

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
«___»_____ 2018 г.

Оценка стоимости нематериальных активов на примере ООО «Софья»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2018.050.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ М.В. Подшивалова
«___»_____ 2018 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ–475
_____ Т.А. Зиновьева
«___»_____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
«___»_____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Зиновьева Т.А. Оценка стоимости нематериальных активов на примере ООО «Софья». – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-475, 106 с., 41 табл., 21 ил., библиограф. список – 24 наим., 2 прил.

Цель выпускной квалификационной работы – оценка стоимости нематериального актива в виде патента на промышленный образец компании, занимающейся производством межкомнатных дверей ООО «Софья».

Во время написания работы для достижения поставленной цели были изучены виды нематериальных активов и существующие методы их оценки, проведен анализ отечественного рынка межкомнатных дверей, дано описание компании ООО «Софья», проведены анализ финансового состояния организации, коэффициентный анализ денежных потоков и анализ движения нематериальных активов. С помощью метода роялти, была проведена оценка стоимости патента на промышленный образец и анализ чувствительности этой стоимости к изменению цены реализации, ставки роялти и ставки дисконтирования.

Для наглядности расчётные данные были систематизированы в таблицы, графики и диаграммы.

ANNOTATION

Zinoveva T.A. Intangible assets evaluation, case study of «Sofya», OJSC. – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-475, 106 pp., 41 tab., 21 fig., bibliographic list – 24 titles, 2 suppl.

The final qualifying work aims to evaluate the intangible asset like patent for the industrial design for the company LLC Sofya engaged in the production of interior doors.

At the time of writing the work, the types of intangible assets and the existing methods for their assessment were studied, the domestic market of interior doors was analyzed, the company Sofya was described, the financial condition of the organization was estimated, as well as the movement of intangible assets was described. Using the royalty method, the patent value assessment and the sensitivity analysis of this value to a change in the selling price, royalty rates and discount rates were carried out.

For clarity, the calculated data were systematized in tables, graphs and diagrams.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ И АНАЛИЗА ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
1.1 Особенности оценки нематериальных активов	10
1.2 Сравнительная характеристика отечественных и зарубежных методов оценки стоимости нематериальных активов	20
1.2.1 Рыночный подход	20
1.2.2 Затратный подход.....	22
1.2.3 Доходный подход.....	23
1.3 Анализ рынка межкомнатных дверей	33
1.4 Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	43
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «СОФЬЯ»	
2.1 Описание компании и анализ финансового состояния предприятия	54
2.2 Коэффициентный анализ денежных потоков и движения нематериальных активов.....	73
2.3 Оценка стоимости НМА	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	93
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	96
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Финансовая отчётность ООО «Софья».....	99
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Аналитические таблицы по бухгалтерской отчётности....	101

ВВЕДЕНИЕ

В традиционном обществе (до промышленной революции) большое значение уделялось только материальным активам (земле, зданиям, сооружениям, запасам). В 18 веке в индустриальном обществе появились финансовые активы. И наконец, период 20 века (по примерным подсчетам) характеризуется появлением и усилением позиций нематериальных активов.

Чем больше нематериальных активов используют компании в отдельно взятой стране, тем меньше эта страна зависит от импорта и тем большие объемы инвестирования она может привлечь.

Соотношение между материальными и нематериальными активами в Европе выглядит следующим образом – 1) в 1978 году 80:20%, 2) в 1988 54:46%, 3) в 1998 26:74%. И в 2012 10:90% в пользу нематериальных активов соответственно.

То есть можно заметить, что за рубежом предприятия планомерно увеличивают долю НМА в общей структуре активов предприятия, так как этот показатель является важным и показывает, идет ли компания «в ногу со временем».

В России же на данный момент предприятия не спешат ставить на свой баланс нематериальные активы, потому что в этом случае придется платить налог на прибыль, хотя никакой прибыли еще и нет, или ставят на баланс, но по заведомо заниженной стоимости. В итоге в России более 80 % нематериальных активов не учитываются и не отражаются в бухгалтерских и финансовых документах компании [1].

Актуальность темы обусловлена тем, что нематериальные активы приобретают всё большее значение по сравнению с материальными, они повышают конкурентоспособность предприятия, поэтому очень важно достоверно определять их стоимость.

Основная цель работы: оценить стоимость нематериальных активов на примере ООО «Софья».

Согласно данной цели в исследовании были поставлены следующие задачи:

1. Дать определение понятию нематериальные активы и разобрать особенности оценки нематериальных активов.
2. Рассмотреть современные отечественные и зарубежные методы оценки стоимости нематериальных активов.
3. Дать описание компании ООО «Софья».
4. Провести углубленный анализ финансового состояния организации на базе его публичной финансовой отчетности.
5. Провести коэффициентный анализ денежных потоков и анализ движения нематериальных активов.
6. Провести оценку стоимости нематериальных активов компании.

Объект исследования – общество с ограниченной ответственностью «Софья».

Предмет исследования – финансовое состояние предприятия и нематериальные активы.

В качестве информационной базы в данной работе использовались:

- 1) Бухгалтерский баланс (Форма №1);
- 2) Отчет о прибылях и убытках (Форма №2);
- 3) Стандарты бухгалтерского учёта;
- 4) Экономическая литература по исследуемой проблеме отечественных и зарубежных авторов;
- 5) Комплексные методические руководства по процедурам финансового анализа предприятий.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ И АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Особенности оценки нематериальных активов

Нематериальные активы (НМА) – это внеоборотные активы, которые не имеют материально-вещественной формы и способны приносить компании доход.

В ПБУ-14/2007 отражены условия, при соответствии которым объект может быть учтён организацией в качестве НМА. К ним относятся следующие моменты:

1. Объект способен приносить организации экономические выгоды в будущем, в частности, объект предназначен для использования в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, а также для управленческих нужд организации или для использования в деятельности, которая направлена на достижение целей создания некоммерческой организации.

2. У организации есть право на получение экономических выгод, которые объект может принести в будущем. У организации имеются соответствующие документы, которые подтверждают существование актива и права организации на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации – патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор об отчуждении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, документы, подтверждающие переход исключительного права без договора и т.п., а также имеются ограничения доступа иных лиц к таким экономическим выгодам (контроль над объектом).

3. Можно идентифицировать объект от других активов.

4. Срок полезного использования больше года или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев.

5. Организация не собирается продавать объект в течение года или обычного операционного цикла, превышающего 12 месяцев.

6. Фактическая (первоначальная) стоимость объекта может быть достоверно определена.

7. У объекта отсутствует материально-вещественная форма.

При единовременном исполнении вышеперечисленных условий к нематериальным активам относятся:

- 1) произведения науки, литературы и искусства;
- 2) программы для электронных вычислительных машин;
- 3) изобретения;
- 4) полезные модели;
- 5) промышленные образцы;
- 6) селекционные достижения;
- 7) секреты производства (ноу-хау);
- 8) товарные знаки и знаки обслуживания.

В состав нематериальных активов входит и деловая репутация, которая возникает при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части).

К нематериальным активам не относятся:

- 1) научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы, которые не дали положительного результата;
- 2) научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы, не законченные и не оформленные в порядке, установленном законодательством;
- 3) материальные носители (вещи), в которых выражены результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации;
- 4) финансовые вложения;
- 5) расходы на образование юридического лица;
- 6) интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду.

К бухгалтерскому учёту нематериальный актив принимается по фактической (первоначальной) стоимости, определенной по состоянию на дату принятия его к бухгалтерскому учету.

Фактическая (первоначальная) стоимость НМА – сумма, которая исчислена в денежном выражении и равна величине оплаты в денежной и иной форме или величине кредиторской задолженности, уплаченная или начисленная организацией при приобретении, создании актива и обеспечении условий для использования актива в запланированных целях.

К расходам на приобретение и создание НМА относятся:

1) суммы, которые уплачиваются по договору об отчуждении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации правообладателю (продавцу);

2) таможенные пошлины и таможенные сборы;

3) невозмещаемые суммы налогов, государственные, патентные и иные пошлины, которые уплачиваются при приобретении НМА;

4) суммы вознаграждений, уплачиваемых посреднической организации и иным лицам, через которых приобретается НМА;

5) оплата информационных услуг и услуг консультантов при приобретении НМА;

6) иные расходы, которые непосредственно связаны с приобретением НМА и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях;

7) оплата выполненных работ или оказанных услуг сторонним организациям по заказам, договорам подряда, договорам авторского заказа либо договорам на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ;

8) заработная плата работников, непосредственно занятых при создании НМА или при выполнении научно-исследовательских, опытно-конструкторских или технологических работ по трудовому договору;

9) отчисления на социальные нужды (в том числе единый социальный налог);

10) расходы на содержание и эксплуатацию научно-исследовательского оборудования, установок и сооружений, иных основных средств и другого имущества, амортизация ОС и НМА, использованных непосредственно при создании НМА, фактическая (первоначальная) стоимость которого формируется;

11) другие расходы, которые непосредственно связаны с созданием нематериального актива и обеспечением условий для использования актива в запланированных целях;

12) возмещаемые суммы налогов, кроме случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации;

13) общехозяйственные и другие аналогичные расходы, за исключением случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением и созданием активов;

14) расходы по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам в предыдущих отчетных периодах, которые были признаны прочими доходами и расходами.

15) расходы по полученным займам и кредитам, кроме случаев, когда актив, фактическая (первоначальная) стоимость которого формируется, относится к инвестиционным.

Фактическая (первоначальная) стоимость нематериального актива, внесенного в качестве вклада в уставный (складочный) капитал, уставный фонд, паевой фонд организации – это денежная оценка, согласованная учредителями (участниками) организации, если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации.

Фактическая (первоначальная) стоимость нематериального актива, который получен организацией по договору дарения, определяется исходя из его текущей рыночной стоимости на дату принятия к бухгалтерскому учету в качестве вложений во внеоборотные активы.

Текущая рыночная стоимость НМА – это сумма денежных средств, которая могла бы быть получена при продаже объекта на дату определения текущей рыночной стоимости. Она может быть определена на основе экспертной оценки.

Когда невозможно определить стоимость активов, которые переданы или подлежат передаче организацией по таким договорам, стоимость нематериального актива, полученного организацией, устанавливается исходя из цены, по которой в сравнимых обстоятельствах приобретаются аналогичные нематериальные активы.

Первоначальная стоимость НМА может быть изменена в случае их переоценки или обесценения.

Нематериальные активы, для которых определён срок полезного использования, погашаются с помощью начисления амортизации.

Амортизация не начисляется по нематериальным активам с неопределённым сроком полезного использования и по нематериальным активам, принадлежащим некоммерческим организациям.

Перед тем как принять нематериальный актив к бухгалтерскому учёту организации необходимо определить срок его полезного использования (период в месяцах, на протяжении которого организация собирается использовать нематериальный актив для получения экономической выгоды).

Если по нематериальному активу нельзя точно определить срок полезного использования, то он относится к нематериальным активам с неопределённым сроком полезного использования.

Определить срок полезного использования нематериального актива можно, зная:

1) срок действия прав организации на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации и период контроля над активом;

2) предполагаемый срок использования актива, на протяжении которого организация собирается получать экономические выгоды.

Срок полезного использования не должен быть больше срока деятельности организации.

К способам амортизации нематериальных активов относятся:

- 1) линейный способ;
- 2) способ уменьшаемого остатка;
- 3) способ списания стоимости пропорционально объёму продукции (услуг).

Выбор одного из этих способов для расчёта величины амортизации нематериального актива организация производит, основываясь на определении ожидаемого поступления будущих экономических выгод от использования актива, включая финансовый результат от возможной продажи актива.

Нематериальный актив должен быть списан с бухгалтерского учёта, если он выбывает или потерял способность приносить организации экономические выгоды в будущем.

Выбытие нематериального актива происходит при прекращении срока действия права организации на средство индивидуализации или результат интеллектуальной деятельности; при передаче по договору отчуждения; при прекращении эксплуатации из-за морального износа; при передаче в качестве вклада в уставный (складочный) капитал (фонд) другой организации; при дарении объекта НМА или передаче по договору мены; при выявлении недостачи активов при инвентаризации и при некоторых прочих условиях.

При списании стоимости объекта НМА необходимо списать также сумму накопленных амортизационных отчислений по этим нематериальным активам.

Отражение в бухгалтерском учёте доходов и расходов от списания нематериальных активов происходит в том отчётном периоде, к которому они относятся. Эти доходы и расходы относят на финансовые результаты организации как прочие доходы и расходы, если другое не установлено нормативно-правовыми актами по бухгалтерскому учёту.

В учётной политике организации обязательно должна раскрываться следующая информация:

1) способы оценки объектов НМА, которые приобретены не за счёт денежных средств;

2) принятые организацией сроки полезного использования нематериальных активов;

3) способы определения амортизации нематериальных активов, отражение установленного коэффициента при начислении амортизации способом уменьшаемого остатка;

4) изменение сроков полезного использования объектов НМА;

5) изменение способов определения амортизации нематериальных активов.

В бухгалтерской отчётности должна отдельно раскрываться информация о нематериальных активах, которые были созданы самой организацией [2].

Можно выделить три основные группы нематериальных активов:

1. Объекты интеллектуальной собственности. К ним можно отнести изобретения, полезные модели, товарные знаки, фирменные наименования, авторские права и т.д.

2. Имущественные права, например, на пользование недрами (при наличии соответствующей лицензии).

3. Деловая репутация или гудвилл.

Оценка – это совокупность юридических, экономических, организационно-технических и иных мероприятий, которые направлены на установление ценности объекта оценки как товара [3].

Оценка нематериальных активов проводится предприятием при:

1) заключении договора купли-продажи прав на объекты интеллектуальной собственности или лицензий на их использование;

2) передаче объекта НМА в качестве вклада в уставный капитал;

3) проведении инвентаризации и добавлении оценки интеллектуальной собственности в хозяйственный оборот;

4) слиянии и поглощении;

5) оптимизации выплат налога на имущество;

б) выдаче кредитов под залог исключительных прав;

7) определении ущерба из-за нарушения исключительных прав на нематериальные активы.

Провести оценку нематериальных активов достаточно сложно, на это есть ряд причин:

1) НМА трудно идентифицировать;

2) Недостаточность информации;

3) Сложно определить количественный результат коммерческого использования актива;

4) Несовершенная правовая система, приводящая к тому, что невыделение НМА в активах предприятия позволяет упрощать ведение учёта;

5) Слабый уровень развития рынка сделок по НМА [1].

Согласно статье 128 Гражданского кодекса РФ и статье 5 закона «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» для целей бухгалтерского учёта из всех видов нематериальных активов только интеллектуальная собственность подлежит оценке [3].

В российской научной среде главенствует стоимостной подход, который говорит, что интеллектуальная собственность это:

1) стоимость интеллектуальных (знания, умения, навыки) и нематериальных активов (патенты, объекты интеллектуальной собственности, деловая репутация) [4];

2) стоимостное выражение кадрового капитала и интеллектуальной собственности предприятия [5];

3) финансовые отношения по поводу формирования и использования знаний, интеллектуальных способностей персонала, что позволяет предприятию получать экономические выгоды [6].

От других видов собственности интеллектуальная собственность отличается тем, что:

1. Объект интеллектуальной собственности – это творения человеческого разума, к которым можно отнести литературные и художественные произведения, научные труды; изобретения во всех областях человеческой деятельности; научные открытия; промышленные образцы; товарные знаки и знаки обслуживания; компьютерные программы и др.

2. Предметом интеллектуальной собственности является информация.

3. В отношении интеллектуальной собственности могут быть выделены права собственника (имущественные права) и исключительные авторские права. Автором объекта интеллектуальной собственности считается физическое лицо, создавшее его. В случае если объект интеллектуальной собственности создан в ходе совместной творческой деятельности двух и более лиц, то каждое из этих лиц признаётся автором этого объекта.

4. Интеллектуальная собственность имеет некоторые особые ограничения, примером которых может служить ограничение продолжительности действия патентов и авторского права.

Интеллектуальная собственность в зависимости от особенностей образования подразделяется на промышленную собственность и произведения, охраняемые авторским правом.

К объектам охраны промышленной собственности в соответствии с Парижской конвенцией по охране промышленной собственности относятся:

1. Изобретения. Этот вид собственности обычно охраняется патентами (документами, подтверждающими тот факт, что данное лицо является владельцем патента, а также отражающими то, что представляет собой изобретение). Не все изобретения патентоспособны. Условиями патентоспособности являются новизна, очевидность и применимость в производстве. Владелец патента защищён от использования изобретения без его разрешения в течение ограниченного срока времени (в большинстве стран 20 лет). Исключительные права на использование

включают в случае патента на изобретение продукта права на изготовление, использование, продажу и импорт продукта, в котором реализовано изобретение, а в случае патента на изобретение способа права на использование способа, основанного на изобретении. Помимо патента на изобретение есть ещё одно средство охраны – авторское свидетельство.

2. Полезные модели. Это изобретения в области механики, объекты которых описываются как устройства. Отличие изобретения и полезной модели в требуемом уровне технологического процесса и максимальном сроке охраны. Документ, выдаваемый изобретателю – патент на полезную модель.

3. Промышленные образцы. Они представляют собой решение эстетической или декоративной стороны полезного изделия, которая может быть выражена в форме, структуре и цвете изделия. Изделие должно быть воспроизводимо промышленными средствами. Промышленные образцы защищаются от неправомерного копирования или имитации на срок 5, 10 или 15 лет. Документом, удостоверяющим защиту промышленного образца, является свидетельство о регистрации или патент на промышленный образец.

4. Товарные знаки и знаки обслуживания – это символы, которые указывают на тех, кто несёт ответственность за предлагаемые населению товары и услуги. Разные производители могут изготавливать аналогичные товары, которые могут распространять разные продавцы, и все они могут использовать свои товарные знаки.

5. Фирменные наименования. Они служат для распознавания компаний и выделения их среди других. Фирменные наименования указывают на предприятия без какой-либо ссылки на поставляемые ими на рынок товары и услуги и характеризуют репутацию и положение предприятия в целом, что делает их ценным достоянием тех компаний, которым они принадлежат.

6. Указания на источник и наименования места происхождения – это наименование, выражение или знак, показывающие, что продукт или услуга произведены в той или иной стране, регионе или конкретном месте.

Объектами интеллектуальной собственности, которые охраняются авторским правом, относятся:

- 1) произведения литературы;
- 2) музыкальные произведения;
- 3) произведения живописи;
- 4) произведения кинематографии;
- 5) научные труды и открытия и т.д. [3]

1.2 Сравнительная характеристика отечественных и зарубежных методов оценки стоимости нематериальных активов

Существует несколько подходов к оценке интеллектуальной собственности, применяемых как в России, так и за рубежом. Предпочтения при выборе того или иного подхода к оценке зависят от наличия необходимой информации, требований покупателей или собственников объектов интеллектуальной собственности, а также экономической ситуации на момент оценки.

Подход к оценке стоимости – это общий способ определения стоимости, в рамках которого используется один или более методов оценки.

Три основных подхода к оценке стоимости объекта интеллектуальной собственности:

- 1) рыночный;
- 2) затратный;
- 3) доходный.

1.2.1 Рыночный подход

Рыночный подход основывается на методе сравнения продаж. В этом случае объект интеллектуальной собственности сравнивается с аналогичными активами или интересами в этих активах либо с ценными бумагами, которые обеспечены неосязаемыми активами, проданными на открытом рынке.

При данном подходе необходимо наличие обоснованной базы для сравнения, когда опора делается на сравнимые объекты интеллектуальной собственности, присутствующие в той же отрасли или бизнесе, что и рассматриваемый объект, или же в отрасли, реагирующей на те же экономические переменные.

Если при определении величины стоимости используется информация о предыдущих сделках в отношении предмета оценки, то может потребоваться корректировка данных с учётом времени и изменений в экономике.

К основным элементам сравнения относятся следующие:

1) структура и объём юридических прав собственности на неосязаемое имущество, передаваемых в сделке;

2) экономические условия, существовавшие на соответствующем рынке во время сделки по продаже;

3) отрасль или бизнес, где нематериальный актив использовался или будет использоваться;

4) функциональные и технологические характеристики объекта интеллектуальной собственности.

Для того чтобы определить диапазон рыночной цены объекта нематериальных активов, необходимо выявить все технологические и технические преимущества, получаемые собственником благодаря приобретению прав.

Нижняя граница диапазона отражает минимально приемлемую для собственника оценку платежа за раздел с конкурентом области технической исключительности, которая обеспечивается патентом. Данная оценка является основой для стратегии поведения собственника во время переговоров.

Верхняя граница цены отражает максимально приемлемую для покупателя оценку платежа за доступ к запатентованному новшеству.

В процессе определения цены появляются:

1) две оценки, минимальные среди допустимых для патентообладателя, одна из которых рассчитана им, а другая покупателем;

2) две оценки, максимальные среди допустимых для покупателя, одна из которых рассчитана им, а другая патентообладателем.

Считается, что собственник объекта интеллектуальной собственности и покупатель во время переговоров должны найти частично совпадающее пространство между данными оценками.

1.2.2 Затратный подход

Использование затратного метода осуществляется при невозможности найти объект-аналог, при отсутствии определённого опыта в реализации аналогичных объектов, а также когда прогноз будущих доходов нестабилен.

Данный подход подразумевает определение стоимости объекта интеллектуальной собственности на основании калькуляции затрат, произведённых при создании или приобретении, охране, производстве объекта на момент оценки.

В рамках затратного подхода может быть использовано два метода оценки:

1. Метод стоимости замещения объекта оценки. При этом методе суммируются затраты на создание аналогичного объекта оценки в рыночных ценах, существующих на дату проведения оценки, с учётом износа объекта.

2. Метод исходных затрат. Он заключается в суммировании первоначальных затрат, которые пересчитываются с учётом изменения условий и цен в данной отрасли.

