

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова
Филиал МГТУ в городе Белорецке
Кафедра металлургии и стандартизации

ЛЕКЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Защита интеллектуальной собственности
и патентование»

Лектор - РЖЕВСКИЙ В.П.

– инженер-металлург,

кандидат экономических наук, доцент

ПРЕЗЕНТАЦИЯ II

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В ИНЖЕНЕРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**Инженеры - основа создания
интеллектуальных - инновационных
промышленных технологий**

«Перед участниками реальной экономики России поставлена главная задача – продавать не сырьё, а продукты переработки и, в первую очередь, высокотехнологичные. Это возможно только при условии перехода страны на инновационный путь развития, т.е. к производству продукции на новом научно-техническом уровне»

Гусев Б.В., член-корр. РАН, д.т.н., проф., президент Российской и Международной инженерных академий, президент Российского Союза общественных академий наук, лауреат Государственных премий

*На XII Петербургском международном экономическом форуме Президент Российской Федерации Д.А. Медведев, говоря о технологическом прогрессе, добавил в концепцию четырёх «И» (институты, инфраструктура, инвестиции, инновации) - **пятый элемент – «интеллект».***

«Новое технологическое обеспечение производства возможно только при наличии квалифицированных профессиональных кадров. При этом инженерный корпус, несомненно, является залогом динамичного социально-экономического развития России».

В решении проблемных вопросов при создании технологических систем проявляются результаты интеллектуальной деятельности (РИД) инженеров и научных работников.

Для того, чтобы РИД стали интеллектуальной собственностью их надо оформить юридически в виде программ для ЭВМ, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, секретов производства, конструкторской документации

Создание новой конкурентоспособной промышленной продукции требует применения знаний, новых, ранее неизвестных, сведений и обучения новым ранее неизвестным навыкам

Направленная инженерная подготовка студентов 1-5 курсов предполагает:

- увязку тем курсовых, дипломных, исследовательских, выпускных работ с применением интеллектуальных инновационных промышленных технологий;*
- индивидуальный отбор студентов, дипломников для целевой стажировки с учётом специализации и склонностей;*
- проведение специальных «производственных» лекций, практических занятий на рабочих местах, лабораторных работ по конкретным производственным заданиям, «круглых столов» по отдельным проблемам и т.д.*

Инженерная подготовка студентов предполагает развитие знаний, научных способностей и склонностей будущих инженеров, навыков по сохранению, управлению и воспроизводству интеллектуального потенциала предприятий.

Направленная инженерная подготовка студентов представляется особо пригодной системой в новых условиях динамичной смены соотношений «продукция – рынок – выручка – новые разработки»

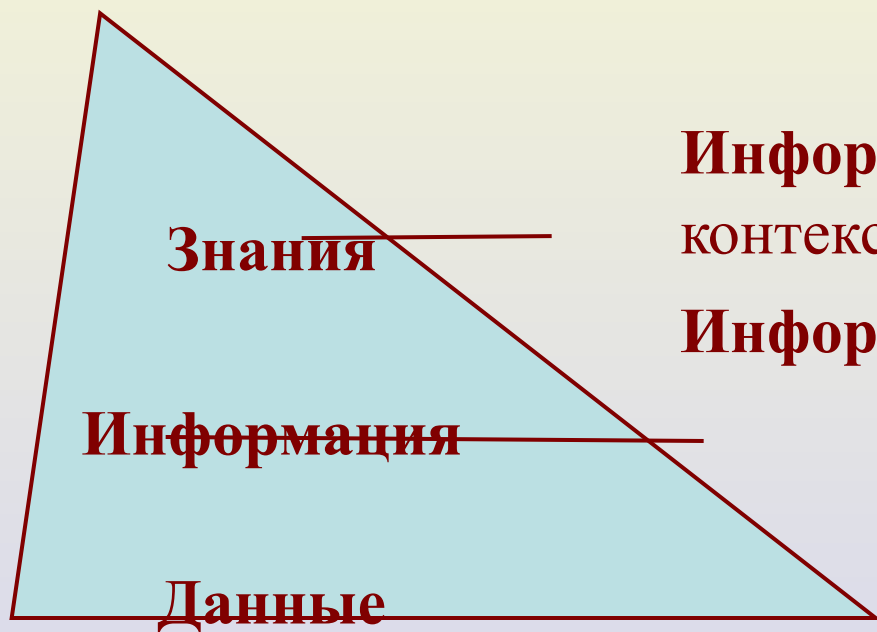
ЗНАНИЯ КАК ПОНЯТИЕ

СВОЙСТВА ЗНАНИЙ

Данные, информация, знания

Знания – информация, полезная для решения задачи.

Знания = Информация + Мета Информация



Информация – данные в определенном контексте.

Информация = Данные + Мета Данные

Данные - это все то, что регистрируется, описывается и воспринимается человеком.

Что такое знания?

«**Знания** - это проверенные практикой результаты познания действительности и верное их отражение в мышлении человека» (БСЭ).

«**Знания** - это умение сотрудников К0 решать стоящие перед ними проблемы и задачи».

Знание - это осведомленность, компетентность или понимание, достигнутое в результате опыта или обучения.

Знание – это сумма и набор того, что воспринято, обнаружено или выучено.

«**Знание** – это сложная сеть понятий и многообразных отношений между ними, которая сознательно (логически) или бессознательно используется нейронной сетью головного мозга при необходимости выработки новых суждений или принятия разнообразных решений»

(В.Ф. Турчин).

Классификация знаний

- эмпирические знания;
- теоретические знания;
- личностные знания;
- организационные знания;
- неявные знания;
- явные знания.

Классификация знаний

Эмпирические знания – наблюдения, наблюдаемые явления.

Теоретические знания – законы, теории, обобщения.

Гносеологическая цепочка теории познания:
«факт – обобщенный факт – эмпирический закон – теоретический закон»

