

деление доли доходов, приходящихся на ТЗ (бренд); приведение будущих денежных потоков к расчетному периоду. Каждая организация, осуществляющая оценку стоимости ТЗ и брендов, разрабатывает собственную методику выполнения этих операций.

*При прогнозировании денежных потоков* учитываются продажи товаров и услуг только под оцениваемым ТЗ. Если компания имеет другие ТЗ или выпускает также однородные товары без использования оцениваемого ТЗ, их показатели не учитываются. Помимо стандартных моделей прогнозирования продаж, профессиональные оценщики используют уравнение падения спроса.

В процессе *выделения доли доходов, приходящихся на ТЗ* сначала определяются денежные потоки, создаваемые всеми нематериальными активами фирмы, а затем из них выделяется часть, которая может быть отнесена на долю оцениваемого ТЗ. По методике V-RATIO, на первом этапе из общего объема продаж выделяется часть, полученная за счет работы факторов бренда. Затем брендовые продажи делятся еще на две группы: продажи, обеспеченные текущим стимулированием покупательской активности; продажи, возникающие в результате влияния на поведение покупателей их внутренней приверженности к данной конкретной марке.

*Приведение будущих денежных потоков к расчетному периоду.* Ставки дисконтирования определяются по данным рынка на момент оценки и выражаются как мультипликаторы цен (определенные из данных по открыто продаваемым бизнесам или по сделкам) или как процентная ставка (определяемая по альтернативным инвестициям). В качестве нормы дисконтирования может быть принят уровень предполагаемой прибыли при альтернативном использовании средств на создание, производство и реализацию продукции, процент за банковский депозит, норма прибыли при вложении средств в ценные бумаги, процентная ставка рефинансирования. Опыт свидетельствует, что за нижнюю границу ставки дисконта может приниматься значение доходности по государственным облигациям, которое колеблется в пределах от 5% (Швейцария) до 15% (Италия, Португалия) годовых.

Компания Interbrand в рамках собственного метода оценки исходит из того, что коэффициент дисконтирования зависит от рискованности будущих доходов, для определения которой разработана специальная методика «Индекс силы марки». Марка оценивается по семи показателям: рынок, стабильность, лидерство, интернациональность, тенденции, поддержка, правовая защита. Норма дисконта идеальной марки равна 5%, марка со средним индексом силы имеет норму дисконта около 15%.

Формула *прямой капитализации* применяется при упрощенной оценке, поскольку предусматривает подмену детального прогнозирования принятием упрощающих допущений о будущем поведении денежных потоков. Ее рекомендуется применять в тех случаях, когда оцениваемый актив уже используется и приносит стабильный доход или требуется быстро провести прикидочную оценку актива.

<http://edoc.bseu.by>

*Алексеева Е.А.  
ВГТУ (Витебск)*

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СЛУЖБЫ КОНТРОЛЛИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ**

Построение системы контроллинга требует определения организационного механизма ее функционирования. Место и роль системы контроллинга в организации могут быть определены несколькими способами:

- функции контроллинга распределяются между функциональными службами, уже существующими в организации;
- функции контроллинга возлагаются на одно из подразделений предприятия;
- создается подразделение контроллинга, подчиняющееся непосредственно руководителю предприятия, которое наделяется штабными полномочиями.

Выбор первого и второго вариантов требуют меньших первоначальных затрат, однако порождает противоречия между реализацией основной функции и задач контроллинга. Кроме того, первый вариант может обострить взаимоотношения между функциональными областями, второй – привести к недостаточной объективности в оценке результатов отклонений.

Для эффективной реализации функций и задач контроллинга, а также четкого определения ответственности контроллеров в организации необходимо выбрать третий вариант постановки системы контроллинга. Кроме того, создание контроллинговой службы дает возможность оценить эффективность системы контроллинга в организации и выработать четкие направления ее повышения.

При оценке эффективности службы контроллинга в организации следует использовать ряд критериев:

- критерии эффективности работы организации, которые оцениваются по заданным целевым показателям и достигаются благодаря деятельности службы контроллинга;
- количественные показатели, позволяющие оценить работу контроллера (количество обработанных запросов, выданных рекомендаций);
- выполнение задач службы контроллинга.

Сочетание показателей трех групп позволяет всесторонне охарактеризовать деятельность службы контроллинга и определить основные направления ее дальнейшей работы. Кроме того, комплексная система оценки результатов контроллинговой деятельности делает более понятными для сотрудников функциональных подразделений сущность, необходимость и основные задачи создания службы контроллинга, облегчая их сотрудничество с контроллерами.

*Аникеенко Н. П.  
БТЭУ ПК (Гомель)*

## **УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ В УСЛОВИЯХ НЕДОСТАТКА СОБСТВЕННЫХ ИСТОЧНИКОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ**

Одной из важнейших задач в области управления оборотными активами субъекта хозяйствования является проблема определения оптимальной структуры источников их финансирования, от выбора которых зависит соотношение между уровнем эффективности использования капитала, а также уровнем риска финансовой устойчивости и платежеспособности субъекта хозяйствования.

Основными источниками формирования оборотных активов предприятия являются собственный оборотный капитал и кредиторская задолженность. Наиболее приемлемый вариант политики управления оборотными средствами – стремиться к минимуму риск потери платежеспособности за счет максимального наращивания собственных оборотных активов. Однако в современных условиях хозяйствования отдельные предприятия испытывают недостаток собственных оборотных средств и порой не