

## ФИНАНСЫ

УДК 336.647.2:657.411.1  
DOI: 10.17223/19988648/50/6

С.А. Али-Аскяри

### **ВКЛАДЫ В УСТАВНЫЙ (СКЛАДОЧНЫЙ) КАПИТАЛ И ПАЕВОЙ ФОНД СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ЗНАНИЯ, НАВЫКИ И УМЕНИЯ**

*Научная новизна состоит в предложении нового подхода к оценке вкладов потенциальных активов в уставный капитал совместного предприятия, в том числе потребительской кооперации. Цель исследования – предложить методику оценки вклада в уставный (складочный) капитал или паевой фонд профессиональных знаний, навыков, умений, деловой репутации и деловой связи. Исследование позволяет оценить качественные вклады в уставный (складочный) капитал по договорам простого товарищества при осуществлении совместной деятельности. Такие категории, как профессиональные знания, умения, навыки, деловая репутация и деловые связи, предложено определять как маркетинговые нематериальные активы, которые вовлекут в оборот незадействованные активы и приведут к положительной деловой активности. В исследовании использовались общенаучные методы, способы структурного и логического анализа. Теоретическую и методическую основы исследования составили труды современных ученых, нормативно-правовые документы. Представлены показатели и алгоритм расчета их использования на предприятиях различных сфер деятельности и организационно-правовой формы собственности. Алгоритм расчета и оценка вкладов показателей синтезируют метод интеграционных процессов для определения реальной стоимости вкладов. Данные предложения рекомендуются для потребительской кооперации, для которой, по мнению автора, актуальны внутренние и внешние интеграционные процессы. Результаты исследования могут быть использованы коммерческими и некоммерческими организациями и индивидуальными предпринимателями при совместной деятельности по оценке вкладов при заключении договора простого товарищества в Российской Федерации и в странах ЕАЭС.*

*Ключевые слова: маркетинговые нематериальные активы, местный рынок, региональный рынок, профессиональные знания, навыки и умения, деловая репутация, деловые связи.*

Договор простого товарищества используется в совместной деятельности, для которой объединяются субъекты различных организационно-правовых форм (включая кооперативные), масштабов деятельности, объема, структуры основных средств, квалификации персонала. Естественно, вклад в совокупный объем деятельности каждого субъекта различен, в том числе и в значительной мере за счет профессиональных знаний, умений, навыков, деловой репутации и деловых связей участников, для которых предлагаем новое понятие «маркетинговые нематериальные активы».

Маркетинговые нематериальные активы – потенциальные активы профессиональных знаний, умений, навыков, деловой связи и репутации, которые способствуют продвижению организации, увеличивая сегмент рынка, повышая производительность труда, показатели прибыли, подтвержденные количественной оценкой стоимости вклада в совместное дело.

По нашему мнению, маркетинговые нематериальные активы должны иметь количественное выражение, войти в состав уставного (складочного) капитала, учитываться при подведении итогов деятельности и распределении прибыли и компенсации трудовых затрат. Маркетинговый подход повысит деловую активность, производительность труда, востребованность совершенствования квалификации, внедрения новой техники и современных технологий.

В Гражданском кодексе РФ (ГК РФ) под имуществом понимаются: вещи (включая наличные деньги и документарные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права); результаты работ и оказание услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага.

Но в научной, учебной литературе, нормативной документации по маркетинговым нематериальным активам отсутствуют теория, методика учета и оценки, практика применения.

Данная статья включает в себя обобщение собственного опыта, формулирование понятий, определение места и роли, классификацию знаний, умений, навыков, деловой репутации и деловых связей маркетинговых нематериальных активов для простого товарищества.

Предмет исследования – формирование и оценка уставного капитала в хозяйственных обществах по договору простого товарищества с включением маркетинговых нематериальных активов.

На практике для достижения цели объединяются и в результате отношений возникают права и обязанности сторон. Многие предприятия не используют имеющиеся маркетинговые нематериальные активы как вклады в уставный (складочный) капитал.

