

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

С приветствием к участникам Второго международного студенческого научного форума региональных университетов выступили:

проректор по научной работе УО БрГТУ к.ф.м.н., доцент В.С. Рубанов;
декан экономического факультета УО БрГТУ к.т.н., профессор А.П. Радчук

**С докладом «Неосязаемые активы предприятия и их влияние на бухгалтерский учет и финансы» выступил
руководитель СНЭО «ЭКОМ», зав. кафедрой БУАиА, к.э.н., доцент В.С. Кивачук**

УДК 657

НЕОСЯЗАЕМЫЕ АКТИВЫ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ФИНАНСЫ КИВАЧУК ВАСИЛИЙ САЗОНОВИЧ

Одной из задач системы бухгалтерского учета как определяющего элемента управления активами [1] является установление оптимального уровня раскрытия информации о них. Тезис о том, что «чем более открыта система учета – тем лучше всем» не выдержал критики в период социализма и привел к развалу экономики бывшего СССР. Полная закрытость, которую демонстрировало в шестидесятые годы правительство Албании и в настоящее время КНДР, подтверждает, что истина находится где-то посередине или может смещаться в зависимости от политических целей отдельных государств. Одни ученые в области теории бухгалтерского учета считают, что увеличение открытости повысит достоверность рыночной оценки предприятия, другие – приведет к застою в связи со снижением уровня конкуренции между товаропроизводителями. Сведения о данных активах относятся к конфиденциальной информации, имеют особую ценность и приносят доход до тех пор, пока не могут быть использованы другими субъектами хозяйствования.

В последнее десятилетие к категории успешных, в большинстве случаев, относятся предприятия, которые проявляют особые способности в соблюдении принципа скрытности как по отношению к отражаемым активам, так и в активном формировании неосязаемых активов. Причем наличие определенной величины «неучитываемых» активов является для предприятий гарантией сохранения бизнеса как такового.

Появление нового товара в последнее время становится маркетинговой новостью на рынках средств коммуникации, автомобилестроения, компьютеров, лекарств и многих других товаров. Указывается конкретная дата начала массовой продажи изделия в десятках стран, их цена, достоинства перед действующими моделями. Какбы между прочим сообщается, что данный товар разрабатывался 3-5 лет, проведены большие научные исследования, что позволило создать особые потребительские качества, и что предыдущая модель с настоящего времени или в скором времени будет снята с производства, просуществовав в лидерах продаж 1-2 года (примеры по фирмам Японии, Германии, США – SONY, Canon, BMW, HP и др.).

Возникает естественный вопрос: какая часть затрат данных предприятий, являющихся лидерами рынка, скрывается от публичной отчетности для поддержания успеха бизнеса? И являются ли данные действия предпринимателя сокрытием информации в рамках МСФО?

В части теневой экономики мы должны признать, что в рамках экономических отношений при любой известной форме организации производства она есть де-факто. Ее наличие можно объяснить одним из основополагающих принципов предпринимательства – принципом скрытности. Там, где основой производства являются рыночные отношения, там неизбежно наличие теневой экономики на уровне предприятия, как основного субъекта принципа скрытности [2].

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ УХОДА БИЗНЕСА В ТЕНЬ:

- ✓ возрастающая конкуренция;
- ✓ программы по снижению риска возможного банкротства;
- ✓ работа партнеров в теневом секторе (поставщиков сырья, оптовых покупателей и т.д.);
- ✓ человеческая алчность.

Здесь мы должны рассмотреть категорию «предприниматель», поскольку она является определяющей для дальнейшего исследования.

К предпринимателям следует относить всех, кто выполняет названную функцию, в том числе работников организации, а также и тех, кто реализует инновационную функцию импульсивно, эпизодически: экономистов, финансистов, юристов, консультантов и пр.

Предпринимательство, по мнению Й. Шумпетера, не может рассматриваться как профессия, т. к. в этом статусе невозможно находиться длительное время [3].

Также весьма условным является и идентификация предпринимателей как класса – данная группа не имеет собственной классовой позиции, правда, предпринимателей отличает особый стиль жизни [4].

Особенностью предпринимателей как общественной группы граждан является ее принципиальная немногочисленность.

Предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности [5].

