

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ВАРТОСТІ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Наявність захищених інтелектуальних активів суттєво впливає на оцінку акціонерного товариства (АТ). При правильному захисті усіх елементів нематеріальних активів (НА) 30—40 % вартості АТ припадало б на об'єкти інтелектуальної власності. Об'єкти інтелектуальної власності можна:

- вигідно продати;
- врахувати при оцінці вартості компанії;
- вказати в бізнес-плані для залучення банківського кредиту;
- використати для легальної оптимізації фінансових потоків.

Але, щоб реалізувати ці потенційні переваги, нематеріальні активи треба юридично захистити та правильно оцінити. Ще однією з проблем є невміння багатьох компаній ставити на баланс нематеріальні об'єкти власності, внаслідок чого вони становлять масу гудвілу — бо залишаються неврахованими.

На практиці використовують методи оцінки, орієнтовані переважно на міжнародні стандарти оцінки майна (МСО). Взагалі вартість інтелектуальної власності дуже залежить від мети, з якою здійснюється оцінка та методів, що використовуються при оцінці.

Існує три основні методи оцінювання нематеріальних активів (НА), якими зазвичай оперують спеціалісти — це :

- витратний метод — передбачає розрахунок витрат у поточних цінах на відтворення об'єктів, що оцінюються з врахуванням зносу;

- прибутковий (дохідний) метод — визначення суми доходів, що генеруються об'єктом власності, внаслідок використання НА;

- ринковий метод — реалізується за допомогою методів порівняльного аналізу продажу та методу звільнення від роялті.

У теперішній час останній метод майже не працює, оскільки не має ринку ліквідної інтелектуальної власності. Та й перші два методи надають суб'єктивні експертні оцінки: не прийнято в Україні враховувати всі витрати, пов'язані зі створенням НА, а також не завжди є можливість спрогнозувати з достатньою ймовірністю стабільні прибутки компанії.

Існують й інші методи — це метод оцінки брендів, метод ринкових мультиплікаторів та методи, засновані на гібридному базисі. Ці методи ґрунтуються на оприлюдненні даних про фінансові показники АТ, а українські компанії свою вартість не показують на фондових біржах.

Але не зважаючи на всі вищезгадані труднощі в оцінюванні НА в цілісності як таких, можливо виміряти окремі атрибути, які додають до успішних брендів — зокрема це техніка «парного порівняння». По суті цей підхід передбачає порівняння брендovаних продуктів різних компаній за певною кількістю атрибутів: ціною, смаком, поживністю за інтервальною шкалою та складання матриці переваг споживачів.

Управління оцінкою НА повинно дати відповідь на запитання, куди більш вигідно направляти ресурси: на розробку стратегії, що заснована на оцінці НА та їх управлінні, або, наприклад, на краще розуміння джерел створення цінності для клієнтів.

*В. В. Немченко, д-р екон. наук, проф.,
зав. каф. ОАС та ЕА
Одеська філія УДУЕФ*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ АУДИТУ В УКРАЇНІ

У законі України «Про аудиторську діяльність», а також у багатьох підручниках, аудит визначається як незалежний фінансовий контроль, котрий передбачає перевірку бухгалтерської звітності з метою визначення її достовірності. Хоча аудит — це молода і нова наука в Україні, але законодавча діяльність у цій сфері діяльності дуже активна і іноді суперечить здоровому глузду. Так, на сьогодні існують різні підходи до класифікації аудиту, що пояснюється застосуванням для цього різних ознак та методів класифікації. Це залишає великий простір суб'єктивізму, перешкоджає застосуванню класифікації на практиці, не забезпечує достатньої повноти розробки існуючих форм та способів здійснення аудиту.

Зовсім недавно з'явився державний аудит, екологічний, енергетичний, внутрішній, зовнішній та інші. На нашу думку, аудит сьогодні повинен не тільки захищати інтереси власника, але й