УДК 336.66
JEL G 39

Литвиненко Т.М., к.е.н., доцент,
КНУ імені Тараса Шевченка

НЕМАТЕРІАЛЬНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Доведено, що в сучасній економіці зростає значення нематеріальних факторів генерування вартості підприємства. Наведена характеристика цих чинників. Запропоновані підходи до управління впливом нематеріальних чинників.

Ключові слова. *Вартість підприємства, нематеріальні активи, організаційний капітал, клієнтський капітал.*

Постановка проблеми. В наукових колах та серед практиків останнім часом сформувався значний інтерес до питань, пов'язаних з визначенням вартості підприємств, до вартісно-орієнтованого управління. В цьому контексті важливого значення набуває вивчення окремих чинників та складових, що визначають вартість підприємства, адже процес управління вартістю має на меті підвищення її, для чого потрібно знати, яке значення має кожен окремий чинник в обґрунтуванні управлінських рішень в той чи інший період розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам вартості підприємства присвячена значна кількість наукових праць як вітчизняних та зарубіжних науковців. Серед праць, на які спирається автор в даному дослідженні, слід виділити працю Т. Говорушко, Н. Обушної, Я. Ровного, в якій вдосконалені підходи до класифікації факторів, що формують вартість підприємства[1], О. Мендрула [2], у роботах якого зроблено акцент лише на фінансові аспекти вартості підприємства. С. Гринкевич стверджує, що на ринкову вартість підприємства впливають дещо інші чинники: величина грошових потоків; ризики й альтернативна вартість капіталу; прогнозований темп зростання бізнесу (зростання грошових потоків) в післяпрогнозному періоді; величина інвестованого в підприємство капіталу [3]. П. Круш та С. Поліщук пропонують враховувати фактори як мікро-, так і макросередовища, при цьому поділяючи їх на такі групи: попит; дохід, який може отримати власник; час отримання доходів; ступінь контролю, що одержує новий власник; ступінь ліквідності майна; бмеження, що має бізнес [4].

В інших працях, зокрема [5] наголошується на необхідності запровадження процесу управління вартістю підприємства, для чого потрібно враховувати фактори впливу, поділяючи їх на зовнішні, що виникають незалежно від волевиявлення менеджменту підприємства, та внутрішні фактори, пов'язані з діями менеджменту, галузевою специфікою самого підприємства. До зовнішніх факторів відносять рівень конкуренції в галузі, надійність постачальників, нормативні акти, що видаються державою, загальноекономічну ситуацію в країні. Внутрішні фактори включають зокрема цінову політику підприємства, стан виробничих потужностей та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених проблемам вартісно-орієнтованого управління, багато проблем потребують дослідження, серед яких виявлення нематеріальних чинників вартості та визначення механізму їх впливу на динаміку вартості.

Мета статті – ідентифікація нематеріальних чинників вартості, формулювання концептуальних підходів до визначення їх впливу на вартість підприємства для інформаційно-методичного забезпечення управління вартістю підприємства.

Результати дослідження. Концепція управління підприємством, що базується на контролі за вартістю ((Value-Based Management, VBM), спрямована на якісне вдосконалення стратегічних та оперативних рішень на всіх рівнях організації за рахунок концентрації та узгодження зусиль всіх осіб, що розробляють рішення, на ключових факторах вартості. Головною метою такого управління є максимізація вартості компанії, яка визначається її дисконтованими майбутніми грошовими потоками, що можливе лише тоді, коли компанії отимують таку віддачу від інвестованого капіталу, котора перевищує затрати на залучення капіталу[6]. Одним з основних елементів побудови системи VBM є виявлення ключових чинників вартості. Ідентифікація таких факторів дуже важлива, тому що менеджмент підприємства не може впливати безпосередньо на вартість, а повинен зосередити свою увагу на стратегічній та оперативній діятельності, що буде визначати вартість. Не можна не погодитись з думкою С. А. Казанцевої: «визначення факторів вартості може виявитися для підприємства важким процесом, оскільки це потребує індивідуального розгляду кожного виробничого рівня. А системи звітності підприємств не пристосовані для того, щоб забезпечувати потрібну для виявлення факторів вартості інформацію. За допомогою аналітичних даних, заснованих лише на інформації звітностей усіх рівнів підприємства, не можна визначати достатню кількість ключових факторів вартості»[7]. До того ж слід враховувати, що сучасні тенденції енергоефективності та зниження матеріаломісткості виробництва зумовлюють зменшення впливу матеріально-технічних складових вартості на її загальну величину. Зростання вартості підприємств в сучасних умовах спостерігається при зменшенні величини матеріальних активів. На вартість підприємства впливає не лише величина та склад активів, а й багато інших чинників, або факторів.

В публікаціях, присвячених проблемам вартісноорієнтованого управління, немає чіткого розмежування понять «складові елементи вартості» та «чинники» вартості, хоча вони не співпадають. Врахування значення філософських категорій причинно-наслідкового зв'язку, дозволяє точніше виокремити ці поняття, оскільки виникнення будь-якого явища зумовлено чимось іншим, фактором чи факторами, які породжують його. Явище, дія якого приводить до виникнення нового явища, називається причиною. Те саме явище, що виникає під впливом причини, називається наслідком [8]. В даному випадку вартість, її складові є наслідком, а фактори вартості – причиною. Велика увага в сучасній науковій літературі приділяється інтелектуальному капіталу, який називають і чинником і складовою вартості підприємства. Складність розмежування зумовлена тим, що немає критеріїв їх розмежування. Якщо виходити з того, що капітал – це вартість, що зростає, тоді інтелектуальний капітал – це грошове вираження результатів інтелектуальної праці (товарні знаки, патенти, ліцензії і т.ін.) інвестиції в які забезпечують зростання вартості. Факторами формування інтелектуального капіталу можемо назвати рівень кваліфікації робочої сили, рівень освіти в країні, розвиток науково-технічної творчості працівників, стимулювання процесу підвищення кваліфікації і т.ін.

Між причиною і наслідком існує такий діалектичний взаємозв'язок: 1)причина у часі випереджає наслідок. Наслідок не виникає раніше за дію причини. Але це не означає, що будь-яке явище, яке передує наступному, перебуває з ним у причинному зв'язку (ніч передує ранку, але вона не є причиною ранку); 2)причина, за певних умов, обов'язково породжує наслідок або декілька наслідків. Причина і наслідок пов'язані так, що якщо з'являється причина і достатні умови, неминуче виникає і наслідок; 3) причина і наслідок взаємодіють між собою. У цій взаємодії активна не тільки причина, але і наслідок. Він здійснює зворотний вплив на причину. Наприклад, зростання вартості підприємства відкриває можливості для збільшення інвестицій у вдосконалення виробничої діяльності, що спричинює зміну активів як складових вартості; 4) одне й те саме явище, з одного боку, виступає як причина, а з другого - як наслідок. Наприклад,продовжуючи приклад з інвестиціями, динаміка інвестицій та вартості створює причинно-наслідковий ланцюг явищ; 5) на взаємодію причини і наслідку впливають відповідні умови. Умови - це такі явища, які необхідні для виникнення певної події, але самі по собі її не зумовлюють. Серед умов можуть бути такі, які сприяють виникненню наслідку, а можуть бути й такі, що запобігають діям причини. Серед таких умов можна назвати інвестиційний клімат в країні; 6) причину не слід ототожнювати з приводом. Привід - це подія, яка безпосередньо передує іншій події, робить можливим її виникнення, але не породжує і не визначає її. Привід швидше провокує дію, ніж створює її.

Поняття причинно-наслідкового зв'язку виконує важливу методологічну функцію. Знаючи причини і умови, за яких виникає певний наслідок, людина не тільки передбачає виникнення його, але й здатна породжувати той наслідок, що для неї більш необхідний. Це дозволяє людині пізнати минуле і передбачити майбутнє[8]. В нашому випадку ці філософські поняття причини й наслідку важливі для того, щоб зрозуміти важливість виявлення факторів (причин) зростання чи зменшення вартості підприємств для того, щоб можна було побудувати таку систему управління підприємством, яка забезпечуватиме зростання вартості.

Спостереження за вартістю підприємств в кінці XX сторіччя та початку XXI свідчить про суттєвий розрив між вартістю підприємств, зафіксованою в фінансовій звітності, й оцінкою цієї вартості з боку інвесторів. В американських корпорациях за період з 1973 р. по 1993 р. середнє співвідношення між ринковою та бухгалтерською вартістю зросло з 0,82 до 1,692. Відповідно до цих даних за 1992 р., в балансі середньостатистичної американської компанії не знаходило відображення близько 40% її ринкової вартості [9].

