

	<ul style="list-style-type: none"> - другие охраняемые документы, договор уступки (приобретения) патента, товарного знака).
користы	<ul style="list-style-type: none"> - не являются материально-вещественными объектами; - имеют стоимостную (денежную) оценку; - являются продуктом интеллектуальной деятельности; - он должен иметь юридический статус и подлежать правовой защите; - право частной собственности на него, может быть передано в соответствии с законом.
маркетологи	<ul style="list-style-type: none"> - не являются материально-вещественными объектами; - способны приносить доход.
экономисты	<ul style="list-style-type: none"> - не являются материально-вещественными объектами; - обычно требуют постепенной амортизации в течение срока их использования; - используются более 12 месяцев; - способны приносить доход; - могут быть отделены от другого имущества; - с возможностью: продать, сдать в аренду или обменять; - документально подтверждены (патентами, свидетельствами, договорами приобретения и пр.); - в случае стоимостной оценки они могут быть поставлены на учет; - актив должен быть конкретно идентифицируемым и иметь узнаваемое описание.
управленцы	<ul style="list-style-type: none"> - не являются материально-вещественными объектами; - используются более 12 месяцев; - используются с целью получения дохода; - имеют стоимостную (денежную) оценку; - знание организации, которое создает конкурентное преимущество.

В целом, в определениях НМА присутствуют три момента: неосвязаемость, долгосрочность использования и способность приносить доход.

По характеру использования в процессе производства, по степени влияния на финансовое состояние и результаты хозяйственной деятельности предприятия, можно выделить следующие принципы классификации НМА:

I. По степени участия в производстве:

- *функционалирующие* (работающие) нематериальные активы, использование которых приносит предприятию доход в настоящий период;
- *нефункционалирующие* (неработающие) нематериальные активы, которые не используются по каким-либо причинам, но могут использоваться в будущем.

II. По степени отчуждения:

- *отчуждаемые* - полностью передаваемые при их продаже, передаче, аренде;
- *неотчуждаемые* - остающиеся в собственности предприятия-владельца при частичной передаче прав на их использование.

К примеру, неотчуждаемой признаётся деловая репутация юридического лица, хотя в особых случаях она может приобрести имущественное содержание и передаваться посредством сделки (по договору коммерческой концессии или по договору простого товарищества).[2]

А. Возжаев также использует эту классификацию в своей работе и соотносит НМА по этому критерию:

- *отчуждаемые* (бренды, торговые марки, промышленные образцы);
- *неотчуждаемые* (систему управления, систему кооперации, репутацию компании).[5]

III. По степени влияния на финансовые результаты предприятия:

- объекты нематериальных активов, способные приносить доход *прямо*, за счет внедрения их в эксплуатацию;
- объекты нематериальных активов, *опосредованно* влияющие на финансовые результаты.

IV. По степени правовой защищенности:

- нематериальные активы, *защищаемые* охранными документами (авторскими правами, патентами, лицензиями);
- нематериальные активы, *не защищенные* охранными документами (авторскими правами, патентами, лицензиями).

V. По степени вложения индивидуального труда работников данного предприятия: