

УДК 657.421.3

**ВИЗНАЧЕННЯ, ВИМІРЮВАННЯ, ОЦІНКА НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ:  
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ПРАКТИКА В УКРАЇНІ**

*В. Д. Козенкова, аспірантка, Національна металургійна академія України,  
kozenkovavlada@gmail.com*

У статті розглянуто питання визначення та оцінки нематеріальних активів, що виступають як основний драйвер розвитку сучасної економіки. Показано варіативність категорії «нематеріальні активи» та розглянуто її сутність з чотирьох точок зору – з позицій юридичної, фінансово-бухгалтерської, економічної та управлінської складових. Виявлено основні характеристики, які дають можливість ідентифікувати нематеріальні активи. Визначено, що згідно з чинними стандартами бухгалтерського обліку лише незначний сегмент нематеріальних активів представлений на фінансових рахунках підприємств, оскільки вони, зазвичай, не відповідають критеріям визнання майна в обліку, а також не мають надійної оцінки. У результаті зростає попит на нові методи оцінки, які дозволяють визначати вартість нематеріальних активів або їх сегментів для конкретного підприємства. Показано, що цілий ряд науковців займався розробкою методів оцінки нематеріальних активів, проте в їх роботах проаналізовано та класифіковано різні методи за різними критеріями, однак, загальноприйнятого підходу в цьому питанні не склалося.

Встановлено, що на сьогодні доступно більше шестидесяти різних методів оцінки нематеріальних активів, більшість з яких базуються на системі показників, що оцінює конкретні компоненти нематеріальних активів і при цьому не використовує грошові одиниці виміру. Це вказує на певну обмеженість досліджень, які зосереджені на фінансовому аспекті оцінки нематеріальних активів.

Запропоновано поєднувати фінансові та нефінансові методи, що буде покращувати якість оцінки та управління. Така комбінація методів дозволить узагальнити підходи до оцінки нематеріальних активів, сприяти розробці уніфікованих вимог до їх оцінювання та сприяти більш широкому використанню у вітчизняному науковому просторі.

**Ключові слова:** нематеріальні активи, ідентифікація нематеріальних активів, ознаки нематеріальних активів, підходи до класифікації нематеріальних активів, методи оцінки нематеріальних активів.

**Постановка проблеми.** Сучасна світова економіка найчастіше пов'язується з економікою знань. Знання та інформація перетворились у самостійний фактор виробництва. У зв'язку з цим відбуваються зміни структури капіталу у напрямку зростання

частки нематеріальних активів (НМА). Так, за останні роки на нематеріальні активи (у подальшому НМА) припадало 40% від загального капіталу в ЄС та 60% – у США [1]. НМА, розвиток інформаційних технологій, створення інтелектуальних продуктів спри-

ють підвищенню конкурентоспроможності підприємств та підвищенню їх капіталізації на світовому ринку. Але в Україні частка інвестицій у НМА є дуже низькою та не має тенденції до збільшення. Тому є актуальним завданням є впровадження заходів щодо підвищення інтересу вітчизняних підприємств до використання НМА, у тому числі за рахунок їх оцінки та капіталізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Протягом 1990-х років ХХ століття багато дослідників і все більша кількість компаній, почали розглядати питання про вимірювання, оцінку та звітність про НМА. Почали появлятися концепції щодо управління НМА, в основі яких лежали нові підходи до визначення їх вартості. Виникла потреба у використанні нових інструментів та методів для виявлення, розкриття, розуміння, визначення вартості, моніторингу НМА як драйверів розвитку. Це сприяло появі інноваційних аналітичних інструментів, спрямованих на краще розуміння та представлення НМА.

Методи оцінки вартості НМА досліджувалися багатьма авторами. На сьогодні існує більш, ніж шістьдесят різних методів та методик їх оцінки. Загалом, вони є складними з обмеженим доказом практичної застосовності, з широким використанням якісних методів, тому жоден з них не отримав універсального визнання. Питання систематизації та узагальнення підходів до визначення, вимірювання та оцінки НМА може сприяти розробці уніфікованих вимог до оцінювання НМА, сприяти їх більш широкому використанні у вітчизняному науковому просторі.

**Формулювання мети статті.** Метою даної статті є визначення сутності НМА та виявлення їх ознак у сучасній ринковій економіці, розгляд та систематизація основних підходів до організації вимірювання та оцінки вартості НМА з метою їх подальшої імплементації в економіці України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Термін «нематеріальні активи» використовується як загальне поняття для описання усіх потенційно можливих нематеріальних явищ. Так, наприклад, М. Блер та С. Уолмен визначають НМА як такі нефізичні фактори, які або сприяють, або вико-

ристовуються у виробництві товарів та послуг, та є такими, що генерують майбутні виробничі переваги для окремих осіб, або фірм, які їх контролюють [2]. Дж. Хітчнер вважає НМА кодифікованими речовими описами специфічних знань, якими можна володіти та, за необхідністю, – торгувати [3]. Ці визначення є прикладом широкого трактування НМА. І, навпаки, звужене трактування визначає НМА у якості знань, що можуть бути трансформовані у прибуток. Тобто, можна відзначити, що наявні визначення НМА у більшості є адекватними тільки для конкретного дослідження; взагалі ж вони є вузькими, та, як правило, не забезпечують повного опису. Тому будь-якого універсального їх визначення не існує.

Розгляд сутності НМА можливий з чотирьох точок зору, які описують це явище – з позицій юридичної, економічної, фінансово-бухгалтерської та управлінської складових.

Найважливішим у аналізі юридичної складової є концепція прав власності. НМА відрізняються від інших активів частково через те, що вони мають обмеження щодо забезпечення та передачі права власності. Юридична сутність НМА передбачає їх розгляд як майна та майнових прав на володіння, використання та розпорядження ним. Критерієм при цьому виступають права власності на НМА.