При оценке следует учитывать все существенные расходы, среди которых такие как оплата труда, маркетинговые и рекламные расходы, расходы на страхование рисков, связанных с объектами интеллектуальной собственности, расходы и издержки на решение правовых конфликтов, на израсходованные материалы, себестоимость научно-методического обеспечения, индивидуализации собственной продукции – логотипа, лицензий, сертификатов и т. д.

Оценщик должен выявить различные формы устаревания – физический износ, функциональное устаревание, устаревание, учитываемое регулирующими органами, технологическое устаревание и экономическое устаревание, которые должны применяться к стоимости объекта интеллектуальной собственности.

1.2.3 Доходный подход

При доходном подходе стоимость нематериального актива определяется путём расчета приведенной к текущему моменту стоимости прогнозируемых будущих выгод.

В рамках доходного метода используются следующие методы оценки:

- 1) метод дисконтированного денежного потока (DCF);
- 2) метод прямой капитализации (превышение поступлений над затратами), которая может извлекаться из объекта НМА и которая может возникать в том числе за счет надбавки к цене, снижения затрат или эффекта масштаба;
- 3) расчет стоимости роялти или арендной платы;
- 4) метод освобождения от роялти;
- 5) метод избыточной прибыли;
- 6) правило 25%;
- 7) метод экспертной оценки.

Метод дисконтированного денежного потока (Discounted Cash Flow - DCF)

Этот метод подразумевает расчёт денежных поступлений для всех будущих периодов. Эти поступления с помощью дисконтирования приводятся к текущему моменту времени. Метод дисконтирования применяется для объектов интеллектуальной собственности, которые имеют конкретные сроки службы. Принятым периодом времени обычно выбирается более короткий из двух сроков службы объекта НМА – экономический или юридический.

Расчёт дисконтированного денежного потока проводится по формуле 1:

$$\begin{aligned} M_n &= CF_1/(1+i) + CF_2/(1+i)^2 + CF_3/(1+i)^3 + \dots + CF_n/(1+i)^n = \\ &= \sum \frac{CF_t}{(1+i)^t}, \end{aligned} \quad (1)$$

где M_n – сумма (стоимость) объекта интеллектуальной собственности через n лет;

CF_t – поток выгод (денежный поток) в году t от использования объекта оценки;

i – ставка дисконтирования;

n – номер периода;

t – количество периодов.

Ставка дисконтирования определяется по данным рынка на момент оценки и может выражаться как процентная ставка по альтернативным инвестициям. Также она может рассчитываться исходя из значения доходности по государственным облигациям, увеличенному на величину премии за риск и инфляции.

Практика показывает, что риск недостижения уровня дохода от нематериальных активов выше, чем риск, определенный для осязаемых активов и чистого оборотного капитала. Исходя из этого ставки дисконтирования или капитализации, которые используются для конвертации денежных потоков дохода в рыночную стоимость, выше, чем те, которые используются в оценке бизнеса.

Метод прямой капитализации

При условии, что объект оценки покупается на длительный срок, а не для скорой перепродажи, то при достаточно большом значении n формула расчёта дисконтированного денежного потока примет вид (формула 2):

$$M_n = CF_0 / r_k, \quad (2)$$

где CF_0 – средний доход по истечении каждого года;

r_k – коэффициент капитализации, который складывается из реальной ставки дисконта и коэффициента амортизации (возврата капитала).

Данный метод является достаточно простым, однако он статичен, и поэтому требует особого внимания к правильному выбору показателей чистого дохода и коэффициентов капитализации.

Расчёт стоимости роялти

Ставка роялти – величина периодических отчислений в пользу (лицензиара) правообладателя, которая рассчитывается как отношение величины отчислений в пользу лицензиара (прибыли лицензиара) к величине общей стоимости, то есть цене, произведённой и реализованной лицензиатом (пользователем) продукции (услуг) по договору.

Экономический смысл роялти состоит в разделении полученной от использования лицензии прибыли лицензиата между ним и лицензиаром в оговорённой пропорции, с помощью установленного определенного процента от цены произведенной и реализованной продукции в пользу правообладателя.

Цену производства и реализации продукции (услуг) по лицензионному договору можно выразить как сумму себестоимости производства и реализации продукции по договору и общей прибыли, получаемой от производства и реализации новой продукции (формула 3):

$$Ц = С + Пр_{общ}, \quad (3)$$

где $Ц$ – цена;

$С$ – сумма себестоимости по договору;

$Пр_{общ}$ – общая прибыль от производства и реализации новой продукции.

Общая прибыль, получаемая от производства и реализации продукции (услуг) по договору, может быть представлена в виде суммы базовой прибыли, ранее получаемой на предприятии при использовании имеющихся в наличии основных и оборотных средств, и дополнительной прибыли, получаемой от дополнительного использования новых технологий, выпуска и реализации продукции, полученных по договору (формула 4).

$$\text{Пр}_{\text{общ}} = \text{Пр}_{\text{баз}} + \text{Пр}_{\text{доп}}, \quad (4)$$

где $\text{Пр}_{\text{баз}}$ – ранее получаемая базовая прибыль;
 $\text{Пр}_{\text{доп}}$ – дополнительная прибыль.

Согласно концепции справедливого распределения расходов и доходов, дополнительная прибыль может быть представлена в виде суммы прибыли правообладателя и дополнительной прибыли пользователя (формула 5):

$$\text{Пр}_{\text{доп}} = \text{Пр}_{\text{л-ра}} + \text{Пр}_{\text{п-ля}}, \quad (5)$$

где $\text{Пр}_{\text{л-ра}}$ – дополнительная прибыль правообладателя, лицензиара;
 $\text{Пр}_{\text{п-ля}}$ – дополнительная прибыль пользователя.

Прибыль лицензиара (формула 6) составляет долю от дополнительной прибыли, получаемой дополнительно от производства и реализации продукции (услуг).

$$\text{Пр}_{\text{л-ра}} = \text{Пр}_{\text{доп}} * Д, \quad (6)$$

где $Д$ – доля (часть) прибыли лицензиара в общем объеме дополнительной прибыли от производства и реализации продукции (услуг) по договору (формула 7).

$$Д = \frac{\text{Пр}_{\text{л-ра}}}{\text{Пр}_{\text{доп}}}, \quad (7)$$

Перейдём к расчёту общей, базовой и дополнительной рентабельности.

Общая рентабельность промышленного производства и реализации продукции (услуг) по договору – это отношение величины общей прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по договору (формула 8):

$$\text{Рент}_{\text{общ}} = \frac{\text{Пр}_{\text{общ}}}{\text{С}}, \quad (8)$$

где $\text{Рент}_{\text{общ}}$ – общая рентабельность промышленного производства и реализации продукции по договору.

Базовая рентабельность – рентабельность, рассчитанная по базовой прибыли. Она рассчитывается как отношение величины базовой прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по договору (формула 9):

$$\text{Рент}_{\text{баз}} = \frac{\text{Пр}_{\text{баз}}}{\text{С}}, \quad (9)$$

где $\text{Рент}_{\text{баз}}$ – базовая рентабельность.

Дополнительная рентабельность, рассчитанная по дополнительной прибыли, определяется отношением величины дополнительной прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по договору (формула 10):

$$\text{Рент}_{\text{доп}} = \frac{\text{Пр}_{\text{доп}}}{\text{С}}, \quad (10)$$

где $\text{Рент}_{\text{доп}}$ – дополнительная рентабельность.

Ставка роялти рассчитывается делением величины отчислений в пользу правообладателя (прибыли лицензиара) к цене произведенной и реализованной пользователем продукции (услуг) по договору (формула 11):

$$R = \frac{\text{Пр}_{\text{л-ра}}}{\text{Ц}}, \quad (11)$$

где R – ставка роялти.

При подстановке в формулу 12 выражения прибыли правообладателя из формулы 6 и выражения цены продукции из формулы 3, получим:

$$R = \frac{\text{Пр}_{\text{доп}} * \text{Д}}{\text{С} + \text{Пр}_{\text{общ}}}, \quad (12)$$

Подставкой в формулу 13 выражения дополнительной прибыли из формулы 4, получим:

$$R = \frac{(\text{Пр}_{\text{доп}} - \text{Пр}_{\text{баз}}) * \text{Д}}{\text{С} + \text{Пр}_{\text{общ}}}. \quad (13)$$

Подставив в формулу 14 выражения общей и базовой прибыли через общую рентабельность и базовую рентабельность и вынеся за скобки значение себестоимости, получим:

$$R = \frac{\text{С} * (\text{Рент}_{\text{общ}} - \text{Рент}_{\text{баз}}) * \text{Д}}{\text{С} * (1 + \text{Рент}_{\text{общ}})}. \quad (14)$$

Сокращая числитель и знаменатель, получим (формула 15):

$$R = \frac{(\text{Рент}_{\text{общ}} - \text{Рент}_{\text{баз}}) * \text{Д}}{(1 + \text{Рент}_{\text{общ}})}. \quad (15)$$

Аналогично можно рассчитать ставку роялти через дополнительную рентабельность и общую рентабельность и долю правообладателя в дополнительной прибыли пользователя (формула 16):

$$R = \text{Рент}_{\text{доп}} * \frac{\text{Д}}{1 + \text{Рент}_{\text{общ}}}. \quad (16)$$

Формулы 15 и 16 показывает, что величина ставки роялти будет тем больше, чем больше дополнительная прибыль (и, соответственно, дополнительная рентабельность или разность общей рентабельности и базовой рентабельности).

Исходя из этого можно сделать вывод, что сумма периодических отчислений в пользу правообладателя должна быть тем меньше, чем меньше дополнительная прибыль или чем меньше дополнительная рентабельность.

При отсутствии дополнительной прибыли ставка роялти равна нулю, то есть отчислений правообладателю не причитается.

И наоборот, чем больше будет вклад правообладателя в подготовку и обеспечение эффективного функционирования бизнеса по договору, тем, больше должна быть доля правообладателя в дополнительной прибыли от производства и реализации продукции (услуг) по договору.

Методы определения роялти, применяемые на практике:

1) определение цены лицензии через роялти, установленные в ранее заключенных лицензионных сделках, независимо от конкретных предметов лицензии;

2) определение роялти на базе среднеотраслевых роялти, сложившихся в данной отрасли на аналогичную или взаимозаменяемую продукцию.

Колебания ставки роялти, как правило, составляют 1-12%. Чаще всего она устанавливается в пределах 2-6 %. Для некоторых отраслей есть эмпирические шкалы среднестатистических рыночных роялти, часто называемых рыночной ценой лицензии. Но средняя цена роялти может сильно колебаться по странам мира. Например, для фармацевтической промышленности США диапазон роялти составляет 3-10%, в Германии: 2-10%, во Франции: 4-5%.

Ставки роялти могут меняться в течение действия лицензионного договора: увеличиваться или уменьшаться по мере увеличения срока действия лицензионного договора. Иногда используют скользящую ставку роялти, зависящую от объемов производства или продаж продукции лицензиатом. С увеличением объема производства продукции роялти уменьшаются, а при

сокращении объемов производства, наоборот, увеличиваются. Скользящая ставка роялти стимулирует лицензиата к производству и сбыту продукции, для лицензиара положение так же не ухудшается, так как растет прибыль.

Ставки текущих отчислений могут отличаться видом лицензии, сроком действия соглашения, объемом производства лицензируемой продукции, ее реализационными ценами, внутренними и экспортными продажами.

В лицензионное соглашение может быть включен пункт о минимальной сумме вознаграждения, которая в любом случае должна быть выплачена лицензиатом.

Метод освобождения от роялти

Данный метод основывается на том, что рассматриваемая интеллектуальная собственность не принадлежит реальному владельцу, а является собственностью другого предприятия, которое предоставляет её на лицензионной основе при условии уплаты роялти. Вычисляется псевдозакономерия расходов на уплату роялти, капитализированная величина которых может рассматриваться в качестве эквивалента рыночной стоимости объекта НМА.

Метод избыточной прибыли

Для оценки патентов и лицензий, торговой марки, франшизы, имущественных прав обычно применяется метод избыточной прибыли.

Он основывается на расчете экономических выгод, связанных с получением прибыли за счет нематериальных активов, которые не отражены на балансе предприятия и обеспечивают прибыль на активы или собственный капитал выше среднего уровня.

Правило 25%

За время существования охраны патентов сложилась традиция, согласно которой покупатель выражал готовность платить патентообладателю 25% ожидаемой валовой прибыли, заработанной им с помощью лицензии.

При применении этого метода оценки объектов интеллектуальной собственности покупатель не заинтересован в раскрытии своих потенциальных показателей, по этой причине диапазон прибыли можно оценить не более, чем на два года.

Необходимо учитывать, что для новой сферы бизнеса и неопределенного размера прибыли пропорции распределения прибыли следует увеличивать в пользу покупателя, так как он подвергается повышенному риску.

Метод экспертных оценок

Метод экспертных оценок – это метод прогнозирования, который основан на достижении согласия группой экспертов.

Есть множество методов получения экспертных оценок.

В одних случаях применяют метод независимого интеллектуального эксперимента, когда с каждым экспертом работают отдельно.

В других же происходит коллективное обсуждение экспертами поставленного вопроса, в результате чего неверные мнения отбрасываются, и принимается одно согласованное решение.

При экспертной оценке предполагается проведение следующих этапов подготовки работы экспертов:

1. Формулирование заказчиком цели опроса экспертов. В нашем случае, целью является оценка объекта интеллектуальной стоимости. Причём точность формулировки цели оценки объекта интеллектуальной собственности влияет на

эффективность и своевременность выполнения экспертами поставленной перед ними задачи.

2. Подбор заказчиком основного состава группы экспертов, которые должны быть специалистами в той отрасли, где осуществляет свою деятельность заказчик. Состав экспертов зависит от специфики оцениваемых объектов.

3. Разработка и утверждение технического задания на проведение экспертного исследования опроса.

4. Разработка подробного сценария проведения сбора и анализа экспертных мнений (оценок), включая конкретный вид экспертной информации и конкретные методы анализа этой информации.

5. Формирование экспертной комиссии.

6. Проведение сбора экспертной информации.

7. Анализ экспертной информации.

8. Интерпретация полученных результатов и подготовка заключения для заказчика.

9. Официальное окончание деятельности.

Практика применения того или иного метода оценки разнообразна, тем не менее можно говорить о том, что доходный подход наиболее предпочтителен как для продавцов, так и покупателей ОИС, так как он базируется на оценке потенциальных выгод от использования ОИС [7]. Достоинство доходного подхода в его универсальности. Он позволяет определить стоимость актива в соответствии с типом совершаемой операции и целями оценки. Основным недостатком доходного подхода заключается в сложности получения необходимой исходной информации для расчетов.

Достоинством рыночного подхода считается его относительная простота в применении. Единственная трудность заключается в учете индивидуальных особенностей конкретной сделки. Метод терпит полное фиаско при оценке уникального актива, не имеющего пока аналога.

Затратный подход предусматривает исчисление затрат на воспроизводство первоначальной стоимости, либо замещение объекта нематериальных активов с учетом последующих его улучшений и с учетом износа объекта. При постановке на баланс нематериального актива законодательство обязывает использовать именно затратный подход. Недостатком его является то, что он, как правило, не отражает реальной ценности оцениваемого актива, т. к. его использование может принести доход, во много раз превышающий затраты на его создание. Следовательно, его стоимость выше затрат [8].

1.3 Анализ рынка межкомнатных дверей

Межкомнатные двери – это очень важная деталь интерьера. Они могут кардинально изменить внешний вид комнаты. Однако во времена экономической напряжённости спрос на них сокращается. Например, в 2009 году дверей было реализовано на 35% меньше по сравнению с докризисным периодом. В 2014-2015 годы продажи упали практически на 20%, а у некоторых продавцов летом 2015 года на все 50%.

Это связано с тем, что межкомнатные двери не относятся к группе наиболее необходимых строительных материалов. Во время ремонта в квартире, неважно капитальный он или же просто косметический, заменяются двери далеко не в первую очередь (сначала закупаются сантехника, напольное и настенное покрытие). Однако несмотря на это именно на ремонт и благоустройство жилья приходится большая часть всего потребления межкомнатных дверей. По данным маркетингового исследования, в нашей стране ежегодно для замены старых дверей при ремонте покупается 65-70% межкомнатных дверей, в новостройки приобретается 20-23%, а на долю коммерческой недвижимости остаётся 5-8%. Для примера, структура спроса на межкомнатные двери в 2015 году представлена на рисунке 1.

■ Ремонт жилья ■ Коммерческая недвижимость ■ Жилые новостройки

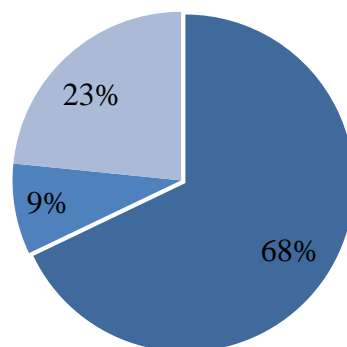


Рисунок 1 – Структура спроса на межкомнатные двери в 2015 году в России

Дверное производство активно развивается во время периода благополучия в экономике, например, в первые годы нового тысячелетия. В это время отечественные компании начали активно перенимать опыт производителей других стран, приобретать импортное оборудование высокого качества, использовать новые технологии изготовления продукции. Всё это привело к тому, что в нашей стране в 2008 году по сравнению с 2004 производство дверей выросло практически в 4 раза (выпуск составил почти 10 млн штук).

По данным статистики, объем производства дверей в кризисном 2009 году был около 6,5 млн шт., что на 34,4% меньше, чем в предыдущем. В 2010 году наблюдалось увеличение производства на 11,5% (до 7,3 млн шт.) по сравнению с 2009 годом, в 2011 году – на 8,1% (до 7,9 млн шт.) по сравнению с 2010 годом. Самый высокий после мирового финансового кризиса 2008-2009 годов рост производства наблюдался в 2012 году – на 21,3% по сравнению с 2011 годом, когда выпуск дверей составил 9,6 млн шт. В 2013 году объем производства по сравнению с 2012 годом вырос на 5,8% – до 10,1 млн дверей, а потом начался спад. Динамика объёма производства дверных блоков в России в 2007-2016 годы представлена на рисунке 2, а годовой выпуск дверей крупнейшими российскими производителями (таблица 1).

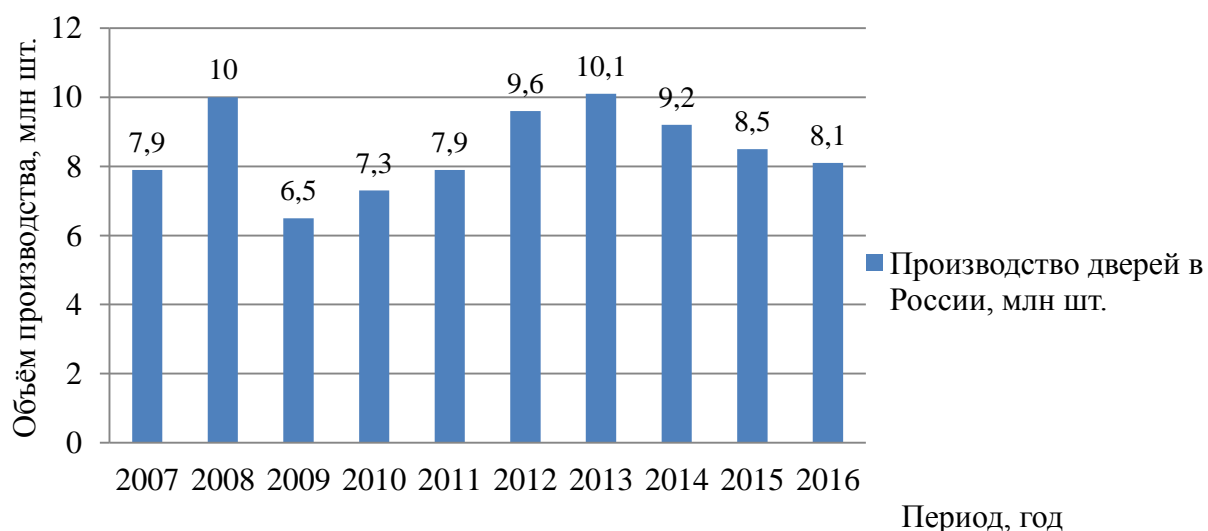


Рисунок 2 – Динамика объема производства дверных блоков в России в 2007-2016 гг.

Таблица 1 – Годовой выпуск дверей крупнейшими российскими производителями

Предприятие, торговая марка	Регион	Годовой выпуск, тыс. шт
ПО «Одинцово» (Verda, Casaporte, Eldorf)	Московская область	1000-1200
«Марио Риоли» (Mario Rioli)	Тульская область	350-500
Фабрика дверей «Ростра» (Zadoor)	Москва, Санкт-Петербург	300-400
«Волховец» («Волховец», Titul)	Новгород, Майкоп	300-350
Фабрика «Краснодеревщик»	Челябинск	300-350
Владимирская фабрика дверей (ООО «ВФД»)	Владимирская область	300-350
ГК «Оптим» (Vivo Porte)	Сталинград	300-350
Компания Profil Doors	Московская область	200-250
Фабрика «Принцип»	Москва	200-250
Фабрика «Софья» (Sofia)	Тверская область	200-250

После кризиса 2008-2009 годов производство дверных блоков восстанавливалось достаточно быстро. К 2013 году объем выпуска достиг докризисного уровня. Однако уже в 2014 году объем производства снова начал сокращаться из-за процессов стагнации экономики, что в принципе продолжилось и в 2015 году. 2016 год также не изменил ситуацию.