Подібна ситуація з часом набуває все більшого поширення. В компанії Нетскейп, власні активи якої складають 17 млн. дол., а працює в компанії трохи більше 50 співробітників, ринкова ціна на початку 1997 р. складала майже 3 млрд. дол. Ці факти свідчать, що фактичною основою ринкової ціни компаній стають не лише матеріальні активи, а й інші, нематеріальні, серед яких науковці виділяють інтелектуальний капітал, який включає людський капітал (human capital) и структурний капітал (structural capital). Кожен з цих елементів порождений людськими знаннями, й саме їх сукупність визначає приховані джерела цінностей, які надають компанії нетрадиційно високої ринкової вартості [10].

Сучасніші дослідження також засвідчують, що ринкова вартість найбільших світових компаній впродовж кількох десятиліть суттєво перевищує їх балансову вартість, зокрема протягом 2011–2012 рр. ріст ринкової вартості фірм, відомих під брендами «Apple» сягнув майже 90 % (282,4 млрд. дол.), «IBM» – більше 50 % (81,1 млрд. дол.),«Intel» – майже 20 % (22,9 млрд. дол.), «Coca-Cola» – більше 15 % (22,9 млрд. дол.), «Microsoft» – 8 % (20,3 млрд. дол.). Водночас, для низки деяких інших компаній протягом аналізованого періоду помітним було зниження їх ринкової вартості, зокрема найбільшим значення даного показника фіксувалось для «Hewlett-Packard» – 60 % (73,2 млрд. дол.), «General Electric» – більше 35 % (117,2 млрд. дол.), «Google» – 147,66 млрд. дол., «McDonalds» – 62,32 млрд. дол., «Walt Disney» – 61,03 млрд. дол.[11, с.9-10].

Розрив між ринковою та балансовою вартістю важливо враховувати для того, щоб можна було прогнозувати та якомога точніше визначати зміни вартості підприємства. Визначення вартості сучасного підприємства потребує врахування не лише традиційних, матеріальних, ще їх можна назвати балансових складових, а й нематеріальних. До перших відносяться необоротні та оборотні активи, методика врахування їх впливу базується на використанні фінансової звітності підприємства. До нематеріальних складових відносяться позабалансові, склад яких потребує ідентифікації, адже саме вони в сучасній економіці генерують найбільшу частку вартості підприємства. Термін «нематеріальні активи» («Intangible Assets») став використовуватись в науковій літературі в 80-тих роках [11, с.13].

Про зростання значення нематеріальних показників діяльності підприємства порівняно з фінансовими зазначалось і в інших працях (Роберт Каплан і Томас Джонсон). В сучасних умовах існує велика кількість публікацій, які досліджують різноманітні аспекти впливу нематеріальних чинників на діяльність підприємства. Проте різноманітність та багатоаспектність цих чинників ускладнюють їх дослідження, про що свідчить наявність різних підходів до визначення структури нематеріальних чинників впливу на діяльність підприємства і на його вартість.

Складність їх виявлення зумовлена тим, що ще потрібно всі їх виявити, а ще більш важливо те, що вони мають обмежені можливості формалізації оцінювання їх впливу на динаміку вартості підприємств. Нематеріальні активи невидимі, проте вони становлять значну цінність для підприємства. Їх складно оцінити, найточніше їх вартість виявляється в процесі продажу підприємства, хоча їх можна відображати в балансі та піддавати кількісній оцінці. Оцінка й відображення в балансі нематеріальних активів здійснюється, якщо придбані або отримані нематеріальні активи мають імовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов’язаних з їх використанням, а також їх вартість може бути достовірно визначена. Стандартами бухгалтерського обліку встановлюються критерії визнання нематеріальних активів, способи їх оцінки, які визначаються обставинами їх появи: створення, придбання, отримання, склад витрат, які включені до їх вартості. Нематеріальні активи є об’єктами власності, прикладами об'єктів, які включають у ці широкі поняття, є комп'ютерне програмне забезпечення, патенти, авторські права, кінофільми, переліки клієнтів, права на іпотечне обслуговування, ліцензії [12]. Частка нематеріальних активів у балансі промислових підприємств і в цілому по економіці України незначна – менше 1% [13, с.205]. Ці дані свідчать не стільки про те, вітчизняні підприємства не повністю відображають в балансі

нематеріальні активи, скільки про їх справжню незначну частку і неналежну до них увагу, нерозуміння їх значення для генерування вартості підприємства.

