

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На вопрос модерна «иметь или быть» постмодерн отвечает: «Быть посредством «иметь». Потребительская психология во многом культивируется благодаря манипулятивным технологиям, и первенство здесь принадлежит рекламе.

В НОМЕРЕ:

- ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРНЫЕ СТРУКТУРЫ
- ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
- ОЦЕНКА АДАПТИВНОЙ ГИБКОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
- ДВА ПУТИ КАПИТАЛИЗАЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
- КЛИЕНТЕЛЛА: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ

НАУЧНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЖУРНАЛ
«БИЗНЕС ИНФОРМ»
№ 3(2) '2010 г. (380)

Выходит 1 раз в месяц

Издается с января 1992 г.

Свидетельство о регистрации
№ 7737 от 19.08.2003 г.

УЧРЕДИТЕЛЬ:

ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИЗДАТЕЛЬ:

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ИНЖЭК»

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор: д-р экон. наук, проф.

В. С. Пономаренко

Научный редактор: д-р экон. наук, проф.

Н. А. Кизим

Зам. гл. редактора: д-р экон. наук, проф.

А. Н. Тищенко

Выпускающий редактор:

Л. М. Либуркина

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

д-р экон. наук, проф.

Благуи И. С. (Ивано-Франковск)

д-р экон. наук, проф.

Булеев И. П. (Донецк)

д-р экон. наук, проф.

Заруба В. Я. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Иванов Ю. Б. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Клебанова Т. С. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Ковальчук К. Ф. (Днепропетровск)

д-р экон. наук, проф.

Орлов П. А. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Тищенко А. Н. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Узунов В. Н. (Симферополь)

д-р экон. наук, проф.

Христиановский В. В. (Донецк)

**В журнале могут публиковаться основные
результаты диссертационных работ по
экономическим наукам**

Журнал реферируется Книжной палатой
Украины, Институтом проблем регистрации
информации, Национальной академией
Украины (Киев), Институтом научной
информации по общественным наукам
(Москва)

**З ПЕРЕЛІКУ НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАНЬ
УКРАЇНИ, В ЯКИХ МОЖУТЬ ПУБЛІКУВАТИСЯ
РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЙНИХ РОБІТ
НА ЗДОБУТТЯ НАУКОВИХ СТУПЕНІВ ДОКТОРА
ТА КАНДИДАТА НАУК
(Затверджено постановою президії ВАК України
від 16.12.2009 р. № 1-05/6)**

Журнал «Бізнес Інформ» (Харківський національ-
ний економічний університет МОН України)

Бюлетень ВАК України, № 1, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Сардак С. Э. Раскрытие экономического
потенциала Украины путём активизации развития
человеческих ресурсов 3

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Колесник О. П. Современное состояние нормативно-
правовой базы научно-технической
и инновационной деятельности Украины 7
Иванов Ю. Б. Олейник А. Д. К вопросу
формирования инновационных кластерных
структур в химической промышленности 12
Галушко А. В. Проблемы и тенденции развития
национальной инновационной системы Украины 15

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Войтович А. Д. Анализ показателей социально-
экономического развития регионов на основе
панельных данных 17

ЭКОНОМИКА ТРУДА И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Тимушева Н. Ю. Основные модели социальной
политики 22

ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И АПК

Волынский Г. С., Торкатюк В. И. Два пути
капитализации сельского хозяйства 24

ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ

Коваль И. Н., Белан Е. В., Сериков А. В.
Исследование организационно-экономических
проблем современного украинского
репертуарного театра 32

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

Зима А. Г. Событийный, деловой, корпоративный
туризм 36
Шевчук В. В. Эффективная структура тарифа
на жилищно-коммунальные услуги как цель
ценообразования 39

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Богун А. А. Конкурентные преимущества многонациональных предприятий.....	42
Олейник Т. В. Формирование методического подхода к оценке адаптивной гибкости предприятия ..	45
Цыбульская Э. И., Гавриленко Т. С. Диагностика финансового равновесия предприятия в условиях нестабильной бизнес-среды	48
Цыбулько Д. И. Техническое перевооружение как форма технического развития предприятия: сущность и взаимосвязь категорий	53
Мозенков О. В., Михалицкая Н. Я., Мищенко В. А. Проблемы прогнозирования банкротства предприятий с корпоративными правами	56
Кузьмин О. Е., Мельник О. Г. Комплексная диагностика развития машиностроительных предприятий	60
Остапенко А. В. Клиентелла: понятие, сущность, значение	67
Мартиянова М. П., Ширина Т. Г. Нематериальные активы предприятия	71

ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Еськов А. Л., Ковалевская О. С. Разработка методики и формирование механизма управления экономическим кластером	73
---	----

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Сталинская Е. В. Инструменты формирования и реализации стратегии предприятия	78
Персток Т. Ю. Финансовый лизинг как инструмент антикризисного управления предприятием	82
Бардадым О. И. Методическое обеспечение мотивации инновационно активного персонала предприятия	87
Куликов П. М. Теоретические подходы к управлению организационными изменениями предприятия	97
Остропольская З. Н. Коммуникационные технологии в системе маркетинговой деятельности	102
Одинцов М. М. Механизмы регулирования спроса и предложения на продовольственном рынке	108
Дорошенко М. А. Использование финансовых инструментов в системах мотивации управленческого персонала	111

ИНФОРМАЦИЯ

Аннотации.....	115
Сведения об авторах	118
Информация для авторов.....	120

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

Украина, 61001, Харьков,
пер. Инженерный 1а,
Библиотечный корп., 2 эт., к. 203
Тел./факс (057) 758-74-31

АДРЕС ИЗДАТЕЛЯ:

Украина, 61140, Харьков,
пр. Гагарина, 20, оф. 2227
Тел./факс (057) 703-40-21, 732-09-59

ПОДПИСКА:

- у Издателя;
- **Агентство «Меркурий»:**
49056 Днепропетровск, Набережная
Ленина, 15-а, оф. 39. Тел. (056) 744-16-61,
744-72-87, 778-52-85

ДЛЯ ПИСЕМ:

61050, Харьков, а/я 870
Редакция журнала «Бизнес Информ»
Науковий інформаційний журнал
«БІЗНЕС ІНФОРМ»

Видається 1 раз на місяць
Мова видання – російська

Адреса редакції:

Україна, 61001, Харків,
пров. Інженерний 1а,
Бібліотечний корп., 2 пов., к. 203

Адреса видавця та виготовлювача:

Україна, 61001 Харків,
пр. Гагаріна, 20

Рекомендовано к печати решением
ученого совета ХНЭУ № 5 от 29.03.10 г.

Сдано в набор 20.02.2010 г.

Подписано в печать 26.03.2010 г.

Формат 60 x 84/8.

Печать ризографическая.

Усл.-печ. л. 15,0. Уч.-изд. 19,5.

Отпечатано в ИД «ИНЖЭК»

Заказ № 467. Тираж 300 экз.

© БИЗНЕСИНФОРМ, 2010

НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

МАРТЯНОВА М. П.

кандидат экономических наук

ШИРИНА Т. Г.

Харьков

Одним из принципиально новых объектов украинского предпринимательства являются нематериальные активы. Сегодня даже начинающий предприниматель строит свой бизнес, осознавая необходимость создания его материальной (основные средства и оборотные фонды) и нематериальной составляющей (патенты, лицензии, торговые марки, «ноу-хау» и т. п.). При этом развитие, а значит и увеличение стоимости предприятия, происходит за счет обеих составляющих. Сегодня в условиях «интеллектуальной революции» наблюдается значительное превышение доли нематериальной компоненты в стоимости действующих предприятий. Известны случаи, когда стоимость предприятия более чем на 90% состоит из нематериальной компоненты. Так например, нематериальные активы составляют 96% стоимости предприятия Coca-Cola. [1]

Проблеме определения сущности и содержания понятия «нематериальные активы», их значению в деятельности предприятия посвящены работы таких ученых, как А. Алексеевой, В. Бабича, А. Герасимовича, Н. Дороша, В. Завгородного, Д. Кетлета, Г. Кирейцева, В. Линника, Г. Олеховича, И. Олсона, В. Паляя, Е. Петрика, В. Сопка, А. Шатковской, А. Шнейдмана, Lee J., Seidler D.