Классификация знаний

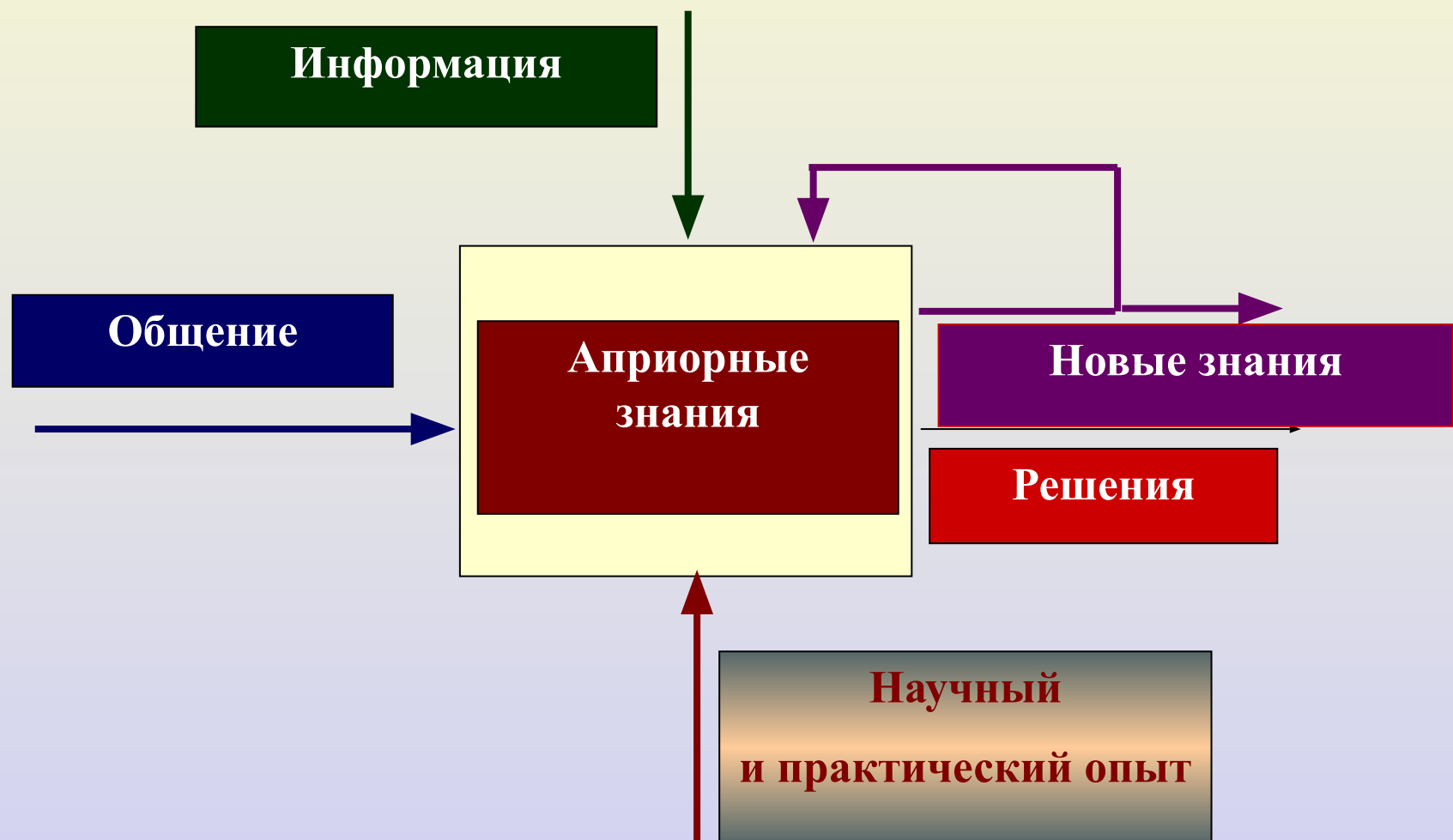
Личностные профессиональные знания:

- знания познавательного плана («знаю, что»);
- прикладное мастерство («знаю, как»);
- системное представление («знаю, почему»);
- личностная мотивация («хочу знать, почему»).

Организационные знания:

стратегические доктрины, программы
стандарты, правила, инструкции,
коммерческие знания.

Знания специалиста как модель черного ящика



Классификация знаний

Явные знания – описания теорий, методов, алгоритмов, методик, технологий, машин и систем.

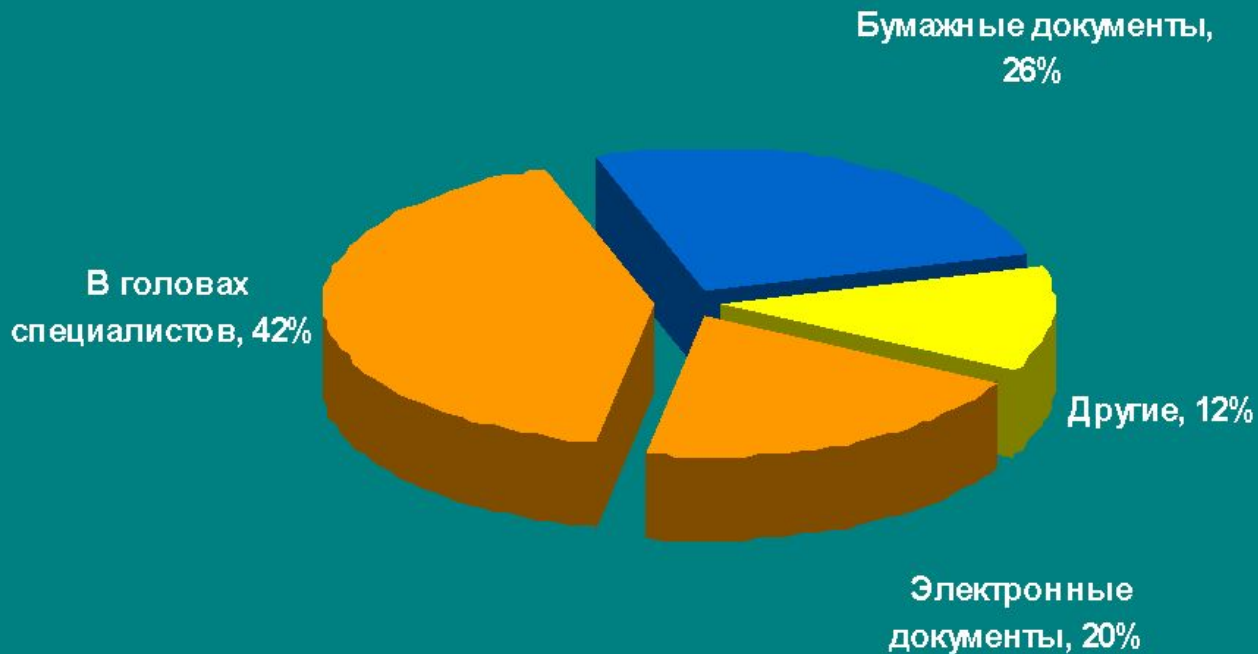
Для информационных систем это: данные, базы данных, инструкции программы расчетные, аналитические, графические; адреса ресурсов и ссылки в фондах и Интернете.

Неявные знания – культура мышления, опыт, мастерство, навыки, интуиция специалистов, хранящихся в нейронных структурах головного мозга.

Неявные знания существуют в умах специалистов, развиваясь во времени через опыт, профессиональную деятельность, обучение. Отчасти они передаются и по наследству.

