

способом групування та узагальнення інформації про майно і зобов'язання організації.

Іншими словами, у фінансовій звітності, складеній за МСФЗ, можуть з'явитися активи, яких у бухгалтерському обліку немає, наприклад, у зв'язку з відсутністю первинних документів, що підтверджують право власності на актив. При цьому, хоч актив і не відображено в бухгалтерському обліку, якщо підприємство контролює його, то він повинен бути відображений у його фінансовій звітності, або, навпаки, актив, відображений у бухгалтерському обліку, може не відобразитися у фінансовій звітності, наприклад, у зв'язку з тим, що він не приносить економічних вигод. Аналогічні приклади можна навести щодо зобов'язань. Наприклад, відповідно до вимог МСФЗ у фінансовій звітності повинні бути відображені так звані конструктивні зобов'язання, які документально не підтверджені, проте виникли з практики ділового обігу.

Важливо усвідомлювати, що МСФЗ – не універсальна концепція, а один із варіантів обліку в інтересах фінансових інститутів. Серед українських підприємств основною групою, зацікавленою в переході на міжнародні стандарти обліку, є акціонерні товариства, акції яких котируються на міжнародних фондових біржах. Основна проблема полягає в тому, що в Україні їх налічується лише 2 %, а підприємствам, які не виносять свої цінні папери на міжнародні біржі, перехід на МСФЗ створює

значно більше проблем, ніж переваг [3].

Крім того, виявлено проблему поширення тенденції відокремлення ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності, які завжди базувалися на єдиній фактичній інформації про господарські операції організації, виходячи з підтверджених первинними документами даних бухгалтерського обліку. У сучасних же умовах підприємства все ще ведуть облік за національними стандартами, а звітність подають згідно з новими вимогами – за міжнародними, шляхом процедури трансформації облікових даних. Це стає причиною того, що в даних обліку наявні активи, інформація про які не міститься в звітності, і навпаки, у звітності з'являються активи, не відображені в обліку, що є суттєвою проблемою організації обліку, призначеної для оптимізації облікового процесу.

Вітчизняні бухгалтери не готові до сучасних змін. Це стосується насамперед відсутності необхідних знань. Підприємства змушені наймати зовнішніх спеціалістів для формування нової звітності, що супроводжується значними витратами.

Таким чином, формування фінансової звітності відповідно до МСФЗ не лише вимагає спеціальних знань та додаткової інформації, а й є особливим світоглядним підходом до складання фінансової звітності, відмінним від традиційного для України.

Література

1. Accounting in Ukraine under implementation of the European legislation. Accounting in Ukraine under implementation of the European legislation : monograph / Under the guidance of Doctor of Economics, Professor Mykhailo Luchko. – Ternopil : TNEU, 2017. – 243 pages
2. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс] / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_010
3. Рожелюк В.М. Організація бухгалтерського обліку діяльності переробних підприємств : монографія / Рожелюк В.М. – К. : ННЦ ІАЕ, 2013. – 488 с.

УДК 657 : 659.126

ТОРГОВЕЛЬНА МАРКА: СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ

Ясишена В.В. – к.е.н., доцент; Пославська Л.І. – к.е.н., ст. викладач
Вінницький навчально-науковий інститут економіки THEU

Важливість використання нематеріальних активів в діяльності підприємств є суттєвою, на що вказують чисельні міжнародні дослідження протягом довготривалого періоду. Стратегія управління вітчизняними підприємствами повинна бути спрямована на активне залучення в діяльність підприємств нематеріальних активів, що сприятиме їх розвитку.

Згідно з п. 4 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» нематеріальний актив – це

немонетарний актив, який немає матеріальної форми та може бути ідентифікований [4]. В М(С)БО 38 «Нематеріальні активи» зазначено, що нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований [3].

Класифікація нематеріальних активів у розрізі однорідних груп викладена в П(С)БО 8. Торговельні марки відносять до групи - права на комерційні позначення. Ця група включає права

на торговельні марки (знаки для товарів і послуг), комерційні (фірмові) найменування тощо), крім тих, витрати на придбання яких визнаються роаялті [4].

