

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК СПЕЦИФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Досліджено ознаки традиційного та інноваційно-активного підприємств. Визначено характеристики підприємств, орієнтованих на активні інноваційні зміни. Виявлено інноваційну компоненту в структурі інтелектуального капіталу інноваційно-активного підприємства*

**Постановка проблеми.** В мінливих умовах зовнішнього середовища відбуваються кардинальні зміни в світовій економіці, які пов'язані з формуванням інноваційного шляху розвитку. Необхідними вимогами переходу з одного стану в інший є здійснення інноваційних перетворень, бажання та можливості займатися інноваційною діяльністю, створення інноваційно-активних підприємств.

Інноваційна активність відкриває перед підприємством як нові перспективи, так і певні складнощі. До перспектив належать: сприяння проведенню досліджень та розробок новаторських ідей, створення нових конкурентоздатних наукових, технічних, технологічних, управлінських, організаційних, економічних, соціальних інновацій та отримання прибутку від їх реалізації. Складнощі полягають у тому, що кардинальні зміни в діяльності підприємства вимагають від управлінського апарату розроблення нестандартних організаційних рішень щодо управління науково-дослідними роботами, вдосконалення інноваційних процесів, постійного оновлення виробництва, здійснення трансферу технологій, безперервного навчання та розвитку персоналу, формування сприятливого клімату і культури.

У зв'язку з цим актуального питання набуває визначення перспективних характеристик інноваційно-активного підприємства, зокрема основну увагу приділити інтелектуальному капіталу, який є ефективним інструментом максимізації перспектив та подолання складнощів, забезпечення стійкості, інноваційного розвитку та підвищення конкурентних переваг.

**Метою дослідження** є порівняння ознак традиційного та інноваційно-активного підприємств, визначення перспективних характеристик підприємств, орієнтованих на інноваційні перетворення.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значний вклад у розвиток теоретичних засад і методичних підходів до визначення сутності та функціонування інноваційно-активних підприємств внесли науковці – С.В. Мочерний, В.І. Винокуров, О.Б. Бутнік-Сіверський, Н. Краснокутська, Л. Гохберг, І. Кузнецова, С.М. Ступак, Н.С. Коткова, Є.І. Логвиненко, О.М. Кузьменко, М.В. Плетньов та інші вчені. Однак потребують вирішення і подальших розробок визначення ознак інноваційно-активного підприємства та його відмінних рис з традиційним.

**Викладення основного матеріалу.** Узагальнення наукових підходів до характеристики суб'єктів підприємництва з урахуванням інноваційного аспекту їх функціонування дає підстави для виокремлення двох типів вітчизняних підприємств: традиційних та інноваційних [7].

Традиційними є підприємства, які орієнтуються на виробництво, реалізацію та отримання прибутку від продажу звичайної, традиційної продукції (послуг). А трактування інноваційного визначає лише Закон України "Про інноваційну діяльність" як підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг [5].

Виходячи з визначення даного нормативно-правового акту, в сучасних нестабільних ринкових умовах досить мало організацій, які можна було б

назвати інноваційними. Більшість підприємств, що займаються впровадженням нововведень є інноваційно-активними. Так як у Законі України "Про інноваційну діяльність" не розкрито трактування дефініції "інноваційно-активне підприємство", тому даній проблемі було присвячено багато наукових праць. Найбільш вдало визначив вчений В.І. Винокуров: інноваційно-активні – це підприємства, які протягом трьох років мали завершені інновації, тобто нові або значно удосконалені продукти, що впроваджені на ринку, нові або значно удосконалені послуги або методи їх виробництва (передачі), а також вже впроваджені на ринку нові або значно удосконалені виробничі процеси, які впроваджені в практику" [3, с. 18].

Ключовим критерієм розмежування на традиційні та інноваційно-активні виступає характер їх інноваційних перетворень [7]. Так, підприємства, які належать до інноваційного типу, здійснюють фундаментальні та прикладні дослідження; створюють нові або удосконалюють існуючі продукти та технології; використовують у своїй діяльності відповідні ресурси (наукові, технічні, технологічні, фінансові, управлінські, організаційні, економічні, соціальні), правовий захист, комерціалізацію та трансфер технологій, які сприяють стійкості та розвитку організації.