Носители знаний в компаниях USA

(результаты исследования *Delphi Group*,)



- - **Знания представляют особый вид интеллектуальных ресурсов, обладающий рядом специфических свойств.**
- - **Знания долговечны, ибо они нематериальны.** Здесь нет парадокса. Даже такие прочные и долговечные творения человечества, как египетские пирамиды подвержены эрозии и разрушаются от времени. А вот геометрическая модель пирамиды нетленна.
- - **Знания инвариантны к пространству.**
Они легко распространяются, в особенности по современным цифровым сетям телекоммуникаций. Причем это происходит практически без затрат по сравнению с материальными ресурсами (нефть, уголь, руда и т.п.).
- - **И потому глобализация знаний по существу является свершившимся фактом.**

- - Знания можно продавать многократно, ибо они слабо отчуждаемы. У того, кто их продает, остается не меньше. Следует признать, что в коммерциализации знаний имеет место специфическая проблема. Мало кто готов покупать знания, пока не поймет, в чем их суть, а познав, — теряет желание к их приобретению по понятным причинам.
- - Знания чувствительны к фактору времени. Их ценность сильно связана с временем тогда, когда речь идет о принятии решений. Имеет место и старение знания, по аналогии с моральным износом оборудования.
- - В США даже установлена своеобразная единица устаревания знаний — период полураспада знаний — время после обучения, в течение которого профессионалы теряют половину первоначальной компетентности. К знаниям с длительным периодом полураспада относятся фундаментальные знания.

● - **Знания социальны**, являясь одновременно и общественным, и частным благом. Знания, не востребованные рынком, существуют в форме общественного блага (культура, образование, фундаментальная наука и т.д.). Знания превращаются в частное благо, когда они востребованы рынком как экономический ресурс.

● - **Знание – орудие конкуренции. Интеллектуальный капитал** (intellectual capital), менеджмент знаний (knowledge management) признаются сегодня важнейшими инструментами и ресурсами индустриальных и сервисных компаний в обеспечении эффективности их деятельности и, следовательно, в обеспечении их преимуществ в конкурентной борьбе. **Отсюда и повышенный интерес активных компаний к созданию офисов и технологий управления знаниями, и развитию систем управления знаниями.**

● - **Большинство стран мира**, в том числе высокоразвитых, пока купаются в водах «второй волны». И лишь немногие страны – лидеры мировой экономики – находятся на подъеме «третьей волны», в стадии перехода от индустриальной экономики к экономике, основанной на знаниях.

● - **Появление термина «интеллектуальный капитал»** относится к первой половине 90-х годов. Следует отметить, что к тому времени и, тем более, в последующие годы интеллектуальный капитал ведущих национальных и транснациональных компаний стал составлять заметную и постоянно растущую долю в их рыночной стоимости.

● - **Известно, что Microsoft, IBM и Intel –это компании,** работающие в сфере высоких компьютерных, информационных и телекоммуникационных технологий, и высокий удельный вес интеллектуальных активов естествен для них.

● - **Однако, как показывают экономические исследования,** существенное превосходство рыночной стоимости компании над балансовой – это не исключение, а скорее правило, характерное для многих высокотехнологичных компаний.

Интеллектуальные К⁰ движутся налегке



Билл Гейтс
Microsoft



Самуэль Пальмисано
IBM

Microsoft: - 99% инвестирует в нематериальные активы;
IBM: - лишь 77%

Интеллектуальные К⁰ освобождаются от основных фондов

Управление знаниями

Создание, накопление и распространение знаний от поколения к поколению определяет темпы развития человеческой цивилизации.

ИТП и прогрессу вообще свойственен сегодня:

- *лавинообразный рост объёмов и источников информации;*
- *лавинообразный рост производителей и потребителей знаний;*
- *глобализация различных сфер человеческой деятельности;*
- *слабая структуризация информации и знаний.*

Управление знаниями (КМ) – многообещающее направление в разрешении такого рода проблем.

Управление знаниями (КМ)

Направление КМ начало активно разрабатываться с середины 90-х годов прошлого столетия.

Создаются НИИ, специальные подразделения Компаний во главе с СКО – *Chief of Knowledge Office*.

КМ- крупная подпрограмма IST-6 и ICT-7 в EU.

Знания рассматриваются как основной источник конкурентных преимуществ Компании.

Основной стимул управления знаниями

Организация, которая быстрее других находит новые знания, организует их усвоение сотрудниками, внедряет в практическую деятельность, получает конкурентное преимущество.

Университет* - это:

интеллектуально-ориентированная культура, приобретающая, создающая, накапливающая и распространяющая знания.

** с точки зрения знаниевого подхода*

Интеллектуальный капитал – новый источник богатства К⁰

Интеллектуальный капитал

(нематериальные активы)

- 1) **человеческие активы** – знания, опыт, мастерство, творчество;
- 2) **интеллектуальные активы** – информация, стратегии, программы, публикации;
- 3) **интеллектуальная собственность** – патенты, секреты, торговые марки, издательские права и т.п.;
- 4) **Структурные активы К⁰** - культура, организационные модели, процессы и процедуры производства и маркетинга;
- 5) **Бренд – активы** – известность, репутация, гудвил К⁰

СУЩНОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

«Интеллектуальный капитал - это интеллектуальный материал, включающий в себя знания, опыт, информацию, интеллектуальную собственность и участвующий в создании ценностей.

Это - коллективная умственная энергия. Ее трудно обнаружить, и ещё труднее управлять ею. Но уж если Вы её обнаружили и заставили служить себе, Вы - победитель»

Стюарт Т.А.

«Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций»

/Пер. с англ. – М.: Поколение, 2007, стр.12)

Структура интеллектуальной собственности (ИС)



Соотношение понятий «интеллектуальный капитал», «интеллектуальная собственность» и «НМА»



Интеллектуальная собственность определяется Гражданским кодексом РФ (часть 4, ст.1225) как

«охраняемые результаты интеллектуальной деятельности (РИД) и приравненными к ним средства индивидуализации».

Таковыми являются:

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- базы данных;
- исполнения;
- фонограммы;
- сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем;
- секреты производства (ноу-хау);
- фирменные наименования;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения

Нематериальные активы (НМА)

- «идентифицируемые объекты без материально-вещественной формы, способные приносить организации экономические выгоды в будущем, со сроком полезного использования свыше 12 месяцев» (ПБУ 14/2007)
- *Например: изобретения; полезные модели; селекционные достижения; секреты производства (ноу-хау); товарные знаки и знаки обслуживания; произведения науки, литературы и искусства; программное обеспечение; деловая репутация и др.*
- **в НМА не входят, например, интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду, поскольку они неотделимы от носителей и не могут быть использованы без них, не учитываются нерезультативные НИОКР)**

Интеллектуальный капитал

□ ИК - «термин для обозначения нематериальных активов, без которых компания не может существовать». Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер.с англ. под ред. Л.Н.Ковалик. – СПб: Питер, 2001, стр.30

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

РЫНОЧНЫЕ АКТИВЫ

это тот потенциал, который обеспечивается нематериальными активами, связанными с рыночными операциями (лояльность клиентов, портфель заказов, каналы распределения и др.)

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ АКТИВЫ

это совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

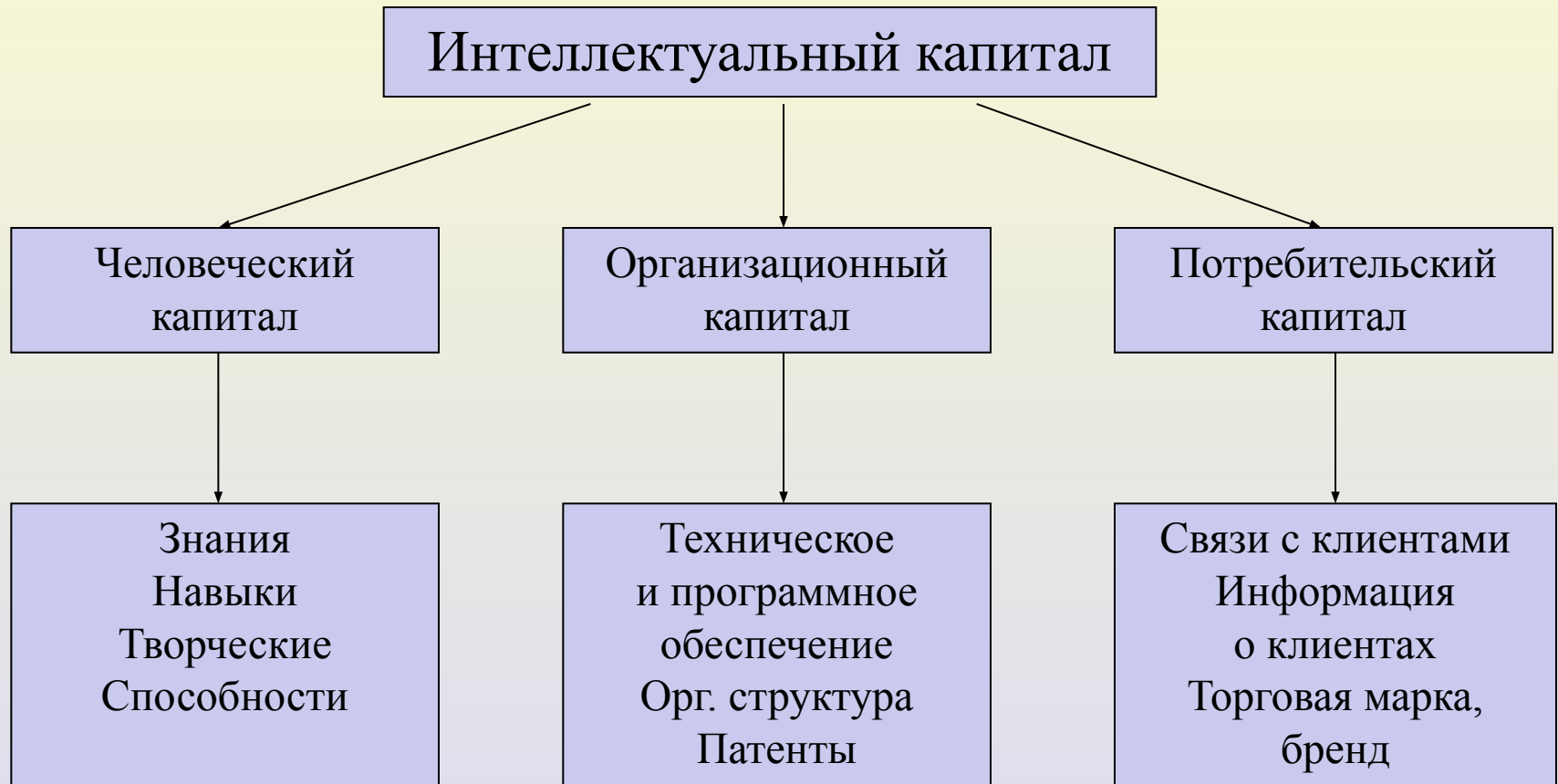
интеллектуальная собственность, как актив – инструмент для защиты различных корпоративных активов (торговая марка, авторские права, патенты, ноу-хау и др.

ИНФРАСТРУКТУР- НЫЕ АКТИВЫ

это технологии, методы и процессы, которые делают работу предприятия вообще возможной (корпоративная культура, методы оценки риска, методы управления персоналом и др.)

