

ВПЛИВ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА (БІЗНЕСУ)

У статті досліджено роль та вплив нематеріальних активів на вартість підприємства (бізнесу), а також існуючі проблеми визначення вартості підприємства при взаємодії як балансових, так і позабалансових нематеріальних активів підприємства.

Ключові слова: нематеріальні активи, вартість підприємства (бізнесу), інтелектуальний капітал, гудвіл.

В статье исследована роль и влияние нематериальных активов на стоимость предприятия (бизнеса), а также существующие проблемы определения стоимости предприятия при взаимодействии как балансовых, так и внебалансовых нематериальных активов.

Ключевые слова: нематериальные активы, стоимость предприятия (бизнеса), интеллектуальный капитал, гудвилл.

The article examines the role and influence of intangible assets on the value of the enterprise (business), and existing problems of determining the value of the enterprise in the interaction between balance and off-balance sheet intangible assets of the company.

Key words: intangible assets, cost of enterprise (business), intellectual capital, goodwill.

Актуальність дослідження. Сьогодні, у часи виходу компаній на міжнародний фондовий ринок, залучення іноземних інвестицій, злиття і поглинань проблема управління вартістю підприємством (бізнесу) виходить на перший план та набуває все більшого значення. Ряд підприємств купується для подальшого перепродажу, і акціонер ставить менеджменту головну задачу: підвищення вартості підприємства (бізнесу). Власник розглядає покупку підприємства (бізнесу) як середньострокові або довгострокові інвестиції і основна мета власників (акціонерів) – це отримання максимального прибутку як від операційної діяльності, так і від продажу підприємства (бізнесу). І саме вартість НМА підприємства досить часто є ключовою та основною складовою у вартості підприємства (бізнесу), що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства.

У даний час для більшості підприємств і організацій величезну роль відіграє формування нових механізмів господарювання саме з урахуванням НМА, орієнтованих на ринкову економіку, а також покращення параметрів виробничих процесів у швидко змінних умовах зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Сучасна практика зарубіжних та вітчизняних підприємств свідчить про тенденцію до суттєвих змін у складі НМА. Пошук підходів та методів до формування ефективної структури підприємства з урахуванням вартості НМА зумовлює здійснення комплексних досліджень та визначає актуальність теми статті.

Ступінь дослідження проблеми. Проблема впливу НМА на вартість підприємства (бізнесу) досить широко розглядається сьогодні в науковій та публіцистичній літературі. Теоретичною базою для аналізу стали наукові праці таких вчених-економістів як Валдайцев С.В., Грязнова А.Г., Десмонд Г.М., Келлі Р.Е., Козирєв А.Н., Макаров В.Л., Мікерін Г.І., Пратт Ш., Рутгайзер В.М., Федотова М.А., Фішмен Д. Проте, спроби застосувати різні методики впливу НМА на вартість підприємства (бізнесу) багато в чому не систематизовані, що ускладнює практичне використання технологій та методів.

Метою статті є аналіз впливу НМА на вартість підприємства (бізнесу), основних аспектів і проблем його вирішення в умовах ринкових перетворень.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх десятиліть спостерігається зміна тенденцій розвитку: від економіки, орієнтованої на матеріальні активи і сфокусованої на кінцевий продукт, до створення економіки, заснованої на знаннях та інноваціях, тобто на нематеріальних активах.

Саме тому останнім часом успішна та ефективна діяльність суб'єктів господарської діяльності відбувається в умовах жорсткої конкуренції. Конкурентна ринкова середу створює найбільш сприятливі умови економічного розвитку, як окремого підприємства, так і суспільства в цілому, є рушійною силою соціального і економічного прогресу. Створення та утримання конкурентних переваг залежить від багатьох факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Розглянемо поняття НМА в міжнародних стандартах фінансової звітності (МСФЗ) та національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку. НМА, згідно визначень в економічних і фінансових словниках, – це частина майна організації, що не має матеріально-речової форми (або матеріально-речова форма не має істотного значення при його використанні). Крім того, НМА використовуються в господарській діяльності організації досить довго (більше одного року). Вони є немонетарними активами, які можуть мати вартісну оцінку, на основі якої вони ставляться на бухгалтерській облік підприємства. Використання нематеріальних активів – важлива конкурентна перевага, не завжди приймається в розрахунок при управлінні компанією, при розробці стратегії її розвитку. Володіння нематеріальними активами також здатне істотно збільшити капіталізацію компанії, ринкову вартість її акцій. Облік і відображення в бухгалтерських документах прав на наявні нематеріальні активи здатне істотно збільшити вартість чистих активів підприємства.

