

Нематериальные активы бизнеса есть человеческий потенциал компании и его производные (помимо денежно-имущественных ценностей), способные повышать ее доходность. Повышать прямо или косвенно. Это уровень интеллектуально-эмоционального развития организации. А. И. Пригожин «Управленческие идеи» стр. 40, ©ЛЕНАНД 2015

Одна из важнейших целей - обогащение нематериальных активов как условие роста активов материальных. А. И. Пригожин «Управленческие идеи» стр. 41, ©ЛЕНАНД 2015

Развивать организацию - повышать качество компании, обеспечивать рост и развитие приоритетных групп клиентов и плановое положение компании на рынке, путем развития *нематериальных активов*.



Нематериальные активы бизнеса

	Базовые элементы	Производные элементы
Качество персонала	Человеческий капитал: <ul style="list-style-type: none"> - удельный вес достигшего персонала; - инновационность; - лояльность; - профессионализм; - заполненность рабочих мест; - выдающиеся профессионалы 	Социальный капитал: <ul style="list-style-type: none"> - уровень оргкультуры (действующие идеология и кодекс); - психологический климат (доброжелательный, поощряющий, оптимистичный)
Качество управления	Управленческая команда: <ul style="list-style-type: none"> - стратегичность; - лояльность; - согласованность; - креативность; - лидерство; - методы управления; - внешние связи; - развитие; - VISION; - идеология, кодекс; - функциональные политики; - качество планирования и учета 	Оргпорядок: <ul style="list-style-type: none"> - оргструктура; - служебные функции; - бизнес-процессы; - информатизация; - документооборот; - инструкции, методики; - базы данных; - управляемость.
Качество бизнес-модели	Цели: <ul style="list-style-type: none"> - стратегическая доходность (на обозримую перспективу); - долгосрочная доходность (на 2-3 года); - текущая доходность 	Элементы: <ul style="list-style-type: none"> - приоритетная клиентура; - конкурентные преимущества для нее; - проактивный маркетинг
Интеллектуальная собственность	Неотчуждаемая: <ul style="list-style-type: none"> - бренды (узнаваемость + коммерческая значимость) личностей (руководителя, разработчика и др.), компании, услуг; - ноу-хау (технологии, мерчендайзинг и т.д.) - награды, победы (в конкурсах, тендерах и т.д.) 	Отчуждаемая: <ul style="list-style-type: none"> - бренды продуктов; - патенты, авторские права, - франшизы; - товарные знаки («сильные», «слабые»); - знаки обслуживания; - лицензии, сертификаты
Репутация	Статусная: <ul style="list-style-type: none"> - лидерская; - авангардная; - сильная; - средняя; - слабая 	Этическая: <ul style="list-style-type: none"> - агрессивная; - надежная; - договороспособная