

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Махнуша С.М.

Мировая экономика, вступив в XXI в., начинает всё более отчётливо приобретать черты информативности. Имеется в виду возрастание значимости нематериального фактора управления развитием экономической системы как на макроуровне, так и на уровне отдельно взятого хозяйствующего субъекта. Сопутствующим явлением и в существенной степени иницирующим является в этом процессе и научно-технический прогресс. Переходя к конкретным проявлениям этих отличительных черт развития современной экономики, отметим такое понятие как нематериальные активы предприятия, являющиеся специфическим ресурсом его развития и обеспечения долговременных конкурентных преимуществ. Это так называемые «неосязаемые ресурсы», способные принести весьма осязаемые экономические результаты при умело разработанной стратегии их управления.

Круг основных вопросов стратегии управления нематериальными активами предприятия затрагивает проблемы их адекватной стоимостной оценки, определения дополнительных выгод, извлекаемых при их использовании, то есть их рентабельности, вопросы защиты прав на объекты промышленной и интеллектуальной собственности, направлений использования подобного рода активов с целью максимизации интегральных показателей деятельности и её рационализации.

На сегодняшний день мировая экономическая практика основывается на таких подходах к стоимостной оценке нематериальных объектов имущества как затратный, метод освобождения от роялти, сравнительный. Существуют также некоторые их модификации. Каждый из методов является достаточно привлекательным с точки зрения техники расчётов, однако имеют место и определённые ограничения.

Одним из специфических нематериальных активов предприятия является торговая марка, горизонт развития которой — бренд. Одним из подходов к использованию достижений бренда предлагается такая схема ведения бизнеса как франчайзинг.