Нематеріальні активи умовно можна розділити на три групи:

1. Неамортизовані активи, що мають невизначений термін. Нематеріальні активи невіддільні від підприємства: підготовлений персонал, досягнення в просуванні продукції, географічне розташування, репутація.

2. Також неамортизовані активи, що мають невизначений термін, але невіддільні від співробітника підприємства: репутація і професійні навички конкретного співробітника, комерційні здібності тощо.

3. Амортизовані активи, що мають певний термін служби. Нематеріальні активи, які можна поставити на баланс підприємства: торгові марки, авторські права, патенти. Актив, який може бути оцінений окремо.

Велику вагу в сукупній вартості нематеріальних активів має інтелектуальний капітал компанії. Вивчення впливу інтелектуального капіталу на бізнес ведеться довгий час. П. Друкер, класик сучасного менеджменту, стверджував, що в «суспільстві знання» базисним економічним ресурсом є знання, а не природні ресурси або матеріальні активи. Так само П. Друкер писав: «Знання стало ключовим економічним ресурсом і домінантою – і можливо навіть єдиним джерелом конкурентної переваги» [1]. Знання, інтелектуальний капітал компанії є найпотужнішим двигуном виробництва. При формуванні базисної компетенції компанії управління людським інтелектом і конвертація його в корисні товари та послуги стають критичною компетенцією.

При управлінні вартістю компанії управління нематеріальними активами, підвищення їх вартості може істотно вплинути на підсумкову суму реалізації підприємства (бізнесу).

МСФЗ 38 "Нематеріальні активи", що встановлює порядок обліку і відображення НМА в звітності, був розроблений Комітетом з міжнародних стандартів фінансової звітності (КМСФО) одним з останніх - у липні 1998 року. Крім названого стандарту облік НМА стосуються положення МСФЗ 22 "Об'єднання компаній", МСФЗ 36 "Знецінення активів" і деяких інших. При цьому МСФЗ 38 безпосередньо стосується тільки ідентифікованих НМА, причому тільки тих, які не розглядаються спеціально в

інших стандартах. Так, МСФЗ 38 не застосовується до фінансових активів, прав на розвідку або розробку і видобуток мінералів, нафти, природного газу та аналогічних не поновлюваних ресурсів. В першу чергу стандарт МСФЗ 38 стосується об'єктів інтелектуальної власності. Облік активів типу гудвіл регулюється стандартом МСФЗ 22, що видається цілком логічним, так як бухгалтерський гудвіл виникає в результаті саме таких операцій [2].

Згідно з п. 7 МСФЗ 38 нематеріальний актив являє собою ідентифікований негрошовий актив, який не має фізичної форми, міститься для використання у виробництві, надання товарів чи послуг або для адміністративних цілей, контрольований компанією в результаті минулих подій, від якого очікується надходження економічних вигод [3].

МСФЗ 38 вимагає, щоб компанія визнавала НМА (за фактичною собівартістю), якщо:

- ✓ очікується, що майбутні економічні вигоди, які відносяться до даного активу, надійдуть у компанію;

- ✓ вартість активу можна достовірно оцінити.

Аспекти обліку гудвілу (goodwill) розглядаються в МСФЗ 22 "Об'єднання компаній" при розгляді розділу покупки однієї компанією іншої. Визначення поняття, сформульоване в параграфі 42 МСБО 22, не залишає сумнівів у тому, що мова йде про чисто бухгалтерському розумінні гудвілу: "Гудвіл, що виникає при придбанні, являє собою платіж, що був здійснений покупцем в передбаченні майбутніх економічних вигод. Майбутні економічні вигоди можуть виникати з ефекту синергії між ідентифікованими придбаними активами, або з активів, які окремо не відповідають вимогам визнання у фінансовій звітності, але за які покупець готовий заплатити при придбанні" [4].

"Перевищення вартості покупки над придбаним інтересом у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів і зобов'язань станом на дату здійснення операції обміну, має називатися гудвілом і визнаватися як актив" (параграф 41).

Одне з визначень гудвілу, прийняте Американським товариством оцінювачів (ASA), звучить як «добре ім'я» фірми, яке включає нематеріальні активи компанії: ділову репутацію, місцезнаходження, взаємовідношення з клієнтами, рівень підготовки персоналу тощо [5].

Згідно з п. 4 положення (стандарту) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» НМА – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований [6].

