

# FİRMANIN İNNOVASIYALI İNKİŞAFINDA QEYRİ-MADDİ AKTİVLƏRİN ROLU VƏ ONUN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN BƏZİ MƏSƏLƏLƏRİ

*Əli Əliyev*

*Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
“Statistika” kafedrasının dosenti, i.ü.f.d.  
AZ 1001, Bakı şəhəri, İstiqlaliyyət küçəsi 6  
e-poçt: [fyi.s@mail.ru](mailto:fyi.s@mail.ru)*

**Açar sözlər:** qeyri-maddi aktivlər, intellektual kapital, dəyərin yaradılması, şirkətin dəyəri, fundamental dəyər, model.

**Ключевые слова:** нематериальные активы, интеллектуальный капитал, создание стоимости, стоимость компании, фундаментальная стоимость, модель.

**Keywords:** intangibles, intellectual capital, creating value, value of the company, the fundamental value, model.

Qloballaşmanın müasir səviyyəsində bir çox dünya ölkələrinin innovasiyayönümlü inkişafının təmin edilməsində innovasiyanın və elmtutumlu texnologiyalar bazarının formalaşmasının rolunu danmaq qeyri-mümkündür. Belə ki, innovasiya sektoruna aid edilən informasiya və informasiya texnologiyaları sferasının fəaliyyət həcmi və miqyası, onun inkişaf dinamikası son dövrlərdə dəfələrlə artmışdır və inkişaf etmiş dünya ölkələrinin ümumi məhsulunun təxminən 45-65%-ni təşkil edir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, innovasiyaya əsaslanan iqtisadiyyatın inkişaf tempi və səmərəliliyi digərlərinə nisbətən daha yüksəkdir [3]. Ona görə də həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan innovasiya proseslərini fəallaşdıran amillərin aşkar edilməsi vacibdir.

Ənənəvi olaraq firmanın ən mühüm resursları kimi onun maddi aktivləri hesab edilmişdir. Məhz onlar firmaların rəqabət üstünlüyünün təmin edilməsinin və bazar dəyərinin yaradılmasının əsasında dururdu. Sözsüz ki, indiyə qədər bu resurslar firmaların rəqabətqabiliyyətliliyində mühüm rol oynayır. Lakin buna baxmayaraq, daimi və dinamik dəyişən mühit şəraitində son dövrlərdə müxtəlif biznes sahələrində fəaliyyət göstərən firmalar rəqiblər üzərində üstünlük əldə etmək üçün qeyri-maddi aktivlərindən istifadəyə prioritetlik verirlər.

Ölkədə bu məsələnin aktualığı iki kontekstdə diqqəti cəlb edir. Birincisi, “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında strateji istiqamətin innovasiyalı iqtisadiyyatın formalaşdırılmasının seçilməsidir. Belə ki, həmin konsepsiyada qeyd edilir ki, uzunmüddətli davamlı iqtisadi inkişafı təmin etmək, “bilik iqtisadiyyatı”nı formalaşdırmaq, elmtutumlu texnologiya, məhsulun (işlər, xidmətlər) yaradılmasını sürətləndirmək məqsədi ilə innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi əsas istiqamətlərdən birini təşkil edəcəkdir [8]. İkincisi, müasir dövrdə ölkədə və dünya təcrübəsində biznesin təşkilinə keyfiyyətə yeni yanaşmanın olmasıdır. Belə şəraitdə biznesin müxtəlif sahələrində fəaliyyət göstərən biznes strukturlarının strateji idarə etməsində qeyri-maddi aktivlər (QMA) başlıca amilə çevrilir. Qeyri-maddi aktivlər bazar iqtisadiyyatının güclü vasitəsidir. Deməli, daimi və dinamik dəyişən mühitdə rəqib bazar subyekti üzərində üstünlük əldə etmək üçün firmanın özünün əmlakında qeyri-maddi aktivlərin payına, onlardan intensiv istifadə səviyyəsinə və əldə etdiyi iqtisadi səmərəyə xüsusi diqqət yetirməsi zəruridir. Bu növ aktivlər firmanın dayanıqlı dəyərinin yaradılmasının əsas mənbəyi və innovasiyalı inkişafın mühüm göstəricilərindən biri kimi çıxış edir.

