УДК 338.24.01

Куц Л.Л.,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет

СТРАТЕГІЧНО-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Kuts L.L.,
cand.sc.(econ.), assoc. prof., assistant professor at the departmen of enterprise economy and corporations
Ternopil National Economic University

STRATEGICALLY ORIENTED MANAGEMENT OF INTANGIBLE ASSETS OF THE ENTERPRISE IN ORDER TO INCREASE ITS COMPETITIVENESS

Постановка проблеми. Для забезпечення своєї конкурентоспроможності підприємствам необхідне регулярне створення й виведення на ринок інноваційних продуктів та послуг, а також використання організаційних інновацій у власному внутрішньому середовищі. В Україні нова парадигма економічних відносин поступово змінює механізм управління господарством. Такі вагомі фактори інноваційного шляху розвитку підприємства, як інтелект і результати НДДКР, разом зі знаннями, досвідом, творчістю, новими підходами до управління стають одними із ключових та підпадають під сферу управління нематеріальними активами. Зміна парадигми стратегічного управління підприємством загалом і нематеріальних активів зокрема зумовлена потребами часу й зміною умов конкуренції.

Керівництво підприємств повинно опікуватися цільовим формуванням нематеріальних активів та подальшим використанням їх потенціалу з метою підвищення конкурентоспроможності. При цьому важливо розуміти економічну доцільність інвестування у придбання, створення або розвиток окремих складових нематеріальних активів, оскільки саме фінансово-економічні результати діяльності підприємства є достовірним критерієм оцінювання правильності стратегічного вибору. І тут саме капіталізація вартості характеризує здатність підприємства ефективно використовувати свої ресурси, перетворювати їх у активи, які працюють, створюючи певні конкурентні переваги, що важко імітувати конкурентам.

Стратегічність погляду на забезпечення конкурентоспроможності підприємства допомагає вчасно відреагувати на зміни й формувати саме ті нематеріальні активи, котрі дадуть підприємству серйозні конкурентні переваги на ринку. Тож проблеми розвитку промислового підприємства, підвищення його конкурентоспроможності можна вирішити за допомогою ефективного формування нематеріальних активів та якнайповнішого використання в подальшому їх потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці забезпечення конкурентоспроможності підприємства та факторів, що її визначають, зокрема й ролі нематеріальних активів, присвячено роботи відомих закордонних і вітчизняних науковців: Г. Даулінга, О. Гончара, Л. Оболенцевої, І. Павельчука, М. Портера, П. Пуцентейла, К. Свейбі, Н. Тарнавської та ін. [3; 5; 15; 16; 18; 21; 23]. Проте подальших досліджень потребують питання формування й використання нематеріальних активів з метою забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства, зокрема раціоналізації прийняття стратегічних рішень щодо нематеріальних активів за їх вкладом у формування вартості та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

***Постановка завдання*.** Метою статті є дослідження сучасних інструментів стратегічно-орієнтованого управління формуванням та використанням потенціалу нематеріальних активів підприємства для підвищення його конкурентоспроможності, визначення й обґрунтування етапів цього управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Доволі всеохопним можна вважати визначення конкурентоспроможності підприємства як комплексної системної характеристики, що визначає його здатність протидіяти на ринку підприємствам-конкурентам шляхом ефективного використання наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності [10].

Для забезпечення конкурентоспроможності необхідно здійснювати систематичну роботу з усього виробничо-господарського циклу, що забезпечить конкурентні переваги у сфері НДДКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу й т. ін. Конкурентоспроможність фірми є результат її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією [1].

Як зазначає Л. В. Оболенцева, впродовж останнього часу бурні дискусії ведуться щодо ролі та впливу нематеріальних ресурсів на конкурентоспроможність підприємств. Особливої уваги заслуговує твердження, сутність якого полягає в тому, що саме на основі нематеріальних активів ґрунтується довгострокова конкурентоспроможність підприємств. Саме цим і підтверджується положення щодо переходу від традиційних конкурентних переваг до нових, не пов'язаних з матеріальними ресурсами [15].

