

УДК 330.142.212

*И. В. ПРИЙМАЧУК*

*Брестский государственный технический университет*

## **МОДЕЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕЛИЧИНЫ НЕОСЯЗАЕМЫХ АКТИВОВ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выделены основные характеристики предпринимательской способности по Й. Шумпетеру, определена роль и особенности предпринимательского и непредпринимательского поведения по И. Кирцнеру. Даны определения финансовой категории «неосязаемые активы», выделены их основные свойства, разработана модель определения величины неосязаемых активов.

Формирование инновационного пути развития Республики Беларусь неразрывно связано с исследованием новейших тенденций в сфере создания конкурентоспособной продукции, выявлением элементов инновационной политики современного частного предприятия, нацеленных на подготовку действующего бизнеса к будущим изменениям в региональном и глобальном контексте. Республика Беларусь находится под воздействием процессов глобализации. Эта тенденция меняет ход инновационных процессов, формирует новые модели инноваций, изменяет ресурсное обеспечение деятельности современного частного предприятия.

В настоящее время, по нашему мнению, именно неосязаемые активы во многом обуславливают возникновение уникальных конкурентных преимуществ предприятия и определяют его рыночную стоимость.

В этой связи степень влияния неосязаемых активов на результативность функционирования современного предприятия возрастает и в ряде случаев начинает превышать роль материальных и финансовых активов.

Получение дополнительного дохода за счет уникальных конкурентных преимуществ, приобретенных вследствие использования неосязаемых активов, становится объектом внимания современных предприятий, поскольку именно эти преимущества способны сыграть решающую роль в повышении конкурентоспособности белорусских предприятий.

В настоящее время наиболее остро встает вопрос об эффективности внутрифирменного управления неосязаемыми активами и о необходимости разработки специальных управленческих методов и инструментов, позволяющих сформировать действенные организационно-экономические механизмы накопления неосязаемого капитала отечественными предприятиями.

Рассмотрим основной предмет неоклассической экономической науки – предпринимательская способность – в контексте нашего исследования.

Предприниматели, согласно определению Й. Шумпетера, – это хозяйственные субъекты, функцией которых является осуществление новых комбинаций и которые выступают как активные субъекты предприятия [1, с. 169–170]. При этом Й. Шумпетер полагает, что традиционное ограничение круга предпринимателей только лишь «самостоятельными субъектами» (частными лицами), в принципе, неверно. 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.

Статусный аспект идентификации предпринимателя Й. Шумпетером, не только не принимается в расчет, но представляется Шумпетеру принципиально неверными [1, с. 170]. Существенным оказывается только функциональный аспект идентификации. В качестве предпринимателя признается только, лицо осуществляющее инновацию (новую комбинацию), и оно перестает быть таковым, как только учрежденное им «дело» начинает дальше функционировать как стабильная система.

Предпринимательство, по мнению Й. Шумпетера, не может рассматриваться как профессия, т. к. в этом статусе невозможно находиться длительное время [1, с. 174]. Также весьма условным является и идентификация предпринимателей как класса – данная группа не имеет собственной классовой позиции, правда предпринимателей отличает особый стиль жизни [1, с. 175].

Особенностью предпринимателей как общественной группы является ее принципиальная немногочисленность. Предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности [1, с. 177–183].

По своим деловым качествам, ценностям, корпоративным нормам поведения менеджеры представляют собой противоположность индивидуальным предпринимателям. Им чужды индивидуализм, жесткость, способность рисковать, соперничество и властолюбие. Напротив, им присущи стремление работать «в команде», коллективизм, осознание ценности сотрудничества. Принципиально отличны и интересы предпринимателей и менеджеров. Индивидуальный владелец капитала, как правило, стремился к получению максимальной прибыли. Для менеджеров гораздо важнее сохранение условий получения стабильного дохода и гарантии сохранения своего социального положения. Поэтому в процессе управления корпорацией высший менеджмент стремится отстранить владельцев капитала (акций) от процесса принятия решений, обосновывая данную тенденцию их некомпетентностью.

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 [1, с. 193]:

- 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.).

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что Шумпетер внес большой вклад в развитие представлений о неосязаемых активах.