Təcrübə göstərir ki, firma tərəfindən bazarın tələblərinə cavab verən və mövcud resurslardan maksimum səmərəli istifadəyə imkan verən strategiyanın tətbiqi bazarda yüksək nəticələrə nail olmağa şərait yaradır. Texnoloji dəyişikliklər və biliyə əsaslanan iqtisadiyyata keçid investorların dəyərini qiymətləndirilməsinə yanaşmalarını dəyişmişdir. Müasir şəraitdə bazarda strateji mövqeyin qorunub saxlanması və uğurlu maliyyə nəticələrinə nail olunması daha çox qeyri-maliyyə göstəriciləri ilə bağlıdır. Ona görə də maliyyə menecerləri və investorlarının qeyri-maliyyə aktivlərinin tərkibini və strukturunu, həmçinin onların firmanın dəyərini yaradılmasına təsirini daha dəqiq anlaması zəruridir.

Müasir mərhələdə QMA-dan istifadə edilməsinin üstünlüyünü aşağıda qeyd edilənlərlə əlaqələndirmək olar:

- daxili və xarici bazarda sabitliyin təminatı;
- əlavə gəlirin əldə edilməsi;
- investisiya cəlb ediciliyinin artması;
- daha aşağı faiz dərəcəsi ilə kredit vəsaitlərinin alınması;
- biznesin dəyərini artırılması.

QMA anlayışının özü çoxcəhətlidir. Bu mühasibat, iqtisadi və hüquqi anlayış kimi şərh edilir. QMA-nın tərkibi müxtəlifdir. Müəssisədə belə aktivlərin mövcudluğu həm rəqabət üstünlüyünün mövcudluğu, həm də intellektual kapitalın komponentlərindən istifadə edilməsi ilə bağlıdır [1].

QMA-nın mahiyyəti, onun tanınması kriteriyaları, təsnifatı və s. ilə bağlı çoxsaylı yanaşmalar mövcuddur. Maliyyə hesabatının beynəlxalq standartında qeyri-maddi aktiv dedikdə fiziki formaya malik olmayan, eyniləşdirilən qeyri-pul aktivini başa düşülür [7]. Milli Mühasibat Uçotu Standartlarında QMA fiziki formaya malik olmayan, tanına bilən qeyri-pul aktivləri kimi xarakterizə edilir [9]. “QMA fiziki əsasla malik olmayan, ancaq mülkiyyətçilərin hüquqlarına və imtiyazlarına əsaslanan dövriyyədən kənar aktivlərin növüdür” [6].

Qeyd olunanlardan görüldüyü kimi, istənilən bir aktivin QMA olması üçün o, birincisi, aktivin keçmiş hadisələr nəticəsində yaranması və ona müəssisə tərəfindən nəzarət edilməsi, ikincisi, istifadəsindən müəssisəyə iqtisadi faydanın daxil olmasının gözlənilməsi, üçüncüsü, aktivin dəyərini etibarlı şəkildə müəyyən edilməsinin mümkün olması kimi meyarlara cavab verməlidir.

Ümumiyyətlə, QMA-nı üç əsas qrupda birləşdirmək olar:

- intellektual mülkiyyət (ixtira, əmtəə nişanları, müəlliflik hüququ və s.);
- əmlak hüququ;
- firmanın qiyməti (qudvil-firmanın işgüzar nüfuzunun dəyəri).

Müəssisənin dəyərini yaradılmasında QMA yeri və rolunun təsvirinin müxtəlif qrafikləri və modelləri vardır. Elmi tədqiqatlarda daha çox diqqət yetirilən müəssisənin dəyərini yaradılması modellərindən biri müasir təşkilatın inkişafının əsası kimi bilik axınlarına, imkanlarına və sərəştəsinə diqqəti cəmləşdirən və PRISM hesabatında təklif edilən layihədir. Bu model “dəyər yaradılması mikseri” adlanır [4]. Bu modeldə verilən aktivlərin bütün dörd bloku təşkilatın strateji aktivlərinə aid edilir. Modelə görə dəyər yaradılması mikserindən solda təşkilatın istifadə hüququ olan qanunla təsbit edilən aktivləri durur. Maddi aktivlərə torpaq, bina və tikililər, maşın və avadanlıqlar, pul və onun ekvivalentləri, qiymətli kağızlar və investisiyalar kimi fiziki aktivlər aid edilir. Qeyri-maddi aktivlərə intellektual mülkiyyət obyektləri, brendlər, ticarət nişanları, nou-hau və s. aid edilir. Dəyər yaradılması mikserindən sağda qeyri-maddi sərəştələr (biliklər) və gizli qabiliyyətlər yerləşir. Modeli işləyib hazırlayanlar sonuncu

