



ЕФЕКТЪТ НА НЕМАТЕРИАЛНИТЕ АКТИВИ ВЪРХУ УПРАВЛЕНИЕТО НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ

THE EFFECT OF INTANGIBLE ASSETS ON THE MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS

Пламен Иванов

Plamen Ivanov

Flame Starter, Ltd.

University/Organization: VUZF Lab

Abstract: This report offers an innovative framework and analysis of the relationship between organizations' intangible assets and their future development and prosperity. This framework reveals a management model containing three main elements: intellectual property, reputation, and personnel. Each element is owned and implemented by the different functional departments in the organization, but presented as interconnected. They are able to improve management and to be a key driver of development and perspective for success. Often, traditional accounting treats investment in intangible assets as an operating expense rather than as a long-term one. For short-term strategies, profit and loss figures are generally used as the primary performance indicators of organizations on their balance sheets and financial statements. On the other hand, there are almost no indicators to guide management in establishing long-term strategies regarding intangible assets. This report uses an approach based precisely on the interconnectedness of core intangible assets, known as the RIPS model, to establish the relationships in the proposed framework. A central idea of the model is that intangible assets can provide future benefits and a competitive advantage to an organization when properly monitored, interrelatedly used, and better managed.

Keywords: intangible assets; intellectual property; reputation; personnel; management.

JEL: O34, L14, M54

ВЪВЕДЕНИЕ

Нематериалните активи на организациите най-често са определяни като нефинансови активи без физическа субстанция, държани за използване в производството или доставката на стоки или услуги, за отдаване под наем на други лица или за административни и управленски цели, които могат да бъдат идентифицирани и се контролират от предприятието като резултат от минали събития и от които се очакват бъдещи икономически ползи (Epstein & Mirza, 2005).

Съществува цяла гама от възможни класове нематериални активи: търговски марки, издателски заглавия, компютърен софтуер, лицензи и франчайзи, авторски права, патенти и други права върху интелектуална или индустриална собственост, работни процеси, формули, модели, дизайни и прототипи, нематериални активи в процеси на разработка. Нематериалните активи могат

да обхващат и ресурси, служещи за целите на управлението и администрацията на организациите, като човешки капитал, включващ хората в предприятията, както и такива, които подпомагат развитието и предимството на компаниите извън тях самите, а именно – пред партньори, клиенти, потребители – или тяхната репутация, положителен образ, имидж.

С течение на годините значението на нематериалните активи нараства непрекъснато. Все повече изследователи разкриват въздействието на нематериалните активи и техният ефект, откривайки значими връзки между тях и бизнес резултатите на организациите (Chareonsuk & Chansangavej, 2006). Става все по-ясно, че управленските и финансови отчети не винаги дават пълна картина като инструмент, който подпомага вземането на смислени решения. Напредничавото мислене на ръководството трябва да гарантира, че нематериалните активи са измерени, наблюдавани, изграждани, управлявани и използвани добре. Финансовата печалба сама по себе си не може да гарантира дългосрочното оцеляване на компаниите. Да бъдат устойчиви, организациите трябва да зависят и от други нематериални фактори, вкл. организационно обучение и растеж, ефективност на вътрешния процес, стойност за клиента, стабилна репутационна позиция.

Значението на нематериалните активи нараства успоредно с измененията, които настъпват в управлението на организациите, с промените в развитието на стиловете в това управление. От индустриалната епоха преминаваме към икономика на знанието. Насочеността към производство се превръща в посока „водена“ от клиента; материалните активи постепенно се превръщат в нематериални; традиционното управление се ориентира към лидерството. Целите в тези и подобни перспективи са свързани помежду си чрез кауза и ефектни взаимоотношения. Организацията изгражда основната компетентност и обучение в подкрепа на вътрешните си процеси, които, от своя страна, създават и доставят стойностни предложения за потребителите. Съвременният стил на управление е променен в отговор на глобалната конкуренция. Индустриалната епоха на управление е заменена от лидерството в епохата на знанието, със съответните трансформационни ефекти върху икономиката и работното място. Фокусирането върху материалните активи е променено в мониторинг на нематериални активи в ерата на знанието. В резултат на това проблемите, свързани с нематериалните активи, вече са по-широко разпространени, изследвани и практикувани.

