

## СЕКЦИЯ В

### ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

УДК 657.421+347.211

#### АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*канд. экон. наук., доцент Л. Д. Алексеева, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (ИТМО), г. Санкт-Петербург*

*Резюме – статья имеет обзорный характер. Главной целью данной статьи является информирование научной общественности о текущем состоянии учета объектов интеллектуальной деятельности на предприятии в условиях реформирования законодательства в области бухгалтерского и налогового учета в России.*

**Введение.** В настоящее время внимание крупных предприятий и малого бизнеса все больше обращено на нематериальные активы (НМА), использование которых могло бы приносить предприятиям реальные доходы. Однако, они недостаточно эффективно занимаются разработкой и применением НМА, конкурентоспособных на внутреннем и внешнем рынке. У этого обстоятельства есть как субъективные, так и объективные причины, к которым могут быть отнесены изменения, связанные с реформированием законодательства в области бухгалтерского и налогового учета. Учет НМА, имеющих определенную специфику, в процессе производственной деятельности предприятия в соответствии с Российским законодательством, до сих пор вызывает немало вопросов, которые законодатель предлагает решать с учетом применения международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), введенных в действие на территории Российской Федерации в соответствии с Приказом Минфина России [5].

Основная часть. В соответствии с законодательством [1] к НМА предприятия относятся исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности. В России средства индивидуализации приравнены законом [1] к результатам интеллектуальной деятельности, на которые установлено исключительное право интеллектуальной собственности. К средствам индивидуализации в разных странах обычно относят: фирменное наименование, наименование некоммерческой организации, товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товара, доменное имя. Понятие НМА имеет несколько аспектов: экономический, юридический и бухгалтерский. В настоящее время методику отнесения активов к нематериальным, правила их стоимостной оценки и учета их поступления, амортизации и выбытия с учетом всех особенностей определяет ПБУ 14/ 2007 [2]. Порядок отражения в бухгалтерском учете результатов интеллектуальной деятельности регулируется (фактически) двумя стандартами – ПБУ 14/2007 [2] и ПБУ 17/02 [6]. Учет объектов интеллектуальной деятельности, относящихся к НМА предприятия затруднен в условиях отсутствия в отношении них точных критериев, сложности оценки и переоценки, а также аргументации обесценения. Бухгалтерский и налоговый учет НМА в некоторых аспектах совпадают с учетом основных средств предприятия, но тем не менее имеют свои особенности. Если в нормативных актах не установлено, каким способом вести бухгалтер и налоговый учет, то при формировании учетной политики нужно обращаться в том числе к МСФО. Такое положение действует для всех организаций, поэтому изучение МСФО и применение их на практике в настоящее время для предприятий имеет очень важное значение.

Например, многие компании несут значительные затраты, определяя высокую зарплату разработчикам программного обеспечения, предполагая получить значительные выгоды в будущем. Проблема учета таких расходов нередко возникает при учете НМА, так как необходимо соблюдать принцип соответствия, а именно затраты, понесенные сегодня должны быть соотнесены с доходами в будущем. Стандарт МСФО (IAS) 38 [4] регламентирует правила учета всех НМА, за исключением НМА, охватываемых другими стандартами.

Нематериальный актив (НМА, англ. 'intangible asset') - это идентифицируемый не денежный актив без физической формы в соответствии с МСФО (IAS 38) [4]. Можно интерпретировать это определение по-разному, в зависимости от того, как оно будет применено, и поэтому в МСФО (IAS) 38 [4] приводится подробное руководство по применению этого определения. В случае создания НМА собственными силами предприятия в учете могут возникнуть весьма сложные ситуации, и поэтому МСФО (IAS) 38 [4] предлагает конкретные рекомендации для учета созданных компанией нематериальных активов. В отношении исследований существует следующее определение (англ. 'research') - это изыскания, с помощью которых необходимо приобрести некоторые информационные знания. Капитализировать расходы на исследования нельзя, в учете они должны быть отнесены к прибылям или убыткам по мере возникновения. Любые технико-экономические обоснования, оценивающие, является ли проект жизнеспособным или нет, являются исследованиями и должны быть отнесены на расходы в составе прибылей и убытков, независимо от их размеров и от того относятся они к собственным исследованиям или к исследованиям, проводимым сторонними организациями.