Для вивчення їх впливу на вартість підприємства слід вести мову не лише про нематеріальні активи як складові його вартості, а й про нематеріальні чинники вартості, які спричинюють зростання перших та вартості підприємства в цілому. В суспільстві знань провідним чинником зростання добробуту людей та зміцнення конкурентного становища підприємств стають саме знання, а не природні чи матеріальні ресурси. Всесвітньовідомий класик сучасного менеджменту П. Друкер з цього приводу зазначав, що знання стало ключовим економічним ресурсом і домінантою і, можливо, навіть єдиним джерелом конкурентної переваги[14]. Виходить, що джерелом успіху власників підприємства стає ресурс, яким вони не можуть володіти.

Аналізуючи дослідження нематеріальних чинників та нематеріальних активів в сучасній літературі, слід зазначити, що вони не розмежовуються. Невидимими, нематеріальними факторами вартості підприємства дослідники називають[15]: відносини зі споживачами; організацію бізнес-процесів; знання та досвід персоналу підприємства, імідж підприємства; споживчий капітал (система довгострокових довірчих та взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами), організаційний капітал, репутаційний капітал. Також до складу нематеріальних чинників відносять ще й організаційну культуру, лояльність споживачів, інноваційну діяльність підприємства[16]. Елементами нематеріальних чинників вартості вважають і рівень корпоративного управління, прозорість та відкритість інформації, вплив на довкілля[17, с.212].

Критично аналізуючи підходи, визначимо, що нематеріальними складовими вартості підприємства є інтелектуальний капітал, організаційний капітал, споживчий капітал, суспільний капітал. Формують інтелектуальний капітал нематеріальні чинники, які характеризують персонал підприємства: стаж роботи на підприємстві; кваліфікація персоналу (рівень освіти, розряду); середній вік працівників; плинність персоналу; кількість раціоналізаторських пропозицій; кількість інновацій, запроваджених на підприємстві; кількість патентів та ін. Інтелектуальний капітал підприємства визначають знання професійно-виробничого та управлінського характеру.

Організаційний капітал формується під впливом таких нематеріальних чинників, як: темпи зменшення часу на виконання однієї технологічної операції; середня тривалість часу на прийняття управлінського рішення; стабільність постачання ресурсів; ритмічність виробництва; комп'ютеризація виробництва і т.ін.

Відносини зі споживачами як клієнтський капітал може бути описаний чинниками та виміряний показниками, які визначають цінність продуктів для споживача. До них відносяться частка ринку, індекс задоволення споживачів, рівень лояльності споживачів, частка приросту нових споживачів, темпи розвитку ринку, кількість втрачених споживачів тощо.

Суспільний репутаційний капітал формується брендом, рейтингом підприємства, оприлюдненням нефінансової звітності та іншими заходами, що розкривають соціально відповідальне ведення бізнесу.

Нематеріальні чинники, як і нематеріальні активи самі по собі не можуть створювати вартість підприємства. Визначення нематеріальних складових капіталу підприємства та чинників, що їх визначають, необхідно для інформаційного забезпечення процесу

управління нематеріальними чинниками вартості, адже величина вартості підприємства цікавить багатьох і внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів.

Управління нематеріальними чинниками вартості являю собою процес розроблення рішень з виявлення, планування, формування та використання нематеріальних чинників та їх впливу на нематеріальні активи процесі діяльності підприємства з метою збільшення вартості підприємства. Управління зростанням вартості підприємства на основі використання нематеріальних чинників може відбуватися в такій послідовності:

1) формування цілей зростання вартості підприємства та узгодження завдання зростання вартості підприємства з загальнокорпоративними цілями розвитку підприємства;

2) виявлення спектру нематеріальних чинників та визначення рівня їх розвитку, що сприятиме виявленню можливостей їх внеску в зростання ринкової вартості. При виявленні чинників впливу на підприємство важливо враховувати їх вплив не лише на підприємство, яке формує свою систему управління , а й виявляти вплив цих чинників на конкурентів, як це справедливо наголошується науковцями [18]. Доцільно згрупувати їх за змістом та проранжувати за ступенем доступності для використання;