З юридичної точки зору правове регулювання власності на торговельну марку проводиться на основі ряду нормативно-правових документів. Паризька конвенція про охорону промислової власності розкриває порядок охорони товарного знака і знака обслуговування відповідно до міжнародного законодавства. Світова практика пішла шляхом розмежування: товарні знаки відрізняють товари, а знаки обслуговування - послуги.

В законодавстві України поєднано об'єкти інтелектуальної власності і передбачається правова охорона торговельної марки (знака для товарів та послуг). У Цивільному кодексі України відносно знаку для товарів і послуг вживається термін «торговельна марка». Відповідно до ст. 492 Цивільного кодексу встановлюється право інтелектуальної власності на торговельну марку. Торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами [5]. Відповідно до ЗУ «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993 р. № 3689-12 вживається термін «знак», який вживається як позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

В закордонній практиці широко використовується термін «бренд». В п. 119 МСБО 38 у рекомендаційній формі наведено перелік окремих класів нематеріальних активів, до яких також відносять назви брендів [3].

В словнику іншомовних слів «бренд» (англ. *brand* - *товарний знак*) - 1. Комплекс інформації про компанію, продукт чи послугу. 2. Концептуально впізнаваний товар, образ, набір послуг.

В вищезазначених нормативно-правових документах терміни: «товарний знак», «знак обслуговування», «торговельна марка», «знак для товарів і послуг», а також «бренд» розкривають розуміння про один і той самий об'єкт і тому можуть вживатися як тотожні. Але одночасно потрібно враховувати те, що поняття «бренд» ширше і торговельна марка є складним елементом бренду. Бренд – це розкручена торговельна марка, яка може підтримувати іміджевий образ товару чи послуги серед споживачів значного сегменту ринку тривалий період.

Необхідно звернути увагу і переглянути вживання термінів «торговельна марка» і «знаки для товарів і послуг» в таких документах, як: Цивільний кодекс України; Податковий кодекс України; Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»; П(С)БО 8 «Нематеріальні активи»; План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. На нашу думку, у вищезазначених документах необхідно вживати один термін, наприклад «торговельна марка».

На сьогоднішній день торговельна марка (бренд) - це візитна картка у світі бізнесу. Міжнародна консалтингова група Interbrand оприлюднила рейтинг найдорожчих світових брендів 2016 року, який складається зі 100 позицій. В десятку найкращих ввійшли такі бренди: Apple; Google; Coca-Cola; Microsoft; Toyota; IBM; Samsung; Amazon; Mercedes-Benz; GE [6]. З повної версії рейтингу видно, що найбільша частина кращих світових брендів перепадає на компанії США (52 зі 100 позицій). Відомий факт, що економіка США є найбільшою у світі, а також займає сьоме місце серед 189 країн світу по створенню найсприятливіших умов для ведення бізнесу. При підготовці рейтингу враховується багато факторів, але один з них – це оцінка споживачів. В своїй діяльності американські компанії розробляють чіткі стратегії націлені на кінцевого споживача. В джерелах [1, 2, 6] не представлені країни, які розвиваються або відносяться до сировинного сектору, у т. числі Україна та інші країни СНД. Також одним з найважливіших факторів рейтингу є пізнаваність бренду за кордоном. Україна за рівнем організації міжнародної торгівлі займає лише 109 місце, що не сприяє поширенню інформації про бренд.

Всесвітній банк оприлюднив своє чергове дослідження «Ведення бізнесу в 2016 році», в якому висвітлено рейтинг 189 країн світу щодо показників створення сприятливих умов для бізнесу. Рейтинг охоплює 10 основних індикаторів регулювання підприємницької діяльності. Наведено місця, які зайняла Україна в даному рейтингу: реєстрація підприємства – 30; одержання дозволу на будівництво – 140; підключення до систем електропостачання – 137; реєстрація власності – 61; кредитування – 19; захист інвесторів – 88; оподаткування – 107; міжнародна торгівля – 109; забезпечення виконання контрактів – 98; ліквідація підприємств – 141 [2]. У першу десятку входять країни, які мають найсприятливіші умови для ведення бізнесу, а саме: Сінгапур, Нова Зеландія, Данія, Південна Корея, Гонконг,

Великобританія, США, Швеція, Норвегія, Фінляндія. В 2016 році Україна зайняла 83 місце, що краще порівняно з 96 місцем у 2015 році [1, 2].

Неможливо говорити про розкрутку бренду, якщо в багатьох показниках ведення бізнесу ми знаходимося в другій половині рейтингу. В таких умовах підприємці думають, «як вижити?», а не про просування бренду на світові ринки і одержання кращих позицій серед найкоштовніших світових брендів, де наша країна взагалі відсутня.

При створенні бренду компанія значну увагу повинна приділяти якості товару, рекламі, експорту та іншим чинникам. Якість повинна зберігатися протягом всього життя бренду. Дуже часто бренд дозволяє швидко зробити свій вибір покупцю. Підхід до розробки торговельної марки повинен бути зважений, вона має бути простою і не перевантаженою деталями. Вітчизняні підприємства повинні детально вивчати і впроваджувати різноманітні маркетингові новації, що сприятимуть розкрутці торговельної марки і розвитку компанії.

Література

1. Исследование Всемирного банка: Ведение бизнеса в 2015 году // Центр гуманитарных технологий. — 29.10.2014. 08:30 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/10/29/6969>.
2. Исследование Всемирного банка: Ведение бизнеса в 2016 году // Центр гуманитарных технологий. — 28.10.2015. 07:55 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/10/28/7261>.
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи». Міжнародний документ від 01.01.2012 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050/page2.
4. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи». Затверджено Наказом МФУ від 18.10.1999р. № 242 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 №435-IV [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.intellect.ua/ukr/trademark/law/code/civilcode>.
6. Interbrand: Рейтинг самых дорогих глобальных брендов 2016 года // Центр гуманитарных технологий. — 12.10.2016. 19:00 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : URL: <http://gtmarket.ru/news/2016/10/12/7307>.

УДК 657.221.8

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ФАКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Настенко М.М. – к.е.н., доцент; Гудзенко Н.М. – к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Сучасна економічна система України в умовах трансформації та глобалізаційних змін світового господарства характеризується підвищеною роллю до економічної безпеки як на макро-, так і на мікрорівні. Це зумовлює потребу створення антикризової та захисної системи управління на основі релевантного інформаційного середовища з урахуванням ризиків та загроз різного походження.

Однак, традиційний облік з урахуванням вищезазначених потреб не відповідає завданням реформування бухгалтерського обліку та інформаційним запитам користувачів. Забезпечення економічної безпеки підприємства має проводитися у відповідності до принципу постійності в межах його звичайної діяльності з направленістю на ліквідацію та мінімізацію наслідків загрозливих фактів господарської діяльності та різного роду форс-мажорів, а також на відновлення звичайної діяльності, недопущення і мінімізацію їх впливу на стає функціонування в майбутньому.

Отже, сучасні реалії змушують переглядати

основи теорії бухгалтерського обліку відповідно до потреб практики. Розвиток теоретичних основ обліку окреслений перебудовою від технічної констатації фактів господарської діяльності, які описані нормативами чи інструкціями, до їх осмислення та, якщо необхідно, застосування в обліковому процесі професійного судження, яке є достовірним і добросовісним [3]. Роль бухгалтера, як кваліфікованого спеціаліста, з притаманними йому компетентнісними характеристиками має творчий характер. Тому професійне судження бухгалтера в сучасній вітчизняній практиці повинно сягнути міжнародного рівня, де думка професійного бухгалтера – це безцінне, безпристрасне, безкорисливе судження про факти господарської діяльності підприємства. В тому напрямі розвитку теорія бухгалтерського обліку отримає нові інструменти регулювання облікового процесу та дасть змогу забезпечити безпечний рівень підприємства на етапі первинного спостереження даних [3].

Актуальність теми дослідження обумовлена