

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЯК НОВИЙ ВИМІР УСПІХУ КОМПАНІЇ

Єременко Андрій, к.е.н., докторант
ДННУ «Академія фінансового управління»
м. Київ, Україна

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-6177-838X>
andreyy@ukr.net

Цінність бізнесу складається з двох елементів: матеріальної та нематеріальної цінності. Матеріальні активи – це такі матеріальні предмети, як інвентар, матеріально-технічне обладнання, транспортні засоби або будь-що, що використовується для розробки продукту чи послуг, які продає компанія. Те, що залишилося, нематеріальне. Ці активи можуть значно підвищити вартість бізнесу. Нематеріальні активи – це довгострокові активи компанії, які не мають матеріальної складової. Нематеріальні активи часто мають форму авторських прав, гудвілу, угод про неконкуренцію, патентів тощо. З 31,5 мільйона підприємств, які зараз працюють у США, більшість не усвідомлюють вартості своїх нематеріальних активів. Однак розвиток цих нематеріальних активів має важливе значення для довгострокового життя бізнесу. Сім із десяти нових компаній існують лише близько двох років, і, насамперед, у зв'язку з відсутністю розуміння значущості нематеріальних активів. Оцінювання компанії включає як матеріальні, так і нематеріальні активи, що впливають на максимізацію вартості бізнесу. Тут слід зауважити, що нематеріальні активи мають цінність, лише якщо вони генерують грошовий потік. Оскільки грошові потоки визначають вартість, вони включаються в кінцеву вартість, а не на додаток до неї [1].

Останніми роками відбулася зміна парадигми того, як створюється та вимірюється вартість у світі бізнесу. Сьогодні нематеріальні активи відіграють вирішальну роль у керуванні фінансовими показниками компанії та її ринковою оцінкою. Зростаюче домінування цифрової економіки, глобалізація та швидкий технологічний прогрес підвищили важливість нематеріальних активів. Компанії з великим портфелем нематеріальних активів часто володіють більшою стійкістю, інноваційними можливостями та ринковою позицією, що дозволяє їм перевершувати конкурентів у довгостроковій перспективі. Ці активи забезпечують основу для сталого зростання та прибутковості. Тепер інвестори та зацікавлені сторони визнають важливість нематеріальних активів і враховують їх, оцінюючи потенціал компанії для майбутнього успіху. Крім того, вартість нематеріальних активів виходить за межі фінансових показників. Вони сприяють загальній репутації компанії, іміджу бренду та сприйняттю клієнтів. Компанії з потужним портфелем нематеріальних активів часто розглядаються як лідери галузі, які залучають найкращі таланти, стратегічні партнерства та інвестиційні можливості. Підсумовуючи, нематеріальні активи є основою цінності компанії в сучасній економіці. Вони охоплюють інтелектуальну власність, впізнаваність бренду, відносини з клієнтами та програмні системи. Розуміння та використання цих активів може сприяти конкурентним перевагам компанії, інноваційним можливостям і довгостроковому успіху. Оскільки бізнес-ландшафт продовжує розвиватися, нематеріальні активи залишатимуться критичним фактором у визначенні потенціалу зростання та позиції компанії на ринку [2].

Щоб отримати максимальну віддачу від нематеріальних активів, важливо ефективно ними управляти. Якщо належним чином керувати нематеріальними активами, вони можуть зрости в ціні. Незважаючи на це, може бути важко оцінити, як збільшується або змінюється вартість нематеріальних активів. Компанії часто приділяють значну увагу управлінню брендом, особливо якщо бренд добре зарекомендував себе та добре впізнається. Управління брендом передбачає забезпечення того, щоб бренд справляв позитивне враження всією своєю публічною та внутрішньою діяльністю. Підприємства можуть змінювати або адаптувати свій бренд, щоб реагувати на тенденції клієнтів і мінливі ринки. Управління відносинами з клієнтами є ще одним важливим аспектом управління нематеріальними активами для багатьох компаній. Збір інформації про клієнтів, наприклад за допомогою схем лояльності або профілів облікових записів, може допомогти компаніям контролювати та керувати своїми відно-