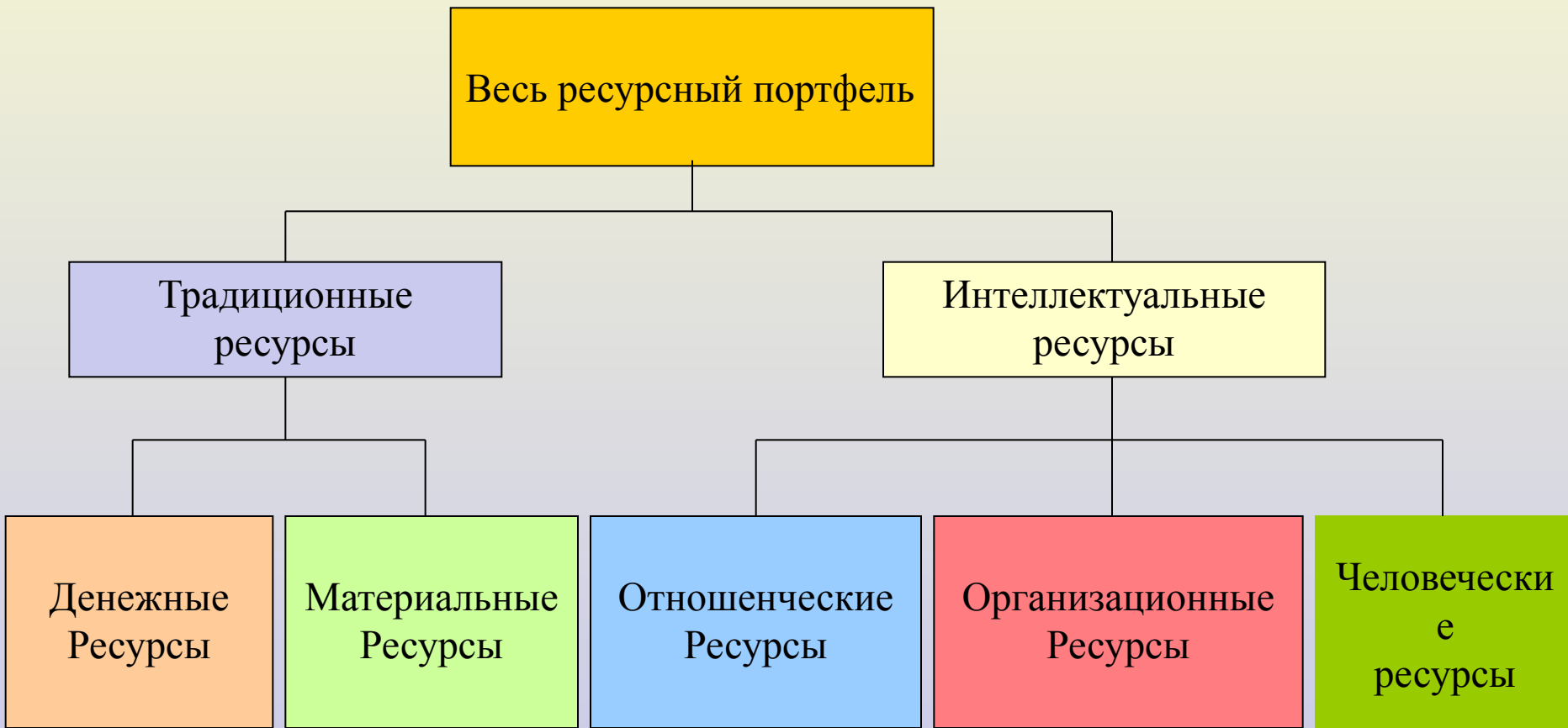
Структура интеллектуального капитала

(Т. Стюарт)

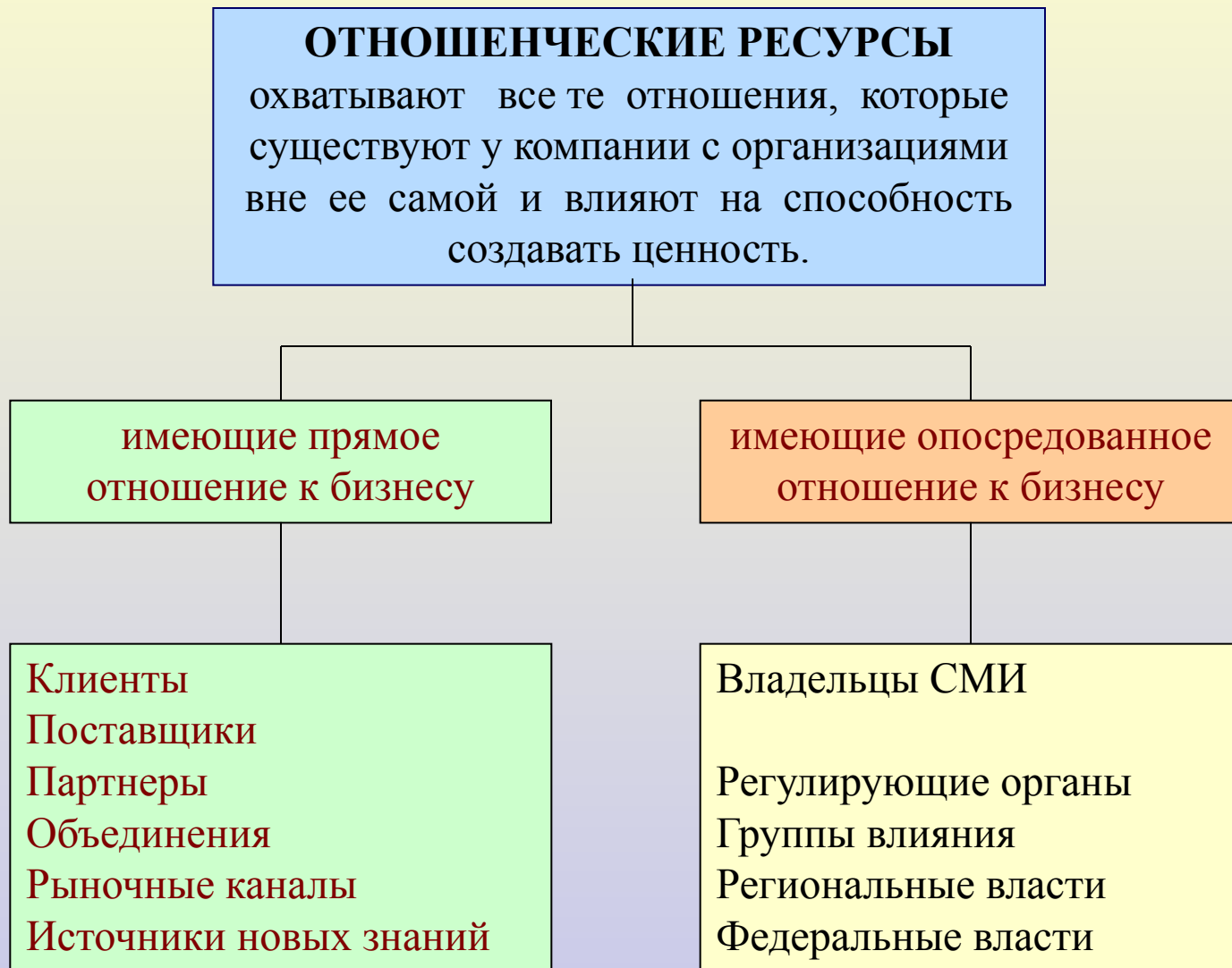


Интеллектуальный капитал как часть ресурсного портфеля компании

Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. Изд-во «Высшая Школа Менеджмента», СПб., 2008



Пример декомпозиции отношенческих ресурсов



Пример декомпозиции организационных ресурсов



Пример декомпозиции человеческих ресурсов

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ

Ресурсы, воплощенные в конкретных людях, работающих в организации или связанных с ней таким образом, что организация получает возможность использовать эти ресурсы.

КОМПЕТЕНЦИЯ

Особые сферы знаний,
охватывающие неявные аспекты
Умственные способности
Сопереживание
Способность создавать
сети личных контактов
Способность использовать и
усиливать сети личных контактов

УСТАНОВКИ

Поведенческие
особенности, включая
социальный интеллект
Выносливость
Темп жизни

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ГИБКОСТЬ

Способность к инновациям
Способность к имитации
Способность к адаптации
Способность
к саморазвитию

ОЦЕНКА И ИЗМЕРЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Мотивы измерения и оценки ИК

- формирование стратегии компании;
- мониторинг выполнения стратегии;
- помочь в принятии решений о диверсификации и расширении;
- основа для вознаграждения;
- сигнализирование акционерам, инвесторам, кредиторам и другим стейкхолдерам об ожидаемом росте фирмы за счет ее интеллектуальных активов

К.-Э. Свейбу (<http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods>)

- **Прямой подход к измерению интеллектуального капитала**
(Direct Intellectual Capital methods - DIC) [htm](#)
предполагает денежную оценку стоимости ИК посредством определения его различных составляющих. Как только компоненты определены, они могут быть непосредственно оценены или по отдельности, или при помощи агрегированного коэффициента. (Intellectual Asset Valuation, Technology Broker b и др.)
- **Подход, основанный на рыночной капитализации**
(Market Capitalization Methods - MCM)
где рассчитывается разница (отношение) между рыночной капитализацией компании и её акционерным капиталом. (Tobin's q, Market-to-Book Value и др.)