Практически все предшественники Й. Шумпетера видели в качестве ведущих мотивов предпринимательской деятельности прибыль. Й. Шумпетер одним из первых представил развернутую трактовку неэкономических мотивов предпринимательства и выделил три основные группы таких мотивов [6]:

– стремление иметь «свою империю»:

быть полновластным господином в собственном предприятии, которое предприниматель сам конструирует и сам строит, и которое, в случае успеха, полностью отвечает его запросам, потребностям, ценностям;

– воля к победе:

возможность в рамках собственного «дела» доказать собственную состоятельность, проявить мужество, ум, стойкость в борьбе с конкурентами и другими факторами среды, реализовать себя как личность;

– радость творчества:

возможность заниматься любимым делом, полностью соответствующим индивидуальным интересам и установкам, возможность видеть конкретные результаты собственных усилий. При этом ключевыми в мотивации предпринимателя являются не факторы результата деятельности (полученный доход, общественное признание, статус и т. п.), а факторы процесса предпринимательской деятельности (поиск нового, возможности для проявления личностных качеств, борьба и преодоление препятствий на пути к успеху и т. д.) [7].

Все указанные мотивы формируют значительную часть неосязаемых активов предприятия. [8]. Соотношение между информационными уровнями представлено на рисунке.

По вертикали расположены объекты бухгалтерского учета в зависимости от уровня раскрытия информации. Сведения об объектах, расположенных выше нулевого уровня, формируются в системе традиционного бухгалтерского учета и сгруппированы по мере снижения уровня аналитичности: валюта баланса, статьи актива и пассива баланса, синтетические и аналитические счета, забалансовые счета. Объекты, расположенные ниже нулевого уровня, являются неосязаемыми активами и теневым оборотом предприятия, наличие которых не всегда полностью осознается менеджментом предприятия и информация о которых скрыта от внешних пользователей.



Рисунок – Схема иерархии уровней аналитичности бухгалтерской информации

Особый интерес с позиции неосязаемых активов (и пассивов) представляет часть учетной информации, которая не отражается в бухгалтерском учете осознанно для реализации определенной цели. Факты наличия теневой экономики в государстве подтверждают все страны, как на уровне государства в целом, так и на уровне предприятия и домашних хозяйств.

Теневая экономика – это экономическая деятельность, скрываемая от общества и государства, находящаяся вне государственного контроля и учёта. Теневая экономика – это экономические взаимоотношения граждан общества, развивающиеся стихийно, в обход существующих государственных законов и общественных правил.

Доходы этого предпринимательства скрываются и не являются налогооблагаемой экономической деятельностью. По сути, любое предпринимательство, результатом которого является сокрытие доходов или уклонение от уплаты налогов, может считаться теневой экономической деятельностью.

Оценки величины теневой экономики значительно различаются в зависимости от стран. Количественные оценки её масштабов, по оценке Госкомстата России колеблются от 25% ВВП до 40-45%. По нашим оценкам, наличие теневой экономики в других странах бывшего СССР имеет близкие к российским значения.

«Стена» между активом и пассивом баланса предприятия имеет динамическое свойство в зависимости от ряда факторов (девальвация, дефолт и др.).

Основным объектом сокрытия является полученная нелегально выручка от реализации теневой продукции, зарплата и неуплаченные налоги.

Приведенная иерархия уровней аналитичности учетных данных может быть использована для определения влияния качества учетной информации на достоверность рыночной оценки предприятия. Осознание и выявление менеджментом «неосязаемых активов» компании, формирование системы их внутреннего учета позволят повысить объективность оценки стоимости предприятия. Формирование системы управления такими активами даст возможность существенно влиять на рыночную стоимость, регулируя объем публичности сведений о «неосязаемых активах», смещая нулевой уровень. Менеджер получает инструмент влияния на капитализацию акций, которая в зависимости от текущих целей компании может быть умышленно завышена или занижена. Сделав доступной для инвесторов информацию о части неосязаемых активов, способствующую росту курса акций, менеджер увеличивает рыночную капитализацию компании. В то же время смещение активов и обязательств в сферу неосязаемых формирует условия для финансового и экономического кризиса, так как сокрытие негативных возможных последствий приводит к необоснованным ожиданиям инвесторов и завышению рыночной цены как анализируемого предприятия, так и инвесторов и акционеров.

Принцип скрытности в бизнесе.