komponenti təşkilatın rəsmi mülkiyyət hüququ olmayan “gözlənilən aktivləri” adlandırır. Qeyri-maddi səriştələrə (biliklərə) təşkilati və insan kapitalı aid edilir. Gizli qabiliyyətlər dedikdə liderlik, işdə istedad, təşkilati qabiliyyət, həmçinin ona daxil edilən bazar imkanları və innovasiya qabiliyyəti başa düşülür. Belə qabiliyyətlər əvvəlcədən bilinməyən dinamik dəyişən mühitdə tələb olunur və onlara real tələbat müəssisənin özünün cari vəziyyətini yeni şəraitə uyğunlaşdırmaq zərurəti ilə üzləşdikdə hiss edir. Modelin mərkəzində “dəyərin yaradılması mikseri” durur ki, menecer ondan firmanın dəyərini maksimumlaşdırmaq məqsədilə sərəncamında olan resurslardan istifadə edilməsində və idarə edilməsində yararlı bilər. Modeli işləyib hazırlayanlar diqqəti çox yüksək rəqabətsəviyyəli müasir iqtisadiyyatda təşkilatların sabit rəqabət üstünlüyünü təmin etməyə imkan verən nadir resurslara və yaxud bənzədilməsi olduqca çətin olan resurslara və səriştələrin (biliklərin) əlçatanlığına yönəldirlər. Məhz qeyri-maddi resursların səmərəli idarə edilməsi rəqiblər üzərində üstünlüyün açarıdır.

Müəssisənin dəyərinin yaradılmasında QMA-nın yeri və rolunun qiymətləndirilməsinin digər bir modeli dəyərin “qeyri-maddi zənciri” modelidir. Bu modelə Axonenin işlərində rast gəlinir [5]. Həmin modelə görə dəyərin qeyri-maddi zənciri nəticəsində firma sahə üzrə orta gəlirdən çox gəlirlilik səviyyəsinə nail ola bilər. Müsbət əlavə edilmiş bazar dəyəri (market value added – MVA) şəklində rəqiblər üzərində üstünlüyün əldə edilməsi yalnız qeyri-maddi aktivlərdən istifadə nəticəsində mümkündür ki, bu da firmanın səmərəli istehsal, qeydə alınmış mülkiyyət hüququ, yüksələn tələb, yüksəksəmərəli menecment kimi keyfiyyət xüsusiyyətlərinə sahib olmasına səbəb olur. Modelə görə firmanın sabit rəqabət üstünlüyü əldə etməsinin əsasında qeyri-maddi aktivlərin kommersionlaşdırılması, yəni firmaya mənfəət gətirə bilən aktivlər durur. Odur ki, müəssisənin dəyərinin artırılması üçün menecerlərin biznes proseslərinin səmərəli idarə edilməsinə, qeyri-maddi aktivlərə aid edilən strateji baxımdan mühüm olan resurslara diqqət yetirməsi zəruridir. Bu modeldə şirkətin dəyərinin yaradılmasının doqquz amili – əməkdaşlar, məhsul və xidmətlər, informasiya, texnologiya, proseslər, müştəri, brend, rəqiblər, tərəf müqabillər və tədarükçülər – bir-birindən fərqləndirilir.

Firmanın dəyərinin yaradılmasında QMA-nın rolunun empirik təsdiqində olduqca mürəkkəb və mübahisəli məsələlərdən biri onların qiymətləndirilməsidir. Biznes təcrübəsində QMA-nın qiymətləndirilməsi metodlarından biri qalıq əməliyyat mənfəəti modelinə (residual operating income - REOI) əsaslanan metoddur. Bu yanaşmada qeyri-maddi aktivlərin fundamental dəyəri (fundamental value) deyil, həmçinin bazar dəyəri (market value) də təhlil edilir. Deməli, firmanın dəyərinin idarə edilməsi üzrə qərar qəbul edilməsinin əsasını onun yaradılmasına təsir edən mühüm amillərin təhlilidir. Biliyə (innovasiyaya) əsaslanan iqtisadiyyatda dəyərin yaradılmasının mühüm amilləri arasında qeyri-maddi aktivlər aparıcı rol oynayır.