Часто традиційні підприємства не хочуть упроваджувати інновації, адже для переходу на нову технологію потрібно зупинити діюче виробництво, вкласти гроші в придбання устаткування і налагодження нового виробництва, дочекатися, поки воно запрацює і увійде до колишнього робочого ритму. Керівники підприємств дотримуються принципу – навщо упроваджувати нове, якщо старе приносить хороший дохід. Вони не бачать сенсу поспішати з придбанням нової техніки і технологій, що посягається конкуренцією за прибутками і усвідомленням того, що продукція, яка випускається, знаходить свого покупця [8].

Незважаючи на складнощі, що обумовлені новизною та творчим характером, керівникам підприємств необхідно здійснювати заходи щодо розробки, виробництва і удосконалення продукції та технології; розширення масштабів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР); залучення висококваліфікованих наукових співробітників; удосконалення системи управління, стилю керівництва та структури підприємства; застосування нових методів комерційної реалізації нововведень. Це дозволить створювати нову інноваційну продукцію, яка буде пристосована до умов сучасного конкурентного середовища.

Для того, щоб слідувати інноваційним змінам визначимо відмінні риси між традиційним та інноваційно-активним підприємствами за такими ознаками: НДДКР, виробничий процес, життєвий цикл товару, ресурсне забезпечення, фінансування, кадрова складова, ризики та інші (табл. 1).

Таблиця 1. Порівняльна характеристика ознак традиційного та інноваційно-активного підприємств