Всяка организация се състои от различни функционални отдела, всеки от които има различни задачи участващи с различни нематериални активи. Когато компанията може да наблюдава и идентифицира връзките между нематериални активи и финансови резултати, организацията може да ги управлява и да ги определя както в краткосрочен, така и в дългосрочен план.

Този доклад предлага иновативна рамка и анализ на връзката между нематериалните активи на организациите и тяхното бъдещо развитие и просперитет, като набляга на модел на управление, съдържащ три основни нематериални активи: интелектуална собственост, репутация и персонал. Всеки елемент се притежава и изпълнява от различните функционални отдели в организацията, но представени като взаимносвързани, те имат способността да подобрят управлението и да бъдат двигател за развитие и перспектива за успех.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Опитите за по-пълна и изчерпателна категоризация на нематериалните активи се наблюдават от 90-те години на миналия и началото на този век, като различни изследователи включват различни елементи от този тип ресурси. Някои ги категоризират като включващи нематериален финансов резултат, външна структура, вътрешни процеси и структура на компетенциите (Kaplan, & Norton, 2004, p. 22). Други включват интелектуален капитал, очаквания на клиентите, вътрешни процеси и учене и престиж (Wingren, 2004, pp. 1-12), а трети - организационен капитал, стойност за клиента и човешки капитал (Mouritsen, Larsen & Bukh, 2005, pp. 8-27).

Въпреки някои различия в класификацията на нематериалните активи, се наблюдава, че концепцията за управление на ефективността им създава свързани заедно (в поредица от причинно-следствени връзки) елементи, които си взаимодействат и имат способността да създадат набор от множество ползи и стойност за организациите. Поглеждайки отново към изследователските проучвания, се наблюдава, че нематериалните активи са свързани изключително много с

три елемента. Описвани от по-иновативна призма, тези елементи могат да се посочат именно като интелектуална собственост, репутация и персонал – основата и свързаността на модела РИСП. Например, увеличаването на разходите за нов работен процес или ново знание (интелектуална собственост) ще доведе до увеличаване стойността на марката и нейният образ сред потребителите (репутация). Повишената стойност на марката ще доведе до по-високи приходи от продажби. По същия начин инвестирането в човешки капитал (персонал) ще създаде непрекъснато обучение и растеж в организацията. Когато служителите имат повече опит и знания, те могат да създават вътрешни работни процеси (отново интелектуална собственост), които обслужват и изпълняват удовлетворението на клиентите, а това от своя страна, също да доведе до положителния репутационен образ на компанията. Добавената стойност, печалбата и приходите са крайните резултати тази причинно-следствена верига. Поглеждайки отново към специализираната литература, откриваме подобна класификация, която отново доказва значимостта на интелектуалната собственост, репутацията и персонала и ефективността им, когато за взаимно обвързани за управлението на организациите.

Свейби класифицира нематериалните активи в три типа (Sveiby, 2001):

Компетентност на служителите (персонал)

Компетентността на служителя е способността на служителя да действа в голямо разнообразие от ситуации. Служителят е най-ценния актив на компанията в силно конкурентния пазар. Това е единственият актив, който създава уникалност за организацията и я отличава от конкурентите. Способностите на служителите са подчертани като ключов актив и за растежа на организацията. Удовлетворението на служителите се отнася предимно до работата и това, което те възприемат като предлагане. Удовлетворението е свързано положително и с организационния ангажимент. Наличието на положителна и значима връзка между инвестициите в човешки ресурси и пазарната стойност на компании е доказано и от други автори, които установяват, че човешкият капитал има положителен ефект върху задържането на клиенти и лоялността независимо от типа организация (Bontis, Keow & Richardson, 2000, pp. 85-100). Други доказват, че човешкият капитал има положителен ефект върху представянето на служителите и установяват, че има умерена причинно-следствена връзка със стратегията и представянето и на организацията (Hitt, Bierman, Shimizu & Kochhar, 2001, pp. 13-27). Не на последно място е потвърдено, че човешкият и структурният капитал имат пряко въздействие върху интелектуалната собственост на компаниите (Moon & Kym, 2006, pp. 253-269).