У процесі аналізу фінансової звітності підприємств, встановлено, що нематеріальні активи не знаходять достовірного відображення, що і призводить до спотворення структури необоротних активів.

Дане твердження підтверджується думкою Брігхем Юджина Ф., який вважає, що амортизаційні відрахування нематеріальних активів систематично недооцінюються, що призводить до спотворення інформації за фінансовими результатами діяльності підприємств [7].

Слід зазначити, що сфера діяльності професійних оцінювачів традиційно ділиться на предметні спеціалізації, серед яких немає такої спеціалізації, як оцінка прав на об'єкти інтелектуальної власності. Виняток з цього правила становить Україна, де оцінка прав на об'єкти інтелектуальної власності виділена в окрему спеціалізацію. У європейських країнах прийнято виділяти в якості окремої спеціалізації оцінку НМА, причому оцінка НМА завжди тісно прив'язана до оцінки бізнесу, в США взагалі оцінка бізнесу і НМА регулюються одним стандартом. Для цього є достатні підстави: єдність підходів і методології оцінки підприємства (бізнесу) і НМА. Така єдність методології при оцінці підприємства (бізнесу) і НМА характерна і для інших країн, в тому числі і України.

Наступне, але не менш важлива підстава для об'єднання оцінки підприємства (бізнесу) й оцінки НМА пов'язана зі зростанням ролі НМА у вартості підприємства. Автор "Століття розуму" Чарльз Хенді писав, що неосяжні НМА корпорації зазвичай в 3-4 рази перевищують вартість всіх її матеріальних активів. Однак Лейф Едвінссон вже в 1996 році вважав ці дані застарілими. Тоді він оцінював коливання даного показника для більшості підприємств у межах від 5:1 до 16:1. Останнім часом важливість неосяжних НМА тільки зростала. Інакше кажучи, вартість сучасних підприємств в основному визначається наявністю у них саме НМА. Разом з тим, говорити про вартість неосяжних НМА слід з обережністю, тому що неосяжні НМА багато в чому складаються з елементів, які в принципі не продаються і, отже, не мають вартості в загальноприйнятому сенсі. У всякому разі, не можна говорити про ринкову вартість неосяжних НМА. При цьому можна говорити про вартість підприємства (бізнесу), оскільки вони час від часу продаються, причому кожна угода в цій галузі дає чимало інформації для аналізу і роздумів.

Аналіз праць вітчизняних і зарубіжних фахівців свідчить про те, що все більше число дослідників вважають збільшення вартості підприємства (бізнесу) підтвердженням ефективності її діяльності. Управління, засноване на вартості, коли вартість підприємства є головним критерієм оцінки ефективності його діяльності, в літературі отримала назву «концепція управління вартістю» – Value based management (VBM). Відповідно до цієї концепції, управління підприємством, з точки зору акціонерів (інвесторів), повинно бути спрямоване на забезпечення зростання ринкової вартості підприємства і відповідно його акцій, тому що таке зростання дозволяє отримувати акціонерам (інвесторам) найбільш значимий порівняно з його іншими формами дохід від вкладень у підприємство – курсовий грошовий дохід від перепродажу всіх або частини належних їм акцій, або курсовий негрошовий дохід, що виражається в збільшенні вартості (цінності), що належать акціонерам чистих активів, а значить, і суми їх власного капіталу.

Загалом, цю концепцію необхідно розглядати як впровадження системи збалансованих показників на підприємстві, головною метою якої є максимізація економічної доданої вартості.

Ця концепція допоможе власнику (акціонеру):

- відслідковувати в динаміці зміна вартості підприємства;
- побачити які чинники впливають на зміну вартості підприємства, і відстежити величину їх впливу;
- побудувати систему прийняття оперативних рішень, ґрунтуючись на стратегічній меті – підвищення вартості підприємства;
- побудувати схему взаємопов'язаних показників, що впливають на досягнення мети;
- через «приладову панель керівника» вчасно виявляти вузькі місця (зниження темпів зміни показників і інші критичні тенденції) і своєчасно на них реагувати;
- отримати інструмент стратегічного управління;
- мати загальноприйнятий і зрозумілий інвестору показник, що характеризує ефективність роботи підприємства.

