



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

کمیسیون آموزش شورای عالی کارشناسان رسمی دادگستری دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود

ارائه توسط:

مهرداد تاج بخش

مسئول کمیسیون مشورتی علمی و تخصصی صلاحیت ارزش گذاری دارایی های نامشهود
عضو کمیسیون مشورتی علمی و تخصصی صلاحیت های رشته رایانه و فناوری اطلاعات

آذرماه ۱۴۰۲



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

نحوه برگزاری دوره آموزشی

- مدت زمان آموزش چقدر است؟

با در نظر گرفتن محتوای پیش بینی شده برای دوره آموزشی مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود، چهارجلسه ی ۹۰ دقیقه ای پیش بینی شده است.

- سوال دارم، چکار کنم؟

لطفا در صورت هرگونه سوال، در زمان ارائه مطلب از طریق سامانه ارسال نمایید تا پاسخ داده شود. در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر می توانید در ابتدای جلسه بعد آن را طرح نمایید.

- مطالب ارائه شده در جلسه آموزشی کافی نیست، چکار کنم؟

برای شرکت کنندگانی که می خواهند مطالب بیشتری را مطالعه و با نمونه های کاربردی دیگر آشنا شوند، جزوه آموزشی آماده شده که می توانند از آن استفاده نمایند. در حد امکان سعی می شود منابع دیگر هم معرفی و یا در اختیار شرکت کنندگان محترم قرار داده شود.

- ارزشیابی دوره چگونه است؟

در پایان هر جلسه، سوالی متناسب با موضوعات مطرح شده در آن جلسه مطرح شده و شرکت کنندگان سه ساعت فرصت خواهند داشت تا پاسخ سوال را به آدرس رایانامه آموزش شورای عالی ارسال کنند. ملاک قبولی شرکت کنندگان در دوره کسب حداقل میانگین ۶۰٪ در مجموع هر چهار آزمون خواهد بود.



فهرست مطالب

- مقدمه (هدف از برگزاری دوره، آشنایی با محتوای ارائه شده و منابع قابل استفاده)
- آشنایی با مفاهیم "ارزش" و "دارایی"، تعریف دارایی‌های نامشهود و ویژگی‌های آن
- تشریح ویژگی‌های دارایی‌های نامشهود و تفاوت آن‌ها با سایر دارایی‌ها
- آشنایی با انواع دارایی‌های نامشهود و طبقه‌بندی آن‌ها
- معرفی انواع دارایی‌های نامشهود به لحاظ شیوه ایجاد و کاربرد این نوع از دارایی‌ها
- آشنایی با مدیریت دانش و معرفی مدل‌های مطرح – فرآیند ایجاد دارایی‌های دانشی در یک سازمان (به عنوان یکی از دارایی‌های نامشهود حائز اهمیت در سازمان‌های بالغ)
- فناوری‌ها و ابزارهای مورد استفاده در فرایند مدیریت دانش
- اهمیت ارزیابی دارایی‌های نامشهود در فرآیند ارزش‌گذاری سازمان – کسب و کار
- آشنایی با مفاهیم برند و برند سازی، اعتبار کسب و کار، چرخه عمر محصول و سازمان (با رویکرد دارایی‌های نامشهود)
- تعریف کسب و کار و مدل‌های ارزش‌آفرینی، بوم کسب و کار، تحلیل بازار (با رویکرد پیش‌بینی کسب و کار)، کسب و کارهای نوپا و کسب و کارهای دانش‌بنیان
- آشنایی با مفاهیم پایه ارزش‌گذاری کسب و کارها و واژگان متداول در این حوزه



هدف های آموزشی

- ضمن آشنایی با تعاریف دارایی و ارزش، مفهوم دانش، مدیریت دانش و روشهای ارزش آفرینی دانش شرح داده خواهند شد..
- با دارایی نامشهود به عنوان یکی از مهمترین انواع دارایی ها در کسب و کارها و صنایع مختلف آشنا شده و ضمن آشنایی با انواع ویژگی های آن ها، روش های احصاء آن ها را فرا خواهید گرفت.
- با انواع طبقه بندی دارایی های نامشهود و نحوه مستندسازی آن ها آشنا خواهید شد.
- ملاحظات قانونی و استانداردهای احصاء و ارزیابی دارایی های نامشهود مطرح خواهند شد. استاندارد ۱۷ سازمان حسابرسی (دارایی نامشهود) و استانداردهای *IVS* و *IFRS*
- با نقش دارایی های نامشهود در فرآیند ارزش گذاری سازمان و همچنین کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان و همچنین سایر کسب و کارها آشنا خواهید شد.
- با کسب و کار، مدل درآمدی و انواع آن، چرخه عمر محصول و سازمان آشنا خواهید شد. واژگان مطرح در مبانی ارزش گذاری دارایی های نامشهود شرح داده خواهند شد.
- سعی شده تا در این دوره بطور مختصر ملاحظات قانونی، علمی / تخصصی مطرح در گزارش های کارشناسی ارزش گذاری دارایی های نامشهود شرح داده شوند.



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

ارزش و دارایی

- ارزش مبلغ قابل تصور برای شیء یا ارزشی است که بواسطه اعتبار کسب و کار ایجاد می شود.
- ارزش به عنوان هویت کسب و کار که بواسطه علامت تجاری آن، میزان شناخته شده بودن علامت تجاری و یا مزیت رقابتی آن کسب و کار در بازار سرمایه نیز تعریف می شود.
- **از دیدگاه مشتری،** ارزش شرکت برابر است با احتمال یا اطمینان از نقدینگی که مشتریان شرکت بواسطه آن کسب و کار را با شرکت ادامه داده و اقدام به استفاده از خدمات و خرید کالاهای آن شرکت می کنند.
- **از نظر قانونی،** ارزش یک شرکت و دارایی های نامشهود آن (مانند نام تجاری و یا اسرار تجاری شرکت) به یکدیگر متصل بوده و نمی توان ارزش شرکت را بدون در نظر گرفتن ارزش دارایی های نامشهود آن در نظر گرفت. ارزش گذاری دارایی های نامشهود عبارت است از، فرآیند برآورد کمی ارزش اقتصادی دارایی های نامشهود براساس یکی از روش های علمی و کاربردی معتبر ارزش گذاری (مرکز پژوهش های مجلس، ۱۳۹۶)



دارایی های نامشهود چیست؟

- دارایی نامشهود براساس ماهیت غیرعینی و غیرپولی آن تعریف می شود و بایستی قابل تشخیص باشد. (استاندارد ۱۷ سازمان حسابرسی)
- دارایی نامشهود هنگامی قابلیت تشخیص را دارد که:
 - (۱) جداشدنی باشد (بتوان آن را به منظور فروش، انتقال، واگذاری حق امتیاز و نظایر آن، از واحد تجاری جدا نمود.
 - (۲) از حقوق قراردادی و یا سایر حقوق قانونی ایجاد شده باشد (در این خصوص، ویژگی جداشدنی بودن آن از واحد تجاری ضرورت ندارد)
- دارایی نامشهود می بایست قابل ارزش گذاری باشد.
- دارایی نامشهود می تواند توسط قانون مورد حمایت قرار گیرد (این مفهوم از دارایی نامشهود را بعنوان دارایی معنوی و فکری می شناسیم).
- بایستی دلیل یا دلایلی برای اثبات وجود دارایی نامشهود به اشکالی مانند، قرارداد، اطلاعات ثبتی، بانک های اطلاعاتی و نظایر آن وجود داشته و براین دارایی کنترل داشته باشیم.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

ویژگی های دارایی های نامشهود

- عدم فراوانی - دشواری دسترسی به آن توسط رقبا
- شایستگی - ارزشمند برای مشتریان و ارزش آفرین برای سازمان (کسب و کار)
- دشواری در تقلید - براحتی قابل تقلید نباشند (ایجاد مزیت رقابتی در کسب و کار)
- دشواری در جایگزین شدن - براحتی قابل جایگزینی نبوده و ارزش افزوده پایدار ایجاد نمایند

- دارای شرایط نقل و انتقال (واگذاری، فروش یا معاوضه و نظایر آن) - انتقال یا جایحایی آن مستلزم برآورد ارزش با در نظر گرفتن شرایط طول عمر دارایی (چرخه عمر) و قابلیت انتقال آن مستقل از کسب و کار (واحد تجاری)، باشد.
- پایداری و دوام - تداوم موقعیت رقابتی سازمان بستگی به پایداری و دوام دارایی نامشهود (طول عمر دارایی نامشهود) دارد.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

دارایی دانشی – مالکیت فکری / معنوی

تفاوت کلیدی مابین دارایی نامشهود و دارایی فکری و معنوی (از دو جنبه کسب و کار و قانونی) در حقیقت در ماهیت و نوع دارایی نامشهود می باشد. دارایی فکری و معنوی از نظر قانونی شناخته شده و قابلیت ثبت دارد، در صورتی که در مورد سایر انواع دارایی نامشهود مانند ارزش نیروی انسانی، روش های دیگری برای اثبات کنترل بر دارایی و تحصیل منافع اقتصادی ناشی از آن مطرح می باشد (مانند قراردادهای مشارکت و همکاری علمی و فنی).