Вътрешна структура (интелектуална собственост)

Вътрешната структура включва патенти, лицензи, концепции, търговски марки, ноу-хау, модели, системи за информационни технологии, административни системи и организационна култура (Sveiby, K. 2001.). Проучванията показват, че големи компании (като GE, Sony, IBM) са свикнали да покриват широко разнообразие от продукти, но нямат възможността да поддържат всички продуктови линии. Затова се променят и изместват фокус към селективни продукти, като същевременно подобряват различни нематериални фактори, качество и иновации. Други доказват, че атрибутите на интелектуалната собственост (особено като патенти, лицензи, търговски марки) са статистически значими и свързани с възвръщаемостта на акциите и съотношението между тях и пазара (Deng, Lev & Narin, 1999, pp. 20-32).

Външна структура (репутация)

Външната структура включва взаимоотношения с потребители, партньори, клиенти, доставчици. Тя включва удовлетвореност на клиентите, репутация, добра воля на компанията (Sveiby, 2001). В тази връзка е доказана положителна значимост между удовлетвореността на клиентите и финансовото представяне на организацията, като е установено, че репутацията на марките сред потребители има значителни корелации с пазарните стойности на фирмата (Barth, Clement, Foster & Kasznik, 1998, pp. 41-68). Други проучвания споменават, че за клиентите репутацията на компанията е ключът към успеха в бизнеса и съобщават, че днес нематериалните активи (във фокуса на

репутация и взаимоотношения с клиенти) представляват повече от половината от общите активи на фирмите в Съединените щати (Aruldoss, Lakshmi & Venkatesan, 2013, pp. 31-43).

С помощта на категориите, разработени от Свейби (Sveiby, 2001) и преразгледани и доразвити от Шейх (Shaikh, 2004, pp. 439-448), можем да класифицираме ключовите нематериални активи вътрешна структура, външна структура и компетентност на служителите, като интелектуална собственост, репутация и персонал (РИСП):

Таблица 1. Ключови нематериални активи на модела РИСП

Интелектуална собственост	Репутация	Персонал
Патенти	Взаимоотношения (клиенти, партньори, потребители)	Привличане на служители
Лицензи	Социални въпроси	Задържане на таланти
Търговски марки	Корпоративно поведение	Корпоративна култура
Авторски права	Трудови практики	Организационно поведение
Търговски тайни	Комуникации, връзки, мрежи	Мотивация
Работни процеси	Гражданска отговорност	Обучения и развитие
Знания	Устойчиво управление и опазване на околната среда	Кариерно бъдеще
Приложен опит		Споделяне на знания
Ноу-хау		Приобщеност
Организационни технологии		Принадлежност към организацията

Източник: Съставена от автора

Интелектуалната собственост, репутацията и персоналът като взаимосвързани в модел за управление на организациите все повече се превръщат в основни двигатели на стойността в повечето индустрии по света.

В продължение на вече няколко десетилетия бизнесът постепенно възприема цифровите модели, отваряйки врати за нови технологично ориентирани индустрии като изкуствен интелект, роботика, криптовалути. Подтикнати от Ковид пандемията и нейните ограничения, тези промени към дигитални модели се ускоряват. Наблюдавахме колко много организации преминаха към дистанционна работа. Предвид това неминуемо се появява и необходимостта от защита и сигурност на служителите информацията, справяне с нови видове заплахи за репутацията и множество предизвикателства, които бизнесът не си е представял, че могат да съществуват преди 2020 г. Не само в този контекст стойността на интелектуалната собственост, репутацията и персонала е значителна. Според някои оценки нематериалните активи вече градят около 85% от общата стойност на бизнеса в различните организации и индустрии (KPMG, 2020). С ускоряването на дигиталните бизнес модели, допълнително подсилени от Ковид-19, тази стойност може да се увеличи много повече, превръщайки се в основен двигател за успех.

