G.9 Платежи за непроизведенный капитал, основанный на знаниях (маркетинговые активы)

Инструкции

Для каждого вопроса, пожалуйста, дайте ответ, нажимая на соответствующую отмечаемую клетку или вводя текст в соответствующих текстовых полях, обрамленных рамкой, текстовые поля автоматически расширяются, чтобы вместить весь вводимый текст. Мы рекомендуем перед предоставлением согласовывать ответы между национальными агентствами, ответственными за составление национальных счетов и платежного баланса (например, Национальное статистическое управление и Центральный банк). Если только одно агентство предоставляет согласованный ответ, касающийся национальных счетов и платежного баланса, пожалуйста, укажите это в Вопросе 1 (К какой области макроэкономической статистики имеет отношение ваш ответ?). Пожалуйста, при заполнении вопросника обязательно указывайте область макроэкономической статистики, к которой имеет отношение ваш ответ.

Пожалуйста, обратите внимание, что анкета может быть адресована одному или нескольким сотрудникам вашего агентства, однако ожидается только один ответ. Версия вопросника для печати, как и руководство доступны на веб-странице Консультаций по СНС Статистического отдела ООН, и веб-странице Целевой группы по глобализации на сайте МВФ по *РПБ6*. Если у вас есть какие-либо вопросы, пожалуйста, обращайтесь по адресу: **SNA-Globalization@imf.org** с копией на **sna@un.org**. Мы с нетерпением ожидаем ответы и высоко ценим ваше сотрудничество.

С уважением,
Целевая группа по глобализации

Имя и представляемая организация

0. Пожалуйста, предоставьте вашу информацию:

Имя респондента _____
Должность _____
Страна _____
Название организации _____
Адрес электронной почты _____

1. К какой области макроэкономической статистики имеет отношение ваш ответ:

- ❍ Национальные счета
- ❍ Платежный баланс
- ❍ Обе области и национальные счета, и платежный баланс

2A. Насколько актуальна эта тема для Вашей страны?

- ❍ Высоко актуальна
- ❍ Средне актуальна
- ❍ Мало актуальна
- ❍ Неактуальна

2B. Пожалуйста, приведите аргументы в обосновании вашего ответа:

_____

_____

_____

(Конец страницы 1)

Концептуальные вопросы

Согласно СНС 2008 и РПБ6, маркетинговые активы (торговые марки, названия брендов, логотипы и т. д.) классифицируются как непроизведенные нефинансовые активы. Руководство по учету транзакций, связанных с этими маркетинговыми активами, в настоящее время считается неполным и противоречивым в обоих руководствах.

*В настоящем руководящем указании предлагаются и обсуждаются два варианта: Вариант I - пересмотреть учет маркетинговых активов как произведенных нефинансовых активов - тема, которая уже была включена в исследовательскую программу СНС (*СНС 2008*, Приложение 4); и Вариант II – сохранить существующий положение учета, но с более подходящими и последовательными записями как в национальных, так и в международных счетах.*

3A. Согласны ли вы с тем, что на концептуальной основе маркетинговые активы (торговые марки, названия брендов, логотипы) соответствуют определениям произведенных активов в СНС и РПБ [1]?

[1] Произведенные активы - это нефинансовые активы, которые появились в результате производственных процессов, входящих в границы производства СНС (СНС 2008, параграф 10.9).

- ❍ Полностью не согласен
- ❍ Не согласен
- ❍ Нет мнения
- ❍ Согласен
- ❍ Полностью согласен

Вопрос показывается при условии, если: (3A = «Полностью не согласен» ИЛИ 3A = «Не согласен»)

3B. Если вы полностью не согласны или не согласны, пожалуйста, укажите почему:

_____

_____

_____

4A. Если маркетинговые активы считаются произведенными (т.е. Вариант 1) как в предпочтительной рекомендации в обновленных СНС и РПБ, согласны ли вы с созданием новой подкатегории произведенных активов в рамках продуктов интеллектуальной собственности для маркетинговых активов?

- ❍ Полностью не согласен
- ❍ Не согласен
- ❍ Нет мнения
- ❍ Согласен
- ❍ Полностью согласен

Вопрос показывается при условии, если: (4A = «Полностью не согласен» ИЛИ 4A = «Не согласен»)

4B. Если вы полностью не согласны или не согласны, пожалуйста, укажите почему:

_____
_____
_____

5A. Если маркетинговые активы считаются произведенными (т.е. Вариант 1) как в предпочтительной рекомендации в обновленных СНС и РПБ, согласны ли вы с предложенным РУ рассмотрением сублицензирования маркетинговых активов как типа лицензии на воспроизводство, таким образом, для тех лицензий, которые удовлетворяют требованию актива [2], рассматривать как продажу части или всего оригинала единице, владеющей лицензией на воспроизводство?

[2] Лицензия может считаться основным фондом, если она будет использоваться в производстве в течение периода, превышающего один год. Дополнительное объяснение приведено в параграфе 10.100 СНС 2008.

