

Секция 1 БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ

М.А. Авилкина
УО «Полоцкий государственный университет»
(Республика Беларусь, Новополоцк)

ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ КАК НОВЫЙ ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ

В действующей учетной практике Республики Беларусь результат научной (научно-технической) деятельности вуза рассматривается в качестве научного (научно-технического) продукта, а результату его инновационной деятельности в бухгалтерском учете до сих пор не уделяется должное внимание а значит, объективно определить экономическую эффективность затрат на его создание не представляется возможным. Кроме того, не оценивается доля участия фундаментальных, прикладных научных исследований, разработок вуза в создание результата его инновационной деятельности. Как следствие, отсутствует качественное информационное обеспечение принятия обоснованных управленческих решений по развитию тех направлений научной и научно-технической деятельности вуза, которые потенциально способны повысить уровень коммерциализации полученных научных результатов, что является значимым фактором инновационного развития государства. Вопрос объективной оценки экономической эффективности затрат вузов на создание инновационных продуктов является в настоящее время особенно острым в условиях ограниченности объемов бюджетного финансирования научных исследований и разработок и, как результат, потребности в наращивании внебюджетных источников их финансирования.

Исследование и систематизация теоретических положений действующего международного стандарта — Рекомендаций по сбору и анализу данных по инновациям («Руководство Осло») [1], законодательства Республики Беларусь, Российской Федерации, Украины, а также научных взглядов различных ученых позволили сделать вывод о том, что результат инновационной деятельности учрежде-

ний высшей школы правомерно именовать инновационным продуктом.

Под *инновационным продуктом* как новой учетной и калькуляционной единицей предложено понимать продукт инновационной деятельности, основанный на результатах научных исследований и разработок, получивший воплощение в виде новой (усовершенствованной) продукции, технологического процесса, метода производства (передачи) услуг, организационного решения, внедренный в практическую деятельность и способствующий получению дополнительных экономических и/или иных выгод при его использовании. Данное определение учитывает в своем содержании полный состав критериев инновационности продукта: 1) научная новизна; 2) эффективность; 3) доведенность продукта до практического использования (внедрение).

Инновационные продукты создаются в вузах в ходе выполнения инновационных проектов и, по сути, представляют собой внедренные в практическую деятельность сторонних организаций научные (научно-технические) продукты. При выполнении таких проектов вузами могут быть получены не только инновационные, но и сопутствующие продукты в виде имущественных прав на результаты научных исследований и разработок. Инновационные продукты вузов используются субъектами экономики для производства инновационной товарной продукции, освоения инновационных технологий, оказания инновационных услуг, принятия инновационных организационных решений. Например, использование на металлообрабатывающих предприятиях метода ионно-лучевого упрочнения инструментальных материалов (инновационного продукта вуза) позволяет производить высококачественные износостойкие инструменты с улучшенными режущими свойствами (инновационную товарную продукцию).

Для обоснования процесса накопления затрат на создание нового объекта учета — инновационного продукта, формирования его фактической себестоимости как нового объекта калькулирования автором в соответствии с основными положениями учений об инновациях Й. Шумпетера и других ученых установлен механизм создания инновационного продукта [2]. На его основе можно определить последовательность формирования затрат и фактической себестоимости инновационного продукта (рисунок).

Механизм создания инновационного продукта



Формирование затрат и фактической себестоимости инновационного продукта по стадиям и этапам его создания

Таким образом, обоснование экономической сущности инновационного продукта обеспечивает теоретический задел для формирования представления об инновационном продукте как новой учетной и калькуляционной единице, представляющей собой значимый актив организации, способный обеспечивать доходные поступления в результате его реализации и дополнительные экономические и (или) иные выгоды при его использовании. Вышеизложенное актуально и применимо не только для учреждений высшей школы, но и для учреждений, специально созданных для организации научных исследований и проведения опытно-конструкторских разработок.

Литература:

1. Методическое пособие по сбору и интерпретации информации об инновациях на основе «Oslo Manual–2005». – Минск: БелИ-СА, 2007. – 44 с.
2. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 454 с.