Если рассматривать экономическую активность человека, осуществляющую в рамках экономического процесса с точки зрения функционального подхода то мы видим, что форма проявления экономической активности есть предполагаемые (до востребования) возлагаемые (в момент вступления) или исполняемые (в ходе, в течение экономического процесса) функции, функциональные обязанности.

Осуществление экономической активности человека возможно в двух ипостасях: в качестве наемного работника; в качестве предпринимателя, и каждая из них имеет свои особенности. Нас же в рамках рассматриваемой проблемы интересует именно **предприниматель как субъект предпринимательской активности**.

Предпринимательская способность субъекта предпринимательства не ограничивается энергией предпринимательской активности и обязательно дополняется образованием, опытом, знаниями, навыками и умениями предпринимателя. Однако без самоорганизации – умения совершать последовательные, логически связанные и целенаправленные действия на реализацию основной предпринимательской функции (новации) предприниматель состояться не может, т.е. функция субъекта предпринимательства напрямую связана с самоорганизацией.

К основным, исходным положениям самоорганизации относятся:

- генерирование идеи;
- планирование, т.е. трансформация идеи в товар (работу, услугу);

- принятие предпринимательского решения о реализации предпринимательского проекта;
- создание предприятия, как имущественного комплекса, в рамках организационно-правовой формы и определение статуса своего участия в реализации предпринимательского проекта;
- инвестирование (финансовое обеспечение предпринимательского проекта);
- управление предприятием;
- оценка эффективности предпринимательской деятельности.

Выступая в качестве особого вида экономической активности, предпринимательство на начальном этапе связано только лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного фактора. Инновация – нечто, воспринимаемое как новое, как нововведение. Нововведение – процесс, в ходе которого изобретение или открытие доводится до стадии практического применения и начинает давать экономический эффект, новое приложение научно-технических знаний, внедрение нового производственного метода или применение новой формы организации бизнеса, обеспечивающих рыночный успех, запуск в производство нового продукта. Под новшеством понимается новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

Й. Шумпетер утверждает, что и большая часть производителей демонстрирует поведение, которое не требует формирования особой теории предпринимательства. Он говорит о том, что сами экономические агенты предпочитают действовать так, как будто они находятся в стационарной экономике. Действуя в динамической системе, какой является любое реальное хозяйство, производители в большинстве своем предпочитают игнорировать это обстоятельство и исходить из относительного постоянства экономических показателей и тенденций. Речь идет о том, что большинство экономических агентов предпочитает следовать опыту, привычке, ориентироваться на суждения и методы ведения хозяйства, однажды проверенные и подтвержденные практикой, т.е. демонстрирует рутинное поведение. Основанием такого поведения является надежда на то, что ситуация в настоящем существенно не отличается от ситуации в прошлом и в своих основных пропорциях повторится в будущем. Таким образом, участники хозяйственного процесса сами формируют для себя образ стационарной экономики. Даже если они сталкиваются с изменениями, то не стремятся отказаться от поведения на основе опыта. Согласно Й. Шумпетеру, они применяют апробированные в прошлом методы приспособления к изменениям.

Рутинное поведение позволяет производителям упростить задачу поиска оптимального решения. Оно формирует ту информационную среду, которая

соответствует неоклассической модели. Будущие потребительские блага оцениваются на основе актуальных ценовых показателей, набор ресурсов и методов производства ограничивается лишь теми, что известны из опыта, и, благодаря этому, известна их доходность [1, с. 73]. Это позволяет упростить проблему оценки средств производства и применять аксиомы теории выбора для выработки хозяйственных решений.

Выдвинутая Й. Шумпетером идея отлична тем, что здесь характер поведения производителей диктуется не свойствами внешней среды (наличием неопределенности), а добровольным выбором самих экономических агентов. Если у Ф. Найта любой экономический агент, попадающий в ситуацию неопределенности, не может опираться на теорию выбора в принятии решений и вынужден демонстрировать предпринимательское поведение (в чем проявляется последовательный рационализм теории самого Ф. Найта), то согласно Й. Шумпетеру такой жесткой зависимости не существует. Рутинное поведение позволяет производителю принимать решения, игнорируя динамические свойства системы, порождающие неопределенность.