3) узгодження взаємодії матеріальних (балансових) та нематеріальних чинників вартості та розроблення стратегії узгодженого застосування всіх чинників;

4) розроблення комплексу заходів щодо забезпечення розвитку нематеріальних чинників в потрібному руслі, що передбачає створення необхідного матеріального, фінансового, кадрового та інформаційного забезпечення використання можливостей всіх задіяних груп нематеріальних чинників;

5) впровадження розроблених заходів, які забезпечуватимуть зростання вартості компанії;

6) контролювання та корегування процесу розвитку нематеріальних чинників – найвідповідальніший етап, який передбачає нагляд за реалізацією стратегії, і у разі «збоїв», коригування попередніх етапів.

Управління впливом нематеріальних чинників з метою зростання вартості підприємства означає розвиток цих чинників в потрібному для підприємства напрямі і має циклічний характер, оскільки досягнення поставлених цілей потребує розроблення нових пріоритетних орієнтирів, до яких прямуватиме підприємство.

Для забезпечення розвитку інтелектуального капіталу, слід враховувати, що, такі його елементи, як патенти, ліцензії, авторське право тощо підприємства можуть придбати або створити власними силами за рахунок вкладення коштів за доволі короткий термін. Проте таким його елементам, як людські ресурси, потрібно приділяти значно більше уваги та часу, вкладати значні кошти, застосовувати успішний менеджмент, хоча не завжди витраченні зусилля дають бажаний результат. Їх розвиток передбачатиме впровадження системи матеріального та морального стимулювання, зниження небажаної плинності кадрів, оновлення кадрів, організацію процесів навчання та стимулювання самонавчання тощо. Як результат: зросте інтелектуальний актив організації у вигляді інтелектуальних здібностей, досвіду та компетенції працівників, володіння знаннями, та здатність генерувати ідеї.

Клієнтські та репутаційні елементи нематеріальних чинників передбачають впровадження системи маркетингової підтримки у вигляді реклами, участі у

конференціях та ярмарках, вдосконалення процесу ціноутворення, створення сприятливого іміджу підприємства, налагодження взаємовідносин із споживачами, постачальниками, державними органами влади, контактними аудиторіями. Результат цих зусиль - відома торгова марка, бренд, імідж та репутація, надійний контингент споживачів, взаємовідносини з контрагентами ринку, інтеграція з постачальниками, створення дочірніх підприємств тощо.

Висновок. Нематеріальні чинники вартості підприємства сприяють підвищенню результативності управління підприємством в сучасних умовах, адже зміни, які відбуваються в сучасному постіндустріальному суспільстві, здійснюють чи не найбільший вплив на вартість підприємства. Виокремлення цих чинників стимулює створення методики оцінювання їх впливу на вартість підприємства. Також важливо наголосити на важливості виокремлення нематеріальних чинників як особливого об'єкту управління.

Орієнтація на показник вартості підприємства з врахуванням впливу нематеріальних чинників потребує розвитку нового економічного мислення у керівників підприємства різного рівня управління, тому що, виконуючи свої посадові виробничі, маркетингові, збутові, постачальницькі обов'язки кожен керівник змушений визначати результати своєї діяльності, орієнтуючись на зростання вартості підприємства. При цьому важливо усвідомлювати, що зміна типу мислення керівників потребує часу для адаптування до нових інструментів планування.

Водночас уваги дослідників заслуговує також і проблема взаємовпливу матеріальних та нематеріальних чинників, які генерують вартість підприємства.

Література.

1. Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Вип. 36 / Голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – с. 32-41.
2. Мендрул О. Управління вартістю підприємств: [Текст] : [монографія] / О. Мендрул. –К.: КНЕУ, 2002. – 272 с.
3. Гринкевич С. Управління ринковою вартістю підприємства / С. Гринкевич, І. Ониськів // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. − Вип. 20.1. – С. 187-190.
4. Круш П.В. Оцінка бізнесу: навч. посібн. / П.В. Круш, С.В. Поліщук. – К.:Центр навч. літ-ри, 2004. – 264 с.
5. Маренков В. Концепция управления стоимостью. [Электронный ресурс] / В. Маренков, В. Демшин // Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/valman_concept.shtml.
6. Степанов Д.В. Интеллектуальный капитал, сбалансированная система показателей и экономическая добавленная стоимость в системе управления, нацеленной на создание стоимости. [Электронный ресурс]. / Д.Степанов.// Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
7. Казанцева С. А. Проблемы определения факторов, влияющих на формирование сто-имости предприятия / С. А. Казанцева // Актуальные вопросы экономики и управления: междунар. заоч. науч. конф., 2011 апр., г. Москва. Т. 1: [материалы]. – М.: РИОР, 2011. – С. 183-188.
8. Данільян О.Г. Філософія: підручник/ О.Г.Данильян, В.М.Тараненко.-2-ге вид., допов. і переробл.—Х.:Право,2012.—312 с.
9. Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, Harper Business, 1997, p.5.
10. Степанов Д.В.Интеллектуальный капитал, сбалансированная система показателей и экономическая добавленная стоимость в системе управления, нацеленной на создание стоимости. [Электронный ресурс] / Д.В.Степанов.// Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/

11. Собко О. М. Інтелектуальний капітал підприємства: концептуалізація – функціонування – розвиток [текст]: монографія / О. М. Собко. – Тернопіль: Крок, 2014. – 360 с.
12. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи. Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012. [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050).
13. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т.[текст]:монографія / За ред. акад. НАН України В.М.Гейця, акад. НАН України В.П.Семіноженка, чл.-корр. НАН України Б.Є Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007- 539 с.
14. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / П.Друкер/ [Перевод]. – М.: БУК ЧЕМБЕР ИНТЕРНЕШНЛ, 1992. – 349 с.
15. Порохня В.М., Лось В.О. Моделювання економічної доданої вартості на підприємстві. / В.М.Порохня, В.О.Лось //Вісник Запорізького національного університету - № 1(3)- 2008 – С.107-114.
16. Корягін М. В. Фактори оцінки вартості підприємства та їх класифікація. / М.В.Корягін // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського - № 3 (55) ‘2012 – с.285-290.
17. Захаркін О. О. Фактори формування вартості в контексті вартісно-орієнтованого підходу управління підприємством / О.О.Захаркін // БІЗНЕС ІНФОРМ - N 7 – 2014 с.208-214 с.212.
18. Голишева Є. Діагностика споживчого капіталу промислових підприємств /Є.ГОлишева // Економічний аналіз. 2012 рік. Випуск 10. Частина 4. – с.55.

References

1. Torgivlya i rinok Ukraïni: temat. zb. nauk. pr. Vip. 36 / Golov. red. O.O. Shubin. – Donets'k : DonNUET, 2013. – s. 32-41.
2. Mendrul O. Upravlinnya vartistyu pidprięmstv: [Tekst] : [monografiya] / O. Mendrul. –K.: KNEU, 2002. – 272 s.
3. Grinkevich S. Upravlinnya rinkovoyu vartistyu pidprięmstva / S. Grinkevich, I. Onis'kiv // Naukoviy visnik NLTU Ukraïni. – 2010. − Vip. 20.1. – S. 187-190.
4. Krush P.V. Otsinka biznesu: navch. posibn. / P.V. Krush, S.V. Polishchuk. – K.:Tsentr navch. lit-ri, 2004. – 264 s.
5. Marenkov V. Kontseptsiya upravleniya stoimost'yu. [Elektronnyy resurs] / V. Marenkov, V. Demshin // Rezhim dostupa: http://www.cfin.ru/management/valman_concept.shtml.
6. Stepanov D.V. Intellektual'nyy kapital, sbalansirovannaya sistema pokazateley i ekonomicheskaya dobavlennaya stoimost' v sisteme upravleniya, natselennoy na sozdanie stoimosti. [Elektronnyy resurs]./ D.Stepanov.// Rezhim dostupa: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
7. Kazantseva S. A. Problemy opredeleniya faktorov, vliyayushchikh na formirovanie sto-imosti predpriyatiya / S. A. Kazantseva // Aktual'nye voprosy ekonomiki i upravleniya: mezhdunar. zaoch. nauch. konf., 2011 apr., g. Moskva. T. 1: [materialy]. – M.: RIOR, 2011. – S. 183-188.
8. Danil'yan O.G. Filosofiya: pidruchnik/ O.G.Danil'yan, V.M.Taranenko.-2-ge vid., dopov. i pererobl.—X.:Pravo,2012.—312 s.
9. Edvinsson L. Malone M.S. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. New York, Harper Business, 1997, p.5.
10. Stepanov D.V.Intellektual'nyy kapital, sbalansirovannaya sistema pokazateley i ekonomicheskaya dobavlennaya stoimost' v sisteme upravleniya, natselennoy na sozdanie stoimosti. [Elektronnyy resurs]/ D.V.Stepanov.// Rezhim dostupa: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_20/article_1428/
11. Sobko O. M. Intelektual'niy kapital pidprięmstva: kontseptualizatsiya – funktsionuvannya – rozvitok [tekst]: monografiya / O. M. Sobko. – Ternopil': Krok, 2014. – 360 s.