Цель исследования – предложить алгоритм расчета оценки вклада в уставный (складочный) капитал или паевой фонд профессиональных знаний, навыков, умений, деловой репутации и деловой связи.

В процессе исследования использовались общенаучные методы, способы структурного и логического анализа. Теоретическую и методическую основу исследования составили труды современных ученых, нормативно-правовые документы.

Цели деятельности в коммерческих и некоммерческих организациях различны. Коммерческие организации создают для извлечения прибыли в соответствии с масштабом и эффективностью деятельности и с учетом предпринимательского риска. Для некоммерческих организаций получение прибыли и ее распределение между участниками не выступает целью, а

осуществляется для достижения обозначенной цели, если это не противоречит их уставной деятельности.

К некоммерческим организациям (учреждениям) относятся: потребительские кооперативы, общественные объединения, ассоциации (союзы), товарищества собственников недвижимости, казачьи общества, фонды, государственные и муниципальные учреждения, автономные некоммерческие организации, религиозные организации, публично-правовые компании, адвокатские (нотариальные) палаты и образования, государственные корпорации [1].

В зависимости от выбора организационно-правовой формы собственниками уставного (складочного) капитала (фонда) становятся: учредители, участники, акционеры, пайщики (табл. 1).

**Таблица 1. Формирование первоначального капитала в хозяйствующих субъектах [1–5]**

Юридическое лицо	Организационно-правовая форма	Уставный (складочный) капитал / паевой фонд
Хозяйственные товарищества и общества	ПАО, АО, ООО, народные предприятия	Уставный (складочный) капитал, уставный капитал
Крестьянские (фермерские) хозяйства	К(Ф)Х	Соглашение, уставный (складочный) капитал
Хозяйственные партнерства	Корпорации	Соглашение
Производственные кооперативы	ПК, артель, СХК	Паевой фонд
Потребительские кооперативы	Потребительские общества, союзы	Паевой фонд
Государственные и муниципальные унитарные предприятия	ГУП и МУП	Уставный фонд / капитал

В недавнем прошлом коммерческие и некоммерческие организации отличались по формированию первоначального капитала (так, у коммерческих – уставный капитал, а у некоммерческих – уставный фонд). Последние изменения в ГК РФ нивелировали различия по данной категории. При создании хозяйствующего субъекта могут быть и учредители, и участники, и акционеры, и пайщики.

Особое внимание следует обратить на такую организационно-правовую форму, как ПАО (публичное акционерное общество). Публичным является акционерное общество, конвертируемые акции и ценные бумаги которого публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законом о ценных бумагах. Так, согласно ограничению до 1 июля 2020 г. обычные акционерные общества в случае публичного размещения акции должны зарегистрировать проспект акций и внести изменения в уставный капитал для определения своего статуса с последующим преобразованием в публичное акционерное общество.

На развитие юридических лиц влияют различные факторы, в том числе форма собственности. В табл. 2 приведена численность экономических субъектов по форме собственности в Новосибирской области.

**Таблица 2. Численность экономических субъектов по форме собственности в Новосибирской области за 2014–2019 гг. (по состоянию на начало года, ед.) [6]**

Форма собственности	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Изменение, 2019 с 2014 (+, –)
<b>Всего</b>	<b>142 970</b>	<b>141 945</b>	<b>144 766</b>	<b>128 037</b>	<b>122 270</b>	<b>113 969</b>	<b>–29001</b>
В том числе:							
Государственная и муниципальная	5 967	5 895	5 753	5 675	5 587	5 528	–439
Частная	131 711	130 804	133 666	117 164	111 183	102 961	–28 750
Смешанная российская	545	479	467	443	407	365	–180
Прочие, включая совместную российскую и иностранную собственность	4 747	4 767	4 880	4 755	5 093	5 115	+368

В Новосибирской области в 2019 г. по сравнению с 2014 г. больше всего сократилось число предприятий частной формы собственности – на 28 750 единиц. В то же время произошло увеличение предприятий совместной деятельности – на 368 единиц, что повышает актуальность предмета нашего исследования.

