Классификация нематериальных активов

В настоящее время одну из важнейших ролей в обеспечении конкурентоспособного положения фирмы на рынке играет эффективное использование нематериальных активов. Зачастую, предприятия имеют до 90% необъясненной стоимости, которая никаким образом не отображена на балансе компании. Эту необъясненную стоимость можно назвать нематериальной составляющей рыночной стоимости компании, за счет которой компании упрочняют свою позицию на рынке, и привязывают конечных потребителей к их товарам и услугам.

НМА — это определенная группа активов предприятия, обладающих способностью приносить чистый доход (или создающих условия для получения чистого дохода), способностью отчуждения, используемых в течение длительного (более года) срока, но не имеющих физического содержания. В российской практике составления бухгалтерской отчетности нематериальные активы впервые появились в Положении по бухгалтерскому учету и отчетности 1992 года. Эти положения еще не содержали четкого определения понятия “нематериальный актив”, ограничиваясь лишь бессистемным перечислением того, что к этой категории может быть отнесено. Сегодня учет нематериальных активов регулируется ПБУ 14/2007.

Нематериальные активы — в соответствии с положениями по бухгалтерской отчетности, входят в структуру активов организации и отображаются в бухгалтерском балансе. Структура активов: оборотный капитал (наличные деньги, инвестиции, дебиторскую задолженность, сырье и полуфабрикаты); основной капитал (недвижимость, машины, станки и оборудование); отсроченные платежи (нехозяйственные ресурсы, например, расходы по устройству и т.д.) и нематериальные активы (патенты, деловую репутацию компании, торговую марку, авторские права и т.п.).

Одно из самых кратких определений нематериального актива дано Барухом Левом: «… нематериальный актив обеспечивает будущие выгоды, не имея материального или финансового (как акция или облигация) воплощения». Более подробное описание характеристик, которыми должен обладать такой актив, приводят Р.Рейли и Р.Швайс[2]. Они выделяют шесть признаков, которые должны выполняться, чтобы объект можно было отнести к категории нематериальных активов, а именно:

- актив должен быть конкретно идентифицируемым и иметь узнаваемое описание;
- он должен иметь юридический статус и подлежать правовой защите;
- он должен быть объектом права частной собственности, которое может быть передано в соответствии с законом;
- он должен иметь некоторое вещественное доказательство или проявление своего существования (контракт, лицензию, список клиентов, комплект финансовых отчетов, и т.д.);
- он должен быть создан или должен возникнуть в идентифицируемый момент времени или в результате идентифицируемого события;
- он должен подлежать уничтожению или прекратить свое существование в идентифицируемый момент времени или в результате идентифицируемого события;

С точки зрения назначения и особенностей правового регулирования НМА подразделяются на три группы:

1. интеллектуальная собственность (ИС): к ней относятся гудвилл, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, наименования мест происхождения товара, фирменное наименование, знаки обслуживания, секреты производства, ноу-хау, программы ЭВМ и базы данных, топология интегральных микросхем, авторские и смежные права, включая лицензии на определенные виды деятельности;
2. имущественные права — права пользования природными ресурсами (землей, водными ресурсами, недрами и пр.) и имуществом (зданиями и сооружениями, оборудованием);
3. отложенные (капитализированные) затраты (организационные расходы, затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и пр.); организационные расходы включают затраты на создание предприятия (в том числе вклад в уставный капитал), брокерского места на бирже и пр.

Нематериальные активы удобно классифицировать по связи с другими элементами деятельности. Так, Р.Рейли и Р.Швайс в своей монографии выделяют десять типов нематериальных активов:

