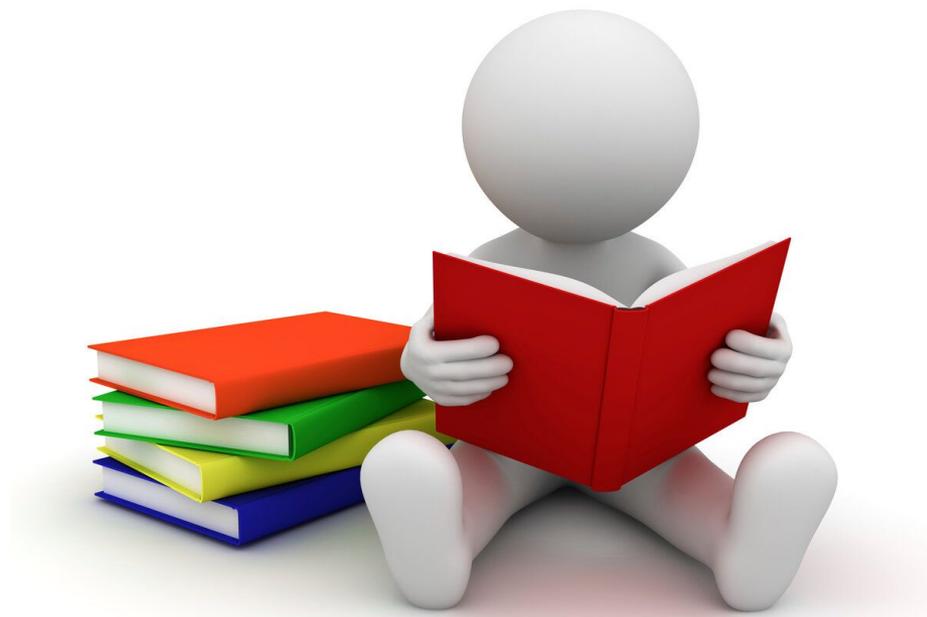


Лекция «МАТЕРИАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ. «Нематериальные активы»



Актив	Пассив
I. Внеоборотные активы	III. Капитал и резервы
Нематериальные активы	Уставный капитал
Основные средства	Добавочный капитал
Долгосрочные финансовые вложения	Нераспределенная прибыль
ИТОГО по разделу I	ИТОГО по разделу III
II. Оборотные активы	IV. Долгосрочные обязательства
Запасы	Займы и кредиты
Дебиторская задолженность	ИТОГО по разделу IV
Краткосрочные финансовые вложения	V. Краткосрочные обязательства
Денежные средства	Займы и кредиты
	Кредиторская задолженность
ИТОГО по разделу II	ИТОГО по разделу V
БАЛАНС	БАЛАНС

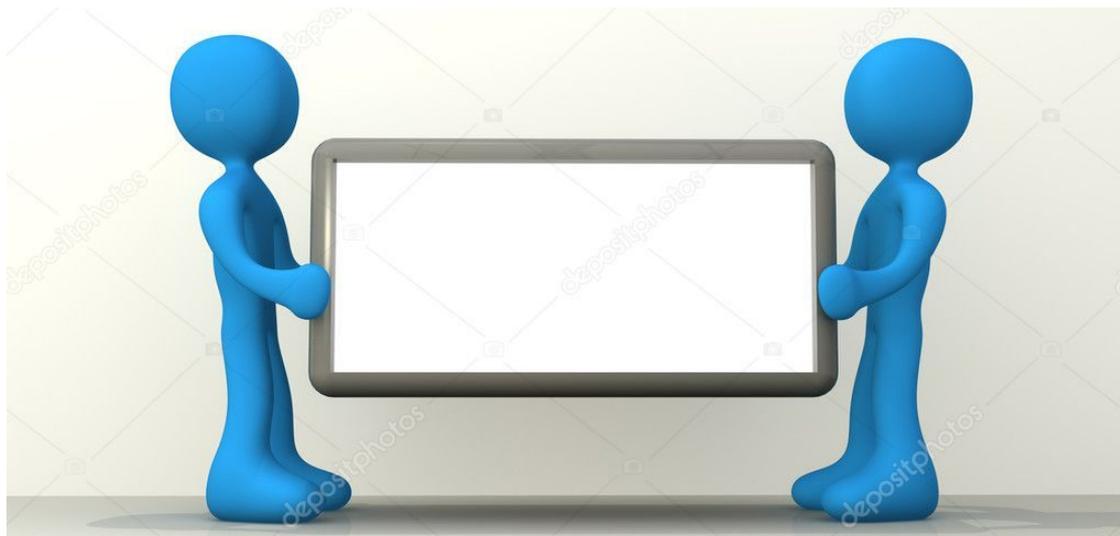
Нематериальные активы – это объекты, которые не имеют физических свойств, но включаются в активы компании.