Неминуемо възниква и въпросът: Какви могат да бъдат основните проблеми, свързани с нематериалните активи? Точно както една компания управлява въздействието на физическите си рискове (например, пожар, наводнение и пр.) върху материалните си активи (сгради, машини, съоръжения), тя трябва също толкова бързо да разработи и прилага подобни рискови рамки, за да изгради устойчивост и на нематериалните активи. В днешната информационна и комуникационна среда интелектуалната собственост предизвиква все повече с кражби на патенти и търговски тайни. Развиващите се технологии позволяват онлайн фалшифициране, присвояване на работни процеси и модели, ноу-хау, организационни технологии. Репутацията е застрашена от нарушаване на поверителността, проблеми с корпоративното поведение, недостатъчно надеждно управление на комуникациите и връзките с външната среда за организацията. По отношение на персоналът се наблюдават проблеми свързани най-вече с привличането и задържането на качествени и лоялни служители, със споделянето на знания, с обучението и развитието на хората.

За да отговорят на тези и всички останали предизвикателства, устойчивите организации изграждат нематериална стойност в дългосрочен план и използват механизми, за да отговорят на краткосрочни проблеми.

Изграждането на сигурност и устойчивост на интелектуалната собственост, репутацията и персонала включва на първо място разбирането на тяхната стойност, ползи и ефекти. Организациите трябва да умеят да наблюдават промените в тази стойност с течение на времето и да изграждат механизми за предотвратяване и реагиране на рискове, които могат да я унищожат. Това може да включва правни, комуникационни, финансови планове за устойчивост и управление на риска. Например, организациите, които са напреднали в управлението на своята репутация, използват проактивни методи за повлияване на неблагоприятно поведение в организацията (това на служителите), което може да навреди на нейния публичен образ навън. Подобни организации все повече се интересуват от своята репутационна стойност и как да я измерват. Те редовно „сканират“ хоризонта така, че да не бъдат пропуснати значими социални движения извън бизнеса, защото репутацията е динамичен портрет на субекта в съзнанието на заинтересованите страни, който се влияе най-вече от усилията за насърчаването му – следователно, той може да се променя сравнително бързо (Nguyen & Leblanc, 2001, pp. 227–236). Тук отново се наблюдава взаимосвързаността в модела РИСП и по-конкретно връзката между репутацията и персонала. Една сериозна заплаха по отношение на персонала обикновено се случва когато една организация загуби голям брой ключови служители без да може да кодифицира възможно най-много знания. Успешни са тези организации, които са стриктни в артикулирането на процедурите и редовното споделяне на знания, свързано със събирането на данни. Те често прилагат усъвършенствани HR анализи за управление на рисковете за човешкия капитал. В този пример също наблюдаваме връзка в модела РИСП – тази между интелектуална собственост и персонал.

Всички видове нематериални активи са много ценни за организациите и правилното им управление носи огромни ползи и ефект на бизнеса. Въпреки това интелектуалната собственост, репутацията и персонала изглеждат най-ценните, независимо че понякога е трудно да се определят количествено (особено по отношение на персонала).

Управлението на интелектуалната собственост зависи от способността на организацията да използва публично достъпните инструменти, за да защити своето публикувано съдържание и да бъде бдителна за осигуряване на сигурност за това съдържание, което все още не е публикувано. Основите на управлението на интелектуалната собственост за свързани с използване на традиционните мерки за защита. Това означава, че организациите разчитат на публичните институции да защитят правата си върху публикуваното съдържание. За да постигнат конкурентно предимство, компаниите могат да използват и развиват източници на фирмен капитал, един от които е интелектуалният, което означава използване на стратегически активи под формата на нематериални активи (Wijaya & Suasih, 2020, pp. 105-121). Най-честите примери за неуспех обаче са когато, например, организация пуска нов продукт на пазара, чието конкурентно предимство е уникалният му дизайн, без да регистрира тази уникалност. Сигурността на информацията също е често срещано предизвикателство към интелектуалната собственост и най-вече дали киберзащитата е актуална и достатъчно силна, за да предпази търговските тайни. Съществуват обаче и други видове интелектуална собственост, които организацията трябва да умее да защитава сама – знанията, опита на служителите, своите работни процеси, своята идентичност, организационна култура и пр. Това означава, че независимо от това, че защитата на интелектуалната собственост като цяло се разбира от организациите, променящия се пейзаж на икономиката на знанието предизвиква с нововъзникващи рискове, които могат да поставят компаниите под значителен натиск. При загуба на служители и/или прилагане на работните процеси на организацията в конкурентни компании се повишава нивото на риск за интелектуалната собственост, вкл. копиране не само на процеси, но и на продукти / услуги. При такива обстоятелства организациите могат да претърпят загуба и на репутация.

Управлението на персонала като ключов нематериален актив и в конкретиката на модела РИСП зависи от това колко добре организацията може да кодифицира знанията и процесите на служителите, вкл. в унисон с управлението на интелектуалната собственост, и да поддържа пред-

ставянето и развитието им надграждащо се, устойчиво и адаптивно (Wright, Coff & Moliterno, 2014, pp. 353–370).

Типичният пример за неуспех в изпълнението на това управление е когато служители напуснат, тъй като те „вземат“ със себе си своите знания и опит. Това обикновено се случва, ако организациите нямат свои практики, за да уловят техните знания в повтарящи се методологии, подходи и пр. Примери за неуспех по отношение на устойчивостта на персонала са организации, които не притежават своя организационна култура, която да насърчава доброто представяне, а понякога дори и психично здраве на хората. Пример за неуспех във връзка с гъвкавостта, адаптивността или загуба на производителност е когато компанията не обръща внимание на иновациите и модерните технологии, които улесняват процесите и/или автоматизират рутинните (често досадни за хората) задачи. В подобни ситуации самите служители често са с ограничено доверие към работодателите си, вкл. под постоянен натиск в стремежа си да „докажат“, че действително вършат своята работа.

Съществуват множество рискове и по отношение на персонала, които лесно водят до загуба на ефективност, конкурентно предимство, пазарни позиции. Типичните дейности за управление на тези рискове за свързани със съхранението на знанията на хората, чрез методи, работни процеси и процедури, както и с подобряване и поддържане на устойчивостта на персонала за стимулиране на по-високо представяне. Вече споменахме, че персоналът е най-трудният от трите за количествено определяне нематериален актив. Следователно, не е изненадващо, че повечето организации са склонни да го подценяват и да се борят за сигурността и защитата му. Това обаче води до често срещани, понякога невидими за мениджмънта капани, пред които са изправени компаниите. Ако знанията не се съхраняват, едно огромно количество имплицитно и мълчаливо знание се губи при напускането на служител. Обикновено HR анализите са недостатъчни, а компаниите рядко имат подробни разбирания за своята работна сила; рядко се наблюдават такива, които създават групи за анализ на човешките ресурси и се стремят да разберат поведението, действията, потенциала и рисковете, присъщи на служителите им. Друго предизвикателство за защита по отношение на персонала безспорно е неговото обучение и развитие - ключов двигател за удовлетвореността на хората и непрекъснатото усъвършенстване е именно обучението, което служителя получава от работодателя. Много организации не са оптимални в това отношение, което води и до по-голямо текучество и свързаната с него загуба на знания, опит и пр. интелектуална собственост, както и репутация извън пределите на организацията.

Загубата на репутация може да навреди на всички индустрии. Според проучвания и оценки общата стойност на глобалната репутация надхвърля 16 трилиона долара в сектори като високи технологии, телекомуникации, здравеопазване (KPMG, 2020). Увреждането на репутацията често възниква след събития, които могат да причинят значителни финансови загуби, ако не се управлява внимателно. Когато става въпрос за репутация, организациите често се борят да определят прецизно колко струва тяхната репутация (на първо място) и с колко стойността ѝ е намаляла след нежелано събитие. Предвид това може да се каже, че основните аспекти за защита на репутацията са два, а постигането на желаната позиция и добра репутация изисква навременно инвестиране точно в имиджа на организацията (Guy, Sedera & Chan, 2008, pp. 377-408):

(1) Измерване на загубата: това е трудност около идентифицирането на обективен заместител на стойността на репутацията за предоставяне на точна информация относно колебанията в корпоративната репутация. Дори, ако се установи фактът на неблагоприятно събитие за репутацията, няма очевиден начин за измерване на действителната загуба. Например, цената на една акция пада за няколко дни, след което отново се покачва. Клиентите могат да изразят негативно настроение в социалните медии, но да „простят“ една седмица по-късно. Освен това, репутационните събития никога не се случват изолирано и настроенията на клиенти и други заинтересовани страни, както и възприятието на инвеститорите (които ще повлияят на цената на акциите) винаги ще е повлияно и от набор от различни фактори;

(2) Справянето с пълното икономическо въздействие на събитието засягащо репутацията: загубата на репутация може да бъде значителна и да включва пряка загуба на приходи, съдебни разходи, маркетингови разходи за възстановяване на репутацията, загуба на пазарна стойност.