Аналогичная идея выдвигается и И. Кирцнером. Он пишет, что любая экономическая ситуация содержит в себе возможности для предпринимательской деятельности. Его теория является логическим продолжением австрийской традиции, заложенной еще К. Менгером и развитой Л. Мизесом, для которой свойственна идея о том, что на рынке не существует однозначных, строго определенных показателей. В частности, так специфику теории К. Менгера в сравнении с другими родоначальниками маржинализма определил М. Блауг: К. Менгер «с глубоким подозрением относился ко всем детерминистским теориям ценообразования и подчеркивал явления разрывности, неопределенности и торгов (bargaining) вокруг рыночной цены» [2, с. 285]. Эта универсальная «возможность торговли вокруг цены» в теории И. Кирцнера становится общей предпосылкой для проявления предпринимательских способностей.

Таким образом, внешние условия не налагают никаких ограничений на проявление этих способностей, причем как у производителей, так и у потребителей, у всех групп экономических агентов. Каждый имеет возможность действовать как предприниматель. Но не каждый склонен к этому, или склонен в разной степени. И. Кирцнер утверждает, что обыденное поведение характеризуется нежеланием большей части экономических агентов видеть возможности для корректировки ценовых показателей, в чем собственно, согласно И. Кирцнеру и заключается роль предпринимателя. Непредприниматели – это те, кто воспринимает имеющиеся рыночные цены как данность (price-takers).

В этой связи И. Кирцнер более последователен в развитии тезиса о том, что предпосылки непредпринимательского поведения кроются в самих индивидах, их психологических характеристиках и никак не связаны с внешней ситуацией.

Особый подход к сущности предпринимательской способности осуществил Ф. Найт («Риск, неопределенность и прибыль», 1921). Для объяснения взаимосвязи между видами дохода различных участников процесса создания стоимости Найт впервые вводит понятие «неосязаемого капитала», понимая под ним «деловые связи, установившуюся репутацию и т.п.». Определим следующие важные положения.

Во-первых, Найт допускает, что эти категории могут быть капитализированы и включены в состав инвестиций, т.е. активов. Владелец этих активов будет претендовать на доход от их использования, т.е. выступать в роли поставщика услуг.

Во-вторых, Найт утверждал, что только та часть неосязаемого капитала может быть признана имуществом, которая пользуется спросом и может быть продана отдельно от других элементов без ущерба для последних [3, с. 292].

Из этого следует, что знания, личные и профессиональные качества наемных работников Найт либо не считал неосязаемым капиталом, либо считал такой его частью, которая не отделима от личности их владельцев и приносит им заработную плату.

Как показало проведенное теоретическое исследование процесса создания стоимости в экономических теориях, ведущую и активную роль в создании стоимости играют труд и предпринимательская способность. Она, в свою очередь, становится самостоятельным фактором производства, создающим прибыль благодаря осуществлению предпринимателем «новых комбинаций», принятию на себя неопределенности как качественно иного вида риска. Эти качества предпринимателя ведут к появлению новой формы организации производства – фирмы. Следовательно, можно определить **объект нашего исследования – частное предприятие (бизнес)**. Только частный бизнес в большей степени заинтересован в наращивании портфеля неосязаемых активов и они, в свою очередь, оказывают наибольшее влияние на деятельность частного предприятия.

Организация предпринимательской деятельности с целью получения прибыли путем создания новой стоимости означает, что фирма (предприниматель) получает, кроме основных ресурсов для производства, право на воздействие «бесплатных» факторов, например, таких как географическое положение, благоприятная рыночная конъюнктура, возможность выбора поставщика с минимальной ценой предложения и т.д., которые, в свою очередь, должны быть активизированы носителем предпринимательской способности – предпринимателем. «Самым ценным активом любой компании XX века было производственное оборудование. Самым ценным активом любой организации XXI века – как коммерческой, так и некоммерческой, – станут ее работники умственного труда и их производительность», – считал патриарх менеджмента Питер Друкер [4, с. 181–182].