Неравномерный уровень развития коммерческих и некоммерческих организаций свидетельствует об отсутствии стратегии территориального развития экономики.

В табл. 3 приведена динамика числа юридических лиц Новосибирской области, ранжированных по организационно-правовой форме по состоянию на начало года.

**Таблица 3. Количество экономических субъектов по организационно-правовой форме собственности в Новосибирской области за 2014–2019 гг. (на начало года, ед.) [6]**

Организационная форма	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Изменение, 2019 с 2014 (+, –)
<b>Всего</b>	<b>142 970</b>	<b>141 945</b>	<b>144 766</b>	<b>128 037</b>	<b>122 270</b>	<b>113 969</b>	<b>–29 001</b>
<b>Коммерческие организации</b>	<b>126 550</b>	<b>125 493</b>	<b>128 301</b>	<b>111 829</b>	<b>106 243</b>	<b>98010</b>	<b>–28 540</b>
Из них:							
Унитарные предприятия	643	613	584	548	530	477	–166
Хозяйственные общества и товарищества	124 345	123 417	126 296	109 930	104 405	97 206	–27 139

Организационная форма	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Изменение, 2019 с 2014 (+, -)
В том числе: Акционерные общества	4 424	3 679	3 217	2 474	2 088	1 849	-2 575
<b>Некоммерческие организации</b>	<b>14 621</b>	<b>14 677</b>	<b>14 731</b>	<b>14 509</b>	<b>14 405</b>	<b>14 410</b>	<b>-211</b>
Потребительские кооперативы	2 491	2 477	2 553	2 429	2 394	2 351	-140
Фонды	636	652	672	674	649	632	-4
Учреждения	4 870	4 816	4 726	4 642	4 557	4 561	-309
Организации без прав юридических лиц	1 799	1 775	1 734	1 699	1 622	1 549	-250

В 2019 г. по сравнению с 2014 г. общее количество экономических субъектов в Новосибирской области сократилось на 29 001 единицу: коммерческих организаций уменьшилось на 28 540 единиц, некоммерческих – на 211 единиц.

Таким образом, прослеживается четкая закономерность уменьшения количества коммерческих субъектов частной собственности.

Субъектам малого и среднего предпринимательства рекомендуем объединить свои знания, навыки и умения и стать полноценными участниками государственных программ поддержки. В процессе совместной деятельности необходимо объединять трудовые, материальные, финансовые ресурсы на территории, в том числе и с использованием договора простого товарищества. Нами разработана модель SIM (S – собственность, I – интеграция, M – местонахождение/территория), которая представлена в монографии «Интеграционные процессы на региональном рынке потребительских товаров» [7]. Данная модель учитывает интересы участников совместной деятельности на определенной территории согласно принятой стратегии развития и региональной социально-экономической программе на местном рынке.

Местный рынок – система экономических взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, которые объединены общими экономическими, социальными и стратегическими интересами, находятся в пределах границ территории региона.

Региональный рынок имеет более многофункциональный характер, подчинен глобальной системе. К его основным характеристикам можно отнести ряд функций: воспроизводственную, стимулирующую, стабилизирующую, ценообразующую, распределительную.

Все участники договора простого товарищества на начальном этапе заключают соглашение, в котором содержатся основные положения создания, цели, задачи, источники формирования уставного капитала и распределение

доли с обязательным указанием вклада и его оценки, а также подтверждением его внесения. Данные положения вносят и в договор. При этом в одном из документов следует прописать порядок внесения в уставный капитал денежных средств, потенциальных активов или маркетинговых нематериальных активов. Право оценки стоимости иных маркетинговых нематериальных активов – прерогатива участников договора простого товарищества, которое следует закрепить в документе. На наш взгляд, необходимо отразить и в соглашении установить для каждой формы потенциальных активов критерии оценки, методику и показатели расчета их стоимости.