Торговые марки и производители межкомнатных дверей

Межкомнатные двери в нашей стране производят множество компаний, начиная с крупных промышленных производителей и заканчивая небольшими мастерскими [9]. Постоянный мониторинг рынка показывает более 500 действующих компаний, из них около 50% находятся в Центральном федеральном округе, куда входят Белгородская, Брянская, Владимирская, Воронежская, Ивановская, Калужская, Костромская, Курская, Липецкая, Московская, Орловская, Рязанская, Смоленская, Тамбовская, Тверская, Тульская, Ярославская области и город Москва (рисунок 3) [10]. Однако производителей намного больше, так как часто производством дверей занимаются индивидуальные предприниматели. В зависимости от масштаба компании объемы выпуска могут варьировать от нескольких десятков дверных полотен в год до миллиона с лишним.

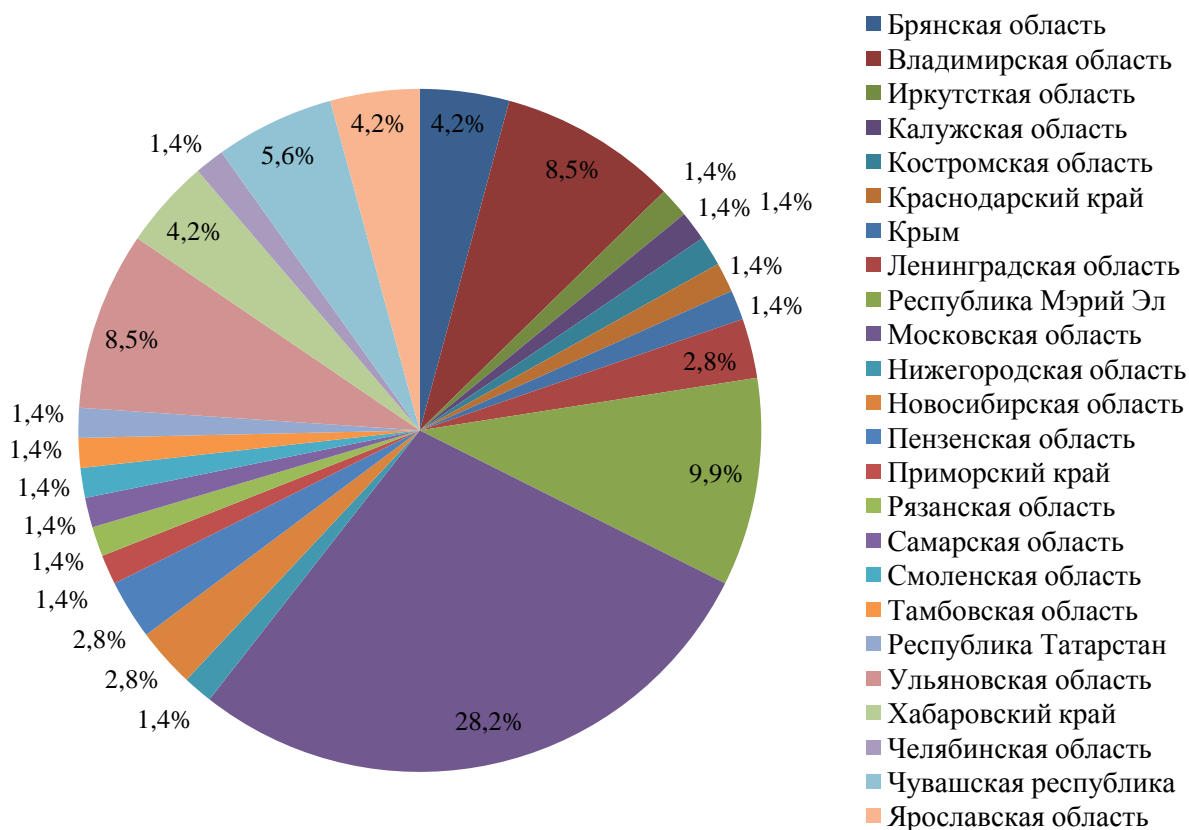


Рисунок 3 – Распределение фирм по регионам

Сейчас множество компаний производят двери стандартного уровня, который относится к сегменту рынка «масс-маркет» (средний), подходящему большинству потребителей. Цена одной такой двери колеблется от 10 до 20 тыс. руб. К компаниям, работающим в этом сегменте можно отнести MarioRioli, Краснодеревщик, Оптим (VivoPorte) и др. Также выпускаются двери по более низкой цене - от 3 тыс. руб. за полотно. В эконоом сегменте работают многие крупные производители, такие как Verda, Eldorf (ПО Одинцово), Владимирская фабрика дверей, Бекари другие, не менее известные. К более дорогой категории можно отнести марки ОСБ-Titul, Дариано Порте, DolcePorte, Alvero (Лидер), ElettIи т. д. (таблица 2).

Таблица 2 – Насыщенность ценовых сегментов рынка

Сегмент	Диапазон цен на комплект, руб.	Наиболее известные бренды в сегменте
Эконом	До 5 000	Verda, Eldorf (ПО Одинцово), Владимирская фабрика дверей, Бекар, Ростра, Airon, Терри, AlleanzaDoors, Ладора, Фрегат, Olovi, Вехи, D.Craft, Ковровские, «финские» двери
Низкий	5 000-9 000	Casaporte (ПО Одинцово), ProfilDoors, Uverture, Принцип, Геона, ЗДИ, Чебоксарская фабрика дверей, Зодчий, Фрегат, Эстет, Океан, МариаМ, ProfiloPorte, Varadoor, Европан, BellaCosa, Рада, Дера, Карельские, Milyana, Текона, Bravo, BelwoodDoors, АртДеко, Бонавери, Покровские, Zadoor, Матадор, MPorte, украинские, польские двери
Средний	9 000-19 000	MarioRioli, Краснодеревщик, Оптим (VivoPorte), Фрамир, FinezaPuerta, Лучшие двери (Luidoor), ValdoPuertas, Стендор, Софья, Волховец, Status, Мебель-Массив, Практика, Брама, белорусские двери из массива, испанские, итальянские двери
Высокий	19 000-31 000	ОСБ-Titul, Дариано Порте, DolcePorte, Alvero (Лидер), ElettI, немецкие, итальянские двери
Премиум	Свыше 31 000	Александрийские двери, Viorpote (Лидер) и некоторые другие

Есть и производители, имеющие большие мощности, которые стараются охватить несколько ценовых сегментов. Наиболее широкий спектр дверей в ценовом соотношении заметен у таких компаний, как «Профиль Доорс», «Марио Риоли», «Геона», «Фрамир» и «МариаМ». У этих производителей есть как самые дорогие, так и дешёвые двери. Есть и такие компании, которые стараются перейти в другой ценовой сегмент, например, торговая марка «Софья». В 2010 г. доля дешевых дверей данной марки составляла примерно 25%, а сейчас таких дверей нет, средний сегмент увеличился с 15% до 25%, а также стало больше дверей стоимостью от 25000 до 40000 руб., чего не было ранее. Есть пара компаний, традиционно придерживающихся более дорогих ценников: это «ОСБ-Титул» (принадлежит группе «Волховец») и «Александрийские двери». Все остальные стараются укладываться в диапазон до 20000 руб. за комплект.

Проявить оригинальность в сегменте «масс-маркет» достаточно тяжело, так как высокая конкуренция и давление на цены заставляют производителей применять одни и те же исходные материалы, и внешний вид большинства дверей отличается мало. Как только на рынке появляется удачная модель или коллекция, ее сразу начинают копировать другие производители. Это приводит к тому, что некоторые компании стараются свои наиболее удачные модели защитить авторским правом.

Импортные межкомнатные двери на российском рынке

Доля импорта на российском рынке межкомнатных дверей уменьшилась с 12% в 2007 году до 4% в 2016 году (рисунок 4).

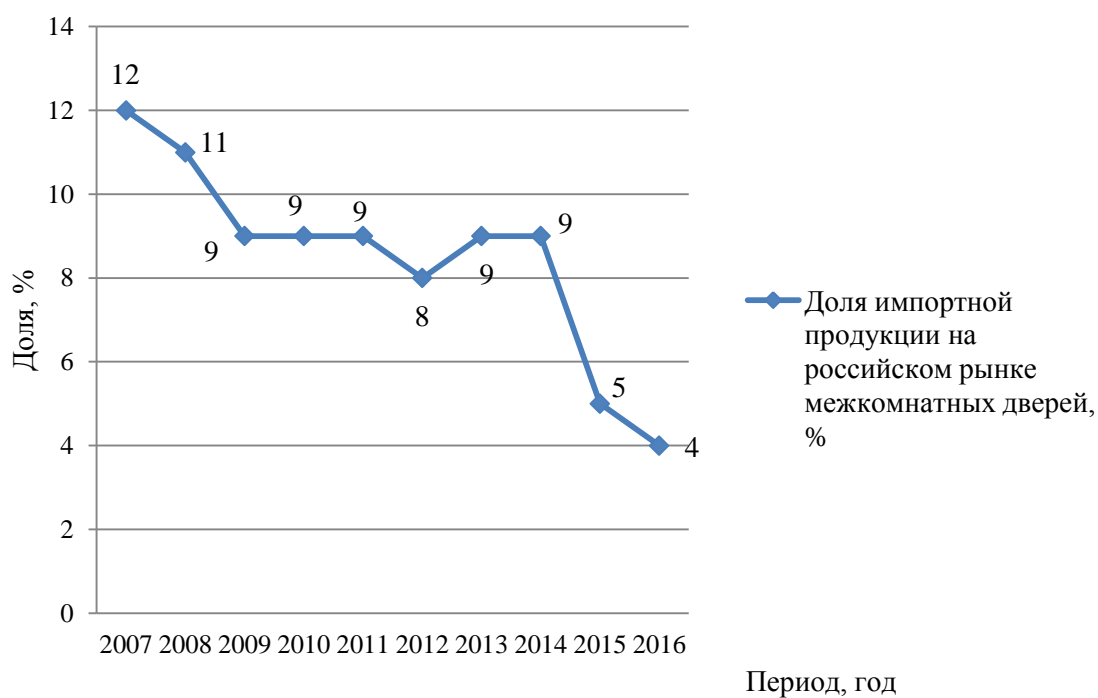


Рисунок 4 – Доля импортной продукции на российском рынке межкомнатных дверей в 2007-2016 гг.

Под импортными дверьми в России чаще всего понимается европейские и китайские изделия, однако около половины зарубежных поставок идут из Белоруссии и с Украины. На отечественном рынке доля дверей из Италии, Испании, Финляндии, Польши, Германии и Китая небольшая (рисунок 5).

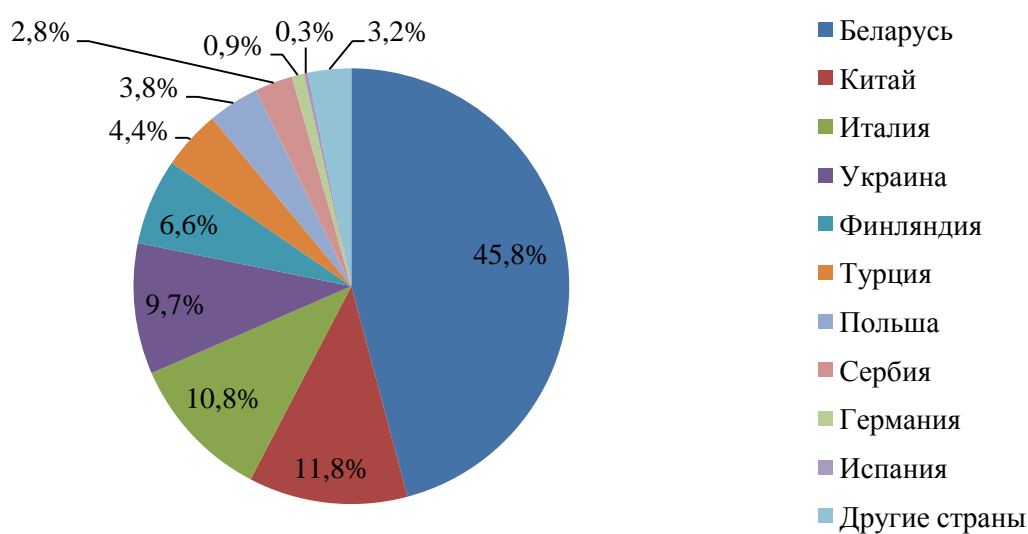


Рисунок 5 – Распределение импорта межкомнатных дверей в 2014-2015 гг.

Наиболее качественные двери выпускаются компаниями Италии, Германии и Литвы. Дверей из Китая на отечественном рынке немало, однако они продаются оптом непосредственно строительным компаниям (из-за их дешевизны), поэтому на рынке розницы найти дверь из Китая сложно. Технологии производства финских дверей почти не отличаются от российских, это потому отечественные двери производятся по таким же технологиям, что и импортные.

Это объясняет то, что рынок России в период экономических потрясений так оперативно отказывается от части зарубежных товаров, так как стандартные двери аналогичного качества можно приобрести и в России по более низкой цене, не переплачивая за иностранный бренд.

Эксперты рынка отмечают, что в период кризиса главные российские производители пытаются проникнуть в более дорогие сегменты, завоевывая дополнительную долю рынка как у разорившихся российских производителей, так и у европейских конкурентов. Из-за этого они разрабатывают и осваивают производство новых моделей с более высоким качеством покрытий. Например, во время кризиса 2008-2009 годов компании перешли от ПВХ к ламинатам и бумажным пластикам, теперь же начался переход от ламинатов к натуральному шпону.

Наиболее известные зарубежные бренды представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Известные зарубежные бренды, представленные на российском рынке

Торговая марка	Страна	Диапазон цен ценового сегмента
Barausse, Dierre, Longhi, Tre-P&Tre-Piu, Romagnoli, AgoProfil, FLEX, New Design Porte, Legnoform, Quadri	Италия	Масс-маркет: 200-350 евро Высокий: 350-500 евро Премиум: около 2000 евро
JSG («Юнда»)	Литва	Масс-маркет: 200-400 евро Высокий: 400-600 евро Премиум: 600-800 евро
Portadeza, Luvipol, Uniarte	Испания	Масс-маркет: 150-300 евро Высокий: 300-600 евро Премиум: 600-1000 евро

Окончание таблицы 3

Торговая марка	Страна	Диапазон цен ценового сегмента
Huga, Classen, Lebo, DANA, Turen Becke	Германия	Масс-маркет: 50-200 евро Высокий: 200-500 евро Премиум: около 1000 евро
Invado Sp. z o.o., DRE, Stolpaw, Asilo, KMT, Porta KMI, Gerda, Stoldrew, Mar-dom	Польша	Масс-маркет: 100-250 евро Высокий: 300-600 евро
JELD-Wen, Mattiovi	Финляндия	Экономкласс: 50-100 евро Масс-маркет: 100-200 евро
Zhejiang Mintai Industry Co. и др.	Китай	Экономкласс: 20-50 евро Масс-маркет: 50-150 евро

Что касается экспорта, то в последние десять лет Казахстан – это главный покупатель российских дверей. Туда поставляется от 60% до 80% от общего объёма экспортируемых дверей. Однако существует выраженная тенденция в сторону снижения экспорта дверей в Казахстан, хотя еще не так давно эта доля только росла. Например, если в начале 2002 года она была 41%, то уже в 2012 году произошло её увеличение до 80%. Теперь же эта доля около 50% (рисунок 6). Также российские двери вывозятся в Беларусь, Азербайджан, Украину, Таджикистан, Киргизию и т.д. [6]

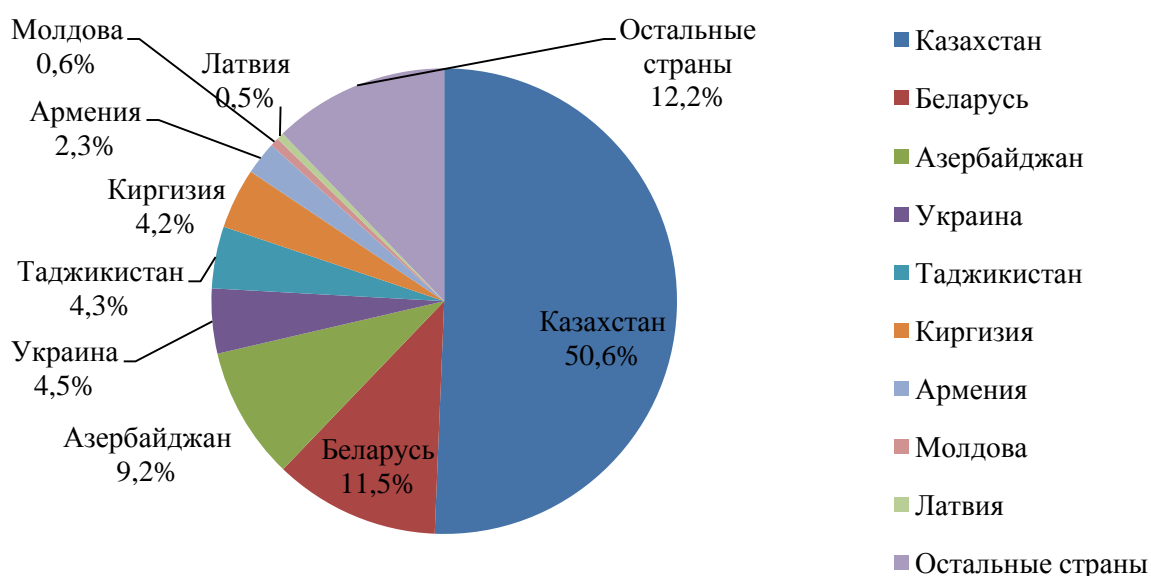


Рисунок 6 – Структура экспорта дверных блоков из РФ по странам-получателям в 2016 г. [11]

Подводя итоги, выделим основные тенденции рынка (рисунок 7) и ключевые моменты, отражающие специфику рынка (рисунок 8).



Рисунок 7 – Специфика отрасли

Тренды рынка		
Снижение доли экспорта в Казахстан	Уменьшение доли импорта	Проникновение главных российских производителей в более дорогие сегменты рынка

Рисунок 8 – Тренды рынка

Тренды рынка и специфика отрасли диктуют необходимость внедрения инноваций для удержания своих позиций, это влечёт за собой проблему защиты прав на изобретения, а значит и оценки НМА.

1.4 Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Финансовый анализ – это совокупность аналитических процедур в отношении финансовой отчётности предприятия. Он применяется для обоснования управленческих решений в системе управления организацией.

Финансовый анализ позволяет получить объективную информацию о реальном финансовом состоянии организации, прибыльности и эффективности ее работы.

Анализ прошлой деятельности организации направлен на снижение неопределенности данного предприятия в будущем. Во время проведения анализа ведётся поиск причин, из-за которых происходят изменения финансового состояния предприятия, а также разрабатываются решения, способные улучшить это состояние.

Результаты анализа финансового состояния предприятия имеют важное значение для различных пользователей.

Для внутренних пользователей (руководства предприятия) результаты финансового анализа нужны для оценки прошлой деятельности предприятия и подготовки решений об улучшениях финансовой политики предприятия в будущем.

Внешние пользователи, к которым относятся партнеры, инвесторы, и кредиторы, используют результаты анализа для принятия решений о приобретении, инвестировании, заключении длительных контрактов или же расторжении сотрудничества.

Информационная база финансового анализа – данные бухгалтерского учета и отчетности. Их изучение позволяет оценить финансовое положение организации, изменения активов и пассивов, убедиться в наличии прибылей или убытков, выявить перспективы развития.

Основными направлениями финансового анализа являются:

- 1) анализ структуры баланса;

- 2) анализ динамики статей баланса;
- 3) анализ ликвидности и финансовой устойчивости предприятия;
- 4) анализ оборачиваемости капитала;
- 5) анализ рентабельности.

Финансовый анализ предприятия начинается с предварительного анализа, который включает в себя:

- 1) оценку валюты баланса и её динамики;
- 2) оценку структуры активов и их динамики;
- 3) оценку структуры пассивов и их динамики;
- 4) проверку на соблюдение «золотого правила финансов» и «золотого правила экономики».

Изменение показателей позволяют выявить динамику, а также понять, за счет каких структурных сдвигов они поменялись.

Признаками хорошей структуры анализируемого баланса могут считаться: достаточная величина средств на счетах, достаточная обеспеченность собственными оборотными средствами, рост собственного капитала, отсутствие резких изменений в статьях баланса, дебиторская задолженность, находящаяся в равновесии с кредиторской, отсутствие в балансе «больных» статей (убытков, просроченной задолженности банкам и бюджету) [12].

В процессе функционирования предприятия и величина активов и пассивов, и их структура постоянно меняются. Получить представление о случившихся изменениях в структуре средств и их источников, а также динамике этих изменений можно с помощью:

- 1) горизонтального анализа;
- 2) вертикального анализа;
- 3) вертикально-горизонтального анализа;
- 4) анализа финансовых коэффициентов.

Горизонтальный анализ (анализ динамики) основан на сравнении финансовых показателей с предыдущими периодами времени для определения тенденций в развитии предприятия.

Вертикальный (структурный) анализ основан на определении структуры основных финансовых показателей для более подробного их изучения.

Вертикально-горизонтальный анализ – это анализ изменения структуры отчетности.

Метод финансовых коэффициентов (коэффициентный анализ) – оценка существенности соотношений различных финансовых показателей, изучение относительных показателей, характеризующих важнейшие параметры результативности деятельности. Анализ коэффициентов (относительных показателей) предполагает расчет и оценку соотношений различных видов средств и источников, показателей эффективности использования ресурсов организации, видов рентабельности.

Расчет финансовых коэффициентов, которые имеют особое значение, поскольку являются основой для оценки деятельности предприятия внешними и внутренними пользователями отчетности, является важной частью финансового анализа.

Коэффициентный метод основывается на сравнении относительных показателей, имеющих одинаковые единицы измерения, между собой. Используемые коэффициенты характеризуют изменение каких-либо интересующих аналитика признаков. Могут сравниваться показатели одного предприятия за различные периоды времени, показатели различных предприятий или показатели предприятия со средними по отрасли значениями.

Выделяют следующие группы финансовых коэффициентов:

- 1) показатели платежеспособности (ликвидности);
- 2) показатели оборачиваемости;
- 3) показатели финансовой устойчивости;
- 4) показатели рентабельности.

Коэффициенты ликвидности

При оценке ликвидности компании рассчитывают три относительных показателя ликвидности, различаемых набором ликвидных средств, которыми могут быть покрыты краткосрочные обязательства. Для этих коэффициентов существуют нормативные значения.

Платежеспособность предприятия характеризуется коэффициентом мгновенной (абсолютной) ликвидности (формула 17). Он отражает часть краткосрочной задолженности (текущих обязательств должника), которую предприятие может покрыть за счет имеющихся денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, т.е. наиболее ликвидных активов.

$$K_{\text{абс.ликв.}} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ}}{\text{КО}}, \quad (17)$$

где ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения;

КО – краткосрочные обязательства.

Нормативное значение данного коэффициента лежит в интервале от 0,1 до 0,5.

Ликвидность предприятия с учетом предстоящих поступлений от дебиторов характеризует коэффициент промежуточной ликвидности (формула 18). Он показывает, какую часть текущей задолженности предприятие может покрыть при условии полного погашения краткосрочной дебиторской задолженности, а также за счёт денежных средств и краткосрочных финансовых вложений.

$$K_{\text{пром.ликв.}} = \frac{\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}_{<12 \text{ мес.}}}{\text{КО}}, \quad (18)$$

где $\text{ДЗ}_{<12 \text{ мес.}}$ – краткосрочная дебиторская задолженность.

Нормативное значение данного показателя лежит в интервале от 0,8 до 1.

Платежные возможности организации при условии погашения краткосрочной дебиторской задолженности и реализации имеющихся запасов отражает коэффициент текущей ликвидности (формула 19).

$$K_{\text{тек.ликв.}} = \frac{\text{ОбА}}{\text{КО}}, \quad (19)$$

где ОбА – оборотные активы.

Нормативное значение этого коэффициента ликвидности лежит в интервале от 1,5 до 2.

Показатели ликвидности интересуют различных внешних пользователей информации. Например, поставщиков товаров (работ, услуг) наиболее интересует коэффициент мгновенной ликвидности. Для банков, которые кредитуют предприятие, важен коэффициент промежуточной ликвидности. А потенциальные акционеры организации обращают внимание на коэффициент текущей ликвидности.

Все эти коэффициенты характеризуют платежеспособность организации.

Коэффициенты оборачиваемости

Выделяют 3 типа показателей оборачиваемости:

- 1) коэффициенты оборачиваемости;
- 2) периоды оборота;
- 3) коэффициенты закрепления.

Коэффициенты оборачиваемости активов рассчитываются как отношение валового показателя, в котором возмещается знаменатель, к среднегодовому значению статьи баланса.

Увеличение оборачиваемости активов считается положительным, если деятельность предприятия прибыльна. Если же наоборот, то рост

оборачиваемости активов ведёт к ускорению убыточности деятельности (ускоряет получение убытков).

Общая формула коэффициента оборачиваемости имеет вид (формула 20):

$$K_{об} = \frac{\text{Валовый показатель}}{\text{Среднегодовое значение статьи баланса}}, \quad (20)$$

Период оборота рассчитывается с помощью деления длительности периода на коэффициент оборачиваемости.

Сокращение периода оборачиваемости в отчётном периоде по сравнению с предыдущим отражает ускорение оборачиваемости, а его увеличение – замедление оборота.

Период оборота рассчитывается по формуле 21:

$$ПО = \frac{\text{длительность периода}}{K_{об}}. \quad (21)$$

Коэффициент закрепления – показатель, обратный коэффициенту оборачиваемости. Чем меньше этот коэффициент, тем эффективнее работает предприятие.

Общая формула коэффициента закрепления выглядит так (формула 22):

$$K_{зак} = \frac{1}{K_{об}}. \quad (22)$$

Все эти показатели оборачиваемости в равной степени отражают деловую активность предприятия, поэтому какой из них использовать, определяет финансовый аналитик самостоятельно.

Коэффициенты финансовой устойчивости

Одним из коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость должника, является коэффициент автономии, который рассчитывается по формуле 23:

$$K_{\text{автономии}} = \frac{\text{СК}}{\text{ВБ}}, \quad (23)$$

где СК – собственный капитал;
ВБ – валюта баланса.

Он показывает, какая часть всех источников финансирования приходится на собственный капитал. Считается, что его нормативное значение 0,5.

Увеличение коэффициента автономии оценивается положительно, это говорит о финансовой независимости предприятия.

Коэффициент концентрации перманентного капитала отражает долю собственного капитала и долгосрочных обязательств в структуре пассивов. Его формула выглядит следующим образом (формула 24):

$$K_{\text{конц}} = \frac{\text{СК} + \text{ДО}}{\text{ВБ}}, \quad (24)$$

где ДО – долгосрочные обязательства.

Нормативное значение для этого показателя равно 0,75.

Коэффициенты финансовой устойчивости и финансового левереджа имеют нормативное значение, равное 1, что означает, что собственные источники финансирования должны быть равны заёмным.

Коэффициент финансовой устойчивости вычисляется по формуле 25:

$$K_{\text{фин.уст}} = \frac{\text{СК}}{\text{ДО} + \text{КО}}. \quad (25)$$

Формула финансового левереджа имеет вид (формула 26):

$$K_{\text{конц}} = \frac{\text{ДО} + \text{КО}}{\text{СК}}. \quad (26)$$

Собственные оборотные средства – это часть оборотных активов, профинансированная за счёт собственного капитала (формула 27):

$$\text{СОС} = \text{ОбА} - \text{ДО} - \text{КО} = \text{СК} - \text{ВОА}, \quad (27)$$

где СОС – собственные оборотные средства;
ВОА – внеоборотные активы.

Отрицательная величина собственных оборотных средств говорит о недостаточной финансовой устойчивости предприятия и отражает сумму, на которую внеоборотные активы профинансированы заёмным капиталом.

Чистый оборотный капитал – это часть оборотных активов, профинансированная за счёт перманентных источников (формула 28):

$$\text{ЧОК} = \text{ОбА} - \text{КО} = \text{СК} + \text{ДО} - \text{ВОА}, \quad (28)$$

где ЧОК – чистый оборотный капитал.

Отрицательная величина чистого оборотного капитала говорит о нарушении золотого правила финансов, так как внеоборотные активы финансируются за счёт краткосрочных обязательств, что свидетельствует о неустойчивом финансовом состоянии.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами оборотных активов показывает долю оборотных активов, сформированных за счёт собственных средств (формула 29):

$$K_{\text{обесп.ОбА}} = \frac{\text{СОС}}{\text{ОбА}}. \quad (29)$$

При отрицательной величине собственных оборотных средств формула может быть модифицирована (формула 30):

$$K_{\text{обесп.ОбА}} = \frac{\text{ЧОК}}{\text{ОбА}} \cdot \quad (30)$$

Если же и значение чистого оборотного капитала отрицательное, то данный коэффициент не считается и приравнивается к 0.

Коэффициент маневренности собственного капитала показывает долю собственного капитала, вложенную в маневренные (оборотные) активы (формула 31):

$$K_{\text{манев.СК}} = \frac{\text{СОС}}{\text{СК}} \cdot \quad (31)$$

При отрицательной величине собственных оборотных средств формула может быть модифицирована в коэффициент маневренности перманентного капитала (формула 32):

$$K_{\text{манев.ПК}} = \frac{\text{ЧОК}}{\text{СК}} \cdot \quad (32)$$

Если и чистый оборотный капитал имеет отрицательное значение, то капитал считается неманевренным и приравнивается к 0.

Коэффициенты рентабельности

Рентабельность продаж показывает, сколько процентов выручки остаётся на предприятии в виде прибыли (формула 33). Это показатель экономической рентабельности, который характеризует эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

$$R_{\text{продаж}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка}} * 100\%. \quad (33)$$

Рентабельность продукции показывает, сколько копеек прибыли приносит каждый рубль, вложенный в производство продукции (формула 34).

$$R_{\text{продукции}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{себестоимость}} * 100\%. \quad (34)$$

Общепринятых нормативов рентабельности не существует, так как она существенно зависит от отрасли. Благоприятна максимизация прибыли.

Рентабельность активов показывает, сколько копеек прибыли приносит каждый рубль, вложенный в имущество предприятия (формула 35). Рентабельность активов отражает эффективность их использования предприятием в отчетном периоде. Падение показателя говорит либо о снижении эффективности использования активов предприятия, либо о накоплении на предприятии излишних (неиспользуемых) активов. Рост показателя, отражающий повышение эффективности использования активов, оценивается положительно как наиболее точное свидетельство успешного развития предприятия, поскольку рентабельность активов – это один из основных, показателей финансового благополучия.

$$R_{\text{активов}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\overline{\text{ВБ}}} * 100\%. \quad (35)$$

Рентабельность СК показывает, сколько копеек прибыли приносит каждый рубль собственного капитала предприятия (формула 36).

$$R_{\text{СК}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\overline{\text{СК}}} * 100\%. \quad (36)$$

Одновременное применение всех приемов (методов) анализа финансового состояния позволяет наиболее объективно оценить финансовое положение организации, ее надежность как делового партнера, перспективу развития [13].

Выводы по разделу один

В первом разделе мы дали определение понятию «нематериальные активы», выяснили, что к ним относится, а так же раскрыли особенности их учёта (подраздел 1.1).

В подразделе 1.2 мы привели 3 подхода оценки НМА (затратный, доходный и сравнительный) и отразили их суть, рассказали об основных методах оценки в рамках этих подходов.

Также в данном разделе (подраздел 1.3) приведён анализ рынка межкомнатных дверей, так как компания, нематериальный актив которой мы будем оценивать во втором разделе, занимается производством межкомнатных дверей. Мы выделили основные тренды рынка и моменты, отражающие специфику отрасли.

В подразделе 1.4 мы рассказали о финансовом анализе предприятия, о его основных направлениях и этапах проведения, о финансовых коэффициентах, помогающих понять финансовое состояние предприятия.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ООО «СОФЬЯ»

2.1 Описание компании и анализ финансового состояния предприятия

Фабрика ООО «Софья» была основана в 1993 году на берегу озера Селигер в Тверской области. 1999 год стал для компании годом модернизации. В этом году она вышла на инновационные технологии производства.

Миссия компании – служить гармонии и красоте.

Сегодня фабрика «Софья» является одним из самых популярных брендов в своём сегменте на рынке РФ. Она один из крупнейших производителей межкомнатных дверей в России.

ООО «Софья» прошла сертификацию стандарта ISO 9001:2000, и первая получила сертификат Менеджмента качества GOST R ISO 9001-2001.

Продукция фабрики соответствует международным стандартам качества, что ежегодно подтверждается участием в выставках европейского и мирового уровня, проходящих в странах-законодателях дверной моды – Испании, Италии, Франции.

Компания создала уже 10 коллекций межкомнатных дверей: Original, Phantom, Classic, Bridge, Skyline, Rainbow, Light, Smart, Rain, Manigliona.

«Софья» сделала упор на инновации в сфере альтернативного открывания дверей. Она инвестировала в инженерные системы, и к 2010 году сформировала портфель собственных разработок и патентов, в который входят все возможные механизмы открывания дверей. Такого не делала ни одна фабрика.

Фабрика работает сразу с несколькими дизайн-студиями из Италии. У нее есть собственный проект - творческая и инженерная лаборатория Sofialab.

Помимо межкомнатных дверей «Софья» производит потолочно-стеновые панели, межкомнатные перегородки, паркетные доски и фурнитуру.

На протяжении семи лет компания помогает в реализации популярных телепроектов, сотрудничая с такими каналами, как ТНТ, Первый и НТВ (программы «Дачный ответ», «Квартирный вопрос», «Школа ремонта») [14].

Финансовый анализ ООО «Софья»

Финансовый анализ ООО «Софья» был проведён на основании бухгалтерской отчётности, представленной в ПРИЛОЖЕНИИ А [15]. Для наглядности и простоты мы составили аналитические таблицы (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Анализ динамики и структуры баланса

Рассмотрим динамику и структуру баланса за 3 года: за 2014 г., 2015 г. и 2016г. Мы видим ежегодное увеличение валюты баланса: в 2014 г. она выросла на 12,71%, что составляет 76 851 тыс. руб. в абсолютном выражении, в 2015 г. увеличение составило 16,62% (113 281 тыс. руб.), а в 2016 г. – 4,05% (32 197 тыс. руб.).

В 2014 г. валюта баланса увеличилась в основном за счёт двух статей активов, а именно основных средств на 54 731 тыс. руб. и денежных средств на 19 503 тыс. руб.. Увеличению валюты баланса в 2015 г. поспособствовал рост запасов на 74 888 тыс. руб. и дебиторской задолженности на 54 011 тыс. руб.. В 2016 г. валюта баланса возросла за счёт тех же статей – запасов (131 531 тыс. руб.) и дебиторской задолженности (12 047тыс. руб.).

Теперь рассмотрим изменение выручки и чистой прибыли, чтобы посмотреть, соблюдается ли золотое правило экономики, которое выглядит следующим образом (формула 37):

$$\text{Тр прибыли} > \text{Тр выручки} > \text{Тр валюты баланса} > 100\%, \quad (37)$$

где Тр – темп роста.

В 2014 г. наблюдался рост выручки на 13,21%, что в абсолютном выражении составило 172 273 тыс. руб. Чистая прибыль увеличилась совсем незначительно – всего на 1,05% (1 870 тыс. руб.), что связано с тем, что темп роста себестоимости оказался выше темпа роста выручки.

В 2015 г. и 2016 г. произошло сокращение выручки на 9,62% и 5,97% соответственно. Это связано с сокращением производства дверей по стране (начиная с 2014 г.), причиной которого стал кризис. Чистая прибыль также имеет отрицательную динамику – в 2015 г. она сократилась на 35,13%, а в 2016 г. на 13,72%.

Для наглядности отразим динамику валюты баланса, выручки и чистой прибыли на рисунке 9.

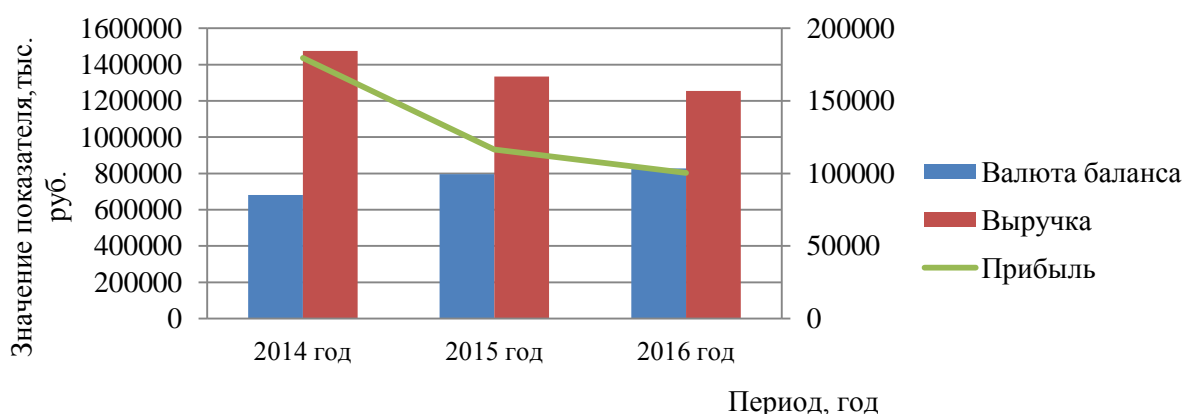


Рисунок 9 – Динамика показателей в период с 2014г. по 2016г.

Как видим, золотое правило экономики не соблюдается, так как валюта баланса растёт, а выручка и чистая прибыль снижаются с каждым годом. Следовательно падает как оборачиваемость, так и рентабельность активов.

На рисунке 10 изображено соотношение внеоборотных и оборотных активов предприятия. Внеоборотные активы преобладают, однако их доля в структуре активов ежегодно уменьшается. Увеличение доли оборотных активов говорит о повышении мобильности предприятия, что является положительным моментом и свидетельствует о росте деловой активности, но в нашем случае о росте деловой активности говорить не стоит, так как выручка снижается. А доля оборотных

активов растет за счет снижения стоимости внеоборотных активов из-за амортизации.

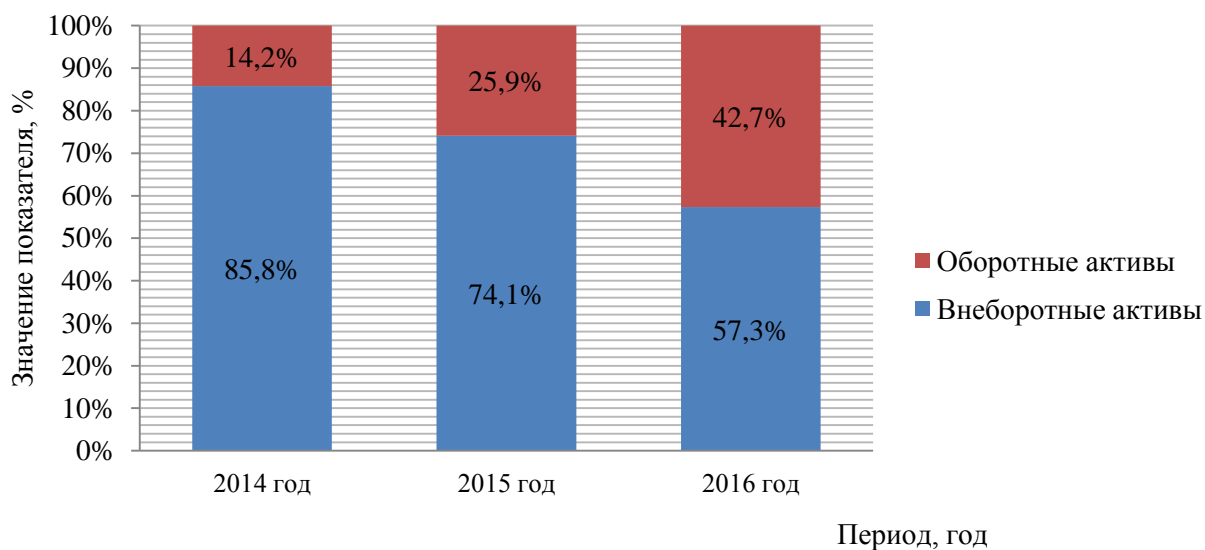


Рисунок 10 – Структура активов

Внеоборотные активы представлены двумя статьями: нематериальными активами и основными средствами.

Нематериальные активы составляют незначительную часть активов (меньше 0,5%). За 2014 г. произошло уменьшение нематериальных активов на 6,23%, что скорее всего связано с начислением амортизации. В 2015 г. НМА увеличились на 0,52% по сравнению с предыдущим годом (что говорит о приобретении или создании НМА), а в 2016 г. снова наблюдалось их уменьшение на 5,17%, что также можно отнести на амортизацию.

Основные средства на конец 2014 г. составляли 85,37% активов. В этом году произошло их увеличение на 10,38% (54 731 тыс. руб.), что говорит о приобретении основных средств, однако в структуре активов их доля снизилась на 2,06% из-за увеличения валюты баланса. В 2015 г. основные средства также увеличиваются, но уже незначительно (на 0,79%, что в абсолютном выражении составляет 4 605 тыс. руб.). В 2016 г. произошло их уменьшение на 19,59% (114 912 тыс. руб.), что снизило их долю в структуре активов на 22,72%.

Оборотные активы предприятия с каждым годом увеличиваются (в 2014 г. на 29,85%, в 2015 г. на 112,01%, в 2016 г. на 71,59%). Они представлены запасами, дебиторской задолженностью и денежными средствами. Для наглядности их структура представлена на рисунке 11.

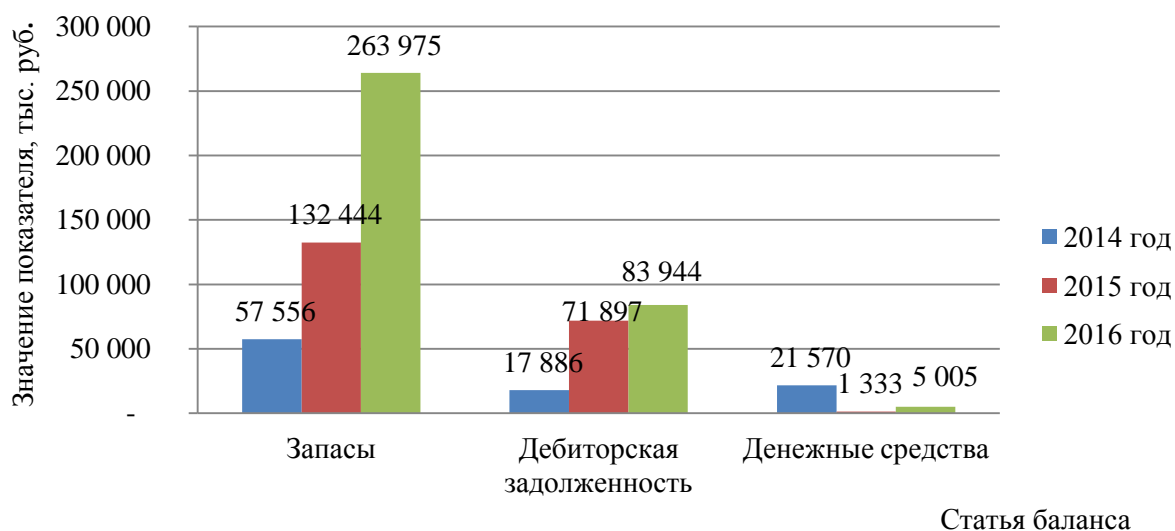


Рисунок 11 – Структура оборотных активов

В 2014 г. наблюдалось незначительное снижение запасов на 2,85%, что в абсолютном выражении составило 1 686 тыс. руб. А дебиторская задолженность и денежные средства увеличились на 33,45% и 943,54% соответственно. Это увеличение способствовало росту их доли в структуре активов (доля дебиторской задолженности увеличилась с 2,22% до 2,62%, а доля денежных средств с 0,34% до 3,16%).