Ознака 1	Традиційне підприємство 2	Інноваційно-активне підприємство 3
Мета діяльності	Виробництво, реалізація та отримання прибутку від продажу звичайної, традиційної продукції (послуг)	Розробка інноваційної продукції (технологій), їх використання у власному виробництві чи продаж іншим суб'єктам підприємництва
Розвиток підприємства	Велика увага приділяється розширенню виробництва, збуту продукції та зростанню масштабів бізнесу	Важливу роль відіграє проведення науково-дослідних робіт, створення та розповсюдження інновацій, що сприяє розвитку інноваційної діяльності
Ресурси	Традиційне підприємство формують матеріальні, нематеріальні, фінансові та трудові ресурси	Головними є не просто матеріальні, нематеріальні, фінансові та людські ресурси, це також постачальники, споживачі, партнери, конкуренти, інтелектуальні ресурси співробітників: знання та компетенції
Головна цінність	Фінансові ресурси є головною цінністю традиційного підприємства, завдяки яким відбувається забезпечення господарських процесів	Головною цінністю є людські ресурси, що забезпечують умови конкурентоспроможності і довгострокового розвитку інноваційно-активного підприємства
Фінансове забезпечення	Підприємство може самостійно фінансувати виробництво продукції з метою одержання прибутку, а може залучати інвестиції, отримувати позикові фінансові ресурси (банківські кредити, комерційні кредити, державні позики, кредити міжнародних фінансових організацій)	Джерелами фінансування можуть бути: власні фінансові ресурси підприємства, венчурне фінансування, бюджетне фінансування, кредитування, інвестування, благодійництво, спонсорство
Кадрова складова	Структуру складає управлінський, виробничий та обслуговуючий персонал. Для структури традиційної організації характерно керівництво зверху вниз, яке здійснює директор. Він організовує роботу та ефективну взаємодію всіх структурних підрозділів, спрямовує їх діяльність на зростання обсягів реалізації продукції та збільшення прибутку, конкурентоспроможності продукції з метою задоволення потреб споживачів. За НДДКР, процес виробництва, програми оновлення продукції, планів капітального будівництва відповідає головний інженер Бухгалтер та економіст вирішують фінансові питання, організацію праці та заробітної плати. Менеджер з персоналу займається кадровою політикою підприємства: набір, адаптація, розвиток та утримання персоналу. А на відділ збуту покладені функції з вивчення ринку, попиту, реклами та реалізація продукції Співробітники визначаються як витрати Основними вимогами до персоналу є відповідна освіта, досвід роботи, кваліфікація, професіоналізм, відповідальне ставлення до поставлених завдань, комунікативні навички, вміння працювати в команді	Структура персоналу: наукові та науково-технічні кадри, науково-допоміжний і обслуговуючий персонал, виробничий та адміністративно-господарський персонал. Саме наукові співробітники (дослідники, інженери, технологи, конструктори, проектувальники, та ін.) беруть участь у НДДКР, створенні наукових знань і підготовці наукових результатів до практичного використання [6] Функції дослідження та збирання інформації щодо смаків та уподобань споживачів, планування цінової політики, стимулювання збуту та реклама нової продукції покладено на відділ маркетингу. Бухгалтер та економіст відповідають за збільшення прибутку, підвищення рентабельності виробництва, розрахунку заробітної плати. Управління персоналом пов'язане з плануванням людських ресурсів, їх набором, адаптацією, навчанням та підвищенням кваліфікації. На патентний відділ покладені завдання з підготовки документації, реєстрацією об'єктів інтелектуальної власності, продаж патентів, ліцензій на їх використання стороннім підприємствам В такому підприємстві співробітниками – це інвестиції До працівників інноваційно-активного підприємства ставляться особливі вимоги – освіченість, досвід практичної роботи у відповідній галузі, знання стадій розробки інноваційного продукту, високий рівень відповідальності, серйозності, креативності, швидка реакція на зміни та пристосованість до нового, схильність до ризику, гнучкість, можливість працювати понаднормово, вміння вирішувати конфліктні ситуації, постійне вдосконалення власних навичок, бажання навчатися новому
Процес виготовлення продукції	Виробничий процес орієнтований на повторення, відтворення тієї ж самої продукції та складається з таких етапів: – виникнення потреби або ідеї, – проведення НДДКР і початок виробництва, – період різкого збільшення обсягів реалізації (збуту) та випуску, – період стихійного збуту (реалізації) та виробництва продукції: модернізація продукції або заміна базової продукції на нову продукцію, – період спаду збуту та виробництва продукції, – період зняття з виробництва [12]	Інноваційний процес орієнтований на пошук, розроблення і впровадження нового, та складається з таких етапів [6]: – виникнення ідеї нововведення, – дослідження можливостей, – формування концепції, – НДДКР (фундаментальні та прикладні дослідження; дослідні та конструкторські роботи), – дослідження ринку, – апробація, – доробка, – комерціалізація, – задоволення суспільних потреб
Життєвий цикл товару (ЖЦТ)	Стадії життєвого циклу товару [10]: 1. розробка (підприємство знаходить і втілює в життя нову ідею, обсяг продажів дорівнює нулю, а витрати зростають у міру наближення до заключних стадій процесу), 2. впровадження (повільне зростання обсягу продажів, прибуток відсутній через високі витрати на маркетингові заходи), 3. зростання (швидке завоювання ринку і збільшення прибутку), 4. зрілість (зростання обсягу продажів сповільнюється, тому що основна маса потенційних покупців уже залучена), 5. спад (період занепаду обсягу продажів і скорочення прибутків – втрата попиту на товар)	Стадії життєвого циклу нового товару [13]: 1. розроблення (зародження ідеї, проведення НДДКР для перетворення ідеї на придатний до промислового виготовлення продукт), 2. виведення на ринок (налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів збуту), 3. зростання (швидке сприйняття нового товару ринком і швидке зростання прибутків, споживачі відкривають для себе новизну й оцінюють її як споживчу вартість), 4. зрілість (уповільнення темпів збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців, товар перестає бути новинкою), 5. занепад (різке падіння збуту й зниження прибутків, товар знімають з виробництва)

Продовження табл. 1

1	2	3
Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи	Розглядаються як витрати, не пов'язані безпосередньо з технологічним процесом виготовлення продукції. НДДКР відносяться до управління й обслуговування виробництва, утримання управлінського і технічного персоналу, визначаються як накладні витрати. Управління НДДКР здійснюється відокремлено від управління з іншими підрозділами підприємства	Розглядаються як активи, інвестиції. Управління здійснюється у взаємодії з іншими підрозділами підприємства. НДДКР являються невід'ємною складовою підприємства, що задає напрям його розвитку, визначає стратегію та культуру [1]. На стадії НДДКР ідея нововведення набуває матеріальної форми, теоретичний задум перетворюється на тестовий продукт. Відбувається дослідження інноваційного об'єкту, його техніко-економічному обґрунтуванню, вибору оптимального варіанту конструювання, проведення випробування виробу
Організаційна структура	Менш рухома структура організації з традиційними функціональними блоками: відділи виробництва, маркетингу і фінансів. Найбільш поширена – лінійно-функціональна структура управління, при якій структурні підрозділи виконують тільки організаційні функції, а функції управління реалізуються на верхньому управлінському рівні. Така структура організації позначається на швидкості виконання робіт, витратах виробництва, суперечностях між підрозділами підприємства, поведінці співробітників та задоволеності споживачів. І в результаті деякі з цих параметрів мають від'ємні показники	Рухома структура, завдяки чому ідеї, знання, інформація рухаються по всьому підприємстві: між відділами, керівниками, співробітниками, споживачами, партнерами і постачальниками. Характерне використання децентралізації, персонал приймає участь в управлінських функціях та прийнятті рішень, поділ на тимчасові команди, проектні групи, використання не формальних правил та процедур. Найбільш поширені матрична та проектна організаційні структури управління
Організація праці	На підприємствах встановлено такий режим роботи: – п'ятиденний робочий тиждень, – початок і закінчення роботи: 9.00–18.00; – перерва для відпочинку та приймання їжі: 13.00–14.00.	Часто застосовується гнучкий графік робочого часу, надаються можливості для творчої роботи поза робочим місцем
Соціальна складова	Соціальна діяльність підприємства спрямована на забезпечення потреб суспільства в товарах споживчого попиту та виробничого призначення, задля отримання прибутку	Соціальна орієнтація інноваційно-активного підприємства, крім отримання прибутку та ефективності діяльності, спрямована на впровадження соціальних інновацій, які вирішують соціальні проблеми: покращення умов життя та праці суспільства, охорони здоров'я, навколишнього середовища та ін
Навчання	Процес навчання має виключно особистий характер: якщо співробітник бажає здобути певні знання та навички – він навчається, але поза робочий час	Безперервний процес навчання на підприємстві, розвиток необхідних знань та компетенцій, активізація творчої, інтелектуальної діяльності
Ділові комунікації	Інформація видається на запит, формалізовані інформаційні потоки, існує чітка форма офіційних документів (накази, положення, звіти, стандарти листів та повідомлень)	Відкрита інформаційна система, інформаційні потоки мало або неформалізовані, повідомлення відправляються часто не структуровані (відсутні стандарти листів, звітів, наказів тощо), перевага надається усним повідомленням ніж письмовим [1].
Об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) та їх комерціалізація	Підприємство купує об'єкти інтелектуальної власності для власної виробничої діяльності на визначений термін, на невизначений строк або у постійне користування. Завдяки цьому збільшуються об'єми реалізації продукції, зростає прибуток від продажу майнових прав або ліцензій на їх використання	Власне створення ОІВ, прав власності на результати розумової діяльності працівників підприємства та оформлення довгострокових прав на їх використання. Комерційна реалізація ОІВ здійснюється через: – використання у виробничому процесі та постановки їх на баланс власного підприємстві, – трансфер технологій: внесення у статутний фонд підприємства чи повне / часткове передання всіх прав (патенти, авторські права, торгові знаки і торгові марки, франшизи, ліцензії)
Ринок	Ринок збуту, на якому діє підприємство, є існуючим, відомі споживачі продукції та конкуренти	Ринок, на який виходить інноваційно-активне підприємство, новий та невідомий. Існує великий ризик, що продукція буде незатребуваною та не відповідати смакам і уподобанням споживачів
Ризик	Найбільш поширеними на підприємстві є операційні та фінансові ризики. Вони пов'язані з виробничою діяльністю та ресурсним забезпеченням	Інноваційна діяльність пов'язана з високим рівнем ризику, який обумовлений новизною, невизначеністю, творчим та інтелектуальним характером науково-дослідної роботи, можливістю отримання як позитивного, так і негативного результату

Охарактеризувавши підприємства, можна зробити висновок, що вони різні по всім ознакам. Діяльність в сфері нововведень вимагає вкладення значних власних або залучених грошових коштів у науково-дослідні роботи і реалізацію інновацій, що не гарантує отримання позитивного ефекту. Все це спричиняє технічні, фінансові, маркетингові й інші ризики. Для того, щоб їх мінімізувати необхідно ретельно вивчити інформацію щодо обраного інноваційного проекту, проаналізувати стан ринку, купівельну спроможність потенційних споживачів, чітко спланувати та розрахувати прогнозовані витрати, визначити прибутковість чи збитковість від впровадження інновацій.