Бухгалтерська сутність передбачає розгляд НМА з позиції трактування нормативів обліку, одним з основних завдань якого є формування достовірної інформації про майновий стан підприємства та відображення її у фінансовій звітності. І вітчизняні, і міжнародні стандарти обліку характеризують три специфічні властивості, які повинен мати об'єкт НМА: немонетарність, нематеріальність та можливість ідентифікації. Також об'єкт повинен відповідати основним ознакам активу як такого, тобто бути контрольованим та нести для підприємства економічну вигоду. Але ці вимоги не дають можливості включати частину НМА до складу об'єктів обліку із відповідними наслідками. З цього приводу Б. Лев відмічав, що облік погано справляється з нематеріальними активами, які генеруються підприємством (торгові марки, людські ресурси

тощо) та з тими ресурсами, які забезпечують його зростання [4].

Економічна сутність НМА передбачає їх розгляд як економічних ресурсів. Економічна література не є особливо корисною для визначення відмінностей між матеріальними та нематеріальними активами, але дає можливість проаналізувати різницю у вартості транзакцій, притаманних цим двом групам активів, наприклад таких як відшкодування зберігання або транспортування, визначення граничної вартості відтворення активу, визначення конкурентного запасу міцності, формування та оцінка запасів, точне ціноутворення, трансформація в процесі виробництва та ін. Економічна складова НМА у порівнянні із матеріальними має такі особливості – більш низька ліквідність, наявність морального та практична відсутність матеріального зносу, зростання цінності в процесі експлуатації, відсутністю абсолютно достовірної інформації про ці активи тощо. Критерієм ідентифікації НМА в такому випадку виступає здатність контролю над ними. Таким чином, згідно економічного підходу під НМА, разом з ідеологією юридичного супроводу економічних операцій, потрібно розглядати як виключні, так і невиключні майнові права.

Потрібно відзначити, що управлінська складова базується на засадах ресурсного підходу та концепції динамічних здатностей. До ресурсної складової відносяться кадрові ресурси та організаційні компетенції в розрізі професійної, моральної й особистісної компонент. Організаційна складова формується з структури управління, регламентів, організаційної культури та комунікативних зв'язків. Тобто специфіка управлінського погляду передбачає, що НМА – це так звані динамічні здатності, які традиційно складаються з трьох елементів – когнітивних здатностей менеджерів; соціального та людського капіталу [5]. Потрібно також відзначити інші особливості цього погляду, які складаються у визначенні невіддільності активів – або від підприємства (репутація, клієнтська база, людський капітал та ін.), або від особи (персональні якості, особиста репутація, кваліфікація та ін.); неможливість продажу, або купівлі, що пов'язано з організаційною природою цих активів. Ще однієї

проблемою у визначенні НМА є те, що багато економічних явищ мають як нематеріальні, так і матеріальні компоненти; можуть не мати фізичної субстанції, але бути активами матеріальними (наприклад, – кредиторська заборгованість).

Протягом останніх років сформувався чотири критерії для того щоб відрізнити НМА від матеріальних цінностей – критерії фізичної компоненти, економічного інтересу, порівнянь відносних значень вартостей, відтворення. Перший критерій фокусується на функції фізичної компоненти активу. Якщо матеріальний компонент виконує лише допоміжну функцію та не має додаткових переваг, весь актив буде класифікований як нематеріальний. Критерій економічного інтересу передбачає, що коли економічні інтереси акцентовані на нематеріальну частину активу, то активи завжди класифікуються як нематеріальні. Згідно критерія порівняння відносних значень вартості класифікація об'єкту проводиться за визначенням більшої вартості – якщо вартість нематеріальної компоненти є більшою, то актив класифікується як нематеріальний. Основна ідея критерію відтворення є те, що НМА стає матеріальним в процесі його відтворення. НМА стає менш важливим і якби «розчиняється» в зв'язку із збільшенням частоти відтворення.

Розглянуті критерії служать основою для подальшого розділення матеріальних і нематеріальних активів, але, переважно, для кожного окремого випадку.

Розглянувши різні підходи, можна узагальнити основні характеристики НМА, які є найбільш важливими для сприйняття цього явища: ідентифікованість та наявність конкретного опису; правовий статус, який визначає у тому числі і наявність власності на актив; відсутність матеріальної або фізичної форми; матеріальний прояв прав на використання активу; часові рамки існування – від виникнення до припинення існування активу з будь-яких причин; можливість приносити економічну вигоду у виді додаткового доходу, зниження витрат, блокування можливостей конкурентів, або вартості продажу активу; вплив на вартість інших активів, зокрема на загальну вартість підприємства.

Тому можна дати таке узагальнююче визначення: НМА – це активи, які не мають матеріально-речової форми; призначені для використання у виробництві, при реалізації продукції, виконанні робіт або наданні послуг; є передумовою та продуктом інвестиційної та фінансової діяльності; здатні приносити компанії економічні вигоди в майбутньому або збільшувати вартість інших активів, пов'язаних з ними, а також мають певний лімітований час використання – від створення до ліквідації активу.

Не дивлячись на те, що універсального визначення НМА не існує, вони можуть характеризуватися різними ознаками. Можна виділити чотири основні підходи для класифікації НМА: правовий, бухгалтерській, економічний та управлінський.

Підхід з правових позицій підкреслює особливості НМА, які класифікують як факти юридичного закріплення прав на певний актив. Можливо визначення трьох аспектів: юридичні права, економічні цінності і економічні переваги. Юридичні права на НМА в цій категорії закріплено законодавчо. Економічні переваги активів та права на їх використання захищені законом – існують або обмежені можливості використання, або повна заборона на їх використання. Права можуть включати в себе як промислову власність, товарні знаки тощо, а також права на використання деяких НМА. Подібними правами можна закріпити економічні цінності, відокремив їх від інших об'єктів та визначивши поодиночі. Економічні переваги, як правило, окремо не ідентифікуються, не вимірюються та не є предметом угоди. Відповідно, вартість таких переваг, реалізується як частина об'єкта в цілому, а оцінка їх вартості можлива тільки на основі вхідних факторів, які використовуються для створення переваг (якщо взагалі можлива).