Понякога се забелязва, че събития, свързани с репутацията, имат значително въздействие върху една група заинтересовани страни (например, служителите), но не и върху друга група (например, клиентите). По-късно обаче може да има въздействие на второ ниво, когато членовете на персонала на първа линия започнат да предават своите чувства и настроения на клиентите. Такива въздействия не винаги могат да бъдат обхванати от незабавен анализ относно увреждането на репутацията след дадено събитие.

Всяка организация трябва да е наясно както с рисковете за своите нематериални активи, така и с ефекта, който те могат да донесат за компанията. По този начин се увеличава и ангажираността към тях – като значимост за организацията знаейки какви ползи и ефекти може да загуби, ако не обръща достатъчно внимание на своите нематериални ресурси. По този начин първо, организациите трябва да намират начини да подобрят своите практики по управление на риска, за да повишат готовността си за непрекъснато променящия се пейзаж. Това обаче изисква нови начини на мислене и действия, които една компания може да предприеме, за да увеличи готовността си за справяне с рискове, които могат да повлияят на нейната интелектуална собственост, репутация и персонал, както и конкурентна позиция. След това организациите трябва да са наясно какви ползи и ефекти могат да донесат нематериалните активи за нейното развитие, успех и просперитет, за увеличаване на конкурентното ѝ предимство, високо представяне на служителите и положителен репутационен образ пред обществеността.

Организациите трябва да умеят да оценяват своята нематериална стойност; каква е стойността на нематериалните активи в баланса; имат ли други „скрити“ активи като репутация и персонал, които не се виждат. Трябва да могат да оценяват относителната стойност на различните нематериални активи и да определят кои са критични за успеха на бизнеса; кои ще донесат конкурентно предимство; кои ще помогнат да се увеличи максимално стойността за компанията.

Ако една организация успее да изясни в какво се състои нейната интелектуална собственост, тя има всички предпоставки за по-добро управление, а ефектите от това управление могат да допринесат за повече доверие и ангажираност, мотивация на персонала, много повече възможности и бъдещо развитие (Wang, Cai, Liang, Wang & Xiang, 2021, pp. 1222-1250.). Ефектите и приносът на нематериалните активи е голям, тъй като чрез използването им компанията може да се адаптира към промените, които се случват в околната среда: да обновява продукти, услуги и процеси; да променя поведението си по гъвкав начин (Wijaya & Suasih, 2020, pp. 105-121). Персоналът включва всички елементи на връзката между компанията и клиентите. Той е силно свързан с интелектуалната собственост и представлява стойността на организационната структура, процедурите, търговските марки, но и добрата воля на организацията в съзнанието на клиентите и обществеността, което го обвързва и с репутацията.

Персоналът е зависим елемент на интелектуалната собственост, а способността на служителите да правят нещата, които са отговорни за успеха на организацията, е най-важната част от пазарната стойност на компанията и има способността да донесе значителни ползи и ефект за организациите. От гледна точка на бъдещия успех и перспективи, качеството и развитието на персонала е важно, а това ефективно развитие помага на организацията да върви напред. Получаването, развитието и трансферът на знания, както и модификацията на поведението на персонала по отношение на новите знания е типично за обучаващите организации (Wijaya & Suasih, 2020, pp. 105-121). Такава организация развива своите способности да реагира, да възприема и да печели от промените както във вътрешната, така и във външната среда.

Докато имиджът е незабавната представа на хората за даден образ (на организация, институция, личност, продукт), „репутацията се формира с течение на времето, въз основа на това, което този образ е направил и как е действал“ (John, Balmer & Greyser, 2003, p. 177). Това означава, че репутацията се развива в резултат на последователно поведение, което в крайна сметка създава доверие. Организациите управляват репутацията си именно, за да демонстрират и наложат още повече своите ключови ценности, вярвания, култура. Тя е факторът, който предпазва организациите от негативни влияния.

Днес сме повече от наясно с конкурентната среда и динамиката ѝ, както и с условията и обстоятелствата, в които функционират организациите. Все повече управленските решения се нуждаят не само от информация, но и от подходящи инструменти за тези решения; от средства, чрез които да може да се оценяват различни организационни аспекти и да се наблюдава прогресът на компаниите в пътят им към целите. Ако една компания е успешна и развиваща се днес, това не е гаранция за същото в бъдеще. Следователно, са необходими дългосрочни перспективи върху интелектуалната собственост, поглед по-напред върху репутацията и нейните елементи; ясна визия относно персонала и непрекъснат фокус върху неговото обучение, знания, развитие. Освен това, към тези нематериални активи трябва да е осигурен и набор от управленски инструменти за възможно най-пълноценното им използване, което да осигури и нужният ефект и ползи. Ако ключовите елементи на нематериалните активи останат слаби звена в компаниите, рискът от загуби на стойност, позиции, конкурентно предимство е голям. Ерата на информацията изисква нови компетенции от всички в процеса и е важно осъзнаването на факта, че иновациите във възприемането на значението на интелектуалната собственост, репутацията и персонала, както и тяхното развитие, са ключово значими за компаниите.

Взети заедно е един общ модел за управление като РИСП, те имат обща свързаност помежду си - инвестициите и правилното управление на интелектуалната собственост, персонала и репутацията носят доходност, нови продукти и услуги, процеси и възможности, които често са сложни за изграждане, но позволяват на организациите да създадат трайна конкурентна сила. Интелектуалната собственост, репутацията и персонала могат не само да се мащабират по-лесно от материалните активи, но е много по-вероятно ефектите и ползите от тях да се разпространят и да показват синергии с други нематериални активи. Вече посочихме рисковете свързани с нематериалните активи и предизвикателствата пред тяхната сигурност и защита. Те неминуемо създават притеснения, но именно комплексното разглеждане на трите елемента е съществено за ползите и ефектите, които носят за организациите.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В съвременният свят всяка една стопанска единица носи своя култура, способности и интелект, чиито представители са нейният персонал, а репутацията е нейното лице сред обществеността. Представеният в настоящият доклад модел за управление РИСП показва както стойността, ефекта и ползите от доброто управление на нематериалните активи, така и това, че интелектуална собственост, заедно с човешкия капитал на служителите, са повод и източник за добра репутация. Управлявани като взаимосвързани елементи, тези три ключови нематериални актива имат способността да изведат организациите на съвсем друго ниво както сред клиенти, потребители и заинтересовани страни, така и по отношение на знанието, доверието, самочувствието, мотивацията, изпълнението, резултатите на служителите.

Повишаването на един води до повишаването и на трите елемента, поради което можем да твърдим, че взаимната им свързаност носи още по-големи ползи и ефекти за организациите. Допълнителният ефект е лесно измерим показател, гарант за качествено ефективно дълготрайно развитие. Трите елемента могат да се разглеждат като средство за защита, използвайки техните високи стойности, вкл. и като собственост, която следва да се защити. Макар и всеки елемент поотделно да има своята наука, съвместното им управление и развитие предоставя създаването на нови възможности, които могат да отключат значителна стойност.

Необичайните характеристики на нематериалните активи правят всяка една икономика много по-ефективна, фундаментално различна от тази, базирана на материалните. Максималното възползване от страна на организациите от тази възможност, е осигуряването на ефективна координация и управление на ключовите нематериални активи, които могат да гарантират бъдещи дългосрочни перспективи. Ролята на нематериалните активи в нарастващата икономика на знанието е многостранна, сложна тема, която изисква вниманието на всички заинтересовани страни, но и носеща изключително много ползи, ефекти и стойност за организациите.