К.-Э. Свейбу (<http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods>)

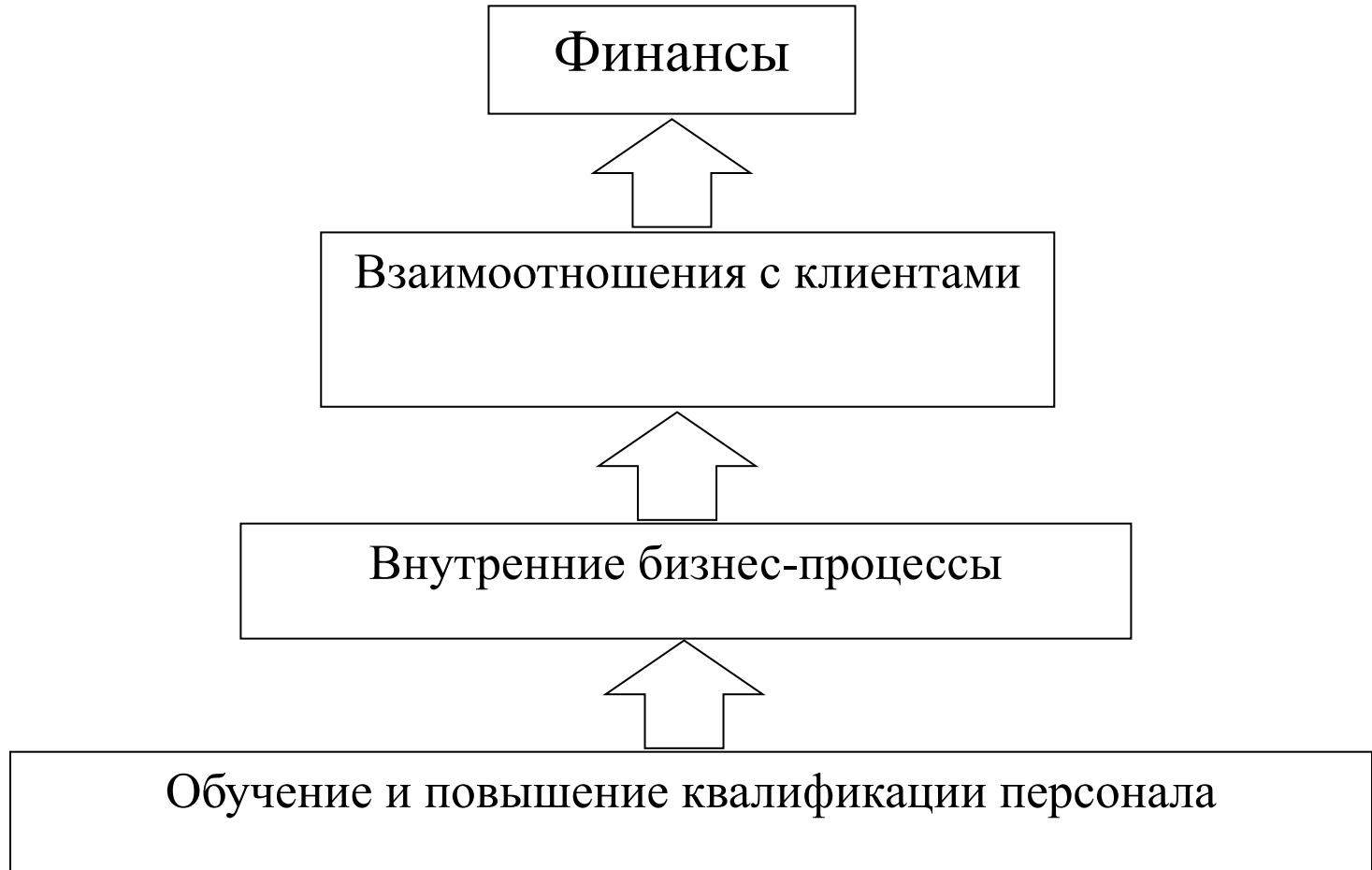
- **Подход, основанный на окупаемости активов** (Return on Assets methods - ROA) [htm](#)
Добавленная стоимость (доналоговая прибыль компании) сопоставляется с соответствующими активами компании. (EVA, VAIC, Calculated Intangible Value и др.)
- **Подход, основанный на создании системы показателей** (Scorecard Methods - SC).
Вначале определяются различные составляющие ИК, и разрабатываются показатели и индексы, которые далее будут представлены в системе показателей или в диаграммах. (Skandia Navigator Balanced Score Card, Value Chain Score Board, Business IQ и др.)

Принципы разработки системы показателей для измерения ИК

- Метрика многомерна**
- Набор показателей легко запоминать**
- Процесс развития показателей ориентирован на создание ценности**

Сбалансированная система показателей (BSC)

(Каплан Р.С., Нортон Д.П. Организация, ориентированная на стратегию. – М., 2004.)



Сбалансированная система показателей (BSC).

Примеры показателей.

- *клиентская:*
 - удовлетворение потребностей клиентов,
 - сохранение клиентской базы,
 - сохранение доли рынка;
- *внутренние бизнес-процессы:*
 - качество исполнения заказов,
 - сроки исполнения заказов,
 - стоимость исполнения заказов,
 - разработка новых продуктов;
- *обучение и развитие персонала:*
 - удовлетворенность персонала,
 - наличие информационных систем (Каплан, 2003).

Мониторинг неосязаемых активов

(Карл-Эрик Свейбу) (Intangible Assets Monitor - IAM)

www.celemi.com

www.sveiby.com

Идея метода: - показатели соотносятся с одним из четырех способов создания стоимости:

- Рост рассматриваемых активов;
- Уровень их обновления;
- Насколько эффективно компания использует неосязаемые активы;
- Риск потери этих активов.

Показатели роста (IAM)

	Показатели внешней структуры	Показатели внутренней структуры	Показатели компетенции
Показатели роста	ØВыручка	ØИнвестиции в новые технологии; ØИнвестиции в развитие внутренней структуры.	ØСуммарное количество лет профессионального опыта работников; ØСредний образовательный уровень работников.

Показатели обновления/ инноваций (IAM)

	Показатели внешней структуры	Показатели внутренней структуры	Показатели компетенции
Показатели обновления/ инноваций	Ø Продажи новым клиентам; Ø Доля клиентов, поддерживающих имидж компании.	Ø Доля новых продуктов/ услуг; Ø Доля клиентов, способствующих развитию внутренней структуры компании.	Ø Издержки на обучение, тренинги, стажировки; Ø Доля клиентов, «стимулирующих рост знаний работников».

