

отказались от их прогнозирования и планирования. Возобновление этой деятельности является важнейшей подсистемой всей системы управления издержками обращения.

В.Б. Гурко
БГЭУ (Минск)

<http://edoc.bseu.by>

ОЦЕНКА И УЧЕТ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ — ВАЖНЕЙШИЕ ФАКТОРЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Неотъемлемым элементом рыночной экономики являются средства индивидуализации товаров и услуг. К таковым, в соответствии с Гражданским кодексом, относятся товарные знаки и знаки обслуживания. Товарный знак (или торговая марка, брэнд) являясь своеобразным звеном между изготовителем и потребителем, служит активным средством привлечения внимания покупателей к маркируемому товарам. Сегодня следует отметить, что появился целый ряд настоящих белорусских и российских брэндов, которые по узнаваемости вполне могут конкурировать с известными западными аналогами. А это значит, что наши компании приобрели новый нематериальный актив, которым можно эффективно пользоваться: продавать, покупать, сдавать в аренду. Но для использования необходимо адекватно оценить этот актив.

Белорусские и российские компании пока не торопятся оценивать свои торговые марки. Основная проблема, возникающая в связи с этим фактом, заключается в том, что предприятия недополучают огромную долю доходов, которую могли бы принести правильно оцененные и учтенные нематериальные активы. Кроме того, международными стандартами и нормативными документами по бухгалтерскому учету Российской Федерации предусмотрено, что по некоторым объектам нематериальных активов (в том числе и товарным знакам) погашение первоначальной стоимости не производится. Это связано с тем, что торговые марки имеют неограниченный срок жизни, получение и поддержка правовой охраны дешевле, чем, например, для патентов. Таким образом, стоимость товарных знаков и знаков обслуживания не подлежит переносу на издержки путем амортизации, что не приводит к снижению налогооблагаемой прибыли предприятий торговли. В данном случае деятельность торговых предприятий не приводит к конфликтной ситуации с налоговыми органами.

В Республике Беларусь наблюдается иная ситуация. Постановление Министерства финансов от 20 декабря 2001 г. № 128 “Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету нематериальных активов” не дает право нашим предприятиям не амортизировать нематериальные активы, в том числе и торговые марки. Еще одно улучшение экономики связано с тем, что переоценка нематериальных активов в отечественной практике бухгалтерского учета не производится. Однако международными стандартами бухгалтерского учета предусмотрены специальные счета для переоценки нематериальных активов в современные цены (стандарт № 15, введенный с 1983 г.), а также стандарт № 29 от 1990 г. по ведению отчетности в условиях гиперинфляции. Постепенный переход к международным стандартам дает большие шансы на исправление вышеуказанных недостатков.

Западные специалисты давно занимаются вопросом стоимости нематериальных активов компании и цену брэнда вычисляют с помощью несколь-

ких не зависимых друг от друга методов ("дополнительный доход", "освобождение от роялти", "метод поступлений" и др.). Конечно, суммы, полученные разными методами, не будут точно совпадать, но в "пределах ошибки эксперимента" можно получить хорошие ценовые ориентиры. Большинство экспертов уверены, что многие известные отечественные компании могли бы уже сегодня получать колоссальные доходы, если бы отнеслись к стоимости такого нематериального актива, как брэнд, серьезно.

В этой связи следует сделать вывод о том, в современном мировом бизнесе наблюдается переход от неприятия интеллектуальной собственности к стратегическому управлению этими корпоративными активами, и торговая марка является одним из главных элементов маркетинговой политики торговых предприятий, представляя собой гарантию качества и обеспечивая безопасность потребителя.

С.А. Данилкова
УО БПТЭУПК (Гомель)

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ АУДИТОРСКОГО РИСКА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

После изучения организации бухгалтерского учета на предприятии торговли и оценки надежности системы внутреннего контроля аудиторы важно установить степень аудиторского риска. Правилom аудиторской деятельности Республики Беларусь "Существенность и аудиторский риск" аудиторский риск определяется как "вероятность того, что бухгалтерская (финансовая) отчетность субъекта может содержать невыявленные существенные искажения после подтверждения ее достоверности или признания того, что она содержит существенные искажения, когда в действительности таких искажений в бухгалтерской (финансовой) отчетности нет".

При определении продолжительности и размера (объема) проверок на существенность часть требуемой уверенности получают после проведения оценки эффективности функционирования системы внутреннего контроля. Иллюстрацией уровня надежности, ожидаемого после проведения проверок (тестов) на существенность, служит информация в табл. 1.

Т а б л и ц а 1. Показатели оценки уровня надежности контроля

Оценка надежности	Проценты риска		
	внутреннего	контрольного	аналитического
Высокая	80	30	50
Средняя	90	60	70
Низкая	100	80	90
Отсутствует	100	100	100

Зная приемлемый уровень общего аудиторского риска (5 %), изучив степень надежности по данным предыдущих периодов, проведя оценку системы внутреннего контроля и аналитические процедуры, можно опре-