

ĐOÀN VĂN TRƯỜNG

CÁC PHƯƠNG PHÁP
XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ
TÀI SẢN VÔ HÌNH

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRUNG TÂM HỌC LIỆU



NHÀ XUẤT BẢN KHOA HỌC VÀ KỸ THUẬT

HÀ NỘI - 2005

Lời nói đầu

Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp cũng là hàng hoá. Cũng như mọi hàng hoá khác, giá trị của doanh nghiệp gồm giá trị hữu hình và giá trị vô hình. Giá trị hữu hình của doanh nghiệp là giá trị các tài sản như nhà xưởng, thiết bị, máy móc... tức là giá trị các hiện vật có thể trông thấy, sờ mó, cân đong đo đếm được. Còn giá trị vô hình của doanh nghiệp là giá trị các tài sản không thể nhìn thấy, sờ mó, cân đong đo đếm được, ví dụ như: giá trị nhãn hiệu sản phẩm, uy tín doanh nghiệp, địa thế kinh doanh, tài năng lãnh đạo, trình độ lành nghề của công nhân...

Tài sản cố định vô hình cũng như những tài sản cố định hữu hình, là những tài sản có giá trị lớn, thời gian hữu ích lâu dài, có hình thái biểu hiện rất đa dạng, nền kinh tế thị trường càng phát triển thì chủng loại của tài sản cố định vô hình càng phong phú. Thực tiễn đã chứng minh giá trị vô hình của các doanh nghiệp là một đại lượng có thật, có thể tính toán được và trong nhiều trường hợp nó có giá trị rất lớn, thậm chí lớn hơn rất nhiều giá trị hữu hình của doanh nghiệp.

Trong thời kỳ kế hoạch hoá tập trung và bao cấp trước đây, các doanh nghiệp Việt Nam chưa coi trọng tài sản vô hình nên có rất ít doanh nghiệp xác định được giá trị của tài sản vô hình. do đó dẫn đến hàng nước bị mất mát vốn trong quá trình cổ phần hoá và trong quan doanh với nước ngoài. Ngày nay, khái niệm tài sản vô hình đã trở thành một thực tế khách quan, tồn tại và hiện hữu trong kế hoạch thương mại. Tại những quốc gia có nền kinh tế thị trường

phát triển, họ đã pháp chế hoá giá trị tài sản vô hình một cách minh bạch trong Luật thương mại của mình. Ở Việt Nam việc pháp chế hoá giá trị tài sản vô hình chưa được làm chặt chẽ, nhưng việc xác định giá trị tài sản vô hình cũng đã trở thành một nhu cầu cần thiết đối với các doanh nghiệp.

Các nguyên tắc và kỹ thuật thẩm định giá trị tài sản đã được nghiên cứu và áp dụng ở nhiều nước trên thế giới từ trước những năm 1940. Tuy nhiên, ở nước ta thẩm định giá trị tài sản (trong đó có tài sản vô hình) còn là một lĩnh vực rất mới mẻ cả về lý luận và thực tiễn. Trong năm 1997, chúng tôi đã cho ra mắt bạn đọc cuốn sách “Các phương pháp thẩm định giá trị tài sản”, với mong muốn cung cấp những kiến thức tổng quát ban đầu để giúp bạn đọc làm quen với loại hình dịch vụ chuyên nghiệp mới này. Năm 2000, chúng tôi xuất bản cuốn sách “Các phương pháp thẩm định giá trị bất động sản” giới thiệu về các phương pháp xác định giá trị bất động sản. Năm 2003 chúng tôi xuất bản cuốn sách “Các phương pháp thẩm định giá trị máy móc và thiết bị” giới thiệu các phương pháp xác định giá trị máy móc và thiết bị. Lần này, chúng tôi cho ra mắt bạn đọc cuốn sách “Các phương pháp xác định giá trị tài sản vô hình” nhằm cung cấp cho bạn đọc kiến thức chuyên môn về kỹ thuật xác định giá trị tài sản vô hình.

Do chưa có nhiều về lý luận và thực tiễn ở Việt Nam nên chắc chắn còn một số vấn đề cần phải thảo luận, phát triển để hoàn thiện nội dung của cuốn sách. Tác giả rất mong được bạn đọc góp nhiều ý kiến xây dựng.

Thư từ góp ý xin gửi về Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật,
70 Trần Hưng Đạo – Hà Nội.

