

УПРАВЛЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ КАК ДРАЙВЕР РОСТА И РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

О. А. Елина, О. Н. Быкова

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Главной спецификой динамично развивающихся современных предприятий является высокая доля нематериальных активов в составе имущества организации и наличие существенной доли затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в общей структуре затрат. Как правило, этой спецификой обладают предприятия высокотехнологического сектора экономики. Они характеризуются значительной степенью новизны осуществляемой деятельности (новые отрасли, новые методы производства) или ее результатов (продвинутая, революционная продукция), использованием глубоких научных знаний, опыта, передовых технологий. Для этих предприятий вопрос грамотного управления нематериальными активами становится одним из важнейших. В статье авторы представляют результаты исследования роли нематериальных активов как фактора высокотехнологичности в развитии современного предприятия, анализируют основные подходы в управлении нематериальными активами с целью роста и развития промышленного производства, предлагают модель управления нематериальными активами, которая создает оптимальные условия роста и развития предприятия в условиях современных вызовов внешней среды и задач национальной промышленной политики.

Ключевые слова: стратегии управления нематериальными активами, модель управления знаниями, высокотехнологичное предприятие.

MANAGING INTANGIBLE ASSETS AS A DRIVER FOR GROWTH AND DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Olga A. Elina, Olga N. Bykova

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

A major specific feature of today's fast growing enterprises is a high share of intangible assets in the structure of organization property and considerable costs for R & D in the overall structure of expenditure. As a rule this feature is typical of enterprises of the highly-technological sector. They are characterized by a high degree of innovation in their functioning (new branches, new methods of production) or their results (advanced, revolutionary products), by using deep scientific knowledge, experience and advanced technologies. For these enterprises the problem of adequate managing of intangible assets is of paramount importance. The authors provide findings of the research dealing with the role of intangible assets as a factor of the highly-technological nature in the development of enterprise. They analyze key approaches in managing intangible assets aimed at growth and development of industrial production, put forward a model of managing intangible assets that can create optimum conditions for growth and development of enterprise in conditions of current challenges in the outward environment and objectives of national industrial policy.

Keywords: strategy of managing intangible assets, model of knowledge management, highly-technological enterprise.

Процесс управления нематериальными активами представляет собой целенаправленное изменение структуры и стоимости нематериальных активов, находящихся в составе имущества организации, для получения новой продукции, товара, услуги или совершенствования уже существующего производства, увеличения рыночной стоимости компании [6], улучшения ее финансовых показателей и расширения рынков сбыта [7].

Управление нематериальными активами организации базируется на основных принципах экономики и менеджмента, таких как:

- принцип научности и объективности (научная, объективная обоснованность выбранных методов и моделей управления нематериальными активами, опирающихся на теорию и практику изучения данного вопроса);
- принцип комплексности и системности (взаимозависимость и взаимодействие мероприятий по управлению нематериальными активами, проводимых организацией);
- принцип приоритетности, или очередности (выполнение мероприятий по управлению нематериальными активами в соответствии с их ролью, местом и значимостью в данном процессе);
- принцип оптимальности (соответствие затрат различного вида ресурсов значению, которое необходимо для выполнения мероприятий по управлению нематериальными активами);
- принцип экономичности (минимизация затрат на выполнение мероприятий по управлению нематериальными активами);
- принцип эффективности (соотнесение результатов проведения мероприятий по управлению нематериальными активами с целями развития компании).

Осуществление процесса управления нематериальными активами возможно за счет принятия и реализации решений о приобретении или продаже нематериальных активов, создания системы их воспро-

изводства внутри самой организации и защиты прав на интеллектуальную собственность, а также выбора метода учета, оценки и амортизации данных видов активов.

Эффективное управление нематериальными активами включает в себя пять основных этапов управленческого контура:

- 1) инвентаризация нематериальных активов;
- 2) учет нематериальных активов;
- 3) анализ и реализация вариантов использования нематериальных активов;
- 4) мониторинг использования нематериальных активов;
- 5) регулирование процессов использования нематериальных активов.