Головним у цьому є той факт, що нематеріальні конкурентні переваги більш стійкі, зберігаються впродовж доволі тривалого часу, а найважливіше – їх важко відтворювати та важко імітувати.

Отож, сподіватися і розраховувати на успішне функціонування та розвиток можуть лише ті підприємства, які приділяють увагу формуванню та реалізації конкурентної стратегії, підґрунтям якої є особливі конкурентні переваги та здатність впливати на них чи управляти ними. У цьому контексті слушним вважаємо зауваження В. Диби, що одним з проявів переходу до економіки знань є формування потреби збільшення частки власних коштів підприємств, спрямованих на формування і приріст конкурентоспроможного інтелектуального капіталу, який утворюється з нематеріальних активів, які комерціалізуються [6, с. 62].

Проаналізувавши цілий спектр тлумачень науковців сутності нематеріальних активів [3; 4; 22], вважаємо, що нематеріальний актив – це немонетарний актив без фізичної субстанції (на практиці – цінний об'єкт промислової й інтелектуальної власності та інших майнових прав), який бере участь у господарській діяльності підприємства та приносить прибуток. Підприємство його утримує з ціллю використання у процесі виробництва або постачання товарів і надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для адміністративних цілей.

Ефект від використання нематеріальних активів позначатиметься на поліпшенні конкурентоспроможності підприємства, що виражатиметься у загальних результатах господарської діяльності: в знижені витрат на виробництво, збільшенні обсягів реалізації продукції, збільшенні прибутку, підвищенні платоспроможності та стійкості фінансового стану; зростанні вартості фірми й зміцненні її ринкових позицій.

Зауважимо, що одним з загальновизнаних показників, які характеризують рівень конкурентоспроможності підприємства, є його ринкова вартість, про що зазначає, зокрема й І.В. Стояненко, визначаючи головну мету управлінням нематеріальними активами підприємства у підвищенні ефективності функціонування останнього, що передбачає максимізацію добробуту його власників у поточному та перспективному періодах, і виражається у зростанні ринкової вартості та соціально-економічної цінності підприємства, та набуття стійких конкурентних переваг на ринку [20].

Відповідно, стратегічно-орієнтоване управління нематеріальними активами підприємства дає змогу сконцентрувати увагу на їх ролі в підвищенні конкурентоспроможності, що відображатиметься у процесі збільшення вартості підприємства як ринкової, так і балансової. У цьому контексті важливо дослідити сучасні інструменти такого управління, напрацьовані науковою економічною думкою.

На нашу думку, стратегічно-орієнтоване управління формуванням та використанням потенціалу

нематеріальних активів (НМА) слід здійснювати за такими основними етапами (рис. 1):