Крім того, інноваційна діяльність передбачає залучення більшої кількості високопрофесійних, творчих та креативних людей. Ключовими є наукові співробітники, праця яких забезпечує інноваційну активність підприємства. Інтелектуальна діяльність персоналу сприяє постійному накопиченню знань, досвіду, отриманню професійних навичок, формуванню компетенцій, тобто людського капіталу.

Соціальна орієнтація інноваційно-активного підприємства направлена на встановлення зв'язків з контрагентами, зміцнення довіри та розвиток партнерських відносин.

Інноваційний процес, на відміну від виробничого, орієнтований на пошук ідей нових продуктів, а послідовне впровадження науково-технічних, технологічних, соціальних, економічних, управлінських та організаційних рішень надає розробкам вартісного виміру, формується капітал організації. Крім того, створений об'єкт потребує юридичного захисту щодо реєстрації у державному підприємстві "Український інститут промислової власності", отриманні свідоцтва України, використання у своїй діяльності, передачі прав власності або надання ліцензії. Правова охорона об'єктів інтелектуальної власності дозволяє ефективно захистити розроблені об'єкти від злочинних посягань суперників та недобросовісної конкуренції.

Традиційне підприємство забезпечуючи себе від ризику, пов'язаного з розробкою нового товару, діє такими шляхами [4]:

- придбання ліцензії на виробництво, а не розробка нового товару,
- виведення товару на ринок під назвою марки, визнаної ринком,
- перепозиціонування товару,
- внесення незначних змін у товар.

Все це втілюється у нові перспективні можливості організації, що насамперед підвищує конкурентоспроможність його продукції, утримання високих позицій на ринку та накопичує інтелектуальним капітал [9]. Саме інтелектуальний ресурс є специфічною характеристикою підприємства, який завдяки поєднанню знань, досвіду персоналу з організаційними засобами та технологіями набуває вартісного виміру. Він зароджується на етапі виникнення ідеї, проходячи всі стадії виробничого чи інноваційного процесів (відповідно до сфери діяльності підприємства) та завершується комерційною реалізацією кінцевої продукції і задоволеністю споживачів.

Інтелектуальний капітал має характерні особливості, які знаходять своє відображення у його складових компонентах. Питання структуризації розкриті в працях як закордонних (Дж.К. Гелбрейт, Л. Едвінссон, М. Мелонун, Д. Клейн, Л. Прусак, Е. Брукінг, Х. Макдональд, Д. Даффі, Т. Стюарт, Д. Белл та ін.), так і вітчизняних науковці (Б.Б. Леонтьєв, А. Гапоненко, В.Л. Іноземців, М. Бендиков, О.Б. Бутнік-Сіверський, О.В. Кендюхов, Ю. Гава, А. Чухно, І.П. Хвищун, Н.Л. Гавкалова, Я.Д. Крупка, Н.С. Маркова, О.О. Стрижак та ін.).

За результатами дослідження вчених можна зробити висновок, що основними компонентами інтелектуального капіталу підприємства являються людський, організаційний та клієнтський капітали. До людського капіталу відносяться досвід, знання, навички, компетенції,

творчі та розумові здібності до нововведень, клієнтський – включає інформацію про контрагентів, зв'язки з існуючими та новими клієнтами, якість мереж розподілу, рівень виконання контрактних зобов'язань. Наступна складова – це організаційний, який включає організаційну структуру, культуру, потенціал, ресурси, технічне, програмне, інформаційне забезпечення, бази даних та об'єкти інтелектуальної власності.

Щодо поділу на людський та клієнтський майже всі вчені одноголосні, а організаційний капітал викликає суперечності. Зокрема, Скоп Х.І. поділяє його на структурний, інноваційний та інформаційний [11]. Згідно з розробками "Scandia" організаційний капітал складається з інноваційного та процесного [2].

