

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Э.Р. ЦИЦКИЕВ

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
125993, г. Москва, Ленинградский проспект, 49  
E-mail: academy@fa.ru

*На сегодняшний день имеет место рост роли нематериальных активов в обеспечении конкурентоспособности предприятий и повышении эффективности их хозяйственной деятельности. Однако в отличие от физических активов нематериальные не находят должного отражения в отчетности отечественных предприятий, недостаточно проработаны методические подходы к анализу и оценке эффективности нематериальных активов, хотя они существенно влияют на коммерческий успех предпринимательской деятельности. Главным фактором конкурентных стратегий отечественных предприятий должно стать стимулирование создания объектов интеллектуальной собственности и использования нематериальных активов. Залогом повышения эффективности операционной, финансовой и инвестиционной деятельности субъектов хозяйствования является привлечение нематериальных активов в хозяйственный оборот.*

**Ключевые слова:** интеллектуальная собственность, НМА, направления развития, патент, полезное изобретение, инновации, торговля.

Активы – это хозяйственные средства предприятия, которые могут как обладать, так и не обладать материальной формой, и ее наличие не является необходимым критерием существования актива.

Так, нематериальные активы представляют собой научно-технические, маркетинговые, организационные и различные другие достижения и права на них. С другой стороны, нематериальные активы – это долгосрочные исключительные права, обеспечивающие владельцам определенный доход или иную пользу, обладающие стоимостью и не имеющие материально-вещественного содержания.

Нематериальные активы – это и неимущественные источники стоимости, которые порождаются инновациями, уникальными организационными проектами или практикой управления человеческими ресурсами.

К нематериальным активам относятся неденежные, внеоборотные виды активов, отвечающие следующим характеристикам:

- отсутствие наличия вещественной структуры;
- отличие от иных форм имущества;
- возможность использования при оказании услуг, в работах и для других нужд компании;
- длительное применение (не менее года).

В соответствии с НК РФ результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности, находящиеся у налогоплательщика на праве собственности и используемые им для извлечения дохода, включаются в состав долгосрочного амортизируемого имущества, первоначальная стоимость которого более 100 000 руб. (по объектам, принимаемым к налоговому учету после 1 января 2016 г.).

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) характеризуют нематериальный актив как идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы.

Согласно МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» признание нематериального актива подразумевает его соответствие определенным критериям и требованиям:

- отделимость актива, то есть потенциальная возможность отсоединить или отделить актив от предприятия и осуществить с ним какие-то последующие действия (продать, обменять, предоставить в аренду);

- актив является результатом договорных или иных юридических прав независимо от того, можно ли эти права передавать или отделять от предприятия или от других прав и обязательств;

- обеспечение контроля объекта НМА;

- существует вероятность того, что предприятие получит ожидаемые будущие экономические выгоды, проистекающие из актива;

- себестоимость актива можно надежно оценить.

В целом схожи с МСФО и положения российских стандартов, однако существуют и некоторые отличия. Так, к вышеуказанным критериям, согласно ПБУ, следует добавить следующие:

- наличие надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование самого актива и права данной организации на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации – патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор об отчуждении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, документы, подтверждающие переход исключительного права без договора и т.п.);

- использование объекта в течение длительного времени;

- организация не предполагает продавать объект.

В составе нематериальных активов учитывается также деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части). В качестве нематериального актива данная величина ставится на баланс в момент покупки предприятия.

Как к определению сущности, так и к классификации нематериальных активов на сегодня единый подход отсутствует. На основании обобщения информации, полученной в литературных источниках, предлагается следующая классификация нематериальных активов (табл. 1).

Таблица 1

## КЛАССИФИКАЦИЯ НМА

Классификационный признак	Виды НМА
Источник возникновения	- созданные на предприятии - приобретенные - взносы в уставный фонд
Степень отчуждения	- полностью отчуждаемые - частично отчуждаемые
Длительность использования	- текущие - долгосрочные
Функциональное назначение	- маркетингового типа - технико-технологического типа - когнитивного типа
Степень использования	- функционирующие - не функционирующие
Сфера использования	- для внутреннего использования - для временного предоставления в пользование - для продажи
Степень участия в производстве	- прямо связанные с объемом производства - прямо не связанные с объемом производства
Характер деятельности, который привел к появлению НМА	- научный результат - исследовательская работа - проектно-конструкторская работа

МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ  
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Степень идентификации	- идентифицируемые - неидентифицируемые
Объект права	- изобретение - товарный знак и т.д.
Объем затрат	- требуют больших вложений - требуют минимальных вложений - практически не требуют дополнительных вложений
Среда формирования стоимости	- внутренние (напр., изобретения) - внешние (напр., товарный знак)
Степень правовой защиты	- защищенные соответствующими документами (права-ми, лицензиями, патентами) - незащищенные соответствующими документами
Влияние на стоимость предприятия	- имеют прямое влияние - имеют опосредованное влияние
Происхождение	- созданные на основе новых уникальных знаний - возникают вследствие владения редкими ресурсами

Интеллектуальный потенциал как составляющая инновационного потенциала представляет собой систему следующих компонентов: нематериальные активы, маркетинговые ресурсы, управленческо-инфраструктурные ресурсы, трудовые ресурсы. Как отмечалось выше, нематериальные активы не имеют материальной формы, могут быть идентифицированы (отделены от предприятия) и содержаться предприятием с целью использования в течение периода более одного года. Относительно инновационной деятельности объекты нематериальных активов представляют собой интеллектуальную собственность предприятий.

Другим видом нематериальных активов является бренд. Бренд можно отнести к нетрадиционным нематериальным активам, поскольку он сравнительно недавно начал использоваться в деятельности отечественных предприятий.

Еще одним важным видом нематериальных активов выступает имидж предприятия. Имидж – это искусственно созданный образ предприятия. Он часто характеризуется как совокупность всех представлений, знаний, желаний, чувств, которые связаны с определенным предметом.

Таким образом, нематериальные активы должны активно использоваться предприятиями с целью повышения их конкурентоспособности.

Для того чтобы учесть и оценить влияние таких факторов на стоимость предприятия, на его капитализацию, можно обратиться к методу, изложенному в источнике [3, с. 15]. При определении рыночной ценности фирмы необходимо учитывать такие факторы, как время, риск, неосязаемые активы, внешнюю конкурентную сферу и внутренние особенности оцениваемого объекта.

$$СК^* = (A^* + НА^*) - П^* = (A^* - П^*) + НА^*, \quad (1)$$

где А – активы предприятия;

П – пассивы предприятия;

СК – собственный капитал предприятия;

НА – неосязаемые (небалансовые) активы;

(\* – знак, обозначающий рыночную стоимость соответствующего слагаемого).

Если учесть, что при затратном подходе оценки стоимости предприятия балансовый подход (или метод чистых активов) базируется на расчете, данном в [3], то, учитывая метод, предложенный выше, можно определить стоимость компании как:

$$СК^* = (A^* - П^*) + \sum НМА^*. \quad (2)$$

Следует уточнить, что под П понимаются долгосрочные и краткосрочные обязательства предприятия, а под  $\sum НМА$  понимается набор балансовых и небалансовых активов

компании, которые отражают влияние внутренних и внешних, монетарных и немонетарных факторов на эффективность деятельности фирмы на рынке.

Причем нематериальные активы, учитываемые балансом предприятия, включены в активы. Следовательно, согласно этому методу можно повысить собственный капитал предприятия, проведя рыночную переоценку активов и пассивов и включив небалансовые нематериальные активы.

Для определения набора балансовых и небалансовых активов компании, для оценки значимости влияния каждого из них на стоимость компании необходимо применить процессно-ориентированный подход. Вся деятельность организации может рассматриваться как ряд бизнес-процессов, осуществляющих свой вклад в формирование активов и обязательств (пассивов), отражаемых в бухгалтерском балансе организации. Кроме того, каждый из бизнес-процессов в результате своей деятельности формирует ряд нематериальных активов, не учитываемых балансом компании, но которые оказывают значительное влияние на формирование рыночной стоимости предприятия (например, персонал, лояльность клиентов и т.д.). Однако все эти факторы имеют разную природу и разную размерность (стоимостную, количественную, временную). Решением в данной ситуации может быть приведение всех слагаемых формулы (2) к единой размерности, выраженной в темпах роста показателей.