Денежные средства – вклады, выражаются в рублях или в иной валюте (для конвертации указываются в рублях).

Имущество – в данную категорию входят основные средства, оборудование, материалы, сырье и запасы, ценные бумаги и другие вклады.

К иной форме вклада мы относим маркетинговые нематериальные активы: профессиональные и иные знания, навыки и умения, деловую репутацию и деловые связи.

Используя в договоре простого товарищества норму права, предусмотренную законодательством, участники должны соотносить свои возможности оценки имущества или воспользоваться другими нормами права и подходами для оценки имущества вкладов. Так, например, в соответствии с федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» стороны должны привлекать независимых оценщиков при внесении имущества в уставный капитал стоимостью более чем 20 000 руб., а согласно законам «Об образовании в Российской Федерации» и «О науке и государственной научно-технической политике» указывается сумма, превышающая 500 000 руб. [8, 9].

В то же время стороны могут создать комиссию для определения стоимости с описанием использования таких приемов, как мониторинг цен; справедливая стоимость по сделкам с однородными и идентичными сделками; цены производителей и оптово-торговых организаций; методы сопоставимости рыночных цен; цены последующей реализации; затратный метод; сопоставимость рентабельности; распределение прибыли и др.

Профессиональные и иные знания, навыки и умения сначала надо оценить. Для этого необходимо создать категорийный аппарат, выработать понятия. Согласно приказу Ростехрегулирования от 30.08.2007 № 2358 профессиональные знания и навыки уже выделены.

Профессиональные знания – это совокупность теоретических научных сведений и познаний, а также осведомленность в определенной сфере деятельности, необходимые для качественного исполнения должностных обязанностей с целью достижения результатов в профессиональной служебной деятельности.

Профессиональные навыки – это способность, умение применять на практике в повседневной служебной деятельности теоретические знания в соответствии с уровнем профессионального образования при замещении должности государственной гражданской службы.

Используя Модельный образовательный кодекс для государственных участников Содружества Независимых Государств [10], определим категории «умения» и «навыки», «компетентность», «деловая репутация».

Умения – способности проделать работу в соответствии с полученными знаниями. Качество умения определяется характером и содержанием знаний о выполняемом действии.

Навыки – утвердившиеся в ходе неоднократного использования знаний и умений способности эффективно выполнить определенную работу. В соответствии с видами действий различают навыки: двигательные, сенсорные (действия по восприятию), интеллектуальные.

Компетентность – обладание знаниями, умениями и навыками в какой-либо области, необходимыми для выполнения определенных функций.

Представленные понятия позволяют в дальнейшем сгруппировать и составить показатели для оценки вклада маркетинговых нематериальных активов в уставный капитал для совместной деятельности при заключении договора простого товарищества. Мы полагаем, что для расчета стоимости следует использовать количественные и качественные показатели (привлечение экспертов).

Деловая репутация – одно из условий успешной деятельности юридического лица. В данную категорию можно также отнести: сведения о наличии, движении и составе контрактов, договоров аренды, лицензий, маркетинговых активов и гудвилла (деловой репутации организации).

Проведенное исследование показало, что понятие «деловые связи» как таковое отсутствует, на практике чаще всего данную категорию связывают с понятием «сотрудничество». На наш взгляд, это не совсем верно, так как последнее – более широкое понятие и используется во всех сферах жизнедеятельности людей: социальной и благотворительной, научной, творческой, государственной и др., т.е. не преследующих цели получения прибыли или дохода.

В то же время, на наш взгляд, «деловые связи», напротив, предполагают получение дохода и прибыли, инвестиций, увеличение оборотов, доли рынка, укрепление конкурентоспособности, эффективное использование ресурсов, дивидендов и др. Деловые связи способствуют снижению риска в совместной деятельности и (или) операции (синдицированный кредит, взаимное страхование). Определение деловых связей уточним в следующей формулировке: *деловые связи – отношения, возникающие из контрактов (договоров), направленные на выполнение плана, повышение эффективности и снижение себестоимости, использование и повышение основных фондов, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, выполнение заданий по прибыли и росту производительности труда.*

В этой формулировке «деловые связи» приобретают более конкретный вид и формы, что позволяет использовать количественные показатели для их оценки.