Науковець Янишівський В. М. включає капітал процесу в інноваційний капітал. І пропонує структурувати організаційний капітал наступним чином [14]:

- інфраструктурний капітал (мережа науково-освітніх установ; інформаційні системи, бази даних; організаційні структури; концепції і стратегії розвитку; культура);
- інноваційний капітал (наукові розробки, винаходи, промислові зразки; впровадження нових технологій);
- капітал інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, бренди, торгові марки, інші об'єкти інтелектуальної власності, клієнтські зв'язки, імідж підприємств, регіонів, країни).

Розглянувши наукові доробки вчених слід структурувати інтелектуальний капітал традиційного підприємства на такі компоненти: людський, організаційний (структурний та об'єкти інтелектуальної власності) і клієнтський капітали. А в складі організаційного капіталу інноваційно-активного підприємства виділити ще одну компоненту – інноваційну (рис. 1), яка відповідає за новизну, інноваційність продукту та процес його створення.

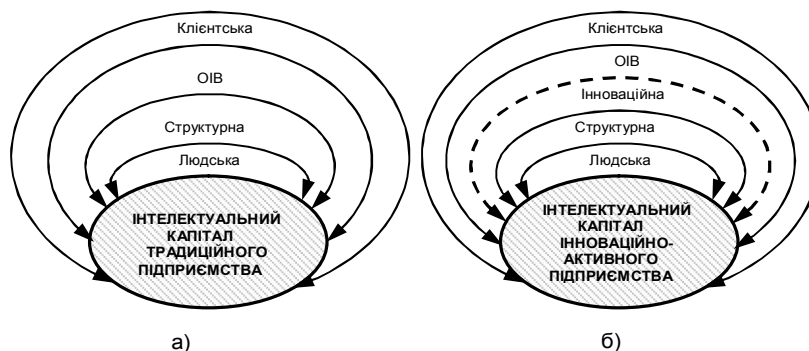


Рис. 1. Складові компоненти інтелектуального капіталу:  
а) традиційне підприємство, б) інноваційно-активне підприємство

В традиційному підприємстві також є інноваційна компонента, але вона має адаптивний характер, знаходиться в пасивному стані. Зміни виникають, як реакція на вплив зовнішнього середовища (економічні, політичні, технологічні, природні фактори, а також постачальники, споживачі, конкуренти й інші) і здійснюються поступово протягом тривалого проміжку часу. Інноваційні перетворення підприємства стосуються покращення бізнес-процесів, показників ефективності діяльності, удосконалення виробництва та характеристик товару. Отже, виділяти інноваційну компоненту як окрему складову інтелектуального капіталу традиційного підприємства не доречно, оскільки за сучасних умов господарювання проста адаптація не спрацьовує, необхідні кардинальні зміни, що прискорять інноваційний шлях розвитку.

На відміну від традиційного, інноваційно-активне підприємство має активну інноваційну компоненту, яка перебуває в постійному динамічному русі. Вона забезпечує науковий процес створення інновацій;

допомагає висуненню концепцій, теорій, гіпотез та пропозицій щодо нововведення; акумулює інвестиції в дослідження і розробки; формує інноваційну культуру, потенціал та ресурси; сприяє освоєнню та впровадженню нової або удосконалення існуючої продукції (технологій).

Дана компонента інтелектуального капіталу підлягає економічному виміру завдяки таким показникам: витрати на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, розробку інновацій; питома вага нової продукції в загальному обсязі; кількість патентів, ліцензійних договорів, контрактів; сума інвестицій в маркетингову діяльність; рентабельність реалізації інновацій; життєвий цикл інновацій; інноваційна активність працівників та інші.

Крім інноваційної компоненти, людська, структурна, ОІВ та клієнтська також перебувають в активному стані, комплексне поєднання яких забезпечує ефект синергії. Синергічна взаємодія сприяє ефективній діяльності, конкурентоспроможності, збільшенню потенціалу та підвищенню ринкової вартості інноваційно-активного підприємства.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.**

Підсумовуючи результати проведеного дослідження варто зазначити, що, завдяки порівняльній характеристиці ознак організацій, орієнтованих на традиційні та інноваційні зміни, набуло подальшого розвитку виявлення в інноваційно-активних підприємствах таких характеристик: акцент на реалізацію інновацій, залучення наукового персоналу, інвестування в НДДКР та співробітників, рухома організаційна структура, гнучка робоча сила та графік роботи, безперервний процес навчання, вільний доступ до інформації, розгалужена система прийняття рішень, новий і невідомий ринок, високий рівень ризику, інтелектуальний капітал, соціальна спрямованість. Дані особливості дозволять прискорити темпи реалізації новаторських ідей; створювати та впроваджувати результати науково-дослідної роботи; орієнтуватися на використання і розвиток ключових компетенцій, підвищити ефективність управління підприємством, отримати конкурентні переваги та надприбутки.