Несмотря на значительное количество научных публикаций и разработок, значение нематериальных активов отечественными предприятиями еще не достаточно оценено. Так, соотношение нематериальных и материальных активов за 2009 год ОАО «Полиграфкнига» корпоративное предприятие ДАК «Укриндполиграфия» составляет 2 и 98% соответственно, ОАО «Генеральное агентство по туризму «Интурист-Киев» – 1 и 99%, НАК «Энергетическая компания Украины» – 5 и 95% [2]. То есть, нематериальные активы попросту игнорируются отечественными предприятиями. По мнению авторов, это происходит по ряду причин:

1. Несовершенство подходов к оценке нематериальных активов предприятия. Для

переходного этапа экономики Украины и практики учета характерно значительное отставание учета и аудита нематериальных активов от потребностей хозяйственной практики. Так, согласно П(С)БУ № 8 расходы на исследования, на рекламу и продвижение продукции на рынке, на повышение деловой репутации не признаются активами, а списываются на затраты отчетного периода, хотя и связаны с будущими экономическими выгодами. Также проблемой является оценка нематериальных активов, созданных самим предприятием, поскольку стоимость данных активов определяется как сумма расходов на оплату труда, прямых материальных расходов и прочих расходов, связанных с их созданием, что не всегда является объективным отражением значения этих нематериальных активов в производственной деятельности. Учитывая то, что бухгалтерская информация является одним из самых важных источников информации, которые используются при оценке бизнеса и принятии решений относительно инвестирования в то или иное предприятие, этот вопрос приобретает особое значение.

2. Нестабильная экономическая ситуация в Украине и экономический кризис. В 2008 и 2009 году экономика Украины охарактеризовалась таким кризисными явлениями, как значительный уровень инфляции, девальвация национальной валюты, снижение платежеспособности населения. В этих условиях предприятия не могут выделять значительные средства на научные разработки и покупку прав интеллектуальной собственности.

3. Непонимание большинством предпринимателей всех выгод связанных с нематериальными активами. Понятие «нематериальные активы» начало применяться с 1998 года в международном стандарте бухгалтерского учета 38 «Нематериальные активы» и национальном положении (стандарте) бухгалтерского учета №8 «Нематериальные активы». Так согласно П(С)БУ №8 нематериальный актив – немонетарный актив, который не имеет материальной формы, может быть идентифицирован и содержится предприятием с целью использования на протяжении периода более одного года (или одного операционного цикла, если он превышает один год) для производства, торговли, в административных целях или предоставления в аренду другим лицам [3]. И исторически сложилось, что предпринимательство в Украине

строилось в основном на материальной составляющей и в связи с этим вхождение нового вида активов в отечественную практику предпринимательства затруднительно. Зачастую предпринимателям трудно осознать, как что-то, что не имеет вещественной формы, может приносить колоссальные прибыли.

4. Недооценивание такой категории, как гудвилл. В отличие от мировых стандартов бухгалтерского учета согласно П(С)БУ № 8 гудвилл не относится к нематериальным активам. В высококонкурентной среде, где присутствует огромное количество идентичных товаров и услуг, и потребитель зачастую выбирает не умом, а сердцем, все большее значение приобретает «репутационная» составляющая товара. Все чаще решение о покупке принимается потребителем из расчета, насколько предприятие-производитель товара является социально ответственным. Репутация для коммерческих организаций означает прибыль, поэтому гудвилл является важной составляющей нематериальных активов. Но украинские предприниматели только начинают говорить о том, как важна для них репутация, о том, что им не все равно, с каким предприятием они сотрудничают, и что представляет собой сотрудник, которого они нанимают на работу [4].

Для улучшения сложившейся ситуации на рынке нематериальных активов необходимо прибегнуть к следующим мерам:

1. Расширить действующую модель учета нематериальных активов и изменить систему их оценки. Дополнить бухгалтерскую отчетность новыми формами.

2. Усовершенствовать правовую защиту результатов интеллектуальной деятельности.

3. Внести такую категорию, как гудвилл, в П(С)БУ № 8 и определиться с методами его оценки на основе использования мирового опыта.

4. Ввести на государственном уровне систему налоговых льгот для предприятий, которые занимаются инновационной деятельностью.

5. Создать гармоничное законодательство и механизм правового обеспечения процесса коммерциализации объектов интеллектуальной собственности [5].

В заключение необходимо отметить, что в реалии украинской экономики таковы, что для расширения своих возможностей многим предприятиям необходимо искать новые, более эффективные активы. Всестороннее осмысление и введение в практику нового вида активов. Такими активами становятся нематериальные активы. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Презентация по RM-<http://www.pr-sp.ru/main/presentations/present2.html>
2. Общедоступная информационная база данных-<http://www.stockmarket.gov.ua/ua>
3. Национальные положения (стандарты) бухгалтерского учета. Нормативная база. Новая редакция.- Х.: Курсор, 2009.- 293 с.
4. **Мартянова М. П.** Роль репутационного менеджмента для современных предприятий / Мартянова М. П., Ширина Т. Г. // Проблемы формування нової економіки XXI століття: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф.