

Животные на выращивании и откорме
Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы по остаточной стоимости
Незавершенное производство
Расходы будущих периодов
Готовая продукция
Товары отгруженные
Товары по покупной цене

Не решен вопрос имущества. В ф. 2-Ф "Отчет о наличии и изменении имущества предприятия (организации) такие слагаемые имущества как основные средства, нематериальные активы, МБП, отражаются по первоначальной (восстановительной) стоимости, а при определении стоимости имущества (активов) по бух. Учету — по остаточной стоимости. В соответствии с международными стандартами по бух. Учету и отчетности имущества (капитал) оценивается по реальной, т.е. остаточной стоимости. Следовательно, если материальные активы по остаточной стоимости имущества, то и оно должно оцениваться по остаточной стоимости, так как часть первоначальной стоимости имущества уже перенесена на изготавливаемый продукт в виде амортизационных отчислений.

С.Н. Гнатюк, доцент
Могилевский машиностроительный институт

Реструктуризация предприятий и рынок научно-технических знаний

В современных условиях предприятия успешно развиваются только в том случае, если они отвечают запросам рынка. Это означает, что они производят продукцию, которая необходима потребителю с наименьшими затратами. Чтобы отвечать этим требованиям, необходимо постоянно совершенствовать производство, структуру выпускаемой продукции, обновлять технологию производства. По оценке западных специалистов, 2/3 совершенствования в производстве осуществляется в связи с изменениями в потребительских предпочтениях покупателей. Поэтому предприятия должны выделять значительные средства на ведение исследований. Исследований рынка и исследований в области науки и техники. Маркетинговые исследования подсказывают предприятиям, что Надо менять, чтобы выжить в конкуренции, а научные исследования дают ответ на вопрос, как надо менять производство. Расчеты показывают, что рост затрат на научно-исследовательские работы ведет к росту объема производства в химической, фармацевтической, пищевой промышленности через 1 год, в электротехнической и электронной — через 3 года, в автомобилестроении, обрабатывающей и инструментальной — через 4 года (Research management. 1983. №1. P.26). Научные исследования являются достаточно дорогостоящими и рискованными. Поэтому Их могут позволить себе далеко не каждое предприятие. Особенно это касается белорусских производителей. Одни из них просто не располагают необходимой Научно-исследовательской базой, Другие находятся в тяжелом финансовом положении, с большой дебиторской и кредиторской задолженностью.

Решить проблему постоянного обновления производства можно обратившись к научным знаниям, существующим в товарной форме, На рынок научных знаний. Рост роли науки в реструктуризации предприятия и других проблемах ведет к более быстрому развитию рынка научных знаний по сравнению с рынком традиционных товаров и объема производства

БНИ. Продавцами на этом рынке являются научных учреждения, высшие учебные заведения, промышленные предприятия. Каждый из этих субъектов за счет продажи решает свои задачи.

Как любой товар научно-технические знания обладают стоимостью и потребительной стоимостью. Потребительная стоимость заключается в полезном эффекте, то есть в экономии материальных и трудовых затрат в производстве, росте производительности труда и эффективности производства, выпуске новых высококачественных товаров, удовлетворяющих потребности отдельных потребителей и общества в целом. Специфика потребительной стоимости заключается в том, что а) каждая технология уникальна, так как неповторима, существует в единственном числе и создается для конкретных условий производства; б) может использоваться одновременно несколькими потребителями; в) экономический эффект у потребителей одной и той же научно-технической разработки может быть различен ввиду неоднородности технико-экономических условий производства.

Стоимость товара определяется количеством рабочего времени, "которое требуется для изготовления какой-либо потребительной стоимости при наличии общественно нормальных условий производства и при среднем в данном обществе уровне умелости и интенсивности труда" (Маркс К., Энгельс Ф., Соч. 2-е изд. Т. 23. С. 47). Однако, на наш взгляд, формирование стоимости научных знаний имеет ряд особенностей. Во-первых, затраты труда на создание научных знаний — затраты труда особого рода, творческого, интеллектуального, не имеющего аналога в других сферах деятельности, а результаты этого труда разнокачественные и несоизмеримы. Во-вторых, научный труд является "всеобщим трудом", воплощающим и живой труд ученых, работающих над данной проблемой, и прошлый, овеществленный труд, который осваивается в нетоварной форме. В-третьих, результаты научной деятельности непредсказуемы: с одной стороны, 60-90 % всех научных исследований кончается неудачей, причем не по причине несостоятельности научной идеи, а прежде всего из-за коммерческой неперспективности. С другой стороны — возможно получить несколько перспективных идей и стоит проблема определения объема затрат на каждую идею. В-четвертых, уникальность научных знаний проявляется в практической невозможности одновременного появления абсолютно одинаковых технологий. Следовательно, сведение затрат на создание научно-технических знаний к общественно необходимым затратам в его понимании объективно затруднено, если вообще возможно.