مثال هایی از دارایی های فکری و معنوی بشرح زیر می باشند:

- علائم تجاری، نام های تجاری، و علائم خدماتی
- ثبت اختراعات
- اسرار تجاری و فناوری های اختصاصی
- حق امتیاز تکثیر و انتشار

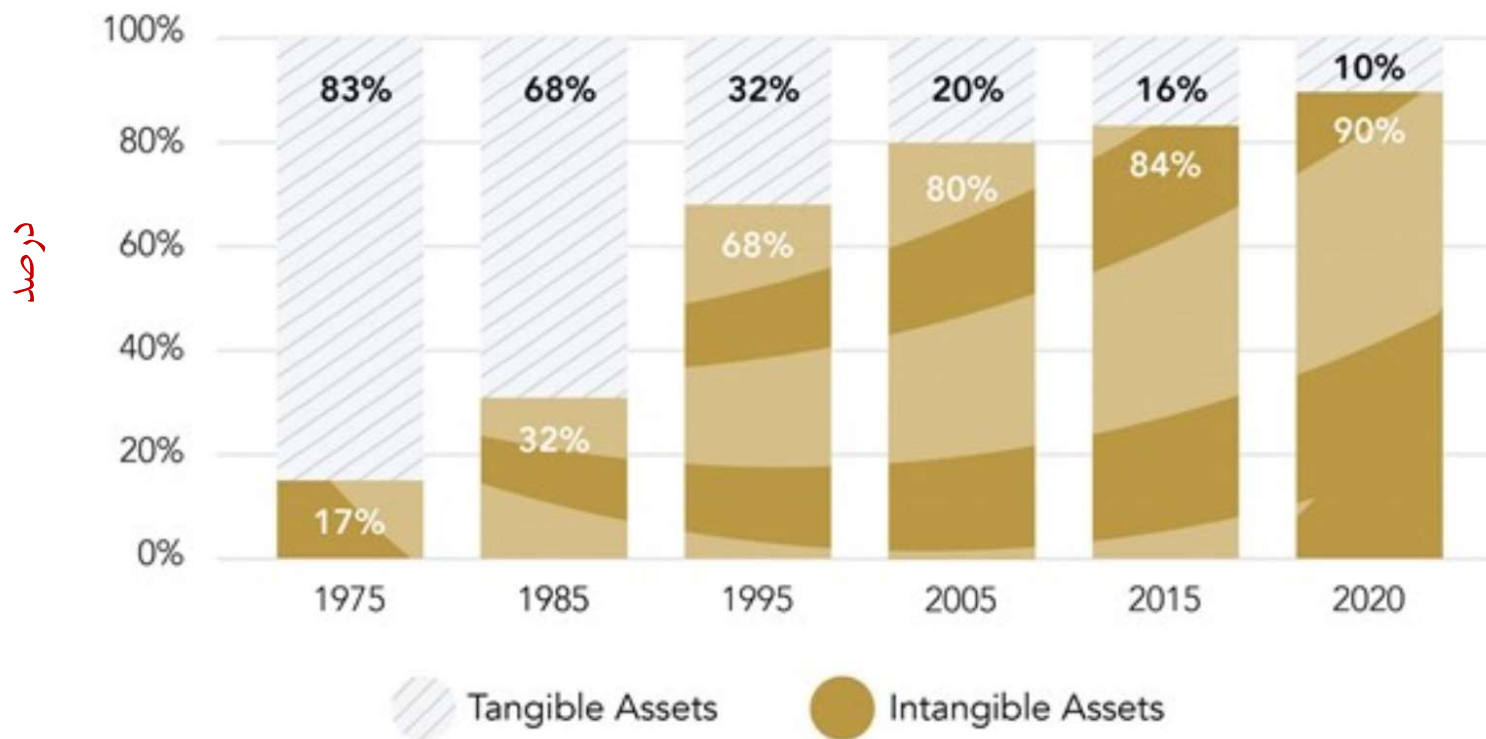


شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

اهمیت دارایی نامشهود

تحقیق صورت گرفته بر روی ۵۰۰ شرکت بزرگ در آمریکا طی سالهای ۱۹۷۵ لغایت ۲۰۲۰

COMPONENTS of S&P 500 MARKET VALUE



<http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

طبقه بندی انواع دارایی های نامشهود

یکی از مهمترین موضوعات مطرح در ارزش گذاری دارایی های نامشهود، احصاء انواع دارایی های نامشهود در کسب و کار موضوع ارزش گذاری است.

بررسی ها و تحقیقات صورت گرفته در این حوزه، نشان می دهند که می توان دارایی های نامشهود را با در نظر گرفتن نقش آن ها در ایجاد مزیت رقابتی و ارزش آفرینی در کسب و کار، طبقه بندی نمود.

این طبقه بندی ضمن کمک در ارزش گذاری و انتخاب روش مناسب در ارزش گذاری، نقش مهمی در احصاء، مستندسازی انواع دارایی های نامشهود و بررسی چرخه عمر آن ها دارد.

طبقه بندی دارایی های نامشهود:

- سرمایه نیروی انسانی
- سرمایه ساختار سازمانی (دارایی های نامشهود داخل سازمان)
- سرمایه ارتباطی (دارایی های نامشهود خارج از سازمان)



ضرورت دسته بندی دارایی های نامشهود

از آنجایی که در بسیاری موارد دارایی های نامشهود در کنار سایر دارایی های نامشهود دیگر ارزش پیدا کرده و قابل ارزیابی می باشند، لذا بحث بر روی طبقه بندی دارایی هایی که می توانند با یکدیگر مورد ارزیابی قرار گیرند، اهمیت دارد.

این بدان معنی نیست که اگر ارزیابی دارایی های نامشهود بصورت گروهی انجام می شود، امکان تفکیک ارزش هریک از دارایی ها وجود نخواهد داشت.

از سوی دیگر یکی از مهمترین موضوعات مطرح در ارزش گذاری دارایی های نامشهود، انتخاب روش مناسب در برآورد ارزش آن ها می باشد. با استفاده از دسته بندی دارایی نامشهود، این امکان برای ارزیاب فراهم می گردد تا با در نظر گرفتن ارزیابی ها و سوابق موجود، ضمن انتخاب روش مناسب و قابل دفاع، از نتایج برآوردهای صورت گرفته پیشین در رسیدن به برآورد ارزش مناسب استفاده نماید.

در ادامه، دسته بندی پذیرفته شده و متداول در خصوص انواع دارایی های نامشهود آورده شده است.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

دسته بندی انواع دارایی های نامشهود

- **دسته بازاریابی/مشتریان**
علامت تجاری، نام شرکت و لوگوی آن، کلیه محصولات و ابزار مورد استفاده در بازاریابی، اسامی زیر مجموعه‌ی برند و نظایر آن ها
- **دسته فناوری اطلاعات**
راه کارهای (سیستم های مدیریت اطلاعات) سازمان های بزرگ، اپلیکیشن های طراحی شده، شیوه های بازاریابی دیجیتال، داده ها، مجوزها، متن برنامه ها و نظایر آن ها
- **دسته فنی و فناوری**
ثبت اختراع های کلیدی، اسرار تجاری، فرمول ها، فناوری های بسته بندی و منبع تامین آن ها، اشکال و اندازه ها، فناوری پردازش، فناوری طراحی و نظایر آن ها
- **دسته مبتنی بر قرارداد**
قراردادهایی که بر اساس آنها امتیاز و یا حق واگذار شده و یا منجر به ایجاد یک مزیت رقابتی گردند. مانند قرارداد تبلیغات، حق استفاده/فروش انحصاری.
- **دسته مبتنی بر هنر**
شامل آن دسته از دارایی های نامشهود که به نوعی مرتبط با هنر، آثار هنری، تاریخی می باشند. مانند نمایشنامه، فیلم، عکس، تابلو نقاشی.



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

دانش و ویژگی های آن

یکی از مهمترین انواع دارایی های نامشهود، دانش ایجاد شده در سازمان، دانش فردی، ایده ای یا اختراعی که منجر به ایجاد یک شرکت دانش بنیان و یا نوپا می گردد، می باشد.

دانش، مجموعه شناخت ها و مهارت هایی است که افراد برای حل مسئله به کار می برند.

دانش فردی، برای توسعه دانش پایه سازمانی ضروری است؛ هر چند دانش سازمانی حاصل جمع ساده ای از دانش های فردی نیست (بات، ۲۰۰۰).

