

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Войтешёнок В.А., Ермакова А.В., студенты
Научный руководитель – Курегян С. В., д.э.н.,
профессор каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

В условиях развивающейся цифровой экономики всё чаще наблюдается внедрение в оборот организаций нематериальных активов.

По определению С. В. Курегяна, понятие нематериального актива как финансового средства организации, которое авансируется в объекты интеллектуальной собственности и выступает как интеллектуальный капитал организации в виде накопления научных и художественных продуктов, новшеств и т.д. [1, с.100].

Активы, которые можно отнести к нематериальным, соответствуют следующим требованиям: они обладают свойством идентифицируемости (отделимости от других активов организации); способны приносить экономическую выгоду, также их основным назначением является использование в деятельности организации (в производстве продукции, при выполнении работ, оказании услуг, для управленческих нужд организации); активы используются 12 месяцев и более; первоначальная стоимость активов может быть достоверно определена [2, с. 41].

Таким образом, нематериальные активы организации – это такие активы, которые не имеют вещественную форму и к ним относятся товарные знаки, фирменные наименования, географические указания, стоимость бренда, деловая репутация и т.д.

Список литературы

1. Курегян, С.В., Парадигма финансов, финансового рынка / С.В. Курегян. – Минск: Право и экономика, 2015. – 179 с.
2. Экономика организации (предприятия) : пособие для студентов / Л.П. Васюченко, Е.И. Бахматова. – Минск: БНТУ, 2018. – 91 с.