При формировании соглашения и договора простого товарищества стороны могут воспользоваться своим правом и конкретно описать, какие

формы приемлемы или неприемлемы для внесения в уставный капитал в договоре совместной деятельности.

Информация и оценка по вкладам в виде денежных средств и имущества актуальны и известны, в необходимом объеме представлены в нормативных документах и экономической литературе.

Недостаточно изучена информационная составляющая для оценки вкладов таких категорий, как профессиональные и иные знания, навыки и умения, деловая репутация и связи. Так, некоторые организации имеют относительно короткий цикл деловой активности, а их товары или услуги производятся и реализуются достаточно быстро. В других организациях цикл деловой активности более продолжительный, в связи с чем существует потребность в дополнительном использовании расчетных показателей.

Степень потребности в оценочных значениях, снижающих значительную неопределенность оценки, с высокой долей вероятности будет определяться отраслевой принадлежностью организации и ее экономическим окружением в целом.

Представленные в табл. 4 показатели можно расширить и (или) добавить в зависимости от отраслевой принадлежности и вида деятельности предприятия. В то же время все зависит от количества вносимых активов и размера оценки. Так, можно оценить профессиональные знания, навыки, умения руководителя или определенного отдела, или топ-менеджмента. На практике активы объединившихся организаций для достижения целей совместной деятельности различны. Например, передача арендованного земельного участка сельскохозяйственного назначения может быть вкладом только на период аренды. Его стоимость определяется из кадастровой стоимости или рыночной стоимости по согласованию сторон. Передача лизингового имущества допускается, если балансодержателем является лизингополучатель.

Предлагаем на практике представленные потенциальные активы – профессиональные знания, навыки и умения, а также деловую репутацию и деловые связи – отнести к *маркетинговым нематериальным активам*, ежегодно оценивать их стоимость в период действия договора простого товарищества, что позволит контролировать наличие уставного капитала и своевременно отражать операции в бухгалтерской (финансовой) отчетности совместного предприятия.

Уставный (складочный) капитал отражается в разделе «Капиталы и резервы» совместно с такими показателями, как собственные акции, выкупленные у акционеров, переоценка внеоборотных активов, добавочный капитал (без переоценки), резервный фонд, нераспределенная прибыль (непокрытый убыток). В целом итог данного раздела определяется как собственный капитал и является источником формирования внеоборотных и оборотных активов.

Информация по количественным показателям берется из бухгалтерской (финансовой) отчетности. Расчеты составляются по свидетельству на право собственности, лицензии, маркетинговому активу, гудвиллу (деловой репутации организации), сертификату.

В оценку маркетинговых нематериальных активов включаются общие показатели: *выручка, расходы (затраты), прибыль, численность работников, фонд оплаты труда, производительность труда* и остальные показатели, согласованные исходя из их целеполагания, определенные сторонами договора. В то же время инструментами оценки могут выступать тесты и диагностика показателей.

**Таблица 4. Показатели маркетингового нематериального актива для оценки вкладов по договорам простого товарищества (совместной деятельности)**

