

Секция «1. Перспективы развития современной финансовой системы»

использование и оценка НМА в системе финансового менеджмента

Спичаков В.А.¹, Троицкий-Марков А.Т.²

*1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет финансов и кредита, 2 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет финансов и кредита, Москва, Россия
E-mail: v.spichakov@mail.ru*

Научный руководитель

к. э. н., доцент Игнатов Евгений Владимирович

1 Общая основная цель менеджмента знаний — получение конкурентных преимуществ организации путем создания новой стоимости за счет эффективного использования знаний её работников, занятых интеллектуальным трудом

2 Задачи управления для коммерческих организаций • анализ использования объектов ИС • выявление избыточных и необходимых объектов ИС • определение форм и методов правовой охраны объектов ИС • определение ключевого объекта ИС • реализация процедур правовой охраны ИС • коммерциализация (монетизация) ИС • пресечение нарушений интеллектуальных прав • взыскание компенсаций и штрафов за незаконное использование объектов ИС

3 Основные источники НМА

Под драйверами создания ценности обычно понимают источники создания ценности в компании. Наиболее полным определением, касающимся драйверов ценности, является подход Грин . [Green, 2005], в котором выделяется 8 основных драйверов ценности: 1 Клиенты – создают экономическую ценность за счет отношений, которые строятся между компанией и потребителем. 2. Конкуренты – создают экономическую ценность за счет позиционирования компании (репутация, доля на рынке, узнаваемость бренда, имидж) на рынке. 3. Сотрудники – создают экономическую ценность за счет коллективных способностей (знания, навыки, компетенции, ноу-хау) сотрудников компании. 4. Информация – создает экономическую ценность за счет способности компании собирать и предоставлять необходимую информацию и знания в нужной форме, нужным людям и в нужное время 5. Партнеры – создают экономическую ценность за счет связей (финансовых, стратегических, силовых), которые компания установила с другими организациями и людьми (консультанты, потребители, поставщики, конкуренты, партнеры) для достижения поставленных перед ней целей. 6. Процессы – создают экономическую ценность за счет способности компании (правила, процедуры, методы, техники) влиять на способы работы и создания ценности . 7. Продукты/услуги – создают экономическую ценность за счет способности компании создавать и продвигать свои продукты и услуги, которая отражает ее понимание рынка и желания и требования потребителей. 8. Технологии – создают экономическую ценность за счет внедрения различных способов и инструментов организации бизнеса, в которые компания инвестирует средства для поддержки своей текущей деятельности, менеджмента и будущего развития.

4 Проблемы развития НМА в России

Отсутствие вещественной формы (за исключением носителей информации) у нематериальных активов оказывает сильное влияние на их место в организации финансов компаний. Проблемы развития системы управления нематериальными активами связаны, в основном,

со сложностями их идентификации и учёта в отчётности компании, недоработками законодательства связанных с НМА и, нередко встречающимся у менеджмента компаний, отсутствии опыта управления НМА. Все вышеперечисленные факторы привели к тому, что доля нематериальных активов российских компаний во много раз меньше, иностранных. Из этого следует заметная недооценённость российских компаний, а также отсутствие возможностей роста и развития рынка интеллектуальной собственности. В объектах, подходящих под критерии интеллектуальной собственности, в частности научно-производственного или экономического характера, в экономике России нехватки нет. Основное внимание государство приковано к нахождению путей внедрения результатов интеллектуальной деятельности в экономику. В связи с этим в последние годы заметны попытки создания и стимулирования малых инновационных предприятий (далее МИП), которые во многих странах уже давно признаны основными двигателями инновационной экономики. Можно выделить сфер бизнеса наиболее заинтересованных в развитии системы использования, оценки и учёта нематериальных активов - это МИП, которые, как правило, создают и внедряют результаты интеллектуальной деятельности и давно сформировавшиеся производственные предприятия, вставшие на путь инновационного развития. Далее идут сферы маркетинговой и инвестиционной деятельности, для них система управления НМА также играет большую роль.

Литература

1. 1. «Нематериальные активы как часть интеллектуального капитала» Трофимова Нина Александровна, аспирант Сибирского университета потребительской кооперации, г. Новосибирск <http://www.finman.ru/articles/2008/3/5281.html>
2. 2. Еленева Ю.А. к.э.н., доцент, профессор каф. «Финансовый менеджмент» ГОУ ВПО Московский государственный технологический университет «Станкин» <http://www.creativeconomy.ru/articles/4723/>
3. 3. «Менеджмент интеллектуальной собственности: учебное пособие» / Н. В. Тихомирова, А. П. Якимахо, С. Н. Мальченко, Е. Л. Герасимов, В. В. Бесарабова. — М.: «Центр развития современных образовательных технологий», 2010. — С.28
4. 4. <http://www.electronics.ru/journal/article/1921>