

# არამატერიალური აქტივები

არამატერიალურ აქტივებს, როგორც ეს სახელიდანაც ჩანს, არ გააჩნიათ ფიზიკური სუბსტანცია, ანუ ნივთიერი ხელშესახები ფორმა.

არამატერიალური აქტივები მიეკუთვნებიან გრძელვადიანი აქტივების ჯგუფს. ისინი ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში გამოიყენებიან, მაგრამ მათი ვადა სასრულია, თუმცა, ხშირ შემთხვევაში ზუსტი ვადის დადგენა საკმაოდ რთულია. ისევე, როგორც ძირითადი საშუალებები, არამატერიალური აქტივებიც განიცდიან ამორტიზაციას. არამატერიალური აქტივებისთვის, როგორც წესი, გამოიყენებენ ამორტიზაციის დარიცხვის ნრფივ მეთოდს. არამატერიალური აქტივების სახეები: **ლიცენზიები, კონცესიები, პატენტები, სავაჭრო ნიშნები, გუდვილი და სხვა არამატერიალური აქტივები.**



**ნათო ბაბიაშვილი**  
ეკონომიკის აკადემიური  
დოქტორი

ბუღალტრული აღრიცხვის ანგარიშთა გეგმაში გათვალისწინებულია შემდეგი ანგარიშები: **2500 არამატერიალური აქტივები, 2510 ლიცენზიები, 2520 კონცესიები, 2530 პატენტები, 2540 გუდვილი, 2590 სხვა არამატერიალური აქტივები. ხოლო ამორტიზაციისათვის შესაბამისად 2600 არამატერიალური აქტივების ამორტიზაცია, 2610 ლიცენზიების ამორტიზაცია, 2620 კონცესიების ამორტიზაცია, 2630 პატენტების ამორტიზაცია, 2640 გუდვილის ამორტიზაცია, 2690 სხვა არამატერიალური აქტივების ამორტიზაცია.**

**1) ლიცენზია (licence)** — არის სახელმწიფო ორგანოს სპეციალური ნებართვა, რომელიც ლიცენზიის მფლობელს უფლებას აძლევს განახორციელოს გარკვეული სახის საქმიანობა, რომელიც კანონის თანახმად სპეციალურ ნებართვას საჭიროებს.

**2) კონცესია (Concession)** — არის სახელმწიფოს მიერ გაფორმებული გრძელვადიანი საიჯარო ხელშეკრულება განახლებადი და განუახლებადი ბუნებრივი რესურსების ექსპლუატაციასა და მასთან დაკავშირებულ სამეურნეო საქმიანობაზე. საფასური, რომელსაც გადაიხდის კონცესიონერი, კონცესიისთვის უნდა აისახოს მის ბალანსში არამატერიალური აქტივის სახით. კონცესიისთვის გადახდილი თანხა ამორტიზაციის ხარჯების სახით ჩამოინერება კონცესიით სარგებლობის პერიოდში.

**3) პატენტი (Patent)** წარმოადგენს გარკვეული პროდუქტის წარმოების და გაყიდვის გამორჩეულ უფლებას მინიჭებულს სახელმწიფო ორგანოების მიერ. პატენტის მფლობელი შეიძლება იყოს პირი ან ორგანიზაცია, რომელიც დააპატენტებს გამოგონებას. თუ რომელიმე ფირმას სურს საპატენტო დაცვის ქვეშ მყოფი საქონლის წარმოება და გაყიდვა, მაშინ პატენტის მფლობელს უნდა გადაუხადოს გარკვეული თანხა. ბევრ ქვეყანაში საპატენტო დაცვის ხანგრძლივობა განისაზღვრება 17 წლით. მაგ.: თუ საწარმო 10 000-ად შეიძინა “12 წლის” პატენტი

ე.ი. საპატენტო დაცვის მოხსნამდე დარჩენილია 5 წელი და სწორედ ეს პერიოდი იქნება არამატერიალური აქტივის ექსპლუატაციის ვადა და შესაბამისად დაერიცხება ამორტიზაცია (2-2 ათასი 5 წლის განმავლობაში). პატენტის რეგისტრაცია არ უზრუნველყოფს დაცვას. ხშირია დარღვევები, ამიტომ საჭიროა სასამართლოში დამტკიცება საპატენტო უფლებებისა. პატენტის დარღვევაზე სარჩელის სასამართლოში მოგების შემთხვევაში თანხა კაპიტალიზირდება და ემატება პატენტის ღირებულებას.

**4) საავტორო უფლება (Copyright)** — ესაა განსაკუთრებული უფლება, რომელიც ეძლევა ავტორს სახელმწიფოს მიერ. იგი იცავს ავტორის მიერ შექმნილ ლიტერატურულ, მუსიკალურ, კინო, ვიდეო და სხვა მასალებს კომპიუტერული პროგრამების ჩათვლით, სხვა პირის მიერ არალეგალური გზით გამრავლებისა და გავრცელებისგან. საავტორო უფლების ვადა ტოლია ავტორის სიცოცხლის პერიოდს დამატებული 50 წელი. ავტორისგან შექმნილი საავტორო უფლება სანარმოსთვის არამატერიალური აქტივია და ბალანსში აისახება როგორც ინტელექტუალური საკუთრება.