В 2015 г. ситуация меняется. Запасы увеличиваются на 130,11% (74 888 тыс. руб.), что повышает их долю в структуре активов почти в 2 раза. Дебиторская задолженность увеличилась в 4 раза и стала равна 71 897 тыс. руб. Это может говорить о том, что предприятие смягчает свою кредитную политику, что ведёт к увеличению отсрочки оплаты продукции. Денежные средства, наоборот, уменьшились на 93,82%, что в абсолютном выражении составило 20 237 тыс. руб.

В 2016 г. запасы также продолжают увеличиваться. Их прирост составил 99,31% или 131 531 тыс. руб., что увеличило их долю в структуре активов с

16,66% до 31,91%. Дебиторская задолженность и денежные средства также увеличились на 12 047 тыс. руб. и 3 672 тыс. руб. соответственно, что в относительном выражении составило 16,76% и 275,47%.

Рост запасов при снижении выручки в 2015 г. и 2016 г. можно связать с тем, что они могли увеличиться за счёт роста нереализованной готовой продукции.

Пассивы предприятия представлены двумя разделами: «Капитал и резервы» и «Краткосрочные обязательства». Долгосрочных обязательств у предприятия нет, что говорит об отсутствии долгосрочных кредитов.

Рисунок 12 отражает соотношение собственных и заёмных средств предприятия. Как видим, предприятие «живёт» в основном за счёт собственных средств, так как доля заёмных мала. Это говорит о чрезмерно высокой (избыточной) финансовой устойчивости, что лишает предприятие возможности развития за счёт привлечения заёмных средств. Однако в кризисных условиях, когда спрос на двери значительно снизился, такая консервативная политика предприятия ограждает его от рисков.

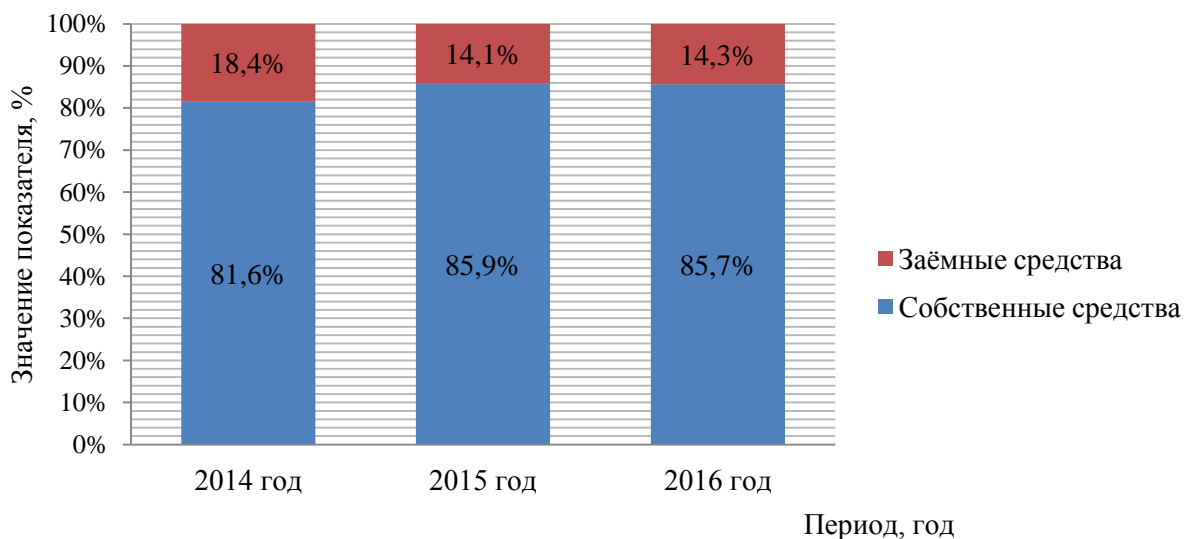


Рисунок 12 – Соотношение собственных и заёмных средств

Раздел «Капитал и резервы» представлен двумя статьям: Уставный капитал и Нераспределённая прибыль.

Уставный капитал в абсолютном выражении составляет 350 000 тыс. руб. и в течение анализируемого периода не меняется. Однако его доля в структуре пассивов с каждым годом уменьшается (на 6,52% в 2014 г., на 7,32% в 2015 г. и на 1,71% в 2016 г.).

Нераспределённая прибыль прирастает с каждым годом (на 45,26% или на 67 468 тыс. руб. в 2014 г., на 53,78% или на 116 445 тыс. руб. в 2015 г. и на 7,68% или на 25 580 тыс. руб. в 2016 г.), что способствует увеличению собственного капитала предприятия.

Заёмные средства представлены кредиторской задолженностью, из чего следует, что кредитов предприятие не имеет (ни краткосрочных, ни долгосрочных). В 2014 году кредиторская задолженность увеличилась на 8,87% (9 383 тыс. руб.), в 2015 г. произошло её уменьшение на 2,75% и она составила 111 998 тыс. руб. В 2016 г. она снова выросла на 5,91%, что в абсолютном выражении составило 6 617 тыс. руб.

А теперь проверим соблюдение золотого правила финансов, которое гласит, что долгосрочные источники финансирования должны быть вложены в долгосрочные активы, а краткосрочные источники – в краткосрочные активы. Для наглядности приведена таблица 4.

Таблица 4 – Структура активов и пассивов

Год	Долгосрочные источники	Долгосрочные активы	Краткосрочные источники	Краткосрочные активы
2014 год	81,6%	85,8%	18,4%	14,2%
2015 год	85,9%	74,1%	14,1%	25,9%
2016 год	85,7%	57,3%	14,3%	42,7%

Можно сказать, что в 2014 г. «золотое правило финансов» соблюдается, так как долгосрочные источники примерно равны долгосрочным активам. Однако в 2015 году ситуация меняется: долгосрочные источники, которые в 2014 г. были чуть меньше долгосрочных активов, теперь прилично превышают их. В 2016 г. эта ситуация ещё более усугубляется. В итоге предприятие финансирует часть

своих оборотных средств за счёт собственного капитала, что снижает эффективность деятельности предприятия.

Анализ отчёта о прибылях и убытках

Из отчёта о прибылях и убытках видно, что ООО «Софья» занимается только основной деятельностью, так как прибыль до налогообложения равна прибыли от продаж. При этом предприятие не несёт коммерческих и управленческих расходов, о чём говорит равенство валовой прибыли и прибыли от продаж.

ООО «Софья» не является убыточным, так как каждый год оно получает прибыль, но при этом, начиная с 2015 г., прибыль ежегодно уменьшается. Это связано со снижением выручки в эти периоды и ростом доли себестоимости в выручке (в 2014 г. её доля была равна 84,8%, в 2015 г. – 89,09%, а в 2016 г. – 89,99%).

В 2014 г. выручка ещё росла (рост составил 13,21%), однако себестоимость увеличивалась быстрее (на 15,71%), поэтому валовая прибыль выросла всего на 1,05% (2 338 тыс. руб.) и составила 224 374 тыс. руб. Более быстрый рост себестоимости по сравнению с выручкой нежелателен для предприятия, так как ведёт к снижению прибыли.

В 2015 г. выручка упала на 9,62%, а себестоимость всего на 5,05%, что привело к значительному снижению валовой прибыли, которое составило 35,13% (78 818 тыс. руб.). Чистая прибыль при этом оказалась равна 116 455 тыс. руб., что на 63 054 тыс. руб. меньше, чем в предыдущем году.

В 2016 г. выручка также уменьшалась быстрее себестоимости, но эта разница была небольшая (выручка снизилась на 5,97%, а себестоимость на 5,02%), поэтому валовая прибыль сократилась только на 13,72% и составила 125 579 тыс. руб., а чистая прибыль – 100 463 тыс. руб.

Анализ ликвидности

Анализ ликвидности баланса можно осуществить с помощью бескоэффициентного метода, а также благодаря расчёту коэффициентов ликвидности.

Группировка активов и пассивов по годам представлена в таблицах 5-7.

Таблица 5 – Группировка статей баланса на конец 2014 г.

В тыс. рублей

Группа активов	Значение	Знак	Группа пассивов	Значение
A1	21 570	<	П1	115 162
A2	17 886	>	П2	0
A3	57 556	>	П3	0
A4	584 676	>	П4	556 526

Таблица 6 – Группировка статей баланса на конец 2015 г.

В тыс. рублей

Группа активов	Значение	Знак	Группа пассивов	Значение
A1	1 333	<	П1	111 998
A2	71 897	>	П2	0
A3	132 444	>	П3	0
A4	589 295	<	П4	682 971

Таблица 7 – Группировка статей баланса на конец 2016 г.

В тыс. рублей

Группа активов	Значение	Знак	Группа пассивов	Значение
A1	5 005	<	П1	118 615
A2	83 944	>	П2	0
A3	263 975	>	П3	0
A4	474 242	<	П4	708 551

Теперь, чтобы определить ликвидность баланса, необходимо посмотреть, соблюдаются ли неравенства. Для наглядности составим таблицу 8.

Таблица 8 – Анализ ликвидности баланса бескоэффициентным методом

Норма	На конец 2014 года	На конец 2015 года	На конец 2016 года
$A1 \geq П1$	<	<	<
$A2 \geq П2$	>	>	>
$A3 \geq П3$	>	>	>
$A4 \leq П4$	>	<	<

Как видим, второе и третье неравенства соблюдаются, невыполнение первого неравенства говорит о том, что предприятие испытывает недостаток ликвидных активов для погашения своих обязательств. Невыполнение четвертого неравенства на конец 2014 г. свидетельствует о том, что у предприятия отсутствуют собственные оборотные средства, что говорит о недостаточной финансовой устойчивости.

Теперь оценим ликвидность с помощью расчёта коэффициентов абсолютной, быстрой и текущей ликвидности. Расчёты представим в виде таблицы 9.

Таблица 9 – Расчёт коэффициентов ликвидности

Название коэффициента	Нормативное значение	На 31 декабря 2014 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2016 года
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	0,19	0,01	0,04
Коэффициент быстрой ликвидности	0,8-1	0,34	0,65	0,75
Коэффициент текущей ликвидности	1,5-2	0,84	1,84	2,98

Для наглядности динамика коэффициентов представлена на рисунке 13.

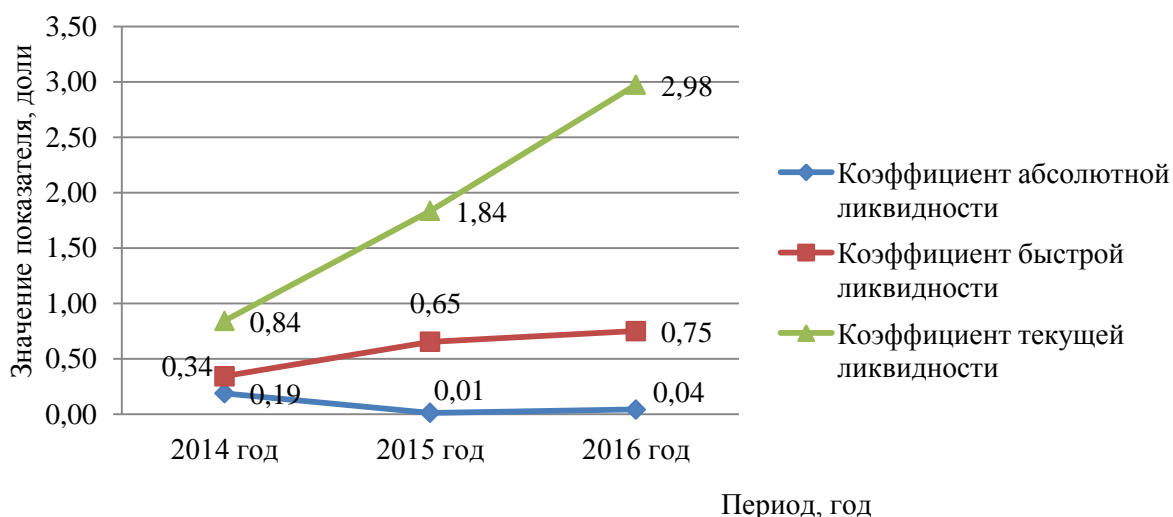


Рисунок 13 – Динамика коэффициентов ликвидности

Коэффициент абсолютной ликвидности значительно ниже нормативного значения (только на конец 2014 г. он максимально приближен к норме). Это говорит о том, что предприятие не сможет погасить свои наиболее краткосрочные обязательства за счёт денежных средств.

Коэффициент быстрой ликвидности также не дотягивает до нормативного значения, но динамика его очень хорошая: с каждым годом он увеличивается, а на конец 2016 г. он ставится очень близок к нормативному значению.

Что касается коэффициента текущей ликвидности, то он также увеличивается с каждым годом. Нормативного значения он достигает в 2015 г., а в 2016 г. мы наблюдаем даже излишнюю текущую ликвидность. Происходит это из-за значительного прироста запасов в эти периоды (как предполагалось ранее за счёт запасов готовой продукции).

В итоге можно сказать, что оба метода (коэффициентный и бескоэффициентный) показали, что предприятию необходимо увеличивать значение такой статьи баланса как денежные средства, чтобы не было угрозы дефицита средств для своевременных выплат. Если предприятию удастся снизить запасы (реализовать готовую продукцию), то это поспособствует увеличению денежных средств и дебиторской задолженности, что приведёт показатели ликвидности предприятия к нормативным.

Анализ финансовой устойчивости

Для начала определим тип финансовой устойчивости ООО «Софья» (таблицы 10-12).

Таблица 10 – Тип финансовой устойчивости на конец 2014 г.

В тыс. рублей

Пассивы	Значение	Знак	Активы	Значение
СК	556 526	<	ВОА+Запасы+НДС	642 232
СК+ДО	556 526	<	ВОА+Запасы+НДС	642 232
СК+ДО+ККиЗ	556 526	<	ВОА+Запасы+НДС	642 232
СК+ДО+КО	671 688	>	ВОА+Запасы+НДС	642 232

Таблица 11 – Тип финансовой устойчивости на конец 2015 г.

В тыс. рублей

Пассивы	Значение	Знак	Активы	Значение
СК	682 971	<	ВОА+Запасы+НДС	721 739
СК+ДО	682 971	<	ВОА+Запасы+НДС	721 739
СК+ДО+ККиЗ	682 971	<	ВОА+Запасы+НДС	721 739
СК+ДО+КО	794 969	>	ВОА+Запасы+НДС	721 739

Таблица 12 – Тип финансовой устойчивости на конец 2016 г.

В тыс. рублей

Пассивы	Значение	Знак	Активы	Значение
СК	708 551	<	ВОА+Запасы+НДС	738 217
СК+ДО	708 551	<	ВОА+Запасы+НДС	738 217
СК+ДО+ККиЗ	708 551	<	ВОА+Запасы+НДС	738 217
СК+ДО+КО	827 166	>	ВОА+Запасы+НДС	738 217

Как видим, за счёт того, что предприятие не имеет долгосрочных и краткосрочных кредитов, оно находится в кризисном состоянии. Однако, если читать цифры не только формально, то, как видно, собственный капитал практически полностью финансирует величину запасов и внеоборотных средств.

Теперь рассчитаем коэффициенты финансовой устойчивости. Их расчёт приведён в таблице 13.

Таблица 13 – Расчёт коэффициентов финансовой устойчивости

Название коэффициента	Нормативное значение	На 31 декабря 2014 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2016 года
К-т концентрации СК	0,5	0,82	0,86	0,86
К-т концентрации перманентного капитала	0,75	0,82	0,86	0,86
К-т концентрации заёмного капитала	0,5	0,17	0,14	0,14
К-т соотношения собственных и заёмных средств (коэффициент финансовой устойчивости)	1	4,83	6,10	5,97
К-т соотношения заёмных и собственных средств (коэффициент финансового левериджа)	1	0,21	0,16	0,17
СОС	-	-28150	93676	234309
ЧОК	-	-28150	93676	234309
К-т обеспеченности СОС ОБА	0,4-0,6	-	0,46	0,66
К-т обеспеченности запасов и затрат	0,6-0,8	-	0,71	0,89
К-т маневренности собственного капитала	-	-	0,14	0,33

Коэффициенты концентрации собственного и заёмного капитала показывают, что доля собственных средств предприятия составляет больше 80% всех пассивов, при этом собственный капитал увеличивается с каждым годом. Согласно нормативу, собственные и заёмные средства должны быть примерно равны по величине. В нашем случае мы наблюдаем избыточную финансовую устойчивость.

Коэффициенты финансовой устойчивости и финансового левериджа также отражают значительное превышение собственных средств над заёмными.

Далее мы рассчитали величину собственных оборотных средств, которая равна величине чистого оборотного капитала по причине отсутствия долгосрочных обязательств. На конец 2014 г. СОС (как и ЧОК) имеют отрицательное значение, что говорит о нарушении золотого правила финансов и финансировании

внеоборотных активов краткосрочными обязательствами, что свидетельствует о финансовой неустойчивости предприятия. Однако уже в 2015 г. собственные оборотные средства составили 93 676 тыс. руб., а в 2016 г. они увеличились до 234 309 тыс. руб. Положительное значение СОС, а также последующий их рост говорит о финансовой устойчивости предприятия. Динамика этого показателя представлена на рисунке 14.

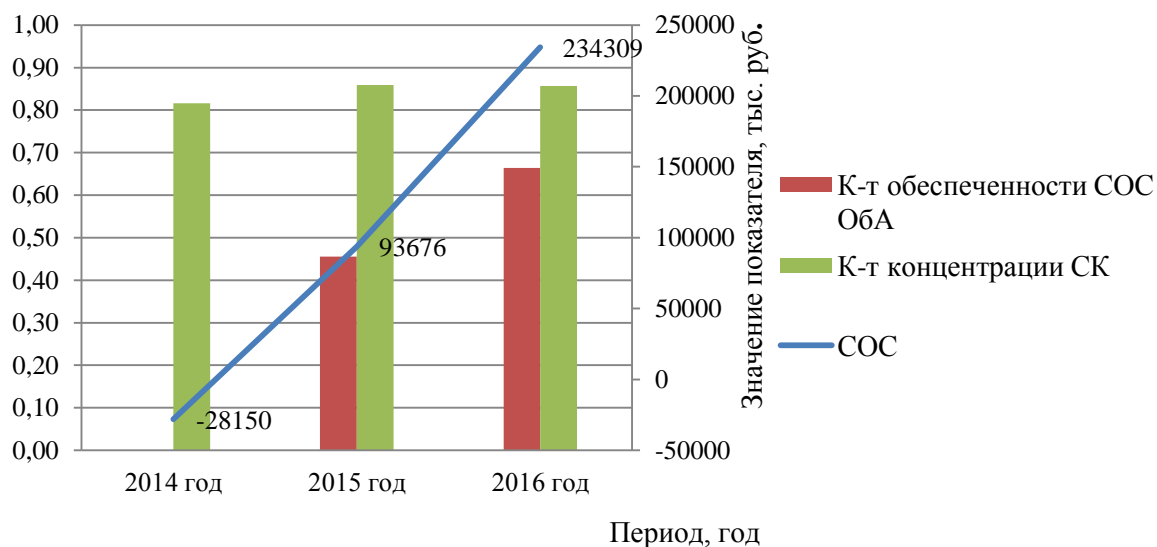


Рисунок 14 – Динамика собственных оборотных средств и коэффициентов концентрации собственного капитала и обеспеченности СОС оборотных активов

Коэффициенты маневренности собственного капитала, обеспеченности собственными оборотными средствами оборотных активов, а также запасов и затрат не могут быть рассчитаны за 2014 г. по причине отрицательного значения СОС.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами оборотных активов и коэффициент обеспеченности запасов и затрат соответствуют нормативным значениям, а в 2016 г. даже незначительно превышают указанные диапазоны.

Коэффициент маневренности собственного капитала не имеет нормативного значения, но можно сказать, что маневренность собственного капитала увеличивается.

В итоге можно сделать вывод, что предприятие имеет избыточную финансовую устойчивость, несмотря на то, что бескоэффициентный метод показал кризисное его состояние. Доля собственного капитала в структуре пассивов слишком большая, организация лишает себя возможности развиваться за счёт заёмных средств. Предприятие является консерватором и старается функционировать за счёт собственных средств.

Анализ деловой активности

Анализ деловой активности предприятия проводится с помощью расчётов показателей оборачиваемости. Их расчёт представлен в таблице 14.

Таблица 14 – Расчёт показателей оборачиваемости

Показатель	2014 год			2015 год			2016 год		
	К _{об}	Т _{об} , дни	К _{зак}	К _{об}	Т _{об} , дни	К _{зак}	К _{об}	Т _{об} , дни	К _{зак}
Оборачиваемость активов	2,29	156,87	0,44	1,81	199,23	0,55	1,55	232,74	0,65
Оборачиваемость внеоборотных активов	2,65	135,93	0,38	2,27	158,39	0,44	2,36	152,59	0,42
Оборачиваемость собственного капитала	2,80	128,71	0,36	2,15	167,23	0,46	1,80	199,65	0,55
Оборачиваемость запасов	21,44	16,79	0,05	12,51	28,77	0,08	5,70	63,20	0,18
Оборачиваемость ДЗ	94,36	3,82	0,01	29,72	12,11	0,03	16,10	22,36	0,06
Оборачиваемость КЗ	11,33	31,77	0,09	10,46	34,40	0,10	9,79	36,77	0,10

По оборачиваемости активов наблюдается отрицательная динамика: коэффициент оборачиваемости снизился с 2,29 в 2014 г. до 1,55 в 2016 г., а период оборота и коэффициент закрепления, наоборот увеличились. Это вполне логично, ведь активы с каждым годом растут, а выручка снижается.