Для учета всех факторов, оказывающих влияние на стоимость компании, можно воспользоваться методом создания математической модели оценки стоимости компании путем построения аналога множественной (многофакторной) регрессии. В качестве моделируемого показателя рассматривается стоимость компании, принимаемая как интегральный показатель при оценке эффективности деятельности фирмы. Множество факторов, влияющих на моделируемый показатель, – это совокупность внешних и внутренних факторов деятельности компании. Цель разработки факторной модели стоимости организации с учетом влияния НМА – выявить степень влияния каждого из факторов деятельности компании на стоимость компании, чтобы в дальнейшем можно было воздействовать на более значимые из них для повышения рыночной стоимости организации.

По предложенной методике можно построить эконометрическую модель, основными видами деятельности которой является организация общественного питания, в том числе работы баров, кафе, ресторанов.

Исходная информация, необходимая для расчетов, может быть получена из финансовой и бухгалтерской отчетности предприятия. Выделение факторов стоимости, влияющих на функцию  $y$ , представляющую собой стоимость бизнеса, необходимо проводить на основе оценок экспертов, исходя из основных направлений деятельности рассматриваемой организации. Экспертами могут быть выделены следующие факторы:  $x_1$  – активы предприятия;  $x_2$  – пассивы предприятия;  $x_3$  – небалансовые показатели бизнес-процесса производства;  $x_4$  – небалансовые показатели бизнес-процесса персонала;  $x_5$  – небалансовые показатели бизнес-процесса маркетинга и сбыта. Активы и пассивы предприятия берутся из годовых балансовых отчетов за соответствующие периоды.

К факторам бизнес-процесса «Производство» относятся: факторы продукции (например, постоянные и переменные затраты), факторы технологии (например, коэффициент загрузки оборудования), основные средства, а также факторы стоимости, создаваемые нерегистрируемыми (внебалансовыми) нематериальными активами производства (например, количество компьютеризированных рабочих мест, оснащенность техникой связи и т.д.).

Бизнес-процесс «Персонал» включает в себя следующие факторы: затраты на обучение персонала, долевые соотношения персонала по уровню полученного образования, по стажу работы, текучесть квалифицированных кадров и т.д.

Факторы, формирующие бизнес-процесс «Маркетинг и сбыт», по мнению экспертов, могут быть следующими: факторы продукции (например, объем готовой продукции); факторы сбыта (например, объем продаж продукции); факторы, связанные с клиентами (например, количество постоянных клиентов; клиенты, формирующие имидж организации), а также

факторы, связанные с заключаемыми контрактами (число договоров о стратегическом партнерстве с субъектами бизнес-среды, формирование имиджа организации и т.д.).

По результатам расчетов методом наименьших квадратов будет получено уравнение множественной регрессии, которое для рассматриваемой выборки имеет вид:

$$Y = -n + n_1X_1 - n_2X_2 + n_3X_3 - n_4X_4 - n_5X_5. \quad (3)$$

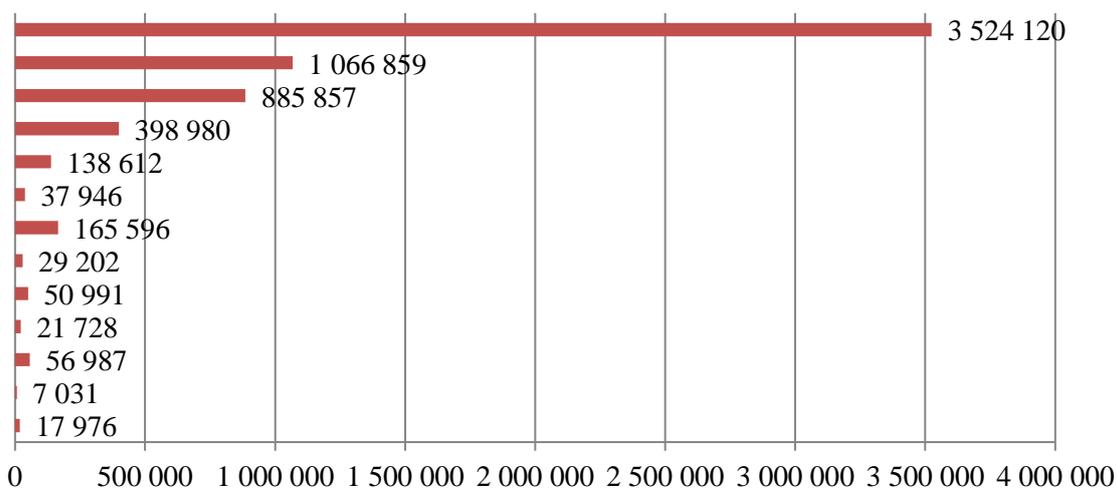
Из расчетов будет видно, на какие изменения балансовых активов предприятия реагирует стоимость бизнеса.

