

*Людмила Михайловна СИМОНОВА —  
зам. директора Международного института  
финансов, управления и бизнеса,  
доктор экономических наук, профессор,  
Екатерина Михайловна ЛОТТЕР —  
аспирант кафедры мировой экономики  
и международного бизнеса*

УДК 65.011.1

## **РОЛЬ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ**

*АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются вопросы влияния нематериальных активов на формирование и развитие конкурентоспособности предпринимательской структуры.*

*The authors consider several issues of intangible assets impact upon forming and development of business structure's competitiveness.*

В современном постиндустриальном обществе движущей силой развития экономики является конкуренция. Предприятия находятся в постоянном поиске путей повышения своей конкурентоспособности. Для определения экономической сущности понятия уточним этот термин: конкурентоспособность предприятия — это способность предприятия бороться за рынок и противостоять внешним воздействиям, добиваясь лидерства в соответствии с поставленными стратегическими целями на основе внедрения инновационной техники и технологии, максимально эффективного использования резервов предприятия и достижения высокого уровня инвестиционной привлекательности.

Уровень развития рынков в индустриально развитых странах уже не дает возможности обеспечивать существенные конкурентные преимущества фирмы только за счет материальных и финансовых факторов, делая их в принципе общедоступными. Индивидуальные преимущества и лидерство во все большей степени становятся следствием эффективного использования уникальных по своей природе факторов нематериального характера.

О значении нематериальных активов (НМА) свидетельствуют итоги опроса топ-менеджеров более 400 фирм Европы и США, показавшие, что использование интеллектуальных ресурсов на 60-80% определяет достижение основных результатов бизнеса (на 77% — достижение роста конкурентоспособности). Результаты исследования, проведенного American Booking Institute, таковы: если в 1982 г. доля материальных активов в структуре балансов предприятий США в среднем составляла 62%, то в 1992 г. она сократилась до 38%, а в 2000 г. — составила всего 10-15%.

Таким образом, в мировой экономике, в которую сегодня интегрируется Россия, успешность бизнеса определяется нематериальными факторами. Способность активно накапливать, генерировать и применять НМА — основной источник экономического преимущества. Поэтому системное исследование процесса формирования и развития конкурентоспособности фирмы путем аккумуляции и эффективного использования ее нематериальных активов сегодня приобретает все большую актуальность, и вместе с тем характеризуется относительной новизной, что в совокупности обуславливает необходимость углубления теоретической и методической проработки проблемы.

В гражданском законодательстве Российской Федерации (Гражданский кодекс РФ, ФЗ «Об авторском праве и смежных правах», «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных», Патентный закон, др. подзаконные акты) зафиксированы различные определения НМА. В самом общем виде НМА — это определенная группа активов предприятия, обладающих способностью приносить чистый доход (или создающих условия для получения чистого дохода), способностью отчуждения, используемых в течение длительного (более года) срока, но не имеющих физического содержания.

Координационная группа Европейской Экономической Комиссии ООН подразделяет НМА на человеческий, структурный и рыночный капитал.

Человеческий капитал — это совокупность знаний, практических навыков и творческих способностей работников компании, приложенных для выполнения текущих задач, а также моральные ценности компании, культура труда и общий подход к делу. По мнению Р. Шиллера (Йельский университет) именно человеческий капитал составляет 72,1% богатства экономики США. В результате исследований, проведенных американскими учеными (были проанализированы свыше 10 тыс. рабочих мест в США), были сделаны следующие выводы: при 10-процентном повышении уровня образования производительность труда возрастает на 8,6%. Для сравнения: при таком же увеличении акционерного капитала она увеличивается не более чем на 4%.

В состав структурного капитала входят права на интеллектуальную собственность, информационные ресурсы, техническое и программное обеспечение, организационная структура, патенты, инструкции и методики работы. Структурный капитал, подобно человеческому капиталу, эффективен только в контексте стратегических целей компании, его ценность определяется не его наличием, а эффективностью использования. Таким образом, можно утверждать, что структурный капитал является проявлением организационных способностей компании отвечать требованиям рынка, возможности их использования вновь и вновь для создания новых ценностей.