### **Nəticə**

Müəssisənin dəyərinin yaradılmasında QMA-nın rolunu xarakterizə edən yuxarıda qeyd olunmuş modellər onun malik olduğu resursların mənzərəsini yaratmağa imkan verən idarəetmə vasitələridir. Həmin modellərdə QMA-ya firmanın dəyərinin yaradılmasının əsas mənbəyi kimi baxılır və sözsüz ki, menecerlər nəinki onların ayrı-ayrı tiplərinə, həm də QMA-nın ayrı-ayrı ünsürlərinə dəyərin yaradılması amilləri kimi baxmalıdır. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, qeyri-maddi aktivlər maddi aktivlərlə sıx qarşılıqlı əlaqədədir. Ona görə də qeyri-maddi aktivlərin maddi dəyərlilərə transformasiyası bu gün bir çox firmalar üçün aktualdır. Bu qeyd edilənlər şirkətin dəyərinin yaradılması və sabit rəqabət üstünlüyünü qoruyub saxlamaq üçün onun aktivlərini, xüsusilə qeyri-maddi aktivlərini necə idarə etməyi menecerlərin daha dəqiq bilməsinin zəruri olduğunu bir daha sübut edir.

**Əli Əliyev**  
**Firmanın innovasiyalı inkişafında qeyri-maddi aktivlərin rolu və onun qiymətləndirilməsinin bəzi məsələləri**

**Xülasə**

Biliyə əsaslanan iqtisadiyyata keçid investorların firmanın dəyərinin qiymətləndirilməsinə yanaşmalarını dəyişmişdir. Əldə edilən nəticələr qeyri-maliyyə göstəricilərinin nəzərə alınmasının daha yaxşı olduğunu göstərir. Bununla əlaqədar olaraq, maliyyə menecerlərinin və investorların qeyri-maddi aktivlərin tərkibi və strukturunun, həmçinin onların firmanın dəyərinin yaradılmasına təsirini daha dəqiq bilməlidir.

Məqalədə firmanın dəyərinin artırılması prosesində qeyri-maddi aktivlərin rolunun aşkar edilməsi və qiymətləndirilməsi məsələlərinə baxılır.

**Али Алиев**

**Роль нематериальных активов в инновационном развитии компании и некоторые вопросы ее оценки**

**Резюме**

Переход к основанной на знаниях экономике изменил отношения инвесторов к оценке стоимости компании. Полученные результаты чаще гораздо лучше предсказываются нефинансовыми индикаторами, чем финансовыми. В силу этого финансовым менеджерам и инвесторам необходимо более четко понимать состав и структуру нематериальных активов, а также их влияние на создание стоимости компании.

В статье рассматриваются вопросы оценки и выявления роли нематериальных активов в процессе увеличения стоимости компании.

**Ali Aliyev**

**The role of intangible assets in innovative development and some issues of its assessment**

**Summary**

Transition to knowledge-based economy has changed the attitude of investors to assessment of the value of the company. The obtained results often better predict non-financial indicators than financial. For this reason, financial managers and investors need to understand more clearly the composition and structure of intangible assets as well as their impact on the creation of the company's values.

The article considers issues of assessment and identification of the role of intangible assets in the process of increasing the value of the company.

**Ədəbiyyat**

1. Управление стоимостью компании: учеб. пособие /М.А.Федотова [и др.]. 2003.
2. О.А.Сарилова, А.С.Верещагина, А.Н.Анисимов. Применение экономико-математического моделирования для оценки влияния нематериальных активов на стоимость предприятия /фундаментальные исследования, №3, 2012, с. 734-738.
3. Т.А.Гаранина. Роль нематериальных активов в создании ценности компании: теоретические и практические аспекты. Журнал, “Корпоративные финансы”. 4 (12), 2009, с. 79-96.
4. А.А.Сморозин. Влияние инновационных стратегий на стоимость компании и ее бренда, «Экономические науки» №1 (74, ), 2015 с. 190-195.

5. Ahonen, G. (2000), Generative and commercially exploitable intangible assets, Classification of Intangibles. – Groupe НЕС: Jouy-en-Josas, p. 206-213.
6. Теория бухгалтерского учета. Учеб пособие для вузов/под ред. В. Д. Новодворского, М, ЮНИТИ-ДАНА, 2000, 294 с.
7. Международные стандарты финансовой отчетности 2009. Издание на русском языке. М.Аскери АССА, 2009, 1047с.
8. <http://www.president.az/>
9. <http://www.maliyye.gov.az/>