12. Mizhnarodniy standart bukhgalters'kogo obliku 38 (MSBO 38). Nematerial'ni aktivi. Standart, Mizhnarodniy dokument vid 01.01.2012. [Elektronniy resurs] // Rezhim dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050).
13. Strategichni vikliki KhKhI stolittya suspil'stvu ta ekonomitsi Ukraïni: V 3 t.[tekst]:monografiya / Za red. akad. NAN Ukraïni V.M.Geytsya, akad. NAN Ukraïni V.P.Seminozhenka, chl.-korr. NAN Ukraïni B.Є Kvasnyuka. – K.: Feniks, 2007- 539 s.
14. Druker P. Rynok: kak vyyti v lidery. Praktika i printsipy / P.Druker/ [Perevod]. – M.: BUK ChEMBER INTERNEShNL, 1992. – 349 s.
15. Porokhnya V.M., Los' V.O. Modelyuvannya ekonomichnoï dodanoï vartosti na pidpriємstvi. / V.M.Porokhnya, V.O.Los' //Visnik Zaporiz'kogo natsional'nogo universitetu - № 1(3)- 2008 – S.107-114.
16. Koryagin M. V. Faktori otsinki vartosti pidpriємstva ta їkh klasifikatsiya. / M.V.Koryagin // Visnik Donets'kogo natsional'nogo universitetu ekonomiki i torgivli im. M. Tugan-Baranovs'kogo - № 3 (55) ‘2012 – s.285-290.
17. Zakharkin O. O. Faktori formuvannya vartosti v konteksti vartisno-orієntovanogo pidkhodu upravlinnya pidpriємstvom / O.O.Zakharkin // BIZNES INFORM - N 7 – 2014 s.208-214 s.212.
18. Golisheva Є. Diagnostika spozhivchogo kapitalu promislovikh pidpriємstv /Є.GOlisheva // Ekonomichniy analiz. 2012 rik. Vipusk 10. Chastina 4. – s.55.

Татьяна Литвиненко, к.э.н., доцент
КНУ имени Тараса Шевченко

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВНИЯ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается влияние на стоимость предприятия нематериальных факторов. В условиях современной экономики рыночная стоимость предприятий все больше зависит от не столько от материальных активов, сколько от нематериальных факторов. Показано, что определить часть стоимости, генерируемой как материальными активами так и нематериальными факторами сложно, часто это может быть выявлено в процессе продажи предприятия. Проведен критический анализ таких форм капитала, как человеческий, организационный, клиентский, общественный. Предложено выделять небалансовые факторы стоимости, идентифицировать конкретные показатели, влияющие на формирование активов предприятия. Рассмотрен поход к управлению процессом влияния нематериальных факторов на стоимость предприятия.

Ключевые слова: *стоимость предприятия, нематериальные активы, организационный капитал, клиентский капитал.*

Tetyana Lytvynenko, PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko Kyiv National University

INTANGIBLE FACTORS FORMATION ENTERPRISE VALUE

The article examines the impact on the enterprise value of intangible factors. In today's economy, the market value of enterprises increasingly depends not so much on tangible assets, but on intangible factors. It is shown that to determine the portion of the value generated as the tangible assets and intangible factors is difficult, often it can be found in the process of selling the company. Critical analysis of forms of capital such as human, organizational, client. It is proposed to allocate unbalanced cost factors, to identify specific indicators affecting the formation of enterprise assets. An approach to the management of the impact of the process of intangible factors on the value of the company.

Keywords*: enterprise value, intangible assets, organizational capital, customer equity.*