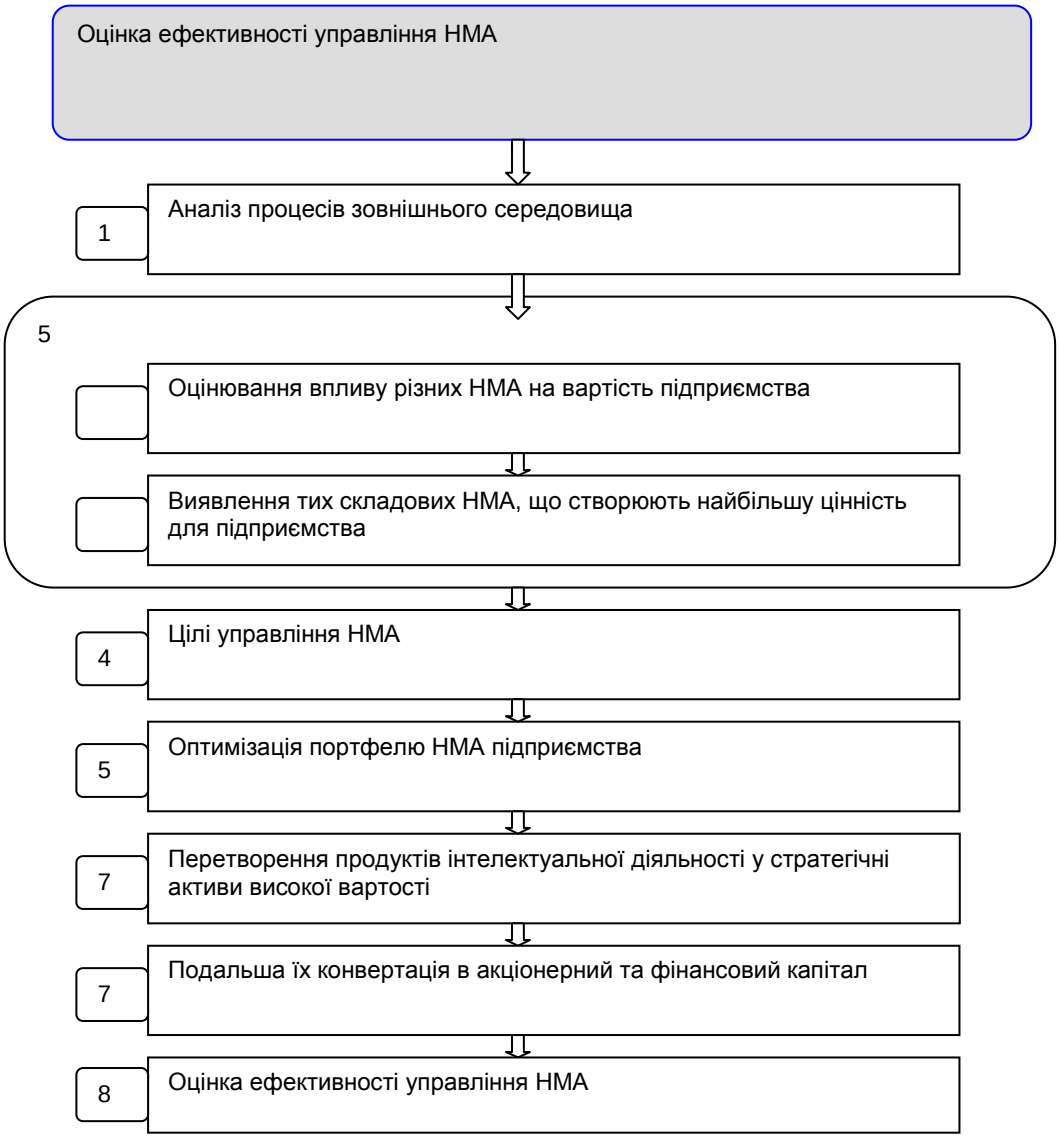

Рис. 1. Основні етапи стратегічно-орієнтованого управління формуванням та використанням потенціалу НМА підприємства

Джерело: розроблено автором на основі аналізу і синтезу джерел [6; 13; 17; 19]

Етап 1. Аналіз процесів зовнішнього середовища передбачає моніторинг існуючого ринку НМА та інституційного забезпечення, тобто аналіз інформації про: появу нових промислово-придатних винаходів, корисних моделей та реєстрацію торгових марок чи знаків, використання НМА у діяльності підприємств галузі, які сприяють збільшенню капіталізації; дослідження інституційного забезпечення створення інтелектуальної ренти з допомогою використання НМА у діяльності підприємства, яка і сприятиме збільшенню капіталізації.

Стратегічна діагностика внутрішнього середовища передбачає аналіз ролі НМА у капіталізації й містить, як видно з рис. 1, два етапи.

Етап 2. Оцінювання впливу різних НМА на вартість підприємства.

Так, щоб раціоналізувати прийняття стратегічних управлінських рішень щодо нематеріальних активів, О. В. Мельник пропонує сфокусувати увагу на знаннєвому (когнітивному) підході й ідентифікувати нематеріальні активи за функціональним призначенням, а саме як: маркетинговий, техніко-технологічний та когнітивний їх тип [13]. Цей інструмент структуризації нематеріальних активів пов'язаний з особливістю їх вкладу у формування стратегії та потенціалу створення вартості компанії, підвищення її конкурентоспроможності (див. табл. 1).