Таким образом, можно сделать вывод, что наибольшее влияние на стоимость компании оказывают активы и пассивы компании. Небалансовые нематериальные активы оказывают значительно меньше влияния. Это является результатом того, что руководство организации недооценивает важные небалансовые нематериальные активы (например, количество компьютеризированных рабочих мест, долевые соотношения персонала по уровню полученного образования, по стажу работы, текучесть квалифицированных кадров, формирование имиджа организации и т.д.), что существенно снижает стоимость компании и лишает ее целого ряда конкурентных преимуществ.

К достоинствам предлагаемого метода относятся простота и доступность, т.к. он содержит интегральный показатель, учитывающий как монетарные, так и немонетарные факторы роста стоимости, позволяющий оценить вклад каждой составляющей, а также эффективность деятельности компании в целом. Этот метод может быть применен для организаций, действующих в разных отраслях народного хозяйства. Компания сама определяет свой набор бизнес-процессов и те факторы, которые могут оказывать влияние на ее стоимость, с учетом мнения экспертов. Кроме того, предложенный принцип моделирования оценки компании на основе аналога множественной (многофакторной) регрессии позволяет прогнозировать, с достаточной степенью точности, стоимость организации, т.к. при расчете используются достоверные данные бухгалтерского отчета и статистические данные деятельности фирмы.

Учитывая вид деятельности объекта исследования – торговля, рассмотрим основные тенденции использования нематериальных активов в данной сфере.

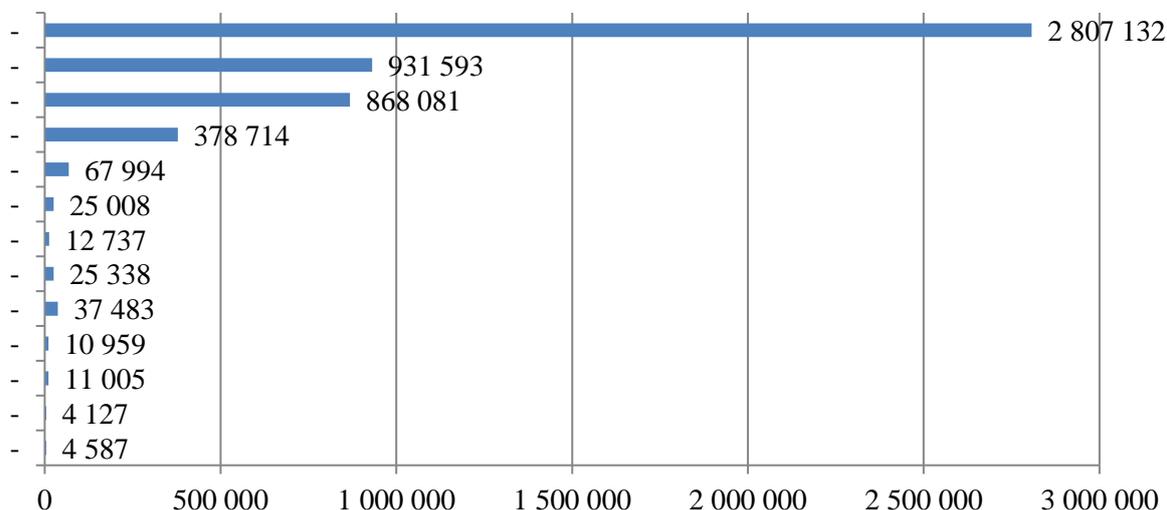
На рисунке 1 представлена динамика инвестиций в нематериальные активы в 2006-2018 гг. для предприятий розничной торговли (исходные данные здесь и далее – по информации Первого Независимого Рейтингового Агентства – FIRA.ru).



**Рис. 1.** Динамика инвестиций в нематериальные активы предприятий розничной торговли в 2006-2018 гг., тыс. руб.

Таким образом, в анализируемом периоде наблюдается положительная динамика инвестиций в нематериальные активы, что свидетельствует о возрастании роли данного вида активов для коммерческой деятельности торговых предприятий.