Відомо, що вартість реалізації підприємства (бізнесу) може і, як правило, сильно відрізняється від балансової вартості підприємства (особливо розрахованої за правилами вітчизняного бухгалтерського обліку). Так, у сучасних умовах підприємства купуються за ціною, що перевищує в кілька разів вартість їх основних фондів, оскільки вартість часто пов'язана не стільки з матеріальною складовою (будівлі, обладнання, транспортні засоби тощо), скільки з діловою репутацією, персоналом, результатами інтелектуальної діяльності, іміджем, торговою маркою та іншими НМА. Враховуючи такий значний розрив між вартістю компаній і вартістю їх основних фондів, необхідно визнати вплив НМА на зростання вартості підприємств

[8]. Це є підтвердженням того, що НМА є важливим чинником розвитку як окремого підприємства, так і економіки в цілому. Тому актуальними вважаються розробки методів і механізмів управління НМА в рамках діяльності конкретних підприємств.

Труднощі виникають вже на етапі ідентифікації об'єкта НМА, що підлягає оцінці. Одна з основних проблем – унікальність більшості таких об'єктів, оскільки НМА мають яскраво виражені індивідуальні якості. На відміну від оцінки нерухомості, де склався певний рівень цін за схожими об'єктами, обіг НМА на Україні поки незначний. Отже, виникає проблема нестачі необхідної для оцінки інформації про кон'юнктуру галузі. Те, що активний ринок НМА зустрічається рідко, визнають і МСФЗ.

Відповідно до концепції [9] ринкова вартість будь-якого об'єкта, що породжує дохід або грошовий потік, визначається виходячи з поточної оцінки очікуваного майбутнього грошового потоку, дисконтованого по нормі відсотка, що відображає необхідну інвестором норму прибутку для порівнянних по ризику інвестицій. При балансовій (book values) або бухгалтерській (accounting) оцінці чистий власний капітал підприємства дорівнює активи мінус зобов'язання (пасиви), або:

$$\text{Власний капітал} = \text{Активи} - \text{Зобов'язання (Пасиви)} \quad (1)$$

При ринковій оцінці в цій формулі з'являється ще один доданок – неосяжні нематеріальні активи. Неосяжні активи включають такі елементи, як цінність гарантії, страховки, ліцензії, зв'язки з клієнтами, і інші незареєстровані активи, включаючи цінність доброго імені компанії (гудвіл). Формула ринкової оцінки власного капіталу в цьому випадку виглядає так:

$$\text{ВК} = (\text{A} + \text{НМА}_6) - \text{П} = (\text{A} - \text{П}) + \text{НМА}_n \quad (2),$$

де: А - ринкова оцінка активів підприємства;

НМА₆ - ринкова оцінка нематеріальних активів, що знаходяться на балансі;

П – пасиви підприємства;

НМА_n - ринкова оцінка неосяжних (позабалансових) нематеріальних активів.

За допомогою цієї формули легко пояснити, чому фірми з негативним балансовим власним капіталом все ще сприймаються ринком як щось цінне (наприклад, неплатоспроможні депозитні інститути, кредитні організації, що знаходяться на межі банкрутства). Причина в тому, що негативний балансовий власний капітал компенсується цінністю нематеріальних активів. Облік вартості за стандартами МСФЗ кілька вирівнює цю картину.

Якщо балансова оцінка власного капіталу та його ринкова вартість відрізняються, то повинен існувати прихований, або позабалансовий капітал.

Прихований капітал має два джерела:

✓ Різницю між ринковою і балансовою вартістю активів;

✓ Неврахування позабалансових НМА, які відповідно до загальноприйнятих принципів і правил бухгалтерського обліку не підлягають внесенню на баланс.

Якби система бухгалтерських оцінок передбачала формальний облік позабалансових статей, прихований капітал не існував би. Тому важливо виявити ті нематеріальні активи, які з якихось причин не можуть бути враховані в бухгалтерському обліку (балансі) підприємства, але роблять істотний вплив на формування власного капіталу підприємства, підвищуючи тим самим його ринкову вартість. Для цього необхідно проаналізувати діяльність самого підприємства, його становище на ринку, виявити в процесі цього аналізу максимально можливу кількість зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на формування і зростання вартості підприємства [9].

Оскільки факторів, що впливають на вартість підприємства, дуже багато, пропонується всі фактори розділити на дві групи: монетарні і немонетарні. Можна припустити, що монетарні фактори, так чи інакше, враховуються фінансовими документами: звітом про прибутки і збитки, звітом про зміни капіталу, звітом про рух

грошових коштів та всі надходження і відрахування фіксуються річним бухгалтерським балансом. Якщо звернутися до формули (1) то вплив монетарних факторів на вартість підприємства можна розглядати як різницю (А - П), що, власне, і передбачає метод власного матеріального балансового капіталу.