Этап инвентаризации нематериальных активов (этап 1) необходим для установления факта наличия в организации нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности, полученных в результате работы самой организацией или приобретенных извне у сторонних лиц.

Для осуществления постановки на учет нематериального актива (этап 2) необходимо провести оценку данного объекта по одному из принятых в оценочной деятельности методов.

Использование имеющихся у организации и поставленных на учет нематериальных активов возможно в различных направлениях: продажа в виде лицензий и патентов, публикация в средствах массовой информации полученных результатов исследований, использование в процессе производства и т. д. Выбор из имеющегося набора вариантов (этап 3) напрямую зависит от целей фирмы, которыми могут выступать максимизация прибыли, сокращение издержек, получение нового конкурентного преимущества, увеличение доли рынка и т. д.

В зависимости от области управления можно выделить ряд направлений использования нематериальных активов в организации (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Направления использования нематериальных активов
и интеллектуальной собственности***

Область управления	Возможности использования нематериальных активов
Менеджмент	Увеличение уставного капитала и/или повышение капитализации компании за счет постановки на баланс правильно оцененных нематериальных активов. Получение дополнительного дохода за счет заключения лицензионного договора. Использование нематериальных активов в корпоративном управлении, в том числе для оценки его эффективности
Маркетинг и реклама	Бренд-менеджмент товара, продукции или компании в целом. Индивидуализация компании и защита от конкурентов
Бухгалтерия	Оптимизация налогооблагаемой базы за счет верной оценки и постановки на баланс нематериальных активов
Информационные технологии	Защита программных продуктов и баз данных от несанкционированного распространения путем регистрации авторских прав
Авторство	Защита прав на результаты интеллектуальной деятельности на законодательном уровне

* Составлено по: [7].

Непосредственный процесс использования нематериального актива, выбранный из ряда альтернатив, подлежит постоянному мониторингу и контролю (этап 4), позволяющему выявить его возможные ошибки и недостатки.

Следующий этап включает в себя регулирование процесса использования нематериальных активов (этап 5), направленное на повышение эффективности их применения в организации за счет идентификации причин возникновения выявленных недостатков и ошибок, принятия решений по их исправлению и реализации принятых управленческих решений для максимизации результатов управления объектами интеллектуальной собственности компании.

Благодаря созданию эффективной системы управления активами и выполнению всех вышеперечисленных этапов организация способна достичь более высоких показателей деятельности, создать неповторимые конкурентные преимущества и завоевать более высокое положение на рынке, обеспеченное новой информацией, знаниями и репутацией, полученными за счет используемой интеллектуальной собственности.

В соответствии со спецификой управления нематериальными активами в каждой

организации принято выделять несколько стратегий, применяемых компаниями при реализации данного процесса [7]:

- стратегия «щита»;
- стратегия «меча»;
- стратегия формирования уставного капитала;
- стратегия создания рекламного имиджа;
- стратегия оптимизации финансово-хозяйственной деятельности.

Стратегия «щита» применяется в отношении организаций, создающих принципиально новый продукт, выводимый на рынок. Оформляя монопольные права на данную продукцию в период ее выведения, компания обеспечивает себя существенным преимуществом в отношении конкурентов в отрасли и гарантирует защиту продукции от копирования ими.

Стратегия «меча» преследует цель контроля рынка в отношении поиска нарушителей авторских прав на интеллектуальную собственность организации для применения к ним в дальнейшем штрафных санкций в соответствии с действующим законодательством. По причине копирования результатов интеллектуальной деятельности организации ее конкурентами компания может существенно потерять в доходе, поэтому большую роль имеет не

только оборонная (стратегия «щита»), но и наступательная (стратегия «меча») позиция в отношении управления нематериальными активами, которая позволяет частично компенсировать потери, связанные с возникающей при этом упущенной выгодой.

Стратегии «щита» и «меча», как правило, применяются в отношении более важных объектов интеллектуальной собственности со стратегической точки зрения.

Стратегия формирования уставного капитала позволяет компании высвободить денежные средства за счет внесения объектов нематериальных активов в уставный капитал организации – прав на изобретения, полезных моделей, произведений науки и т. д. Данная стратегия широко распространена в российской практике.

Стратегия создания рекламного имиджа обеспечивает защитой те нематериальные активы, права на которые конкуренты могут легко обойти, либо в случае, когда сложно проконтролировать рынок в отношении копирования другими компаниями используемых объектов интеллектуальной собственности. Запатентованные при использовании данной стратегии активы выступают для клиента стимулом приобретения продукции, гарантией ее качества, благодаря чему становится возможным получение дополнительного дохода. К таким объектам нематериальных активов можно отнести, например, товарные знаки, бренды, уникальные наименования и т. п.

Стратегия оптимизации финансово-хозяйственной деятельности используется в случае, если организация желает за счет использования нематериальных активов достичь снижения налога на прибыль (путем снижения налогооблагаемой базы на величину амортизации нематериальных активов), сэкономить на выплатах заработной платы (путем обеспечения вознаграждения по авторским правам за участие в создании объектов интеллектуальной собственности), сэкономить на налоге по доходам физических лиц (за счет пони-

женной ставки по данному виду налога для владельцев интеллектуальной собственности).

Применение перечисленных выше стратегий возможно как по отдельности, так и комплексно для максимизации положительного эффекта от управления нематериальными активами, что является более предпочтительным в условиях серьезной конкурентной борьбы на современном рынке.

Для понимания важности процесса управления нематериальными активами на промышленном предприятии высокотехнологического сектора экономики необходимо определиться со спецификой данного типа организаций.

Повторно отметим, что под высокотехнологичным принято понимать предприятие, специализирующееся на выпуске продукции и предоставлении услуг, которые обладают высокой добавленной стоимостью и в структуре затрат которых затраты на НИОКР имеют существенную долю. При этом в своей деятельности оно использует новейшие технологии, методы, процессы и средства производства.

На основании данного определения можно выделить следующие признаки, характерные для высокотехнологического предприятия [5]:

- использование передовых достижений науки и техники;
- наличие технических ноу-хау, требующих перестроения под свое использование процессов управления и финансово-хозяйственной деятельности;
- наличие авторских прав на передовые разработки и результаты интеллектуальной деятельности и, соответственно, конфиденциальной информации, ограниченной к распространению на рынке;
- высокая квалификация работников организации;
- короткий жизненный цикл продукции;
- склонность к высокому темпу изменений методов производства и других бизнес-процессов организации;

– постоянная связь предприятия с научной и академической сферой.

В зависимости от места нематериальных активов в организации принято подразделять высокотехнологичные предприятия на следующие виды [4]:

1) производители нематериальных активов, непосредственным результатом деятельности которых являются разработки в области инноваций, программное обеспечение, опытные образцы и т. д., которые сама организация не реализует на рынке;

2) потребители нематериальных активов, использующие в своей деятельности чужие результаты интеллектуальной деятельности; для них организации первого типа на заказ проводят исследования и осуществляют разработки, которые потребители используют в производстве;

3) смешанный вид, имеющий как исследовательскую, так и производственную часть в составе организации, т. е. предприятие производит и реализует высокотехнологичную продукцию собственными силами.

Управление нематериальными активами занимает важное место в деятельности предприятий третьего типа, которые сопровождают инновационный продукт на всех стадиях – от создания до реализации. Данный процесс для высокотехнологичных предприятий представляется рядом этапов [4]: креативный, исследовательский, технологический, производственный, коммерческий.

Креативный этап. На данном этапе возникает идея, вокруг которой строится интеллектуальная деятельность. Для обеспечения ее возникновения необходимы наличие и создание соответствующих условий – структуры управления, необходимой информации и ее доступности для научных сотрудников, ресурсов различного рода и т. д.

Исследовательский этап. Возникшая идея подвергается всестороннему научному исследованию, проводятся необходимые расчеты. На выходе организация имеет результат интеллектуальной деятельности,

который подвергается юридическому оформлению в виде патента, авторского права и т. д. и может быть внесен на баланс предприятия в виде нематериального актива.