Возможность проявлять гибкость при работе с капиталом является одним из важных приемов по его защите. То, что капитал собственнику необходимо защищать, является догмой – все хотят быть богатыми и здоровыми, а капитал представляет ценность для большинства людей, иначе он не был бы капиталом. Собственник капитала может потерять свой капитал различными способами – прямое хищение, вымывание капитала в связи с действиями государства и конкурентов, влияние рынков и т.д. Однако сохранение тайны о реальной норме прибыли является главным мотивом в защите капитала. Высокая норма прибыли, как магнит, привлекает не только действующий капитал, приводя к его переливу в данную сферу бизнеса, она может «оживить» капитал, находящийся в настоящее время в пассивной форме (форма сокровищ или консервации), стимулировать его переход из формы сокровищ или депозитов в производственную форму. Это неизбежно приведет к росту конкуренции, производству и потерям капитала у первоначального собственника.

Принцип скрытности имеет двухстороннюю направленность действий.

1 – скрывать истину (переводить в неосязаемые активы, тем самым занижать отражаемую стоимость активов предприятия;

2 – приукрашивать действительность (завышать потребительские качества товара или услуги)

В одних условиях деятельности капитала предприниматель должен скрывать прибыль, чтобы не привлекать конкурентов, в других – отражать максимальную прибыль (в ряде случаев – не отражающую действительность, завышенную) и скрывать затраты. В таких случаях капиталу выгодно отразить высокую норму прибыли и «отпугнуть» от участия в этом бизнесе конкурентов и последователей.

Главное, что мы вынуждены признать, это то, что в условиях рыночных отношений обязана быть скрытость новых приемов и технологий производителя продукции от конкурентов и общества. Цель поддержания скрытности – получение повышенной нормы прибыли в период до широкого распространения новых технологий. Для потенциального потребителя предназначена рекламная компания, которая предполагает сообщение о новом продукте, имеющем определенные потребительские или ценовые преимущества по сравнению с продукцией конкурентов.

Успешное продвижение нового товара или торговой марки является наилучшей иллюстрацией этого явления. Более того, есть средства, доступные удачливому предпринимателю, — патенты, «стратегия» и т. п., — которые позволяют продлить существование его монополистического или квазимонополистического положения, а также сильно мешают конкурентам «догнать» его» [9].

Результат применения новых технологий позволяет собственнику бизнеса иметь повышенную норму прибыли, которая направляется на дальнейшее опережающее развитие технологии и новых видов товаров и услуг. Использование части прибыли на производственную и фундаментальную науку, расширение маркетинговых исследований, капитальные вложения в подготовку кадров, обеспечение работникам дополнительных социальных гарантий, обеспечение коммерческой тайны, оплата услуг аудиторских фирм и другие аналогичные цели, позволяют снизить декларируемую норму прибыли до социально справедливой. Частичное включение указанных затрат в себестоимость продукции позволяет процветающему бизнесу (читай – капиталу) одеть серые одежды. Не дать обществу возможности усомниться в справедливости цены на товары и услуги, даже если они высоки – вот результат действия принципа скрытости.

Люди всегда проявляют интерес к ранее не решенным проблемам. Особенно, если решение определенной проблемы позволяет получить определенные преимущества по отношению к другим людям.

"В любой реальной и живой экономике любое действующее лицо всегда является предпринимателем" [10].

Если человек знает, чего следует ожидать от своего соседа или сотрудника по работе, то его действия можно полностью объяснить на «...основе экономически рациональной деятельности, оптимального распределения ресурсов и максимизации» и логики. Его планы предсказуемы, повторяемы и, почти всегда, имеются варианты по их опережению. Получение прибыли, а тем более сверхприбыли возможно только в условиях обмена, когда каждая из сторон считает себя в выигрыше. Для этого необходимо продать товар по цене выше, чем реально оценивает ее продавец, купить товар по цене ниже, чем оценивает ее покупатель. Если продавец расскажет покупателю, сколько он затратил денег на производство и доставку товара, то сделка может не состояться.

В реальной обстановке в любой данный момент времени существует определенное количество товаров одного вида, которые продаются на рынке по разным ценам.

Этапы внедрения предпринимательской возможности:

Первый этап – выявление товара на рынке, который продается по разным ценам.

Предприниматель замечает эту разницу цен до того, как это сделают другие.

Второй этап – защита данной информации от других предпринимателей и общественности, которые готовы также ее использовать в своих предпринимательских целях.

Третий этап – осуществление неиспользуемой возможности для производства товаров и услуг, их продвижение, реализация, получение сверхприбыли.