معیار سنجش دانش نو، نقش مؤثر آن در حل مسائل جاری و نوآوری در بازار است. دانش دارای مشخصات زیر است:

- قدرت خارق العاده و بازدهی فزاینده
- پراکندگی، تراوش و لزوم بروزر بودن
- ارزش نامعلوم
- قابل باشتراک گذاری (هم رسانی)



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

مدیریت دانش

- احصاء دانش، خرد، تجربیات با ارزش افزوده کارکنان سازمان، آسان کردن بازیابی دوباره و نگهداری آن به عنوان دارایی سازمان
- کوششی برای تبدیل دانش کارکنان (سرمایه انسانی) به دارایی مشترک سازمانی (سرمایه فکری ساختاری) است.
- جمع آوری دانشی است که از تجربیات موجود بدست آمده‌اند.
- ارائه دانشی درست، در قالبی درست، در زمان درست، برای اشخاص درست و با هزینه‌ای درست برای ماهیت عملکردی درست
- اقداماتی است که انجام می‌دهیم تا سازمان، سریعتر و اثربخش‌تر به اهداف خود برسد.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدیریت دانش – ادامه

- توسعه، سازماندهی و باشتراک‌گذاری دانش با هدف دستیابی به مزیت رقابتی
(داونپورت و پروساک، ۱۹۸۹)
- توسعه و بکارگیری منابع دانشی ملموس و ناملموس سازمان (دانش نهفته در کارکنان، شامل تجربه و روش‌های ایشان برای حل مسایل) (مک کوئن، ۱۹۹۹).
- فرآیند لازم برای خلق، احصاء مستندسازی و توزیع دانش در سطح سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی (پیرلسون و ساندروز، ۲۰۰۲).
- اشتراک و یکپارچه‌سازی دانش و مهارت درون و میان بخش‌های سازمانی از طریق فناوری اطلاعات متصل به هم و بلادرنگ (جونز و جورج، ۲۰۰۳)



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدل های مطرح مدیریت دانش

- مدل نوناکا، تاکه اوچی

- ☐ فضای مشترک برای تبدیل دانش (BA)

- ☐ دارایی های دانش

- مدل زنجیره دانش

- مدل هفت سی (C1)

- مدل پایه های ساختمان دانش

- مدل ادل و گریسون



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدل نوناکا، تاکه اوچی

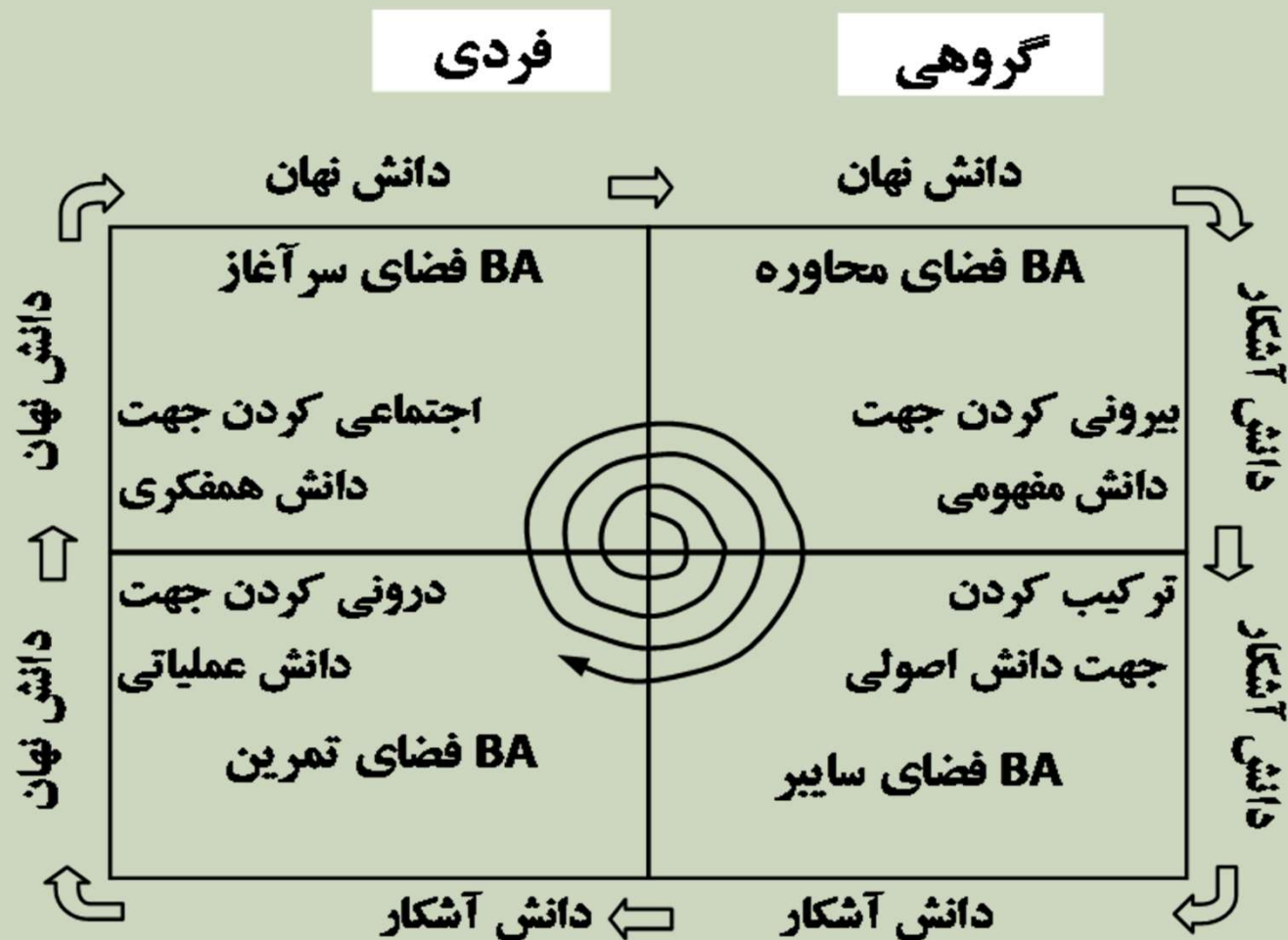
سه عنصر اصلی این مدل عبارتند از:

- (۱) *BA* (فضای کسب و کار یا فعالیت های تجاری) یک فضای مشترک برای تولید دانش
 - (۲) فرایند خلق و تبدیل دانش (مدل *SECI*) از طریق تبدیل دانش پنهان به دانش آشکار و بالعکس
 - (۳) دارایی های دانش
- اجتماعی کردن (*Socialization*) : اشتراک دانش پنهان در بین افراد و ارتباطات و فعالیت های آنان
- بیرونی کردن (*Externalization*) : ابراز دانش پنهان در یک قالب قانونمند و جامع
- ترکیب کردن (*Combination*) : تغییر دانش پنهان به دانش آشکار
- داخلی نمودن (*Internalization*) : دانش آشکار مجدداً به فعالیت ها و فرآیندها و ابتکارات استراتژیک و پنهان تبدیل می شود



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدل نوناکا، تاکوچی – ادامه





شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدل زنجیره ارزش دانش

این مدل پنج طبقه فعالیت‌های اولیه را تعریف می‌کند:

کسب دانش، انتخاب، تولید، جذب و درونی سازی و انتشار

فعالیت‌های ثانویه که مراحل مدیریت دانش را هماهنگ می‌کنند:

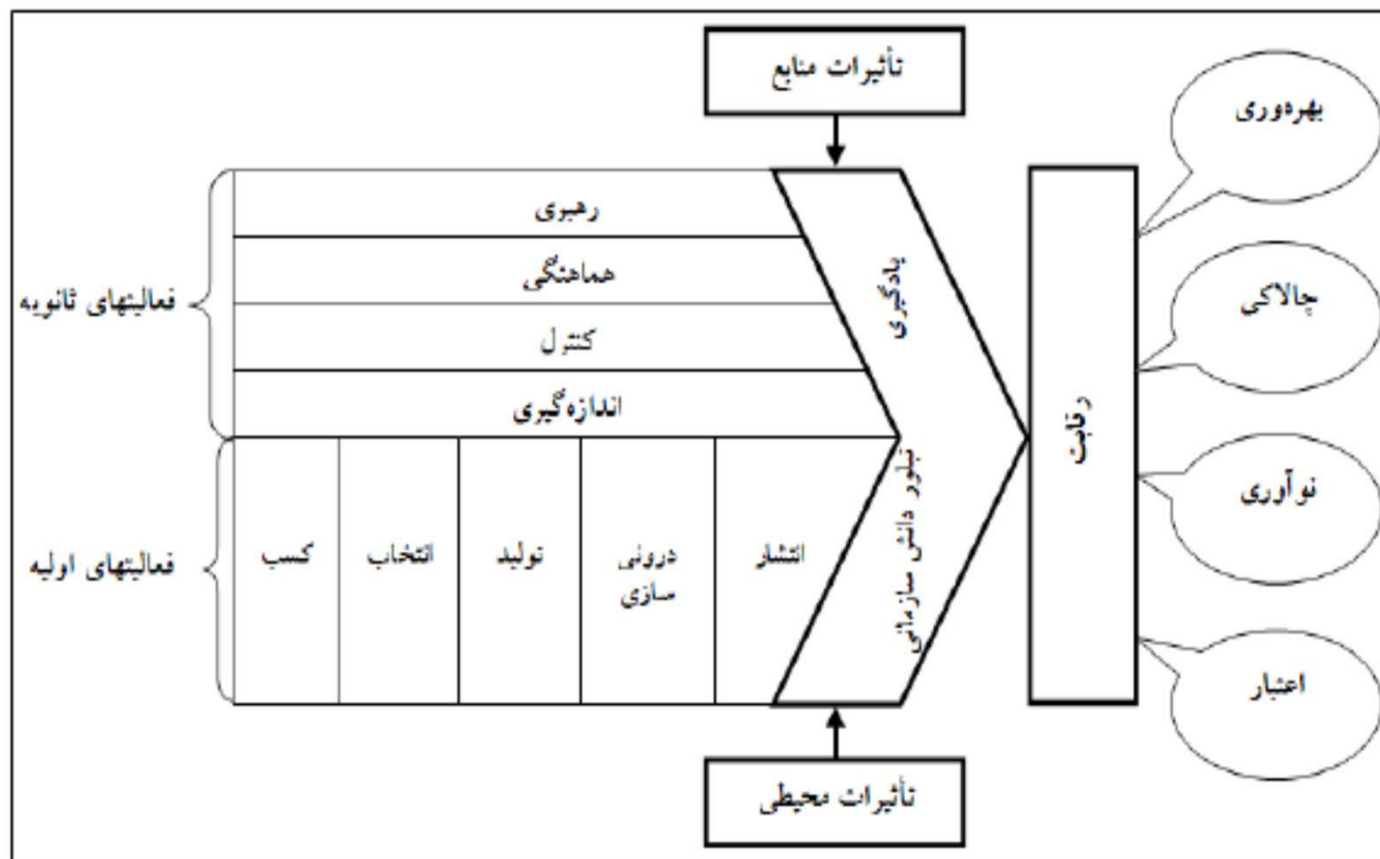
اندازه گیری، کنترل، هماهنگی و رهبری

به بیان دیگر بهره‌وری، چالاکی، نوآوری و اعتبار چهار جنبه رقابتی هستند که هر کدام از آنها می‌توانند سازمان را به نوعی و از طریق انجام هر یک از ۹ فعالیت بیان شده، منتفع سازند (هالاسپیل و جونز ۲۰۰۰).



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

مدل زنجیره ارزش دانش – ادامه



دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود – آذرماه ۱۴۰۲

۵۰ - ۲۰



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

کاربرد سیستم های فناوری اطلاعات در مدیریت دانش

- توسعه روزافزون کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت و فناوری اطلاعات
- افزایش چشم گیر حجم اطلاعات در سازمان
- ایجاد فرآیندهای تحلیل و بررسی اطلاعات - سیستم های اطلاعات مدیریت
- داده کاوی و استخراج اطلاعات و دانش ارزشمند

ضرورت آشنایی با سیستم های نرم افزاری و مدیریت اطلاعات :

- ابزاری برای مدیریت اطلاعات و مدیریت دانش
- نقش آنها در فرآیندهای احصاء و ارزیابی دارایی های نامشهود سازمانی



فناوری های مورد استفاده در مدیریت دانش

شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

- گروه افزارها
- سیستم های خبره
- سیستم واژه گزینی استاندارد
- برنامه های کاربردی ویژه
- مدیریت الکترونیکی مدارک

از دیدگاه **داونپورت و پورساک (۱۹۹۸)** سیستم ها به عنوان مخازن دانش آشکار مطرح می شوند. در برخی سازمان ها مدیریت الکترونیکی مدارک می تواند به عنوان قدم آغازین به سمت مدیریت دانش باشند.

- جریان کاری



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

سامانه های مبتنی بر فناوری اطلاعات مورد استفاده در مدیریت دانش

- سامانه هایی که بر همکاری تاکید دارند
 - سامانه هایی که بر ساختار دانش برای مدیریت دانش تاکید دارند
- این سامانه ها در سه گروه طبقه بندی می شوند:
- سامانه های پویا (مانند شبکه های کاری / گروه خبرگان)
 - سامانه های فرآیندگرا (مانند درس های آموخته از بهترین تجربیات / پایگاه توصیف فرآیندها / انبارهای دانشی)
 - سامانه های یکپارچه (پرتال های سازمانی، درون سازمانی - پرتال های اینترنتی و برون سازمانی - تارنماهای اینترنتی)



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

تکنیک های فناوری اطلاعات مورد استفاده در مدیریت دانش

• ایجاد و مدیریت محتوا

ایجاد محتوا (ابزارهای نوشتن، ویرایش و صفحه‌آرایی متون / الگوها / امکان توضیح‌نویسی بر روی متن / داده‌کاوی / ایجاد پروفایل متخصصان)
مدیریت محتوا (علامت‌گذاری شبه‌داده‌ها / طبقه‌بندی / بایگانی / مدیریت دانش شخصی)

• هم‌رسانی و انتشار دانش

فناوری‌های ارتباطی و همکاری (تلفن، نمابر / کنفرانس تصویری / اتاق‌های گفتگو / پیام-رسان‌های لحظه‌ای / رایانامه / تلفن اینترنتی / تالارهای بحث و گفتگو / گروه‌افزارها / دایره‌المعارف‌ها (ویکی‌ها) / مدیریت فرآیندهای کاری)
فناوری‌های شبکه (اینترانت‌ها (پرتال‌های داخلی سازمان) / اکسترانت‌ها (پرتال‌های خارجی) / تارنماهای اینترنتی) / سرورهای تارنماها و مرورگرها / انبارهای دانشی / پرتال‌ها



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

تکنیک های فناوری اطلاعات مورد استفاده در مدیریت دانش – ادامه

• تحصیل و بکارگیری دانش

فناوری های یادگیری الکترونیکی (آموزش از طریق رایانه / آموزش از طریق اینترنت / سیستم های پشتیبانی ارتقاء بهره وری الکترونیکی)

فناوری های هوش مصنوعی (سیستم های خبره / سیستم های تصمیم یار / سیستم های مبتنی بر هوش مصنوعی مولد / بهبود/شخصی سازی / فناوری های ارسال / دریافت اطلاعات / سیستم های پیشنهادگر / تصویرسازی / نقشه های دانش / عامل های هوشمند / سیستم های طبقه بندی خودکار اطلاعات / تحلیل متن ها - خلاصه سازی)



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

اهمیت ارزیابی دارای های نامشهود در آیند ارزش گذاری سازمان (کسب و کار)

توسعه فناوری های مبتنی بر اینترنت و فناوری اطلاعات و دیجیتالی شدن اقتصاد از یک سو و مدیریت دانش و سرمایه های نیروی انسانی و دیگر دارای نامشهود از سوی دیگر، منجر به بروز تغییرات اساسی در مدل های کسب و کار و ارزش آفرینی در آن ها و پررنگ تر شدن نقش دارایی نامشهود در کسب و کارها و ارزش گذاری آن ها شده است.

همان گونه که پیشتر شرح داده شد، دارایی های هر سازمان در دو دسته دارایی های نامشهود و دارایی های مشهود آن تقسیم بندی می شوند.

ارزش یابی، یکی از اصلی ترین ارکان سرمایه گذاری است. ارزش یابی به فرآیند تعیین ارزش فعلی واقعی یک فناوری، دارایی یا شرکت اطلاق می شود. لازم به ذکر است که ارزش یک پروژه، عددی قطعی نبوده و در بیشتر اوقات مبنایی برای چانه زنی و توافق خواهد بود. به عبارتی هیچ روش قطعی و صددرصدی برای محاسبه ارزش یک پروژه وجود ندارد و مؤثرترین عامل، تجربه و تخصص می باشد.



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

چرخه عمر محصول و خدمت

چرخه عمر محصول یا خدمت، به بازه‌ی زمانی ارزش آفرینی آن محصول یا خدمت (ایجاد مزیت رقابتی) تا رسیدن به مرحله بلوغ و درنهایت از دست دادن مزیت رقابتی در مقایسه با سایر محصولات و خدمات مشابه در بازار رقابت، اطلاق می‌شود.

یکی از مهمترین موضوعات مطرح در ارزش گذاری دارایی‌های نامشهود، چرخه‌ی عمر محصول یا خدمت موضوع کسب و کار می‌باشد.

همان گونه که پیشتر اشاره گردید، مهمترین ویژگی دارایی نامشهود در ایجاد مزیت رقابتی توسط آنها و درنهایت ارزش آفرینی در کسب و کارها می‌باشد.

در کسب و کارهایی که مدل درآمدی در آن‌ها مبتنی بر ارائه خدمات یا فروش محصول نوآورانه می‌باشد، برآورد ارزش در آن‌ها می‌بایست با در نظر گرفتن چرخه عمر دارایی نامشهود ناشی از محصول و خدمت کسب و کار موضوع ارزش گذاری، صورت گیرد.

بررسی و تعیین چرخه عمر محصول / خدمت و در ادامه چرخه عمر سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

شرح مختصری از انواع طبقه بندی دارایی نامشهود

سرمایه نیروی انسانی

به عنوان مهمترین منبع دارایی نامشهود سازمان و نیروی محرکه دو دارایی دیگر، سرمایه‌ی سازمانی و سرمایه‌ی رابطه‌ای شناخته می شود. در نقطه‌ی مقابل آن، نبود سرمایه‌ی انسانی کافی می تواند منجر به اثرات منفی بر روی سایر فعالیت‌هایی که برای سازمان ایجاد ارزش می کنند، گردد

سرمایه داخلی سازمان

شامل تمامی دارایی‌ها غیرانسانی سازمان، از فرهنگ و فرآیندهای سازمانی تا سیستم‌ها و بانک‌های اطلاعاتی، می باشد. یکی از جنبه‌های آن دارایی نامشهود، ارزش ایجاد شده توسط تبدیل سرمایه انسانی و ارتباطی به دانش ساختاری و فرآیندی سازمان می باشد که متعلق به پرسنل و نیروی انسانی نبوده و به دارایی‌های ساختار سازمان تبدیل شده است

سرمایه ارتباطی

شامل ارزش ایجاد شده توسط ارتباط، نه تنها با مشتریان، تامین کنندگان و سهامداران بلکه با تمامی ذینفعان داخل و خارج از سازمان می باشد. این بعد از سرمایه‌ی سازمان، جزء خارجی آن و شامل روابط با مشتریان و تامین کنندگان، نام محصول‌ها، علائم تجاری ثبت شده، اعتبار و تصویر بیرونی سازمان است،



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

برند - دارایی نامشهود بازاریابی (۱)

برند چیزی است که افراد درخصوص محصول، خدمت یا سازمان شما فکر، احساس و بیان می کنند.