Технологический этап. Осуществляются конструкторские разработки, создаются опытные образцы, производятся мелкие экспериментальные партии продукции, проводятся сертификация и оформление прочей технологической документации. В результате предприятие имеет конкретное, технически воплощенное представление готовой к производству продукции.

Производственный этап. Согласно разработанной технической документации высокотехнологичная продукция создается на предприятии в промышленных масштабах для реализации на рынке.

Коммерческий этап. На заключительном этапе осуществляется сопровождение произведенной продукции в процессе ее реализации с использованием различных маркетинговых инструментов.

Наиболее существенными для высокотехнологичного предприятия являются первые два этапа (креативный и исследовательский), так как в процессы, осуществляемые на данных этапах, вовлечен наиболее значимый для организаций указанного типа фактор – интеллектуальный капитал.

Проблема создания интеллектуального капитала в российских организациях становится актуальной ввиду практически полного отсутствия практики управления нематериальными активами. На сегодняшний день Россия существенно уступает мировым державам по доле производимой наукоемкой продукции. В связи с этим особенно необходимо применение в деятельности высокотехнологичных предприятий эффективных зарубежных методов управления нематериальными активами, к которым можно отнести создание системы управления знаниями.

Управление знаниями – это систематический процесс создания, сохранения, распределения и использования интеллектуального капитала организации (знаний)

для обеспечения развития и повышения конкурентоспособности организации [1; 2].

Внедрение системы управления знаниями на предприятии обеспечивается за счет использования различных механизмов и моделей, важнейшим из которых является механизм трансфера знаний.

Преобладающим видом знаний в организациях являются неявные знания, т. е. знания, не зафиксированные документально, зачастую присущие непосредственному носителю и передающиеся только через личный опыт и обучение сотрудников. Указанные знания скрыты, уникальны для компании, и именно они важны для поддержания ее конкурентоспособности. В этой связи возникает вопрос, как выявить эти знания, как обнаружить сотрудников, способных делиться лучшими практиками со своими коллегами, и как способствовать распределению этих знаний вопреки возможному сопротивлению к изменениям со стороны персонала. Для достижения данных целей существуют различные концепции трансфера знаний.

Одним из специалистов данной сферы является Икуджиро Нонака, разработавший спираль знаний, раскрывающую четыре модели их конверсии [2]:

1) *социализацию* – невербальный обмен неявными знаниями на основе наблюдений за действиями работника;

2) *экстернализацию* – перевод неявных знаний при помощи аналогий, метафор и других социальных приемов в явные;

3) *комбинирование* – передача полученной информации в закодированной форме;

4) *интернализацию* – перевод явных знаний в неявные путем обучения действием.

На выходе использования спирали знаний организация получает новое корпоративное знание. Спираль постоянно возобновляется, расширяется, создавая все новые возможности использования в различных сферах деятельности организации.

Трансфер знаний осуществляется через ряд этапов:

1. *Инициирование* – создание организационной атмосферы, благоприятствующей передаче и получению знаний между сотрудниками и мотивирующей их к этому. На данном этапе ключевую роль играет поддержка руководства, а также создание доверительных отношений между участниками трансфера и различными специализированными структурами внутри организации.

2. *Поток* – выбор и использование метода эффективной передачи знания. Важно иметь профессиональное сопровождение процесса, необходимое для решения возникающих проблем.

3. *Интеграция* – внедрение нового знания в корпоративную базу знаний компании на организационном и индивидуальном уровнях. Данный этап подразумевает в значительной степени индивидуальное участие каждого сотрудника для определения им границ рационального использования полученного знания.

Для визуализации стратегического подхода к управлению знаниями в организации широко используются дорожные карты, разработанные в конце 70-х гг. XX в. компаниями Motorola и Corning [1]. Данный механизм позволяет наглядно представить все компоненты системы управления знаниями: знаниевые активы, информационные ресурсы, источники трансфера знаний, используемые в процессе инструменты.