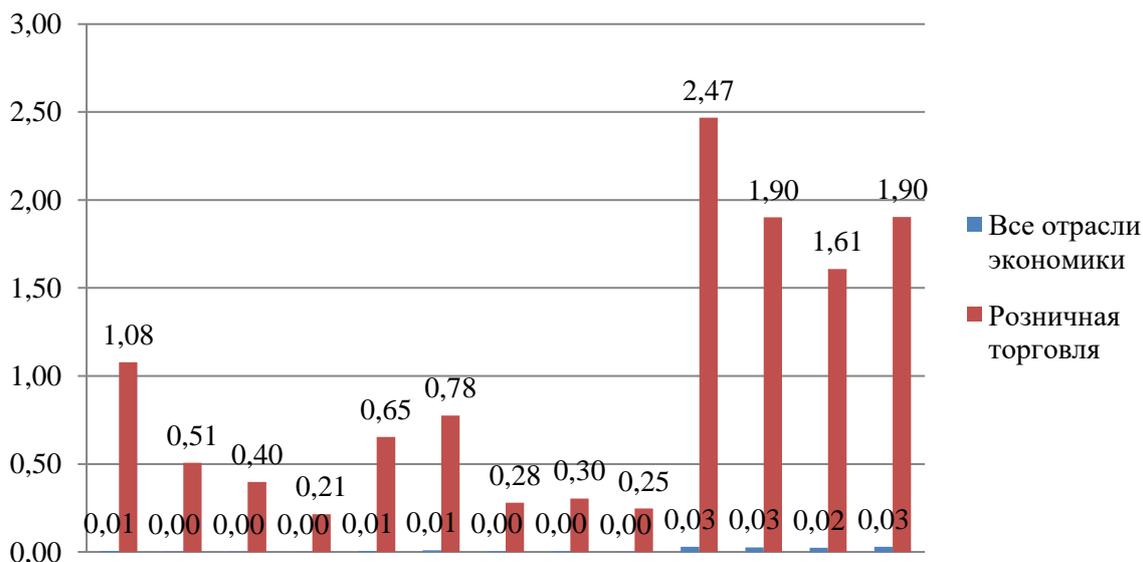
Основным нематериальным активом, используемым в сфере торговли, на сегодняшний день является программное обеспечение. Динамика инвестиций в данный вид активов в 2006-2018 гг. представлена на рисунке 2.



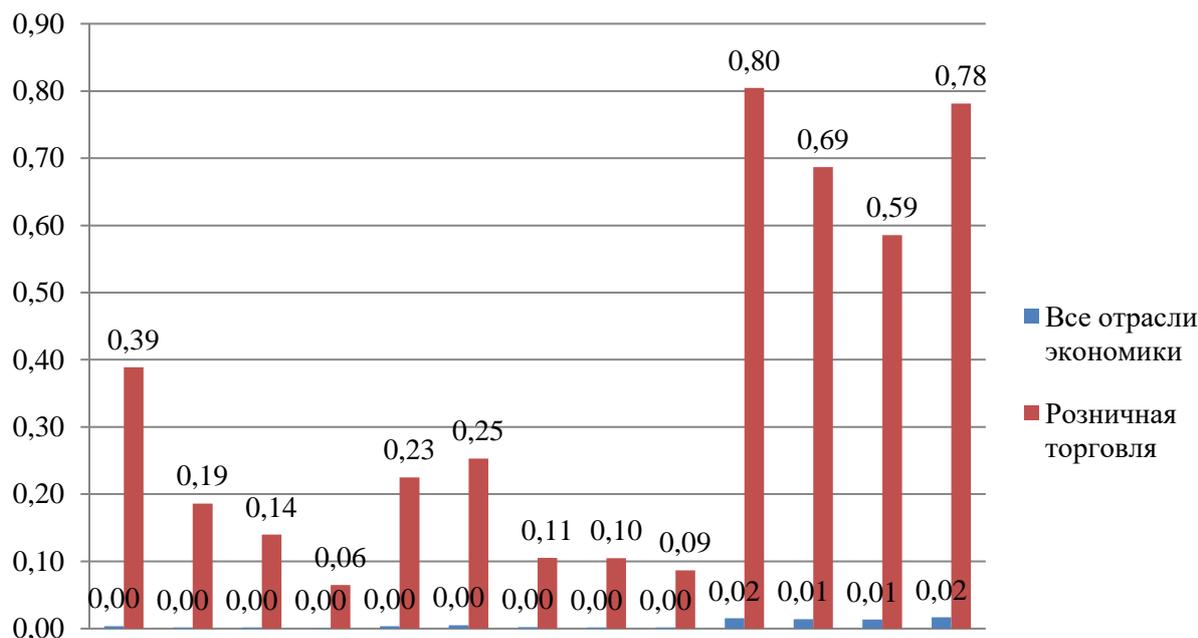
**Рис. 2.** Динамика инвестиций, направленных на создание и приобретение программ для ЭВМ и баз данных предприятиями розничной торговли в 2006-2018 гг., тыс. руб.