Нематериальные активы – это приобретенные или созданные компанией объекты интеллектуальной собственности, которые используют в деятельности компании или для ее управления свыше 12 месяцев (п. 3 ст. 257 НК РФ).



Отсутствие материальной формы – это ключевое отличие нематериальных активов от основных средств.

В остальном, с точки зрения использования и учёта, эти категории активов довольно схожи: они могут быть оприходованы через покупку, самостоятельное создание или внесение в УК от учредителя; они амортизируются, используются более 12 месяцев и не предназначены исключительно для перепродажи.



Для признания объекта нематериальным активом важна возможность идентификации и отделения от других активов.

Например, профессиональные качества и навыки сотрудников не будут считаться НМА, поскольку они неотделимы от самого сотрудника, который ими обладает

Другой пример, пекарня изобрела новую технологию производства пирожков и запатентовала её. Оборудование, задействованное в процессе производства, будет являться основными средствами, продукты – материалами, сами пирожки – готовой продукцией и товарами, а вот запатентованная технология будет относиться к НМА.

Шесть признаков нематериального актива:

- ✓ нет материально-вещественной формы. Например, компьютерную программу потрогать нельзя, можно подержать лишь ее носитель — компьютер или флешку
- ✓ актив можно отделить от другого имущества. Например, можно продать этот объект или сдать в аренду как что-то обособленное
- ✓ срок полезного использования — более 12 месяцев
- ✓ актив может приносить доход, и на него у компании есть право. Например, патент на изобретение
- ✓ стоимость актива можно определить.
- ✓ доступ любых других лиц к активу ограничен.



Если объект интеллектуальной собственности не соответствует хотя бы одному из условий признания нематериальным активом, объект не будет НМА.

Кроме того, не относятся к нематериальным активам:

- ✓ не давшие положительного результата или не законченные и не оформленные в установленном порядке НИОКР;
 - ✓ материальные носители, в которых выражены результаты интеллектуальной деятельности;
 - ✓ финансовые вложения;
 - ✓ организационные расходы (расходы, связанные с образованием юридического лица);
 - ✓ интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду.
- 

ОЦЕНКА И АМОРТИЗАЦИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ.

Поступление нематериальных активов в организацию происходит:

- ✓ путем приобретения за плату;
- ✓ путем создания в организации;
- ✓ внесением в счет вклада в уставной капитал;
- ✓ по договору дарения (безвозмездно);
- ✓ в обмен на другое имущество и как прочие поступления.



При постановке объектов нематериальных активов на бухгалтерский учет важное значение имеет определение их первоначальной стоимости. В этой связи Положением по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2000) установлены **различные способы определения первоначальной стоимости нематериальных активов.**



Первоначальная стоимость нематериальных активов, приобретенных за плату, определяется как сумма всех фактических расходов на приобретение за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов (кроме случаев, предусмотренных законодательством РФ).



