріальним активом не обов'язково мати на нього всі права, достатньо мати лише доступ до нього.

Бухгалтерська сутність нематеріальних активів передбачає розгляд нематеріальних активів з позиції бухгалтерських нормативних актів.

Визначальним чинником використання в бухгалтерському обліку категорії нематеріальних активів є включення до складу об'єктів бухгалтерського обліку таких елементів, як інтелектуальний капітал підприємства до яких ще не пристосована бухгалтерська методологія.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. *Современный экономический словарь*. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 480 с.
2. *Економіка підприємства: Підручник* / М.Г. Грецак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; За ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.
3. *Теория управления: Учебник* / Под общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухина. – М.: Издательство РАГС, 2003. – 558 с.
4. Рач В., Чугуєвець С. *Інтелектуальна власність як базове поняття нової економіки // Інтелектуальна власність*. – 2003. – № 6. – С. 39-42.
5. Чухно А. *Інтелектуальний капітал: сутність форми і закономірності розвитку // Економіка України*. – 2002. – №11. – С. 48-55.

**Дрогомирецька Оксана Володимирівна, магістрантка,
Дмитришин Марта Василівна, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів**

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Малий бізнес – це та сфера підприємницької діяльності, що найближча пересічному громадянину, не вимагає надмасштабних інвестицій, а також розміщена у невеликих населених пунктах найближче до кінцевого споживача.

Невеличкі хлібопекарні та ремонти взуття, перукарні та ательє пошиття одягу, магазини та автоперевізники, – це лише невеликий перелік об'єктів малого підприємництва. Наша мета – дослідити скільки їх всього функціонує в