

відповідності кадрових процесів стратегіям і цілям розвитку організації. Для цього розробляється система індикаторів і будується механізм моніторингу кадрових процесів [2, С.1425].

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що грамотний кадровий аудит є основним засобом контролю кадрової ситуації на підприємстві, і як результат – скорочення плинності кадрів, підвищення продуктивності праці, виявлення необхідності підвищення кваліфікації персоналу та економія коштів на пошуки нових працівників відповідно.

### **Література**

1. Писаревська Г.І. Формування системи аудиту персоналу на підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Випуск 13. Частина 4. С.153-157.
2. Романів С., Голяш І., Романів Р. Теоретичні аспекти кадрового аудиту оцінки системи управління персоналом. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. №5. С.1025-1030.
3. Урусова З.П., Баклаженко Ю.В. Аудит персоналу як засіб забезпечення ефективної управлінської діяльності. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 13. С.1423-1427.
4. Немченко В.В., Хомутенко В.П., Хомутенко А.В. Практичний курс внутрішнього аудиту: підручник. К: Центр учбової літератури, 2008. 240 с.

**Світлана Саченко, Оксана Черешнюк**

*Тернопільський національний економічний університет*

### **КОНЦЕПЦІЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ**

З кожним етапом розвитку в Україні збільшується частка нематеріальних активів, які не лише збільшують економічні вигоди підприємства, але й впливають на підвищення його конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості. Сучасних управлінців вчать враховувати вплив на компанії нематеріальних сил – візії, цінностей, культури. Їх не можна побачити, бо вони приховані у здатності компанії комунікувати із людьми, реагувати на соціальні потреби, відповідати вимогам часу. Їх важко ідентифікувати, проте вони помітні у загальній діяльності підприємства та при отриманні лояльності клієнтів.

Роль лідера нової епохи – наповнювати простір ясними і послідовними повідомленнями про те, куди і за якими принципами рухається компанія. Його завдання – створення цілісності організації; його інструменти – ідеї, візія, цінності, культура, а не прямий силовий вплив. Як зазначив Роберт Хаас, генеральний директор Levi Strauss & Co.,

діяльність фірми контролюють саме її ідеї. Водночас управління людськими ресурсами дозволяє організації швидко опанувати знання та розповсюджувати їх по системі, що в свою чергу збільшує якість бренду [1].

Відтак у процесі господарської діяльності на підприємствах виникає необхідність використання засобів, які не мають речової субстанції, але здатні відігравати особливу роль в процесі одержання прибутку. Серед таких активів особливе місце займають нематеріальні активи, частка яких зростає в майні підприємств, що позначається швидкістю та масштабністю технологічних змін, розповсюдженням інформаційних технологій, інтеграцією міжнародних фінансових ринків.

Зважаючи на нормативні документи нематеріальним активам характерна відсутність матеріальної форми, проте їх можна ідентифікувати. Проте окреслене коло об'єктів не може бути віднесена до складу нематеріальних активів за національними П(С)БО через неможливість їх достовірної оцінки. Це пов'язано з тим, що нематеріальні активи є дуже специфічною категорією, яку досить складно оцінити, що пояснюється наступним:

- розробка або створення нематеріального активу не завжди закінчується позитивним результатом, а на його створенні досить складно виокремити понесені затрати, адже до моменту виникнення окремого об'єкту їх не розмежовують;

- не завжди можливо знайти подібний аналог нематеріального активу для визначення його вартості за ринковим методом;

- не завжди можна достовірно визначити вартість майбутніх доходів, які можна одержати від використання цього нематеріального активу.

Тому як зазначає Ужва А. «економічна сутність нематеріальних активів проявляється саме в тому, що вони є одним із видів ресурсів підприємства, які являють собою різні права і привілеї, що дозволяють власнику здійснювати підприємницьку діяльність з метою одержання додаткових економічних вигод порівняно з конкурентами. Маючи нематеріальну природу, вони стають відчутними лише в процесі виробництва та реалізації продукції і лише в поєднанні із предметами праці і засобами» [2, с. 164].

Однак підприємницька діяльність на основі їх візії, корпоративної етики, цінностей, культури в першу чергу сприймається, як оцінка бренду, який допомагає отримати дохід і частіше визначається прибутковим методом. Визначивши оцінку сумарних активів підприємства, в тому числі нематеріальних активів, поставлених на баланс і вартість всього підприємства, можливо розрахувати вартість ділової репутації, як різницю між цими результатами.