Tác giả

Chương I

NGHIÊN CỨU LÝ LUẬN VỀ TÀI SẢN VÔ HÌNH

I. KHÁI NIỆM, ĐỊNH NGHĨA, ĐẶC ĐIỂM VÀ PHÂN LOẠI TÀI SẢN VÔ HÌNH

1. Các định nghĩa về tài sản vô hình

Mục này sẽ giới thiệu hai định nghĩa về tài sản vô hình của Ủy ban Tiêu chuẩn Thẩm định giá quốc tế và Bộ Tài chính Việt Nam ban hành trong Chuẩn mực kế toán Việt Nam.

- *Tài sản vô hình* là những tài sản thể hiện ra bằng những lợi ích kinh tế. Chúng không có cấu tạo vật chất mà tạo ra những quyền và những ưu thế đối với người sở hữu, và thường sinh ra thu nhập cho người sở hữu chúng.

(Ủy ban Tiêu chuẩn Thẩm định giá quốc tế. Hướng dẫn số 4 – năm 2000).

- *Tài sản cố định vô hình* là tài sản không có hình thái vật chất nhưng xác định được giá trị và do doanh nghiệp nắm giữ, sử dụng trong sản xuất, kinh doanh, cung cấp dịch vụ hoặc cho các đối tượng khác thuê phù hợp với tiêu chuẩn ghi nhận tài sản cố định vô hình.

(Chuẩn mực kế toán Việt Nam số 04 – Tài sản cố định vô hình, ban hành theo Quyết định của Bộ trưởng Bộ Tài chính số 149/2001/QĐ-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2001).

2. Những đặc điểm chủ yếu của tài sản vô hình

Tài sản cố định vô hình là những tài sản có giá trị lớn, thời gian hữu ích lâu dài, có hình thái biểu hiện rất đa dạng, nền kinh tế thị trường càng phát triển thì chủng loại của tài sản cố định vô hình càng phong phú. Tài sản cố định vô hình có những đặc điểm chủ yếu sau đây:

Một là, có hình thái vật chất không rõ ràng. Có loại được thể hiện bằng hình thái cụ thể như: nhãn hiệu thương mại, bằng sáng chế... nhưng có loại lại hoàn toàn vô hình như: uy tín trên thị trường, lòng trung thành mến mộ của khách hàng, mối quan hệ kinh doanh,...

Hai là, có tính mới, là một kỹ thuật mới, một sáng chế mới, một sáng tác mới hoặc một tác phẩm mới không sao chép lại của các tác giả trước. Tính mới là nét đặc trưng của mặt hàng trí tuệ, buộc các tác giả mặt hàng trí tuệ mới phải động não nhiều để làm ra và phải làm được trước những người khác, vì có những tình huống có nhiều tác giả làm việc tại các địa điểm khác nhau, nhưng trong cùng một thời gian đã cùng phát hiện ra một kỹ thuật mới. Ví dụ như hai nhóm nhà khoa học ở Mỹ và ở Pháp đã đồng thời tìm ra kỹ thuật phát hiện ra virus HIV, nếu xác định nhóm nào thực hiện trước được việc này và đăng ký trước bản quyền thì nhóm ấy sẽ được hưởng tác quyền. Việc xác định quyền ưu tiên này đôi khi rất khó khăn, trong trường hợp này sau nhiều năm tranh chấp, tác quyền được thoả thuận chia làm đôi cho cả hai nhóm nhà khoa học Pháp và Mỹ.

Ba là, việc xác định giá trị rất phức tạp. Có loại có thể định giá và mua bán được như: bản quyền, phát minh sáng chế, chi phí thành lập, vị trí kinh doanh,... Giá trị của những tài sản cố định vô hình này được thể hiện bằng những khoản chi phí để mua tài sản đó thông qua các văn bản sở hữu được luật pháp thừa nhận như: kê ước, giấy chứng nhận sở hữu, hợp đồng,... Bên cạnh đó, có những tài sản vô hình vô giá về giá trị, chẳng hạn như chữ tín trong kinh doanh. Loại tài sản này không thể mua bán được, nó được tạo ra bởi sự cố gắng của tập thể lãnh đạo và công nhân toàn doanh nghiệp. Giá trị của những tài sản này không thể đo đếm được cụ thể, nhưng nó được thể hiện ở khả năng sinh lời của doanh nghiệp.

Bốn là, tồn tại sự hao mòn vô hình của tài sản cố định vô hình. Đối với tài sản cố định hữu hình thì có hai hình thức hao mòn là: hao mòn vật lý (phụ thuộc vào mức độ sử dụng hoặc bị môi trường thiên nhiên phá hủy), và hao mòn vô hình (do tiến bộ của khoa học kỹ thuật, nên những tài sản hiện tại bị mất giá). Còn đối với những tài sản cố định vô hình, chỉ có một hình thức biểu hiện hao mòn, đó là hao mòn vô hình của những tài sản vô hình. Sự bùng nổ kỹ thuật, sự cạnh tranh quyết liệt trên thương trường, và những yếu tố khác đã dẫn đến sự mất giá nhanh chóng của một tài sản cố định vô hình nào đó.