В состав фактических расходов на приобретение нематериальных активов входят:

- ✓ средства, уплачиваемые в соответствии с договором уступки (приобретения) прав правообладателю (продавцу);
- ✓ регистрационные сборы, таможенные пошлины, патентные пошлины и другие аналогичные платежи, произведенные в связи с уступкой (приобретением) исключительных прав правообладателя;
- ✓ суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением нематериальных активов;
- ✓ другие расходы по аналогии с основными средствами.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **созданных самой организацией**, определяется как сумма всех фактических расходов на создание, изготовление (израсходованные материальные ресурсы, оплата труда, услуги сторонних организаций по контрагентским (соисполнительским) договорам, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств, и т.п.) за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов (кроме случаев, предусмотренных законодательством РФ).



Первоначальная стоимость нематериальных активов, **внесенных в счет вклада в уставной капитал организации**, определяется исходя из их денежной оценки, согласованной учредителями (участниками) организации.

В качестве вклада в уставной капитал могут выступать такие нематериальные активы, как деловая репутация организации, например, в случае приобретения имущественного комплекса, а также организационные расходы. Вместе с тем для целей налогообложения такие активы не признаются в качестве нематериальных.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **полученных организацией по договору дарения (безвозмездно)**, определяется исходя из рыночной стоимости на дату принятия их к бухгалтерскому учету.



Стоимость объектов нематериальных активов **погашается** путем **начисления амортизации** в течение установленного срока их полезного использования.

Амортизационные отчисления начисляются одним из следующих способов:

- ✓ линейным;
- ✓ уменьшаемого остатка;
- ✓ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Годовая сумма амортизационных отчислений определяется:

при линейном способе — исходя из первоначальной стоимости нематериальных активов и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта;

при способе уменьшаемого остатка — исходя из остаточной стоимости нематериальных активов на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта;

при способе списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) амортизационные отчисления начисляются исходя из натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости нематериального актива и предполагаемого объема продукции (работ) за весь срок полезного использования нематериального актива.

Определение срока полезного использования объекта нематериальных активов производится исходя из срока действия патента, свидетельств и т. п. или исходя из ожидаемого срока использования этого объекта, в течение которого организация может получать доход.

По нематериальным активам, **по которым невозможно определить срок полезного использования**, нормы износа устанавливаются в расчете на 20 лет (но не более срока деятельности организации).



Различают следующие формы управления движением

нематериальных активов:

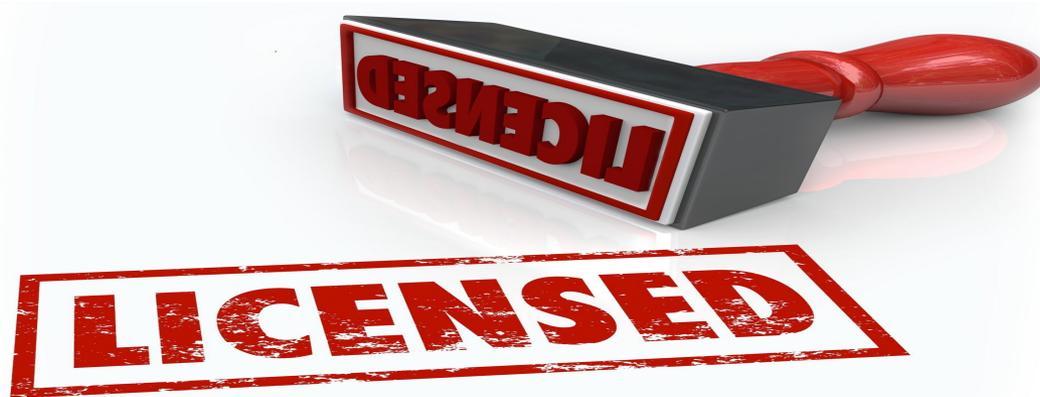
- ✓ лицензирование;
- ✓ франчайзинг;
- ✓ инжиниринг;
- ✓ эккаунтинг.



ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Лицензирование — это выдача на определенных условиях разрешений (лицензий) на право осуществления определенных операций, т.е. передача прав одним лицом другому лицу в обмен на гонорар или лицензионный платеж.