- ❍ Полностью не согласен
- ❍ Не согласен
- ❍ Нет мнения
- ❍ Согласен
- ❍ Полностью согласен

Вопрос показывается при условии, если: (5A = «Полностью не согласен» ИЛИ 5A = «Не согласен»)

5B. Если ваш ответ «полностью не согласен» или «не согласен», пожалуйста, укажите почему:

_____
_____
_____

6A. Если в следующем обновлении СНС и РПБ сохранится существующий порядок (т. е. маркетинговые активы будут рассматриваться как непроизведенные, Вариант 2), следует ли регистрировать транзакции, связанные с правами на использование маркетинговых активов:

- ❍ *путем разделения их между услугами и доходами (гибкий вариант в РПБ6, при наличии информации)*
- ❍ *в услугах (решение по умолчанию в РПБ6, если разделение невозможно)*
- ❍ *в доходах*

6B. Дополнительные комментарии, если таковые имеются, чтобы пояснить ваш ответ на Вопрос 6A:

_____
_____

_____

7A. Если в следующем обновлении СНС и РПБ сохранится существующий порядок (т. е. маркетинговые активы будут рассматриваться как непроизведенные, Вариант 2), следует ли расширить определение дохода от собственности, включив в него подкатегорию платежей за непроизведенные нефинансовые активы, не являющиеся природными ресурсами?

❍ Полностью не согласен
❍ Не согласен
❍ Нет мнения
❍ Согласен
❍ Полностью согласен

Вопрос показывается при условии, если: (7A = «Полностью не согласен» ИЛИ 7A = «Не согласен»)

7B. Если ваш ответ «полностью не согласен» или «не согласен», пожалуйста, укажите почему:

_____
_____
_____

Вопрос показывается при условии, если: (7A = «Нет мнения» ИЛИ 7A = «Согласен» ИЛИ 7A = «Полностью согласен»)

8. Если ваш ответ на Вопрос 7A был «Нет мнения», «Согласен» или «Полностью согласен», какой вариант вы предпочитаете:

❍ Новая подкатегория наряду с инвестиционным доходом и рентой, которая называется: _____

❍ Новые подкатегории для ренты; рента за использование природных ресурсов и рента прочих непроизведенных нефинансовых активов, под которые будут подпадать маркетинговые активы.

(Конец страницы 2)

_____

Практические вопросы

9A. Исходя из вашего текущего опыта, считаете ли вы, что ваше статистическое управление/центральный банк может рассматривать маркетинговые активы как произведенные (т. е. реализовать Вариант 1) и адекватно оценивать текущее производство и включать в показатели валового накопления основного капитала?

- ❍ Да
- ❍ Нет

9B. Пожалуйста, дайте объяснение вашего ответа на Вопрос 9A и укажите, **с какими трудностями вы столкнулись, если таковые имеются**:

_____
_____
_____

Вопрос показывается при условии, если: (9A = «Нет»)

10A. Если вы ответили «Нет» на вопрос 9A, то, исходя из среднесрочного стратегического плана вашей организации, можно ли будет правильно оценивать маркетинговые активы как произведенные, правильно оценивать текущее производство и включать в показатели валового накопления основного капитала, если вы будете осуществлять предложения РУ через 3-5 лет?

- ❍ Полностью не согласен
- ❍ Не согласен
- ❍ Нет мнения
- ❍ Согласен
- ❍ Полностью согласен

Вопрос показывается при условии, если: (9A = «Нет»)

10B. Пожалуйста, дайте объяснение вашему ответу на Вопрос 10A:

_____
_____
_____

11A. Проводили ли вы исследования и составляли ли экспериментальные оценки, чтобы рассматривать маркетинговые активы как произведенные?

- ❍ Да
- ❍ Нет

Вопрос показывается при условии, если: (11A = «Да»)

11B. Если «Да», пожалуйста, представьте краткое резюме результатов (более подробные ответы можно направить по адресу **sna-globalization@imf.org**)

_____
_____
_____

12. Являются ли международные сделки по правам использования маркетинговых активов существенными в юрисдикции вашей страны?

- ❍ Да
- ❍ Нет

13. Являются ли прямые продажи/покупки маркетинговых активов через границу существенными в юрисдикции вашей страны?

- ❍ Да
- ❍ Нет

14. Являются ли потоки маркетинговых активов внутри МНП существенными в юрисдикции вашей страны?

- ❍ Да
- ❍ Нет

15. В вашей текущей практике, как вы обычно регистрируете международные транзакции по правам использования маркетинговых активов?

- ❍ всё отражается *в услугах*
- ❍ всё отражается *в доходах*
- ❍ всё распределяется *между услугами и доходами*

16. Основная проблема, связанная с рассмотрением маркетинговых активов как произведенных, заключается в том, что стандарты бухгалтерского учета предприятий (Международные стандарты бухгалтерского учета 38 [3]) не признают их в качестве активов, пока они не будут отдельно приобретены (т.е. после того, как они были произведены) и не удовлетворяют общим условиям распознавания и оценки.

Есть ли у вас предложения о том, как преодолеть такие трудности (например, используя расходы на рекламу)? Пожалуйста, опишите.

[3] https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias38

_____

_____

_____

(Конец страницы 3)

17. Есть ли у вас другие комментарии по этому руководящему указанию?

_____

_____

_____

18. В целях обеспечения максимальной прозрачности процесса обновления СНС и РПБ мы хотели бы опубликовать ответы на глобальные консультации.

Даете ли вы свое согласие на публикацию вашего ответа на этот вопросник?

- ❍ Да
- ❍ Нет

(Конец страницы 4)