Розгляд класифікаційних ознак НМА з позицій бухгалтерського обліку (як обліково-аналітичної категорії) дає можливість визначити перелік критеріїв, відповідно до яких можна класифікувати НМА. Багато вчених розділяють їх на дві групи – ті, які можуть, або не можуть бути ідентифікованими. Так, НМА ідентифікуються як самостійні об'єкти, здатні існувати окремо від підприємства. Неідентифіковані НМА не

можуть існувати окремо і можуть бути продані тільки як частина підприємства (6,7). НМА повинні відповідати загальним критеріям активів, а також конкретним вимогам, які відрізняють їх від матеріальних цінностей. Окремі критерії можуть бути узагальнені наступним чином: бути ресурсом, який може бути ідентифікованим; мати очікувані майбутні економічні вигоди; не мати фізичної субстанції; мати негрошову форма; а також знаходитися під контролем підприємства; бути результатом минулих подій. Якщо всі перераховані вище критерії не задоволені, то відповідний нематеріальний об'єкт не визнається нематеріальним активом, і не може бути відображений у звітності.

Можна відзначити, що класифікації з погляду права та обліку у значній мірі співпадають, оперуючи одними й тими ж самими поняттями (переважно – правовими). На відміну від нормативно-правової класифікації, схема економічної класифікації зосереджена на економічному характері НМА, а не на їх юридичних властивостях. Тобто НМА описують і класифікують за їх функціями всередині підприємства або на основі їх економічного характеру. У зарубіжній практиці до таких активів відносять, активи пов'язані з маркетингом; пов'язані зі споживачем; активи, отримані на контрактній основі, а також на основі технології.

Маркетингові НМА в основному зайняті в маркетингу або просування товарів і послуг; вони можуть включати в себе торгові марки, інтернет-доменні імена та ін. НМА, які стосуються замовників, відносяться до списків клієнтів і неконтрактних відносин з ними, та як правило, включають в себе імена клієнтів, а також контактну інформацію. Контракти на основі НМА представляють вартість права, що впливає з багатьох різних видів контрактних угод, такі як ліцензійні угоди, контракти на постачання послуг, франчайзингові угоди і дозволи на будівництво або експлуатацію тощо. Як найважливіший НМА виступає бренд, який здатен підвищувати ринкову вартість підприємства та забезпечувати її капіталізацію.

Ще одним елементом НМА з позицій економічного підходу є репутаційні активи, як цілісне уявлення про підприємство, що

складається у процесі сприйняття його діяльності, оцінки результатів і наслідків цієї діяльності, незалежно від організаційно-правових форм підприємства. Репутацію слід розуміти як знання, що містить в собі характеристики підприємства і його оцінку споживачами. Вважається, що існують три різновиди репутації: репутація, пов'язана з бізнесом; репутація продукту або послуги; репутація, пов'язана з організаційною культурою підприємства. Репутаційні активи відрізняються від інших НМА методом оцінки, способом придбання, методом амортизації, способом вибуття. Вартість репутаційних активів найчастіше виявляється умовною, в той час як інші НМА можуть мають вартісну оцінку, яка визначається в сумі фактичних витрат на їх придбання або створення.

Технологічні НМА включають комп'ютерні програми, бази даних, а також комерційні таємниці.

Така класифікація не включає в себе всі НМА, які можуть бути на підприємстві, що пов'язано з намаганням визначати лише ті активи, які потенційно можуть бути ідентифіковані і відображені у балансі підприємства.

Економіко-управлінський погляд на класифікацію передбачає виокремлення НМА, у якому домінують різні схеми класифікації. Наприклад, у США – це людський капітал або службова компетентність, зовнішній або реляційний капітал, організаційний капітал; у Німеччині це вже сім категорій людський, інноваційний, інвесторський, процесний, постачальницький, клієнтський капітали та капітал місцезнаходження. Загалом, же можна відзначити, що цей погляд передбачає класифікацію відповідно до функцій управління підприємством, тобто – організаційний капітал, людський капітал, корпоративне управління та ін. Ця категорія описує управлінські можливості, які дозволяють підприємству зібрати, об'єднати, об'єднати і використовувати ресурси для досягнення своїх цілей. Такі можливості не можуть бути придбані або генеровані; проте, в той же час вони створюються створюється співробітниками та підприємством в цілому.

Розглянемо найбільш відомі підходи до класифікації НМА з позицій цього підходу.

Найбільш відомою, є класифікація, розроблена Р. Рейлі та Р. Швайхсом, особливістю якої є «повна загальність» – критерії класифікації не визначені, тому актив можна віднести одночасно до декількох категорій. Автори виокремлювали десять категорій НМА пов'язаних з маркетингом, технологіями, з літературними, художніми та музичними творами, з обробкою даних, зі споживачами, з інженерною діяльністю, з контрактною діяльністю, з людським капіталом, з місцезнаходженням підприємства, з інтернетом [8].

Найбільш простою є класифікація К.-Е. Свейбі [9], який виділяв дві групи НМА: внутрішні (патенти, ліцензії, системи управління, організаційні структури) та зовнішні (бренди, торгові марки, відносини з клієнтами). Д. Андріссен та Р. Тіссен виділяють п'ять груп НМА: активи та вклади, навички і неявні знання, колективні цінності і норми, технології та знання, первинні та управлінські процеси [10]. Л. Едвінссон та М. Малоун стверджували, що НМА включають у себе: структурну компоненту, яка складається з клієнтського та організаційного капіталів; людський капітал, який складається зі знань, навиків та інноваційності мислення працівників [11]. Вони сприяли розвитку популярності теорій людського капіталу і тому цей напрям отримав достатньо велику популярність. Так, деякі дослідники, такі як Е. Мейо та Н. Брілі [12], Дж. Ахонен [13] вважають НМА практично тождесними людському капіталу, розглядаючи їх як кількість співробітників, їх особисті якості та робоче співтовариство.