**5) სავაჭრო ნიშნები (Trademarks and Trade Names)** მაგ.: **McDonald’s** და **Coca-Cola** — ეს არის საქონლის ან მომსახურების განმასხვავებელი სახელი ან სიმბოლო, რომელიც რეგისტრირებულია. ერთხელ რეგისტრაციის შემდეგ სავაჭრო ნიშნის მფლობელს აქვს მისი გამოყენების განსაკუთრებული უფლება. რეგისტრირებული სავაჭრო ნიშანი შესაძლებელია განახლდეს 20 წლიან პერიოდში. სავაჭრო ნიშანში გადახდილი თანხა კაპიტალიზირდება და ჩამოინერება ამორტიზაციის ნრფივ მეთოდით 40 წლის განმავლობაში, ან უფრო ხანმოკლე პერიოდში, თუ მისი სასარგებლო გამოყენების ვადა ნაკლებია.

**6) ფრანჩიზა (Franchise).** ფრანჩიზა ესაა გადასახდელი, რომელსაც უხდის საწარმო რომელიმე იურიდიულ

პირს განსაკუთრებული უფლებისთვის განსაზღვრული ბიზნესი წარმართოს განსაზღვრულ გეოგრაფიულ არეალში. მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ კაბელური ტელევიზიის კომპანია, რომელსაც აქვს სახელმწიფოსგან მინიჭებული რომელიმე რეგიონში საქმიანობის განსაკუთრებული უფლება.

**7) ლიზჰოლდი (Leaseholds)** - წარმოადგენს ლიზინგური ქონების გამოყენების უფლებას. კონტრაქტს, ძირითადი საშუალების იჯარით გადაცემის თაობაზე, ლიზინგი ეწოდება. ფინანსური ლიზინგის დროს ლიზჰოლდი არამატერიალური აქტივის სახით წარმოგვიდგება იმ შემთხვევაში, თუ ხელშეკრულება ითვალისწინებს პირველი წლის იჯარის გადასახადთან ერთად ერთჯერადი თანხის გადახდას. სწორედ ეს ერთჯერადი თანხა აღირიცხება ანგარიშზე ლიზჰოლდი და ამორტიზაცია ერიცხება იჯარის ვადის განმავლობაში.

**8) გუდვილი (Goodwill)** — ფირმის ღირებულება. გუდვილი წარმოიქმნება ისეთი ფაქტორების გათვალისწინებით, როგორიცაა: **მაღალი ხარისხის საქონლის და მომსახურების მწარმოებელი ფირმის რეპუტაცია; ხელსაყრელი ადგილმდებარეობა; გამოცდილება, ახალი იდეები, “ნოუ-ჰაუ”; ხელსაყრელი კონტრაქტების ფლობა; კარგი ხელმძღვანელობა და პერსონალი.** გუდ-

ვილი წარმოადგენს არამატერიალურ აქტივს, რომელიც ასახავს ფირმის პრესტიჟიდან მიღებულ სარგებელს. **გუდვილი განისაზღვრება, როგორც განსხვავება ფირმის შესაძენად გადახდილ ფულსა და მისი აქტივების სუფთა საბაზრო ღირებულებას შორის.** აქტივების სუფთა საბაზრო ღირებულება ეს არის მათ რეალურ საბაზრო ფასსა და ფირმის ვალდებულებებს შორის სხვაობა. გუდვილის ბალანსში ასახვა მოხდება მხოლოდ ახალი მფლობელის მიერ საწარმოს შეძენის შემთხვევაში. საწარმოს შეიძლება გააჩნდეს მაღალი რეპუტაცია, მაგრამ, ობიექტურობის პრინციპიდან გამომდინარე, არ შეიძლება მისი გუდვილის სახით ასახვა, სანამ მასში არ იქნება გადახდილი ფული, ანუ სხვა საწარმოს მიერ არ იქნება შეძენილი. გუდვილის ამორტიზაციის ვადის განსაზღვრა რთულია, ამიტომ მიღებულია 5 წელი. გუდვილის მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ შემდეგი ფაქტი: 1988 წელს **ფილიპ მორისმა** შეიძინა კრაფტის კომპანია. შეძენის ფასი იყო 12,9 მილიარდი დოლარი, ხოლო Kraft-ის აქტივების წმინდა საბაზრო ღირებულება შეადგენდა მხოლოდ 1,3 მილიარდს. განსხვავება 11,6 მილიარდი არ წარმოადგენდა რეალურ აქტივს, ამიტომ Philip Morris-მა დაარქვა მას გუდვილი. 80-იანი წლებიდან გუდვილს უკავია მნიშვნელოვანი ადგილი მრავალი ფირმის აქტივებში.