Особенности научных знаний как товара находят свое отражение в процессе ценообразования, что особенно важно для белорусских производителей. Исходной точкой для определения цены является не стоимость, а потребительная стоимость, то есть способность принести полезный эффект. Именно этот эффект является стимулом для потребителя приобрести новые знания в товарной форме. Задача заключается в том, чтобы рассчитать комплексную оценку качества приобретаемых научных знаний, то есть определить величину дополнительного дохода, которая получится потребителем при внедрении в производство. Задача непростая ввиду того, что оценка должна быть определена априорно, до начала применения и реструктуризации предприятия. Традиционно применяемая в анализе производственная функция не может учесть всех аспектов, связанных с новыми научно-техническими знаниями, так как надо проанализировать множество параметров. Систему параметров можно сформировать в четыре блока. Первый связан с анализом самих знаний: степень новизны, качество, степень разработанности, защищенность патентами, разработки аналогичного профиля у конкурентов, мера опережения конкурирующих тех-

пологий и предлагаемая продолжительность жизненного цикла, вероятность утечки секретной не патентуемой и непатентоспособной информации и т.д.

Второй блок связан с изучением рынка (емкость, степень конкуренции, положение продавца и покупателя информации на этом рынке, структура потребления взаимозаменяемых товаров, величина уровня цен и возможное изменение и т.п.).

Третий блок — анализ покупателя научно-технических знаний. При этом исследуется размер и динамика объема продаж, доля на рынке, положение по отношению к конкурентам, объем прибыли, финансовое положение, структура предприятия, опыт в рекламе и организации сбыта и т.д.).

Четвертый блок связан с исследованием положения продавца научных знаний, которое осуществляется примерно по той же схеме, что и анализ покупателя. Особый упор делается на изучение научно-технического потенциала и причин продажи знаний.

Подобный анализ позволит сторонам договориться о цене, которая чаще всего устанавливается в виде периодических отчислений от объема прибыли, получаемой при использовании данных знаний за определенный период времени. Эта практика помогла бы белорусским предприятиям использовать западные технологии при перестройке производства, расплачиваясь за это будущей прибылью.

В.М. Олинович, ассистент

Белорусский государственный экономический университет

Приватизация через реструктурирование

Одна из фундаментальных проблем постсоциалистической трансформации связана с мощнейшим структурным шоком, возникающим при ничем не смягченном запуске рыночного механизма. Естественное и рациональное стремление предотвратить развал производства, максимально использовать в новых условиях созданный в обществе экономический потенциал может быть реализовано лишь при условии проведения целенаправленной промышленной политики. Инструменты такой политики многообразны.

Очевидным стало то, что Белоруссии весьма сложно будет осуществить внутреннюю трансформацию и достичь гармоничного включения в мировое рыночное хозяйство. В ходе трансформации возникает острая необходимость в структурной адаптации экономики к мирохозяйственным реалиям, к международному разделению труда. Ключом тут, очевидно, выступает развертывание конкурентных отношений между предприятиями и фирмами. Однако здесь исключительно важны фактические их размеры и региональное распределение. В нашей промышленности преобладают предприятия со значительным числом работников.

В странах Западной Европы решающую в отношении рыночных начал экономики играют средние и мелкие фирмы. Нехватка последних в Белоруссии должна быть восполнена в ходе массивного создания новых предприятий. Это позволило бы преодолеть господство предприятий монополистов, которые будут, естественно, бороться с новоявленными конкурентами.

Считалось общепринятым, что приватизация приведет к автоматической трансформации неэффективных государственных конгломератов в жизнеспособные предприятия, способных выжить и процветать в рыноч-