Е. Брукінг [14] ототожнювала НМА з інтелектуальним капіталом, у складі якого він виділяв: ринкові активи (торгові марки, портфель замовлень, канали розподілу, контракти та угоди та ін.); інтелектуальну власність (ноу-хау, промислові та торгові таємниці, патенти та авторські права та ін.); людські активи (сукупність індивідуальних та колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, вміння вирішувати проблеми, лідерські якості, підприємницькі та управлінські навички та ін.);

інфраструктурні активи або технології, методи та процеси та ін.). Т. Стюарт [15] визначив три складові інтелектуального капіталу: людський капітал (наявність знань та вміння плідного їх використання), структурний капітал (форми, методи, структури, які дозволяють здійснювати збір, організацію, фільтрацію, збереження і розподіл існуючого знання) та споживчий капітал (задоволення клієнтів або споживча прихильність, вигода від співпраці між клієнтом і виробником, ціна вірності клієнта та ін.).

Дещо іншу точку зору щодо НМА мають автори збалансованої системи показників Д. Нортон та Р. Каплан [16], які поділяли НМА на три групи: людський капітал, інформаційний капітал та організаційний капітал. На базі цієї роботи, М. Крус [17] створив класифікацію нематеріальних інвестицій у складі: технологічних інновацій, інформаційних технологій, маркетингу та продажів, придбання інтелектуальних прав та прав промислової власності, організаційні кошти.

Дещо осторонь знаходиться класифікація нематеріальних активів, яка базується на макропідході та включає три категорії: економічні компетенції, інноваційна власність та комп'ютеризована інформація [18].

У останні часи з'явилося багато робіт з питань нематеріальних активів, переважно у галузі стратегічного менеджменту. Так, наприклад, Дж. Хаммерер виділив три типи активів (технологічні знання, економічні компетенції та зовнішні активи) на двох рівнях – стратегічному та операційному. Технологічні знання включали на стратегічному рівні дослідження та додаткову технологічну освіту, на операційному рівні – патенти, ліцензії, технології програмного забезпечення; економічні компетенції на стратегічному рівні включали додаткову адміністративну освіту, на операційному рівні – дослідження ринку, програмне забезпечення; зовнішні активи на стратегічному рівні – це зв'язки з громадськістю, на операційному – реклама [19].

Дж. Роос та Джей Роос провели опитування керівників підприємств у п'яти невеликих північноєвропейських країнах [20], за результатами якого було розроблено схему класифікації НМА із виділення трьох еле-

ментів: людський капітал (знання, навички, мотивація, завдання); організаційний капітал (бізнес-процеси, потоки інформації, потоки продуктів та послуг, рух грошових коштів, форми співпраці, стратегічні процеси, процес поновлення та розвитку бізнесу, спеціалізація, виробничі процеси, нові концепції, продажі та маркетинг, нові форми співпраці); клієнтський капітал та капітал взаємовідносин (відносини з клієнтами та постачальниками, партнерські відносини з мережею, відносини з інвесторами). На базі цих досліджень К. Хаанс та Б. Ловендаль визначили склад НМА в контексті стратегічного управління професійними сервісними фірмами, виділили три групи активів: фізичні, людські та грошові ресурси, необхідні для здійснення господарських операцій; компетентні ресурси, таких як навички управління, технологія, інформація про споживача, марка, репутація та корпоративна культура, реляційні активи, такі як репутація, лояльність клієнтів та ін. При цьому останні активи розглядалися як основні для діяльності фірми [21]. Ловендаль у подальшому розділив компетентні та реляційні ресурси на підгрупи особистості та колективу, в залежності від того, чи є працівник або організація є центром уваги [22].

Більш лаконічна класифікація запропонована Радою зі стандартів фінансового обліку США (FASB), згідно з якою нематеріальні активи розподіляються в рамках п'яти категорій: пов'язані з маркетингом; пов'язані з клієнтурою; засновані на договорах; пов'язані з мистецтвом; засновані на технологіях [23]. Сходні категорії виділяє Королівське товариство сертифікованих фахівців в області нерухомості (RICS – Royal Institution of Chartered Surveyors) (24).

Міжнародна бухгалтерська федерацією (International Federation of Accountants), в структурі нематеріальних активів виділяє три блоки: людський капітал (знання, досвід і навички працівників, трудові договори працівників, методики навчання персоналу і задокументовані ноу-хау); капітал відносин (товарні знаки, ліцензійні угоди, договори з постачальниками, франчайзингові угоди та ін.); організаційний капітал, який поділяється на дві складові: об'єкти інтелектуальної

власності (патенти, торгові знаки, авторські права, найменування) та інфраструктурні активи (організаційна структура, управлінські процедури і бізнес-процеси, інформаційні системи, системи прийняття рішень тощо) (25).

Таким чином, на відміну від вітчизняної практики, де перевага у визначенні НМА віддається обліково-правовому підходу, західні фахівці оперують поняттями організаційно-управлінського підходу, який відображає потенційну здатність НМА приносити доходи, приділяючи основну увагу діяльності з використання НМА, а не тільки фактам з облікових записів.

Методи оцінки НМА ґрунтуються на понятті причин того, що оцінка є необхідною, перш за все, для оцінювання продуктивності кожного сегменту бізнесу, прийняття коректних управлінських рішень, звітування перед зацікавленими сторонами тощо. Вони поділяються на дві групи – методи оцінки та методи вимірювання.