Показатели эффективности использования (IAM)

	Показатели внешней структуры	Показатели внутренней структуры	Показатели компетенции
Показатели эффективности использования	<ul style="list-style-type: none"> Ø Прибыль на одного клиента Ø Продажи на одного клиента 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Рост объёмов продаж в расчёте на одного административного служащего Ø Доля персонала, осуществляющего инф. и тех. поддержку 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Прибыль на одного специалиста; Ø Прибыль на одного работника Ø Доля специалистов в общей численности работников

Показатели стабильности/рискованности (IAM)

	Показатели внешней структуры	Показатели внутренней структуры	Показатели компетенции
Показатели стабильности/рискованности	<ul style="list-style-type: none"> Ø Доля 5 самых крупных клиентов; Ø Частота повторных заказов; Ø Индекс удовлетворенности клиентов; Ø Доля постоянных клиентов. 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Возраст компании Ø Коэффициент текучести административных кадров и экспертов-разработчиков; Ø Средний опыт работы административного персонала; Ø Коэффициент Rookie 	<ul style="list-style-type: none"> Ø Коэффициент текучести кадров и текучести специалистов; Ø Средний возраст всех работников; Ø Средний уровень оплаты труда.

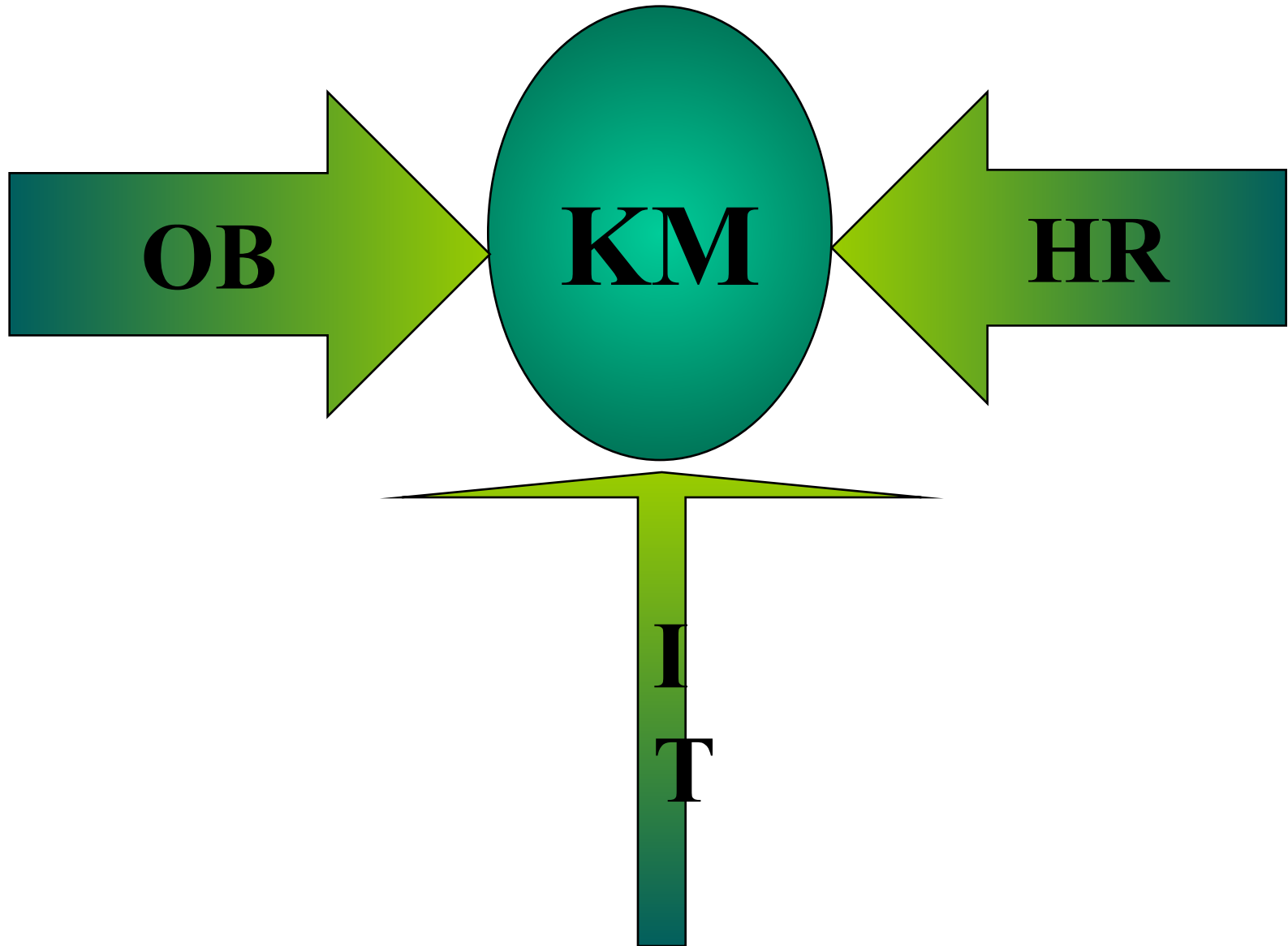
Европейское руководство по измерению интеллектуального капитала



Дисциплины, участвующие в управлении знаниями

- **Корпоративная культура** (*Corporate Culture*)
- **Организация управления** (*Organizational behaviour*)
- **Управление персоналом** (*Human resource management*)
- **Профессиональное обучение и повышение квалификации**
(*Professional training and development*)
- **Информационные технологии** (*Information Technologies*)

Слагаемые КМ (управления знаниями)



Рынок знаний

- В любой организации осуществляется процесс движения знаний, использующихся с той или иной степенью продуктивности.
- Многие инициативы по управлению знаниями заканчиваются безуспешно, ибо основываются на утопических представлениях, что знания перемещаются без трения и мотивов, что специалисты будут делиться ими, не заботясь о том, что они получают или теряют при этом.
- Подобно рынку товаров и услуг имеет место и рынок знаний, на котором совершаются знаниевые транзакции (сделки).

Рынок знаний

- Люди ищут знания, так как ожидают, что они помогут преуспеть в работе.
- Знания являются действенным средством для снятия неопределенности, без чего невозможно принятие обоснованных решений.
- Когда сотрудник или подразделение передают свои знания, то ожидают получить определенную выгоду.
- **В пределах одной организации денежная форма оплаты обычно не используется при знаниевых транзакциях.**
- Рынок знаний, подобно любому другому рынку, является системой, в которой участники обмениваются дефицитными ресурсами за настоящую или условную стоимость.

Корпоративный рынок знаний (КРЗ)

Основные участники:

- **Покупатели (искатели) знаний** – это специалисты или организации, которые пытаются решить проблемы, сложность и неопределенность которых выше их априорных знаний.
- **Продавцы знаний** – это, как правило, специалисты (эксперты) с высокой репутацией на внутреннем рынке компании, обладающие значительными ресурсами знаний по определенным проблемам и темам.
- **Брокеры знаний** - выполняют роль связующего звена между теми, кто нуждается в знаниях и теми, кто их имеет, то есть между покупателями и продавцами.