به عبارت دیگر برند چیزی است که مشتریان با آن ارتباط عاطفی و شخصیتی برقرار کرده و براحتی آن را کنار نمی گذارند.

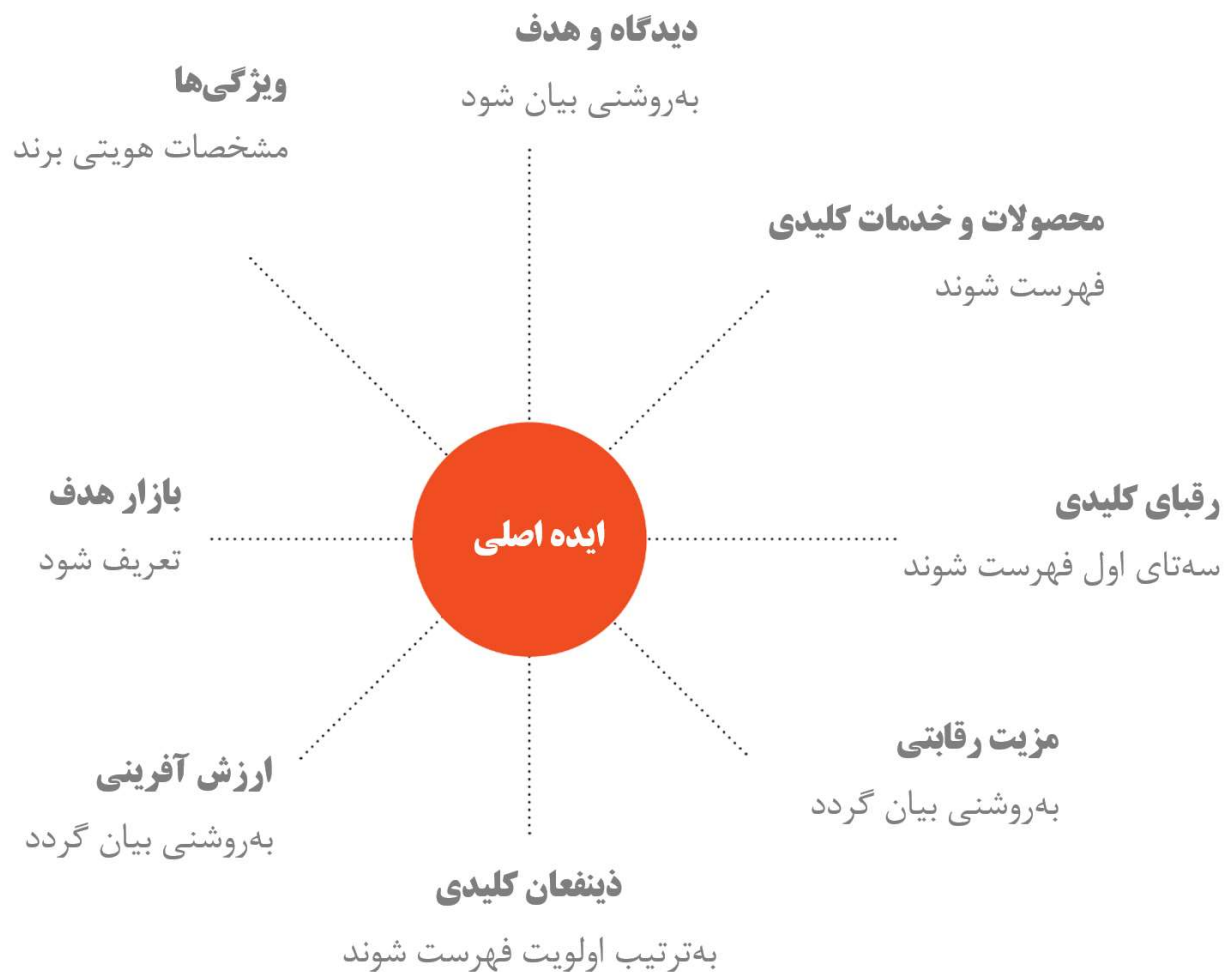
برندهای دارای سه کاربرد مقدماتی هستند:

- کمک در جستجو و انتخاب
- ایجاد اطمینان در مشتریان
- ارتباط و وابستگی
- المان های برند
- نام برند، معماری برند، شخصیت برند، هویت برند و جایگاه برند



المان های برند - دارایی نامشهود بازاریابی (۲)

شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری



دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود - آذرماه ۱۴۰۲

۵۰ - ۳۰





شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

برند سازی – دارایی نامشهود بازاریابی (۳)

کمپین های برند سازی



دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود – آذرماه ۱۴۰۲

۳۱ - ۵۰





شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

تعریف مدل کسب و کار

- مدل کسب و کار، منطق یک شرکت در چگونگی خلق، ارائه و کسب ارزش را توصیف می کند.
- یا به عبارت دیگر مدل کسب و کار عبارت است از معماری محصول، خدمات و گردش اطلاعاتی که شامل شرح ذینفعان مختلف و وظائف آن ها، شرح نحوه کسب ارزش و سودآوری بالقوه از طریق انواع مختلف مشتریان و بازی گران بازار و همچنین شرح منابع کسب درآمد می باشد (Timmer, 1998).
- بررسی کسب و کارها براساس پارامترهای ساختار، فرایند، جبران خدمات و افراد (پرسنل) صورت می گیرند:
 - کسب و کارهای (سازمان های) عملیاتی
 - کسب و کارهای (سازمان های) نوآور



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

بوم کسب و کار

- یکی از روش های بررسی مدل کسب و کار (مشخصا در کسب و کارهای جدید و نوآورانه) تحلیل بوم کسب و کار (*Canvas Analysis*) می باشد.

تحلیل بوم کسب و کار





شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل پورتر) - ۱

دیجیتالی شدن اقتصاد و ظهور روش های جدید در ارائه خدمات و محصولات در کنار استفاده از فناوری های نوآورانه، منجر به تغییرات اساسی در فرآیندهای ارزش آفرینی و الگوهای مطرح در آن شده است.

در ابتدا، تنها الگو مطرح در برآورد ارزش سازمان، استفاده از زنجیره ارزش پورتر (پورتر، ۱۹۸۵) بود. در این مدل فعالیتهای مقدماتی به همراه فعالیت های پشتیبانی، تولید و فروش به مشتری منجر به ایجاد ارزش برای کسب و کار می گردد.

- قابلیت های محدود این مدل در تحلیل ارزش آفرینی در کسب و کارهای مبتنی برگردش اطلاعات و فناوری اطلاعات.
- مدل پورتر اساساً برای تحلیل ارزش آفرینی کسب و کارهای محلی طراحی شده است.
- قابلیت های محدود آن در تحلیل ارزش آفرینی برای انواع خدمات ارائه شده در کسب و کارهای نوین

البته (ریپورت و اسویوکا، ۲۰۰۱) با معرفی مفهوم زنجیره ارزش مجازی سعی در بهبود مدل پورتر و برطرف نمودن تعدادی از چالش های مطرح در آن در مورد کسب و کارهای دیجیتال نمودند.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل پورتر) - ۲

تصویر مدل زنجیره ارزش پورتر



منبع: پورتر، ۱۹۸۵

دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود - آذرماه ۱۴۰۲

۳۵ - ۵۰



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل شبکه ارزش) – ۱

شبکه های ارزش مبتنی بر واسطه گری فناوری می باشند. واسطه گری فناوری روابط و تبادل اطلاعات فیمابین کاربران نهایی را تسهیل نموده و منجر به صرفه جویی در زمان و هزینه مکان می گردند (مانند : تارنماهای کاریابی، تارنماهای ارائه خدمات مالی و بانکی).

عبارت “شبکه” در این مدل تأکیدی بر روی شیوه ارزش آفرینی از طریق فعالیت های صورت گرفته از طریق برقراری ارتباط در سازمان ها و سهولت تبادل اطلاعات بین کاربران در شبکه اینترنت میباشد.