Методи оцінки, або фінансові методи (англ. – valuation) є результатом процесу визначення поточної вартості активів та зобов'язань. Вимірювання (англ. – estimation or estimating) – це процес знаходження значень, які можна використовувати для будь-якої мети, навіть якщо вхідні дані можуть бути неповними, невизначеними або нестійкими. Вони можуть бути монетарними або немонетарними. Монетарні методи передбачають, що у процесі оцінки застосовуються грошовий еквівалент, або відносні значення вартості. Немонетарні методи не використовують грошові одиниці виміру та зазвичай є новизною при оцінюванні розвитку підприємства або ефективності його управління, тому їх важче застосувати на практиці. Особливістю методів цієї групи є те, що вони можуть не давати точного значення оцінки нематеріальних активів, але формують тенденцію змін цих оцінок – чи стали вони більшими, чи меншими, ніж раніше.

Для оцінки НМА, як об'єктів, що мають реальну або потенційну вартість, можуть бути застосовані три підходи – дохідний (income approach), витратний (cost approach) та порівняльний, або ринковий (market approach).

Дохідний підхід оцінює НМА на основі конвертації очікуваних економічних вигод. Найбільшими труднощами методу є визначення ставки дисконтування та строку корисної експлуатації активу. Вартісний підхід базується на витратах, понесених на формування НМА та доходів, які принесе його використання. Існує дві групи вартості, що використовується у цьому підході: ринкова, за яку можливо реалізувати актив на певну дату оцінки, та неринкова, яка включає вартість заміщення, відтворення, залишкову, спеціальну, інвестиційну, оціночну, страхову, вартість у використанні. Ринковий підхід дозволяє визначити вартість НМА виходячи з реальних цін на тотожні активи та базується на порівнянні вартості НМА з фактичною ціною інших аналогічних активів. Цей підхід використовується як інструмент перехресної перевірки або як модель раціонального прийняття рішень. Найкращим підходом до оцінки вартості НМА є дохідний підхід, в другу чергу – порівняльний підхід.

При оцінці НМА використовуються значна кількість методів вимірювання, які можна об'єднати у чотири групи: прямі методи інтелектуальної власності (Direct Intellectual Capital Methods, DIC); методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods, MCM); оцінка рентабельності активів (Return on Assets Methods, ROA); методи оцінки показників (Scorecard Methods, SM). Загальна характеристика цих підходів сформована за матеріалами [26–28].

Методи DIC базуються на прямому обчисленні вхідної вартості НМА шляхом ідентифікації різних компонентів. Ці компоненти можуть бути оцінені безпосередньо як окремі елементи, або як сукупний коефіцієнт. До найбільш відомих представників цієї групи відносять AFTF; BSOPM; Citación Ponderada de Patentes; Citation-Weighted Patents; DEC; Dynamic monetary model; EVVICAETM; FiMIAM; HRCA1; HRCA2; HR statement; IAMS; Inclusive Valuation Methodology; Intellectual Asset Valuation; Technology Agent; Technology Broker; The Value Explorer ToolkitTM; TVC TM; TVETM; Valiation of AI`s; Value Seekers; VCI. Переваги: дають можливість оцінити різні компоненти НМА; комбінувати грошові та негро-

шові оцінки; легко оцінити сучасний стан використання та вартості НМА; краще уявляти причинно-наслідкові зв'язки, ніж у випадку фінансових методів. Недоліки: базуються на подіях; мають індивідуальний характер; не підходять для порівнянь; складність розрахунків.

Методи МСМ базуються на обчисленні різниці між ринковою капіталізацією та балансовою вартістю підприємства. Основне припущення за цим підходом полягає у тому, що вартість НМА практично дорівнює різниці між ринковою вартістю компанії та її обліковою вартістю. Найбільш відомими з цієї групи є Balance General Invisible; CFROI; FiMIAM IAMV™; IC-Index; Interbrand; Matriz de recursos; Market Comparison; Market-to-BookRatio; MBV; MVA; Q de Tobin; The Invisible Balance Sheet. Переваги: підходять для визначення економічної цінності НМА; підходять для порівнянь. Недоліки: не надають інформацію про компоненти НМА; мають обмежену перспективу використання.

Методи ROA пропонують суто фінансові рішення відповідно до вимог акціонерів. Практично всі вони базуються ідеології моделі економічної доданої вартості (EVA, economic value added), яка була позиціонована як внутрішній показник ефективності, прийнятий компаніями для оцінки ефективності використання інвестиційного капіталу [29]. Загалом модель EVA порівнює два чинники створення вартості: рентабельність інвестицій та вартість факторів, які генерують таку рентабельність інвестицій. У його розрахунку також можуть використовуватися показники WACC; NOPAT; EBIT; ROIC та ін. Б. Стюарт [15] розробив метод калькулювання вартості нематеріальних активів (CIV, Calculated Intangible Value) з метою оцінки інтелектуального капіталу компанії. Основне припущення методу CIV говорить про те, що інвестиції в фізичний капітал може дати тільки середню дохідність, що склалася в галузі; все, що перевищує середню дохідність, пояснюється застосуванням нематеріальних активів. Найбільш відомими представниками цієї групи є Architecture for Intangibles (Human Capital); CFROI; CIV™; CVA; EVA™; KCE; Modelo Matematico; MVA; NOVA; VAIC™.

Переваги: засновані на традиційній системі бухгалтерського обліку; підходять для порівнянь; легко зрозумілі. Недоліки: не надають інформацію про компоненти НМА; мають обмежену перспективу завдяки економічному орієнтуванню.