По оборачиваемости собственного капитала и запасов ситуация аналогична: уменьшение коэффициента оборачиваемости и увеличение периода оборота и коэффициента закрепления.

Период оборота собственного капитала ежегодно в среднем увеличивается на 35 дней. Коэффициент оборачиваемости за анализируемый период снизился на 1 (с 2,8 в 2014 г. до 1,8 в 2016 г.).

С 2014 г. по 2016 г. оборачиваемость запасов очень сильно снизилась. Коэффициент оборачиваемости упал с 21,44 в 2014 г. до 5,7 в 2016 г. Период оборота за это время увеличился почти в 4 раза.

Оборачиваемость внеоборотных активов снизилась в 2015 г. по сравнению с 2014 г. Однако в 2016 г. ситуация немного улучшилась, хоть и осталась хуже, чем в 2014 г.

Оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности уменьшается, только в случае кредиторской задолженности это уменьшение незначительное. Например, коэффициент закрепления почти не изменился (0,09 в 2014 г. и 0,1 в 2015 и 2016 гг.). Период оборота кредиторской задолженности за анализируемый период увеличился на 5 дней и составил 36,77 дня.

Оборачиваемость дебиторской задолженности уменьшилась очень сильно в 2015 г. В этот период выручка предприятия начала снижаться, а дебиторская задолженность резко возросла. Это привело к тому, что коэффициент оборачиваемости ДЗ сократился за год в 3 раза (94,36 в 2014 г., 29,72 в 2015 г.), а потом ещё в 2 раза (16,1 в 2016 г.). Период оборота за анализируемый период увеличился в 6 раз (с 3,82 дня до 22,36 дня), что привело к увеличению операционного цикла (таблица 15).

Таблица 15 – Хозяйственные циклы

Показатель	В днях		
	2014 год	2015 год	2016 год
Производственный цикл	16,79	28,77	63,20
Операционный цикл	20,61	40,89	85,56
Финансовый цикл	-11,16	6,49	48,80

Так как и период оборота запасов, и период оборота дебиторской задолженности увеличивались, то и операционный цикл увеличивался с ещё

большой силой. Финансовый цикл тоже стал дольше, причем значительно (в 5 раз). Предприятию нужно стараться сокращать финансовый цикл.

Динамика хозяйственных циклов представлена на рисунке 15.

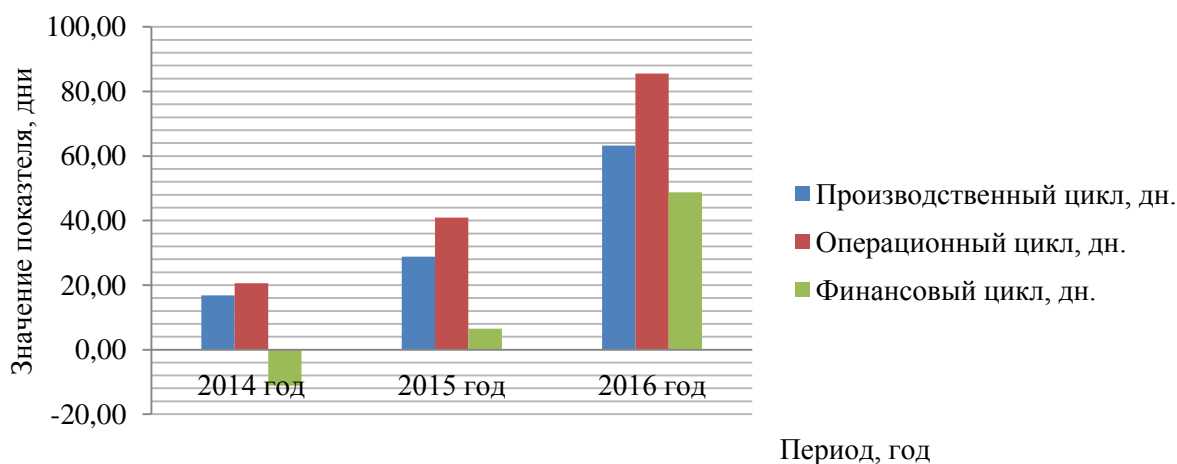


Рисунок 15 – Динамика хозяйственных циклов

В целом можно сказать, что деловая активность предприятия упала. Все показатели оборачиваемости имеют отрицательную динамику. Организации необходимо постараться реализовать как можно больше произведённой, но еще непроданной готовой продукции, чтобы тем самым увеличить выручку и снизить величину активов.

Анализ рентабельности

Расчёт показателей рентабельности отражён в таблице 16.

Таблица 16 – Расчёт коэффициентов рентабельности

Название коэффициента	2014 год	2015 год	2016 год
Рентабельность продаж	15,20%	10,91%	10,01%
Рентабельность продукции	17,92%	12,25%	11,12%
Рентабельность активов	27,90%	15,77%	12,39%
Рентабельность СК	34,01%	18,79%	14,44%

Для наглядности динамика коэффициентов рентабельности представлена на рисунке 16.

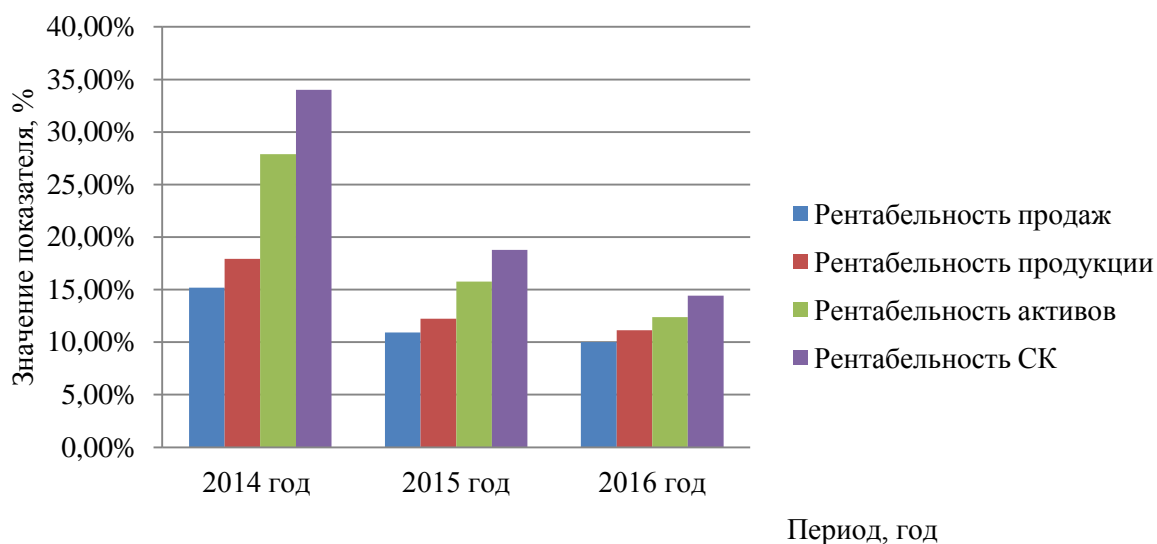


Рисунок 16 – Динамика коэффициентов рентабельности

Как видим, все показатели рентабельности имеют отрицательную динамику. Особенно сильный спад наблюдается в 2015 г., когда было наибольшее снижение выручки.

Больше всего снизилась рентабельность собственного капитала (с 34,01% в 2014 г. до 14,44% в 2016 г.). Причиной этому является снижение прибыли на фоне ежегодного роста собственного капитала.

Аналогичная ситуация наблюдается с рентабельностью активов (снижение произошло с 27,9% в 2014 г. до 12,39% в 2016 г.). Это также связано с одновременным снижением роста прибыли и увеличением роста активов.

Рентабельность продукции за анализируемый период уменьшилась с 17,92% до 11,12% в связи с тем, что ежегодно доля себестоимости в выручке увеличивалась.

Предприятию необходимо увеличивать объём продаж, так как это может увеличить прибыль за счёт перераспределения постоянных затрат на большее количество продукции.

Выводы по анализу финансово-хозяйственной деятельности ООО «Софья»

Предприятие имеет низкое значение коэффициента абсолютной ликвидности, что говорит о том, что оно испытывает трудности с погашением краткосрочных обязательств (может погасить лишь малую их часть). Коэффициент быстрой ликвидности имеет положительную динамику и к концу анализируемого периода практически достиг нормативного значения, однако этого недостаточно, так как большую часть ликвидных средств составляет дебиторская задолженность, которую трудно взыскать вовремя. Запасы предприятия значительно прирастают с каждым годом, поэтому увеличивается и коэффициент текущей ликвидности, который на конец анализируемого периода превышает нормативное значение (избыточная текущая ликвидность).

Предприятие не имеет краткосрочных и долгосрочных кредитов. Большую часть пассивов составляет собственный капитал (больше 80%), и лишь малая их часть приходится на кредиторскую задолженность. Такое распределение пассивов способствует минимизации рисков неплатежеспособности, но при этом лишает предприятие возможности развития за счёт заёмных средств. Исходя из этого, предприятие имеет избыточную финансовую устойчивость, что тормозит его развитие.

Выручка организации с каждым годом сокращается, но при этом увеличиваются такие статьи баланса, как запасы и дебиторская задолженность, что в целом говорит об увеличении активов, а следовательно и пассивов (преимущественного собственного капитала, являющегося основным источником финансирования). В результате чего оборачиваемость предприятия за анализируемый период значительно снижается.

Рентабельность продаж с каждым годом падает. Происходит это в связи с уменьшением объёма продаж, что влияет на сокращение выручки, а, следовательно, и прибыли. Снижение рентабельности продаж и уменьшение коэффициента оборачиваемости воздействуют и на рентабельность активов и

собственного капитала, которые в свою очередь уменьшаются в ещё большей степени.

Исходя из полученной информации можно предложить следующие рекомендации для улучшения ситуации:

1) Необходимо повысить эффективность управления затратами, а именно постараться выявить возможные пути их сокращения, например, за счёт поиска более дешёвых поставщиков сырья или замене технологии производства на более эффективную. Это поможет снизить долю себестоимости в выручке и увеличить прибыль, что приведёт к повышению рентабельности;

2) Постараться реализовать уже имеющуюся готовую продукцию, например, с помощью предоставления скидок на неё и отсрочки оплаты. Это поможет избавиться от затоваривания. В результате этого снизятся запасы и увеличатся денежные средства и возможно дебиторская задолженность, что приведёт показатели ликвидности предприятия к нормативным. Увеличение выручки в этом случае будет способствовать и повышению показателей оборачиваемости;

3) Начать использовать заёмные средства для развития своего предприятия, иначе оно может начать отставать от конкурентов и уйти с рынка.

2.2 Коэффициентный анализ денежных потоков и движения нематериальных активов

Для удобства проведения коэффициентного анализа денежных потоков составим таблицу 17 с исходными данными в разрезе 5 лет. Информация была взята из первой, второй и четвертой форм бухгалтерской отчетности.

Таблица 17 – Исходные данные

Показатели (средние)	В тысячах рублей				
	2016	2015	2014	2013	2012
ЧДП (CFO)	3 672	-20 237	19 503	-11 714	1 058

Окончание таблицы 17

В тысячах рублей

Показатели (средние)	2016	2015	2014	2013	2012
Прибыль от продаж (OI - OperatingIncome)	125 579	145 556	224 374	222 036	197 915
ЕБИТ	125 579	145 556	224 374	222 036	197 915
Чистая прибыль (NI -NetIncome)	100 463	116 445	179 499	177 629	158 332
Выручка (Sales)	1 254 541	1 334 155	1 476 232	1 303 959	1 578 959
ДС +КФВ (Cash)	3 169	11 452	11 819	7 924	13 252
Совокупный долг (TD)	115 307	113 580	110 471	99 357	90 045
ДО (FL)	0	0	0	0	0
Текущий долг (CL)	115 307	113 580	110 471	99 357	90 045
Дивиденды (D)	0	0	0	0	0
Проценты уплаченные (I)	0	0	0	0	0
Налоги уплаченные (Tax)	25 116	29 111	44 875	44 407	38 578
Валюта баланса (Assets)	811 068	738 329	643 263	527 915	465 814
Собственный капитал (Equity)	695 761	619 749	527 792	428 558	375 770

Коэффициентный анализ денежных потоков включает:

- 1) денежное содержание прибылей;
- 2) денежное содержание продаж;
- 3) денежное покрытие долга;
- 4) денежная рентабельность.

Рассчитаем денежное содержание прибылей (таблица 18).

Таблица 18 – Денежное содержание прибылей

В процентах

Наименование показателя	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Денежное содержание прибыли от продаж CFO/OI	0,53	-5,28	8,69	-13,9	2,92

Окончание таблицы 18

В процентах

Наименование показателя	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Денежное содержание чистой прибыли CFO/NI	0,67	-6,59	10,87	-17,38	3,66

Коэффициенты, представленные в таблице 18 рассчитываются путём деления чистого денежного потока на различные виды прибыли и отражают, на сколько процентов прибыль состоит из денежных поступлений, то есть в какой степени прибыль облечена в форму реальных денег, а в какой – в форме записей на бумаге.

Как видим, дефицитный чистый денежный поток в 2013 году составляет 5,28 % от прибыли от продаж, а в 2015 году – 13,9%. Это говорит о том, что в эти периоды платежи компании превышали приток в неё денежных средств. В 2012 году чистый денежный поток был равен 0,53% от прибыли от продаж, в 2014 г. – 8,69%, а в 2016 году – 2,92%.

В отношении чистой прибыли мы наблюдаем аналогичную ситуацию: в 2013 г. и 2015 г. чистый денежный поток является дефицитным, в 2012 г. он составляет 0,67% от чистой прибыли, в 2014 г. – 10,87%, а в 2016 г. – 3,66%.

Для организации такие значения показателей являются неблагоприятными, так как за два года анализируемого периода чистый денежный поток является дефицитным, а в 2012 г., в 2014г. и в 2016 г. его доля в прибыли компании (как в чистой, так и в прибыли от продаж) очень мала. Поэтому несмотря на то, что предприятие имеет ежегодную прибыль, положение у него весьма шаткое. Связано это с падением спроса, а также с высокой долей продукции, отгружаемой компанией в кредит (можно заметить, что доля дебиторской задолженности ежегодно растет).

Далее рассчитаем коэффициент «Деньги – выручка» (таблица 19).

Таблица 19 – Денежное содержание продаж

В процентах

Наименование показателя	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Деньги – выручка Cash/Sales	0,84	0,61	0,8	0,86	0,25

В числителе данного коэффициента принято отражать сумму среднегодовых денежных средств и краткосрочных финансовых вложений (в нашем случае КФВ отсутствуют), а в знаменателе – выручку организации. За анализируемый период значения коэффициента не превышают 1%, что говорит о том, что компания испытывает недостаток в денежных средствах, что было выявлено во время анализа финансово-хозяйственной деятельности.

В таблице 20 приведены коэффициенты денежного покрытия долга.

Таблица 20 – Денежное покрытие долга

Наименование показателя	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Денежный поток к совокупному долгу, % CFO/TD	1,17	-11,79	17,65	-17,82	3,18
Период выплаты совокупного долга, годы TD/CFO	85,11	x	5,66	x	31,4
Денежно-потоковая ликвидность, % CFO/CL	1,17	-11,79	17,65	-17,82	3,18
Период выплаты текущих обязательств, годы CL/CFO	85,11	x	5,66	x	31,4

Как уже было сказано, предприятие не имеет ни краткосрочных, ни долгосрочных кредитов, единственные обязательства, существующие у него – это кредиторская задолженность, поэтому совокупный долг равен текущим обязательствам, следовательно, показатели, рассчитанные нами по совокупному и текущему долгу, будут равны.

Данные показатели рекомендуется сравнивать с показателями ликвидности, которые мы рассчитывали в подразделе 2.1.

Коэффициент мгновенной ликвидности значительно ниже нормы, что говорит о том, что денежными средствами, отражёнными в балансе на конец периода можно покрыть лишь очень незначительную часть краткосрочных обязательств компании. Это подтверждается рассчитанными нами коэффициентами денежного покрытия долга.

Как видно из таблицы 20, в 2013 г. и в 2015 г. у организации нет возможности даже частично покрыть свою задолженность с помощью денежных средств, так как чистый денежный поток дефицитный. В 2012 г. предприятие может покрыть с помощью денежных средств 1,17% долга, в 2014 г. – 17,65%, а в 2016 г. всего 3,18%, что очень мало. Также мы рассчитали запас времени, которое потребуется для выплаты долга при условии, если на эту цель будет направлен весь операционный денежный поток. Чем ниже значение данного коэффициента, тем лучше. В 2012 г. этот период составил 85,11 года, в 2014 г. – 5,66 года, а в 2016 г. – 31,4 года. Учитывая, что задолженность у предприятия краткосрочная (то есть должна быть погашена в течение года), то такие цифры являются для него критическими.

В таблице 21 отразим показатели денежной рентабельности, где в числителе вместо прибыли будет величина чистого денежного потока.

Таблица 21 – Денежные показатели рентабельности

Наименование показателя	В процентах				
	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Денежная рентабельность активов CROA CFO/Assets	0,23	-2,22	3,03	-2,74	0,45
Денежная рентабельность продаж CROS CFO/Sales	0,07	-0,9	1,32	-1,52	0,29
Денежная рентабельность собственного капитала CROE (CFO+Tax)/Equity	9,98	7,63	12,2	1,43	4,14

Денежная рентабельность активов характеризует способность активов компании генерировать денежные средства. Этот коэффициент лучше использовать в дополнение к традиционной рентабельности активов, которая была рассчитана в подразделе 2.1, чтобы проверить, насколько бухгалтерская доходность подкреплена реальными денежными поступлениями [16].

Денежная рентабельность активов в 2013 г. и в 2015 г. принимает отрицательные значения, что говорит о том, что в эти периоды активы компании не генерировали денежные средства. В 2012 г. значение данного показателя составило 0,23%, в 2014 г. – 3,03%, а в 2016 г. – 0,45%. Это очень низкие значения показателя, которые очень сильно отличаются от показателей традиционной рентабельности, значения которой не опускались ниже 12%.

Денежная рентабельность продаж, которая рассчитывается делением чистого денежного потока на выручку, также за те же два года, что и рентабельность активов, имеет отрицательное значение. В 2012 г. доля чистого денежного потока в выручке составила 0,07%, в 2014 г. - 1,32%, а в 2016 г. – 0,29%. Если сравнить полученные значения с традиционной рентабельностью продаж, то мы увидим, что она в десятки раз выше.

Денежная рентабельность собственного капитала за весь анализируемый период положительна. Минимального значения она достигает в 2015 г. (1,43%), а максимального – в 2014 г. (12,2%) (рисунок 17).

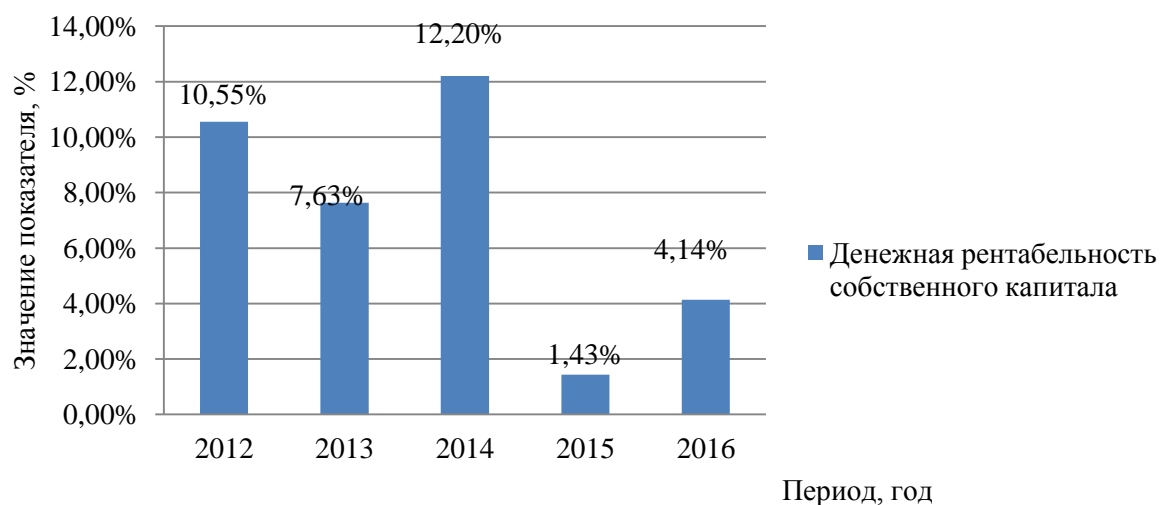


Рисунок 17 – Динамика денежной рентабельности собственного капитала

В таблице 22 представлены показатели достаточности денежного потока.

Таблица 22 – Показатели достаточности денежного потока

Наименование показателя	В процентах				
	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Притоки/Оттоки	100,07	99,11	101,34	98,72	100,29
CFO/Притоки	0,07	-0,9	1,32	-1,52	0,29
CFO/Оттоки	0,07	-0,89	1,34	-1,5	0,29

Как видим, денежные притоки предприятия примерно равны денежным оттокам (рисунок 18). Положительным для организации является превышение притоков над оттоками, что наблюдается в 2012, 2014 и 2016 гг. Но это превышение слишком мало (не дотягивает даже до 2%).