Основными субъектами такого рода отношений выступают **лицензиар** (обладатель каких-либо определенных прав) и **лицензиат** (лицо, которому такие права передаются на постоянной или временной основе).



ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Лицензиар заключает соглашение с лицензиатом, по которому последнему могут передаваться права на использование технологий производственного процесса, товарного знака, патента, торгового секрета, ноу-хау и т.д. в обмен на гонорар или лицензионный платеж.



ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

Лицензиар — это собственник, владелец изобретения, патента, технологического или технического новшества, выдающий (продающий) другому лицу (лицензиату) лицензию, предоставляющую право использования этих нововведений в установленных договором пределах.

Лицензиат — это лицо, приобретающее у собственника патентов, технических или технологических новшеств, изобретений за соответствующую плату право пользоваться этими нововведениями в пределах, зафиксированных в лицензионном договоре.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

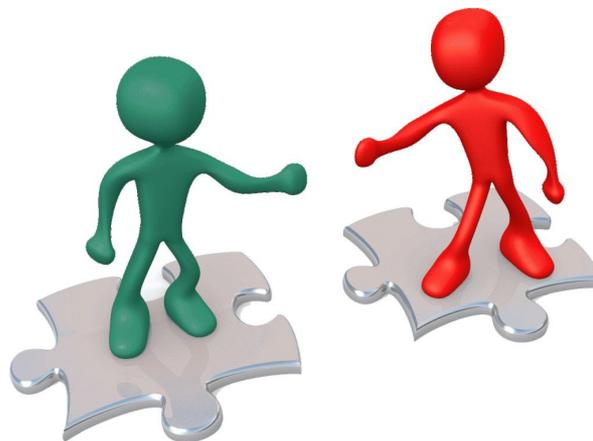
Суть франчайзинга заключается в том, что крупная и уважаемая фирма — франчайзер — **предоставляет** малому предприятию, начинающему бизнес, — франчайзи — **право (франшизу)** в течение определенного времени и в определенном месте вести предпринимательскую деятельность с использованием уже отработанной и оправдавшей себя технологии, ноу-хау, известной и популярной торговой марки.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Франчайзер консультирует партнера при выборе сферы торговли и услуг, организации торговой и сбытовой сети, проведении рекламной кампании, берет на себя обязательства по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывает помощь в организации управления бизнесом, а в отдельных случаях — непосредственную финансовую (в форме кредитов) или косвенную (в виде поручительств и гарантий) помощь.

Все вопросы взаимоотношений франчайзера с франчайзи оговариваются в договоре.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Специфика предмета договора франчайзинга обуславливает необходимость передачи франчайзи не только самого права в виде лицензий, но и практической возможности пользоваться ими.

В большинстве случаев для этого необходимы передача технической документации, рабочих инструкций, поставка оборудования и материалов, обучение франчайзи методам работы и последующее оказание консультационных услуг.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Небольшое предприятие, используя помощь франчайзера, может в сравнительно короткие сроки начать свое дело, причем постоянная поддержка со стороны головного предприятия помогает успешно преодолеть трудности (особенно на начальном этапе функционирования).

Помощь и поддержка со стороны франчайзера предоставляются за плату (роялти), которая может быть достаточно высокой.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Различают несколько типов и видов франчайзинга и франчайзинговых структур.

Основными типами франчайзинга являются **товарный, производственный, деловой, дочерний и конверсионный.**

Товарный франчайзинг представляет собой способ ведения бизнеса, при котором франчайзи покупает у ведущей компании права на продажу товаров с ее торговой маркой.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

При **производственном франчайзинге** крупные компании могут выдавать лицензии другим компаниям или предприятиям на использование своего товарного знака или торговой марки при изготовлении продукции, которая запатентована или производится с помощью патентованного процесса и (или) ноу-хау.

Деловой франчайзинг имеет много общих черт с товарным и является наиболее популярным. В данном случае франчайзер продает лицензию на товарный знак и способ ведения розничной торговли товарами и (или) услугами, а также использование соответствующего ноу-хау.