<b>Маркетинговые нематериальные активы</b>				
<b>Профессиональные знания</b>	<b>Профессиональные навыки</b>	<b>Профессиональные умения</b>	<b>Деловая репутация</b>	<b>Деловые связи</b>
Знать кодексы и законы РФ	Владение и использование действующих норм права	Уметь применять на практике действующие нормы законодательных и нормативных актов	Наличие и количество свидетельств о собственности	Основные средства
Знать основы управления экономикой, организации труда и ведения делопроизводства	Владеть системой управления и внутреннего контроля, экономики и делопроизводства	Уметь планировать задачи и достигать их	Наличие и количество товарных знаков	Материальные запасы
Знать нормы и права охраны труда, техники безопасности и пожарной безопасности	Владеть методикой составления планов и программ	Уровень образования, стаж, опыт работы	Наличие и количество лицензий	Дебиторская задолженность
Уровень образования, стаж, опыт работы	Уровень образования, стаж, опыт работы	Использовать принципы должной осмотрительности	Наличие маркетингового актива	Кредиторская задолженность
Периодичность повышения квалификации (профильные курсы)	Владеть новыми знаниями о выполняемой функции и ее применении	Анализировать и обобщать информацию, прогнозировать последствия принятых решений	Гудвилл	Количество и сумма кредитов и займов, процентная ставка
Знать требования стандартов качества выпускаемой продукции, услуг и работ	Владеть компьютерной оргтехникой и программами	Количество штрафов по договорам, ИФНС и иным государственным органам	Сертификаты качества продукции, их количество	Количество контрактов с основными торговыми сетями: федеральные и региональные

Количество претензий (контрактаций) по договорам с поставщиками и покупателями (подрядчиками и заказчиками), торговыми сетями

Для получения ряда показателей нужно провести анализ в динамике: выполнения контрактов (договоров) по количеству и качеству, фонда оплаты труда и численности работников, а также средней заработной платы.

Для преобразования качественных показателей в количественные составляется анкета или опросный лист с указанием критериев оценки в баллах и затем проводится ранжирование. Качественным показателем может быть вопрос: «Как Вы понимаете диспозитивные нормы права?». При этом ответ предполагает следующие варианты: «неудовлетворительно» – 1, «удовлетворительно» – 2, «хорошо» – 3. Диапазон определения оценки может располагаться от 1 до 10 баллов.

Как правило, оценку в рамках каждого показателя дает лицо, определенное сторонами. Это может быть руководитель, главный бухгалтер, инженер, менеджер и (или) группа лиц. Но возникает достаточно непростая задача интеграции всех частных показателей с целью формирования интегральной оценки состояния предприятия и выявления значимости (вклада) каждого блока и показателя в интеграционную оценку состояния предприятия.

Для проведения оценки наряду с исходной информацией формируются эталонные значения количественных признаков. Их формирует эксперт или комиссия, определяемая сторонами.

Для решения поставленных нами задач наиболее приемлем метод Н.В. Шаланова. Применительно к показателям интеграции представленный им метод преодолевает существующие пробелы и дополняет решение алгоритма интеграционных процессов [11].

Для определения интегральной оценки и значимости блоков используем данный метод и алгоритм его расчета.

*Алгоритм формирования оценки качественных показателей профессиональных знаний, навыков, умений, деловой репутации, деловых связей в уставный (складочный) капитал*

Пусть  $x_{jk}^0$  – фактические значения  $j$ -го показателя  $k$ -го блока ( $j = \overline{1, N}; k = \overline{1, m}$ );  $x_{jk}^*$  – эталонное значение  $j$ -го показателя  $k$ -го блока.

1. Определение комплексной оценки в рамках блоков:

1.1. Рассчитывается относительная мера достижения  $j$ -м показателем эталонного значения в  $k$ -м блоке:

$$\alpha_{jk} = \frac{x_{jk}^0}{x_{jk}^*}.$$

1.2. Рассчитывается значимость  $j$ -го показателя в комплексной оценке  $k$ -го блока

$$\beta_{jk} = \frac{\alpha_{jk}}{\sum_{j=1}^N \alpha_{jk}}.$$

1.3. Определяется комплексная оценка  $k$ -го блока:

$$c_k^0 = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^N \alpha_{jk}.$$

2. Вычисляется интегральная оценка по всем блокам:

2.1. Рассчитывается относительная мера достижения  $k$ -м блоком эталонного значения:

$$\beta_k = \frac{c_k^0}{c_k^*}$$

2.2. Находится значимость  $k$ -го блока в интегральной оценке:

$$\alpha_k = \frac{\beta_k}{\sum_{k=1}^m \beta_k}.$$

2.3. Рассчитывается интегральная оценка

$$c^0 = \frac{1}{m} \sum_{k=1}^m c_k^0.$$

В случае трех, четырех и более уровней алгоритмов процедура по индукции повторяется в рамках второго уровня, а первый остается неизменным.

