

(розділ II). Пасив Балансу характеризує власний капітал та фінансовий результат (розділ I) та зобов'язання (розділ II).

Список використаних джерел:

1. Ночовна Ю. О. Минуте та майбутнє бухгалтерського балансу / Ю. О. Ночовна, В. А. Куценко // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Турган-Барановського. – 2008. – №4 (40). – С. 252–260.
2. Правила про порядок публічної звітності і про порядок обов'язкових публікацій в газеті «Економічне життя» : постанова Ради праці і оборони від 12.11.1922 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.libussr.ru>.
3. Положення про бухгалтерські звіти і баланси державних і кооперативних господарських органів і підприємств : постанова Раднаркому СРСР від 29.07.1936 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://base.consultant.ru>.

Лукашова Т.В.

студентка;

Научный руководитель: Пилатова Т.Н.

доцент,

Национальная академия природоохранного и курортного строительства

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА БАННЕРНОЙ РЕКЛАМЫ

Реклама заняла прочное место в нашей жизни. Ее задача – привлечь потребителя к продукту, который предлагает предприятие. С каждым годом бизнес все больше захватывает сеть Интернет. Появление новых способов проведения рекламных кампаний, в том числе и реклама в сети Интернет, заставляет бухгалтера задуматься о том, что же такое реклама, как правильно отразить в учете расходы на рекламу, какими документами их оформить и т.д. В соответствии с Законом Украины «О рекламе» №270 от 01.01.2013г. реклама – это информация о лице или товаре, распространенная в любой форме и любым способом, предназначенная для поддержания или формирования осведомленности потребителей рекламы и их интереса относительно таких лиц или товара.

Баннер – один из преобладающих форматов Интернет – рекламы, представляющий собой графическое изображение, аналогичное рекламному модулю в прессе, но способное содержать анимированные (реже видео) элементы, а также являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией. На рисунке 1 представлены основные виды баннеров:

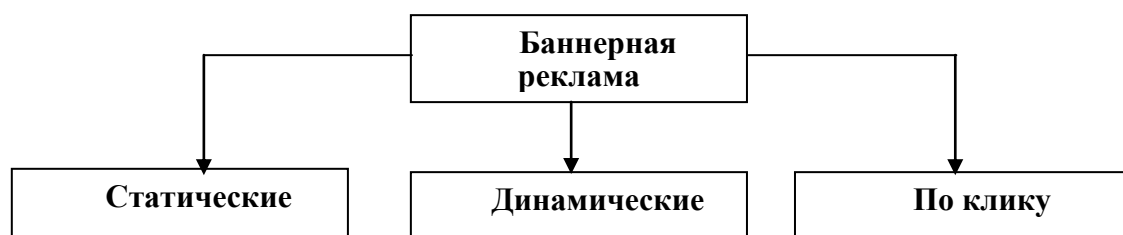


Рис. 1. Виды баннерной рекламы

- Статические – это рекламы, которые размещаются на определенный срок, рекламодатель покупает конкретное место на сайте;

– Динамические – это реклама, за которой не закреплена определенная страница, а демонстрация производится на разных ресурсах, круг которых определен исходя из желания рекламодателя;

- По клику – здесь рекламодатель платит конкретно за клик, т.е. осуществляет переход на его сайт.

Основными участниками рекламного процесса являются:

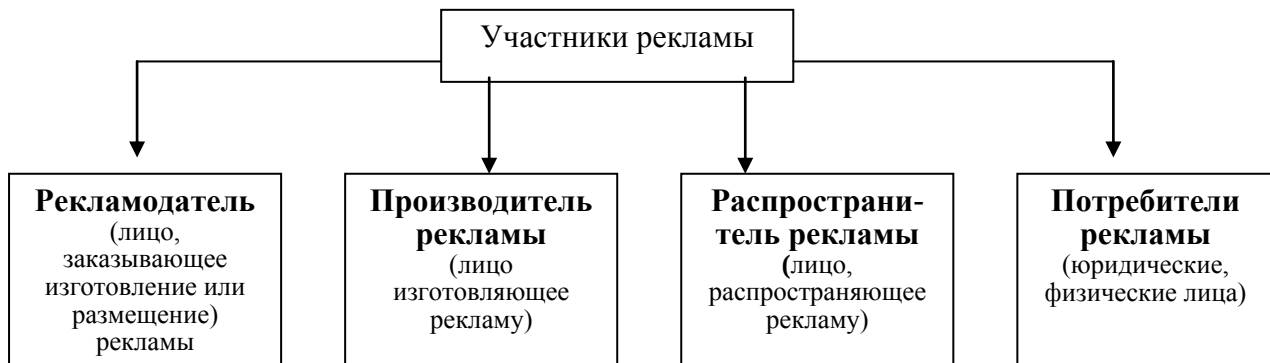


Рис. 2. Участники рекламного процесса

Оформление взаимоотношений между рекламодателем и производителем рекламы должно осуществляться путем заключения договоров гражданско-правового характера. Расходы на размещение рекламы в СМИ, уплаченные рекламодателю или распространителю рекламы, учитываются согласно п. 19 П(С)БУ 16 «Расходы», признаются расходами на сбыт, и в соответствии с Инструкцией № 291 учитываются предприятием-рекламодателем на счете 93 «Расходы на сбыт». В таком же порядке учитываются расходы на создание рекламных носителей, если к рекламодателю не переходят авторские права на них. Если же рекламодателю такие права переданы, то есть, если по условиям договора рекламодатель получает в собственность созданные рекламные носители, которые можно использовать в дальнейшем у других распространителей, то стоимость создания рекламных носителей учитывается в составе нематериальных активов – на субсчете 125 «Авторское право и смежные с ним права» (для предприятий, применяющих субсчета, предусмотренные Инструкцией № 291). Причем начисленная в бухгалтерском учете амортизация отражается в корреспонденции со счетом 93 «Расходы на сбыт».

В соответствии с п. 9 П(С)БУ 8 «Нематериальные активы» расходы на рекламу и продвижение продукции на рынке не признаются активами. Они подлежат отражению в составе расходов того отчетного периода, в котором они были осуществлены. Договора с распространителями рекламы и акты выполненных работ подтверждают расходы предприятия на рекламу.

Следовательно, сами расходы, уплаченные распространителю за размещение рекламы, будут считаться расходами отчетного периода, а рекламный носитель (ролик, макет, баннер, текст) – нематериальным активом.

Рассмотрим на примере учет расходов на изготовление рекламы в Интернете у рекламодателя в таблице 1.

Рекламодатель ООО «Альфа» перечислило рекламопроизводителю «РИА» деньги за создание и размещение Web-страницы с информацией о своих товарах (работах, услугах) в сумме 420 грн. (в т.ч. НДС – 70 грн.)

Таблица 1

**Отражение в учете расходов на изготовление и размещение рекламы
в Интернете у рекламодателя**

Содержание хозяйственной операции	Первичный документ	Бух.учет		Сумма
		Д-т	К-т	
Перечислена предоплата РИА	Выписка банка	37	31	420
Отражен НК по НДС	Налоговая накладная	641	644	70
Получен акт на выполненные услуги	Акт приема – передачи	93 644	68 68	350 70

В налоговом учете услуги по размещению рекламы включаются в налоговые расходы согласно п.140.1.5 Налогового кодекса Украины и, поскольку они учитываются в составе расходов на сбыт, относятся к расходам текущего периода при наличии подтверждающих первичных документов и использовании рекламы в хозяйственной деятельности рекламодателя.

Таким образом, учет затрат у рекламодателя зависит от вида заказанной им рекламы, которые необходимо соответственно учитывать, так как рекламные продукты можно разделить на следующие группы:

- изготовление и раздача ТМЦ (буклеты, листовки, проспекты, подарки, логотипы и др.);
- изготовление и использование для рекламы различных конструкций (стенды, щиты, и т.п.)
- создание нематериальных активов (видео- и аудиоролики, видеореклама на мониторах в Интернете и др.).

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Украины от 02.12.2010 № 2755-VI. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T102755.html
2. Закон Украины «О рекламе» №270 от 01.01.2013г. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
3. П(С)БУ 8 «Нематериальные активы», утв. Приказом МФУ от 18.10.99 г. №242 с изм. и доп. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu8/>
4. П(С)БУ 16 «Расходы» утв. Приказом МФУ от 31.12.99 г. №318 с изм. и доп. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nibu.factor.ua/info/instrbuh/psbu16/>
5. Инструкция о применении Плана счетов бухгалтерского учета активов, капитала, обязательств и хозяйственных операций №291 от 30.11.99 г. – [Электронный ресурс] – Режим доступа:
6. Учет услуг: Энциклопедия бухгалтера // Баланс.– 2013. – №18