Спосіб оцінки вартості бренду на основі ділової репутації з позиції надмірного прибутку, ґрунтується на припущенні, якщо одне підприємство отримує більший обсяг прибутку на один актив ніж аналогічне підприємство цієї ж галузі. Такий підхід означає, що додатковий прибуток підприємству приносить саме його ділова репутація. Цим питанням, як об'єктом оподаткування, зацікавились ще 1920р. в США. Вони розробили інструкцію податкової інспекції №68-609 від 1968р. де ставки доходу для матеріальних та нематеріальних активів було встановлено директивно в залежності від ступеня ризику [3, с. 66].

Оцінка ділової репутації за об'ємами реалізації ґрунтується на персональних якостях підприємств, які заохочують клієнтів звертатися саме до них, що в результаті приносить прибуток, включаючи дохід на нематеріальні активи. Вони можуть бути ідентифіковані і окремо оцінені на базі основних методів: як оцінки підприємств, які отримали більше прибутку в порівнянні з ситуацією, якщо б воно продавало товар, що не має бренду. Також можливо визначити вартість ділової репутації, як різницю між вартістю бізнесу в цілому і вартістю його активів (як матеріальних так і нематеріальних).

Аналіз сучасних вітчизняних і зарубіжних практик свідчить, що у разі визнання ділової репутації нематеріальним активом, її облік відносять або на рах. 127 (Інші нематеріальні активи або на рах. 191 «Гудвіл при придбанні»).

Окрім цього, залежно від особливостей впливу на результати функціонування підприємства нематеріальні активи, які безпосередньо впливають на результати діяльності підприємства, доцільно заносити до групи нематеріальних активів прямого впливу, а нематеріальні активи, які позначаються на збільшенні вартості підприємства або піднімають конкурентоспроможність підприємства – це активи опосередкованого впливу.

Таким чином, в практиці українських підприємств не існує єдиного визнання кількісного та якісного підходів в оцінці ділової репутації та її складових, таких як корпоративна етика, роялті, імідж тощо. З метою розширення облікової системи щодо відображення нематеріальних активів потребам користувачів облікової інформації, що змінились у зв'язку із поступовим формуванням постіндустріальної економіки, доцільно удосконалення системи обліково-аналітичного забезпечення вартісноорієнтованого управління нематеріальними активами.

### **Література**

1. Лідерство і нова наука. Інтелект-проект Києво-Могилянської бізнес-школи : веб-сайт. URL: <http://open.kmbs.ua/leadership-new-science/>
2. Ужва А. Парадигма обліку нематеріальних активів у контексті формування конкурентних переваг підприємства. Науковий вісник Миколаївського

національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки. 2018. №2. С. 162-165

3. Ілюхіна Н. Адаптація міжнародних практик оподаткування та обліку нематеріальних активів до вітчизняних стандартів. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2019. №4. С. 59-73.

**Віта Семанюк, Андрій Папінко**

*Тернопільський національний економічний університет*

## **БРЕНД-КАПІТАЛ ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ**

Становлення інформаційного суспільства та постіндустріальної економіки призводять до виникнення динамічних змін оточуючого середовища, глобалізації ринків, зростання вимог споживачів та стейкхолдерів. Ріст конкуренції і боротьба за ринок змушує підприємства орієнтуватися на покращення сервісу, зниження торгових націнок, репутацію, торгові марки і бренди, соціальну відповідальність бізнесу тощо. Основними принципами концепції гіперконкуренції (Г. Д'Авені) [1] є необхідність активної зміни правил гри на ринку, руйнування власних конкурентних переваг і орієнтація на «тимчасові» конкурентні переваги, що приводить до зміни інформаційних потреб суб'єктів корпоративного управління. В економіці панує постматеріальна система цінностей, «економіка тіла» замінюється на «економіку душі», змінюється розуміння основних базових постулатів, робиться акцент на психолого-соціальних аспектах та відхід від панування матеріалізму.

За правилом Р. Ентоні, в умовах ринкової економіки з'явилося багато нових ринкових інструментів господарювання та користувачів інформації традиційного обліку, а для різних груп та категорій користувачів інформації необхідні різні її аспекти і зміст. Інформація про такі об'єкти необхідна користувачам, а отримати її з реєстрів традиційного фінансового чи управлінського обліку можна лише за допомогою трудомістких процедур вибірки з первинних документів. Проте, при сучасному рівні розвитку комп'ютерних та інформаційних технологій, створення інформаційних звітів, реєстрів та форм різного типу не є чимось надскладним, саме тому, роль облікового працівника, який повинен стати творцем необхідної інформації а не записувачем фактів які вже відбулися, полягає у створенні інформації на запит користувачів [2].

Нематеріальні складові є основою розвитку бізнесу в інформаційному середовищі, коли активи будь-якого підприємства чи компанії, в основному складаються з інтелектуального капіталу. Компанії активно інвестують в нематеріальні активи, потребуючи інформації про їх вартість