синами з клієнтами. Незалежно від характеру нематеріального активу, є деякі кроки, які компанії можуть зробити для ефективного управління ним. Встановлення ключових показників ефективності (KPI) для нематеріальних активів допомагає виміряти їх ефективність і вартість. Корисно включати як фінансові, так і нефінансові KPI. Найкорисніші KPI залежать від активу та галузі. Наприклад, KPI для патенту можуть включати дату закінчення терміну дії, дохід, який приносить володіння патентом, і дохід, який приносять будь-які виплати роялті. Для відносин з клієнтами корисні KPI можуть включати середній дохід, який генерує кожен клієнт, і те, як часто вони роблять покупки. Регулярна оцінка загальної вартості нематеріальних активів компанії та відстеження її протягом певного періоду також є корисною стратегією управління нематеріальними активами. Річні оцінки є поширеним способом оцінки їх вартості. Моніторинг додаткових прибутків є важливою частиною цієї оцінки, щоб зрозуміти цінність активу протягом певного періоду часу. Спостереження за тим, як змінюється вартість нематеріальних активів з часом, може полегшити керування активом і встановлення відповідних KPI [3].

Нематеріальні активи забезпечують конкурентні переваги, інновації та економічне зростання. Для компаній вони створюють довгострокову цінність шляхом створення ринкової ніші, збільшення доходу та прибутковості. Наприклад, впізнаваність бренду компанії може передати клієнтам якість і надійність. Як наслідок, ці нематеріальні активи сприяють збільшенню продажів і можуть викликати підвищення цін. Останні оцінки Brand Finance, використані в Глобальному індексі інновацій (GII), показують, що глобальна вартість нематеріальних активів стрімко зростала протягом останніх 25 років і досягла приблизно 62 трильйонів доларів США в 2023 році. Економіка США є найбільшою за кількістю нематеріальних активів (Apple лідирує серед найбільш багатих на нематеріальні активи компаній), далі йдуть Ірландія, Данія, Великобританія та Франція. Структура активів, якими володіють компанії, відображає цю фундаментальну зміну: нематеріальні активи становлять близько 90% вартості компаній у S&P 500. Відповідно до Всесвітнього звіту BOIV про інтелектуальну власність (2017), інтелектуальна власність та інші нематеріальні активи становлять у середньому вдвічі більшу цінність, ніж матеріальний капітал, для продуктів, які виробляються та продаються вздовж ланцюжків доданої вартості [4].

Таким чином, нематеріальні активи стають все більш важливими в сучасній економіці, змінюючи те, як бізнес працює та продає свої товари чи послуги. Розуміння цих нематеріальних активів та їхньої вартості має вирішальне значення для компаній, які прагнуть отримати конкурентну перевагу та підтримувати довгострокову стійкість. Успішні компанії повинні перевершити галузеві тенденції продуктивності та зростання, інакше вони будуть витіснені з ринку. Нематеріальні активи можуть відігравати центральну роль у сприянні зростанню компанії. Більші компанії мають більші можливості, тому їм легше інвестувати в нематеріальні активи, отримуючи вигоду від синергії та потенційно здобуваючи більшу частку ринку. З іншого боку, менші компанії з меншою ймовірністю інвестуватимуть у нематеріальні активи через брак інформації чи коштів. Вони не можуть скористатися перевагами нематеріальних активів, щоб ефективно конкурувати з більшими компаніями у своїй галузі.

Література:

1. Intangible Assets: What They Are and How They Can Add Value to Your Business. URL: https://www.linkedin.com/pulse/intangible-assets-what-how-can-add-pkp6c?trk=organization_guest_main-feed-card_feed-article-content
2. The Rise of Intangible Assets: Exploring the Value of Assets without Physical Substance. URL: <https://etonvs.com/goodwill-impairment/assets-without-physical-substance/>
3. What are intangible assets and why are they important? URL: <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/intangible-assets>
4. Intangible Assets and Intellectual Property. URL: <https://www.wipo.int/web/intangible-assets>