

сударственного регулятора уровня тарифов используются ограничения по уровню рентабельности, а относительно пригородных перевозок — занижение общего уровня тарифа.

<http://edoc.bseu.by>

С. Н. Гнятюк

Могилевский машиностроительный институт

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК

В условиях товарно-денежных отношений технология становится товаром. Как любой товар технология обладает стоимостью и потребительной стоимостью. Потребительная стоимость технологии заключается в полезном эффекте, то есть экономии материальных и трудовых затрат в производстве, росте производительности труда и эффективности производства, выпуске новых высококачественных товаров, удовлетворяющих потребности отдельных граждан и общества в целом. Специфика потребительной стоимости заключается в следующем: каждая технология уникальна, неповторима, существует в единственном числе, так как создается применительно к конкретным условиям производства (материально-техническая база, квалификация и состав рабочей силы, научно-технический потенциал и т. д.); может использоваться одновременно несколькими потребителями; экономический эффект у потребителей одной и той же технологии может различаться ввиду различных технико-экономических условий производства.

Формирование стоимости технологии имеет ряд особенностей. Во-первых, затраты труда на создание технологии — затраты труда особого рода — интеллектуального, творческого, не имеющего аналогов в других видах деятельности, а результаты этого труда разнокачественные и несоизмеримые. Во-вторых, научный труд является “всеобщим трудом”, воплощающим как живой труд ученых данной лаборатории, института, так и прошлый труд предшественников, результаты которого, как правило, создаются в нетоварной форме. В-третьих, результаты научной деятельности непредсказуемы. В-четвертых, уникальность технологии как результата творческого труда проявляется в практической невозможности одновременного появления абсолютно одинаковых технологий. Следовательно, сведение затрат на создание технологии к общественно необходимым затратам в его обычном положении объективно затруднено, если вообще возможно.

Особенности технологии как товара находят свое отражение в ценообразовании при ее продаже потребителям. Исходной точкой для определения цены технологии является не стоимость, а потребительная сто-

имость, то есть способность приносить полезный эффект. Именно этот эффект является стимулом для потребителя приобретать новую технологию. Задача заключается в том, чтобы рассчитать комплексную оценку качества технологии, то есть определить величину дополнительного прибавочного продукта, которую получит потребитель при внедрении технологии в производство. Задача эта непростая, так как оценка должна быть определена априорно, до начала применения технологии в производстве. Традиционно применяемая в анализе производственная функция не может учесть всех аспектов, связанных с новой технологией, т. к. надо проанализировать множество параметров. Систему параметров можно сформировать в четыре крупных блока: первый блок связан с анализом характеристик самой технологии; второй блок обусловлен изучением рынка; третий блок — анализ покупателя технологии; четвертый блок обусловлен исследованием положения продавца технологии, которое осуществляется примерно по той же схеме, что и анализ покупателя. Особое внимание уделяется изучению научно-технического потенциала продавца и причин побудивших продавать технологию.

Определив экономический эффект, можно рассчитать и цену технологии, которая является частью этого эффекта в денежном выражении.

<http://edoc.bseu.by>

Е. Н. Горчакова
*Белорусский государственный
экономический университет*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИЗИНГА БЕЛОРУССКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Большинство белорусских предприятий стоит перед проблемой поиска новых путей развития в условиях сокращения рынка сбыта из-за высоких цен продукции, неплатежеспособности контрагентов, и как следствие — ограниченности собственных финансовых ресурсов. Сегодня они не могут обновлять свои основные фонды, внедрять достижения НТП и вынуждены прибегать к помощи кредитов, погасить которые зачастую не в состоянии. Решить названные проблемы помогает лизинг.

Используя лизинг, предприятие фактически получает ссуду на полную стоимость оборудования, поступающего в его пользование, что особенно важно в условиях дефицита средств. Причем, предприниматель имеет возможность начать дело, располагая лишь частью (около 1/3) средств, необходимых для приобретения помещений и оборудования. При этом, предоставляются не денежные средства, контроль за обоснованным расходом которых не всегда возможен, а непосредственно средства производства, необходимые для обновления и расширения производ-