Полученная в ходе опроса оцениваемых лиц информация сводится в таблицу, и дается количественная оценка стоимости вклада в договор простого товарищества.

Стороны обязаны понимать, что вклады должны содействовать целям и задачам совместной деятельности в сочетании с требованиями добросовестности, разумности и справедливости.

Исследование показало, что:

- 1) масштабы совместной деятельности расширяются;
- 2) нормативно-правовая база недостаточна для учета и оценки деятельности предприятий, объединяющих уставный (складочный) капитал;
- 3) отсутствует механизм оценки и учета маркетинговых нематериальных активов в составе уставного (складочного) капитала;
- 4) объединительный процесс экономик стран ЕАЭС также требует единого подхода к оценке маркетинговых нематериальных активов при создании совместных предприятий под юрисдикцией стран союза.

Нами определены виды и формы вкладов в договор простого товарищества, предложены показатели, которые позволяют оценить вклад профессиональных знаний, навыков, умений, даны определения понятий «местный рынок», «маркетинговые нематериальные активы», «деловые связи».

Представленный алгоритм интеграционных процессов позволяет рассчитать качественные и количественные показатели для оценки неординарных вкладов в договор простого товарищества (совместной деятельности).

Данные предложения рекомендуются для потребительской кооперации, для которой, по нашему мнению, актуальны внутренние и внешние интеграционные процессы.

Результаты исследования могут быть использованы коммерческими и некоммерческими организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении совместной деятельности в оценке вкладов при заключении договора простого товарищества как в Российской Федерации, так и в странах ЕАЭС.

### Литература

1. *Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)* от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
2. *О крестьянском (фермерском) хозяйстве*: федеральный закон от 11.06.2003 № 74-ФЗ.
3. *О сельскохозяйственной кооперации*: федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ.
4. *О производственных кооперативах*: федеральный закон от 08.05.1996 41-ФЗ.
5. *О государственных и муниципальных унитарных предприятиях*: федеральный закон от 14.11.2002 №161-ФЗ.
6. *Статистический ежегодник / территориальный орган ФСГС по Новосибирской области*. Новосибирск, 2019.
7. Али-Аскяри С.А. *Интеграционные процессы на региональном рынке потребительских товаров*. Новосибирск, 2019.
8. *Об образовании в Российской Федерации*: федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ.
9. *О науке и государственной научно-технической политике*: федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ.
10. *Модельный образовательный кодекс для государств-участников Содружества Независимых Государств (общая часть)*: принят в г. Санкт-Петербурге 16.11.2006 Постановлением 27-12 на 27-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ.
11. Шаланов Н.В. *Системный анализ. Кибернетика. Синергетика: математические методы и модели. Экономические аспекты*. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2008. 287 с.

### Contributions to Joint Ventures' Authorized (Joint-Stock) Capital and Mutual Fund: Knowledge, Skills and Abilities

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*. 2020. 50. pp. 86–98. DOI: 10.17223/19988648/50/6

Sarvaz A. Ali-Askari, Siberian University of Consumer Cooperation (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: arim@inbox.ru

**Keywords:** marketing intangible assets, local market, regional market, professional knowledge, skills, business reputation, business relations.

The scientific novelty of the study consists in proposing a new approach to assess the investment of potential assets to the authorized capital stock of a joint venture, including enterprises of consumer cooperation. The aim of the study is to propose a methodology to assess the investment of professional knowledge, skills, abilities, and business reputation to the authorized capital stock or the mutual fund. The study allows evaluating quality investments to the authorized capital stock using simple partnership agreements in cases of a joint activity. The author suggests defining professional knowledge, skills, business reputation, and business relations as marketing intangible assets that can involve idle assets and lead to positive business activity. The author uses general scientific methods, methods of structural and logical analysis. The theoretical and methodological basis of the study is modern research and regulatory documents. The article presents the mechanism of their use in enterprises of various fields of activity and legal forms of ownership. The algorithm for calculating and evaluating the investment synthesizes the method of integration processes to determine the real value of investment. These proposals are recommended for the consumer cooperation sphere, as inter-

nal and external integration processes are relevant to it. The results of the study can be used by commercial and non-profit organizations and individual entrepreneurs to carry out joint activities and assess investments when it comes to conclude a simple partnership agreement, both in the Russian Federation and in the Eurasian Economic Union.

