**Вниманию юридических лиц!**

Респондентам, предоставляющим сведения по формам федерального статистического наблюдения № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации» (утверждена приказом Росстата от 29.07.2022 № 536 с изменениями от 11.01.2024 № 3) и № 11-НА «Сведения о наличии, движении и составе контрактов, договоров аренды, лицензий, маркетинговых активов и гудвилла (деловой репутации организации)» (утверждена приказом Росстата от 22.06.2022 № 453, с изменениями от 11.01.2024 № 3) следует обращать внимание, что при наличии ненулевого значения в строке 38 **«Контракты, договора аренды, лицензии, деловая репутация (гудвилл) и маркетинговые активы»** в форме№ П-3, должен быть предоставлен ненулевой отчёт по форме № 11-НА.

В указаниях по заполнению вышеназванных форм даны разъяснения экономического содержания данного показателя.

К обращающимся контрактам, договорам аренды и лицензиям относятся обращающиеся (то есть имеющие хождение на рынке):

1) договоры операционного лизинга;

2) разрешения на использование природных ресурсов;

3) разрешения на занятие определенными видами деятельности;

4) право на получение в будущем товаров и услуг на исключительной основе.

Маркетинговые активы (деловые связи) в бухгалтерском учете называются «средствами индивидуализации». В соответствии с Гражданским [кодексом](consultantplus://offline/ref=7D3B0102AF85D8F498A895AC13A1D97CC27919D38A8A77DA05533B113C31B005642B1DEBE09CE1A50114B9FADFTFUFM) Российской Федерации к этим средствам относятся фирменное наименование, товарный знак (аналогичные термины - торговая марка, бренд) и знак обслуживания, наименование места происхождения товара, коммерческое обозначение.

Стоимость приобретенной деловой репутации («гудвилла») представляет собой разницу между покупной ценой, уплачиваемой продавцу при приобретении предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части), и суммой всех активов и обязательств по бухгалтерскому балансу на дату его покупки (приобретения).