Дорожная карта позволяет связать управление знаниями с бизнес-процессами организации, а также выявить наиболее значимые компетенции персонала в области знаний. Благодаря использованию данного инструмента можно определить, где находится необходимое на данный момент знание, по какому маршруту, как и при помощи каких инструментов к нему можно прийти, благодаря чему сокращается время поиска оптимального решения, обеспечиваются высокая гибкость и адаптивность компании к изменениям рыночной конъюнктуры. К основным преимуществам использования дорожных карт в

концепции управления знаниями можно отнести наглядность; возможность оценки ресурсного потенциала для развития; возможность прогнозирования поведения компании в процессе управления знаниями, в частности их применения в той или иной сфере деятельности организации.

В процессе создания дорожной карты анализируются ключевые компетенции сотрудников компании, организационные ноу-хау, знаниевые активы, которые впоследствии ранжируются по степени важности для развития организации. Для каж-

дого элемента прокладывается цепочка ресурсов, технологий, сотрудников или групп сотрудников, по которой в конечном пункте можно прийти до формирования нового знания. Созданные цепочки знаний анализируются с точки зрения своих сильных и слабых сторон. Итоговый вариант дорожной карты публично обсуждается между сотрудниками компании с целью контроля за ее реализацией и возможного внесения корректировок и модернизаций. Типовой вариант дорожной карты представлен в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Пример типовой структуры дорожной карты*

Наименование мероприятия							
Ответственный за внедрение		Ответственный за разработку ключевых показателей эффективности (Key Performance Indicators – KPI)			Ответственный за оценку KPI		Ответственный за обеспечение ресурсами
Комментарий по текущему состоянию							
.....							
Этап реализации	Результаты этапа	Дата начала	Дата окончания	Ответственный за этап реализации	KPI	Значение KPI	Требуемые ресурсы
Комментарий по текущему состоянию							
.....							

* Составлено по: [1].

Наряду с преимуществами дорожное картирование в управлении знаниями обладает рядом негативных сторон. Обеспечение качества используемого механизма требует значительных затрат трудовых, финансовых и временных ресурсов. Большие объемы задач приводят к сложностям в определении ответственных лиц за каждый из этапов цепочки создания знания. Кроме того, дорожные карты наглядно представляют процесс управления знаниями для менеджмента организации, однако не влияют на понимание сотрудниками необходимости изменений в сфере создания, использования и распространения знаний.

Среди других моделей управления знаниями можно выделить модель У. Буковича и Р. Уильямса (рисунок). Авторы модели рассматривают знания как стратегиче-

ски важный запас, включающий не только сами знания, но и связи сотрудников организации между собой и со знаниями из внешней среды. Выделяются два направления знаний: в рамках тактических и в рамках стратегических процессов [3].

Тактические процессы связаны с ежедневно выполняемыми бизнес-процессами организации, в которых участвуют сотрудники. При возникновении потребности в знаниях работник первоначально осуществляет их поиск, затем практически применяет полученные знания, предварительно осуществив процесс обучения (как самостоятельно, так и целенаправленно, отправляясь на курсы повышения квалификации, бизнес-тренинги и т. д.), и распространяет их внутри организации путем обмена опытом с коллегами.

Стратегические процессы реализуют систематический процесс формирования, накопления и распространения знаний внутри организации, направленный на достижение стратегических целей компании. Предприятие оценивает имеющиеся знаниевые активы на соответствие требованиям долгосрочного развития, создает

новые и поддерживает текущие активы, в том числе за счет использования различных инструментов на уровне тактических процессов, и отказывается от тех активов, в которых ввиду определенных причин более не нуждается [8].