### References

1. Russian Federation. (1994) *Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii (chast' pervaya) ot 30.11.1994 № 51-FZ* [Civil Code of the Russian Federation (Part One) No. 51-FZ of November 30, 1994]. [Online] Available from: [consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/).
2. Russian Federation. (2003) *O krest'yanskom (fermerskom) khozyaystve: federal'nyy zakon ot 11.06.2003 № 74-FZ* [On the farm economy: Federal Law No. 74-FZ of 11.06.2003]. [Online] Available from: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42662/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42662/).
3. Russian Federation. (1995) *O sel'skokhozyaystvennoy kooperatsii: federal'nyy zakon ot 08.12.1995 № 193-FZ* [On agricultural cooperation: Federal Law No. 193-FZ of 08.12.1995]. [Online] Available from: <http://base.garant.ru/10105638/>.
4. Russian Federation. (1996) *O proizvodstvennykh kooperativakh: federal'nyy zakon ot 08.05.1996 41-FZ* [On production cooperatives: Federal Law No. 41-FZ of 08.05.1996]. [Online] Available from: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10286/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/).
5. Russian Federation. (2002) *O gosudarstvennykh i munitsipal'nykh unitarnykh predpriyatiyakh: federal'nyy zakon ot 14.11.2002 № 161-FZ* [On state and municipal unitary enterprises: Federal Law No. 161-FZ of November 14, 2002]. [Online] Available from: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_39768/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39768/).
6. Rosstat. (2019) *Statisticheskiy ezhegodnik* [Statistical Yearbook]. Novosibirsk: Rosstat.
7. Ali-Askyari, S.A. (2019) *Integratsionnye protsessy na regional'nom rynke potrebitel'skikh tovarov* [Integration processes in the regional consumer goods market]. Novosibirsk: [s.n.].
8. Russian Federation. (1996) *O nauke i gosudarstvennoy nauchno-tehnicheskoy politike: federal'nyy zakon ot 23.08.1996 № 127-FZ* [On science and the state science and technology policy: Federal Law No. 127-FZ of August 23, 1996]. [Online] Available from: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_11507/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/).
9. Russian Federation. (2012) *Ob obrazovanii v Rossiyskoy Federatsii: federal'nyy zakon ot 29.12.2012 № 273-FZ* [On education in the Russian Federation: Federal Law No. 273-FZ of December 29, 2012]. [Online] Available from: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/).
10. CIS. (2006) *Model'nyy obrazovatel'nyy kodeks dlya gosudarstv-uchastnikov Sodruzhestva Nezavisimykh Gosudarstv (obshchaya chast'): prinyata v g. Sankt-Peterburge 16.11.2006 Postanovleniem 27-12 na 27-m plenarnom zasedanii Mezhpaparlamentskoy Assamblei gosudarstv-uchastnikov SNG* [Model Educational Code for the Member States of the Commonwealth of Independent States (General Part): Adopted in St. Petersburg on November 16, 2006, by Resolution 27-12 at the 27th plenary meeting of the Inter-Parliamentary Assembly of the CIS Member States]. [Online] Available from: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=39534#04423575484874569>.
11. Shalanov, N.V. (2008) *Sistemnyy analiz. Kibernetika. Sinergetika: matematicheskie metody i modeli. Ekonomicheskie aspekty* [System analysis. Cybernetics. Synergetics: mathematical methods and models. Economic aspects]. Novosibirsk: Novosibirsk State Technical University.