Как следует из рисунка, существенный объем инвестиций в данный вид активов наблюдается лишь в последние три года. Ранее объемы вложенных средств были незначительными, что обусловлено широким внедрением информационных технологий в бизнес-среду в последние годы.

На рисунке 3 представлена информация относительно доли нематериальных активов в стоимости внеоборотных активов организаций торговли и экономики в целом, на рисунке 4 – доля в совокупных активах данных организаций.



**Рис. 3.** Динамика доли НМА в стоимости внеоборотных активов организаций торговли и экономики в целом в 2006-2018 гг., %

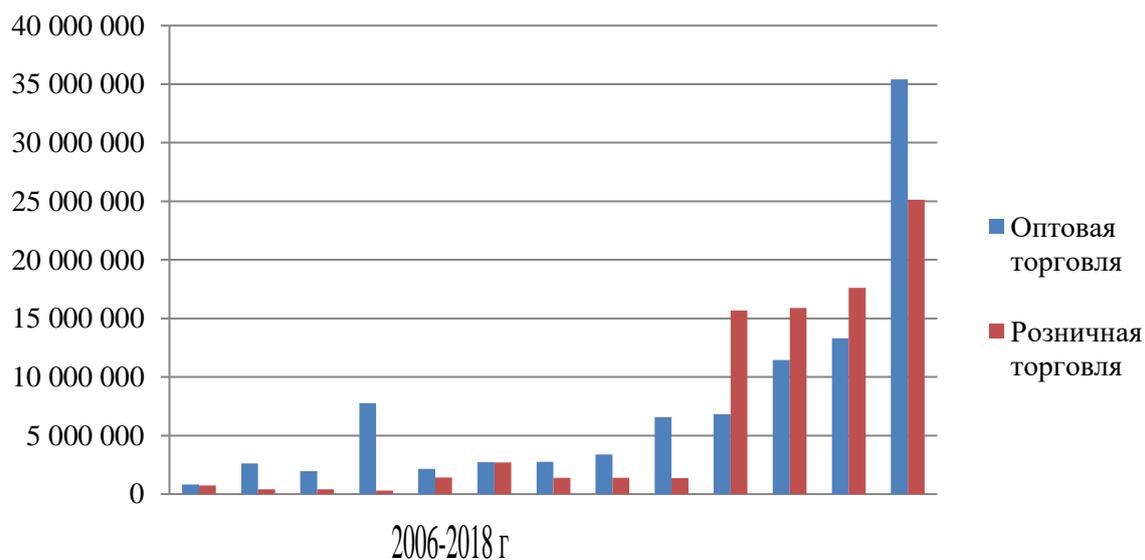


**Рис. 4.** Динамика доли НМА в стоимости совокупных активов организаций торговли и экономики в целом в 2006-2018 гг., %

Как видно из данных рисунка 3, доля нематериальных активов в стоимости внеоборотных активов организаций торговли в анализируемом периоде составляла от 0,21 до 2,47%, тогда как для экономики в целом данный показатель существенно ниже – максимальное его значение составляет 0,03%. Для организаций розничной торговли характерно увеличение доли нематериальных активов в стоимости внеоборотных в последние 4 года.

Для доли НМА в совокупной стоимости активов (рис. 4) данная тенденция сохраняется.

Далее сравним стоимость нематериальных активов организаций оптовой и розничной торговли (рис. 5).



**Рис. 5.** Стоимость НМА организаций оптовой и розничной торговли в 2006-2018 гг., тыс. руб.

Как следует из рисунка, до 2012 года стоимость нематериальных активов предприятий оптовой торговли превышала данный показатель по розничной торговле, с 2013 по 2015 год наблюдалась обратная ситуация, в 2016 году стоимость НМА организаций оптовой торговли существенно превысила данный показатель по розничной торговле.

Также следует отметить, что существенный прирост стоимости нематериальных активов на балансе предприятий в последние 4 года характерен для организаций как розничной, так и оптовой торговли.

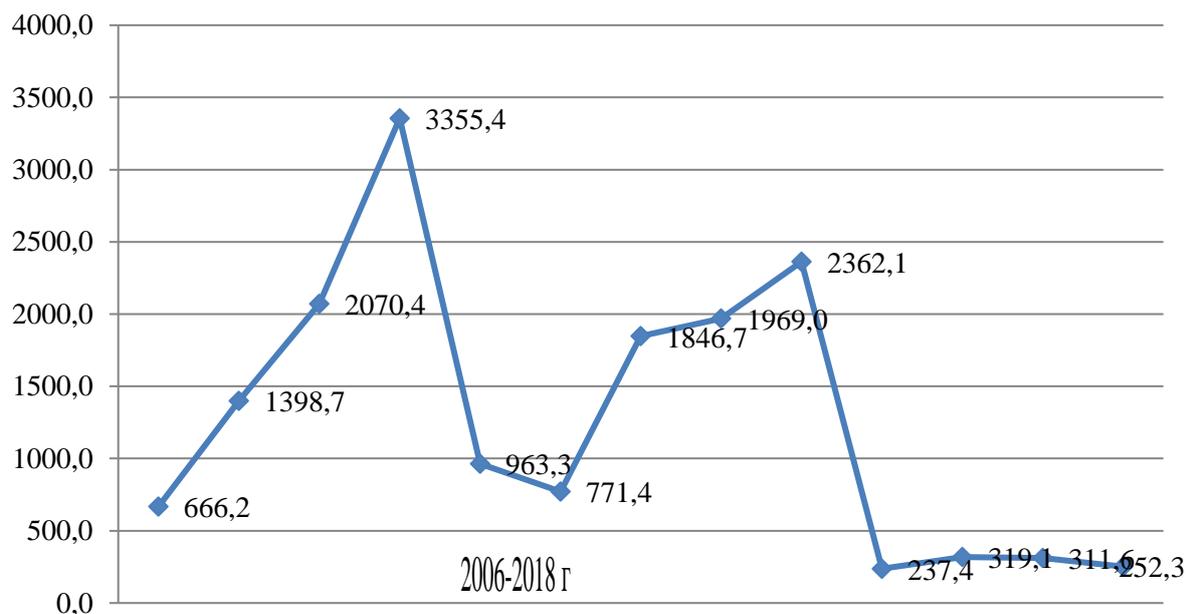
Учитывая данную тенденцию, проведем анализ показателей рентабельности предприятий розничной торговли (рис. 6).



*Рис. 6. Динамика рентабельности основной деятельности предприятий розничной торговли в 2006-2018 гг., %*

Исходя из данных рисунка 6, динамика рентабельности основной деятельности предприятий розничной торговли в анализируемом периоде была достаточно нестабильной – в 2007-2009 гг., 2013-2017 гг. наблюдался рост рентабельности, в остальные периоды – уменьшение, что, скорее, связано с условиями внешней среды предприятий, чем внутренней (наблюдается спад рентабельности после глобального экономического кризиса в 2008 г. и экономического кризиса в экономике России в 2014-2015 гг., связанного с введением европейских санкций и падением курса валют). Таким образом, прямой взаимосвязи роста стоимости нематериальных активов и рентабельности предприятий розничной торговли в анализируемом периоде не наблюдалось.

Одним из основных показателей эффективности использования нематериальных активов организаций является отдача – количество денежных единиц выручки, приходящихся на стоимость одной денежной единицы стоимости нематериальных активов. Динамика данного показателя для организаций розничной торговли представлена на рисунке 7.



*Рис. 7. Динамика показателя отдачи нематериальных активов предприятий розничной торговли в 2006-2018 гг., руб.*

Динамика показателя отдачи является нестабильной, в последние несколько лет наблюдается существенное ее уменьшение – объяснить данное явление можно существенным приростом стоимости нематериальных активов предприятий розничной торговли в 2015-2018 гг., тогда как выручка предприятий растет более медленными темпами.