REFERENCES

- Aruldoss, M. Lakshmi, M. & Venkatesan, V. 2013.** 'A Survey on Multi Criteria Decision Making Methods and Its Applications', American Journal of Information Systems, vol. 1, no. 1, pp. 31-43.
- Barth, M., Clement, M., Foster, G. & Kasznik, R. 1998.** 'Brand Values and Capital Market Valuation', Review of Accounting Studies, vol. 3, no. 1-2, pp. 41-68.
- Bontis, N, Keow, W. & Richardson, S. 2000.** 'Intellectual Capital and the Nature of Business in Malaysia', Journal of Intellectual Capital, vol. 1, pp. 85-100.
- Chareonsuk, C. & Chansa-ngavej, C. 2006.** Impact of Marketing Assets on Business Performance of the Companies in Thailand Stock Market: Working paper. SIU International University, Bangkok.
- Deng, Z., Lev, B. & Narin, F. 1999.** 'Science and Technology as Predictors of Stock Performance', Financial Analysis Journal, vol. 55, no. 3, pp. 20-32.
- Epstein, B. J. & Mirza, A. A. 2005.** Interpretation and Application of International Accounting and Financial Reporting Standard. John Wiley & Sons Inc.
- Guy, G., Sedera, D. & Chan, T. 2008.** 'Re-conceptualizing Information System Success: The IS-Impact Measurement Model', Journal of the Association for Information Systems, vol. 9, no. 7, pp. 377-408.
- Hitt, M., Bierman, L., Shimizu, K. & Kochhar, R. 2001.** 'Direct and Moderating Effects of Human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource-Based Perspective', Academy of Management Journal, vol. 44, no. 1, pp. 13-27.
- John, M., Balmer, T. & Greyser, S. 2003.** Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding and Corporate Level Marketing. Routledge, UK.
- Kaplan, R. & Norton, D. 2004.** Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Harvard Business School, Cambridge, MA.
- KPMG 2020. 'Protecting intangible assets: Preparing for a new reality' in KPMG International Cooperative, viewed 22 April 2023 < <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2020/08/lloyds-intangibles-6-aug-2020-.pdf>>
- Moon, Y. J. & Kym, H. G. 2006.** 'A Model for the Value of Intellectual Capital', Canadian Journal of Administrative Science, vol. 23, no. 3, pp. 253-269.
- Mouritsen, J., Larsen, H. & Bukh, P. 2005.** 'Dealing with the Knowledge Economy: Intellectual Capital Versus Balanced Scorecard', Journal of Intellectual Capital, vol. 6, no. 1, pp. 8-27.
- Nguyen, N. & Leblanc, G. 2001.** 'Corporate Image and Corporate Reputation in Customers', Journal of Retailing & Consumer Services, vol. 8, pp. 227- 236.
- Shaikh, J. M. 2004.** 'Measuring and Reporting of Intellectual Capital Performance Analysis', Journal of American Academy of Business, vol. 4, no. 1-2, pp. 439-448.
- Sveiby, K. 2001.** 'Methods for Measuring Intangible Assets, viewed 20 April 2023 <<http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>>
- Wang, Z., Cai, S., Liang, H., Wang, N., & Xiang, E. 2021.** 'Intellectual capital and firm performance: The mediating role of innovation speed and quality', The International Journal of Human Resource Management, vol. 32, no. 6, pp. 1222-1250.
- Wingren, T. 2004.** 'Management Accounting in the New Economy: From 'Tangible and Production-focused' to 'Intangible and Knowledge-driven' MAS by integrating BSC and IC', Managerial Finance, vol. 30, no. 8, pp. 1-12.
- Wijaya, P. Y. & Suasih, N. N. 2020.** 'The effect of knowledge management on competitive advantage and business performance: A study of silver craft SMEs', Entrepreneurial Business and Economics Review, vol. 8, no. 1, pp. 105-121.
- Wright, P., Coff, R & Moliterno, T. 2014.** 'Strategic human capital: Crossing the great divide', Journal of Management, vol. 40, no. 1, pp. 353-370.

За контакти:

Пламен Иванов, доктор
София, ул. Дунав 57
Месторабота: Flame Starter, Ltd.
University/Organization: VUZF Lab
Ел. поща: p.ivanov@flame-starter.com