К рыночному капиталу относятся фирменные наименования, деловая репутация, товарные знаки и знаки обслуживания; наличие своих людей (insiders) в организациях — партнерах или клиентах; наличие постоянных покупателей; повторные контракты с клиентами и т. д.

В целях повышения конкурентоспособности компаниям следует встроить в систему своего стратегического менеджмента управление НМА. Во-первых, следует провести аудит НМА, включающий анализ внутренней (политика, процессы и процедуры) и внешней (репутация организации и ее имидж) структуры предприятия, компетентности сотрудников и интеллектуальной собственности, а также других материалов, имеющих отношение к НМА фирмы. Следует выделить наиболее значимые НМА и оценить их для отражения в учете и дальнейшего управления.

Принципиально различные подходы к оценке и учету НМА представлены Высшей школой экономики Санкт-Петербурга при Минэкономике РФ, ФАПРИД при Минюсте РФ, Роспатентом, Миннауки РФ (разработка ЦЭМИ РАН). Вообще в практике оценки используются три классических метода учета НМА: затрат, аналогов продаж, по доходу. Первый отвечает на вопрос, сколько стоит создать актив, второй, базируясь на данных продаж, позволяет определить, сколько может стоить данный актив на рынке, третий метод позволяет от расчетов нынешних и будущих доходов предприятия (путем капитализации) перейти к стоимости предприятия. В методах, основанных на оценке дохода, прогнозируются: экономический срок службы НМА, объемы продаж, валовой доход, валовая прибыль, расходы, чистая прибыль. На базе использования этих методов возможны различные модификации подходов к оценке НМА. Целесообразно использовать методы оценки НМА, основанные на

расчете затрат на создание актива, на рыночной стоимости аналогичных активов либо на оценке экономии затрат, обусловленной наличием данного актива.

Для повышения конкурентоспособности необходимо разработать методы управления человеческим, структурным и рыночным капиталом, причем управление НМА должно быть организовано на системной основе. Менеджеры должны смотреть на НМА как на управляемый параметр, величина которого влияет на все цели и результаты деятельности фирмы.

Для мотивации персонала на более эффективную работу, инициирование инноваций, для повышения уровня производственной культуры, эффективности труда и производственной дисциплины необходимо управлять человеческим капиталом. Нужно разработать меры по управлению носителями знаний — персоналом организации. Программа мотивации может включать современные методы: психологический контракт, бонусные планы, система оценки результативности каждого сотрудника, организация целенаправленного стимулирования развития творчества.

Для достижения устойчивого положения организации за счет обеспечения комплексной защиты ее интересов в сфере интеллектуальной собственности и получения дополнительных доходов от владения, пользования и распоряжения этой собственностью необходимо правильно сформировать патентную политику. Так, постановка на баланс объектов интеллектуальной собственности в качестве нематериальных активов с последующей их амортизацией позволит существенно пополнить амортизационный фонд.

Для привлечения максимально дешевых финансовых ресурсов, для повышения узнаваемости бренда, для формирования конструктивных отношений с партнерами и для создания благоприятного общественного мнения необходимо формировать репутацию, позитивный имидж организации. Можно выделить следующие составляющие процесса формирования позитивного имиджа: коммерческая и социальная реклама, подчеркивание значимости и стабильности деятельности компании, активное участие в общественной жизни, благотворительность. Необходимо развивать программы по работе с потребителями, участвовать в специализированных выставках и конференциях.

Эффективное управление нематериальными активами в ближайшее время станет ключевой технологией, определяющей конкурентоспособность отдельных фирм и парадигму менеджмента в целом, поэтому оно должно войти в практику российских компаний.

*Таисия Владимировна ПОГОДАЕВА —  
аспирант кафедры мировой экономики  
и международного бизнеса*

*Тюменского государственного университета,*

*Евгений Владимирович СУЧКОВ —  
аспирант кафедры экономики  
Северо-Казахстанского  
государственного университета*

УДК 339.13

## **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СИСТЕМ ТОРГОВЛИ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА**

*АННОТАЦИЯ. Авторы предлагают содержит методические рекомендации по оценке готовности региона к формированию электронных систем торговли (ЭСТ) в условиях существующих информационных технологий.*