У групі немонетарних факторів, які складно або неможливо врахувати на балансі, то всі фактори мають різний характер. Однак вплив цих факторів на вартість підприємства є досить суттєвим. Наприклад, складно виміряти задоволеність співробітників, але вона впливає на відповідальне ставлення працівників до виробничого процесу. Чим більше відповідальність, тим менше прогулів, менше псується устаткування через недогляд персоналу, знижується рівень браку, збільшується продуктивність праці. Якщо працівник має матеріальну зацікавленість у результатах своєї праці, то це не тільки дисциплінує його діяльність на робочому місці, але і стимулює самостійно вирішувати проблеми, шукати цікаві оптимізаційні рішення, проявляти творчу ініціативу з метою покращити результатів своєї роботи. Все це, в кінцевому рахунку, впливає на ефективність діяльності підприємства, а значить і на ринкову вартість підприємства.

Тому дану групу факторів можна позначити як другий доданок у формулі (2) - НМА. Але такі фактори, крім того, що вони мають різний характер, також складаються з різних видів діяльності підприємства. Одні формуються в процесі діяльності персоналу, інші в результаті ефективної діяльності підприємства на ринку (наприклад, перспективні і довгострокові відносини з клієнтами, і прихильність (loyalty) покупців) тощо. Для того, щоб кожне підприємство могло найбільш повно і точно виділити такі фактори у своїй діяльності необхідно застосувати процесно-орієнтований підхід, про який було сказано вище. З урахуванням формули (2) математично розрахунок вартості підприємства можна записати наступним чином:

$$BK = (A - П) + \sum HMA_i \quad (3)$$

де: $\sum HMA_i$ - сума неосяжних (позабалансових) нематеріальних активів.

Суттєва складність використання цього методу полягає в тому, що активи і пасиви мають вартісну оцінку, а немонетарні фактори мають інші різні складові, які не можуть бути з різних причин виражені через вартісну складову. Тобто мається необхідність приведення різних за природою факторів до єдиної складової. Рішенням в даній ситуації може бути приведення всіх доданків формули (3) до єдиної складової, вираженої в темпах зростання показників.

Для того щоб врахувати всі ті різноманітні фактори, які впливають на вартість підприємства, можна скористатися «методом створення математичної моделі оцінки вартості підприємства шляхом побудови аналога множинної (багатофакторної) регресії» [10]. В якості модельованого показника розглядається вартість підприємства, який приймається як інтегральний показник при оцінці ефективності діяльності підприємства. Безліч факторів, що впливають на модельований показник – це сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів діяльності підприємства. Мета розробки факторної моделі вартості підприємства з урахуванням впливу НМА – виявити ступінь впливу кожного з факторів діяльності підприємства на вартість підприємства, щоб надалі можна було впливати на більш значимі з них для підвищення ринкової вартості підприємства.

Таким чином, методика визначення вартості підприємства складається з таких етапів:

1. Аналіз діяльності підприємства та виділення ряду бізнес-процесів.
2. Визначення зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на вартість підприємства.
3. Групування факторів на монетарні і немонетарні.
4. Коригування кожного активу балансу з урахуванням їх ринкової вартості.
5. Виявлення значимих змінних і формування статистичних таблиць.

6. Визначення чисельних значень вагомості кожного відібраного фактора (коефіцієнтів регресії).

7. Формування економіко-математичного рівняння для оцінки вартості підприємства на основі множинної (багатофакторної) регресії.

8. Оцінка статистичної значущості вибірки та достовірності отриманих параметрів моделі.

Запропонований принцип моделювання оцінки підприємства на основі аналога множинної (багатофакторної) регресії дозволяє прогнозувати з достатнім ступенем точності вартість підприємства (бізнесу) при відомих вхідних параметрах, не вдаючись до рутинної роботи зі збору та класифікації інформації, трудомістким розрахунками.

Враховуючи вищевикладене, хотілося б підкреслити переваги запропонованого методу:

1. Інтегральний модельований показник дозволяє оцінити як ефективність діяльності підприємства в цілому, так і дозволяє оцінити внесок кожної складової в процес досягнення цілей підприємства.

2. Розрахунок вартості підприємства є універсальним і може бути використаний як для великих підприємств (наприклад, холдингових компаній, які управляють різногалузевими підприємствами і кожне окреме самостійне підприємство розглядається як бізнес-одиниця), так і для порівняно невеликих підприємств, які діяльність своїх окремі підрозділів компанії розглядають як набір бізнес-процесів (наприклад, маркетингове, інформаційне, постачальне тощо). Крім того, даний метод розрахунку вартості підприємства може застосовуватись для підприємств, що діють в різних галузях народного господарства.

3. Підприємство саме визначає свій набір бізнес-процесів і ті фактори, які можуть впливати на вартість підприємства. Перелік факторів у кожному випадку може бути максимально повним – все залежить від того, скільки бізнес-процесів в діяльності підприємства, а так само, скільки факторів по кожному бізнес-процесу вибирається для розгляду.

4. При розрахунку використовуються достовірні дані бухгалтерського звіту та статистичні дані діяльності підприємства. Не застосовуються нові визначення і показники. Не використовуються приблизні оцінки, «експертні методи», які є досить суб'єктивними і умовними.

5. Доступність методу визначення ринкової вартості підприємства обумовлюється тим, що він базується на простому методі власного матеріального балансового капіталу, скоригованого з урахуванням ринкової оцінки активів, найбільш реалістичному, що ґрунтується на реальних вихідних даних, взятих з балансу підприємства. Крім того, для оцінки кожного активу підприємства можуть використовуватися всі існуючі підходи оцінки вартості.

Однак слід зазначити, що недоліки у цього методу також присутні. По-перше, для оцінки вартості підприємства (ринкової оцінки власного капіталу) необхідно провести коригування всіх активів за ринковою вартістю. Здійснення цієї процедури вимагає трудових, часових і грошових витрат. По-друге, аналіз діяльності підприємства, виявлення факторів, що впливають на його вартість, також вимагає зусиль, часу та фінансування. Крім того існує ризик, використовуючи дані бухгалтерського і фінансового обліку, враховувати недостовірні дані, оскільки часто підприємства спотворюють реальні показники своєї діяльності для того, щоб зменшити податкові відрахування.

В цілому ж застосування запропонованого методу визначення вартості підприємства (бізнесу) дозволяє підприємствам істотно підвищити ринкову оцінку власного капіталу за рахунок включення НМА, що не враховуються на балансі підприємства.

Згідно проведеного аналізу можна зробити наступні **ВИСНОВКИ**:

• Вплив НМА на вартість підприємства (бізнесу) на сучасному етапі відбувається з урахуванням як НМА, що враховані на балансі, так і неосяжних (позабалансових) нематеріальних активів. Одні з них пов'язані з монетарною складовою, інші – немонетарною. Важливо відмітити, що активи і пасиви мають вартісну оцінку, а немонетарні фактори не можуть бути з різних причин виражені через вартісну складову.

• Глибоке комплексне вивчення проблем впливу НМА на вартість підприємства (бізнесу) можливе тільки при поєднанні як балансових, так і позабалансових НМА підприємства.

Література

1. Drucker P.F. *Post-Capitalist Society*. / Drucker P.F. – Oxford Butterworth: Heinemann, 1993.

2. Козырев А.Н. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов / Козырев А.Н. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/value/intangibles_and_intel_2.shtml.

3. *Международные стандарты финансовой отчетности*. – М. : Аскери-АССА, 2008.

4. Kossovsky N. Fair value of intellectual property (An options-based valuation of nearly 8,000 intellectual property assets / Kossovsky N. // *Journal of Intellectual Capital*. Vol.3. No.1, 2002, pp. 62-70.

5. Офіційний сайт Американського товариства оцінювачів: http://www.appraisers.org/Libraries/BV_Discipline/2009_BV_Standards.sflb.ashx.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», Наказ Міністерства України №242 від 18.10.1999р.

7. Бригхэм Юджин Ф. Энциклопедия финансового менеджмента: сокр. пер. с англ. / Бригхэм Юджин Ф.; ред. кол. : А.М. Емельянов, В.В. Воров, В.И. Кушлин и др. – 5-е изд. – М. : РАГС, ОАО Изд-во "Экономика", 1998. – 923с.

8. Нематериальные активы как важнейший резерв роста капитализации компаний (на примере рыночных активов) / Аналитический обзор, подгот. В. А. Смирновой. – Москва, 2006.

9. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А. Г. Грязновой, М. А. Федотовой. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 512с.

10. Сарилова О.А. Оценка влияния нематериальных активов на стоимость региональных предприятий / Сарилова О.А. // «Вопросы экономики и менеджмента» – Новосибирск : Изд-во «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. – С. 79–86.