Какой валютой обмениваются участники КРЗ?

- **Взаимность.** Взаимный обмен зиждется на том, что продавец будет тратить время и усилия для обмена знаниями, если он ожидает, что покупатель будет столь же старательным продавцом, когда он обратится к нему за его знаниями.
- **Репутация** знающего человека, готового делиться знаниями, создает такие преимущества, как надежность рабочего места, ускоренное продвижение по службе, более частые поощрения, приобретение неформального статуса гуру в компании.
- **Альтруизм:**
 - содействие «процветанию фирмы»,
 - желанием помочь ближнему,
 - наставничество.

Доверие:

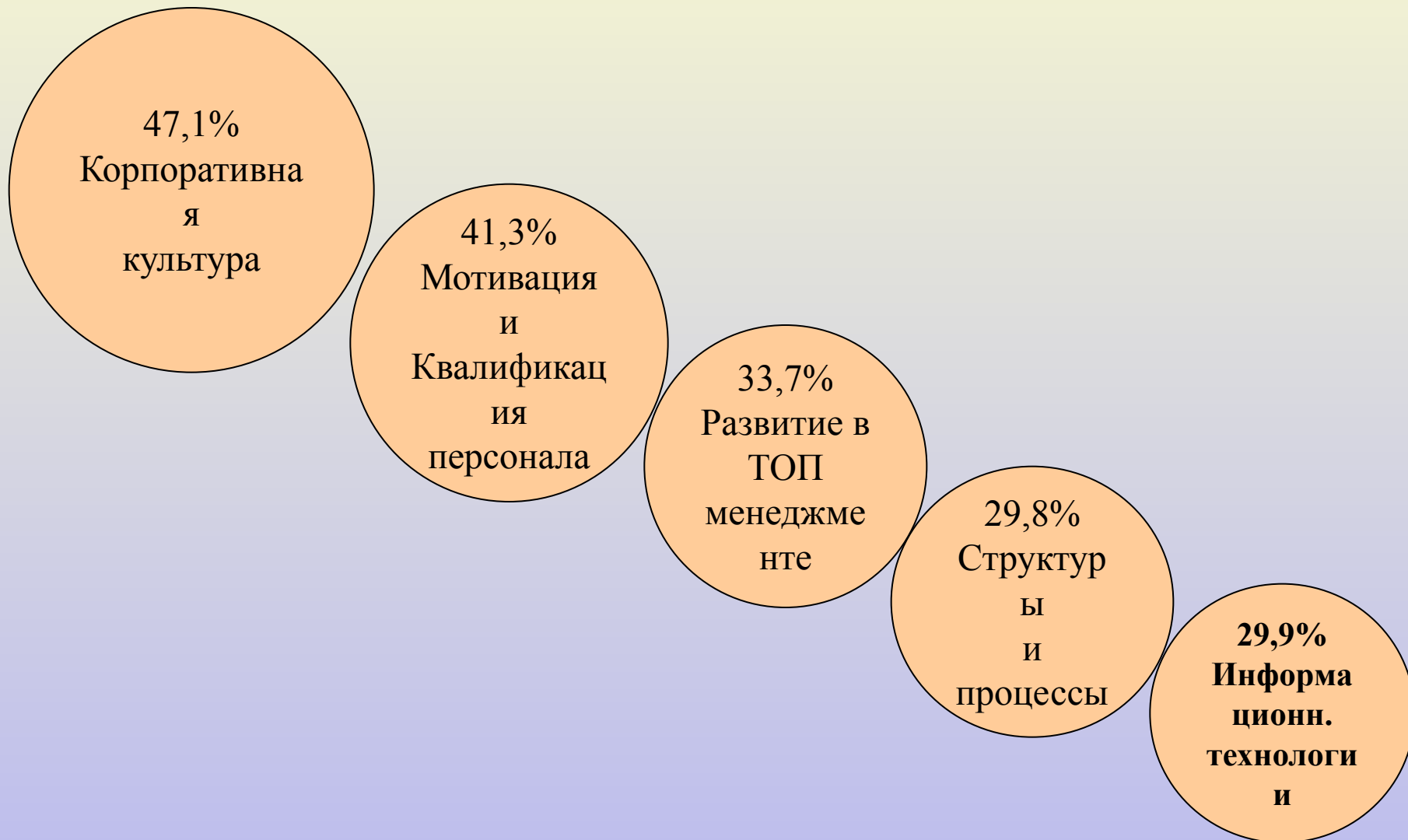
- **Доверие должно быть видимым.** Не достаточно декларации о важности доверия в миссии компании. Должны быть прямые и очевидные признаки доверия, что продавцы знаний имеют высокую репутацию, что сотрудники и подразделения им отвечают взаимностью.
- **Доверие должно быть повсеместным.** Если часть внутреннего рынка знаний компании не заслуживает доверия, то рынок сжимается, становится асимметричным и, следовательно, менее эффективным.
- **Доверие должно начинаться с верхов.** Образцы поведения руководства верхнего уровня часто определяют нормы и ценности компании. Если топ менеджеры компании заслуживают доверия, то доверие будет просачиваться и олицетворять компанию в целом. Если же они цинично будут эксплуатировать знания других в личных целях, то недоверие будет распространяться по всей организации.

Даже сделки, оформленные письменными контрактами, требуют определенной степени доверия. Внутренний рынок знаний компании, без письменных контрактов и возможности судебных исков, по сути, базируется на доверии. Если его нет, то не может быть и рынка знаний.

Корпоративная культура включает:

- Историю, традиции, ритуалы, правила.
- Способ распределения и осуществления власти.
- Степень формализации и стандартизации управления процессами.
- Язык профессионального общения.
- Возможности для творческого самовыражения индивидуумов и групп.
- Систему учета мнений персонала.

Пять решающих факторов для достижения успеха в управлении знаниями.



Спасибо за внимание!

При подготовке презентации использованы следующие материалы и разработки:

1) 10-я Юбилейная специализированная выставка

«Изделия и технологии двойного назначения. Диверсификация ОПК».

Сборник научных трудов и инженерных разработок

«ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ –

ОТ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ К ТЕХНИКЕ БУДУЩЕГО». Москва. Эксподизайн-Холдинг. 2009г.

2) Институт кибернетики Томского политехнического университета.

В.З. Ямпольский - научный руководитель института «Кибернетический центр», профессор ТПУ, г.Томск.

Презентации – «Свойства знаний», «Управление знаниями», «Интеллектуальный капитал»

3) Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций/Пер. с англ. – М.:

Поколение, 2007,

4) К.-Э. Свейби

(<http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>).