Методи оцінки показників (Scorecard Methods) базуються на показниках та індексах з оцінками основних НМА. Їх перевагою є забезпечення всебічної оцінки НМА, а також можливість використання на будь-якому рівні компанії та адаптації до будь-якого типу компанії. Протягом 1990-х р.р. системи вимірювання збалансованості роботи стали популярними в організаціях у всьому світі. Збалансована система показників, представлена Р. Капланом і Д. Нортон у 1992 році, може розглядатися як основний фактор такого явища, оскільки є найбільш часто використовуваною моделлю вимірювань [30]. Проте слід відзначити, що подібні ідеї щодо збалансованого вимірювання продуктивності були представлені іншими дослідниками навіть раніше, ніж Капланом та Нортон. Наприклад, французька версія BS – Tableau de Bord, використовувалася протягом півстоліття [31]. Але модель збалансованих показників, яка використовує систему показників для оцінки організаційних показників в чотирьох зв'язаних аспектах: фінансові, клієнтські, внутрішні бізнес-процеси, навчання та зростання, все ж є найбільш відомою та розповсюдженою. Ця група є досить чисельною, до неї входять BSC; Business IQ/ Topplinjen; Celimi; CIBC; Danish Guidelines; Dow Chemical Model; European Foundation Quality Management Model; Holistic Accounts; IAM; ICBS; IAbM; IC-dVAL™; IC-Rating™; ICU Report; Intangible assets statement; Intellect Model; Intellectus Model; Knowlege Audit Cycle; Knowledge Revenue Knowledge Quick Scan; MAGIC; Assets statement; Intellect Model; Intellectus Model; Knowlege Audit Cycle; Knowledge Revenue Knowledge Quick Scan; MAGIC; Lev's Value Chain Scoreboard; Meritum guidelines; Measures that Matter; NICI; Public sector IC; Recommendations of Tjanesteforbundet; RICI; SICAP; Sveiby's Intangible Assets Monitor; Skandia Navigator; University of Western Ontario Model; Valoraciyn y Gestiyon; VCI; The Hausel-



Kanevsky method; VAIC; Value Chain Blueprint. Переваги: результати можна отримати швидко; легко зрозумілі; легко настроюються для виявлення та виправлення помилок та поточної політики компанії. Недоліки: чутливі до змін; велика кількість інформації; важкість отримання єдиного показника.

Фінансові методи (DIC, MCM та ROA) базуються на використанні фінансових показників, які відображають вартість нематеріальних активів. Їх перевагою є можливість отримати числові результати оцінки вартості, які дають можливість, між іншим, порівнювати різні підприємства у галузі. До недоліків можна віднести неможливість ідентифікувати та вимірювати ряд елементів НМА. Нефінансові методи (SC) дають можливість оцінити зв'язок між поточною діяльністю підприємства та здатністю активів генерувати вигоди в майбутньому. Вони мають довгострокову стратегічну перспективу, та значно знижують невизначеність у прийнятті рішень. Ці методи та моделі, як правило, доповнюють фінансові підходи та дають можливість оцінити, які НМА генерують фінансові результати. До недоліків можна віднести індивідуальний характер, складність налаштування та використання, великий обсяг інформації та складність її обробки, складності порівнянь тощо.

Відповідно до об'єкту оцінювання прийнято відрізнити два підходи:

– цілісний, який призначений для загальної оцінки НМА підприємства. Підхід передбачає оцінку всіх НМА у сукупності, без надання будь якої інформації про вартість конкретних елементів. Ця група охоплює методи, що використовують фінансові моделі, які базуються на фінансових рахунках підприємства (наприклад, Tobin's q, CIV, IC-index, EVA, VAIC тощо);

– атомістичний, який призначений для аналізу та оцінки елементів НМА конкретного підприємства. Ці методи оцінюють окремі елементи НМА, але не надають інформації про всю їх вартість. Вони є досить суб'єктивними, оскільки вони зазвичай базуються на нефінансових та відносних показниках, що потребує певного контексту для правильної інтерпретації (наприклад, BSC, Sveiby's Intangible Assets Monitor;

Skandia Navigator тощо) [32].

Існує інший підхід, запропонований Д. Шорренбергером [33], згідно із яким можна виділити п'ять груп методів: стандартні, які передбачають єдиний незмінний підхід для всіх підприємств; змішані, коли встановлено лише стандартні процедури, а інші адаптуються до конкретної ситуації; індивідуальні, згідно із яким вважається, що кожна ситуація є унікальною та потребує повної адаптації процедур; глобальних оцінок, передбачених для оцінювання вартості НМА, без визначення об'єктів, що входять до них; локальних оцінок, спрямований на вивчення НМА, крім оцінок їх локальних результатів; визначально-керувальний, спрямований на охоплення всього процесу, від виявлення нематеріальних активів, проведення та глобальної оцінки, та закінчення певними управлінськими діями.

Існуючі методи оцінки вартості характеризуються наявністю сильних сторін і істотних недоліків. До переваг можна віднести те, що вони дозволяють впливати на вартість підприємства за рахунок збільшення ефективності основного виду виробництва; зрозумілі менеджменту підприємства; мають чисельне вираження; дозволяють контролювати ефективність всіх підрозділів підприємства з точки зору створення вартості; можуть бути розглянуті в динаміці. Недоліки пов'язані з тим, що методи оцінки трудомісткі, слабо враховують зміну зовнішнього середовища, не оцінюють негативний вплив кризових явищ на вартість тощо. Але найбільш суттєвим недоліком є те, що оцінки базуються на інформації суб'єктивного характеру; вони можуть бути недостатньо адекватними, що криється в недостовірності та неповноті наявних даних, певному незнанні інформації про об'єкти оцінки тощо. Експертна інформація потребує як різних методів отримання, так і різних методів обробки. До основних проблем у цьому процесі відносять проблему наочності експертної інформації, проблему єдності вимірювань, проблему адекватності тощо.

Потрібно відзначити, що оцінка вартості НМА завжди суб'єктивна, навіть якщо експерт є професійно грамотним та незалежним в судженнях, оскільки це обумовлено складністю процесу оцінки, необхідністю

врахування великої кількості факторів, взаємодія яких між собою і вплив на результати оцінки досить неоднозначно. Саме тому для отримання оцінок НМА потрібно використовувати можливості систем штучного інтелекту, які призначені для отримання рішень на основі аналізу різних чинників в конкретній предметній області, а саме експертних систем (ЕС). Використання ЕС дає можливість накопичення і організації знань, формування баз високоякісного досвіду найбільш кваліфікованих експертів; використання прогностичних можливостей; формування інституційної пам'яті тощо.

**Висновки.** Дослідження виявило необхідність єдиного визначення НМА, якого до цих пір не існує. Класифікація НМА є важливим інструментом для їх оцінки. Можна відзначити, що не існує чіткого консенсусу щодо визнання типів методів оцінки, які можуть бути застосовані до НМА. Кожен з методів має певні переваги та недоліки, які необхідно враховувати залежно від моменту або ситуації. Очевидно, буде правильним поєднувати фінансові та нефінансові методи, що буде покращувати якість оцінки та управління. Зрозуміло, що необхідна комбінація методів, що дозволить усунути ті, які є лише різновидами з вже існуючих. У той же час широкий діапазон методів повинен бути збережений, щоби надавати можливість вибору найкращого методу в залежності від цілей та контексту оцінки. Вибір методу оцінки повинен передбачати визначення характеристик компанії, враховувати мету оцінки, яка допоможе отримувати достовірні результати. Оцінка НМА може давати інформацію про створення цінності, що може бути дуже корисним при прийнятті стратегічних рішень компанії.

### Література / References

1. Corrado C. Intangible investment in the EU and US before and since the Great Recession and its contribution to productivity growth / C. Corrado, J. Haskel, C. Jona-Lasinio, M. Iommi // *Journal of Infrastructure, Policy and Development* – 2018.- Volume 2. – P. 11–36.
2. Blair M. M. Unseen Wealth, Report of the Brookings Task Force on Intangibles / M. M. Blair, S. M. H. Wallman. – Washington : Brookings Institution Press. – 2001. – 136 p.
3. Hitchner J. R. Financial Valuation: Applications and Models, 3rd Edition/ J. R. Hitchner. – N.Y. : John Wiley & Sons, 2001. – 1320 p.

4. Lev B. New accounting for the New Economy/ B. Lev. – N.Y. : Stern School of Business, 2000. – 28 p.
5. Ander R. Corporate effects and dynamic managerial capabilities / R. Ander, C. E. Helfat// *Strategic Management Journal*. – 2018. – N 24. – P. 1011–1025.
6. Bernstein L. Analysis of Financial Statements / Leopold A. Bernstein  
L. A. Bernstein – Homewood, IL : Irwin, 1993. – 1075 p.
7. Anthony R.S. Accounting: Text and Cases Accounting, text and cases / R. N. Anthony, J. S. Reece.- Homewood, Ill. : Irwin, 1979. – 928 p.
8. Reilly R. Valuing Intangible Assets / R. Reilly, R. Shweihls. – N.Y. : McGraw-Hill, 1999. – 518 p
9. Sveiby K. E. The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets / K. E. Sveiby. – San Francisco : Berrett Koehler, 1997 – 275 p.
10. Andriessen D. Weightless wealth: finding your real value in a future of intangible assets / D. Andriessen, R. J. Tissen. – L. : Financial Times Prentice Hall, 2000. – 256 p.
11. Edvinsson L. Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone. – N.Y. : Harper Business, 2001 – 256 p.
12. Mayo A. The Human Value of the Enterprise / A. Mayo, N. Brealey. – L. : Nicholas Brealey publishing, 2001. – 307 p.
13. Ahonen G. Generative and Commercially Exploitable Assets / G. Ahonen // Eds J. E. Grojer and H. Stolowy // *Classification Intagibles*. – France : Group HEC, Jouren Josas, 2002. – 206 p.
14. Brooking A. Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise/ A. Brooking. – L. : Thompson International Business Press, 1996. – 224 p.
15. Stewart T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / T. A. Stewart. – N. Y. : Doubleday, 1997. – 320 p.
16. Kaplan R. S. Measuring the strategic readiness of intangible assets / R. S. Kaplan, D. P. Norton // *Harvard Business Review* – 2004. – February. – P. 52–63.
17. Croes M.: Intangible Investments: Measuring for SBS / M. Croes. – Study Commissioned from EUROSTAT SUPCOM Project. – Statistics Netherlands, 1999 – 326 p.
18. Corado C. Measuring Capital and Technology: An Explanded Framework. / C. Corrado, Ch. Hulten, D. Sichel // *NBER Chapters // National Bureau of Economic Research, Inc.* – N.Y., L. : M. E. Sharpe, Inc. – 2005. – P. 11–46.
19. Hammerer, G. (1996): Intangible Investments in Austria / G. Hammerer // *OECD-workshop on New S&T Indicators for a Knowledge-based Economy*, 19-21 June 1996, – Paris. – DSTI/STP/NESTI/GSS/TIP(96)4.
20. Roos R. and Roos, J. (1997) Measuring your company's intellectual performance / R. Roos, J. Roos // *Long Range Planning* – 1997. – vol. 30, no. 3. – P. 413–426.
21. Haanes K. The unit of activity: towards an alternative to the theories of the firm. *Strategy, Structure and Style* / Ed. Thomas, H. et al / K. Haanes, B. Low-

endahl. – Copenhagen : John Wiley & Sons Ltd, 1997. 312 p.

22. Lowendahl B. Strategic Management of Professional Service Firms / B. Lowendahl. – Copenhagen : Handelshøjskolens Forlag, 1997. – 219 p.

23. FASB (Financial Accounting Standards Board). Disclosure of Information about Intangible Assets Not Recognized in Financial Statements. – FASB Project, Norwalk, Connecticut: FASB, 2001. – 72 p.

24. RICS Valuation – Professional Standards January 2014 (The Red Book). – L. : Royal Institution of Chartered Surveyors. – 2014. – 312 p.

25. Guthrie J. The management, measurement and the reporting of intellectual capital/ J. Guthrie // Journal of Intellectual Capital – 2001. – Vol. 2 Issue: 1. – P. 27–41.

26. Sveiby K. – E. Collective Leadership with Power Symmetry: Lessons from Aboriginal Prehistory/ K.-E. Sveiby // Leadership – 2011. – Vol 7, no. 4. – P. 385–414.

27. Silveira S. K. R. Intangible asset evaluation approaches; a literature review / S. K. R. Silveira, D. Schnorrenberger, V. Gasparetto, R. J. Lunkes // Revista Catarinense da Ciência Contábil, Florianópolis – 2017. – Vol. 16, n. 47, P. 9–24.

28. Villanueva C. A. Towards a new model for evaluation of intangibles / C. A. Villanueva. – Madrid<sup>^</sup> Corporate Excellence – Centre for Reputation Leadership, 2011. – 17 p.

29. Stern J. M. The EVA<sup>®</sup> Financial System/ J. M. Stern, G. B. Stewart, D. H. Chew, Jr. // Journal of Applied Corporate Finance – 1995. – № 8(2). – P. 32–46.

30. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard – Measures That Drives Performance/ R. S. Kaplan, D. P. Norton // Harvard Business Review, 1992. – Vol. 70, – No. 1. – P. 71–79.

31. Epstein M. The balanced scorecard and tableau de bord: Translating strategy into action / M. Epstein, J.-F. Manzoni // Strategic Finance, 1997. – Vol. 79, Iss. 2. – P. 28–36.

32. Ramanauskaitė A. Intellectual capital valuation methods and their classification /A. Ramanauskaitė, K. Rudžionienė // EKONOMIKA. – 2013. – Vol. 92(2). – P. 79–92.

33. Schnorrenberger D. Identificando e avaliando os Ativos Tangíveis e Intangíveis de uma organização visando seu gerenciamento: uma ilustração na área econômico-financeira / Schnorrenberger D. – Tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação da Engenharia de Produção – Florianópolis, 2005. – 223 p.

#### ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ИЗМЕРЕНИЕ, ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА В УКРАИНЕ

*В. Д. Козенкова, аспирантка, Национальная металлургическая академия Украины*

В статье рассмотрены подходы к определению и оценке нематериальных активов, выступающих в качестве основного драйвера развития современной экономики. Показана вариативность категории «нематериальные активы» и рассмотрена ее сущность с четырех точек зрения – с позиций юридической, финансово-бухгалтерской, экономической и управленческой составляющих. Выявлены основные характеристики, которые дают возможность идентифицировать нематериальные активы. Определено, что в соответствии со стандартами бухгалтерского учета лишь незначительная часть нематериальных активов представлена на финансовых счетах предприятий, поскольку они обычно не соответствуют критериям признания имущества в учете, а также не имеют надежной оценки. В результате растет спрос на новые методы оценки, которые позволяют определять стоимость нематериальных активов или их сегментов для конкретного предприятия. Показано, что целый ряд ученых занимались разработкой методов оценки нематериальных активов, однако в их работах проанализированы и классифицированы различные методы по разным критериям, однако, общепринятого мнения по этому вопросу не сложилось.

Установлено, что на сегодня доступно более шестидесяти различных методов оценки нематериальных активов, большинство из которых базируется на системе показателей, которые оценивают конкретные компоненты нематериальных активов и при этом не используют денежные единицы измерения. Это указывает на определенную ограниченность исследований, сосредоточенных на финансовом аспекте оценки.

Предложено сочетать финансовые и нефинансовые методы, что будет улучшать качество оценки и управления. Такая комбинация методов позволит обобщить подходы к оценке, способствовать разработке унифицированных требований к оценке нематериальных активов, способствовать их более широкому использованию в отечественном научном пространстве.

**Ключевые слова:** нематериальные активы, идентификация нематериальных активов, признаки нематериальных активов, классификация нематериальных активов, методы оценки нематериальных активов.

## DEFINITION, MEASUREMENT AND EVALUATION OF INTANGIBLE ASSETS: FOREIGN EXPERIENCE AND PRACTICES IN UKRAINE

*V. D. Kozenkova, post-graduate student, National Metallurgical Academy of Ukraine*

Approaches to definition and estimation of intangible assets as the basic driver of development of modern economy are considered. Variability of the category of «intangible assets» is revealed and its essence is considered from four points of view – legal, financial and accounting, economic and management components. The main characteristics that allow to identify intangible assets are shown. It is determined that in accordance with accounting standards, only a small part of intangible assets is represented in the financial accounts of enterprises, as they usually do not meet the criteria for recognizing property in the accounting records, as well as have no reliable estimates. As a result, there is a growing demand for new valuation methods that allow determining the value of intangible assets or their segments for a particular enterprise. It is shown that a number of scientists developed methods for valuing intangible assets, their works analyzed and classified various methods for different classification criteria, however there is no generally accepted opinion on this issue.

It is established that there are more than sixty different methods available for valuing intangible assets the majority of which are based on a system of indicators that evaluate specific components of intangible assets and do not use monetary units of measurement in the valuation. This shows a lack of research focused on the financial aspect of evaluation.

It is proposed to combine financial and non-financial methods, which will improve the quality of evaluation and management. Such a combination of methods will allow generalizing approaches to evaluation, promoting the development of unified requirements for the assessment of NMA, and encouraging their wider use in the domestic scientific space.

**Keywords:** intangible assets, intangible assets identification, attribute of intangible assets, intangible assets classification, intangible assets evaluation methods.

*Надійшла до редакції 12.06.2018 р.*