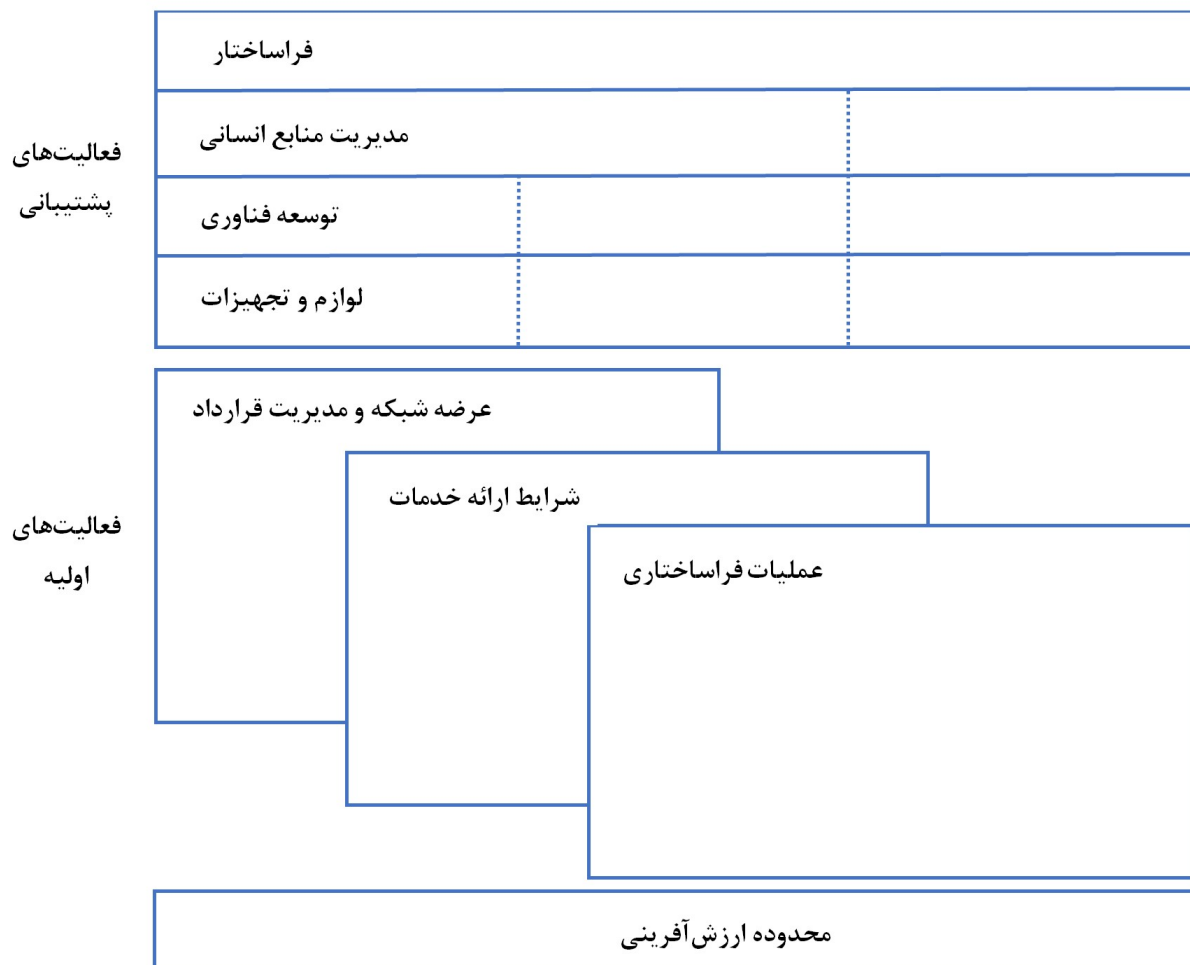
مدل پایه شبکه ارزش شامل سه فعالیت اولیه و چهار فعالیت پشتیبانی (مشابه مدل پورتر) تشکیل شده است که تأثیر و کارایی آن ها منجر به ارزش آفرینی در کسب و کارهای مبتنی بر مدل شبکه ارزش خواهند شد.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل شبکه ارزش) - ۲

تصویر مدل شبکه ارزش



منبع: استیبل و فجدستاد، ۱۹۹۸



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل فروشگاه ارزش) - ۱

دو مدل قبلی قادر به تحلیل ارزش آفرینی در کسب و کارهایی که از مدل شبکه ای یا تولید محصول پیروی نمی کنند، نیستند.

کسب و کارهایی مانند : تارنماهای راهنمایی و درمان بیماران، ارائه خدمات مشاوره کسب و کار، تحلیل تخصصی داده ها (داده کاوی)، و به عبارت دیگر کسب و کارهایی که از طریق فروش اطلاعات کسب درآمد می کنند.

مدل پایه فروشگاه ارزش شامل پنج فعالیت مقدماتی و مشابه مدل های قبلی چهار فعالیت پشتیبانی می باشد، که کارایی آن ها منجر به تولید ارزش برای کسب و کار خواهند شد.

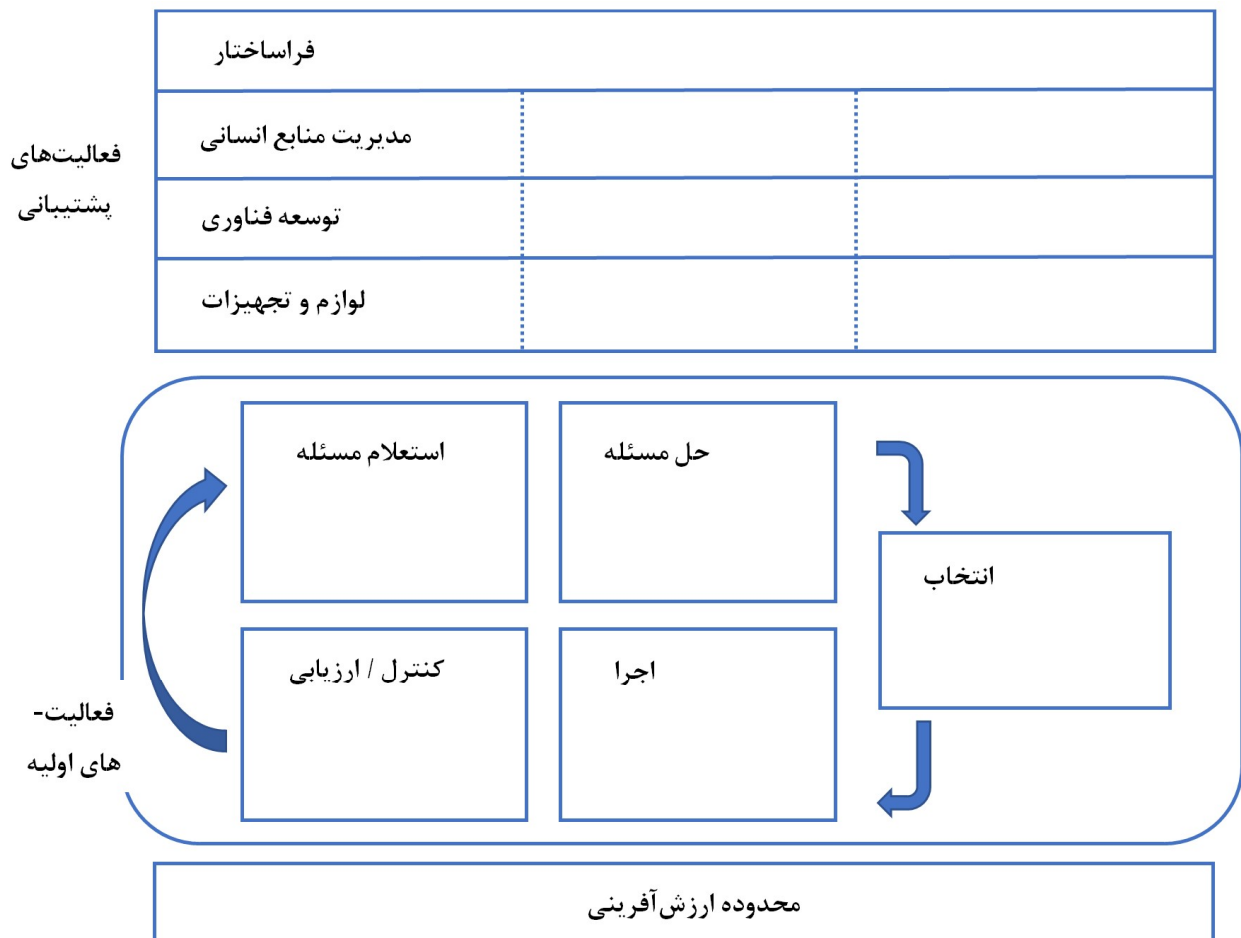
بدیهی است که در کنار مدل اصلی درآمدی در کسب و کارهای مبتنی بر مدل فروشگاه ارزش و شبکه ارزش، می توان جریان های دیگر درآمدی مانند، تبلیغات و نظایر آن را را نیز مورد توجه قرارداد.