Таблиця 1

Інструмент ідентифікації НМА за їх вкладом у формування стратегії та потенціалу створення вартості компанії, підвищення її конкурентоспроможності

Тип НМА	Види НМА	Характеристика	Внесок у формування ринкової вартості підприємства
маркетингові	клієнтські ресурси, організа-ційні ресурси	У довготривалій перспективі, за умови інвестування в них, дають змогу сформувати лояльність споживачів та забезпечити стабільність продажу продукції, збільшуючи клієнтську базу та сприяють стабільності грошових потоків.	Ця група активів допомагає простежити ланцюжок „витрати – вигоди" й дослідити їх внесок у формування ринкової вартості підприємства
техніко-технологічні	Інноваційні та технологічні ресурси	Можуть мати тривалий життєвий цикл формування та з плином часу короткий цикл життя, інвестиції в дані активи мають значний термін окупності	Формалізація результатів інноваційної діяльності (у вигляді портфеля винаходів, патентів, ліцензій) дозволить забезпечити облік нематеріальних активів техніко-технологічного типу. Відповідно це збільшує не лише ринкову вартість підприємства, але й балансову, що сприятиме інвестиційній привабливості підприємства
когнітивні	людські, структурні та інформа-ційні ресурси	Цей вид активів доволі важко ідентифікувати та існує велика ступінь невизначеності з вигодами, які вони потенційно можуть принести підприємству. Проте їхньою особливістю є те, що вони не відповідають принципу спадної граничної корисності (віддачі).	Використовуючись в економіці, де визначальним фактором виробництва є знання, можна констатувати існування закономірності зростаючої граничної віддачі знаннєвого фактора, а, отже, позитивного впливу на ринкову вартість підприємства

Джерело: розроблено автором на основі джерела [13]

Взагалі, для підприємства, яке постійно оновлює свій товарний портфель, маркетингові нематеріальні активи мають стійкий вплив (вироблення продукту, розрекламування, створення лояльності, підтримування заходів лояльності, збільшення вартості фірми). Нематеріальні активи техніко-технологічного типу потребують тривалого часу розроблення від ідеї до промислового зразка. Нематеріальні активи когнітивного типу будуть виконувати підтримуючу функцію для нематеріальних активів двох інших типів.

Окремі автори початком цього етапу виділяють інвентаризацію. Так, зокрема, І. Є. Старко зауважує, що „інвентаризація нематеріальних активів виступає однією з ключових технологій в системі управління інтелектуальною власністю в бізнесі. Вона сприяє забезпеченню стратегічного розвитку підприємства в умовах конкуренції. Ігнорування інтелектуальною власністю призводить до фінансових втрат та неконкурентоспроможності у ринковому середовищі" [19, с. 135]. Результати інвентаризації НМА дозволяють визначити стратегічний вектор оптимального використання НМА підприємства і його потенційних можливостей.

Етап 3. Виявлення тих складових НМА, що створюють найбільшу цінність для підприємства.

Звісно, не всі матеріальні активи знаходять своє вартісне відображення у даних звітності вітчизняних підприємств. Тож з метою виявлення вагомості впливу всіх можливих нематеріальних активів, а не лише вартісно врахованих у звітності, вищому менеджменту підприємства можна запропонувати (за методикою, розробленою О.В. Мельник [13]) зробити експертну оцінку впливу окремих елементів нематеріальних активів на рівень конкурентоспроможності підприємства, зокрема на такий загальновизнаний показник, як його ринкова вартість. Зокрема, автор пропонує робити оцінку для таких елементів НМА: інноваційність потенціалу компанії; володіння промисловими зразками; програмне забезпечення; фірмова документація, інформаційні системи; якість комунікацій на підприємстві; лояльність споживачів; наявність бази даних клієнтів; досвід на ринку, репутація; наявність торгової марки, бренду; володіння правами; якість корпоративної стратегії; рівень корпоративної культури; інтелектуальний потенціал працівників (компетентність та кваліфікованість кадрів, система мотивації); досвід вищого керівництва, якість менеджменту; використання нових управлінських технологій [13].

Етап 4. Цілі управління НМА. Фактично ці цілі випливають з результатів аналізу, проведеного на етапах 1-3. Стає очевидним й зрозумілим, якого саме типу НМА для досліджуваного підприємства є найсуттєвішими для забезпечення його конкурентоспроможності й зростання вартості.