Зіставлення традиційного та інноваційно-активного підприємств за характером інноваційних перетворень виявило наявність інноваційної компоненти у складі інтелектуального капіталу. Так у традиційному – інноваційна компонента знаходиться в пасивному стані, відбуваються зміни адаптивного характеру, а в інноваційно-активному – динамічна та активна, впливає на кардинальні перетворення організації.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розроблення методичного інструментарію оцінки інтелектуального капіталу інноваційно-активних підприємств.

**Список використаної літератури:**

1. *Агарков С.А.* Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Агарков, Е.С. Кузнецова. – М.: Академия Естествознания, 2011. – 143 с. 2. *Базилевич В.Д.* Інтелектуальна власність / В.Д. Базилевич. – К.: Знання, 2006. – 431 с. 3. *Винокуров В.И.* Основные термины и определения в сфере инноваций / В.И. Винокуров // Инновации. – 2005. – № 4. – 21 с. 4. *Григорчук Т.В.* Маркетинг. Частина друга: Навч. посіб. для дистанційного навчання / Т.В. Григорчук. – К.: Університет "Україна", 2007. – 300 с. 5. *Закон України "Про інноваційну діяльність"* (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 36, ст.266). 6. *Краснокутська Н.В.* Інноваційний менеджмент / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с. 7. *Лазаренко Ю.О.* Інноваційна активність підприємства як економічна категорія [Електронний ресурс] / Ю.О. Лазаренко // Стратегія економічного розвитку

України. – 2010. – № 26-27. – С. 46. – Режим доступу: <http://ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/1042/1/Lazarenko.pdf>

8. *Логвиненко Є.І.* Визначення характеристик для опису діяльності інноваційно-активних підприємств [Електронний ресурс] / Є.І. Логвиненко, О.М. Кузьменко, М.В. Плетньов // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимирів Даля. – 2011. – № 11(153). – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/VSU/2011\\_11\\_1/Logvinenko.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VSU/2011_11_1/Logvinenko.pdf) 9. *Лось В.О.* Моделювання впливу інтелектуального капіталу на інноваційний розвиток підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.11 [Електронний ресурс] / В.О. Лось. – Запоріжжя, 2008. – 20 с. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2008/08/voigr.zip> 10. *Петруня Ю.Є.* Маркетинг / Ю.Є. Петруня. – К.: Знання, 2007. – 325 с. 11. *Скоп Х.І.* Структуризація інтелектуального капіталу [Електронний ресурс] / Х.І. Скоп // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки. – 2011. – № 3 (57). – С. 373. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_gum/Vzhdtu\\_econ/2011\\_3/84.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2011_3/84.pdf) 12. *Характеристика етапів життєвого циклу виробу* [Електронний ресурс] / Наукова бібліотека "Буковина". – Режим доступу: [http://buklib.net/component/option,com\\_jbook/task,view/itemid,36/catid,264/id,1946/](http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/itemid,36/catid,264/id,1946/) 13. *Чабан Г.В.* Методологічні аспекти до визначення межі інновацій в аграрному секторі / Г.В. Чабан. // Економічний вісник університету. – 2011. – № 17/1. 14. *Янишівський В.М.* Сутність і складові інтелектуального капіталу в контексті впливу на соціально-економічний розвиток та якість життя населення регіону / В.М. Янишівський // Зайнятість та ринок праці: міжвідомчий науковий збірник НАН України і Міністерства праці та соціальної політики України. – К., 2009. – Вип.21-22. – С. 52-69.

БАЦАЛАЙ Тетяна Миколаївна – аспірант національного технічного університету України, асистент кафедри менеджменту НТУУ Київського політехнічного інституту.

**Наукові інтереси:**

- управління інтелектуальним капіталом інноваційно-активного підприємства;
- управління формуванням та розвитком людського капіталу інноваційно-активного підприємства;
- управління інтелектуальною власністю.