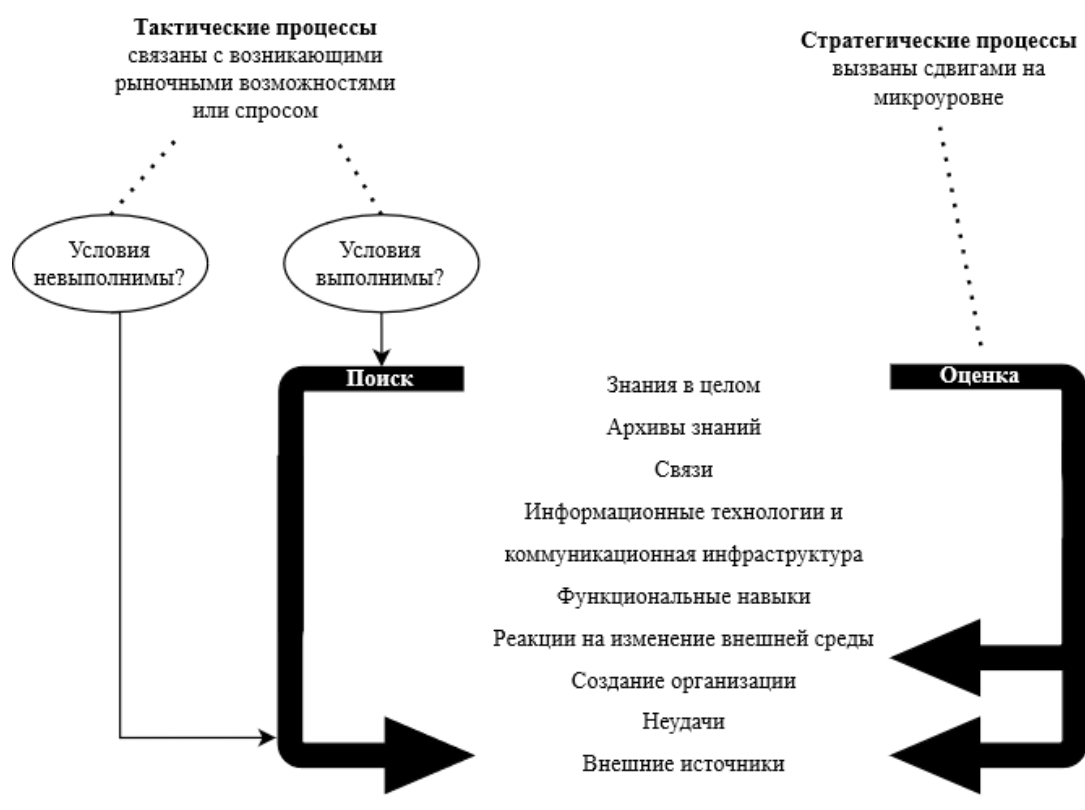


Рис. Структура процесса управления знаниями по У. Буковичу и Р. Уильямсу [2]

Существует также множество других моделей управления знаниями организации, так или иначе базирующихся на перечисленных в данной статье предпосылках. Наиболее показательными примерами в области эффективного управления знаниями эксперты признали такие зарубежные компании, как Apple, Shell, Google, Boeing, Lufthansa, Национальный банк Швейцарии. Среди российских организаций были выделены «Северсталь», «Газ-

пром», «РОСНАНО», «Росатом», «Лукойл», Лаборатория Касперского.

Подводя итог проведенному исследованию, следует отметить, что эффективное управление нематериальными активами создает возможности экономического роста, дает толчок в развитии промышленного производства, является драйвером перехода организации в статус высокотехнологичного предприятия.

Список литературы

1. Брагина З. В., Андреева Н. Ю. Управление организационным знанием промышленного предприятия: создание условий для проявления и использования творческой активности и предприимчивости персонала : монография. – М. : Инфра-М, 2017.
2. Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию : пер. с англ. – М. : Инфра-М, 2002.
3. Ляндау Ю. В. Общие вопросы эволюции организаций XX столетия // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2012. – № 1 (1). – С. 29–37.
4. Петрикова Е. М., Исаева Е. И., Овсянникова М. А. Методы оценки стоимости нематериальных активов // Финансы и кредит. – 2015. – № 12 (636). – С. 20–23.
5. Подшивалова М. В., Алмршед С. К. Исследование специфики инновационных процессов крупных и малых предприятий высокотехнологичной отрасли России // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». – 2021. – Т. 15. – № 1. – С. 124–132.
6. Соколянский В. В., Ковнир В. Н., Хвещкович Н. А. Подходы к количественной оценке интеллектуального капитала высокотехнологичных компаний // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 1 (103). – С. 145–153.
7. Супрун В. А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. – М. : КомКнига, 2016.
8. Vykova O. N., Garnov A. P., Morkovkin D. E., Stroeve P. V., Rudenko L. G., Zonova A. V., Ivanova R. V., Isaichykova N. I. Comparative Analysis of Russian and Foreign Experience in Managing Enterprises' Intellectual Property // Journal of Advanced Research in Law and Economics. – 2019. – Vol. 10. – N 4 (42). – P. 1046–1054.