Етап 5. Оптимізація портфелю НМА передбачає оптимізацію інвестиційних програм формування та розвитку нематеріальних активів підприємства. О. Морозов оптимальну з точки зору ефективності нову комбінацію НМА економічної системи визначає як „інноваційну" [14, с. 33].

Етап 6. Перетворення продуктів інтелектуальної діяльності у стратегічні активи високої вартості. Відбувається створення стійких конкурентних переваг на основі оптимізованих нематеріальних активів.

Етап 7. Подальша їх конвертація в акціонерний та фінансовий капітал.

Так, стратегічно-орієнтоване управління НМА, як зазначає О. В. Мельник, дозволяє 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 [13].

Етап 8. Оцінка ефективності управління нематеріальними активами, що впливають на результати діяльності підприємства. Для оцінювання рівня ефективності управлінських рішень щодо формування нематеріальних активів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності й генерування цінності, можна використовувати як фінансові, так і нефінансові індикатори оцінки ефективності нематеріальних активів, які розглянуто, зокрема, у працях [3; 13]. Це дасть змогу раціоналізувати інвестиції у нематеріальні активи, що забезпечить зростання вартості підприємства та його конкурентоспроможності І. Є Старко цей етап визначає як „контроль ефективності", що передбачає перевірку чи відповідають за обсягами отримані результати від використання НМА понесеним витратам на їх створення чи придбання. Метою є оцінка повноти досягнення запланованих цілей, виявлення проблем у використанні НМА та розробка пропозицій щодо підвищення ефективності їх використання [19, с. 137].

Важливими напрямами підвищення віддачі нематеріальних активів і покращення конкурентоспроможності підприємства є [9]:

1. Своєчасне продовження ліцензій на користування інтелектуальною власністю, що дозволить уникнути додаткових витрат на їх термінове оформлення або сплату штрафних санкцій;
2. Обмеження доступу співробітників підприємства до незахищених авторськими правами нематеріальних активів, щоб уникнути їх витоку (деякі ноу-хау в сфері програмного забезпечення, найбільш «вигідні» клієнти і т. ін.);
3. Визначення необхідності продовження деяких видів ліцензій з точки зору подальшої роботи підприємства, а також шляхом проведення досліджень визначити можливість розвитку діяльності в нових напрямах.

Вказані заходи дозволяють збільшувати додатковий прибуток на гривню вкладеного капіталу в нематеріальні активи, підвищувати прибуток на гривню амортизації нематеріальних активів й оборотність нематеріальних активів.

Кінцевий ефект використання нематеріальних активів відобразиться на конкурентоспроможності через збільшенні обсягів збуту продукції, зростанні прибутку тощо. При цьому основним принципом управління динамікою нематеріальних активів є формула: потрібно збільшувати темпи зростання віддачі капіталу, вкладеного в нематеріальні активи. Це означає, що у динаміці темпи зростання виручки від реалізації продукції або прибутку мають випереджувати темпи зростання нематеріальних активів.

Зростання частки нематеріальних активів в активах (необоротних активах) підприємства сприяє збільшенню норми прибутку у виручці від реалізації товарів [9].

Основним чинником зростання дохідності є збільшення фондовіддачі нематеріальних активів і підвищення рентабельності реалізації.

Цьому сприятиме активне просуванням продукції підприємства на ринку, за якого воно намагатиметься якомога ефективніше використовувати свій потенціал, зокрема потенціал нематеріальних активів. Так, використовуючи потенціал торгової марки як один із основних інструментів впливу на процес просування продукції на ринок, можна конкурувати з учасниками ринку і зайняти лідерські позиції [2; 7; 11].

Дієвим інструментом стратегічно-орієнтованого управління нематеріальними активами підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності може бути розроблена Н.О. Іванченко матриця станів розвитку балансових та необлікових нематеріальних активів на підприємстві, яка описує чотири стани розвитку: оптимальний, прискорений, сповільнений та нестійкий [8]. Оцінювання перспектив розвитку нематеріальних активів на підприємстві дозволяє розробити рекомендації щодо управління ними залежно від стану їх розвитку (див. табл. 2).