В целом можем сделать вывод, что в последние годы наблюдается существенное изменение стоимости нематериальных активов на балансе предприятий розничной торговли, однако показатели эффективности их использования пока являются недостаточно высокими. В то же время неоспоримым является тот факт, что роль нематериальных активов в деятельности торговых организаций достаточно высока.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 №160н).
2. Майорова Е.А. Понятие и классификация нематериальных активов торговли // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. № 2 (15). С. 182-185.
3. Сарилова О.А., Верецагина А.С., Анисимов А.Н. Применение экономико-математического моделирования для оценки влияния нематериальных активов на стоимость предприятия // Фундаментальные исследования. 2012. № 9-3. С. 734-738.
4. Мухин В. Управление интеллектуальной собственностью: учебник для вузов. Litres, 2017.
5. Ларина Т.Е. Нематериальные активы как оценочная категория // NOVAUM.RU. 2017. № 5. С. 51-53.
6. Щербачева Л.В. Трансформация интеллектуальной собственности. Scientific magazine «Kontser», 2016.
7. Пахомова Т.В. Деловая репутация руководителя как основная составляющая нематериальных активов предприятия // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2018. № 3. С. 82-85.

## REFERENCES

1. *Mezhdunarodnyy standart finansovoy otchetnosti (IAS) 38 «Nematerial'nyye aktivy» (vveden v deystviye na territorii Rossiyskoy Federatsii Prikazom Minfina Rossii ot 25.11.2011 №160n)* [International Financial Reporting Standard (IAS) 38 "Intangible Assets" (entered into force in the territory of the Russian Federation by the Order of the Ministry of Finance of Russia of November 25, 2011 №160n)].
2. Mayorova E.A. *Ponyatiye i klassifikatsiya nematerial'nykh aktivov trgovli* [The concept and classification of intangible assets of trade] // *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravleniye* [Scientific Research Azimuth: Economics and Management]. 2016. № 2 (15). Pp. 182-185.
3. Sarilova O.A., Vereshchagina A.S., Anisimov A.N. *Primeneniye ekonomiko-matematicheskogo modelirovaniya dlya otsenki vliyaniya nematerial'nykh aktivov na stoimost' predpriyatiya* [The use of economic and mathematical modeling to assess the impact of intangible assets on the value of the enterprise] // *Fundamental'nyye issledovaniya* [Basic Research]. 2012. № 9-3. Pp. 734-738
4. Mukhin V. *Upravleniye intellektual'noy sobstvennost'yu: uchebnyk dlya vuzov* [Intellectual property management: a textbook for universities]. Liters, 2017.
5. Larina T.E. *Nematerial'nyye aktivy kak otsenchnaya kategoriya* [Intangible assets as an estimational category] // *NOVAUM.RU*. 2017. № 5. P. 51-53.
6. Shcherbacheva L.V. *Transformatsiya intellektual'noy sobstvennosti* [Transformation of intellectual property]. Scientific magazine «Kontsep», 2016.
7. Pakhomova T.V. *Delovaya reputatsiya rukovoditelya kak osnovnaya sostavlyayushchaya nematerial'nykh aktivov predpriyatiya* [The business reputation of the manager as the main component of the company's non-material assets] // *Obrazovaniye i nauka bez granits: sotsial'no-gumanitarnyye nauki* [Education and Science Without Borders: Social and Humanitarian Sciences]. 2018. № 3. P. 82-85.

## MODELING OF THE IMPACT OF INTANGIBLE ASSETS ON THE EFFICIENCY OF COMMERCIAL ACTIVITY

E.R. TSITSKIEV

Financial University under the Government of the Russian Federation  
125993, Moscow, Leningradsky Prospect, 49  
E-mail: academy@fa.ru

*Today, there is a growing role of intangible assets in ensuring the competitiveness of enterprises and improving the efficiency of their business activities. However, unlike physical assets, intangibles are not adequately reflected in the statements of domestic enterprises; methodological approaches to analyzing and evaluating the effectiveness of intangible assets are not sufficiently developed, although they significantly affect the commercial success of entrepreneurial activities. The main factor in the competitive strategies of domestic enterprises should be the promotion of the creation of objects of intellectual property and the use of intangible assets. The key to improving the efficiency of operating, financial and investment activities of business entities is the involvement of intangible assets in the economic turnover.*

**Keywords:** Intellectual property, IA, development directions, patent, useful invention, innovations, trade.

*Работа поступила 22.05.2019 г.*