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

تحلیل ارزش آفرینی کسب و کار (مدل فروشگاه ارزش) - ۲

تصویر مدل فروشگاه ارزش

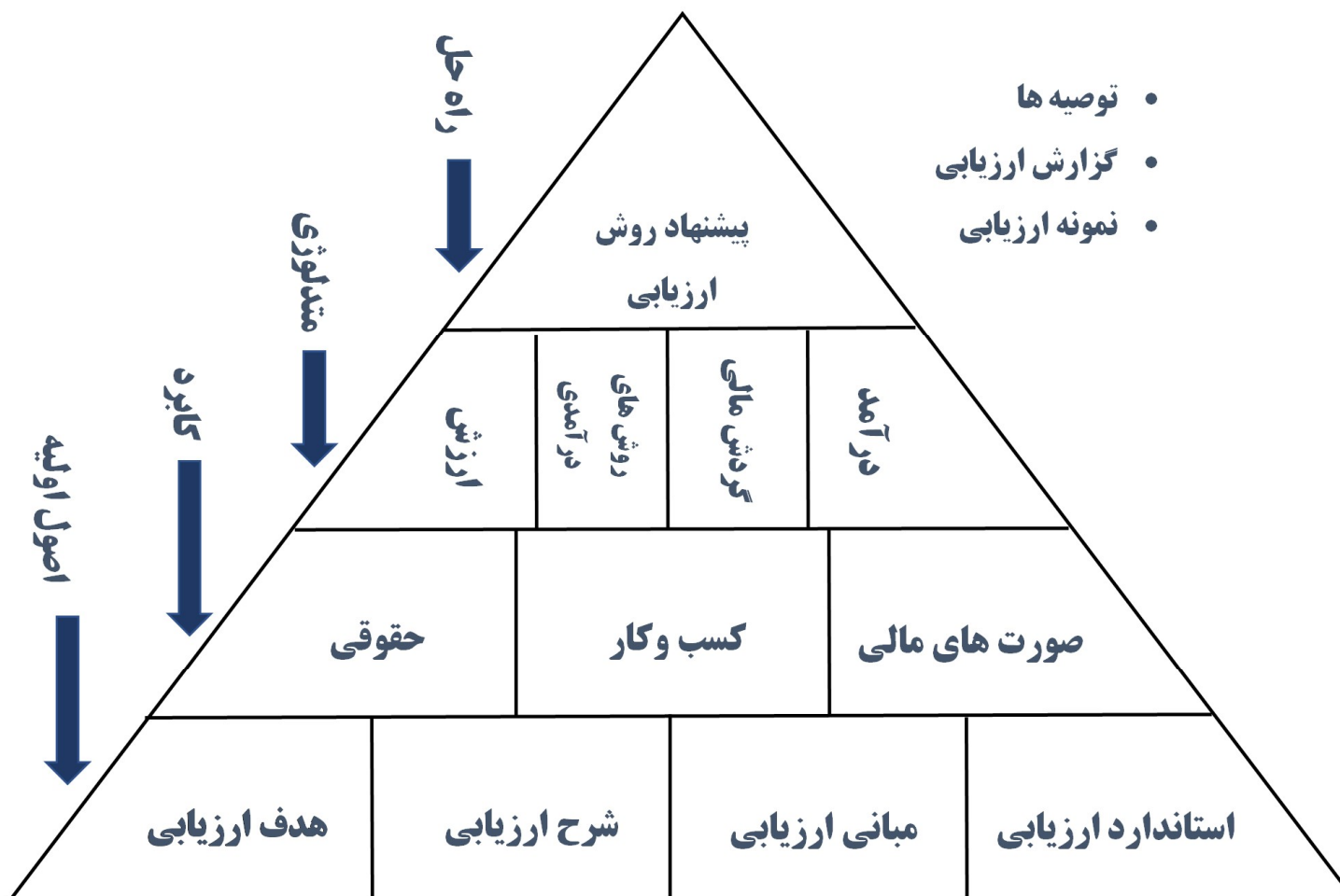


منبع: استیبل و فجدستاد، ۱۹۹۸



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

هرم ارزش گذاری دارایی های نامشهود



Paul Flignor, ۲۰۰۶

هرم ارزش گذاری دارایی های نامشهود

دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود - آذرماه ۱۴۰۲

۴۰ - ۵۰





شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

کاربرد ارزیابی دارایی های نامشهود در سازمان

از موارد کاربرد ارزیابی دارایی های نامشهود در سازمان می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- به منظور خرید، فروش و یا انتقال دارایی ها
- گزارش های مالی (افزایش سرمایه، مالیات و نظایر آنها)
- موارد قانونی و پرونده های حقوقی
- ورشکستگی و انحلال



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

تحلیل بازار کسب و کار چیست ؟

برآورد ارزش دارایی های نامشهود، به دلیل ماهیت غیر پولی و غیر عینی آن ها براساس پیش بینی میزان ارزش آفرینی (نقش آن در توسعه بازار محصول / ارائه خدمت ، کسب و کار از طریق ایجاد مزیت رقابتی) صورت می گیرد.

به منظور رسیدن به برآوردی از میزان ارزش آفرینی یک کسب و کار می بایست ضمن به دست آوردن شناخت نسبتا مناسب از سایر کسب و کارهای رقیب فعال در بازار (ارائه محصول / خدمت مشابه)، حجم بازار، ذینفعان و پارمترهای کلیدی در ارائه محصول و خدمت و بطور خلاصه عواملی که در فعایت کسب و کار موثر می-باشند، سعی در رسیدن به تحلیل مناسبی از بازار کسب و کار موضوع ارزش گذاری و پیش بینی های مربوط به آن، نماییم.

در اغلب موارد، رسیدن به چنین تحلیلی، صرفنظر از بررسی بازار داخل، نیازمند آشنایی با بازار کسب و کارهای مشابه در خارج از کشور، مراجعه به ارزیابی های صورت گرفته، استفاده از آمار و اطلاعات معتبر و در نهایت تجربه در این حوزه دارد.



تحلیل بازار کسب و کار (ادامه)

آنچه که تحلیل کسب و کار را قابل دفاع، قابل استفاده و در نهایت منجر به ارائه ی گزارش ارزش گذاری دارایی های نامشهود نزدیک به واقعیت و تحقق پذیر می نماید، استفاده از الگوهای علمی، فنی و تخصصی و منطبق بر چارچوب ها و معیارهای مالی و بازار سرمایه و درنظر گرفتن ریسک های مطرح در آن کسب و کار، می باشد.

مرکز پژوهش های مجلس (۱۳۹۶) این موضوع را در نظام نامه ارزش گذاری دارایی های نامشهود این گونه بیان نموده است:

ارزش گذاری باید با رعایت اصول محرمانگی، شفافیت، بی طرفی و اجتناب از تعارض منافع و براساس مطالعات بازار داخلی و بین المللی، تحلیل مالی، تجاری و اقتصادی و ارزیابی ابعاد فناورانه و محاسبه ریسک (خطر)های مربوطه باشد و کمیت و کیفیت داده ها و اطلاعات، منبع، مستندات، هدف ارزش گذاری، روش های استفاده شده به طور مستند تشریح شود.



تحلیل بازار کسب و کار (ادامه)

ادامه نظام نامه ارزش گذاری دارایی های نامشهود مرکز پژوهش های مجلس (۱۳۹۶)،

ارزش گذاری دارایی های نامشهود نبایستی با استانداردهای حسابداری الزام آور مغایر باشد و باید متناسب با نوع، ماهیت و هدف تعیین شده برای ارزش گذاری، براساس یک یا ترکیبی از روش های علمی و معتبر ارزش گذاری از جمله هزینه محور، بازار محور و درآمد محور انجام شود.

یا در استاندارد ۱۷ سازمان حسابرسی (در خصوص دارایی های نامشهود) آمده است:

محتمل بودن منافع اقتصادی آتی باید با استفاده از مفروضات معقول و دارای پشتوانه که معرف بهترین برآورد مدیریت از وقوع یک سری شرایط اقتصادی محتمل در طول عمر مفید دارایی است، توسط واحد تجاری انجام شود.

ارزیابی مزبور مستلزم بکارگیری قضاوت بر مبنای شواهد موجود در زمان شناخت اولیه است. در این مورد اهمیت بیشتر باید به شواهدی داده شود که بطور بیطرفانه قابل تایید باشند.



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان

یکی از مهمترین چالش ها و موضوعات مطرح در ارزش گذاری دارایی های نامشهود، برآورد ارزش یک شرکت نوپا، دانش بنیان و یا محصول نوآورانه آن کسب کار می باشد.

آنچه که این شاخه از ارزش گذاری را بیش از پیش مطرح می نماید، ماهیت این دسته از کسب و کارها، به عنوان کسب و کارهای خطرپذیر و فاقد پیشینه مالی و عملیاتی آن ها از یک سو، ارزش دارای نامشهود از طبقه بندی نیروی انسانی، به عنوان مهمترین دارایی نامشهود مطرح در آن ها می باشد. توجه به این موضوع در ارزش گذاری اهمیت دارد تا ضمن تحلیل مناسب از بازار کسب و کاری که توسط شرکت نوپا و دانش بنیان محتمل است، توجه ویژه به نیروی انسانی کلیدی در کسب و کار و حضور آن ها در شرکت و در بازه ی زمانی ارزش گذاری و برآوردهای صورت گرفته، می باشد.

در ادامه تعاریف شرکت های دانش بنیان و نوپا آورده شده است:



کسب و کارهای نوپا و دانش بنیان (ادامه)

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری (قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان، مصوبه مجلس شورای اسلامی ۱۳۸۹)،

شرکت ها و موسسات دانش بنیان شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که که به منظور هم افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل کسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری های برتر با ارزش افزوده فراوان به ویژه در تولید نرم افزارهای مربوط تشکیل می شود.

معیارهای مورد تاکید در آیین نامه ارزیابی شرکت های دانش بنیان عبارتند از:

- به سختی قابل کپی برداری بوده و کسب آن از موانع اصلی ورود شرکت های دیگر به بازار باشد.

- نیازمند تحقیق و توسعه قابل توجه، توسط تیم خبره برای کسب آن باشد.

- منجر به ایجاد خواص یا کارکردهای پیچیده ای در محصول، شده باشد



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

آشنایی با تعدادی از واژگان مطرح در مبانی ارزش گذاری دارایی های نامشهود

تحلیل SWOT

مدلی است که توسط آن سعی داریم در یک جدول نقاط قوت (Strength) و نقاط ضعف (Weaknesses) و موقعیت های رشد و توسعه بازار (Opportunities) و تهدیدهای موجود در بازار (Threads) را در یک کسب و کار مورد بررسی و فهرست نماییم. این مدل در رسیدن به برآوردها و پیش بینی ها و همچنین تحلیل ریسک کسب و کار بسیار سودمند می باشد.

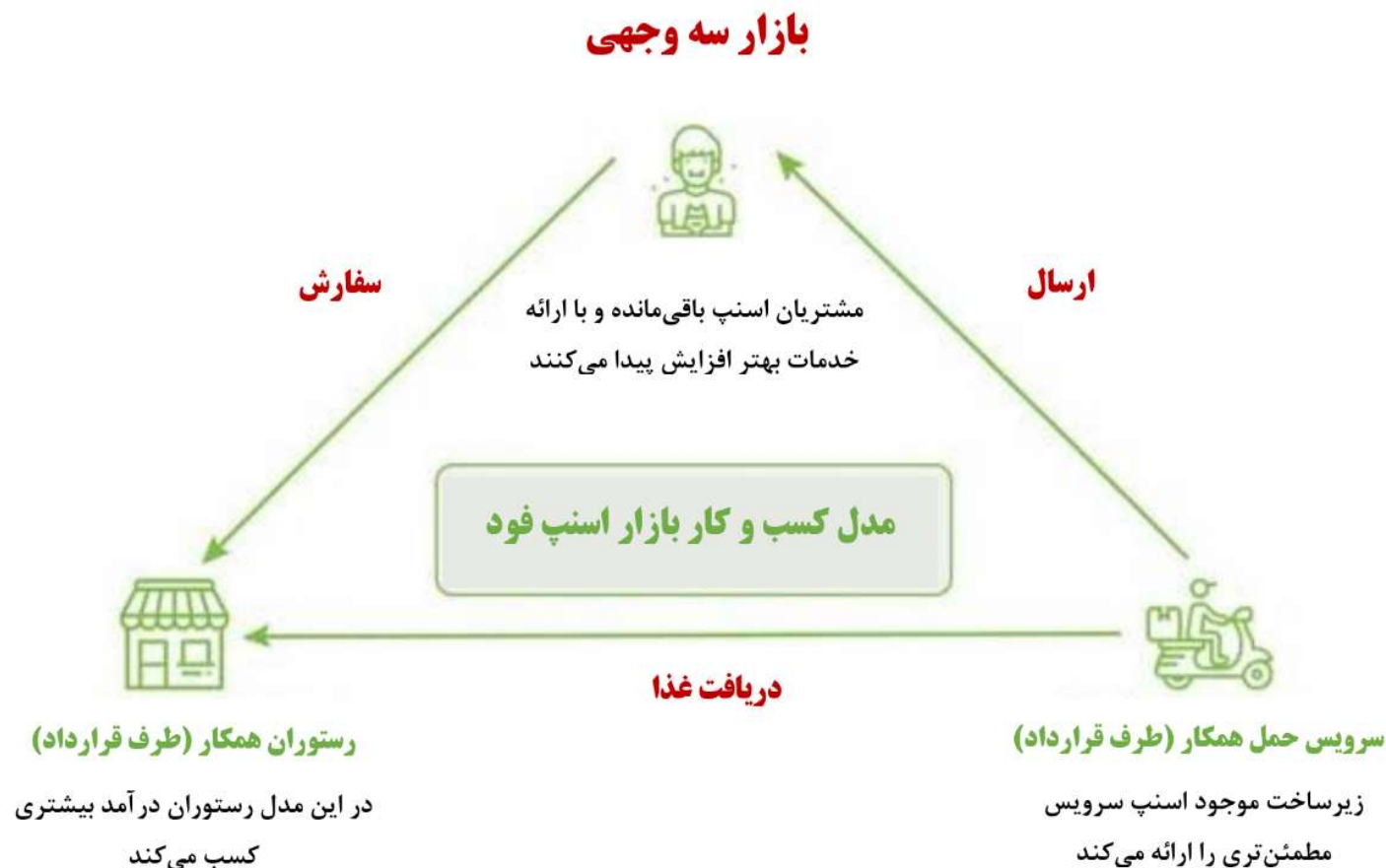
تأثیرات شبکه ای Network Effects

جدولی است که ستون های آن معرفی کننده ذینفعان در مدل درآمدی کسب و کار و سطرهاى آن میزان تاثیر گذاری رشد عوامل موثر در این مدل (تأثیرات مثبت و منفی) با لحاظ نمودن افزایش نقش آن ها در کنار سایر عوامل را نشان می دهد



آشنایی با تعدادی از واژگان مطرح در مبانی ارزش گذاری دارایی های نامشهود (ادامه)

شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری



دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود - آذرماه ۱۴۰۲

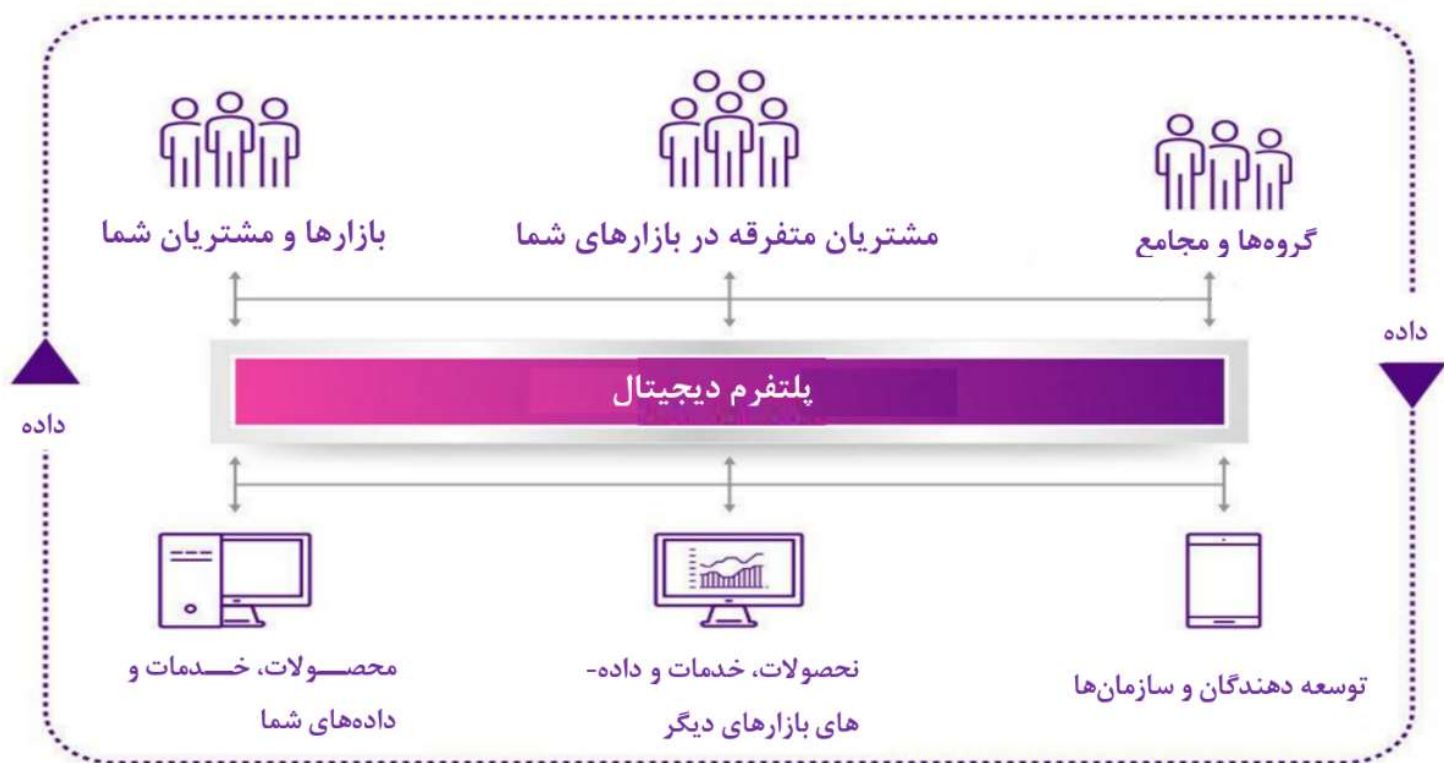
۴۸ - ۵۰



شورای عالی
کارشناسان رسمی داکتری

آشنایی با تعدادی از واژگان مطرح در مبانی ارزش گذاری دارایی های نامشهود (ادامه)

بازار چند وجهی



دوره مقدماتی ارزش گذاری دارایی های نامشهود - آذرماه ۱۴۰۲

۴۹ - ۵۰



شورای عالی
کارشناسان رسمی دادگستری

با تشکر از توجه شما

سوال؟