Оптимальний характеризується тим, що на підприємстві перестає збільшуватись балансова вартість нематеріальних активів. Зростання вартості НМА відбувається за рахунок підвищення цінності внутрішніх (необлікових) НМА. Тому переведення накопичених знань в систему корпоративних надасть можливість знизити ризики втрати частини досвіду при звільненні або скороченні персоналу підприємства.

Прискорений засвідчує швидкі темпи збільшення балансових та необлікових нематеріальних активів. Цей стан характеризує стабільний розвиток НМА на підприємстві. Використання нових

технологій і високої якості в рамках широкого спектра продукції, розробки нових її видів надає можливість досягнути певних переваг у ціновій політиці на одному або декількох сегментах ринку.

Таблиця 2

Рекомендації щодо управління нематеріальними активами залежно від стану їх розвитку

Стан НМА підприємства	Напрями та заходи підвищення ефективності стану розвитку НМА
Оптимальний	- створення власної корпоративної бази знань; - підтримка рівноваги у своїй діяльності, раціональність у використанні існуючого досвіду і знань; - вдосконалення ключових факторів успіху; - підтримка інновацій та змін.
Прискорений	- захист сфер компетенції від конкуренції; - закріплення позицій на ринку; - впровадження інформаційних систем стандарту (MRP, MRPII та ERP).
Сповільнений	- впровадження нових моделей продукції; - маркетингові дослідження; - стратегія бенчмаркінгу
Нестійкий	- уточнення стратегії розвитку підприємства з урахуванням НМА; - формування внутрішніх та зовнішніх комунікацій на підприємстві; - формування звіту “Про рух НМА”; - прогнозування подальшого розвитку НМА.

Джерело: систематизовано автором на основі джерел [8; 22]

Сповільнений стан характеризує те, що керівники на підприємстві приділяють недостатню увагу нематеріальним активам. Підприємство працює й отримує прибуток лише завдяки матеріальним активам. Отож, у цьому випадку систематична діяльність, направлена на вивчення кращих технологій, виробничих процесів, методів організації виробництва та збуту продукції дозволить покращити стан розвитку нематеріальних активів.

Нестійкий стан засвідчує те, що підприємство у своїй вартості враховує лише матеріальні активи, які відображені у нього на балансі і не враховує невловиме багатство [8].

Також слід зауважити ще один важливий аспект: сучасні умови господарювання висувають особливі вимоги до організації процесу управління нематеріальними активами підприємств. Тому управління має бути адекватним, гнучким та швидко пристосовуватися до змін зовнішнього середовища. Забезпечення ефективного використання нематеріальних активів в усіх сферах господарської діяльності досліджуваного підприємства – від виробництва до реалізації продукції – в кінцевому результаті дозволить отримати стратегічні конкурентні переваги підприємству.

Висновки з проведеного дослідження. Одними із ключових факторів інноваційного шляху розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємств є ті, які підпадають під сферу управління нематеріальними активами. Зміну парадигми стратегічного управління підприємством загалом і нематеріальних активів зокрема зумовлено вимогами часу й зміною умов конкуренції.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємств доцільно використання сучасних інструментів стратегічно-орієнтованого формування нематеріальних активів та подальшого якнайповнішого використання їх потенціалу. Стратегічно-орієнтоване управління НМА (за етапами, визначеними й обґрунтованими в проведеному дослідженні) дасть змогу сконцентрувати увагу на їх ролі в підвищенні конкурентоспроможності, що відображатиметься у процесі збільшення вартості підприємства як ринкової, так і балансової, та раціоналізувати прийняття стратегічних рішень щодо НМА.

Дослідження сучасних інструментів стратегічно-орієнтованого управління НМА дало змогу дієвими у підвищенні конкурентоспроможності підприємства визначити такі: структуризація нематеріальних активів за функціональним призначенням як маркетингових, техніко-технологічних та когнітивних, яка враховує вклад кожного виду активів у формування вартості компанії; матриця станів розвитку балансових та необлікових нематеріальних активів на підприємстві, що дозволяє розробити рекомендації щодо управління ними залежно від стану їх розвитку.

Подальших досліджень потребують питання пошуку можливостей й способів якнайповнішого використання потенціалу нематеріальних активів вітчизняних підприємств у контексті формування високого рівня їх конкурентоспроможності.

Література

1. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2006. – 294с.

2. Гвоздецкая И. Теоретические и методологические аспекты управления капиталом бренда / Ирина Гвоздецкая // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №11. – С. 81-88.

3. Гончар О.І. Нематеріальні активи у формуванні потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / О.І. Гончар, І.В. Павельчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3. –Т. 1. – С. 77-80. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_3_1/.../077-080.pdf

4. Гребешкова О.М. Базові положення стратегічного управління нематеріальними активами підприємства / О.М. Гребешкова, О.В. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2008. – № 6. – Том 2. – С. 132–135.

5. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг [пер. с англ. А. В. Кузнецова]. – М. : ИНФРА-М», 2003. – 366 с.

6. Диба В. Управління вартістю нематеріальних активів: теорія та облік / В. Диба // Економіст. – 2016. –№ 5. – С. 62–67.

7. Зозульов О. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві / О. Зозульок, Ю. Нестерова // Економіка України. – 2008. – № 3. – С. 4–11.

8. Іванченко Н. О. Механізм управління нематеріальними активами на підприємствах легкої промисловості: автореф. дисерт. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук / Н. О. Іванченко. – Київ, 2007. – 22 с.

9. Ільницький Д. Порівняльний аналіз залежності успішності діяльності провідних компаній світу та України від нематеріальних активів / Д. Ільницький // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 5. – С. 56-61.

10. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

11. Кузнєцова Ю. Брендинг как эффективный метод продвижения товаров на потребительском рынке / Юлия Кузнєцова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 8. – С. 73-78.

12. Мельник Л. Ю. Управління нематеріальними активами та ефективність їх використання на підприємствах АПК : автореф. дисерт. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук / Л.Ю. Мельник. – Дніпропетровськ, 2008. – 20 с.

13. Мельник О.В. Формування нематеріальних активів та їх вплив на ринкову вартість промислових підприємств / О.В. Мельник // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_3_236_250.pdf

14. Морозов О. Метод оцінки ролі нематеріальних активів в економічній діяльності інноваційних систем п'яти рівнів / О. Морозов, Т. Морозов // Економіст. – 2014. – № 12. – С. 33–37.

15. Оболенцева Л.В. Конкурентоспроможність та ключові фактори успіху в контексті „економіки знань" [Електронний ресурс] / Л.В. Оболенцева // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Економічна. – 2011. – № 970. – С. 134-139. **–** Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE_2011_970_30

16. Портер М. Э. Конкуренция: учеб. пособ. / Портер М. Э.; пер. с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

17. Пилипенко С. М. Управління нематеріальними активами: проблеми та основні шляхи їх вирішення / С. М. Пилипенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 9. – С. 386 – 391.

18. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4 (59).– С. 80–86.

19. Старко І.Є. Особливості організації управлінського контролю нематеріальних активів / І.Є. Старко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2016. – № 1 (117). – С. 134–137.

20. Стояненко І.В. Управління нематеріальними активами підприємства: сучасні реалії та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / І.В. Стояненко // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2013. – № 7. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2196

21. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств : теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська ; Тернопільський екон. ун-т. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

22. Чуб Ю.В. Система управління нематеріальними активами підприємств АПК [Електронний ресурс] / Ю.В. Чуб // Вісник Сумського національного аграрного університету: Серія «Економіка і менеджмент». – 2012. – Вип. 11 (54). – С. 185-189. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vsna/ekon/2012_11/42.pdf

23. Sveiby Karl-Erik. Methods for Measuring Intangible Assets [Електронний ресурс] / Karl-Erik Sveiby. – Режим доступу : http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm

References

1. Balabanova, L.V. and Kholod, B.B. (2006), *Marketynhove upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: stratehichnyi pidkhid* [Marketing management competitiveness of enterprises: a strategic approach], monograph, DonDUET im. M.Tuhan-Baranovskoho, Donetsk, Ukraine, 294 p.

2. Gvozdetskaya I. (2008), "Theoretical and methodological aspects of managing brand capital", *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no. 11, pp. 81-88.