References

1. Bragina Z. V., Andreeva N. Yu. Upravlenie organizatsionnym znaniem promyshlennogo predpriyatiya: sozdanie usloviy dlya proyavleniya i ispolzovaniya tvorcheskoy aktivnosti i predpriimchivosti personala: monografiya [Management of Organizational Knowledge of an Industrial Enterprise: Creating Conditions for the Manifestation and Use of Creative Activity and Entrepreneurship of Personnel: monograph]. Moscow, Infra-M, 2017. (In Russ.).
2. Bukovich U., Uilyams R. Upravlenie znaniyami: rukovodstvo k deystviyu [Knowledge Management: a Guide to Action], translated from English. Moscow, Infra-M, 2002. (In Russ.).
3. Lyandau Yu. V. Obshchie voprosy evolyutsii organizatsiy XX stoletiya [General Questions of the Evolution of Organizations of the XX Century]. Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova. Vstuplenie. Put v nauku [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics. Introduction. The Path to Science], 2012, No. 1 (1), pp. 29–37. (In Russ.).
4. Petrikova E. M., Isaeva E. I., Ovsyannikova M. A. Metody otsenki stoimosti nematerialnykh aktivov [Methods of Valuation of Intangible Assets]. Finansy i kredit [Finance and Credit], 2015, No. 12 (636), pp. 20–23. (In Russ.).
5. Podshivalova M. V., Almrshed S. K. Issledovanie spetsifiki innovatsionnykh protsessov krupnykh i malykh predpriyatiy vysokotekhnologichnoy otrasli Rossii [Research of Innovation Processes Specificity of Large and Small Enterprises in Russian High-Tech Industry]. Vestnik Yuzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Ekonomika i menedzhment» [Bulletin of the

South Ural State University. Ser. Economics and Management], 2021, Vol. 15, No. 1, pp. 124–132. (In Russ.).

6. Sokolyanskiy V. V., Kovnir V. N., Khvetskovich N. A. Podkhody k kolichestvennoy otsenke intellektualnogo kapitala vysokotekhnologichnykh kompaniy [Approaches in Quantitative Estimation of Intellectual Capital in Highly-Technological Companies]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, No. 1 (103), pp. 145–153. (In Russ.).

7. Suprun V. A. Intellektualnyy kapital. Glavnyy faktor konkurentosposobnosti ekonomiki v XXI veke [Intellectual Capital. The Main Factor of the Competitiveness in the Economy in XXI Century]. Moscow, KomKniga, 2016. (In Russ.).

8. Bykova O. N., Garnov A. P., Morkovkin D. E., Stroeve P. V., Rudenko L. G., Zonova A. V., Livanova R. V., Isaichykova N. I. Comparative Analysis of Russian and Foreign Experience in Managing Enterprises' Intellectual Property. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, Vol. 10, No. 4 (42), pp. 1046–1054.

Сведения об авторах

Ольга Александровна Елина

кандидат экономических наук, доцент
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Elina.OA@rea.ru
ORCID: 0000-0001-5003-2471

Ольга Николаевна Быкова

доктор экономических наук, профессор
базовой кафедры Благотворительного фонда
поддержки образовательных программ
«КАПИТАНЫ» «Инновационный менеджмент
и социальное предпринимательство»
РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: Bykova.ON@rea.ru
ORCID: 0000-0002-7671-7994

Information about the authors

Olga A. Elina

PhD, Assistant Professor
of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Captains"
"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Elina.OA@rea.ru
ORCID: 0000-0001-5003-2471

Olga N. Bykova

Doctor of Economics, Professor
of the Basic Department
of Charity fund for support of educational
programs "Captains"
"Innovative Management and Social
Entrepreneurship" of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: Bykova.ON@rea.ru
ORCID: 0000-0002-7671-7994