Так как притоки и оттоки практически равны, то и доля чистого денежного потока в притоке и оттоке денежных средств почти одинакова.

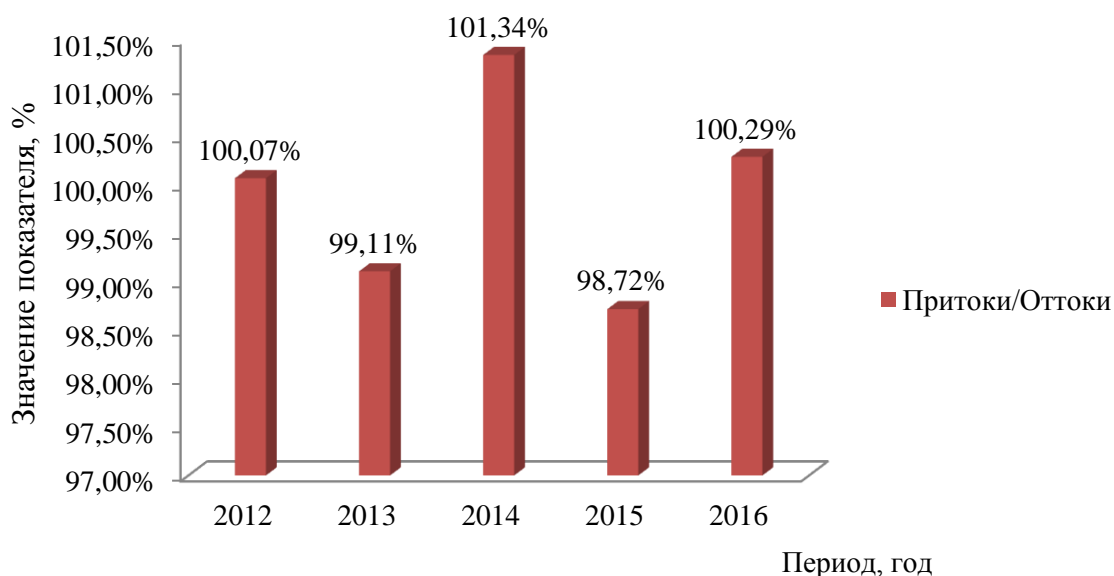


Рисунок 18 – Соотношение денежных притоков и оттоков в 2012-2016 гг.

В итоге можно сказать, что коэффициентный анализ денежных потоков подтвердил высказывание, выдвинутое в подразделе 2.1, о том, что предприятие испытывает сильный дефицит денежных средств. За весь анализируемый период наилучшая ситуация наблюдалась в 2014 г., что подтверждается данными

коэффициентного анализа ликвидности, который показал, что коэффициент абсолютной ликвидности в этом году был очень близок к нормативному значению.

Предприятию нужно постараться увеличить приток денежных средств. Сделать это можно, поработав с дебиторской задолженностью, чтобы увеличить величину поступлений от дебиторов.

Если у организации будет достаточно свободных денежных средств, у неё появится возможность осуществлять инновационную деятельность.

Далее рассмотрим эффективность использования имеющихся у компании нематериальных активов и степень её инновационной активности.

В таблице 23 приведём данные наличия и движения НМА ООО «Софья» за период с 2013г. по 2016г.

Таблица 23 – Наличие и движение НМА

В тысячах рублей					
Год	Стоимость НМА на начало года	Поступило	Выбыло	Амортизация	Стоимость НМА на конец года
2013	759	2 208	-	76	2 891
2014	2 891	109	-	289	2 711
2015	2 711	285	-	271	2 725
2016	2 725	132	-	273	2 584

Данные таблицы 23 показывают, что компания в течение анализируемого периода увеличивает количество НМА.

В таблице 24 рассчитаем показатели эффективности использования НМА компании.

Таблица 24 – Коэффициенты эффективности использования НМА

Наименование показателя	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Выручка, тыс. руб.	1 303 959	1 476 232	1 334 155	1 254 541
Среднегодовая стоимость НМА, тыс. руб.	1 825	2 801	2 718	2 655

Окончание таблицы 24

Наименование показателя	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Коэффициент поступления	0,76	0,04	0,10	0,05
Коэффициент выбытия	0	0	0	0
Коэффициент износа на конец года	0,03	0,11	0,10	0,11
Фондоотдача, руб.	714,50	527,04	490,86	472,61
Фондоёмкость, руб.	0,0014	0,0019	0,0020	0,0021

Как видно из таблицы 24, среднегодовая стоимость НМА значительно увеличилась в 2014 г., а затем каждый год наблюдается уменьшение.

Коэффициент обновления отражает долю вновь поступивших НМА. Максимальное поступление НМА было в 2013г. (коэффициент обновления равен 0,76), а затем показатель не превышал 0,1 (рисунок 19).

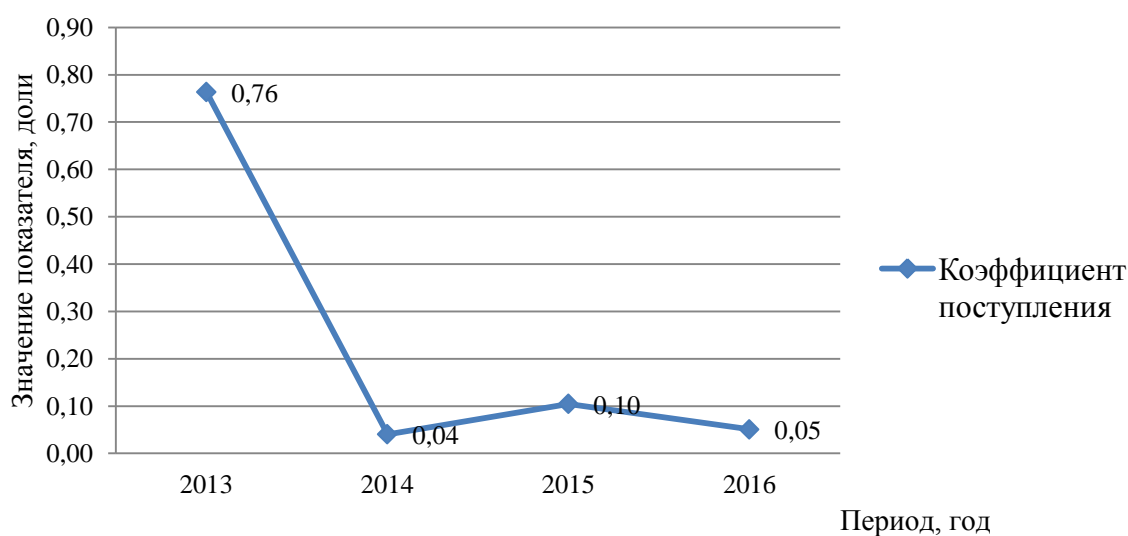


Рисунок 19 – Динамика коэффициента поступления НМА

Коэффициент выбытия в течение анализируемого периода равен 0, это из-за того, что организация не продавала свои нематериальные активы.

Коэффициент износа отражает долю первоначальной стоимости НМА, перенесённой на себестоимость или включённой в издержки обращения. Данный коэффициент в 2013 г. равен 0,03, а затем он увеличился до 0,11 и держался на этом уровне.

Такие показатели как фондоотдача и фондоёмкость отражают эффективность использования нематериальных активов. Фондоотдача уменьшилась с 714,5 руб. в 2013 году до 472,61 руб. в 2016 году. Фондоёмкость же, наоборот, увеличилась с 0,0014 руб. в 2013г. до 0,0021 руб. в 2016г. (рисунок 20).

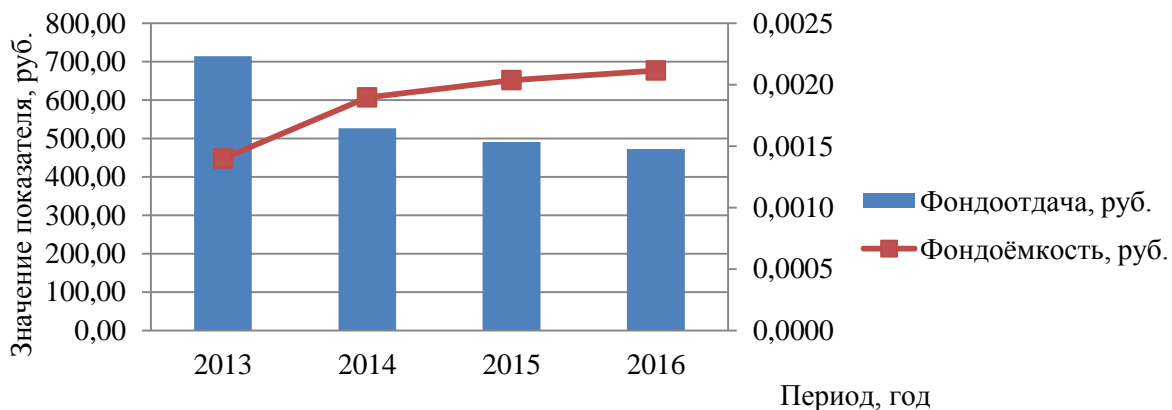


Рисунок 20 – Динамика фондоотдачи и фондоёмкости НМА

Динамика этих показателей говорит о недостаточно эффективном использовании НМА в организации.

К тому же, если учесть, что доля НМА в валюте баланса не превышала за весь период 0,5%, то мы можем говорить о том, что предприятие не отличается высокой инновационной активностью, хоть с каждым годом и наращиваем количество НМА. Это может привести к снижению его конкурентоспособности в будущем.

2.3 Оценка стоимости НМА

Низкий удельный вес стоимости нематериальных активов в активах компании ООО «Софья» отчасти обусловлен тем, что их оценка проводится согласно нормам учёта, а не исходя из рыночной стоимости активов, которая учитывает потенциальные доходы от использования НМА.

Приведение стоимости НМА к их реальной рыночной стоимости способствует повышению точности оценки инновационных активов компании.

Как уже было сказано, некоторые нематериальные активы (например, промышленные образцы и полезные модели) охраняются патентами.

Патент – это официальный охраняемый документ, который выдается от имени государства уполномоченным государственным органом. В нашей стране эти обязанности возложены на Патентное ведомство (Роспатент). Закон охраняет права на объекты промышленной собственности: изобретение, полезную модель или промышленный образец, а патент служит подтверждением этих прав.

Патент удостоверяет приоритет, авторство изобретения, полезной модели или промышленного образца и исключительное право на их использование. Наличие патента создает правовую ситуацию, при которой запатентованный объект промышленной собственности может использоваться (изготавливаться, применяться, продаваться, импортироваться), как правило, только с разрешения владельца патента. Патент предоставляет патентообладателю возможность защиты от недобросовестных конкурентов.

Патентообладателем является лицо, владеющее патентом на изобретение, полезную модель или промышленный образец и вытекающими из патента исключительными правами на использование указанных объектов. Им могут быть реализованы все вытекающие из патента права, включая право на дальнейшую переуступку патента [17].

Компания ООО «Софья» владеет патентом на промышленный образец (таблица 25), который числится на балансе организации по стоимости понесённых ей затрат при разработке и патентовании. Оценка нематериального актива будет происходить методом освобождения от роялти.

Таблица 25 – Характеристика объекта оценки[18]

Наименование промышленного образца	Дверное полотно
Патентовладелец	ООО «Софья»
Патент РФ	86471
Дата приоритета	10.12.2016 г.
Автор	Прохоров С.А.

Окончание таблицы 25

Характеристика	<ul style="list-style-type: none"> - вертикально ориентированная прямоугольная конфигурацией; - наличие вертикальной вставки из дерева по всей высоте дверного полотна; - наличие двух дверных ручек, выступающих с обеих сторон дверного полотна дугами; - проработка дверных ручек цельными с вертикальной вставкой.
----------------	--

Горизонт оценки патента зависит от его срока. Для промышленного образца юридический срок равен 5 годам.

Ставку роялти возьмём из перечня стандартных ставок роялти в Российской Федерации для отдельных видов продукции. Выдержка из данного перечня приведена в таблице 26 [19].

Таблица 26 – Перечень ставок роялти

Объекты применения ставок роялти	Ставка роялти
Отдельные виды продукции	
Авиационная техника	6-10
Автомобили	5
Аккумуляторы	3-4
Ароматические вещества	3
Бельё	3-4
Бумага	1-2
Велосипеды	3-5
Вооружение	5-10
Изделие из пластмассы	3
Изделие из стекла	2-4
Клапаны	2-3
Красители	3
Лифты	4-5
Мебель деревянная	2-3
Мебель металлическая	3
Металлические конструкции	2-4
Напитка	2-5
Оптика	8
Парфюмерия	2-5

Объекты применения ставок роялти	Ставка роялти
Отдельные виды продукции	
Печатные издания	3-6
Продовольственные товары	1-2
Самолёты	5-10
Товары для киноиндустрии	3-5
Фармацевтические товары	2-4
Химикаты для сельского хозяйства	1
Электронно-вычислительные машины	7,5

Ставки роялти в данном перечне непосредственно для дверного полотна нет, однако есть вид продукции, который очень близок к нашему – Мебель деревянная (ставка роялти составляет 2-3%).

В качестве потенциального лицензиата выбрана микрокомпания, потому что основная часть игроков на рынке межкомнатных дверей – микропредприятия (до 15 человек).

Лицензия на патент будет неисключительной, так как исключительная окажется для микропредприятия слишком дорогой. Поэтому мы возьмём ставку роялти, равную минимальному значению данного диапазона, то есть 2%.

Базой для начисления роялти выбрана выручка от реализации запатентованной продукции.

Ставка дисконтирования будет рассчитана нами по сокращённой формуле Фишера (формула 38):

$$E = E_{\min} + i + r, \quad (38)$$

где E – ставка дисконтирования (номинальная);

E_{\min} – минимальная реальная доходность (ставка дисконтирования);

i – уровень инфляции;

r – рисковая премия.

При определении минимальной ставки дисконтирования за основу можно взять ставку рефинансирования, среднюю ставку по депозитам Сбербанка РФ или

ставку доходности государственных ценных бумаг. Мы выберем ставку, определённую по бескупонной доходности облигаций федерального займа (ОФЗ) со сроком до погашения, равным горизонту оценки. Бескупонная доходность по данным Центрального Банка РФ за 5 лет составляет 6,97% [20].

Премия за риск при выводе на рынок нового товара по методике фирмы «Аль-Инвест» составит 9% [21].

Уровень инфляции будет определён по прогнозам АПЭКОН (агентство по прогнозированию экономики) как усреднённое значение за 5 лет – 3% (таблица 27) [22].

Таблица 27 – Прогноз инфляции согласно данным АПЭКОН

		В процентах
Год	Прогноз	
2018		2,8
2019		3,1
2020		3,2
2021		3,0
2022		2,9
Среднее значение		3,0

При прогнозе продаж мы будем основываться на оценке производственной мощности лицензиата. Максимальный объём выпуска продукции определяем с помощью анализа производственной мощности микропредприятия, занимающегося производством межкомнатных дверей.

Исходя из того, что у нас микропредприятие, максимальное количество работников не должно превышать 15 человек. Каждый работник в день может сделать 4-5 дверей. То есть за год с учётом 14 праздничных дней малым предприятием может быть произведено 21 060 - 26 325 дверей. Мы возьмём среднее значение из данного диапазона, равное 23 693 двери в год. При условии, что предприятие работает 5 дней в неделю, максимальный объём выпуска составит 16 923 двери в год. Так как лицензиат – микропредприятие и не имеет полного охвата рынка, то в первый год производства дверей оно сможет

выпустить 13 986 дверей в год. Ежегодно увеличивая объём продаж на 10%, оно сможет достичь максимального объёма выпуска на третий год использования патента.

Уровень цены продажи для расчётов определялся на основе цены на такое дверное полотно у компании «Софья». Цена за полотно, короб и наличники с двух сторон составляет 59 289 рублей. Общая стоимость наличников и короба равна 10 602 рубля. То есть дверное полотно стоит 44 872 рубля. Для расчёта берутся цены на дату заключения сделки, но корректируются в соответствии с прогнозируемым уровнем инфляции. В расчетах для оценки патента использована цена продукции по лицензии на условиях франко-завод изготовителя за вычетом стоимости упаковки, страховки, расходов на хранение на уровне 35 898 руб.

В Постановлении Правительства РФ от 10 декабря 2008 г. №941 с изменениями и дополнениями от 15.09.2011 г., 14.11.2013 г., 22.03.2016г. и 23.09.2017 г. говорится о том, что необходимо уплачивать годовые пошлины за поддержание в силе патента на промышленный образец за годы действия, считая с даты подачи заявки. Их размер по годам приведён в таблице 28 [23].

Таблица 28 – Размер пошлин за поддержание в силе патента на промышленный образец за годы действия, считая с даты подачи заявки по годам (выдержка из Постановления Правительства РФ №941)

		В рублях
Год	Размер пошлины	
За третий год		1 700
За четвертый год		1 700
За пятый год		2 500
За шестой год		2 500
За седьмой год		3 300
За восьмой год		3 300
За девятый год		4 900
За десятый год		4 900

Расчёт стоимости патента представлен в таблице 29.

Таблица 29 – Расчёт стоимости промышленного образца методом роялти

Наименование показателя	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Планируемая отпускная цена, руб.	35 898	35 898	35 898	35 898	35 898
Планируемая цена с учётом инфляции, руб.	36 903,14	37 010,84	37 046,74	36 974,94	36 939,04
Планируемый объём продаж, шт.	13 986	15 385	16 923	16 923	16 923
Ставка роялти, %	2	2	2	2	2
Планируемые поступления роялти, руб.	10 322 547	11 388 235	12 538 838	12 514 538	12 502 388
Планируемые поступления роялти с учётом патентных пошлин, руб.	10 322 547	11 386 535	12 537 138	12 512 038	12 499 888
Ставка дисконтирования, %	18,97	18,97	18,97	18,97	18,97
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,84	0,71	0,59	0,50
Дисконтированные потоки роялти, руб.	10 322 547	9 570 930	8 857 752	7 430 460	6 239 593
Рыночная стоимость патента, руб.	42 421 281				

В итоге при ставке роялти в 2% и ставке дисконтирования равной 18,97% рыночная стоимость патента составит 42 421 281 руб.

Далее проведём анализ чувствительности стоимости нематериального актива, который позволит определить, какие параметры проекта оказывают наибольшее влияние на стоимость патента на промышленный образец.

Мы выделили следующие ключевые параметры для анализа чувствительности:

- 1) цена единицы продукции;
- 2) ставка роялти;
- 3) ставка дисконтирования.

Диапазон отклонения по сценариям равен 20%, с шагом отклонения в 10%.

Анализ чувствительности стоимости НМА к изменению планируемой цены единицы продукции приведён в таблице 30.

Таблица 30 – Анализ чувствительности стоимости НМА к цене единицы продукции

Наименование показателя	Значения показателей				
Объём цены от исходной, %	80	90	100	110	120
Планируемая цена, руб.	28 718	32 308	35 898	39 488	43 078
Рыночная стоимость патента, руб.	33 935 480	38 178 381	42 421 281	46 664 182	50 907 083

Диапазон изменения стоимости патента при изменении цены единицы продукции составляет 33 935 480 руб. – 50 907 083 руб. Из таблицы 30 видно, что при уменьшении цены уменьшается стоимость объекта НМА, и наоборот.

В таблице 31 представлен анализ чувствительности стоимости к ставке роялти.

Таблица 31 – Анализ чувствительности стоимости НМА к ставке роялти

Наименование показателя	Значения показателей				
Объём ставки от исходной, %	80	90	100	110	120
Ставка роялти, %	1,6	1,8	2	2,2	2,4
Рыночная стоимость патента, руб.	33 935 953	38 178 617	42 421 281	46 663 946	50 906 610

Диапазон стоимости патента при изменении роялти очень близок к изменению цены – 33 935 953 - 50 906 610 руб. Здесь также прямая зависимость.

В таблице 32 приведен анализ чувствительности стоимости к ставке дисконтирования.

Таблица 32 – Анализ чувствительности стоимости к ставке дисконтирования

Наименование показателя	Значения показателей				
Объём ставки от исходной, %	80	90	100	110	120
Ставка дисконтирования, %	15,18	17,07	18,97	20,87	22,76
Рыночная стоимость патента, руб.	44 949 319	43 649 179	42 421 281	41 266 442	40 184 534

Диапазон изменения стоимости патента в случае изменения ставки дисконтирования составляет 40 184 534 (при увеличении ставки на 20%) – 44 949 319 (при уменьшении ставки на 20%) рублей. Из таблицы 26 видно, что зависимость обратная, то есть при увеличении ставки дисконтирования стоимость объекта НМА снижается, и наоборот.

В таблице 33 объединим все изменения стоимости НМА.

Таблица 33 – Анализ чувствительности стоимости НМА

Наименование показателя	Значение показателя				
	80	90	100	110	120
Объём показателя от исходного, %					
Стоимость НМА при изменении цены продукции, руб.	33 935 480	38 178 381	42 421 281	46 664 182	50 907 083
Стоимость НМА при изменении ставки роялти, руб.	33 935 953	38 178 617	42 421 281	46 663 946	50 906 610
Стоимость НМА при изменении ставки дисконтирования, руб.	44 949 319	43 649 179	42 421 281	41 266 442	40 184 534

Данные таблицы 33 показывают, что больше всего на изменение стоимости патента на промышленный образец влияют цена единицы продукции и ставка роялти. При изменении этих показателей стоимость патента меняется пропорционально. А изменение ставки дисконтирования обратнопропорционально изменению стоимости патента.

Анализ чувствительности изображён на классическом графике – рисунок 21.

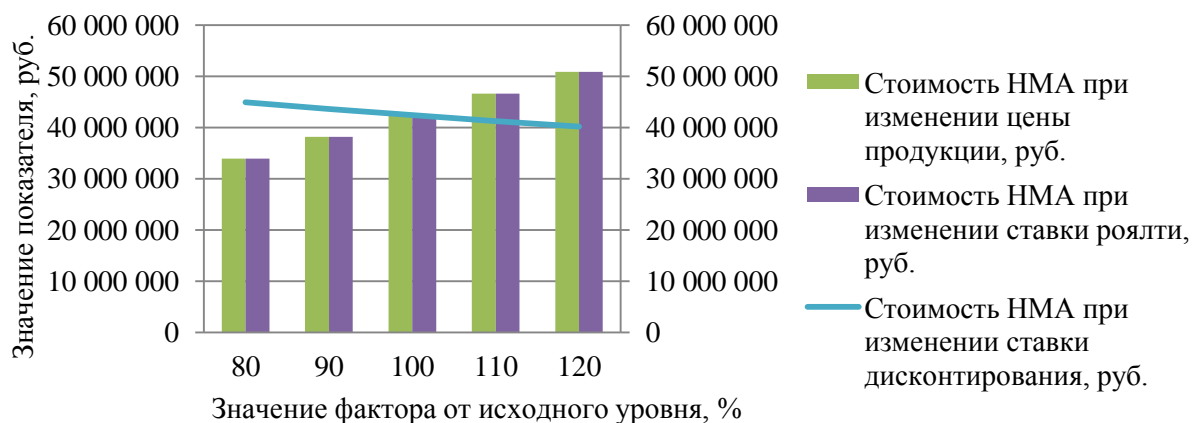


Рисунок 21 – Анализ чувствительности стоимости НМА

График на рисунке 21 отражает прямую линейную зависимость изменения стоимости НМА от изменения цены продукции и ставки роялти, а также обратную линейную зависимость от изменения ставки дисконтирования.

Выводы по разделу два

Во втором разделе мы дали информацию о компании ООО «Софья», провели анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, анализ движения нематериальных активов организации, а также осуществили оценку стоимости патента на промышленный образец и анализ чувствительности нематериального актива к изменениям выбранных нами ключевых параметров.

По полученным результатам мы сделали следующие выводы о финансовом состоянии ООО «Софья»: у предприятия проблемы с абсолютной ликвидностью, так как денежные средства занимают очень маленькую долю в структуре активов; за счёт того, что предприятие функционирует преимущественно за счёт собственных средств, не прибегая к привлечению кредитов, оно имеет избыточную финансовую устойчивость; показатели деловой активности и рентабельности снижаются за счёт ежегодного уменьшения выручки.

Коэффициентный анализ денежных потоков подтвердил высказывание, выдвинутое в подразделе 2.1, о том, что предприятие испытывает сильный дефицит денежных средств. За весь анализируемый период наилучшая ситуация наблюдалась в 2014 г., что подтверждается данными коэффициентного анализа ликвидности, который показал, что коэффициент абсолютной ликвидности в этом году был очень близок к нормативному значению.

Результаты анализа движения НМА организации показывают, что ООО «Софья» старается наращивать свои нематериальные активы, но делает она это на недостаточном уровне. Доля НМА в общей структуре активов продолжает оставаться на очень низком уровне (меньше 1%). Предприятию необходимо активнее заниматься инновационной деятельностью, чтобы иметь больше конкурентных преимуществ и стать эффективнее.

Оценка стоимости нематериального актива была проведена с помощью метода роялти. А далее мы провели анализ чувствительности стоимости НМА к изменению цены единицы продукции, ставки роялти и ставки дисконтирования, в результате чего выявили, что наибольшее влияние на стоимость НМА оказывают цена реализации и ставка роялти. И зависимость между данными показателями прямая, то есть при увеличении ключевых параметров, увеличивается и стоимость НМА, а в случае, когда за ключевой параметр взята ставка дисконтирования, зависимость обратная.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В деятельности любого предприятия нематериальные активы оказывают существенное влияние на экономические и финансовые показатели работы. Поэтому качественная оценка НМА и объектов интеллектуальной собственности так необходима для успешного функционирования предприятия. Оценка нематериальных активов существенно повышает стоимость компании, положительно влияет на ее имидж и привлекательность в глазах инвесторов и партнеров [24].

В данной работе мы:

- 1) изучили существующие подходы к оценке НМА;
- 2) проанализировали рынок межкомнатных дверей;
- 3) дали описание компании ООО «Софья»;
- 4) провели анализ финансово-хозяйственной деятельности компании;
- 5) провели коэффициентный анализ денежных потоков и анализ движения НМА;
- 6) оценили стоимость патента на промышленный образец;
- 7) провели анализ чувствительности стоимости нематериального актива к изменению выделенных нами ключевых параметров.

Во время анализа рынка межкомнатных дверей мы выявили, что объём производства дверей в последние несколько лет снижается (начиная с кризисного 2014 г.). К основным трендам рынка можно отнести снижение доли экспорта в Казахстан, уменьшение доли импорта, а также проникновение главных российских производителей в более дорогие сегменты рынка. Большинство компаний на рынке – это малые предприятия и микропредприятия.

Общество с ограниченной ответственностью «Софья» – один из крупнейших производителей на российском рынке межкомнатных дверей. Её годовой оборот по состоянию на 2016 г. составляет 1 254 541 тыс. руб., а чистая прибыль – 100 463 тыс. руб.

Валюта баланса за анализируемый период ежегодно увеличивалась (с 681 688 тыс. руб. в 2014 г. до 827 166 тыс. руб. в 2016 г.). В основном это происходило за счёт значительного ежегодного роста запасов из-за затоваривания (с 57 556 тыс. руб. до 263 975 тыс. руб.), а также за счёт увеличения задолженности дебиторов (с 17 886 тыс. руб. до 83 944 тыс. руб.).

Выручка организации ежегодно уменьшалась (с 1 476 232 тыс. руб. в 2014 г. до 1 254 541 тыс. руб. в 2016 г.), что в принципе отражает отраслевое снижение объёма продаж.

Чистая прибыль ООО «Софья» уменьшается (с 179 499 тыс. руб. в 2014 г. до 100 463 тыс. руб. в 2016 г.). Связано это, во-первых, с тем, что выручка в принципе ежегодно снижается, а, во-вторых, с тем, что выручка снижается быстрее, чем себестоимость, что в ещё большей степени способствует уменьшению чистой прибыли.

Если говорить о ликвидности предприятия, то и коэффициентный, и бескоэффициентный анализ показали, что у организации недостаточно денежных средств, из этого возникает угроза дефицита средств для своевременных выплат. Также у компании наблюдается избыточная текущая ликвидность. Нами была дана следующая рекомендация для устранения этих проблем: постараться реализовать уже имеющуюся готовую продукцию, например, с помощью предоставления скидок на неё и отсрочки оплаты. Это поможет избавиться от затоваривания, в результате чего снизятся запасы и увеличатся денежные средства и возможно дебиторская задолженность, что приведёт показатели ликвидности предприятия к нормативным. Увеличение выручки в этом случае будет способствовать и повышению показателей оборачиваемости.

Также мы выявили избыточную финансовую устойчивость предприятия, которое совсем не прибегает к привлечению кредитов и в итоге лишает себя возможности развиваться за счёт заёмных средств. Чтобы избежать отставания от конкурентов и последующего ухода с рынка, организации необходимо отказаться от своей консервативной политики. Полученные кредитные средства ООО

«Софья» могла бы вложить в нематериальные активы, тем самым обеспечив себе конкурентные преимущества.

Показатели деловой активности и рентабельности снижаются. Негативная динамика этих коэффициентов для предприятия обусловлена снижением выручки и, соответственно, прибыли. Если у «Софьи» получится продать нереализованную продукцию, она сможет увеличить оборачиваемость своих активов и все показатели рентабельности.

Коэффициентный анализ денежных потоков подтвердил высказывание, выдвинутое в подразделе 2.1, о том, что предприятие испытывает сильный дефицит денежных средств. За весь анализируемый период наилучшая ситуация наблюдалась в 2014 г., что подтверждается данными коэффициентного анализа ликвидности, который показал, что коэффициент абсолютной ликвидности в этом году был очень близок к нормативному значению.

Анализ движения НМА показал, что хоть организация и осуществляет наращивание нематериальных активов, этого всё равно недостаточно, так как их доля продолжает оставаться незначительной. Для повышения конкурентоспособности, организации необходимо активней заниматься инновационной деятельностью.

Оценка стоимости патента на промышленный образец была проведена методом роялти, в результате мы выявили рыночную стоимость НМА, равную 42 421 281 руб. Анализ чувствительности стоимости нематериального актива показал, что наибольшее влияние на стоимость НМА оказывают изменения ставки роялти и цены на единицу продукции. Зависимость в этом случае прямая. При изменении ставки дисконтирования была выявлена обратная зависимость.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Гунина, Е.Н. Роль нематериальных активов в стоимости предприятия / Е.Н. Гунина, А.А. Казаков // Экономические науки. – 2015. – Вып. 1. – №8 (39). – С. 30-32.

2 Положения по бухгалтерскому учёту 14/2007 «Учёт нематериальных активов» от 30.07.2004 г. № 329 (в редакции Минфина РФ от 27.12.2007 г. № 153н).

3 Смирнова, С.А. Оценка интеллектуальной собственности: Учеб. Пособие / под ред. С. А. Смирнова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 352 с.

4 Симонова, И.Ф. Интеллектуальный капитал: стратегический актив организации / И.Ф. Симонова, А.В. Комарова // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2011. – № 2. – С. 20–24.

5 Ломакина, Г.А. Актуальные проблемы оценки интеллектуального капитала: российский и зарубежный опыт / Г.А. Ломакина // Вестник НГИЭИ. – 2016. – №7 (62). – С. 57–66.

6 Мещерякова, М.А. Измерение интеллектуального капитала в современной экономике / М.А. Мещерякова // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2010. – № 1. – С. 3–14.

7 Шипова, Е.В. Оценка интеллектуальной собственности: Учеб.пособие. / Е.В. Шипова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. – 122 с.

8 Булярский, С.В. Оценка нематериальных активов / С.В. Булярский, О.Г. Савельева // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2011. – №5. – С. 33-35.

9 Никольская, В.Н. Рынок межкомнатных дверей / В.Н. Никольская // ЛесПромИнформ. – 2016. – №1 (115). – С. 114-120.

10 Производители межкомнатных дверей в России – российские фабрики, рейтинг компаний [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://productcenter.ru/producers/catalog-miezhkomnatnyie-dvieri-471#>

11 Аналитический отчёт [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.abarus.ru/cnt/complete/rawmaterials/WindowsDoors/089/demo>

12 Игнатъева, Е.В. Методика анализа финансового состояния предприятия / Е.В. Игнатъева // Молодой ученый. – 2015. – №5. – С. 272-275.

13 Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 208 с.

14 Официальный сайт фабрики «Софья» двери, перегородки, паркет в Москве [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://sofiadoors.com/>

15 Бухгалтерская отчетность ООО "Софья" ИНН 6913006557 за 2016 год [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e-esolog.ru/buh/2016/6913006557>

16 Черёмушкин, С.В. Оценка финансового состояния компании на основе денежных коэффициентов / С.В. Черёмушкин // Финансовый менеджмент. – 2007. – №5. – С. 97-119.

17 Плотникова, Н.В. Основы патентования: Учебное пособие. – Челябинск: Изд. ЮУрГУ, 2003. – 77 с.

18 ФИПС / IPS_Ru [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www1.fips.ru/wps/portal/IPS_Ru#1526557079604

19 Расширенный перечень стандартных ставок роялти в % от объёма реализации [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/BC68y>.

20 Кривая бескупонной доходности государственных облигаций / Банк России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/hd_base/zcyc_params/zcyc/

21 Ставка дисконтирования. 10 современных методов расчёта [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://finzz.ru/stavka-diskontirovaniya.html>

22 ПРОГНОЗ ИНФЛЯЦИИ НА 2018, 2019 и 2020 ГОДЫ В РОССИИ [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://apecon.ru/prognoz-inflyatsii-na-gody-v-rossii>

23 Постановление Правительства РФ от 10.12.2008 N 941 (ред. от 23.09.2017) «Об утверждении Положения о патентных и иных пошлинах за совершение юридически значимых действий, связанных с патентом на изобретение, полезную модель, промышленный образец, с государственной регистрацией товарного знака и знака обслуживания...»

24 Чуприкова, М.Н. Особенности оценки нематериальных активов в строительной отрасли / М.Н. Чуприкова // Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 846-848.

Финансовая отчетность предприятия ООО «Софья»

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Софья» за 2013-2016 гг.

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2013 года	На 31 декабря 2014 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2016 года
АКТИВ					
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Нематериальные активы	1110	2 891	2 711	2 725	2 584
Основные средства	1150	527 234	581 965	586 570	471 658
Итого по разделу I	1100	530 125	584 676	589 295	474 242
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	1210	59 242	57 556	132 444	263 975
Дебиторская задолженность	1230	13 403	17 886	71 897	83 944
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	2 067	21 570	1 333	5 005
Итого по разделу II	1200	74 712	97 012	205 674	352 924
БАЛАНС	1600	604 837	681 688	794 969	827 166
ПАССИВ					
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	350 000	350 000	350 000	350 000
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	149 058	216 526	332 971	358 551
Итого по разделу III	1300	499 058	556 526	682 971	708 551
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Кредиторская задолженность	1520	105 779	115 162	111 998	118 615
Итого по разделу V	1500	105 779	115 162	111 998	118 615
БАЛАНС	1700	604 837	681 688	794 969	827 166

Таблица А.2 – Отчет о прибылях и убытках ОАО «Весна» за 2013-2016 гг.

В тысячах рублей

Наименование показателя	Код строки	За 2014 год	За 2015 год	За 2016 год
Выручка	2110	1 476 232	1 334 155	1 254 541
Себестоимость продаж	2120	1 251 858	1 188 599	1 128 962
Валовая прибыль (убыток)	2100	224 374	145 556	125 579
Прибыль (убыток) от продаж	2200	224 374	145 556	125 579
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	224 374	145 556	125 579
Текущий налог на прибыль	2410	44 875	29 111	25 116
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	44 875	29 111	25 116
Чистая прибыль (убыток)	2400	179 499	116 445	100 463

Аналитические таблицы по бухгалтерской отчетности

Таблица Б.1 – Аналитическая таблица по бухгалтерскому балансу за 2014г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Актив								
Нематериальные активы	2 891	2 711	0,48	0,40	- 180	-6,23	-0,08	-16,80
Основные средства	527 234	581 965	87,17	85,37	54 731	10,38	-1,80	-2,06
Итого по разделу I	530 125	584 676	87,65	85,77	54 551	10,29	-1,88	-2,14
Запасы	59 242	57 556	9,79	8,44	- 1 686	-2,85	-1,35	-13,80
Дебиторская задолженность	13 403	17 886	2,22	2,62	4 483	33,45	0,41	18,40
Денежные средства и денежные эквиваленты	2 067	21 570	0,34	3,16	19 503	943,54	2,82	825,90
Итого по разделу II	74 712	97 012	12,35	14,23	22 300	29,85	1,88	15,21
Пассив								
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	350 000	350 000	57,87	51,34	-	0,00	-6,52	-11,27
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	149 058	216 526	24,64	31,76	67 468	45,26	7,12	28,89
Итого по разделу III	499 058	556 526	82,51	81,64	57 468	11,52	-0,87	-1,06
Кредиторская задолженность	105 779	115 162	17,49	16,89	9 383	8,87	-0,60	-3,40
Итого по разделу V	105 779	115 162	17,49	16,89	9 383	8,87	-0,60	-3,40
БАЛАНС	604 837	681 688	100	100	76 851	12,71	-	-

Таблица Б.2 – Аналитическая таблица по бухгалтерскому балансу за 2015 г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Актив								
Нематериальные активы	2 711	2 725	0,40	0,34	14	0,52	-0,05	-13,81
Основные средства	581 965	586 570	85,37	73,79	4 605	0,79	-11,59	-13,57
Итого по разделу I	584 676	589 295	85,77	74,13	4 619	0,79	-11,64	-13,57
Запасы	57 556	132 444	8,44	16,66	74 888	130,11	8,22	97,32
Дебиторская задолженность	17 886	71 897	2,62	9,04	54 011	301,97	6,42	244,69
Денежные средства и денежные эквиваленты	21 570	1 333	3,16	0,17	-20 237	-93,82	-3,00	-94,70
Итого по разделу II	97 012	205 674	14,23	25,87	108662	112,01	11,64	81,80
Пассив								
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	350 000	350 000	51,34	44,03	-	0,00	-7,32	-14,25
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	216 526	332 971	31,76	41,88	116445	53,78	10,12	31,87
Итого по разделу III	556 526	682 971	81,64	85,91	126445	22,72	4,27	5,23
Кредиторская задолженность	115 162	111 998	16,89	14,09	- 3 164	-2,75	-2,81	-16,61
Итого по разделу V	115 162	111 998	16,89	14,09	- 3 164	-2,75	-2,81	-16,61
БАЛАНС	681 688	794 969	100	100	113281	16,62	-	-

Таблица Б.3 – Аналитическая таблица по бухгалтерскому балансу за 2016 г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Актив								
Нематериальные активы	2 725	2 584	0,34	0,31	- 141	-5,17	-0,03	-8,87
Основные средства	586 570	471 658	73,79	57,02	- 114912	-19,59	-16,76	-22,72
Итого по разделу I	589 295	474 242	74,13	57,33	- 115053	-19,52	-16,79	-22,66
Запасы	132 444	263 975	16,66	31,91	131531	99,31	15,25	91,55
Дебиторская задолженность	71 897	83 944	9,04	10,15	12 047	16,76	1,10	12,21
Денежные средства и денежные эквиваленты	1 333	5 005	0,17	0,61	3 672	275,47	0,44	260,85
Итого по разделу II	205 674	352 924	25,87	42,67	147250	71,59	16,79	64,91
Пассив								
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	350 000	350 000	44,03	42,31	-	-	-1,71	-3,89
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	332 971	358 551	41,88	43,35	25 580	7,68	1,46	3,49
Итого по разделу III	682 971	708 551	85,91	85,66	25 580	3,75	-0,25	-0,29
Кредиторская задолженность	111 998	118 615	14,09	14,34	6 617	5,91	0,25	1,79
Итого по разделу V	111 998	118 615	14,09	14,34	6 617	5,91	0,25	1,79
БАЛАНС	794 969	827 166	100	100	32 197	4,05	-	-

Таблица Б.4 – Аналитическая таблица предприятия по отчету о прибылях и убытках за 2014 г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Себестоимость продаж	1 081 923	1 251 858	82,97	84,80	169 935	15,71	1,83	2,20
Валовая прибыль (убыток)	222 036	224 374	17,03	15,20	2 338	1,05	-1,83	-10,74
Прибыль (убыток) от продаж	222 036	224 374	17,03	15,20	2 338	1,05	-1,83	-10,74
Прибыль (убыток) до налогообложения	222 036	224 374	17,03	15,20	2 338	1,05	-1,83	-10,74
Текущий налог на прибыль	44 407	44 875	3,41	3,04	468	1,05	-0,37	-10,74
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	-	44 875	-	3,04	44 875	X	3,04	X
Чистая прибыль (убыток)	177 629	179 499	13,62	12,16	1 870	1,05	-1,46	-10,74
Выручка	1 303 959	1 476 232	X	X	172 273	13,21	X	X

Таблица Б.5 – Аналитическая таблица предприятия по отчету о прибылях и убытках за 2015 г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач., %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Себестоимость продаж	1 251 858	1 188 599	84,80	89,09	- 63 259	-5,05	4,29	5,06
Валовая прибыль (убыток)	224 374	145 556	15,20	10,91	- 78 818	-35,13	-4,29	-28,22

Окончание таблицы Б.5

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	нач	кон	Нач	кон	абс	отн	абс	отн
Прибыль (убыток) от продаж	224 374	145 556	15,20	10,91	- 78 818	-35,13	-4,29	-28,22
Прибыль (убыток) до налогообложения	224 374	145 556	15,20	10,91	- 78 818	-35,13	-4,29	-28,22
Текущий налог на прибыль	44 875	29 111	3,04	2,18	- 15 764	-35,13	-0,86	-28,22
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	44 875	29 111	3,04	2,18	- 15 764	-35,13	-0,86	X
Чистая прибыль (убыток)	179 499	116 445	12,16	8,73	- 63 054	-35,13	-3,43	-28,22
Выручка	1 476 232	1 334 155	X	X	-142077	-9,62	X	X

Таблица Б.6 – Аналитическая таблица предприятия по отчету о прибылях и убытках за 2016 г.

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Себестоимость продаж	1 188 599	1 128 962	89,09%	89,99	- 59 637	-5,02	0,90	1,01
Валовая прибыль (убыток)	145 556	125 579	10,91%	10,01	- 19 977	-13,72	-0,90	-8,25
Прибыль (убыток) от продаж	145 556	125 579	10,91%	10,01	- 19 977	-13,72	-0,90	-8,25
Прибыль (убыток) до налогообложения	145 556	125 579	10,91%	10,01	- 19 977	-13,72	-0,90	-8,25

Окончание таблицы Б.6

В тысячах рублей

Статья	Значение		Структура		Динамика		Динамика структуры	
	Нач, руб.	Кон, руб.	Нач, %	Кон, %	Абс, руб.	Отн, %	Абс, п/п	Отн, %
Текущий налог на прибыль	29 111	25 116	2,18	2,00	- 3 995	-13,72	-0,18	-8,25
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	29 111	25 116	2,18	2,00	- 3 995	-13,72	-0,18	x
Чистая прибыль (убыток)	116 445	100 463	8,73	8,01	-15 982	-13,72	-0,72	-8,25
Выручка	1 334 155	1 254 541	x	x	- 79 614	-5,97%	x	x