ФРАЙЧАЙЗИНГ

Дочерний франчайзинг предполагает организацию независимого бизнеса под «патронатом» франчайзера.

Конверсионный франчайзинг характеризуется тем, что продукция продается только оптовым или розничным предприятиям, работающим по системе франчайзинга.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

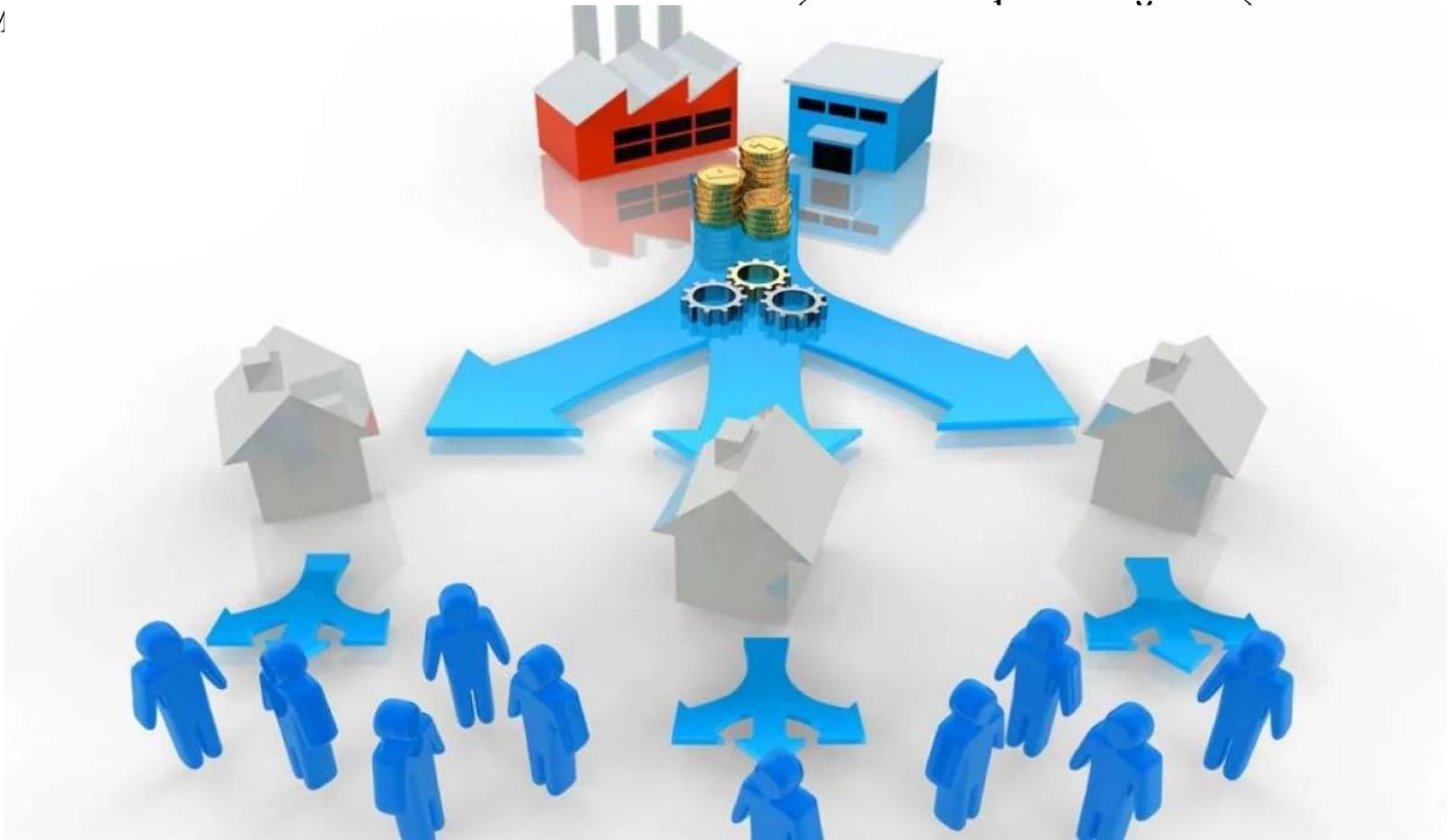
Основными видами франчайзинга являются индивидуальный и региональный (территориальный).

