

Клієнтами IT-Enterprise є такі підприємства, як ПАТ «Харківський тракторний завод», ПАТ «Фармак», НВК ПАТ «ФЕД», ПрАТ «Завод «Южкабель» м. Харків, ПАТ «Креди Агриколь Банк» та інші. Враховуючи популярність та функціональні можливості програмного забезпечення щодо обліку запасів, IT-Enterprise можна рекомендувати усім підприємствам, які шукають альтернативу продуктам російського походження.

Література

1. SAP Что это за программа и ее описание. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://proremontpk.ru /programs/programma-sap-chto-jeto.html> (дата звернення 12.05.2018).

2. Офіційний сайт IT-Enterprise. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: : <http://www.it.ua>. (дата звернення 12.05.2018).

УДК 657.421.

Вакун О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та фінансів,

Заяць М.Я.,

к.е.н., викладач кафедри обліку та фінансів

Івано-Франківського навчально-наукового інституту менеджменту

Тернопільського національного економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК

В сучасних умовах торговельні марки відіграють важливу роль в економічній системі України. Їх використання сприяє як розвитку підприємницької діяльності, підвищенню ефективності функціонування ринків, державних установ та сприяє захисту споживачів від недобросовісної торгівлі. Виходячи зі зростаючої ролі торговельних марок в господарському обороті України, зі зростання кількості вітчизняних торговельних марок в останні роки має бути сформована відповідна системи облікового забезпечення управління операціями з ними.

Лише за умови побудови достовірної і надійної системи обліку торговельних марок створюються адекватні передумови для формування облікової інформації, необхідної для реалізації ефективної маркетингової політики вітчизняних підприємств. Однак, якщо на сьогодні згідно п. 5 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [1] до складу нематеріальних активів і відносяться права на комерційні позначення (права на торговельні марки (знаки для товарів

і послуг), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті, то згідно п. 9 даного положення витрати на рекламу та просування продукції на ринку не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Для обліку торговельних марок як нематеріальних активів призначений субрахунок 123 «Права на знаки для товарів і послуг», на якому відображається вартість придбаних (отриманих) прав інтелектуальної власності на торговельні марки підприємства, які використовуються для виокремлення його товарів або послуг від товарів або послуг інших виробників.

Виходячи з цього, можна констатувати, що згідно чинного законодавства в бухгалтерському обліку дозволено відображати лише ті торговельні марки, що були одержані зі сторони (придбані, одержані в обмін на інші активи, одержані безкоштовно), а внутрішньостворені торговельні марки (бренди) не визнаються нематеріальними активами, а вважаються витратами звітного періоду, зокрема, можуть бути віднесені до витрат на збут або інших витрат операційної діяльності, зокрема, витрат на дослідження та розробки.

Існування такого підходу до облікового відображення різних видів торговельних марок (одержаних зі сторони та внутрішньостворених) в цілому не дозволяє побудувати ефективну і комплексну систему обліково-аналітичного забезпечення управління торговельними марками (брендами) підприємства. Даний підхід також відповідає чинним вимогам МСФЗ 38 «Нематеріальні активи», де в п. 63 безпосередньо зазначається, що торгові марки, створені самим підприємством, не підлягають визнанню в якості нематеріальних активів [2, с. 1923]. На нашу думку, основною причиною облікового відображення внутрішньостворених торговельних марок як витрат є неможливість їх відокремлення від інших витрат на розвиток бізнесу, та, відповідно, неможливість забезпечення відповідності критеріям, що висуваються до внутрішньостворених нематеріальних активів, зокрема, здатність отримання майбутніх економічних вигод від їх подальшого використання в діяльності підприємства або реалізації на сторону.

Проте, з метою підвищення ефективності управління торговельними марками підприємства та забезпечення зростаючих інформаційних потреб маркетингових служб можна внести зміни в чинне облікове законодавство та дозволити капіталізувати витрати на створення торговельних марок підприємства подібно до інших внутрішньостворених нематеріальних активів. Відповідно, витрати на дослідження торговельних марок повинні визнаватись як інші витрати операційної діяльності і відображатись на субрахунку 941 «Витрати на дослідженні розробки», а витрати на розробку торговельних марок мають бути капіталізовані на субрахунку 154 «Придбання (створення)

нематеріальних активів», і в подальшому списані на субрахунок 123 «Права на комерційні позначення».

З метою підвищення ефективності управління торговельними марками підприємства та забезпечення зростаючих інформаційних потреб користувачів облікової інформації обґрунтовано необхідність капіталізації витрат на створення торговельних марок подібно до внутрішньостворених нематеріальних активів. Запровадження даної пропозиції в цілому сприятиме: підвищенню ефективності інформаційного забезпечення діяльності маркетингових служб; удосконаленню процесу побудови стратегій підприємства та інформаційної підтримки прийняття стратегічних управлінських рішень; покращанню відображенню в фінансовій звітності довгострокових цілей підприємства; наближенню балансової вартості підприємства до його ринкової вартості.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (із змінами, внесеними згідно з Наказами Міністерства фінансів № 627 (з1242-13) від 27.06.2013 р.).

2. Международные стандарты финансовой отчетности по состоянию на 1 января 2009 года. – Лондон: International Accounting Standards Board, 2009. – 2880 с.

УДК 657.1.012

Воськало Н.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та аналізу,

Воськало В.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та аналізу,
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЩОДО РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

Теоретично та методологічно правильно організований облік розрахунків за виплатами працівникам сприяє виконанню заробітною платою та іншими виплатами їх функцій: відтворювальної, стимулюючої, оптимізаційної, регулювальної, соціальної. Регулювання розрахунків за виплатами працівникам у бухгалтерському обліку спирається на низку законодавчих актів: Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Податковий кодекс України, ПСБО 26 «Виплати працівникам», ПСБО 16