На стадии разработки (англ. 'development'), которые обычно осуществляются после этапа исследований, предприятия планируют или разрабатывают новую продукцию. Необходимо отличать разработки и исследования,

так как расходы на разработки при соблюдении определенных условий можно капитализировать, а именно: вероятны будущие экономические выгоды от актива, намерение завершить разработку НМА и использовать (продать актив), наличие достаточных и доступных ресурсов для завершения разработки и использования (продажи актива), возможность использования (продажи актива), техническая осуществимость стадии разработки, затраты на разработки можно надежно оценить.

Проверка НМА на обесценение и проведение самого обесценения предполагает сложный механизм действий, который предполагает участие компетентных специалистов, обладающих знаниями в области не только экономического анализа, но и грамотного понимания МСФО (IAS)36 [3]. Кроме того, нельзя применить переоценку для таких НМА как бренды, фирменные наименования, патенты, товарные знаки и аналогичные активы. Причина состоит в их специфичности и уникальности и отсутствия их на активном рынке.

**Заключение.** В соответствии с Программой разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета (ФСБУ) разработан проект бухгалтерского стандарта «Нематериальные активы», учитывающий положения, применяемые в международном учете. Дата вступления в силу для обязательного применения стандарта предположительно установлена – 2020 год. Необходимость внедрения данного нормативного документа актуальна и аргументирована сложными вопросами учета, возникающими в отсутствие однозначно сформулированных положений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Раздел VII «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации» Части IV Гражданского Кодекса Российской Федерации.
2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007): приказ Минфина России от 27.12.2007 № 153н (ред. от 16.05.2016).
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 36 «Обесценение активов» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н, Приложение № 23).
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н, Приложение № 25).
5. Приказ Минфина России от 28.12.2015г. № 217 н «О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации».
6. Приказ Минфина России от 19.11.2002 № 115 н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы» ПБУ 17/02».

УДК 658.74:339

### МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «РОГАЧЕВСКИЙ МКК»

*канд. техн. наук, доцент Б.М. Астрахан, А.В. Пропольская, магистрант БНТУ, г. Минск*

*Резюме – Рассмотрены пути совершенствования маркетинговой деятельности в сфере продвижения молочных продуктов ОАО «Рогачевский МКК». Разработана рекламная кампания, создание тизерного Интернет-сайта. Рассчитана экономическая эффективность рекламной кампании. Предложены мероприятия, которые экономически эффективны, решают основные проблемы предприятия – недостаточную структурированность и эффективность управления маркетингом и служат базой для создания постоянно действующей системы продвижения конкретных продуктов.*

**Введение.** Анализ маркетинговой деятельности ОАО «Рогачевский МКК» показал необходимость проведения рекламной кампании в Интернете в сфере продвижения молочных продуктов МКК. Целью создания и продвижения тизерного Интернет-сайта ОАО «Рогачевский МКК» является осуществление с его помощью следующей маркетинговой деятельности: продвижение и брендрования молочных продуктов ОАО «Рогачевский МКК»; создание интереса к молочным продуктам ОАО «Рогачевский МКК»; осуществление обратной связи с потребителями; проведение маркетинговых исследований; формирование положительного имиджа предприятия.

**Основная часть.** Рекламная кампания молочных продуктов ОАО «Рогачевский МКК» будет включать следующие элементы: регистрация тизер-сайта в поисковых каталогах и информационных каталогах и информационных порталах сети Интернет; регистрация тизер-сайта в поисковых системах; проведение рекламной кампании молочных продуктов ОАО «Рогачевский МКК» в сети Интернет [6]. В рамках реализации рекламной кампании предлагается воспользоваться следующими видами рекламы, ориентированной на профессиональную аудиторию: контекстная реклама; баннерная реклама. На основании проведенных нами исследований был сделан вывод, что наиболее популярными рекламными площадками являются *yandex.by*, *tut.by*, *onliner.by*, которые и будут задействованы в рекламной кампании. Рекламную кампанию планируется реализовать следующим образом: графический баннер 468×60 в результатах контекстного поиска *yandex.by*; баннер 468×60 в результатах поиска *tut.by*; баннер-растяжка на всех ресурсах портала *onliner.by* [4].