Исходя из всего вышесказанного можно дать еще одно определение финансовой категории «неосязаемые активы». **Неосязаемые активы – это ресурсы частного предприятия, возникающие в результате использования знаний, квалификации и способностей предпринимателя в процессе деятельности бизнеса и приносящие доход или убыток.**

Это связано с тем, что в результате предпринимательской деятельности **возникает особый актив бизнеса**, который требуется сохранить, приумножить, а если понадобится – и выгодно продать, обосновав его стоимость. Предпринимательская деятельность, в контексте нашего исследования, связана с созданием нового блага и здесь ключевой характеристикой выступает **уникальность**. Именно данную уникальность и отражают неосязаемые активы – уникальные знания и компетенции, являющиеся и ресурсами и результатом предпринимательской (инновационной) деятельности. Этот потенциал предприятия представляет собой способность к осуществлению предпринимательской деятельности с достижением того или иного уровня результативности. В свою очередь, этот потенциал является производным от **составляющих неосязаемого капитала**, среди которых мы предлагаем выделять:

- 1) уникальный организационный потенциал бизнеса;
- 2) уникальные возможности взаимодействия с внешней средой;
- 3) информационно-технологический потенциал.

Следующим свойством, которым обладают неосязаемые активы, является **неадитивность**. Это значит, что определенными нами составляющие неосязаемого капитала представляют собой основу соответствующего потенциала бизнеса, но последний не тождественен им. То есть большой объем неосязаемых активов, автоматически не означает большой потенциал бизнеса. Следовательно, только предприниматель может способствовать влиянию неосязаемых активов на финансовый результат деятельности бизнеса.

Сложность задачи оценки и учета обусловлена сложностью самого процесса деятельности бизнеса. Результат инновации состоит во внедрении того, чего нет у конкурентов, в создании весьма необычных активов, которые мы предлагаем называть неосязаемыми активами. Исходя из этого можно дать еще одно определение неосязаемым активам. **Неосязаемые активы – это уникальное знание, создаваемое в результате предпринимательской (инновационной) деятельности, контролируемое бизнесом и используемое им для получения экономических выгод.** Для бизнеса это уникальное знание представляет весомую долю стоимости и ценности. И это знание необходимо учитывать и оценивать исходя из потребностей бизнеса, особенно в постиндустриальном обществе.

Неосязаемые активы существуют, они могут быть источником поглощения значительных инвестиций, и, вполне возможно, их эффект определяет значительную долю рыночной стоимости бизнеса, в части ее превышения над учетной (бухгалтерской) стоимостью.

Для удовлетворения потребностей в развитии предпринимательской деятельности используется набор неосязаемых ресурсов (организационные и информационные), которые могут **генерироваться самостоятельно**. При неэффективной организации предпринимательской деятельности неосязаемые активы могут оказаться незадействованными. Поэтому предпринимателю необходимо не только составлять отчет, в котором описывать существующие собственные неосязаемые ресурсы, но и стараться идентифицировать отсутствующие в настоящее время в фирме неосязаемые ресурсы, которые могут быть восполнены за счет **трансфера извне** для развития предпринимательской деятельности.

**Оценка финансового эффекта от неосязаемых активов может быть осуществлена через измерение способности бизнеса стабильно обеспечивать более высокие показатели доходности по сравнению с конкурентами, а сверхвысокая доходность объясняется присутствием скрытых неосязаемых активов.** Тогда уровень доходности (размер невидимого капитала) будет представлять собой независимую переменную, именно его (невидимый капитал) максимизирует успешно предприниматель:

$$НК = f(r_1, r_2),$$

где НК – размер невидимого капитала частного бизнеса;  $r_1$  и  $r_2$  – уровень доходности бизнеса и аналогичной фирмы.

Действия предпринимателя в отношении его неосязаемых активов могут оказать существенное влияние на уровень доходности бизнеса, то есть способность создавать долгосрочные конкурентные преимущества в динамичной внешней среде.

Кроме того, для оценки влияния применения неосязаемых активов на деятельность бизнеса может быть разработан **набор индикаторов**, которые будут позволять определять ожидаемые результаты всех мероприятий по использованию неосязаемых ресурсов. Набор этих индикаторов может помочь количественно измерить:

- эффект;
- процессы;
- набор ресурсов.

**Каждому неосязаемому активу необходимо определить индикатор, иначе результат его применения будет неочевиден.** Оценка же всех неосязаемых ресурсов суммирует, насколько эффективно используются неосязаемые активы для удовлетворения запросов предпринимателя и бизнеса в целом. Однако в результате этого может возникнуть проблема, так как практически невозможно с первого раза выявить все неосязаемые ресурсы, участвующие в предпринимательской деятельности.



Основная проблема при оценке неосязаемых активов заключается в установлении их влияния на результаты производственно-хозяйственной деятельности, которые могут быть измерены через увеличение / уменьшение объема продаж, либо снижение / увеличение издержек, либо увеличение / снижение стоимости материальных активов и т.д.

Современные представления о неосязаемых факторах производства новой стоимости воплощаются в понятии «интеллектуальный капитал». Менеджеры, управляющие стоимостью компаний, практически едины в своем мнении относительно названия этого явления, его содержания, а также в том, что современная бухгалтерия не в состоянии учитывать эти новые активы (компетентность сотрудников, отношение клиентов, компьютерные и административные системы, базы данных и др.) [5, с. 155–176]. Некоторые исследователи даже утверждают, что для учета интеллектуального капитала требуется новая финансовая и управленческая концепция [6, с. 32–36]. Финансисты же ведут дискуссии о том, стоит ли изменять традиционные бухгалтерские термины (нематериальные активы), а также о возможности стоимостной оценки нового показателя, его учета и отражения в отчетности.

Выделяют три составляющих интеллектуального капитала:

1) человеческий капитал (НС), куда входит и социальный капитал (совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков);

2) структурный, или организационный, капитал (SC), (технологии, методы и процессы, которые делают возможной работу предприятия);

3) клиентский капитал (CC) (связь с клиентами, информация о клиентах, история взаимоотношения с клиентами).

В ходе дальнейшего исследования важно составить модель, позволяющую определить стоимость неосязаемых активов в конкретный момент времени.

Модель определения величины неосязаемых активов строится на основании классификации издержек (инвестиций), связанных с созданием неосязаемых активов по направлениям их осуществления:

- на создание структурных активов;
- создание инноваций;
- создание клиентских активов.

В основе данного деления лежит классификация издержек частной фирмы по привлечению и использованию неосязаемых активов при условии, что инвестиций на содержание и развитие персонала и менеджмента также подлежат классификации на **структурные, инновационные и клиентские**.

При определении состава издержек следующим этапом работы будет являться отбор тех издержек, которые по своему содержанию являются инвестициями в создание соответствующих активов. При этом часть издержек

исключим в связи с тем, что они имеют затратный характер, а не инвестиционную составляющую. Предположим, что в состав издержек инвестиционного характера могут войти следующие расходы частного предприятия:

- расходы на повышение квалификации;
- расходы на осуществление мероприятий по повышению удовлетворенности персонала предприятия и на создание корпоративной культуры;
- расходы на оплату труда, которые будут компенсировать действия персонала, направленные на создание конкурентных преимуществ;
- расходы на совершенствование структур и инструментов управления (например, система качества);
- расходы на приобретение информации;
- расходы на создание бренда;
- расходы на НИОКР.

Будем рассматривать расходы на эти мероприятия как инвестиции, от которых требуется воплощение в виде определенного актива, поэтому, необходимо:

- провести анализ на наличие рисков, которые могут привести к потере инвестиций;
- оценить результаты, проявляющиеся не только в росте финансовых показателей, но и в улучшении нефинансовых показателей (неосязаемых факторов).

Расчет величины стоимости структурных активов осуществляется по формуле

$$CA_T = \sum_{i=1}^T \frac{ИСА_i}{(1+k)^i},$$

где  $CA_T$  – величина структурных активов частного предприятия на конец года  $T$ , руб.;  $ИСА_i$  – инвестиции в создание и развитие структурных активов, направленные персоналу, менеджменту и другим компаниям, в году  $i$ , руб.;  $k$  – ставка дисконтирования для инвестиций в создание и развитие структурных активов;  $T$  – период прогнозирования, лет.

Величина неосязаемых активов, связанных с инновационной деятельностью внутри фирмы, рассчитывается как сумма соответствующих дисконтированных издержек в прогнозном периоде:

$$IA_T = \sum_{j=1}^T \frac{ИИА_j}{(1+i)^j},$$

где  $IA_T$  – стоимость инновационных активов частного предприятия на конец года  $T$ , руб.;  $ИИА_j$  – инвестиции в создание инновационных активов в году  $j$ , руб.;  $i$  – ставка дисконтирования для инвестиций инновации;  $T$  – период прогнозирования, лет.

