

Особливості інтелектуального капіталу як нематеріального активу

Іщук Богдан Леонідович,
*магістрант Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького*

В сучасній економіці інтелектуальний капітал виходить на передній план, оскільки він один із основних факторів, що визначають конкурентоздатність економічних систем сьогодення, а в результаті багатство і економічну силу нації. Питання зміни співвідношення матеріального виробництва на користь інтелектуального, що виступає у формі наукових знань, інформаційного та технологічного продукту недостатньо розкриті вченими-економістами. Використання інтелектуальних ресурсів в процесі виробництва, зростання їх частки в загальній вартості підприємства, принципи ціноутворення та методика оцінки – все це питання сучасної інтелектуальної економіки.

Інтелектуальний капітал, як вважають ряд вчених характеризує знання, інтелектуальний потенціал організації та має такі складові: людський капітал, організаційний або структурний та споживчий. Інтелектуальний капітал – це знання, які можна перетворити на прибуток та оцінити [1, 216].

Глибоким є дослідження сутності інтелектуального капіталу О. Бутніка-Сіверського, в роботі якого «інтелектуальний капітал – це один із різновидів капіталу, який має відповідні ознаки капіталу і відтворює, одночасно, властиву лише йому (інтелектуальному капіталу) специфіку і особливості. Як економічна категорія інтелектуальний капітал розглядається з позиції авансованої інтелектуальної власності, що під час свого руху приносить більшу вартість за рахунок додаткової вартості».

Більшість дослідників, починають погоджуватися з тим, що ІК є інтегрованим утворенням і має три елементи: людський капітал, структурний капітал та споживчий капітал [2, 141].

Людські активи – це насамперед працівники організації, які володіють певними знаннями і навиками, мають певний характер, професійні якості, наділені моральними принципами та сповідують певну культуру. Структурні активи визначають потенціал творчої активності колективу, який забезпечує ефективне використання людських ресурсів. До структурних активів належать: технологія колективної роботи, принципи керівництва, система навчання спеціалістів, бізнес-технології, корпоративна культура, система

комунікацій. Структурні активи забезпечують соціальні взаємодії в організації та сприяють накопиченню знань, набуттю нових навиків, збагаченню досвіду та вдосконаленню професійних якостей спеціалістів. Споживчі (маркетингові) активи – це імідж фірми, відомість її торгової марки та відповідна клієнтська база. До споживчих активів також належать усі зв'язки підприємства науково-технічного та міжнародного характеру [3, 169].

Ряд вчених виділяє в структурі ІК чотири елементи: ринкові активи, інтелектуальну власність, людські активи, інфраструктурні активи. Ринкові активи – це потенціал, який забезпечують нематеріальні активи, пов'язані з ринковими операціями (торгові марки, лояльність до них покупців, канали розподілу, повторні угоди). Людські активи – сукупність колективних знань працівників фірми, їх творчих здібностей, вміння вирішувати проблеми, управлінські та підприємницькі якості, поведінка, стійкість до стресів. Інтелектуальна власність як актив є узаконеним інструментом для захисту різноманітних корпоративних активів (ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі секрети тощо). Інфраструктурні активи – це технології, методи і процеси, які дають можливість підприємству займатися господарською діяльністю (корпоративна культура, методи оцінювання ризику, фінансова структура, бази даних) [3, 175].

В усьому світі результати інтелектуальної власності визнаються товаром з усіма наслідками, що з цього випливають. Товар виробляють для того, щоб його запустити в обіг і в такий спосіб одержати прибуток.

Товар – це продукт праці, що виготовлений для продажу. Цей продукт стає товаром, якщо на нього визначена ціна. Відповідно до Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» можуть оцінюватися «... нематеріальні активи, у тому числі об'єкти права інтелектуальної власності...». Таким чином, майнові права на об'єкти інтелектуальної власності мають ознаки товару, тому що вони є продуктом праці і можуть мати ціну [2, 143].

Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності з економіко-фінансових позицій є її комерціалізацією, яка виникає на умовах договірних відносин. Саме комерціалізація інтелектуальної власності в умовах ринкових відносин потребує розглядати її як товар і як капітал. Метою комерціалізації є отримання прибутку за рахунок використання об'єктів права інтелектуальної власності у власному виробництві або продажу чи передачі прав на їх використання іншим юридичним чи фізичним особам [4, 465].

Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності – це взаємовигідні (комерційні) дії всіх учасників процесу перетворення результатів інтелектуальної праці у ринковий товар.

До теми інтелектуальної власності ми звертаємося сьогодні дедалі частіше. Нинішній підприємець, маючи у своєму активі продукт інтелектуальної власності, чудово розуміє, що цей продукт має певну ринкову вартість, а тому, знаючи його вартість, може розпоряджатися ним на свій розсуд: здати в оренду, продати, передати в заставу для отримання кредиту, розширити власний капітал тощо. Тобто цей продукт, часто не маючи матеріально-речової форми, може виступати і як товар, і як капітал [5, 64].

До основних властивостей будь-якого ринкового товару відносяться:

- 1) корисність;
- 2) рідкість – властивість, протилежна загальнодоступності;
- 3) універсальність – придатність до обміну на гроші або на будь-які інші ринкові товари.

Корисність розуміється як здатність задовольняти будь-яку потребу. Тобто якщо об'єкт інтелектуальної власності нікому не потрібний, то він не може стати товаром. Найважливішою є властивість рідкості, що перетворює корисність продукту в комерційну цінність, а сам продукт – у товар.

Рідкість для об'єктів інтелектуальної власності реалізується ідеально тому, що за визначенням об'єкт інтелектуальної власності повинен бути новим, оригінальним, неповторним. Наявність перших двох властивостей для матеріальних об'єктів звичайно майже автоматично забезпечує третю. Але для права інтелектуальної власності ця властивість має суттєві відмінності.

З третьою властивістю товару – універсальністю – тісно пов'язана його оборотоспроможність, що припускає відчуження прав інтелектуальної власності як від індивідуума, так і від підприємства. Тільки у цьому випадку права на об'єкти інтелектуальної власності можуть обернутися як товар у його звичайному розумінні [6, 368].

Список використаної літератури

1. Право інтелектуальної власності: Підручник. – Вид. 2, змін. і доп. / О. П. Світличний. – К.: НУБіП України, 2016. – 355 с.
2. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х.: Право, 2010. – 448 с.

3. Аналіз банківської діяльності. Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко – К.: КНЕУ, 2004.
4. Право інтелектуальної власності: Акад. курс: Підруч. для студ. вищих навч. П68 закладів / О. П. Орлюк, Г. О. Андрощук, О. Б. Бутнік-Сіверський та ін.; За ред. О. П. Орлюк, О. Д. Святоцького. — К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2007. – 696 с.
5. Н.Б. Москалюк, Л.В. Кузьмич. Право інтелектуальної власності. Практикум: Навч. посібник.– Тернопіль, 2017. – 200 с
6. Цивільне право України: навчальний посібник / кол. авторів; за ред. Г.Б. Яновицької, В.О. Кучера. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2011. – 468 с.