3. Honchar, O.I. and Pavelchuk, I.V. (2009), "Intangible assets in the enterprise potential formation", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 3, Vol. 1, pp. 77-80, available at: www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_3_1/.../077-080.pdf (access date May 28, 2017).

4. Hrebeshkova, O.M. and Melnyk, O.V. (2008), "The basic provisions of the strategic management of the enterprise intangible assets", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 6, Vol. 2, pp. 132–135.

5. Dowling, G. (2003), *Reputatsiya firmy. Sozdaniye, upravleniye i otsenka effektivnosti* [Creating Corporate Reputations. Identity, Image, and Performance], translated from English A.V. Kuznetsova, INFRA-M», Moscow, Russia, 366 p.

6. Dyba, V. (2016), "Management of intangible assets' value: theory and accounting", *Ekonomist,* no. 5, pp. 62–67.

7. Zozulov, O. and Nesterova, Yu. (2008), "Brand as an intangible asset in the post-industrial society", *Ekonomika Ukrainy,* no. 3, pp. 4–11.

8. Ivanchenko, N.O. (2007), "Light industry enterprises intangible assets management mechanism", Thesis abstract of Cand. Sc. (Econ.), Kyiv, Ukraine, 22 p.

9. Ilnytskyy, D. (2003), "Comparative analysis of dependence of positive economic outcomes of major world and Ukrainian companies from the intangible assets", *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 5, pp. 56-61.

10. Yankovyi, O.H. ed. (2013), *Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia* [Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement], monograph, Atlant, Odesa, Ukraine, 470 p.

11. Kuznetsova, Yu. (2008), "Branding as Efficient Instrument of Product Promotion on the Consumer Market", *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no. 8, pp. 73-78.

12. Melnyk, L.Yu. (2008), "Management of intangible assets and the effectiveness of their use at the enterprises of the agroindustrial complex", Thesis abstract of Cand. Sc. (Econ.), Dnipropetrovsk, Ukraine, 20 p.

13. Melnyk, O.V. (2013), "Formation of intangible assets and their impact on the market value of industrial enterprises", *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 3. – available at: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_3_236_250.pdf (access date May 28, 2017).

14. Morozov, O. and Morozov, T. (2014), "The method for measuring of intangible assets in economic activities of innovative systems of five levels", *Ekonomist*, no. 12, pp. 33–37.

15. Obolentseva, L.V. (2011), "Competitiveness and key success factors in the context of the "knowledge economy"", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriia : Ekonomichna,* no. 970, pp. 134-139, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhE_2011_970_30 (access date May 28, 2017).

16. Porter, M.E. (2001), *Konkurentsiya* [Competitiveness], tutorial, translated from English, Izd. dom «Vilyams», Moscow, Russia, 495 p.

17. Pylypenko S. M. (2016), "Management of non-material assets: problems and main ways of their solving", *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 9, pp. 386–391.

18. Putsenteilo, P.R. (2015), "Competitiveness of the enterprise: methodology of the analysis of definition", *Innovatsiina ekonomika*, no. 4 (59), pp. 80–86.

19. Starko, I.Ye. (2016), "Peculiarities of management control organization of intangible assets", *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy,* no. 1 (117), pp. 134–137.

20. Stoianenko I. V. (2013), "Management of the enterprise's of intangible assets: modern state and development prospects", *Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika"*, no. 7, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2196 (access date May 28, 2017).

21. Tarnavska, N.P. (2008), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv : teoriia, metodolohiia, praktyka* [Enterprises' competitiveness management: theory, methodology, practice], Ternopilskyi ekon. un-t., Ekonomichna dumka, Ternopil, Ukraine, 570 p.

22. Chub, Yu. (2012), "Management system of intangible assets of the enterprises of agro-industrial complex", *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu: Seriia «Ekonomika i menedzhment»*, issue 11(54), pp. 185-189, available at:: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vsna/ekon/2012_11/42.pdf (access date May 28, 2017).

23. Sveiby, Karl-Erik "Methods for Measuring Intangible Assets", available at: http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm (access date May 28, 2017).

Рецензент : д.е.н., професор Тернопільського національного економічного університету В.І. Гринчуцький