При индивидуальном франчайзинге, являющемся наиболее распространенным его видом, лицензия (франшиза) продается на какой-либо один вид бизнеса.



ФРАЙЧАЙЗИНГ

При региональном франчайзинге создаются двух и трехуровневые франчайзинговые структуры, действующие в определенном регионе и ИМ



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Региональный франчайзинг подразделяется на следующие подвиды:

- ✓ франчайзинг с владением многими предприятиями
- ✓ субфранчайзинг
- ✓ развивающийся франчайзинг

Франчайзинг с владением многими предприятиями — развивается из индивидуального франчайзинга. При этом варианте франчайзер и франчайзи заключают контракт на региональное развитие бизнеса, в соответствии с которым франчайзи имеет право открыть свои предприятия в определенном районе;

ФРАЙЧАЙЗИНГ

Субфранчайзинг — головное предприятие — имеет контракт с франчайзи, который одновременно является субфранчайзером. Последний привлекает других франчайзи на основе контрактных отношений;



ФРАЙЧАЙЗИНГ

Развивающийся франчайзинг — отличается от субфранчайзинга тем, что низовые франчайзи связаны контрактными отношениями как с субфранчайзером, так и с франчайзером. В соответствии с условиями контракта субфранчайзер обязуется подобрать и соответствующим образом обучить индивидуальных франчайзи, оказывать им практическую и методическую помощь и осуществлять контроль за их деятельностью. В то же время франчайзер выдает лицензию (франшизу) непосредственно индивидуальным франчайзи и имеет с ними прямые контрактные отношения.



ИНЖИНИРИНГ

Инжиниринг — это технико-экономические, правовые и прочие консультационные услуги по созданию предприятий, обоснованию внедрения новых видов оборудования и направлений хозяйственно-организационной деятельности.

Он охватывает комплекс работ по проведению предварительных исследований, подготовке технико-экономического обоснования бизнес-плана, комплекта проектных документов, а также разработке рекомендаций по организации производства и управления, эксплуатации оборудования и реализации готовой продукции (услуг).

ИНЖИНИРИНГ

Стоимость инжиниринговых услуг оценивается как повременная оплата специалистов, оплата фактических услуг и фиксированного вознаграждения, процент от стоимости строительства или внедренческих мероприятий, оплата фактических услуг плюс процент прибыли от эксплуатации.



ЭККАУНТИНГ

Эккаунтинг — это сфера предпринимательской деятельности, связанная со сбором, обработкой, классификацией, анализом и оформлением различных видов информации (общей и финансовой).



ЭККАУНТИНГ

Общая информация — это местонахождение фирм, их телефоны (факсы, телексы, адреса в компьютерных сетях), биографические данные руководителей, структура компаний, их история, сведения о филиалах, дочерних предприятиях, списки банков, ведущих дела с данными компаниями, отзывы о компании, публикации о ней в прессе и т.п.

Финансовая информация — это данные балансов предприятий, показатели устойчивости их финансового положения, размеры получаемых (предоставляемых) кредитов, информация по исполнению платежей, данные об участии предприятий в судебных разбирательствах и арбитраже.

ЭККАУНТИНГ

В туристской отрасли особое значение имеет **туристско-потребительская информация** — названия турфирм и их партнеров, их телефоны, факсы, адреса, виды разрабатываемых и продаваемых туров, цены, объемы продаж, условия проживания, отзывы клиентов, публикации в печати, рейтинги компаний и т.д.

Информация предоставляется эккаунтинговыми фирмами в виде бизнес-справок и отчетов за определенное вознаграждение.