1. НМА, связанные с маркетингом. К этой группе активов относятся, например, товарные знаки, фирменные названия, названия торговых марок (бренды), логотипы;
2. НМА, связанные с технологиями. Сюда относятся, например, патенты на технологические процессы, патентные заявки, техническая документация, техническое ноу-хау и т.д.;
3. НМА, связанные с творческой деятельностью. К таким нематериальным активам относятся литературные произведения и авторские права на них, музыкальные произведения, издательские права, постановочные права. Эти права являются одними из самых долгоживущих. Так, в США соответствующие авторские права действуют на протяжении жизни автора и 50 лет после его смерти. Вместе с тем эта категория достаточно сложна для оценки: во многих случаях вообще затруднительно сказать, обладает ли такой нематериальный актив отличной от нуля стоимостью;
4. НМА, связанные с обработкой данных. К таким активам относят запатентованное программное обеспечение компьютеров, авторские права на программное обеспечение, автоматизированные базы данных, маски и шаблоны для интегральных схем;
5. НМА, связанные с инженерной деятельностью. Сюда относятся промышленные образцы, патенты на изделия, инженерные чертежи и схемы, проекты, фирменная документация. Этот тип нематериальных активов также достаточно сложен в оценке. Часто подобные нематериальные активы носят характер опционов, т.е. их наличие означает для владельца право получения экономических выгод в определенном случае, например, в случае выпуска продукции с использованием патента, реализации проекта и т.д.;
6. НМА, связанные с клиентами. Это могут быть, например, списки клиентов, контракты с клиентами, отношения с клиентами, открытые заказа на поставку. При этом отношения могут быть зафиксированы юридически (договорные отношения с клиентом), так и не быть юридически закрепленными. Нематериальные активы этой группы тесно связаны с гудвиллом компании, а также с маркетинговыми НМА. Как следствие, и стоимость этой группы активов достаточно сложно корректно отделить от стоимости гудвилла предприятия либо стоимости активов, связанных с маркетингом;

7. НМА, связанные с контрактами. Это выгодные контракты с поставщиками, лицензионные соглашения, договора франшизы, соглашения о неучастии в конкуренции. Обычно активы данной группы относительно легко идентифицировать, поскольку эта группа активов чаще всего связана с текущими экономическая выгодами для их владельца;
8. НМА, связанные с человеческим капиталом. Например, к этой категории относятся отобранная и обученная рабочая сила, договора найма, соглашения с профсоюзами;
9. НМА, связанные с земельным участком. К ним относятся права на разработку полезных ископаемых, права на воздушное пространство, права водное пространство и т.д.;
10. наконец, НМА, связанные с понятием “гудвилл” (деловая репутация). К этой категории относится гудвилл организации, гудвилл профессиональной практики, личный гудвилл специалиста, гудвилл знаменитости, и наконец, общая стоимость бизнеса в качестве действующего предприятия.

В состав нематериальных активов не включаются интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду, поскольку они неотделимы от своих носителей и не могут быть использованы без них.

Таким образом, рассматривая нематериальные активы организации, как объект исследования и выявляя их сущностные основы — базовые наиболее характерные свойства и черты, позволяющие отделить их от других активов организации, а также выявить их место и функции в организации сделаны выводы, что к таковым основам относятся:

1. Отсутствие материальной (физической) формы;
2. Наличие стоимости - затрат на приобретение, создание, использование, модернизацию и т. д.;
3. Создание стоимости — возможность их использования при производстве товара или услуги, в коммерческом обороте организации, в результате чего создается новая стоимость на продукт;
4. Наличие знаний, используемых, например, в технологическом процессе, являющихся основой «ноу-хау», распространяемыми на условиях лицензионного соглашения;
5. Особые формы хранения, которые не ограничиваются традиционными бумажными или магнитными носителями информации, а предусматривают инновационные - цифровые способы сохранения и личностные — психологические, касающиеся индивидуальных предпочтений потребителя, основанные на внутренних психологических мотиваторах — в первую очередь, когда речь идет о деловой репутации организации, товарном знаке или знаке обслуживания.
6. И, главное, способность создавать инновационные продукты и инновационные технологии.

Список литературы.

1. Б.Лев “Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность” М.: Квинто-консалтинг,2003.
2. Р.Рейли, Р.Швайс “Оценка нематериальных активов”, М.: Квинто-консалтинг,2005.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007, утвержденное приказом Минфина России от 27 декабря 2007 г. № 153н // Российская газета. 2008. № 22.