Четвертым этапом является – поиск новой неиспользуемой возможности.

Пятым этапом методом созидательного разрушения перейти от первой неиспользуемой возможности ко второй неиспользуемой возможности.

Цикл замкнулся.

Для повышения защищенности информации предпринимателю необходим «информационный шум», маскирующий ту часть информации, которая ему нужна для целей бизнеса. При этом используются средства массовой информации, «утечка» искаженной информации, соответствующие интервью и др.

Озвучивание или печать этих вариантов приводит к потере их ценности. Практически в средства массовой информации попадают сведения о методах эффективной деятельности предпринимателя после завершения их использования. Это некрологи на прошлые предпринимательские идеи, которые принесли на определенном этапе сверхприбыль [13].

«Экономика – это сложный, динамический, многомерный и эволюционирующий объект, поэтому изучать ее трудно. Как общество, так и общественная система изменяются со временем, законы меняются, происходят технологические инновации, поэтому найти в этой системе инварианты непросто. Временные ряды коротки, сильно агрегированы, разнородны, нестационарны, зависят от времени и друг от друга, поэтому мы имеем мало эмпирической информации для изучения. Экономические величины измеряются неточно, подвержены значительным позднейшим исправлениям, а важные переменные часто не измеряются или ненаблюдаемы, поэтому все наши выводы неточны и ненадежны. Экономические теории со временем меняются, соперничающие объяснения сосуществуют друг с другом, и поэтому надежная теоретическая основа для моделей отсутствует» [14].

Каждый из присутствующих участников форума является душой предпринимателем. Вы приехали к нам на форум, чтобы:

1) представить свою идею, которая после обсуждения доклада и доработки может стать научным направлением на многие годы. Вы создаете свою империю;

2) состязаться вы будете не с теми студентами, которые остались в ваших учебных группах, а конкурировать с лучшими студентами многих университетов стран-участников форума. Воля к победе вам необходима;

3) каждый из вас ощутит радость творчества в научных исследованиях.

Вернемся к теме доклада. Какие выводы мы можем сформулировать?

Неосвязаемые активы имеются на каждом предприятии. Они могут иметь знак «плюс» или «минус».

Дебетовое сальдо неосязаемых активов является гарантом стабильной деятельности предприятия.

Кредитовое сальдо неосязаемых активов переводит их в категорию обязательств и возникает при накоплении задолженности перед экосистемой, перед персоналом, перед государством, другими кредиторами. Поскольку это не отражается в публичной отчетности, данные обязательства создают основу для возможного банкротства предприятия.

Научная гипотеза: мы считаем, что в связи с дальнейшим развитием глобализации все большее значение в деятельности предприятий будут иметь активы, имеющие высокую мобильность и потенциал для возможного перемещения в пространстве и времени с целью победы в конкурентной борьбе. Это может привести к существенному изменению структуры активов на протяжении одного отчетного периода. Причиной этого может быть более активный процесс движения активов предприятия в неосязаемые или обратно в балансовые. Под активами мы понимаем имущество и средства предприятия, приносящие прибыль в настоящее время или в будущем (авт.).

Список цитированных источников

1. Теоретические основы управления субъектами хозяйствования в условиях глобализации экономики: монография / Коллектив авторов; под общей редакцией В.С. Кивачука – Брест: Издательство БрГТУ, 2008. – 415 С.
2. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2007. – С. 174.
3. Там же. – С. 175.
4. Там же. – С. 177-183.
5. Там же. – С. 193.
6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m497/2_3.htm - _ftn51. Дата доступа 18 декабря 2012 г.
7. Дружинина, Е.О. Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа / Е.О. Дружинина, В.С. Кивачук // Международный сборник научных работ. Выпуск 2 (17). – Житомир: ЖДТУ, 2010. – С.142-151.
8. Шумпетер, Й.А. История экономического анализа / Й.А. Шумпетер.: в 3-х т. / Пер. с англ. под ред. В.С. Автомонова. – СПб.: Экономическая школа, 2004 – С.1184.
9. Мизес, Л. фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. – М.: ОАО НПО Экономика, 2000. – С. 239.
10. Там же. – С. 218.
11. Сорос, Дж. Алхимия финансов. – М.: ИНФРА – М. 1999. – 416 с.
12. Hendry, D.F. Dynamic Econometrics, Oxford University Press. – 1995.