

Аналитический аппарат исследования мирового хозяйства разнообразен, в зависимости от направления и глубины исследования взаимосвязей применяют различные методы и способы, среди которых особое место занимает такой инструмент анализа, как экономическая модель. Для исследования торгового потенциала Республики Беларусь и Финляндской Республики была использована гравитационная модель Меронена (Meropen), разработанная ученым в 1997 году. Структура данной модели довольно проста, однако следует отметить, чем проще модель, тем легче использовать ее для нахождения самых общих ответов на поставленные вопросы. При анализе экспортных потоков обозначенных стран, с помощью гравитационной модели использовались статистические данные о ВВП стран, а также расстояние между Минском и Хельсинки. Было выявлено, что существует значительный потенциал торговых отношений Финляндской Республики и Республики Беларусь, который в настоящее время используется не в полной мере.

Панков Д. А., Немогай Т. Н., БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ УЧЕТОМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Деятельность предприятий по созданию новых технологий и иных новаций обуславливает более широкое использование в деловом мире термина «интеллектуальная собственность (ИС)», при этом консультанты по вопросам менеджмента говорят также об «интеллектуальном капитале (ИК)», а бухгалтеры и экономисты употребляют «интеллектуальные активы (ИА)».

ИК в простейшем смысле включает в себя сумму знаний и навыков всех сотрудников предприятия, позволяющих создавать богатства и формирующих его конкурентное преимущество: процессы, идеи, разработки, проекты, изобретения, используемые технологии, а также взаимоотношения с поставщиками и потребителями. В то же время, ИА – это ИК, который идентифицирован, зафиксирован и доступен для пользования и ознакомления внутри организации. В свою очередь, ИС – это ИА, защищенные соответствующими законами и актами. В итоге ИК, ИА и ИС инкорпорированы. ИК формирует более ценную категорию ИА, которая, в свою очередь, формирует еще более ценную категорию ИС. Эта иерархия ценности определяет направленность процесса управления, призванного извлечь ИА из ИК, а затем выделить ИС из ИА, то есть иметь в качестве цели – создание ИС. Схема процесса управления ИС может быть представлена следующим образом: Поиск – Идентификация – Фиксация – Документирование – Оценка и учет – Сохранение – Приращение – Воспроизводство.

Широкий спектр ИС можно разделить на две категории – поддающиеся строгому определению, «классические», или установленные законом, активы и менее определенные общеправовые, или договорные, активы. К первой категории относятся широко известные, образуемые обычно при выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских технологических работ (НИОКТР) объекты: патенты, товарные знаки, копирайты. К этой категории добавились также топологии интегральных микросхем и зарегистрированные дизайны. Вторая категория объединяет секреты производства и «ноу-хау», а также соглашения о недопущении конкуренции и сохранении конфиденциальности.

Одним из важнейших элементов системы управления ИС является бухгалтерский учет, профессиональной задачей которого является формирование полной и досто-

верной информации о деятельности организации, ее имущественном положении, доходах, расходах и обязательствах. На финансовые показатели деятельности предприятия существенно влияет то, что значительная часть затрат, в частности на НИОКТР, отражается как текущие расходы. Если бы они учитывались в балансе как долгосрочные активы и амортизировались в течение длительного срока, то прибыль и рентабельность были бы выше. Но документально подтвержденные расходы, понесенные на создание, приобретение и регистрацию НИОКТР, товарных знаков, патентов, которые могут быть отнесены на стоимость ИА, невелики. И учет таких активов по цене приобретения не отражает их реальной ценности. Но, тем не менее, обычно возражают против капитализации любых ИА по следующим причинам:

- ИА слишком ненадежны, чтобы их можно было считать активами;
- амортизация капитализированной стоимости субъективна и может использоваться для манипулирования финансовыми результатами;
- затраты на ИА (база капитализации) не имеют отношения к их реальной стоимости с учетом будущих доходов;
- неудачные проекты с использованием ИА, отраженных в балансе, могут стать объектом претензий контролирующих органов.

Многие финансовые менеджеры так или иначе уже занимаются подготовкой годовой отчетности по ИА, различными способами учитывают ИК. Однако эта подготовка пока еще не настолько единообразна, чтобы такие отчеты можно было сравнивать друг с другом. Делаются также попытки назначить цену ИК при слияниях и поглощениях; создании совместных предприятий, иных инвестиционных проектах. При этом используются показателями, отражающими то, как компания увеличивает свой ИК и доходность инвестиций, которые она внесла в этот актив. Однако, хотя все эти попытки и имеют место на практике, до реального успеха еще далеко. В этой связи не вызывает сомнения концепция развития системы управления учетом ИС, требующая обеспечить выпуск методических разработок по порядку бухгалтерского учета ИС субъектов хозяйствования и выбора ими экономически целесообразной формы их охраны, разработать критерии отнесения объектов ИС, полученных в ходе выполнения НИОКТР, к активу имущественного комплекса предприятий.

Парицкая Т. И., БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Способы хозяйственной деятельности во многом определяются принадлежностью предприятия (организации) к разным социальным общностям. Менеджеры, формируя экономическое поведение субъекта хозяйствования, сталкиваются с необходимостью учета контекста социальных отношений, в рамках которых осуществляется предпринимательская и потребительская деятельность.

Большинство проблемных ситуаций, возникающих в бизнес-организациях, касаются отношений между моральным состоянием сотрудников, их производительностью труда, восприимчивостью к нововведениям и типам контроля. В этой связи подход к рассмотрению бизнес-организаций как вторичных социальных групп имеет важное значение с практической точки зрения. Если принять во внимание тот факт, что группы существуют, чтобы удовлетворять потребности своих членов, руководитель компании должен быть уверен в том, что его сотрудники будут считать компанию способной удовлетворять их потребности, обеспечивать условия для профессионального роста.