

The background features abstract, overlapping green geometric shapes, primarily triangles and polygons, in various shades of green, creating a modern and dynamic visual effect.

# Влияние НМА на экономическую деятельность организации

Нематериальные активы, или НМА, — это активы, не имеющие физического воплощения, но способные приносить бизнесу прибыль. Чаще всего под ними понимают исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности.

Но ими также могут быть:

- Научные открытия и изобретения.
- Промышленные образцы. То есть интеллектуальные права на внешний вид модели.
- Компьютерные программы. Пример: код сайта, где можно купить машину.
- Авторские права. К примеру, на произведения искусства, видеоигры или программное обеспечение.
- Фирменные наименования, товарные знаки, логотипы. Согласно Федеральному стандарту бухгалтерского учёта ([ФСБУ 14/2022](#)), они должны быть созданы не силами организации. А, например, заказаны у подрядчиков.
- Деловая репутация, или гудвилл. Если репутация нарабатывалась самой организацией (создавалась её силами), то гудвилл не входит в НМА. Его относят к нематериальным активам, только если репутация приобретена при покупке компании.

Там признаки НМА определяются так:

- выбранный объект способен приносить экономические выгоды в будущем;
- есть документы, согласно которым компания может получать эти выгоды;
- объект можно отделить от других активов;
- компания планирует использовать объект в своей деятельности больше 1 года;
- объект не предназначен для продажи в ближайший год;
- объекту можно назначить объективную цену: на основе мнения эксперта, суммы затрат или рыночных цен;
- у объекта нет вещественной формы.

Происходящее в настоящее время смещение экономических приоритетов в сторону нематериальных активов (далее — НМА) определяет повышение их значимости для хозяйствующих субъектов различных отраслей экономики, в том числе розничной торговли. Современные торговые организации обладают положительной деловой репутацией, узнаваемым брендом, реализуют товары под собственными торговыми марками (в том числе под собственным наименованием), используют новейшие технологические разработки. Вовлечение НМА в финансово-хозяйственную деятельность торговых компаний способствует повышению их инвестиционной привлекательности, результативности и конкурентоспособности

В контексте активного применения НМА в розничной торговле представляются актуальными вопросы анализа и оценки их экономической эффективности.

1. Конкурентные преимущества и долгосрочное развитие

НМА, такие как патенты, бренды, авторские права и программное обеспечение, обеспечивают компании уникальные конкурентные преимущества. Они способствуют созданию устойчивой рыночной позиции и долгосрочной стабильности. Например, использование НМА позволяет компаниям выделяться на рынке и повышать свою стоимость.

2. Влияние на стоимость предприятия

Экономико-математическое моделирование показывает, что НМА оказывают значительное влияние на стоимость предприятия. Это связано с тем, что такие активы, как интеллектуальная собственность или репутация бренда, могут существенно увеличивать рыночную капитализацию компании.

### 3. Признание и учет НМА

Согласно международным стандартам финансовой отчетности (МСФО), НМА должны быть признаны и оценены в соответствии с определенными критериями. Это позволяет более точно отражать их влияние на финансовые показатели компании. Например, в МСФО (IAS 38) дается определение НМА и описываются подходы к их оценке.

### 4. Методология оценки НМА

Подходы к оценке НМА зависят от целей использования результатов. Например, для целей управления стоимостью компании или привлечения инвестиций могут использоваться разные методики. Это подчеркивает важность выбора правильного подхода для оценки влияния НМА на экономическую деятельность.