Ví dụ: Khách sạn A đang đông khách hoạt động nhộn nhịp vì hiện đang nằm ở vị trí trung tâm thành phố và gần nhà ga trung tâm, nhưng đến một ngày nào đó, do sự quy hoạch xây dựng lại, trung tâm thành phố và nhà ga trung tâm được chuyển đến một địa điểm khác. Khi đó, khách sạn A sẽ trở nên vắng khách và bị mất giá. Đó là biểu hiện hao mòn vô hình của tài sản cố định vô

hình. Các sách giáo khoa và khoa học kỹ thuật hiện nay cứ 2-3 năm đều phải viết lại, vì mỗi năm đều có sự kiện mới xuất hiện hay được khám phá thêm.

Năm là, thời gian sử dụng hữu ích của một tài sản cố định vô hình thường là một đại lượng biến đổi, không cố định, có thể dài ngắn khác nhau, nhưng không phải là vô hạn định. Sản phẩm trí tuệ, ngoài các tác phẩm văn chương hay nghệ thuật, các sản phẩm khác có tính thời gian, vì khoa học kỹ thuật ngày nay biến chuyển rất nhanh.

Sự cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường là một cuộc đua không có đích cuối cùng và không có người chiến thắng mãi mãi. Nhân hiệu A ngày hôm nay được khách hàng ưa chuộng, nhưng ngày mai có thể nó phải nhường lại sự ưa thích đó cho nhân hiệu B. Ngay cả những nhân hiệu đã nổi tiếng trên thương trường nhiều năm như “Coca Cola”, “Honda” một ngày nào đó cũng có thể bị nhân hiệu khác thay thế. Hoặc thí dụ như các phần mềm máy tính Word Perfect hay Foxpro, thời gian trước đây được sử dụng rất nhiều, hiện nay chỉ còn rất ít người sử dụng vì đã có những phần mềm như Microsoft Word và Microsoft Excel tiện lợi hơn. Do đó, các nhà sản xuất và kinh doanh những phần mềm trên gặp rất nhiều khó khăn. Trái lại, Bill Gate - chủ tịch tập đoàn Microsoft là người sở hữu tác quyền Windows thông dụng trên hầu hết máy vi tính hiện nay đã trở thành người giàu nhất trên thế giới.

3. Phân loại tài sản vô hình

3.1. Phân loại theo hình thức xuất hiện

Tài sản vô hình có thể được phân loại theo hình thức xuất hiện như cách phân loại của Ủy ban thẩm định giá quốc tế: các quyền,

các mối quan hệ, tài sản sở hữu trí tuệ hay các nhóm tài sản vô hình khác (thường được gọi là uy tín).

- Các quyền.

Mọi doanh nghiệp đều có quyền của mình. Những quyền này có thể tồn tại theo những điều kiện của một hợp đồng dưới hình thức văn bản hay không bằng văn bản, là các giấy phép hoạt động do cơ quan có thẩm quyền cấp, là các hợp đồng thuê mượn, hợp đồng cung ứng, hợp đồng phân phối, hợp đồng cung cấp, hoặc các thoả thuận đặc quyền khác.

Giá trị của “*quyền*” phụ thuộc vào những lợi ích tài chính mà quyền đó mang lại cho doanh nghiệp.

- Mối quan hệ giữa các bên.

Mọi doanh nghiệp đều phải thiết lập mối quan hệ với các đơn vị, các chủ thể và các cá nhân bên ngoài khác. Mối quan hệ này có thể không thể hiện thành hợp đồng nhưng nó rất quan trọng đối với doanh nghiệp.

Ví dụ các mối quan hệ với lực lượng lao động kết hợp và các khách hàng đã có, các quan hệ với nhà cung cấp và các nhà phân phối, mối quan hệ bên trong khác giữa các bên...

- Các tài sản vô hình lập thành nhóm.

Là giá trị vô hình thặng dư còn lại sau khi tất cả các tài sản vô hình có thể nhận biết được đã được đánh giá và trừ ra khỏi tổng số giá trị tài sản vô hình, thường được gọi là *uy tín*. Đặc biệt là đối với những công ty đang làm ăn phát đạt và có lợi thế kinh doanh.

Tại nhiều thời điểm khác nhau, uy tín là thu nhập tăng thêm của một doanh nghiệp vượt lên trên một mức thu nhập bình thường đối với tài sản giống như vậy, và hoặc giá trị của toàn bộ xí nghiệp vượt và cao hơn tổng giá trị của những tài sản hợp thành.