Расчет клиентских активов производится по формуле

$$CA_{гт} = \sum_{g=1}^T \frac{ИСА_g}{(1+m)^g},$$

где  $CA_{гт}$  – размер клиентских активов частного предприятия на конец года  $T$ , руб.;  $ИСА_g$  – инвестиции в создание клиентских активов в году  $g$ , руб.;  $m$  – ставка дисконтирования для инвестиций клиентские активы;  $T$  – период прогнозирования, лет.

Общая стоимость неосязаемых активов частного предприятия определяется как сумма стоимостей ее элементов:

$$НА = \sum_{j=1}^T \frac{ИИА_j}{(1+i)^j} + \sum_{g=1}^T \frac{ИСА_g}{(1+m)^g} + \sum_{i=1}^T \frac{ИСА_i}{(1+k)^i}.$$

Если же суммы инвестиций в каждый из элементов неосязаемых активов изменяются в течение прогнозного периода незначительно или изменяются с постоянным темпом роста или сокращения, то целесообразно использовать формулы капитализации американского экономиста Майрона Гордона [7]:

$$IA_t = \frac{OC_t}{f-r},$$

где  $IA_t$  – стоимость неосязаемых активов частного предприятия на конец года  $t$ , руб.;  $OC_t$  – общая сумма инвестиций в неосязаемые активы частного предприятия в году  $t$ , руб.;  $f$  – ставка капитализации (дисконтирования) для инвестиций в неосязаемые активы;  $r$  – среднегодовой предполагаемый (условно постоянные) темп роста инвестиций в неосязаемые активы.

Именно данный подход позволяет рассчитать величину неосязаемых активов частного предприятия.

Предприниматель, четко представляющий фактическое состояние и потенциал неосязаемых активов, может правильно определить стратегию развития бизнеса. При этом он должен оценить, насколько использование неосязаемых активов совместимо с текущим и будущим производством в организационном и кадровом планах.

Неосязаемые активы имеют особую ценность лишь в случае выполнения конкретного соглашения, поскольку выступают в качестве неразрывной части определенного бизнеса и являются его составным компонентом. Такие активы трудно продать, переориентировать на другой вид деятельности или найти им альтернативное применение. Если осуществить сравнительный анализ материальных ресурсов и неосязаемых активов, то можно отметить, что материальные активы представляют интерес для великого множества пользователей. Их цена практически не зависит от конкретного места ис-

пользования актива. В отличие от материальных ресурсов, неосязаемые активы приспособлены к условиям конкретного бизнеса. Альтернативное использование неосязаемых активов невозможно, так как оно приводит к потерям и к существенному снижению уровня доходности фирмы. Следующая, после наилучшей, возможность использования неосязаемого актива приносит гораздо меньший доход и связана с риском (может возникнуть ситуация, когда данный актив никому не нужен и затруднительно найти его достойное использование).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Шумпетер, В. Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / В. Й. Шумпетер. – М. : Эксмо, 2007.

2 Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – М. : Дело ЛТД, 1994.

3 Найт, Ф. Риск, неопределенность и прибыль : пер. с англ. / Ф. Найт. – М. : Дело, 2003.

4 Друкер, П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2001.

5 Petty, R. Intellectual Capital Literature Review. Measurement, reporting and management / R. Petty, J. Guthrie // Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. – 2000. – № 2.

6 Dzikowski, R. The measurement and management of intellectual capital / R. Dzikowski // Management Accounting (UK). Vol. 78. – № 2.

*I. PRIYMACHUK*

*Brest State Technical University*

#### **MODEL DEFINITION OF THE VALUE OF INTANGIBLE ASSETS, PRIVATE ENTERPRISE**

In article the main characteristics of the businessman according to Y. Shumpeter are allocated. The role of the businessman and feature enterprise and not-enterprise behavior is determined by I. Kirtsner. Definitions of the financial category "intangible assets" are given. The main properties of intangible assets are marked out. The model of determination of size of intangible assets is developed.

Получено 23.08.2013